

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Abou Bekr Belkaïd de Tlemcen
Faculté des sciences Economiques et de Gestion



THESE DE DOCTORAT EN SCIENCES DE GESTION

Thème

**L'impact du capital social de l'entrepreneur
sur le processus entrepreneurial**

Cas des entrepreneurs algériens créateurs de micros entreprises

Présentée et soutenue publiquement par :

Mme. BENGHELLAB Aïcha née BEKADDOUR

Sous la direction du : **Pr. BENHABIB Abderrazak (U. Tlemcen)**

JURY :

Professeur Taouli Mustapha	Université de Tlemcen	Président
Professeur Benhabib Abderrazak	Université de Tlemcen	Encadreur
Professeur Bettahar Samir	Université de Tlemcen	Examineur
Professeur Yousfi Rachid	Université de Mostaghanem	Examineur
Docteur Tabti Habib	Université de Mascara	Examineur
Docteur Tchikou Fouzi	Université de Mascara	Examineur

Année Universitaire : 2014- 2015

Dédicace

Je dédie ce travail,

A l'âme de ma mère

A mon père

A mon mari,

A ma sœur Khadidja et sa fille Amel,

A ma fille Hiba.

Remerciements

Au terme de ce travail, je tiens tout d'abord à exprimer toute ma gratitude à mon directeur de thèse : Monsieur le Professeur Benhabib Abderrezak, qui m'a beaucoup aidé à la réalisation de ce travail avec ses précieux conseils, je lui témoigne ma reconnaissance et mon profond respect.

Je tiens également à remercier et à exprimer ma profonde reconnaissance à messieurs le Professeur Taouli Mustapha, le Professeur Bettahar Samir, le Professeur Yousfi Rachid, le Docteur Tabti Habib, le Docteur Tchikou Fouzi, qui ont accepté d'évaluer ce travail et qui m'ont fait l'honneur d'en être le jury.

Je remercie également monsieur le Professeur Benbouziane Mohamed, Doyen de la faculté, monsieur Maalache, pour toutes les facilités et le soutien accordés.

Je tiens aussi à remercier vivement monsieur Slimani Bouziane pour le temps qu'il m'a accordé, les remarques et les précieux conseils dont il a fait part pour améliorer la qualité de la rédaction de la thèse.

Mes remerciements vont aussi au Docteur Tafer Zohir de l'Université de Béchar, pour son aide et ces conseils.

Un grand merci à mes neveux Ismail Ali et Mohammed Esseghir, pour le temps qu'ils ont consacré pour la mise en forme de cette thèse. Je remercie aussi les enquêteurs ainsi que les entrepreneurs qui m'ont accordé leur précieux temps.

Ce travail m'ayant rendu peu disponible, je ne peux oublier les membres de ma famille, en particulier mon mari Mahamed et ma sœur Khadidja, pour leur compréhension, leur soutien et leur encouragement, sans lesquelles je n'aurais sans doute pas pu finaliser ce long travail.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE.....	01
PARTIE I : Cadre théorique.....	15
CHAPITRE 1 : le capital social : un concept emprunté de la sociologie.....	16
I. Le Capital social : concept et définition.....	18
II. Le capital social : une approche économique.....	47
CHAPITRE 2 : Capital social de l'entrepreneur et processus entrepreneurial.....	83
I. l'entrepreneuriat : vers une approche globale fondée sur le processus.....	86
II. Le processus entrepreneurial, de quoi s'agit-il ?.....	99
III. L'entrepreneur acteur principal du processus entrepreneurial.....	118
IV. L'effet du Capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial.....	131
CHAPITRE 3 : Le capital social de l'entrepreneur : une ressource réticulaire.....	144
I. L'analyse des réseaux sociaux (l'ARS)	146
II. Les théories de l'ARS mobilisées pour l'étude du capital social de l'entrepreneur.....	152
III. Cadre d'analyse.....	167
PARTIE II : L'étude empirique.....	188
CHAPITRE 4 : Contexte de l'étude et choix méthodologiques.....	189
I. Contexte de l'étude : La création de micro-entreprises en Algérie.....	190
II. La méthodologie adoptée : Une combinaison des méthodes qualitatives et quantitatives.....	201
CHAPITRE 5 : La formation du capital social entrepreneurial : une étude qualitative adaptée.....	209
I. Le dispositif méthodologique.....	210
II. Présentation et discussion des résultats de l'étude qualitative.....	221
CHAPITRE 6 L'impact du capital social de l'entrepreneur sur la facilité d'accès aux ressources : une étude quantitative.....	246
I. L'approfondissement de l'analyse.....	248
II. Dispositif méthodologique.....	258
III. Présentation et discussion des résultats.....	268
CONCLUSION GENERALE.....	308
BIBLIOGRAPHIE.....	318
ANNEXES.....	336
LISTE DES TABLEAUX.....	353
LISTE DES FIGURES.....	355
LISTE DES ABREVIATIONS.....	356
TABLE DES MATIERE.....	357

Introduction générale

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise, notamment les entreprises de petite taille, sont considérées en tant que moteur de croissance économique, comme solution potentielle au phénomène du chômage et partant, elles présentent l'un des objectifs majeurs des politiques mises en œuvre par les pouvoirs publics que ce soit dans les pays développés ou ceux en voie de développement. Comme le fait valoir Baumol : *«l'offre d'entrepreneurs et la nature de leurs motivations ne se modifient pas au cours du temps, cette offre est constante. Ce serait le cadre institutionnel dans lequel les entrepreneurs opèrent et évoluent, c'est-à-dire les règles du jeu qui détermineraient leurs conditions productives à l'activité économique»* (Baumol, 1990).

En effet, plusieurs études montrent qu'il y a un tournant pour l'entrepreneuriat et la création de petites entreprises ; et ce dès les années 1970, après que la grande entreprise a révélé ses limites (Julien et Marchesnay, 1990). Les entreprises de petites tailles constituent une source essentielle de développement socioéconomique à la fois par leur importance dans le tissu économique et par la création d'emplois ; *«la petite entreprise possède des conditions d'efficacité qui lui sont propres, et qui lui permettent de satisfaire des buts qui lui sont également propres, tout en jouant son rôle dans le système productif et social»* (Marchesnay et Julien, 1990, P.24).

L'Algérie n'échappe pas à cette vague d'engouement pour l'entrepreneuriat et l'incitation à la création d'entreprises ; et particulièrement, la création des micro-entreprises considérées avec l'objectif de réinsertion sociale des demandeurs d'emplois. En effet, dès le début des années 1990, marquées par le désengagement de l'Etat et le passage de l'économie dirigée où la grande entreprise publique était dominante, à l'économie de marché basée sur la libéralisation des marchés et l'incitation à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise. Les décideurs politiques ont fait valoir qu'il y a une nécessité de stimuler l'accès au crédit et de supprimer les obstacles réglementaires afin de faciliter le développement et la croissance des petites entreprises. Les intentions des pouvoirs publics avaient pour objectif de faire face aux problèmes du chômage,

d'explosion du «trabendo»¹ et de tenter de formaliser une partie de l'activité informelle. Pour ce faire, les autorités algériennes ont procédé à la mise en place de nombreux dispositifs de soutien à la création d'entreprises et leur accompagnement (centre de facilitation, des pépinières d'entreprises, etc.).

L'importance de l'accompagnement, l'appui et le soutien à l'entrepreneuriat par les pouvoirs publics et les réseaux d'aide à la création est souligné par de nombreux auteurs comme par exemple Boutillier et Uzinidus qui disent : «...*L'Etat doit encadrer ; organiser et développer l'esprit d'entreprise* » (Boutillier et Uzinidus, 1999, p. 142).

Cependant, l'existence d'un grand nombre de projets d'entreprises ne garantit pas les effets positifs attendus, car ces projets doivent survivre et se développer pour devenir des entreprises dynamiques capables d'innover et de créer des emplois. Dans ce cadre, les recherches académiques montrent que les mesures incitatives des pouvoirs publics ne présentent qu'un facteur parmi d'autres facteurs contextuels susceptibles d'affecter le processus de création d'entreprises. C'est sur l'un des facteurs contextuel affectant le processus entrepreneurial que porte notre intérêt.

Une focalisation sur le processus entrepreneurial :

La théorie de l'entrepreneuriat peut être considérée comme un domaine de recherche relativement nouveau. Néanmoins, une grande quantité de recherche a connu une croissance très rapide au cours des dernières décennies (Rodriguez et Santos, 2007). L'un des sujets qui a suscité plus d'intérêt est l'étude des facteurs liés aux comportements des entrepreneurs dans l'exercice de la fonction entrepreneuriale (Gartner, 1988 ; Low et Mac Millan, 1998).

En effet, après que la recherche portant sur la compréhension de l'entrepreneur et l'entrepreneuriat a été longtemps dominée par les approches positivistes fonctionnalistes fondées sur les caractéristiques de l'entrepreneur, de nombreux auteurs ont suggéré la nécessité d'une nouvelle perspective pour comprendre qui sont ces entrepreneurs et ce qu'ils font (Gartner, 1988 ; Bygrave et Hoffer, 1991).

Ainsi, dès le début des années 1990, la recherche s'est orientée vers une nouvelle approche comportementale expliquant la dynamique du processus entrepreneurial. Dans

¹ « Trabendo » selon le dialecte Algérien signifie « commerce informel »

cette approche, les études se focalisent sur les facteurs influençant le comportement des entrepreneurs au cours du processus de création d'une entreprise. Ce processus est considéré comme un ensemble d'étapes et d'évènements qui se succèdent.

Le principal avantage de cette approche est qu'elle permet une étude en profondeur du processus conduisant à la création d'une nouvelle entreprise. Il s'agit donc de passer d'une conception statique des capacités entrepreneuriales basées sur les caractéristiques personnelles à une conception dynamique fondée sur de nombreux éléments. Bygrave (2004), par exemple, met en évidence les facteurs essentiels qui animent le développement de l'entreprise à chaque étape : *«comme avec la plupart des comportements humains, les caractéristiques entrepreneuriales sont façonnées par les attributs personnels et l'environnement»* (Bygrave, 2004, P.5). Les facteurs environnementaux selon Bygrave (2004) sont les influences externes qui entourent l'activité entrepreneuriale tels que le soutien des politiques publiques, l'accès à la technologie et au financement ainsi que les facteurs sociologiques (rôle de la famille, des modèles, les réseaux de relations personnelles). Dans le même ordre d'idées, Capron (2009) affirme que la création d'entreprise est une succession d'étapes et que leur franchissement dépend de certaines composantes relevant de trois niveaux : individuel (caractéristiques et motivation), le niveau organisationnel (la faisabilité du projet entrepreneurial) et le niveau contextuel (les environnements économique, institutionnel, culturel et social).

Les facteurs sociologiques sont appelés communément capital social, qui au cours de ces dernières décennies est devenu un facteur très important pour expliquer non seulement la croissance économique nationale ou régionale (Putnam, 1993), mais aussi les comportements des entrepreneurs (Davidsson et Honig, 2003).

En effet, l'intérêt pour le rôle du capital social dans le processus entrepreneurial n'a cessé de croître au rythme élevé donnant lieu à une vision sociologique de l'entrepreneuriat qui s'oppose à la vision libérale. Dans cette vision libérale néoclassique, l'entrepreneuriat est considéré à travers l'entrepreneur isolé qui ne chercherait que son propre intérêt avec le moindre coût. Alors que la vision sociale prend en considération à la fois la dimension sociale et la dimension individuelle de l'entrepreneur comme l'ont fait valoir Julien et Schmitt : *«toute l'approche libérale néoclassique ou individualiste fait fausse route, car elle ignore non seulement le construit ou l'apprentissage de*

l'entrepreneur, mais aussi son organisation même et les ressources ou le capital social, fournies par son milieu » (Julien et Schmitt, 2008, P.26). Ainsi, la vision sociale basée sur la théorie du capital social, va de pair avec le rejet de la vision psychologique en faveur d'une approche processuelle de l'entrepreneuriat.

En adoptant ce point de vue, nous tentons par la présente étude à contribuer à la compréhension de la dynamique du processus entrepreneurial à travers une approche par le capital social.

Une approche par le capital social :

Les chercheurs qui étudient le capital social sont préoccupés principalement par l'importance des relations comme une ressource pour l'action sociale (Bourdieu, 1985 ; Burt, 1992, 1995 ; Putnam, 1988, 1990). Ainsi, le terme capital social a toujours été conceptualisé comme un ensemble de ressources sociales intégrées dans les relations sociales. Alors qu'une conception plus large présente le capital social comme incluant non seulement les relations sociales, mais aussi les normes et les valeurs qui leur sont associées (Putnam, 1985 ; Coleman, 1990 ; Tsai et Ghoshal, 1998).

Cependant, le concept de capital social qui est appliqué à une large gamme de phénomènes sociaux, plus récemment la théorie du capital social a été élargie au domaine de l'entrepreneuriat (Liao et Welsh, 2003). Ce courant de recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat a émergé vers la fin des années 1980 en s'appuyant sur une revitalisation plus large du champ de la sociologie économique (Hoang et Antoine, 2003). Et plus précisément sur le concept de l'encastrement social suite à la parution du célèbre article de Granovetter (1985), dans lequel il stipule que les activités économiques dépendent des relations sociales dans lesquelles les acteurs sont engagés. Selon cette thèse, les acteurs sont encastres dans des réseaux sociaux qui leur permettent d'avoir accès à des ressources externes utiles pour leurs projets.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les chercheurs ont commencé à remettre en question l'opinion largement répandue selon laquelle les entrepreneurs (les acteurs économiques) ont été isolés et que le processus entrepreneurial était distinct des autres phénomènes sociaux, pour une nouvelle vision, considérant les entrepreneurs comme intimement liés, à travers leurs relations sociales, à un réseau plus large d'acteurs. Ainsi, les chercheurs se sont orientés vers l'examen des causes et les conséquences de cet

encastrement social. Andersson et Miller (2002) par exemple, soutiennent que l'entrepreneuriat s'appuie sur la vie sociale de deux manières distinctes.

Tout d'abord, parce que les entrepreneurs sont un produit de leur environnement social, leurs actions seront conditionnées par cet environnement. Deuxièmement, chaque entreprise fait partie d'un réseau social d'interaction au sein duquel les opérations économiques sont menées. De leur part, Aldrich et Zimmer (1986) montrent comment l'entrepreneuriat est canalisé et facilité ou entravé par la position de l'entrepreneur dans un réseau social.

Selon cette vision, l'entrepreneur dans sa fonction d'organisateur et coordinateur de ressources, est guidé par des actions rationnelles lors de la création de son entreprise ainsi que par son interaction avec son réseau de relations sociales (Johanisson et Monsted, 1997). La littérature indique clairement que le capital social, ou les ressources auxquelles les entrepreneurs peuvent accéder par l'intermédiaire de leurs réseaux personnels, leur permettent d'identifier les opportunités, mobiliser des ressources, acquérir des informations riches pouvant déboucher sur des idées d'innovation (Birely, 1985 ; Julien, 2000 ; Adler et Kwon, 2002 ; Batjargal, 2003).

Toutefois, les chercheurs antérieurs portant sur l'effet du capital social sur l'acte d'entreprendre, se sont focalisés dans leur majorité sur la description statique de la structure du réseau social de l'entrepreneur, tandis que le dynamisme du capital social n'a été que très peu étudié (Batjargal, 2003 ; Hoang et Antonic, 2003). Alors que dans le contexte algérien, ce genre d'étude continue encore de faire défaut.

Il nous semble donc nécessaire d'explorer le rôle que joue le capital social le long du processus entrepreneurial ; et ce, dans le contexte algérien. En déterminant ainsi notre thème de recherche, nous nous sommes interrogés sur la catégorie d'entrepreneurs à étudier.

Les entrepreneurs créateurs de micro-entreprises :

Nous avons choisi de cibler par cette étude les nouveaux entrepreneurs algériens créateurs de micro-entreprises. Notre choix a été guidé par de multiples raisons :

✓ En premier lieu, nous avons constaté que suite aux efforts déployés par les pouvoirs publics pour encourager l'entrepreneuriat, et d'après les statistiques du Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'investissement², il y a une prégnance de la création des micro-entreprises qui représentent plus de 97% des PME créées dans tous les secteurs d'activités avec une contribution considérable en termes de création d'emplois d'un taux qui s'élève à plus de 13% des emplois créés.

Par ailleurs, et malgré cette évolution enregistrée, la création d'entreprise demeure encore insuffisante avec une densité de 13 PME pour mille habitants. Ce taux est loin des standards internationaux où le plus faible taux est de 45 PME pour mille habitants. Cette faiblesse est induite par certaines contraintes présentes au niveau de l'environnement institutionnel dont principalement celles relevant des institutions et les dispositifs d'aide à la création, mises en place par l'Etat pour soutenir et promouvoir l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, comme le fait valoir Zerizer (2009) : *«Le résultat est à la mesure de la désinvolture avec laquelle on a traité le volet de la création d'activités entrepreneuriales. C'est une aberration économique et une irrationalité institutionnelle. En effet, les mesures du microcrédit se sont trouvées enfermées dans une gangue administrative rigide doublée d'une bureaucratie sans compétence».*

Les dispositifs souffrent donc de nombreuses lacunes : lourdeur et inefficacité administrative, le manque d'information, la faiblesse de l'accompagnement et de suivi des porteurs de projets. Toutes ces lacunes sont parmi les principaux facteurs qui entravent le développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie. A tout cela, s'ajoutent d'autres faiblesses constatées au niveau des porteurs de projets tel que le manque de formation en matière de gestion d'entreprise ainsi que les connaissances et les compétences nécessaires à la création d'entreprise (Guechtouli et Guechtouli, 2014). Ainsi, nous pensons que c'est dans ce cadre de faiblesse d'accompagnement et de manque de compétences qu'intervient le capital social entrepreneurial qui est supposé un des

² Bulletin d'information statistique de la PME, 1er trimestre 2013.

facteurs importants dans la réussite du processus de création d'une entreprise (Julien, 2000 ; Davidsson et Honig, 2003).

✓ En deuxième lieu, et sur le plan empirique, il y a très peu de consensus en ce qui concerne l'effet du capital social dans le contexte de petites entreprises. Les points de vue divergents en ce qui concerne les propriétés spécifiques du réseau qui constituent le capital social. Certains chercheurs ont mis l'accent sur la structure du réseau (Stam, 2010), alors que d'autres ont constaté la force du réseau de relation des entreprises où les ressources détenues par leurs réseaux de contacts (Batjargal, 2003). Dans ce cadre Stam et al (2013) soulignent qu'il y a un large accord que le capital social constitue un atout majeur pour les petites entreprises, mais il n'y a pas de consensus sur les conditions dans lesquelles certaines propriétés du réseau conduisent à améliorer la performance de l'entreprise.

Partant de ces constats théoriques, empiriques et contextuels, nous avons procédé à la formulation de notre question de recherche.

La thèse :

Dans le contexte algérien, notre connaissance empirique et en profondeur du phénomène entrepreneurial reste limitée. Nous n'avons presque pas de connaissances suffisantes des spécificités et des processus sociaux susceptibles de faciliter la création des entreprises de petite taille.

Ainsi, en s'inscrivant dans une approche processuelle, nous adoptons une démarche de contingence sociale afin d'explorer l'effet que peut exercer le capital social de l'entrepreneur sur le processus de création d'une entreprise : **Quel est l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial ?**

Nous nous intéressons précisément au capital social de l'entrepreneur mobilisé pour la concrétisation de son processus de création d'une micro-entreprise.

La thèse que nous développons étudie le capital social en tant que l'un des principaux facteurs conditionnant le déroulement du processus entrepreneurial. De ce fait, l'hypothèse générale que nous cherchons à tester, consiste à dire que :

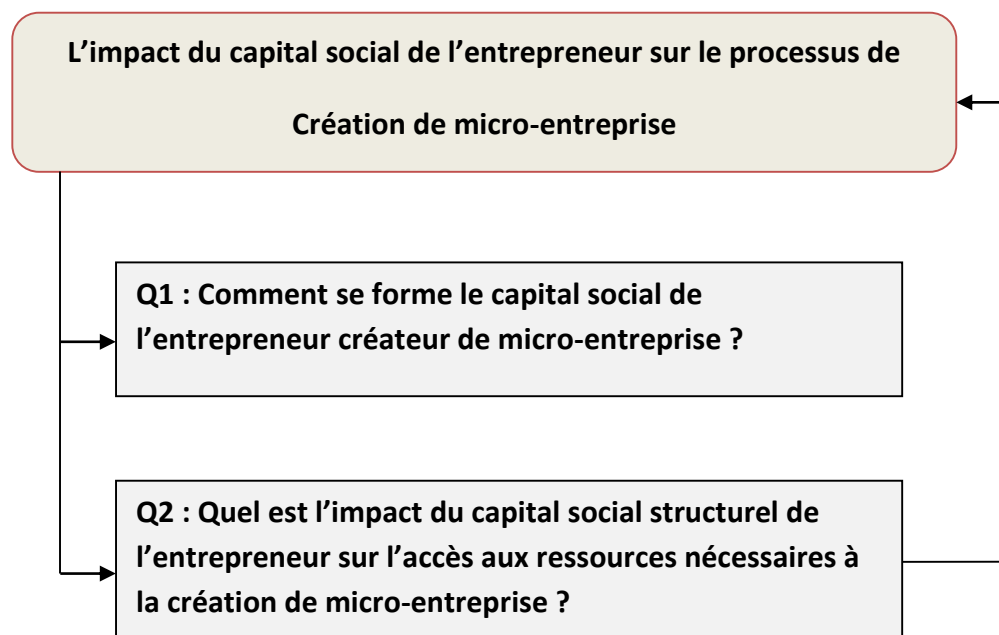
<p>Le déroulement du processus entrepreneurial est influencé par le capital social de l'entrepreneur.</p>
--

Pour créer une entreprise, l'entrepreneur franchit un certain nombre d'étapes dans lesquelles il doit effectuer toute une série de décisions et d'actions et acquérir différents types de ressources. Pour ce faire, l'entrepreneur fait recours à ses relations personnelles, comme le fait valoir Borges et al (2005), le processus de création d'entreprise implique non seulement l'entrepreneur, mais également un grand nombre de personnes et de ressources.

Pour confronter notre hypothèse, nous travaillons sur deux questions :

- **Comment se forme le capital social des entrepreneurs créateurs de micro-entreprises tout au long du processus entrepreneurial ?**
- **Quel est l'impact du capital social structurel de l'entrepreneur sur l'accès aux ressources nécessaires à la création de l'entreprise ?**

Figure 1 : Problématique et questions de recherche



- ✓ La première interrogation suppose étudier l'évolution de la formation du capital social de l'entrepreneur le long du déroulement du processus entrepreneurial à travers la description de la configuration du réseau de relations mobilisé ainsi que les ressources acquises par le biais de ce réseau.
- ✓ La seconde question consiste à vérifier l'effet de capital social structurel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources nécessaires à la création de l'entreprise.

Quelques précisions conceptuelles :

Dans notre étude, nous considérons que le capital social de l'entrepreneur désigne l'ensemble des ressources acquises le long du processus de création de l'entreprise en mobilisant son réseau de relations personnelles. La référence du capital social aux réseaux sociaux se trouve principalement dans les travaux de Bourdieu (1980, 1986). Pour cet auteur, les réseaux sociaux sont considérés comme étant le seul lieu de production de capital social.

Cependant, Bourdieu (1980) n'a pas développé les liens existants entre les réseaux sociaux et le capital social. Alors que pour d'autres chercheurs le concept de capital social est utilisé comme synonyme des réseaux sociaux (Forsé, 1997).

Toutefois, c'est à Nan Lin (1982 ; 1995) que revient l'explication du lien entre le capital social et les réseaux sociaux à travers sa théorie des ressources sociales. Ce lien a été bien précisé par Lin (1999) en considérant que les deux concepts «*capital social*» et «*ressources sociales*» sont équivalents. A cette équivalence, Lin (1999) fait une distinction sur le plan analytique selon laquelle «*les ressources sociales*» sont utilisées au niveau empirique alors que «*le capital social*» est utilisé au niveau théorique général : «*At the empirical and research levels, social resources are used, whereas at the general theoretical level, social capital is employed*» (Lin, 1999, P.471).

D'autre part, Lin fait la distinction entre deux formes de capital social : celui engendré par les réseaux sociaux et celui qui renvoie à la mobilisation des ressources réticulaires. Cependant Lin ne donne pas d'importance à la dynamique du capital social.

La démarche que nous utilisons dans cette étude s'inscrit dans la première forme du capital social, caractérisée par Lin : «*resources accessed in ego's general social network*» (Lin, 1999, P.491), c'est-à-dire «*le capital structurel*», mais nous ajoutons à cette approche une dimension dynamique, ce qui constitue le point de différence avec la conception de Lin.

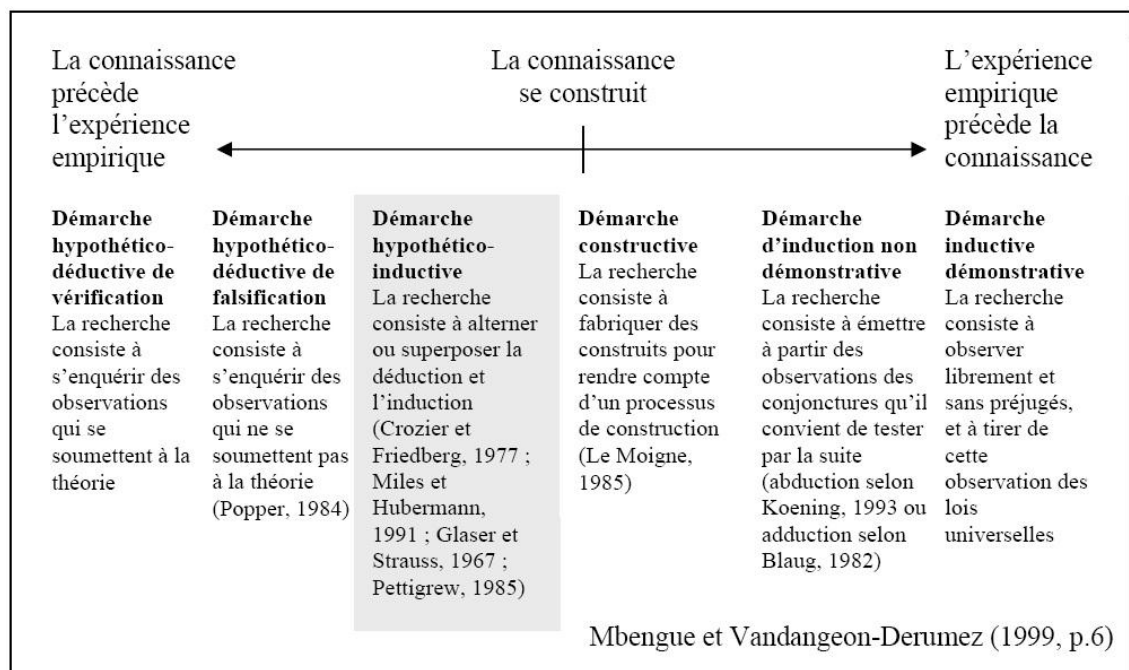
Nous précisons donc, que dans cette étude, nous nous concentrons sur le capital social intégré dans le réseau personnel de l'entrepreneur et ses effets en matière d'accès aux ressources nécessaires pour la création d'une micro-entreprise.

A la suite de Stam et al (2013), nous définissons un entrepreneur comme le fondateur, propriétaire d'une micro-entreprise. Nous considérons aussi, comme réseau personnel de l'entrepreneur l'ensemble des contacts directs de l'entrepreneur utilisés dans le contexte entrepreneurial de création de l'entreprise, ainsi que les relations entre eux (Dubini et Aldrich, 1993). Pour décrire le processus entrepreneurial, nous retenons la vision de Bruyat (1993) qui le considère comme l'accomplissement d'un grand nombre d'actions et la prise de nombreuses décisions dans une démarche progressive et évolutive dans le temps ; et qui peut être scindé en trois phases : le déclenchement du processus, l'engagement du processus et l'achèvement du processus.

Choix méthodologique :

Il nous semble important de présenter notre choix en termes de raisonnement pour donner une vision d'ensemble de notre démarche en expliquant les outils méthodologiques. Dans sa finalité descriptive et compréhensive, notre recherche ne prétend pas produire des connaissances généralisables. En effet, l'objectif de notre réflexion est de comprendre le phénomène de création de micro-entreprises dans une approche par le capital social. Dans ce sens, et partant de la classification de Mbengue et Vandangeon-Derumez (1999), nous nous inscrivons dans une démarche hypothético-inductive, comme le montre la figure 2

Figure 2 : Relation entre la théorie et les observations empiriques.



En effet, dans cette recherche, nous superposons l'induction et la déduction associées à une combinaison des méthodes d'investigation qualitatives et quantitatives dans la mesure où les deux méthodes sont complémentaires, comme le fait valoir Couvreur et Lehuede ; «*Les techniques qualitatives et quantitatives /...../ peuvent être complémentaires, notamment s'il s'agit de traiter de sujets encore peu abordés* » (2002, P.20).

Notre recherche a pu progresser à partir de notre revue de la littérature académique, et à la suite de nos analyses issues de l'étude du terrain qui ont permis de progresser dans notre travail.

D'une part, l'approche qualitative s'adapte bien à la nature exploratoire de l'objectif que nous étudions en première étape, formulé par la question suivante : « **Comment se forme le capital social de l'entrepreneur le long du processus de création de l'entreprise ?** », ce qui est une interrogation sur un domaine mal connu dans le contexte algérien. Ainsi, et comme préalable à notre démarche quantitative, nous avons procédé à une étude qualitative adaptée par entretiens guidés avec questionnaire. Lors de cette démarche qualitative, l'induction retenue nous a permis une reformulation de l'hypothèse de recherche ainsi que la rédaction du questionnaire.

D'autre part, pour opérationnaliser nos hypothèses, nous avons procédé à une étude quantitative par questionnaire dans le but de tester nos hypothèses de manière empirique. Cette démarche a pour objectif de répondre à notre seconde question cherchant à savoir : « **quel est l'impact du capital social de l'entrepreneur sur l'accès aux ressources nécessaires à la création de l'entreprise ?** ».

Notre démarche combine les instruments qualitatifs et quantitatifs :

- Qualitatif pour découvrir, décrire et illustrer.
- Quantitatifs pour découvrir.

Dans notre mode de raisonnement, ce sont les résultats de l'étude qualitative qui nous ont permis de progresser dans notre travail. L'induction a été présente et elle est intervenue à deux niveaux :

- En premier lieu, l'étude qualitative a permis de décrire et illustrer l'évolution de la forme du capital social entrepreneurial.
- En second lieu, les résultats issus de l'étude qualitative nous ont permis de reformuler notre question de recherche et d'approfondir notre modèle d'analyse.

Alors que la déduction a été présente lors de l'étude quantitative qui a permis la validation du modèle de recherche.

Objectifs et contributions de la recherche :

Notre objectif fondamental est de faire avancer les connaissances quant à la manière dont les entrepreneurs créateurs de micro-entreprises mobilisent et utilisent leur capital social pour accomplir leur processus de création ; et ce, à travers :

- La compréhension des mécanismes de constitution du capital social entrepreneurial.
- Donner une vision générale sur les types de ressources dont l'entrepreneur aura besoin le long du processus entrepreneurial.
- Comprendre le rôle du capital social dans le processus entrepreneurial à travers une description détaillée portant sur les composantes du capital social et leurs effets en termes d'accès aux ressources nécessaires pour la concrétisation de chaque étape du processus entrepreneurial.

Par cette étude portant sur l'impact du capital social sur le processus de création de micro-entreprises, nous situons l'ambition de notre recherche à trois niveaux d'intérêts :

1. L'intérêt méthodologique qui réside principalement dans la conduite d'une recherche combinant une étude qualitative par entretiens avec questionnaire, et une autre quantitative, en exploitant le continuum qui relie les deux approches proposées par Daniel Bô (voir explication au troisième chapitre de cette thèse).
2. L'intérêt académique consiste à montrer que le capital social de l'entrepreneur se forme évolutivement avec le déroulement du processus entrepreneurial et que son utilisation par l'entrepreneur diffère d'une étape à l'autre. Et de tester son impact sur la facilité d'accès aux ressources nécessaires à la concrétisation du processus de création. Notre travail s'inscrit pleinement dans la vision de Gartner (1988) qui recommande de décrire le comportement des entrepreneurs dans une approche dynamique par le processus.

3. L'intérêt pratique réside au fait d'avoir ciblé par notre étude les entrepreneurs créateurs de micro-entreprises dans le cadre des dispositifs d'aide à la création mis en place par les pouvoirs publics algériens, les résultats attendus vont nous permettre de déterminer la nature d'aide et de soutien dont les entrepreneurs ont besoin et à quelle étape du processus de création. Et ce, dans le but de contribuer à l'amélioration du soutien et de l'accompagnement que fournissent les institutions de l'Etat aux porteurs de projets de création de micro entreprises afin qu'ils soient capables de devenir moteur de développement.

Plan de recherche :

La présentation de la recherche est structurée en deux parties. Une première partie est consacrée à l'élaboration d'un cadre théorique relatif à notre problématique de recherche. Une seconde partie est consacrée à détailler notre étude du terrain et les résultats de la recherche.

- La première partie présente le cadre théorique de la recherche en trois chapitres. Le premier chapitre est consacré au concept de capital social. Tenant compte de la contingence sociale et en s'inscrivant dans l'approche par le processus, le deuxième chapitre s'interroge sur le rôle du capital social de l'entrepreneur dans le processus entrepreneurial. Le troisième chapitre présente les théories des réseaux sociaux mobilisées pour l'étude du capital social de l'entrepreneur, ainsi que le cadre d'analyse comme guide pour notre étude empirique.

- La deuxième partie est consacrée à l'étude empirique. Elle précise dans le quatrième chapitre le contexte de l'étude ainsi que l'approche méthodologique suivie. Le cinquième chapitre présente l'étude qualitative alors que l'étude quantitative fera l'objet du sixième et dernier chapitre de cette thèse.

Le présent travail se termine par une conclusion générale qui résume l'étude et présente ses contributions et révèle aussi ses limites, ainsi que les perspectives pour le développement des recherches futures.

Thèse défendue :

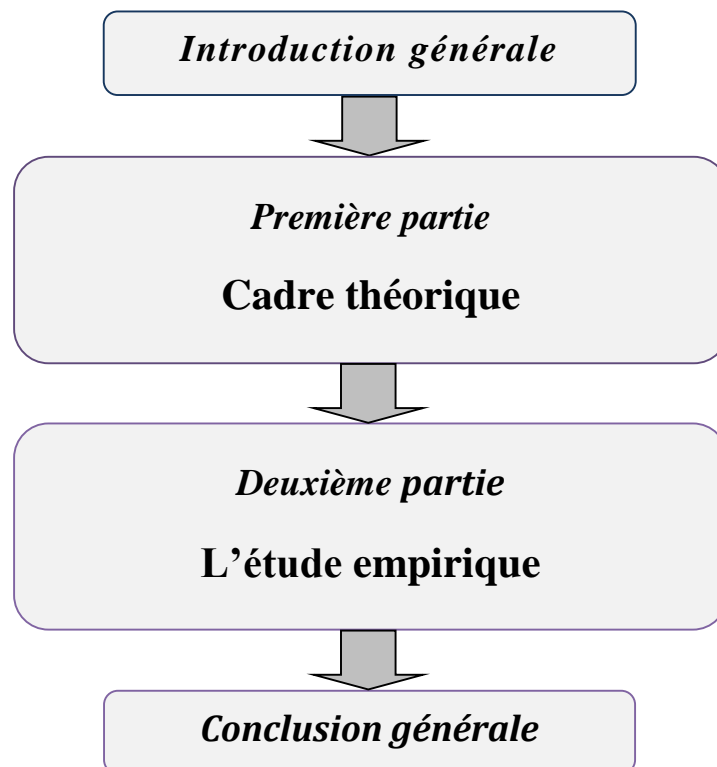
Les principaux résultats obtenus dans cette étude nous permettent de défendre la thèse suivante : dans le cas des entrepreneurs algériens créateurs de micros entreprises, la formation du capital social entrepreneurial est contingente aux étapes du processus entrepreneurial et à la complexité des tâches auxquelles l'entrepreneur est confronté.

Ce capital social a un effet positif sur le processus entrepreneurial en facilitant à l'entrepreneur l'accès aux diverses ressources nécessaire pour créer son entreprise. Plus précisément, c'est la dimension relationnelle du capital social qui facilite le plus l'acquisition des ressources. En d'autre terme, ce sont les normes de confiance mutuelle et de la bonne volonté, qui agissent le plus sur le degré de facilité d'accès aux ressources.

De ce fait, nous confirmons que la concrétisation du processus entrepreneurial dépend des relations sociales dans lesquelles l'entrepreneur est engagé.

La figure 3, ci-dessous présente la structure de notre travail.

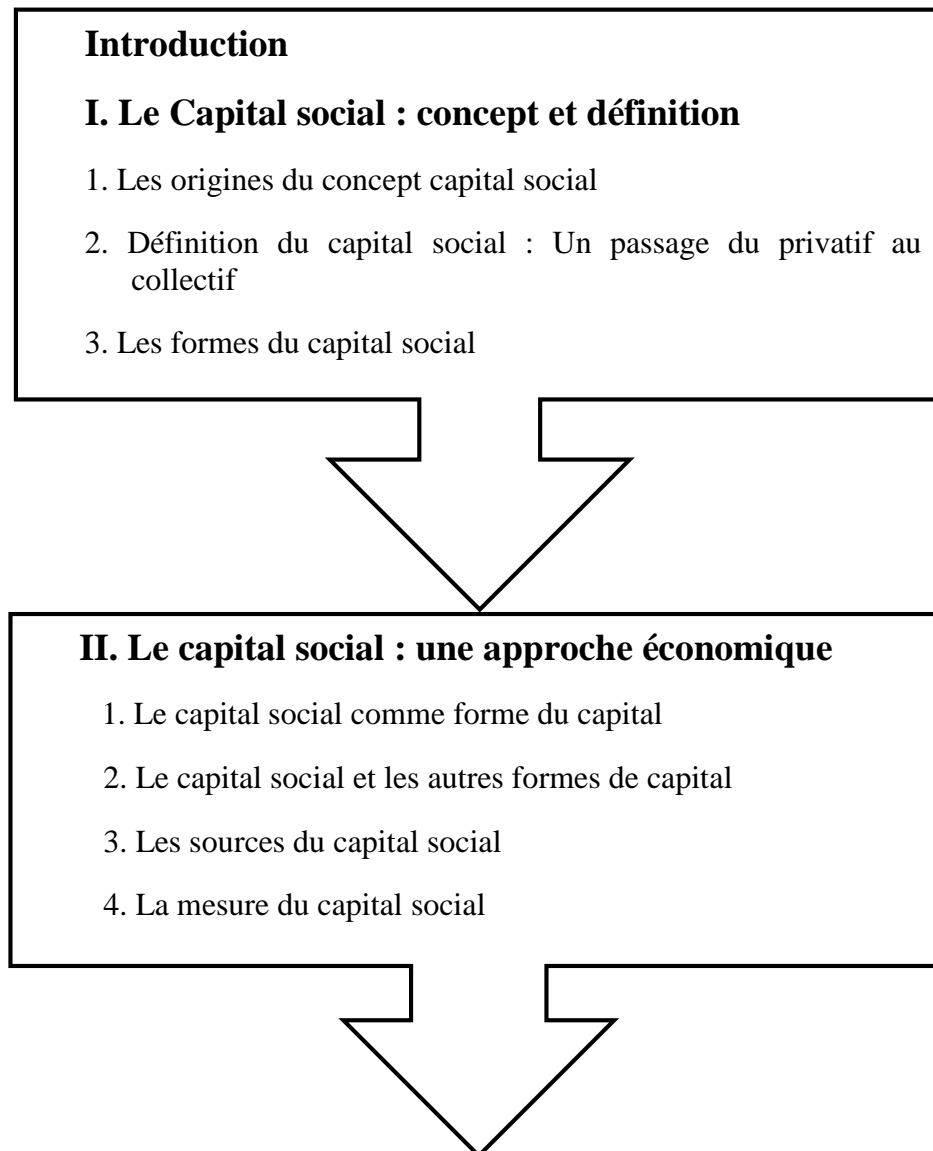
Figure 3 : Plan de la thèse



Partie 1 : cadre théorique

Chapitre 1 : le capital social : un concept emprunté de la sociologie

Figure 4 : Plan du chapitre 1



Introduction :

Bien que le mot " capital " soit un concept économique traditionnel, le terme " capital social " a émergé comme un terme technique sociologique dans la seconde moitié du siècle mourant. Le concept de capital social a été développé principalement dans les sujets de sociologie de la science politique. Au cours des dernières décennies, le concept de capital social a été activement traité dans la littérature grâce aux travaux des scientifiques sociaux des Etats-Unis et de la France, le considérant comme un facteur pertinent du développement que ce soit au niveau collectif ou individuel. En effet, des sociologues de renom ont utilisé le terme « capital social » pour différents domaines d'impact : James Coleman (1988) aux Etats-Unis pour l'éducation ; Robert Putnam (1993) pour le développement économique dans le nord et sud de l'Italie ; Pierre Bourdieu (1983) en France pour la stratification sociale.

Le capital social a gagné une large acceptation comme un point de vue théorique pour comprendre et prévoir les relations sociales intégrées dans les structures sociales des sociétés (Putnam, 1993). Il est aussi considéré comme étant la capacité des gens à travailler ensemble pour des fins communes dans des groupes et des organisations (Coleman, 1988). Au niveau individuel, le capital social constitue un facteur de réussite professionnelle (Burt, 1992), il aide les individus à trouver un emploi (Granovetter, 1973) ; et, est de plus en plus déployé dans les études économiques.

Toutefois, et malgré sa popularité, le concept de capital social est difficile à définir. En effet, le grand intérêt qu'a suscité le capital social a généré de multiples définitions, conceptualisations et mesures.

Le présent chapitre traite donc des différentes conceptualisations et approches du capital social issues de la littérature.

Ce chapitre est donc structuré comme suit : tout d'abord, dans la première section, le capital social a été examiné et présenté (origines, définitions et formes). La seconde section présente le capital social dans une approche économique.

I- Le Capital social : concept et définition

Après avoir été développé dans les années 70-80 aux Etats-Unis et en France par certains auteurs renommés tels que James Coleman, Robert Putnam et Pierre Bourdieu, le concept de capital social a connu une énorme attention ces dernières décennies. Comme le souligne Portes (1998), le concept de capital social est de plus en plus utilisé tant dans les milieux académiques que dans l'univers de l'intervention sociale où il est considéré comme la nouvelle voie à suivre pour favoriser la réussite des projets de développement économiques et sociaux.

Mais malgré sa popularité, le capital social demeure encore un concept flou et difficile à cerner (Ponthieu, 2004). La principale difficulté avec le terme « capital social », réside au fait que les auteurs traitent de plusieurs choses pour décrire cette notion qui a fait l'objet de recherches dans différentes disciplines. Globalement, et comme le fait distinguer le rapport de l'OCDE (2001), le concept de capital social, peut être envisagé sous, au moins, quatre principaux angles :

- Premièrement le point de vue anthropologique³, qui considère que les humains ont un instinct naturel d'association.
- De leur côté, les sociologues en parlant du capital social, décrivent les normes sociales (la confiance, les normes de réciprocité et les réseaux d'engagement civiques), ainsi que les sources de la mobilisation humaine.
- Un troisième point de vue est celui des courants des sciences politiques qui met l'accent sur le rôle des institutions, des normes politiques et sociales dans la détermination du comportement humain.
- Enfin, les points de vue économiques partent de l'hypothèse selon laquelle les individus maximisent leur utilité personnelle en décidant d'interagir avec d'autres.

Il semble ainsi, que la notion de capital social est utilisée à différentes fins et que sa diffusion fulgurante a impliqué la production d'une multitude d'approches ou de conceptions différentes. C'est ce que Bevort et Lallement (2006) ont montré dans une investigation sur les conditions dans lesquelles la notion de capital social a connu son grand succès dans les années quatre-vingt-dix. Les deux auteurs ont distingué que le

³ L'OCDE (2001) cite l'exemple de Fukuyama (1999) qui souligne le fondement biologique de l'ordre social, le capital humain ayant selon cet auteur ses racines dans la nature humaines.

nombre d'articles et d'ouvrages consacrés au capital social a augmenté suite à la publication des fameux « Bowling Alone »⁴ de Robert Putnam (1995,2000).

Bevort et Lallement (2006) ajoutent que cette littérature sur le capital social couvre plusieurs champs scientifiques dont trois sont plus réceptifs à la notion du capital social : la santé, le développement économique et la socio-économie, comme l'indique le tableau 1.

Tableau 1 : Le capital social en revue (1990-2004)

Reuves	Nombre d'articles relatifs au capital social
Social Sciences & Medecine	60
World Development	37
Journal of Socio-Economics	27
Social Sciences Research	10
Research in the Sociology of Organisation	10
Agricultural System	09
Healt & Place	09
Journal of Economic Behavior & Organisation	09
Ecological Economics	07
Technovation	07
Social Network	07

Source : Bevort et Lallement (2006, p.21).

Dans cette première section nous présentons en premier lieu les origines du concept de capital social, puis nous exposons les différentes définitions avancées par les auteurs adeptes notamment Bourdieu, Coleman et Putnam. Nous finissons par les différentes formes du capital social, issues de ses multiples conceptions.

⁴ Putnam R; (1995), « Bowling Alone: American's Declining Social Capital", Journal of Democracy, 6 (1), P.65-78.

Putnam R. (2000), Bowling Alone: The collapse and Revival of American Community, New York, Simon & Schuster. Cité par Penthieux (2006),

1-1 Les origines du concept capital social :

Le capital social qui connaît un engouement ces dernières années, mobilisant de plus en plus des recherches de toutes disciplines des sciences humaines, n'est pas une découverte. Il s'agit en fait, d'une redécouverte d'un ancien concept dont les origines remontent à la fin du XIX^{ème} siècle et le début du XX^{ème} siècle, dans les idées de quelques penseurs de sociologie et des sciences politiques, tels que Alexis de Tocqueville (1805-1859)⁵, Emile Durkheim (1858-1917)⁶, Max Weber (1864-1920)⁷, Georg Simmel (1858-1938)⁸. D'après Grandelis, ces auteurs « *poursuivent une profonde interrogation sur la façon dont les démocraties articulent la société politique. Et leurs travaux peuvent être considérés comme des anticipations des théories du capital social* » (Grandelis, 2007 ; P.8).

Dans un premier temps, le terme capital social était utilisé pour porter l'attention sur les possibles bénéfices individuels et collectifs de la société. Tocqueville, par exemple, a montré les avantages de l'engagement civique qui s'oppose au désavantage de l'individualisme, comme le note Baret et Maciel : « *Selon lui, l'engagement civique des citoyens et le maintien de la valeur d'égalité, plus que de liberté, constituent le socle de la démocratie. L'individualisme⁹ constitue un grave danger* » (Baret et Maciel, 2004, p.2).

Dans le même ordre d'idée, Durkheim trouve que la vie communautaire et bénéfique pour l'individu et la collectivité en constituent une protection contre l'anomie et le suicide (Baret et Maciel, 2004).

⁵ Alexis de Tocqueville, né à Paris 1805 et mort à Cannes 1859, est un philosophe politique, homme politique, historien, précurseur de la sociologie et écrivain français. Il est célèbre pour ses analyses de la Révolution française, de la démocratie américaine et de l'évolution des démocraties occidentales en général.

⁶ David Émile Durkheim (15 avril 1858, Épinal - 15 novembre 1917, Paris) est l'un des fondateurs de la sociologie moderne. C'est grâce à Lui et à l'École qu'il formera autour de la revue *L'Année sociologique* (1898) que la sociologie française a connu une forte impulsion à la fin du XIX^e siècle.

⁷ Max Weber, né en 1864 et mort en 1920, est un économiste et sociologue allemand, Il est l'un des fondateurs de la sociologie moderne et l'un des premiers à avoir pensé la modernité d'un point de vue critique.

⁸ Georg Simmel, né en 1858 à Berlin en Allemagne et mort en 1918 à Strasbourg, est un philosophe et sociologue allemand. Sociologue atypique et hétérodoxe, Son ouvrage *Philosophie de l'argent* (publié en 1900) est considéré comme son chef-d'œuvre.

⁹ D'après Baret et Maciel (2004), Tocqueville souligne que : « L'individualisme est un sentiment réfléchi et paisible qui dispose chaque citoyen à s'isoler de la masse de ses semblables et à se retirer à l'écart avec sa famille et ses amis ; de telle sorte que, après s'être ainsi créée une petite société à son usage, il abandonne volontiers la grande société à elle-même » (Tocqueville, 1840. Partie 2)

L'utilisation implicite du terme capital social se trouve aussi chez Max Weber qui, selon Polciniczak (2003), est considéré comme étant le premier à avoir établi un lien direct entre le capital social et l'action économique : « *bien que Weber n'ait pas employé le terme de capital social, il a conçu l'idée que les réseaux de relations sociales pourraient être un instrument influençant de manière décisive l'activité économique* » (Polciniczak, 2003 ; P.8). Tandis que la première utilisation directe du terme « capital social », revient selon l'OCDE (2001), à Lyda Judson Hanifiain (1916), qui évoquait l'importance du capital social pour l'éducation et les communautés. Il écrit en 1920 dans son ouvrage intitulé « The community center » : « *Dans l'utilisation de l'expression " capital social " aucune référence ici n'est faite à l'acception habituelle du terme " capital ", excepté dans un sens figuratif. Nous ne nous référons pas à l'immobilier ou à la propriété personnelle ou à l'argent comptant, mais plutôt à (...) : la bonne volonté, la camaraderie, la sympathie et les rapports sociaux entre les individus et les familles qui composent une unité sociale (...) la communauté dans l'ensemble bénéficiera de la coopération de toutes ses parties, alors que l'individu trouvera dans ses associations les avantages de l'aide, de la sympathie et de la camaraderie entre les voisins (...), il doit y avoir une accumulation de capital social de communauté (...) ce capital social peut facilement être orienté vers l'amélioration générale du bien-être de la communauté* » (Cité par Polciniczak, 2003 ; P.6-7).

Ainsi, il apparaît clairement que le concept de capital social n'est pas une découverte, mais une redécouverte faite au début des années 1960 aux Etats-Unis, puis en Europe après deux décennies et plus exactement au début des années 1980. En effet, en 1961, l'expression « capital social » apparaît explicitement pour la première fois chez Jane Jacobs dans une étude sur les communautés urbaines américaines, et les réseaux de relations personnelles développées dans le temps. Elle écrit : « *ces réseaux constituent le capital social irremplaçable d'une ville. Toutes les fois que le capital est perdu, (...), le résultat qu'il procure disparaît, pour ne jamais revenir à moins que lentement et par chance un nouveau capital soit accumulé* » (Jacobs, 1961 : P.138)¹⁰.

Cependant, ce n'est qu'à partir des années 1980 que la notion du capital social a été véritablement théorisée par certains auteurs contemporains dont principalement, le sociologue français Pierre Bourdieu (1980). Ce dernier est considéré comme le premier à

¹⁰ Citée par Polciniczak (2003), Jacobs J. (1961), *the death and life of great American cities*, Random Books, New York.

avoir proposé une définition¹¹ du capital social. Puis il a été suivi par d'autres auteurs comme Nan Lin (1982)¹² qui a abordé la notion du capital social dans le cadre de la théorie sociologique des ressources ; le sociologue américain James Coleman (1988) qui a souligné la complémentarité du capital social avec le capital humain ; Robert Putnam (1995)¹³ le politologue américain qui a insisté sur le rôle de l'engagement civique et la cohésion sociale ; Ainsi que deux auteurs : Mark Granovetter (1995) et Ronald Burt (1992), considérés comme les pères fondateurs de la théorie des réseaux sociaux et principaux tenants de la nouvelle sociologie économique.

A travers ce bref aperçu historique¹⁴, nous retenons que le capital social est un concept multidisciplinaire ; ce qui implique une diversité d'approches et de points de vue. Et bien que les sociologues et les anthropologues en aient été les pionniers, il semble que le renouveau contemporain du concept de capital social, s'est marqué par sa conceptualisation par les économistes qui, d'après Sirven (2000), ont exploré la relation entre le domaine social et la situation économique.

1-2 Définition du capital social : Un passage du privatif au collectif

Dans la littérature académique, en raison de la pléthore de définitions entourant le concept, il y a absence inquiétante de consensus sur une seule définition généralement reconnue du capital social. Comme le fait remarquer Ponthieux : « *la question du capital social, bien qu'elle soit simple dans son essence, est loin d'être tranchée. On recense autant de définitions du capital social de chercheurs qui ont en fait le concept central de leurs analyses* » (Ponthieux, 2003). En effet après les travaux de Coleman et Putnam, le concept du capital social a attiré l'attention de plusieurs chercheurs de différentes disciplines ainsi que certaines institutions telles que l'OCDE et la Banque Mondiale. Comme le montre le tableau 2, le capital social est loin de faire l'unanimité sur sa définition.

¹¹ Cette définition sera présentée et commentée dans la section suivante.

¹² Cité par Polcinczak (2003); Lin N. (1982), « Social resources and instrumental action », in Marsden et Lin (eds), *Social Structure and network analysis*, CA: Sage, Beverley Hills, P.131-145.

¹³ Putnam R. (1995) Op-cité.

¹⁴ Pour une revue généalogique détaillée, se référer aux travaux de Bevort et Lallement (2003)

Tableau 2 : Les définitions du capital social

Auteurs	Année	Définition du capital social
Bourdieu	1980	« <i>Le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissances et d'inter-reconnaissances. [...]. Le volume de capital social que possède un agent particulier dépend donc de l'étendue du réseau des liaisons qu'il peut effectivement mobiliser et du volume du capital (économique, culturel ou symbolique) possédé en propre par chacun de ceux auxquels il est lié</i> » (1980, p. 2).
Coleman	1990	« <i>Social capital is defined by its function. It is not a single entity, but a variety of different entities having two characteristics in common: They all consist of some aspect of social structure, and they facilitate certain actions of individuals who are within the structure</i> » (1990, p. 302)
Burt	1992	« <i>The player has social capital: relationships with other players. You have friends, colleagues, and more general contacts through whom you receive opportunities to use your financial and human capital</i> » (1992, p. 9).
Fukuyama ¹⁵	1995	« <i>the ability of people to work together for common purposes in groups and organizations</i> » (1995b, p. 10)
Porte	1998	« <i>The ability of actors to secure benefits by virtue of membership in social networks or other social structures</i> » (1998, p. 6).
Nahapiet Ghoshal	1998	« <i>The sum of the actual and potential resources embedded within, available through, and derived from the network of relationships possessed by an individual or social unit. Social capital thus comprises both the network and the assets that may be mobilized through that network</i> ». (1998, p. 243).
Putnam	2000	« <i>Social capital refers to connections among individuals – social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them.</i> » (2000, p. 19).
OCDE	2001	« Réseaux, ainsi que normes, valeurs et convictions communes qui facilitent la coopération au sein de groupes ou entre eux-ci ».
Banque Mondiale	2001	« Social capital refers to institutions, relationships and norms that shape the quality and quantity of a society's social interactions »
Adler et Kwon	2002	« <i>Social capital is the goodwill available to individuals or groups. Its source lies in the structure and content of the actor's social relations. Its effects flow from the information, influence, and solidarity it makes available to the actor</i> ».

¹⁵ Fukuyama F. (1995), *Trust: The social values and the creation of prosperity*, New York: The Free Press, cite par Ponthieux (2003).

Toutefois, même s'il existe un consensus relatif, la notion de capital social semble se démultiplier dans des définitions toutes différentes. Dans ce sens, Paturel et al trouvent que : « *la difficulté à s'accorder ne réside pas dans l'utilité même du capital social puisque la littérature lui reconnaît d'une seule voix la valeur de ressources dans la conduite des affaires sociales (Bourdieu, 1980 ; Coleman, 1988 ; Baker, 1990 ; Burt, 1992 ; Nahapiet et Ghoshal, 1998 ; Portes, 1998), mais résulte plutôt de la divergence des éclairages privilégiés par chacun* » (Paturel et al, 2005, p.2).

La divergence des conceptions est nettement observable chez les trois auteurs considérés comme étant les pères fondateurs du concept social, à savoir : Pierre Bourdieu, James Coleman et Robert Putnam.

Nous présentons dans ce qui suit un examen des différentes définitions avancées par ces adeptes pour en extraire leurs points de divergence ou de convergence.

1.2.1 La définition du capital social chez Bourdieu (1980) :

Le sociologue français Pierre Bourdieu n'est certainement pas le premier à avoir utilisé le terme capital social, mais avec la parution en 1980 de son fameux article intitulé ; « *capital social, notes provisoires* », il a énormément contribué à installer la notion de capital social dans le vocabulaire de la sociologie : « *notion qui s'est imposée comme le seul moyen de désigner le principe d'effets sociaux /.../ qui ne se laissent pas réduire à l'ensemble des propriétés individuelles possédées par les agents déterminés* » (Bourdieu, 1980, P.1). Il avance une définition instrumentale du capital social : « *le capital social est l'ensemble de ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissances et d'inter-reconnaissance* » Bourdieu (1980, P.2).

Dans cette définition, deux éléments essentiels sont à souligner : les ressources et les réseaux de relations. Le premier élément est inclus dans le second, selon la vision de Bourdieu, les gens tirent leur bénéfice de leur appartenance à des réseaux et que ceux-ci sont le produit de stratégies individuelles : « *l'existence d'un réseau de liaison n'est pas un donné naturel, ni même " donné social ", constitue une fois pour toutes et pour toujours par un acte social d'institution /.../, mais le produit du travail d'instauration et d'entretien qui est nécessaire pour produire et reproduire des liaisons durables et utiles, propres à procurer des profits matériels ou symboliques* » (Bourdieu, 1980, P.2).

Bourdieu souligne que la capacité d'action d'un acteur, soit un individu (Bourdieu, 1980, 1986) ou une entreprise (Bourdieu, 2000) dépend des différentes ressources dont il dispose que ce soit les ressources tangibles ou intangibles. Ainsi, il fait la distinction entre trois formes de capital que les acteurs utilisent pour atteindre leurs objectifs : le capital économique, le capital social et le capital culturel (Bourdieu, 1980, 1986). Puis, il a ajouté d'autres formes de capitaux, tels que le capital symbolique, technologique et commercial (Bourdieu, 2000).

1.2.2 Le capital social dans la vision de Coleman (1988) :

Dans l'ambition d'intégrer les approches sociologiques et économiques, le sociologue américain James Coleman inscrit sa démarche dans le cadre de l'individualisme méthodologique¹⁶ « *son objectif est de dépasser cette dichotomie et de fournir un pont entre les analyses micro et macro des phénomènes socio-économiques, par l'introduction des choix rationnels en sociologie* » (Bevort et Lallement, 2006, p.7).

Coleman est considéré comme l'origine de la révélation académique du concept de capital social et le premier auteur à avoir adopté une conception fonctionnaliste du capital social. Il le définit comme étant les caractéristiques de la structure qui facilitent les actions des individus : « *social capital is defined by its fonction. It is not a single entity, but a variety of different entities having two characteristics in common: They all consist of some aspect of a social structure and they facilitate certain actions of individuals who are within the structure. Like other forms capital, social capital is productive, making possible the achievement of certain ends that in its absence would not be possible* ». (Coleman, 1988 : P.598). Dans cette définition, l'auteur avance deux idées fondamentales : la première concerne les relations qui s'organisent entre les structures sociales. La seconde est l'effet bénéfique de ces structures qui facilitent les actions individuelles en procurant des ressources qui constituent le capital social (Ponthieux, 2004). Coleman stipule qu'il existe différentes formes de structures sociales pouvant être des éléments du capital social, à savoir : les systèmes d'attentes et d'obligations

¹⁶ Selon l'encyclopédie Libre WIKIPEDIA, l'individualisme méthodologique est un paradigme de sciences sociales, selon lequel les phénomènes collectifs peuvent (et doivent) être décrits et expliqués à partir des propriétés et des actions des individus et de leurs interactions mutuelles (approche ascendante). Cette approche s'oppose à l'holisme, selon lequel les propriétés des individus ne se comprennent pas sans faire appel aux propriétés de l'ensemble auxquels ils appartiennent (approche descendante).

réciproques, les canaux relationnels et les systèmes de normes sociales. Il ajoute que la capacité de la structure à produire du capital social dépend de certaines caractéristiques :

- Le système des attentes réciproques et des obligations dépendent du degré de confiance mutuelle dans une structure sociale : « *Si A fait quelque chose pour B, en croyant que B lui rendra la pareille dans le futur, cela crée l'attente de A, et l'obligation de B (Sauf si B n'est pas digne de confiance* » (Bevort et Lallement, 2006).
- Les relations sociales et les canaux de communication informels que les individus entretiennent, véhiculent des informations utiles.
- L'existence de normes et l'assurance de leur application influencent les comportements des individus et facilitent le contrôle social en réduisant le recours aux outils de contrôle formel.

Toutefois, en considérant que des aspects de la structure facilitent les actions des individus pour atteindre leurs objectifs dans la structure, Coleman ne décrit pas d'emblée un objet aux contours très net. D'autre part, en décrivant le capital social par sa fonction : un ensemble d'entités qui produisent un résultat dans la structure, donnant ainsi une confusion entre le capital social et ce qu'il produit.

De ce fait, la définition de Coleman semble assez obscure et a fait l'objet de certaines critiques dont Michaux (2008) en cite les trois principales : « *i) Avoir mis des éléments hétérogènes sur le même plan (les déterminants, les ressources et les résultats du capital social), conduit à une confusion certaine. ii) Il y a forte ambiguïté quant au caractère individuel (une ressource permettant aux individus d'atteindre plus facilement les objectifs personnels) ou collectifs (attente de résultats collectifs et notion de "bien public" ou de "bien collectif" du capital social. iii) Les phénomènes décrits ne sont-ils pas tout simplement des ressources plutôt qu'un capital proprement dit ? En effet, Coleman décrit des phénomènes non-intentionnels alors que la notion de capital renvoie à la notion d'investissement (renonciation au présent pour un bénéfice futur* » (Michaux, 2008 : P.5).

1.2.3. Le capital social chez Putnam (1995) : des dimensions multiples

Le politologue Robert Putnam est celui qui a largement contribué à la généralisation des travaux de Coleman aux Etats-Unis et au nouvel engouement pour la notion du capital social, suite à ses travaux de recherches réalisées dans des provinces italiennes, dont il a établi un rapport entre les formes d'organisation sociale et la formation du capital social. Puis, ses recherches aux Etats-Unis sur les facteurs qui déterminent les performances « démocratiques » des sociétés (Putnam, 1993, 1995, 2000)¹⁷.

En définissant le capital social Putnam a identifié les multiples dimensions (individuelles et collectives ; privées et Publiques, ...) caractéristiques du capital social : « *Par analogie avec les notions de capital physique et capital humain - outils et instruments de développement qui améliorent la productivité individuelle - le « capital social » renvoie aux caractéristiques des organisations sociales tels que les réseaux, les normes et la confiance sociale qui facilitent la coordination et la coopération en engendrant un bénéfice mutuel* » (Putnam, 1995 : P.67, cité par Lallement 2006). Cette définition est la plus citée par les auteurs, mais pas l'unique, et comme le fait remarquer Ponthieux (2006, P.96), cette définition diffère légèrement de celles qu'il a avancées en 1993 et 2000. En 1993 : « *Le capital social correspond aux aspects de l'organisation sociale, telle que la confiance, les normes et les réseaux, qui peuvent améliorer l'efficacité de la société en facilitant la coordination* » (Putnam, 1993 : P.167) ; en 2000, « *le capital social renvoie aux connexions entre les individus - les réseaux sociaux et les normes de réciprocité et d'honnêteté qui se forment dans ces réseaux* » (Putnam, 2000 : P.18-19). L'aspect essentiel dans la vision de Putnam, est la qualité des relations sociales et en particulier la confiance, en considérant que les réseaux et les normes de réciprocité sont des atouts majeurs pour le bon fonctionnement de la société : « *Ils ont de la valeur pour les gens qui en fait partie [des réseaux] et ils ont, au moins dans certains cas des effets externes démontrables, ce qui fait que le capital social présente à la fois un caractère public et privé* » (Putnam, 2001 a)¹⁸. Ce qui importe donc pour Putnam, ce sont

¹⁷ En 1993, Putnam a publié son livre intitulé: Making Democracy Work, civic, tradition in Italy. C'est sa recherche fondatrice sur les conditions dans lesquelles les institutions politiques sont performantes.

- En 1995, son article : « Bowling Alone : American's Declining Social capital » in the journal of Democracy, constitue le point de la relance du capital social.

- En 2000, dans son article : « Bowling Alone : The collapse rival of american community », Putnam fait une revue systématique des tendances de l'engagement civique, des raisons du déclin pour lesquelles le déclin est grave, assorti d'un programme de sauvetage du capital social américain. (Ponthieux, 2004 : P.6)

¹⁸ Cité par Lallement (2006), Putnam R., 2001 a, « Mesure et conséquence du capital social », ISUMA, vol.2, n°1, Printemps, P.1-18.

les effets externes du capital social, tout en mettant en évidence l'existence de corrélation entre le niveau du capital social et l'esprit civique¹⁹ (Lallement, 2006).

Ponthieux (2004 : P.9) fait remarquer que la troisième définition avancée par Putnam (2000), diffère de celle adoptée depuis 1993 en faisant intervenir les mêmes notions, mais dans un ordre inversé. Putnam met en évidence la liaison entre les éléments qui composent le capital social : par leur insertion dans les réseaux, que ce soit formels (associations, partis politiques, syndicats, etc.) ou informels (tels que les relations de voisinage), les individus développent des relations de confiance et de réciprocité entre eux. Le capital social c'est : « *Les relations entre les individus : les réseaux sociaux et les normes de réciprocité et de confiance qui en émanent* » (Putnam, 2001).

Ainsi, certains auteurs reprochent à Putnam d'avoir une vision étroite et horizontale du capital social en considérant qu'il ne procure que des effets positifs en terme de bien-être et de productivité, alors qu'il peut y avoir un côté négatif. Dans ce cadre, certaines études ont montré que le cloisonnement dans certaines structures relationnelles peut entraîner des relations socialement non désirées, comme les groupes du narcotrafic en Amérique Latine, les familles de la mafia, les cercles de jeux, etc. (Portes, 2000 : P.146-149).

Certains trouvent que les arguments de Putnam sont considérés comme étant trop simplistes : il utilise le capital comme un concept permettant de comprendre tous les problèmes civiques, politiques et communicationnels (Matos, 2008), et qu'il facilite la vie, alors que son déclin expliquerait tout malaise social. Durlauf (2002) souligne que dans ces avancées, Putnam ne part pas de vraies hypothèses théoriques sur les relations entre le capital social et ses effets. De sa part, Ponthieux (2003) trouve dans la vision de Putnam, un brouillard conceptuel qui risque de mélanger ce que le capital social fait, de ce qu'il est, et la conclusion tautologique semble être que le capital social résulte du capital social et crée du capital !

De Bourdieu à Putnam, les définitions proposées du concept capital social, nous permettent d'identifier certains points de convergences et de divergences dans leurs conceptions. En commençant par les deux premiers auteurs, il semble que les visions de

¹⁹ Lallement (2006), explique qu'il s'agit bien de corrélation et non de causalité : corrélation entre le niveau de capital social et performance scolaire, bien-être des enfants, taux de crimes, santé, fraude fiscale, égalité économique, égalité civique, ...etc.

Bourdieu et Coleman sont assez proches puisqu'elles s'inscrivent dans une approche utilitaire du capital social, mais la principale différence sur le plan théorique, selon Ponthieux (2003), réside au fait que le capital social chez Bourdieu est le résultat d'une intention de l'acteur alors que pour Coleman, le capital social est inhérent à la structure. « ...Le réseau de liaison est le produit de stratégies d'investissement social consciemment ou inconsciemment orientées vers l'institution ou la reproduction de relations sociales directement utilisables... » (Bourdieu, 1980). Ainsi, c'est l'acteur qui volontairement mobilise son réseau social en poursuivant une stratégie donnée, comme expliquent Baret et Maciel : « c'est l'acteur qui volontairement fait le premier don pour construire des obligations durables. C'est donc là que réside l'investissement en capital social ». (Baret et Maciel, 2004).

Tandis que chez Coleman, le capital social est considéré comme étant une ressource naturelle et non pas comme un résultat d'investissement : « Unlike other forms of capital, social capital inheres in the structure of the relations between actors and among actors. It is not lodged either in the actors themselves or in physical implements » (Coleman, 1988, p.161).

Pour Coleman, c'est l'organisation sociale qui constitue du capital social « Coleman pose les structures sociales²⁰ comme des ressources et ces ressources comme du capital » (Ponthieux, 2003, P.3).

Ainsi, le capital est une donnée sociale que l'individu mobilise « il se met en situation de devoir donner en retour, constituant alors lui-même le capital social des autres membres de la communauté » (Baret et Maciel, 2004).

Une autre différence fondamentale concerne le niveau social où le capital social est créé, dans la vision de Bourdieu, la détention du capital social est un enjeu individuel qui détermine la position sociale. Il est un instrument pour les individus socialement différenciés. Chez Coleman, le capital social est un bien collectif et constitue une ressource permettant aux individus d'atteindre plus facilement leurs objectifs individuels. Quant à l'approche de Putnam, peut être considérée comme une transposition au niveau

²⁰ Coleman propose quatre (04) exemples habituellement cités, dont : le marché des diamantaires où le haut degré de confiance entre marchands, dû à la force des liens sociaux et familiaux, leur permet de s'échanger sans formalités et sans surcoût de sécurité et d'assurance, des sacs de diamants de très grandes valeurs pour permettre leur expertise. (Baret et Maciel, 2004).

macro-social de la vision proposée par Coleman en considérant que c'est la société qui bénéficie collectivement du capital. Globalement, Putnam en définissant le capital social, s'est différencié de Bourdieu et Coleman, essentiellement en deux points. La première différence concerne l'espace social dans lequel interviennent les acteurs sociaux. La seconde est relative aux effets qui peuvent avoir les réseaux sociaux et les normes : « *Pendant une dizaine d'années, lors de mes recherches en Italie, j'ai utilisé la définition de capital social de James Coleman. Mais je m'en suis ensuite écarté car pour Coleman, les réseaux sociaux et les normes ne peuvent avoir que des effets positifs. Pourtant certains réseaux comme le Ku Klux Klan ou le Parti Nazi, ont des effets désastreux. Depuis dix ans, je me suis donc écarté de cette définition. Pierre Bourdieu s'est aussi intéressé au capital social, mais davantage pour les bénéfices que les individus peuvent en tirer pour eux-mêmes. Ainsi, si vous cherchez du travail, vous utilisez vos réseaux. Pour moi, le capital social peut aussi avoir des conséquences « externes », c'est-à-dire qu'il profite aux personnes qui n'en sont pas dotés* ». (Putnam, 2001)²¹.

Dans ce cadre, Ndayegamiye souligne qu'à partir de la théorisation de Putnam que « *l'on assiste au fléchissement décisif de la notion de capital social, de ses origines tributaires de l'individualisme méthodologique et même utilitariste (usage privé) vers l'altruisme méthodologique (usage public)* » (Ndayegamiye, 2007 ; P.93).

Il est clair que malgré un certain consensus qui apparaît autour de l'idée fondamentale selon laquelle les relations sociales, les valeurs partagées, le sentiment d'obligation et la confiance facilitent la coordination ou la coopération entre les individus ou les groupes, le capital social demeure encore un concept flou, que chacun interprète à sa manière.

En effet, une certaine ambiguïté dans le concept du capital social s'impose toujours puisque les auteurs, en parlant du capital social, mobilisent une bonne quantité de notions telles que : les réseaux, la confiance, les normes de réciprocité, comme notions fondamentales ainsi que d'autres comme : valeurs, participation, engagement, honnêteté, société civile, groupe, communautés. Et le problème qui se pose avec ces notions, réside, selon Ponthieux (2004), au fait qu'elles sont employées et combinées de façon différentes selon les auteurs, ce qui a induit une polysémie conceptuelle donnant lieu à diverses interprétations : « *pour les adeptes, cela témoignerait du caractère multidimensionnel du*

²¹ putnam (2001), entretien accordé au magazine Sciences Humaines, cité par Ballet et Guillon (2003, p. 7-8).

capital social, qui expliquerait en même temps pourquoi il est tellement difficile à mesurer ; pour les critiques, cela résulte de faiblesses conceptuelles et de lacunes théoriques rédhitoires » (Ponthieux, 2004, P.3).

Dans le même ordre d'idée, et dans une analyse portant sur les usages et mésusages du capital social, Ponthieux (2006) avance que par la diversité des notions mobilisées, que le concept de capital social fait sa force et que « *chacun peut y choisir une variante, reconnaître ce qui lui convient et pourra alimenter son discours* ». (Ponthieux, 2006).

A l'issue de cette revue, nous retenons que le capital social, dans l'absence d'un consensus définitionnel, demeure toujours un concept flou, donnant lieu à la production de différentes conceptions ou approches qu'on trouve dans la littérature scientifique. Ces approches adoptent différents niveaux d'analyse faisant du capital social un concept multidimensionnel. Comme le souligne Lazéga, « *depuis son élaboration, ce concept [capital social] a été composite, ce qui complique sa mesure et son interprétation, qui restent largement ad-hoc* » (Lazéga, 1995 : P.593).

En effet, le concept de capital social est le plus souvent utilisé pour désigner les réseaux sociaux, les normes de réciprocité et de confiance. En dépit de l'intérêt que le concept a suscité, il n'existe toujours pas de définition unique, universelle du capital social. Toutefois, il semble qu'il y ait accord que le capital social a un impact et une influence sur les activités et la réalisation des objectifs collectifs et individuels.

1.3. Les formes du capital social :

Le capital social est une expression qu'on trouve chez de nombreux auteurs de diverses disciplines qui traitent apparemment de la même chose, mais pas dans le même sens, ce qui pose aux chercheurs un véritable casse-tête définitionnel et constitue également une controverse inquiétante sur la question de la mesure du capital social. Dans ce contexte, et partant des critiques adressées au terme de capital social, Michael Woolcock trouve : « *qu'un terme unique n'est pas approprié pour expliquer la quantité de situations empiriques où il est employé, qu'il confond causes et conséquences, justifie des politiques contradictoires, et sous-estime les effets négatifs respectifs* ». Puis, il propose : « *Plutôt que de renoncer à l'expression, une voie possible de conciliation consiste à considérer qu'il y a différents types, niveaux et dimensions du capital social ; et différents résultats associés à diverses combinaisons de ces dimensions, et différents*

ensembles de conditions qui renforcent ou au contraire affaiblissent les combinaisons favorables » (Woolcock²², 1998, P.159, in Ponthieux, 2006).

Cependant, avec les imprécisions des premières définitions entre les visions des théoriciens, qui ont donné lieu à de nombreuses conceptions du capital social, une question persistante se pose : « *Comment distinguer des catégories d'approches, repérer de "grandes familles"* ». (Ponthieux, 2006 : P.90). De telles interrogations ont fait l'objet d'investigation de certains auteurs qui ont abouti, selon divers critères, à faire certaines distinctions et catégorisations du capital social.

Dans ce qui suit, nous présentons les principales formes ou catégorisations issues des travaux qui se sont préoccupés des différentes composantes du capital social.

1.3.1. Le capital social individuel et le capital social collectif :

Les conceptions du capital social avancées par les trois principaux auteurs (Bourdieu, Coleman et Putnam) ont tracé une sorte de ligne de démarcation entre deux groupes d'auteurs : ceux qui dans le sillage de Bourdieu, considèrent le capital social au niveau individuel, comme étant un « bien privé » (Coleman, 1988 ; Burt, 1992,1995 ; Lin 1982, 2001) et d'autres adoptant la vision collective instaurée principalement par Putnam, où le capital social est « un bien public » (Hanifan, 1916, 1920 ; Jacobs, 1961 ; Coleman, 1985, 1990 ; Putnam, 1993, 1995 ; Fukuyama, 1995, 1997).

La distinction entre les deux formes individuelle et collective du capital social, est basée sur le niveau qui sera favorisé grâce aux effets (ou profits) du capital social.

■ Le capital social individuel :

Dans la perspective privée ou individuelle, le capital social procure des bénéfices individuels même s'il est supporté par des relations entre les individus. C'est l'acteur individuel qui va activer ses relations avec d'autres personnes pour tirer profit des bénéfices que ces relations fournissent. Cette vision est nettement indiquée par Coleman: «*The fonction identified by the concept « social capital » is the value of those social aspects of social structure to actors as resources that can be used by the actors to realize their interests* ». (Coleman, 1988, p. S101). Ce profit individuel ne néglige pas le fait que

²² Woolcock M. (1998), «Social capital and economic development», *Theory and society* », 27, n°2, P.151-208).

les autres acteurs peuvent également en profiter (Taddei, 2009). Dans cette vision, le revenu ou le bénéfice individuel du capital social est considéré comme un revenu informel lié à l'interaction sociale et le capital social constitue ainsi un stock de droits sur les autres.

■ **Le capital social collectif :**

Dans cette vision, le capital social est partagé par le groupe et résulte de l'ensemble des caractéristiques structurelles et normatives du réseau. Il est ainsi une ressource collective, non possédée par un seul acteur : « *Le capital social ici se réfère à ces traits de l'organisation sociale tels que la confiance, les normes, les réseaux qui peuvent améliorer l'efficacité de la société en facilitant les actions de coordination* » (Putnam, 1993 : 167, cité par Jacquemain²³, 2006).

Les bénéfices du capital social « public », sont des effets involontaires de l'existence de réseaux, comme l'explique Polciniczak (1993), dans la perspective collective, certains acteurs bénéficient de leur participation à de plus larges réseaux de relation et, ce faisant, aux normes associées de la réciprocité et de la confiance, même si ces acteurs n'ont pas contribué à les produire. Ces normes de réciprocité et les réseaux aident à assurer un comportement collectif souhaitable (OCDE, 2001 ; P.48).

Il semble que la distinction entre le capital social individuel et le capital social collectif soit liée principalement à deux éléments :

- Le premier concerne le lieu, ou le niveau de production du capital social.
- Tandis que le second élément est relatif au type d'acteurs impliqués dans cette production et à son utilisation, comme le montre le tableau 3.

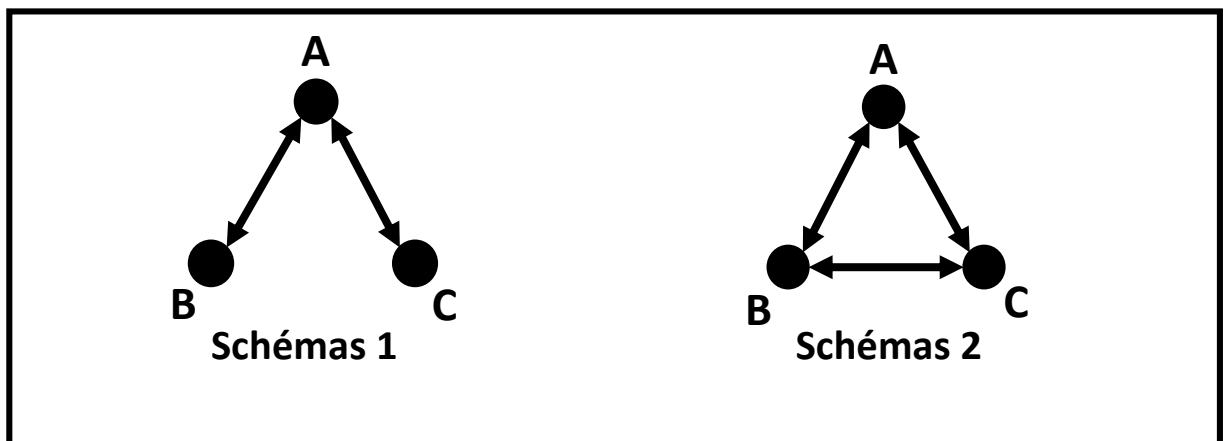
²³ Jacquemain M., (2006) : « Le capital social : une introduction », in Capital social et dynamique régionale, eds Jean Hour et Marc Jacquemain, Economie et Société.

Tableau 3 : Comparaison entre capital social individuel et capital social collectif

Eléments	Capital social individuel	Capital social collectif
Type d'acteurs impliqués	Individuels	Collectifs (différentes structures relationnelles, [ex : syndicats, partis politiques] entreprises).
Lieu de production	Produit par les liens sociaux « libérés de l'influence de la structure sociale dans laquelle ils sont inscrits	Inséré dans une structure relationnelle
Bénéficiassions	Individuelle	Les membres de la structure ou du groupe relationnel

Pour mieux comprendre les divergences entre les deux conceptions opposées (capital social individuel / capital social collectif), Godechot et Mariot (2004) proposent un schéma simplifié d'une structure relationnelle alimentaire (la triade) comme le montre la figure 5.

Figure 5 : Comparaison entre capital social individuel et capital social collectif (schéma 1) et capital social collectif (schéma 2).



Source : GODECHOT et MARIOT (2004, p.2).

Le schéma (1) représente une structure produisant du capital social individuel dont bénéficie l'acteur (A) qui occupe une position stratégique le profitant d'informations non redoutantes²⁴ de la part des deux autres acteurs (B) et (C).

Tandis que le schéma (2) illustre une structure relationnelle fermée produisant du capital social collectif, puisque comme l'avance Coleman (1988), ce type de structure sous formes de réseaux « clos » sur eux-mêmes, favorise l'élaboration des normes et la production de confiance et développe la réciprocité (Lallement, 2006).

De sa part, Martin-Caron (2013) précise que cette fragmentation conceptuelle porte l'opposition de deux types d'approches :

- ▶ Celles centrées sur les acteurs au niveau (micro-méso), où le capital social se réfère aux relations stratégiques possédées et utilisées par un acteur pour atteindre ses objectifs.

- ▶ Celles centrées sur la collectivité, c'est-à-dire le niveau (méso-macro) où le capital social se reporte aux relations stratégiques présentes dans le milieu et bénéficiant au collectif.

Devant cette dichotomie qui contribue à la confusion du terme « capital social » et son emploi, Alder et Kwon (2002) proposent une approche unifiée dont ils considèrent que le capital social est unique, mais se produit simultanément à plusieurs niveaux de la structure sociale, en prenant différentes formes et dont l'utilisation diffère selon l'acteur concerné (Martin-Caron, 2013).

1.3.2. Le capital social civil et le capital social gouvernemental :

Considérant le degré d'interaction entre l'environnement sociopolitique et le secteur privé, Collier (1998) propose une approche très intéressante en faisant la distinction entre deux formes de capital social, à savoir : Le capital social civil (société civile) et le capital social gouvernemental (L'Etat).

- ▶ **Le capital social civil :**

Le capital social civil fait référence aux institutions ou organisations émanant de la société civile, autrement dit, à toutes les institutions dont l'origine est non gouvernementale.

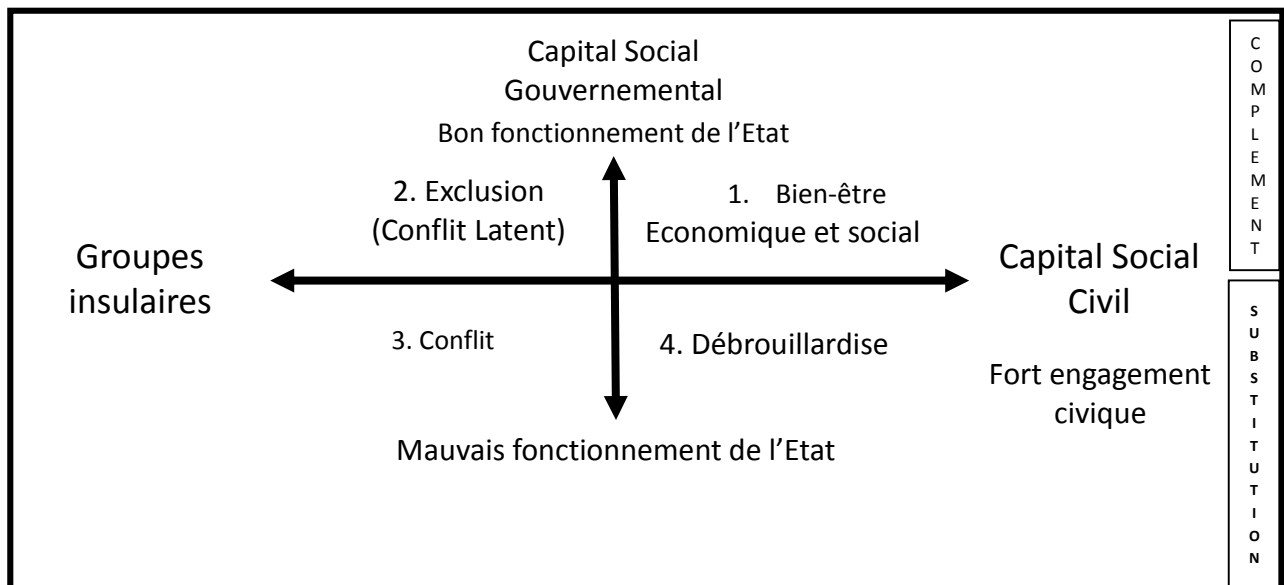
²⁴ Granovetter (1973) a largement explicité les bénéfices informationnels dans sa théorie de « la force des liens faibles », alors que les avantages que procure la position stratégique d'un acteur dans une structure relationnelle, sont introduits par Burt (1992) dans sa théorie des « trous structureaux ». Ces deux théories figureront au chapitre deuxième.

► **Le capital social gouvernemental :**

Le capital social gouvernemental se réfère aux institutions ou organisations mises en place par l'Etat ou le secteur public. Collier souligne que ces deux formes de capital social sont interdépendantes : « *Civil society social capital and government social capital can be both substitutes and complements* » (Collier, 1998, P.15). Ainsi, Collier s'inscrit en droite ligne dans la conception de Putnam (1993) qui révélait que l'engagement civique renforce la stabilité des institutions étatiques de la même façon que les institutions gouvernementales créent un environnement favorable à l'engagement civique.

Ce point de vue de complémentarité a été repris par d'autres auteurs comme Dasgupta et Grootaert (2000)²⁵, Woolcock et Narayan (2000)²⁶ et principalement Narayan²⁷ qui, d'après Sirven (2000), a donné une explication plus complète en montrant que le phénomène de complémentarité joue lorsque le gouvernement « fonctionne » relativement bien. Narayan (1999) a schématisé la relation entre le capital social civil et le capital social gouvernemental, dont il met en évidence quatre cas de figure : le bien-être, l'exclusion, le conflit et la débrouillardise, comme le montre la figure 6.

Figure 6 : Relations entre capital social civil et gouvernemental



Source : Servin (2000, p4) pris de Narayan [1999]

²⁵ Dasgupta P. et Grootaert, in World Bank (2000), social capital, a multifaced perspective, sous la direction de Dasgupta p. et Serageldin I. The Word Bank, Washnigton, cité par Sirven N, 2000, « Capital social et développement : quelques éléments d'analyse », ged.u-bordeaux4.fr/ceddt57.pdf

²⁶ Woolcock M. et Narayan D. (2000), « Social capital: implications for Development Theory, Research and Policy », The World Bank Research Observer, 15 n°2, P.225-249, cite par Penthieux (2006).

²⁷ Narayan D., (1999), "Bonds and bridges: social capital and poverty, research paper", The World Bank, Washington.

1) Le bien-être économique et social : Narayan (1999) explique que ce bien-être est atteint lorsqu'il y a une complémentarité entre le capital social gouvernementale et le capital social civil²⁸. Cette complémentarité se réalise lorsque le gouvernement fonctionne bien (c'est-à-dire lorsqu'il accomplit sa fonction de gouvernance sans perturbation). Dans ce cas, les liens mis en place entre les deux sphères (les institutions gouvernementales et les structures civiles) renforcent la cohésion sociale.

2) L'exclusion (conflit latent) : cette situation caractérise la société lorsqu'elle est formée de groupes insulaires, isolés socialement. Selon Sirven (2000), dans ce genre de situation « le groupe le plus puissant peut s'accaparer les structures gouvernementales, ce qui peut conduire à l'exclusion des groupes non-dominants. La société est alors sujette à un conflit latent », comme par exemple l'Afrique du Sud pendant l'apartheid.

Ainsi la complémentarité entre le capital social civil et le capital social gouvernemental, opère dans le cas où le gouvernement fonctionne bien, donnant lieu à un bien-être économique et social, lorsqu'il y a un fort engagement civique, ou alors, à une situation d'exclusion dans la présence de groupes insulaires.

A l'inverse, la substitution entre le capital social civil et gouvernemental s'établit lorsque l'Etat ne fonctionne pas bien, ce qui se traduit soit par une situation de conflit, soit par une situation de débrouillardise.

3) La situation de conflit : dans ce cas, le mauvais gouvernement de l'Etat (ou cesse de fonctionner) donnant l'occasion aux groupes dominants et violents (mafias, groupes de guérilla, etc.) à mettre la main sur les structures de l'Etat. Ce qui aboutit à des actes de violences ou à la guerre civile.

4) La débrouillardise : dans ce cas, la non-efficacité de l'Etat est accompagnée par de fortes relations entre les groupes sociaux. C'est l'informel qui va se substituer au formel en développement des stratégies de survie. Narayan donne l'exemple du Kenya, où l'ensemble d'environ 30.000 groupes d'entraide

²⁸ Dans la vision de la Banque Mondiale : « La société civile comprend les organisations et les associations entre la famille et l'Etat, à l'exception des firmes » (Edward, 1999) cité par Sirven (2000).

dans les zones rurales permettent de lutter contre la pauvreté sans avoir de contact avec les institutions de l'Etat (Sirven, 2000).

La vision de Narayan (1999) est dans le même ordre de Putnam (1993) qui souligne que l'engagement civique renforce la stabilité des institutions gouvernementales et de la même façon les institutions gouvernementales créant un environnement favorable à l'engagement civique. Il utilise des données sur le comportement des électeurs, la fraude fiscale et l'engagement civique et politique pour montrer qu'il y a une corrélation entre le capital social et la performance des institutions de l'Etat (OCDE, 2001).

Cette décomposition du capital social en capital social civil et en capital social gouvernemental permet, selon Sirven (2000), d'opérationnaliser le concept dans la société à deux échelles :

- A l'échelle micro-économique et cela lorsque l'analyse ne porte que sur le capital social civil.
- A l'échelle macro-économique quand l'analyse intègre à la fois le capital social civil et le capital social gouvernemental, sans omettre de relations entre les deux sphères.

1.3.3. Le capital social structurel et le capital social cognitif-relationnel :

Nous retenons des deux formes précédentes, que le capital social est un concept qui peut être analysé à différents niveaux. Cependant, et quel que soit le niveau d'analyse, le capital social est inhérent aux interactions sociales, c'est-à-dire inhérent à la structure des relations entre les personnes (Coleman, 1988), le capital social revêt donc un aspect structurel. Mais d'un autre côté, les acteurs des interactions sociales, partagent certains éléments qui relèvent de la culture de la société (telles que les normes, les valeurs sociales, la confiance et la réciprocité).

Considérant ces différents aspects, certains acteurs trouvent que le concept de capital social est abordé selon deux approches : une approche en termes de valeurs et de normes, et une autre approche en termes de réseaux relationnels.

Cette dualité d'approches s'est traduite par la distinction entre deux dimensions du capital social : capital social structurel et capital social cognitif. Cette catégorisation introduite principalement par Uphoff (2000) ainsi que Krishna et Uphoff (1999), alors

que c'est Nahapiet et Ghoshal (1999) qui ont contribué à enrichir ce cadre en proposant d'appréhender le capital social selon trois dimensions à savoir : la dimension structurale, la dimension cognitive et la dimension relationnelle.

Ces deux auteurs, en définissant le capital social, s'inscrivent dans la ligne de Bourdieu (1986). Dans leur conception, le capital social comprend à la fois le réseau dans sa dimension structurelle ainsi que les avantages susceptibles d'en être retirés : « *as the sum of the actual and potential resources embedded within, available through, and derived from the network of relationships possessed by an individual or social unit* » (Nahapiet et Ghoshal, 1998,p243).

Dans leur distinction entre la dimension structurelle et la dimension relationnelle, Nahapiet et Ghoshal (1998) se réfèrent aux travaux de Granovetter (1992) sur l'encastrement structurel et relationnel. L'encastrement structurel concerne en fait les propriétés du système social et du réseau de relations comme un ensemble, décrivant ainsi une configuration impersonnelle des liens entre les gens ou les unités. Tandis que l'encastrement relationnel décrit le type des relations personnelles que les gens développent entre eux, à travers l'histoire de leurs interactions, telles les relations de respect et d'amitié qui influencent leur comportement, et à travers lesquelles ces gens rencontrent leurs désirs de sociabilité, de reconnaissance et de prestige. Alors que la dimension cognitive se rapporte à des ressources qui fournissent des représentations partagées, d'interprétations et systèmes de signification entre acteurs.

Tableau 4 : Dimension du capital social

DIMENSION STRUCTURELLE
Liens du réseau
Configuration du réseau
« Appropriabilité » de l'organisation (organisation appropriable)
DIMENSION RELATIONNELLE
Confiance
Normes
Obligations
Identification
DIMENSION COGNITIVE
Langage et codes communs
Histoire commune

Source : Nahapiet et Ghoshal (1998).

➤ **Le capital social structurel :**

Pour Uphoff (1999), le capital social structurel se réfère aux différentes formes d'organisations sociales plus ou moins institutionnalisées, qui définissent les rôles, les procédures et les réseaux sociaux (Sirven, 2000). Le degré d'institutionnalisation des organisations sociales a donné lieu à une autre typologie distinguant le capital social formel ou institutionnalisé (tels que les syndicats, les coopératives) et le capital social informel (comme par exemple : les soirées entre amis, les visites intrafamiliales). Tandis que Nahapiet et Ghoshal (1998) désignent par le capital social structurel, l'ensemble des relations présentes au sein d'une structure sociale. Il s'agit de détecter la présence ou l'absence de liens entre les acteurs ainsi que la configuration du réseau relationnel, s'inscrivant ainsi dans la ligne des travaux de Mark Granovetter (Baret et Maciel, 2004). Dans cette dimension structurale, deux aspects fondamentaux sont révélés : les liens sociaux et la configuration du réseau relationnel.

La configuration du réseau relationnel décrit les caractéristiques des liens entre les individus à travers certains indicateurs tels que la taille du réseau, sa densité et sa diversité. L'importance de la dimension structurelle réside au fait qu'elle favorise à la fois le transfert et l'étendue de l'information qui peut être accessible (Coleman, 1988). La configuration détermine donc le niveau d'accessibilité et la quantité d'informations disponible au sein du réseau (Bayad et al, 2006).

➤ **Le capital social cognitif – relationnel :**

En parlant de cette dimension du capital social, Uphoff utilise parfois un seul adjectif « cognitif » (Uphoff, 1999) et parfois il jumèle les deux adjectifs « cognitif-relationnel » (Uphoff et Wijayarathna, 2000²⁹). Selon cet auteur, le capital social cognitif (relationnel) découle des processus mentaux et des idées partagées par les acteurs du même groupe ou communauté et des idées qui en résultent telles que : les normes, les valeurs, les croyances etc.

²⁹ Uphoff N. ET Wijayarathna C.M. (2000), Demonstrated Benefits from social capital. The productivity of farmer organizations in Gal Oya, Sri Lanka, World Development, 28: 1875-1890, cité par Martin-Caron, 2013.

De même, Van Deth (2003)³⁰ a regroupé les deux adjectifs (cognitif et relationnel) sous une appellation "culturel"³¹: social capital comprises « *both structural aspects (That is, connections or networks) as well as cultural aspects (that is, obligations, or social norms and values, and particularly trust)* ».

Alors que c'est Nahapiet et Goshal (1998) qui ont fait la distinction entre la dimension cognitive et la dimension relationnelle.

- **Le capital social cognitif :**

Cette dimension du capital social est constituée de représentations et de systèmes de signification partagés par les membres du réseau relationnel ou de la communauté. Selon Moscovici (1976)³², les représentations sociales permettent aux individus d'acquérir de nouvelles connaissances et de les intégrer dans leurs cadres de pensée.

Bayad et al (2006) expliquent que ces représentations facilitent la compréhension et la communication. Il s'agit notamment du langage commun et de récits partagés et des cadres de références communes.

- **Le langage** : est un élément fondamental dans les relations sociales « c'est par son intermédiaire que les individus discutent et s'échangent des informations de différentes natures ». (Paturel et al, 2005). Le langage commun permet la transmission des connaissances, comme le souligne Nahapiet et Goshal (1998). C'est à travers le langage commun que les individus pourront accéder aux autres et aux informations dont ils disposent.

- **Les récits partagés** : ce sont (mythes fondateurs, histoires, métaphores etc.) qui selon Bayad et al « *contribuent à la cohésion de l'entité organisationnelle et au développement du sentiment d'appartenance, ce qui favorise la confiance et l'échange entre les individus* » (Bayad et al, 2006).

- **Le cadre de référence commun** : est un autre élément essentiel dans les interactions sociales puisqu'il « *permet aux membres de l'organisation de donner une interprétation*

³⁰ Van Deth, J. W., (2003), measuring social capital: orthodoxies and continuing controversies. International Journal of social Research Methodology, 6 (1), 79-92. Cite par Cândido (2007).

³¹ « Culruel » est une appellation qu'on trouve chez d'autres auteurs, notamment chez Krishna qui parle de capital social « relationnel ». Cité par Sirven (2000).

³² Moscovici S. (1976) – la psychanalyse, son image et son public, PUF, Paris, cite par Paturel et al (2006).

similaire aux changements de leur environnement » (Bayad et al, 2006, d'après Bolino et al, 2002³³).

- **Le capital social relationnel :**

Cette dimension du capital social s'inspire des travaux de Coleman et Putnam en se référant à la nature des relations interindividuelles qui influencent les comportements (Baret et Maciel, 2004). Pour Nahapiet et Goshal (1998), le capital social relationnel se caractérise par un fort degré de confiance entre les membres du réseau, par le partage de normes et d'obligations et par l'identité commune.

Dans cette dimension, la confiance est un élément crucial que Fukuyama associe étroitement au capital social : « *La confiance représente les attentes qui se constituent à l'intérieur d'une communauté régie par un comportement régulier, honnête, fondé sur des normes habituellement partagées de la part des autres membres de cette communauté* » (Fukuyama, 1995)³⁴. Ainsi, la confiance mutuelle permet aux membres du groupe social de s'engager dans des actions coopératives et partager des savoirs et des savoir-faire.

Uphoff (1999) souligne que les deux catégories du capital social (structurel et cognitif-relationnel) sont interdépendantes et se renforcent mutuellement. Il explique cela par le fait que les aspects structurels découlent des comportements cognitifs et forment un cadre dans lequel vont se perpétuer ces comportements cognitifs. Par exemple, lorsque deux acteurs ont confiance l'un vers l'autre qu'ils vont tisser des relations réciproques, créant ainsi un réseau particulier. Ce réseau renforcera la confiance dans les relations (Sirven, 2000, P.5).

1.3.4. Bonding, bridging et linking social capital³⁵ :

Sur la base des relations de connexion entre des acteurs situés à différents niveaux, la littérature existante sur le capital social, fait la distinction entre trois dimensions de capital social, à savoir :

³³ Bolino M.C. Turnley W.H. ET Bloodgood J.M. (2002), « Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations », *Academy of Management Review*, 27: 505-522, cite par Bayad et al, (2006).

³⁴ Fukuyama F. (1995), *trust: The social virtues and the creation of prosperity*, The Free Press; New York, cite par Bayad et al, (2006).

³⁵ Jacqueman (2006) souligne qu'il y n'y a pas un équivalent adéquat en français et propose le terme « agglutinant » pour le « bonding » et « reliant » pour le « bridging ». Jacqueman (2006) : « Le capital social : une introduction », in HOUARD J. et JACQUEMAIN M., 2006, « Capital social et dynamique régionale », *Économie Société Régions*, Collection de l'Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS), Éditions De Boeck Universités, Bruxelles, 246 p.

- Le capital social « bonding »,
- Le capital social « Bridging,
- Le capital social « linking ».

Cette distinction a été introduite par Woolcock (1998)³⁶ puis reprise par Putnam (2000) dans son œuvre *Bowling alone* (2000) dont il introduit une hiérarchisation en termes d'appréhension du capital social, en présentant les deux dimensions du capital social « bonding » et « bridging » : *« of all the dimension doing which forms of social capital vary, perhaps the most important is the distinction between bridging (or inclusive) and bonding (or exclusive) some forms of social capital are, by choice or necessity, inward looking and tend to reinforce exclusive identities and homogeneous groups [...] other networks are outward looking and encompass people across diverse social cleavages [...]. Bonding social capital, by creating strong in-group loyalty, may also create strong out-group antagonism, [...] and for that reason we might expect negative external effects to be more common with this form of social capital. Nevertheless, under many circumstances both bridging and bonding social capital can have powerfully positive social effects »* (Putnam, 2000, P.22-24, in Pugno et Verme, 2012).

Putnam a établi cette structuration du capital social suite à ses travaux de recherches en Italie où il a distingué deux types de structures relationnelles :

- Les structures relationnelles au niveau micro, où se développent des relations horizontales entre acteurs possédant des pouvoirs égaux ;
- Les structures relationnelles au niveau macro, où se développent des relations verticales ou hiérarchiques.

Cette distinction a été reprise et discutée par d'autres auteurs, dont Woolcock et Narayan (2000)³⁷, puis Woolcock et Sweetser (2002)³⁸, qui distinguent entre trois niveaux de capital social :

- Le capital social groupal ou « bonding » qui se réfère à des connexions entre personnes semblables ;

³⁶ La distinction établie par Woolcock (1998) sur la base d'une dimension homogénéité / hétérogénéité est différente de celle établie entre liens forts / liens faibles. Puis Granovetter (1973) se base sur l'intensité et la fréquence des liens. Woolcock, Michael (1998) "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework" *Theory and Society* 27(2): 151-208.

³⁷ Woolcock, M., Narayan, D. (2000) Social capital: Implications for development theory, research, and policy, *World Bank Research Observer* 15(2), 223-49.

³⁸ Woolcock, M. and A. T. Sweetser. 2002. Bright Ideas: Social Capital—The Bonds That Connect. *ADB Review* 34 (2).

- Le capital social communautaire ou « bridging » qui se réfère à des connexions entre des individus non semblables au sens démographique du terme.
- Le capital social d'échelle ou « linking » qui inclue des relations avec des personnes au pouvoir (politique ou financier).

« *Bonding social capital refers to connections to people like you (family, relatives, kinship)... bridging social capital refers to connections to people who are not like you in some demographic sense [...] linking social capital pertains to connections with people in power, whether they are in politically or financially influential positions* » (Woolcock et Sweetser, 2002; P.26).

Globalement, cette typologie (bonding, bridging et linking) concerne le niveau et la forme du réseau relationnel.

➤ **Le capital social bonding :**

Putnam (2000) désigne par « bonding » les réseaux autocentrés réunissant des personnes du même genre. Ce sont les relations au sein de groupes homogènes comme la famille, les groupes sociaux ou ethniques, c'est-à-dire les structures relationnelles se caractérisant par une forte cohésion sociale, comme l'explique Ndayegmiye (2007), un " bon " désigne un lien fort avec une dimension affective très prononcée, qui permet de « *faire face (getting by) en créant un fort sentiment d'appartenance, mais aussi un fort antagonisme envers les non semblables* » Ndayegmiye (2007 : P.116).

Métaphoriquement, le capital social bonding est décrit comme une sorte de ciment ou de colle qui « agglutine » les acteurs semblables (Jacqueman, 2006). Ce type de capital social est donc constitué de relations horizontales et intergroupes, qui se caractérisent par des liens forts et fermés comme : les relations familiales (ménage, famille étendue, ethnie, voisins, les classes sociales, les communautés religieuses), mais aussi les organisations telles que les coopératives, les organisations commerciales, les organisations professionnelles etc) qui unissent des acteurs avec des caractéristiques semblables, supportant mutuellement de l'aide matérielle et morale. Les multiples rôles du capital social bonding sont reconnus dans la littérature : la création d'identité commune et la réputation personnelle, développent de la réciprocité locale et la confiance et la prestation de l'intimité affective (Putnam, 2001). Ces liens engendrent un niveau élevé de solidarité au sein de la structure du groupe, qui peut mobiliser efficacement les personnes et les ressources autour d'un objectif commun. Le capital social bonding est également considéré comme une base à partir de laquelle s'établissent des liens de type bridging et linking avec d'autres groupes (Babaei et al, 2012).

➤ **Le capital social bridging :**

Le capital social bridging, Selon Woolcock (2000), se réfère aux relations entre des acteurs non semblables, que Putnam définit comme étant les réseaux ouverts sur l'extérieur. Ce sont les connexions entre différents groupes, réseaux qui englobent des personnes à travers divers clivages sociaux. Il s'agit donc de connexions au sein de groupes hétérogènes et plus lâches.

Le capital social bridging est considéré telle une « passerelle » jetée entre des acteurs et/ou des groupes différents tels que les camarades de travail, les associations, les groupes culturels, etc. Ces relations sociales sont de type méso et selon Woolcock et Narayan (2000)⁴, elles peuvent être scindées en deux formes (interne et externe).

- 1) Le capital social bridging « interne » : se réfère aux relations intergroupes au niveau communautaire, qui relie des individus de différentes catégories socio-économiques : familles, religion, groupes ethniques, etc.
- 2) Le capital social bridging « externe » : se réfère aux liens entre groupes similaires, mais qui appartiennent à différentes communautés. A ce niveau le capital social devient vraiment collectif (Grandelis, 2007).

Comme le souligne Putnam, si le bonding est utile pour « s'en sortir » (getting by), alors le bridging est crucial pour « prendre de l'avance » (getting ahead). « *Bonding social capital is good for undergirding specific reciprocity and mobilizing solidarity. Bridging network, by contrast are better for linkage to external assets and for information diffusion...Bonding social capital, as Xavier de Souza Briggs puts it, good for "getting by", but bridging social capital is crucial for "getting ahead"* (Putnam, 2000: P.22, in Kundsén et al, 2010).

Selon Putnam "prendre de l'avance" signifie que les groupes et les communautés tirent parti de leurs relations sociales plus vastes pour atteindre des objectifs collectifs (Badaei et al, 2012). Entre dans ce cadre, les « bridging organizations » comme par exemple les associations parents/professeurs, les associations de quartier, les groupes culturels, les groupes de femmes ou de jeunes qui ont une nature communautaire et aussi les organisations de deuxième niveau telles que les associations et les coopératives entre plusieurs communautés (Grandelis, 2007).

Les deux formes du capital social (bonding et bridging), selon Putnam, peuvent avoir de puissants effets sociaux positifs, mais aussi négatifs qui sont probablement plus fréquents dans le bonding capital social. Celui-ci a des effets négatifs pour la société dans son ensemble, mais il peut avoir des effets positifs pour les membres appartenant à ce groupe fermé. Les effets négatifs sont liés à cette idée de fermeture, comme le risque de collusion et discrimination (Insiders / outsiders) qui empêche le succès d'un groupe similaire par exemple. Aussi, les relations trop homogènes conduisent à négliger les nouvelles opportunités et de s'enfermer dans des routines et des activités traditionnelles (Grandelis, 2007).

Tandis que le bridging, d'après Putnam, est plus nécessaire pour les problèmes collectifs : puisqu'il permet au groupe d'entrer en contact avec des organisations distantes mais similaires et en tirer des avantages en termes d'échanges de pratiques et de possibilités de former des associations de deuxième niveau (Jacqueman, 2006).

Toutefois, les deux formes du capital social sont indispensables pour la vie de la communauté : les individus ou le groupe selon les circonstances font recours aux liens bonding aux moments de difficulté, alors qu'ils mobilisent des liens bridging pour saisir des opportunités et faire circuler de l'information (Ndayegamiye, 2007).

Cette intéressante typologie a constitué une percée dans la littérature, mais elle présente, selon Jacqueman (2006), une difficulté conceptuelle : certains groupes ou réseaux peuvent être considérés comme « bonding » sous un aspect et « bridging » sous un autre, comme par exemple les communautés religieuses rassemblent des personnes très semblables sur le plan de leurs croyances, mais qui peuvent être très hétérogènes sur d'autres plans comme l'appartenance sociale.

➤ **Le capital social linking :**

Le capital social linking désigne les relations plus ou moins formalisées que les gens entretiennent avec le contexte sociopolitique, « *linking social capital pertains to connection with people in power, whether they are politically or financially influential positions* » (Woolcock et Sweetser, 2002 : P.26). Il s'inscrit donc sur un axe « verticale » et « consiste en relation de bas en haut de l'échelle sociale » (Field, 2003 : P.66). Ce type de capital social est jugé important du fait qu'il permet aux individus et aux groupes communautaires de mobiliser des ressources, des idées et des informations provenant des institutions formelles au-delà du rayon de la communauté immédiate.

Le concept de communauté peut se référer soit sur la base du lieu, soit sur une autre base que le lieu. Sur la base du lieu, la communauté peut être considérée comme une variété de niveau géographique : quartier, lieu de travail, la ville, la région, le pays ou une communauté mondiale. Les communautés non basées sur le lieu peuvent être considérées comme des groupes d'intérêts communs et inclure des groupes tels que les clubs sportifs, groupes de loisirs, Des groupes ayant des caractéristiques bonding communes tels que les groupes ethniques et religieux peuvent également être pris en compte dans cette catégorie.

Il s'agit selon Grandelis « *de relations asymétriques où il y a une partie qui possède une quantité majeure de capital social et de contrôle. Elles peuvent donner du pouvoir et créer des synergies en permettant l'accès aux ressources économiques et politiques qui sont faibles parmi les pauvres* » (Grandelis, 2007 : P.21). Il s'agit d'un processus d'association des organisations communautaires avec les pouvoirs publics ou les organismes privés, comme par exemple : les relations des communautés avec des organisations externes (banques, tribunaux, organisations internationales). Ainsi, le capital social linking concerne le niveau macro, en reliant les différentes organisations ou institutions à l'échelle nationale (Ndayegamine, 2007). Ces connexions permettent la circulation des ressources collectives.

II. Le capital social : une approche économique

Le concept de capital social a initialement été introduit en sociologie en renvoyant à la société, aux structures sociales et aux relations sociales au sein de ces structures. Toutefois, certains auteurs comme par exemple Baron et Hannan (1994)³⁹ se plaignent de l'importation in-discriminante et métaphorique des concepts économiques dans la littérature sociologique et se réfèrent à la littérature sur le capital social comme exemple d'une « métaphore du capital » (Adler et Kwon, 2002). Alors que d'autres voient que la définition du capital social doit inclure sa nature sociale mais également sa nature de capital dans le sens économique : « *Social capital, to be meaningful, must have features which distinguish it from other forms of capital, because it is 'social', and which distinguish it from other forms of 'social' behavior because it is capital* » (Collier, 1998, p.2).

³⁹ Baron, J. & Hannan, M. 1994, «The impact of economics on contemporary sociology », Journal of Economic Literature, n°32, PP: 1111-1146. Cité par Adler et Kwon (2002).

Dans cette section nous présentons en premier lieu les différents points de vue avancés quant à la considération du concept capital social comme étant un capital. Ceci nous conduit à aborder d'autres débats concernant la distinction du capital social des autres formes de capital, ainsi que ses sources et la question de sa mesure.

2.1. Le capital social comme forme du capital :

Une question pertinente se pose dans la littérature : le capital social est-il vraiment un « capital » ? Différents points de vue peuvent être trouvés à l'égard de cette question, mais il nous semble que, pour pouvoir répondre à une telle question, il faut d'abord définir les mots qui composent le terme « capital social ».

2.1.1. Le terme "capital social" entre sociologie et économie : Le "capital social" est un terme emprunté de la sociologie pour expliquer des phénomènes économiques, alors que lui-même est composé de deux mots, le premier est économique et le second est sociologique. Le mot " social" ne pose pas de problème puisque comme le " capital social", il relève de la sociologie. Alors que c'est le mot «capital», qui est objet de débat puisqu'il est principalement un terme économique.

➤ **Le terme « social » :** d'après le dictionnaire la Toupie, le mot social est pris du latin « socius » qui signifie compagnon ou associé. De sa part, Taddei (2009) indique que le sens original du mot « social » remonte au XIV^{ème} siècle, et il est pris du latin « socialis » qui signifie « concerne les alliés » qui est fait par la « société ». Puis, le mot a connu plusieurs sens jusqu'au 19^{ème} siècle où il est utilisé pour une science (l'étude des êtres sociaux). Pour la notion « capital social », il semble, comme le souligne Taddei, le sens qui convient est le sens original qui fait référence à un « allié » : « *Un associé avec lequel nous somme en société, dans un contexte collectif* » (Taddei, 2009 : 113), et qui signifie aussi d'après le dictionnaire Larousse, qui aide, qui appuie.

➤ **Le terme « capital » :** Le mot « capital » est un dérivé du latin « capitalis », qui encore une fois est dérivé de « capot » signifiant « tête » ou « la somme de têtes » (Svendsen et Svendsen, 2004), alors que le sens économique du mot « capital » est apparu au XVI^{ème} siècle (Taddei, 2009). Plusieurs économistes ont contribué à décrire le sens économique du capital, dont principalement K. Marx et Adam Smith. Puis, le terme capital a été repris et élargi par le sociologue français Pierre Bourdieu.

- **Le capital chez les économistes :**

En décrivant l'évolution historique du sens donné au mot « capital », Taddei (2009) souligne que le sens économique de ce terme est apparu au XVI^{ème} siècle pour signifier « l'objectif de faire fortune », puis pour désigner « la somme que l'on fait valoir dans une entreprise ». En 1767, pris au pluriel « capitaux » signifiait « l'ensemble des sommes en circulation, des valeurs disponibles ». Alors que, pour le père de l'économie moderne, Adam Smith (1723-1770), capital se définit « *comme toute richesse susceptible de rapporter à son propriétaire un revenu* » (Frédéric Compin)⁴⁰, sachant que le revenu ici est repris au sens large : intérêts, bénéfices, etc. Une autre définition est proposée par Jacques Rueff (1896-1978)⁴¹, conformément aux idées de Irving Fischer (1867-1947) et selon laquelle « capital » désigne « tout objet matériel ou immatériel », susceptible de produire des services et par services il faut entendre des « influences recherchées par les hommes », c'est-à-dire l'utilité que l'on peut tirer d'un bien possédé (Lalande, 1999)⁴². Pour Karl Marx (1818-1886), le mot « *capital* » signifie « *richesse considérée comme moyen de production* » (Marx, DasKapital)⁴³.

En général, dans l'économie classique, le capital a été largement défini comme une ressource disponible pour une personne ou une organisation et utilisé pour maximiser les profits. Plus précisément, pour les économistes, le capital désigne des stocks de biens d'équipement sous la forme d'un capital réel et un capital financier, où le capital réel se compose des facteurs de production tels que les machines, les bâtiments, les infrastructures ; tandis que le capital financier se compose d'argent et les actifs liquides similaires qui peuvent être investis dans le capital réel. C'est ce que Marx a désigné par les termes de « constant » ou « fixe » par opposition au « capital circulant » (Svendsen et Svendsen, 2004).

Selon Smart (1993)⁴⁴, la définition du capital avancée par les économistes, trace une ligne de démarcation dans la recherche entre l'économie et les autres sciences sociales. Les économistes ont tendance à se concentrer sur les forces du marché capitaliste, alors que les sociologues, les anthropologues et les autres, ont mis l'accent sur

⁴⁰ Frédéric Compin, Dictionnaire pragmatique de comptabilité, hHp: // alertelanguage.comptable.fr/contenu/capital.

⁴¹ Jacques Rueff est économiste français, cité par Frédéric Compin.

⁴² Lalande André, 1999, vocabulaire technique et critique de la philosophie, volume I : A.M, Quadrige/Presses Universitaires de France, Pp 119-120, cité par Compin.

⁴³ Cité par Taddei (2009).

⁴⁴ Cité par Svendsen et Svendsen (2004).

les questions de ce qu'ils considèrent comme « no-économique » en termes de phénomènes sociaux.

- **Le capital chez les sociologues :**

D'après Svendsen et Svendsen (2004), c'est précisément la tradition de réciprocité en sciences sociales, formulée par les sociologues comme Durkheim, Weber, Mauss et Polanyi, qui a conduit à une critique de sous-socialisation dans la théorie économique classique, qui est accusée de réduire les actions humaines à la simple maximisation de profit sans implications culturelles (Svendsen, 2001). Une telle critique a été déjà formulée par l'économiste Yoram Ben Porath (1930)⁴⁵ qui a parlé du « F-connexion (Family, Friends and Firms) », en suite le sociologue Granovetter (1985) qui a souligné l'encastrement des activités économiques dans les contextes culturels.

Alors que c'est Bourdieu qui a présenté la critique scientifique sociale la plus élaborée de l' " homo-economicus"», en donnant une reformulation originale du concept " capital" de Marx, où le terme "capital" est élargi pour inclure à la fois les phénomènes matériels aussi bien que les non-matériels : « *Capital is accululated labor (in its materialized forme or its incorposate, embodied form)* » (Bourdieu, 1986 : 241). Bourdieu reprochait aux économistes d'avoir établi un modèle qui n'avait de portée que pour le seul ordre économique en faisant l'hypothèse que le capital économique s'accumule selon des modalités exclusivement économiques (Caillé, 2006)⁴⁶. A l'inverse Bourdieu montrait que la reproduction et l'accroissement du capital économique supposent tout un travail de transformation en d'autres types de capital.

Cet élargissement du concept de capital, formulé par Bourdieu, peut être considéré comme une tentative de construire un cadre théorique cohérent, général que peut apporter conjointement les théories des sciences économiques et sociales (Svendsen et Svendsen, 2001).

D'autres auteurs se sont intéressés aux formes de capital comme Coleman (1988), qui en s'inspirant de Gary Becker, a accompli un mouvement théorique comparable à celui de Bourdieu, mais en se basant sur l'individualisme méthodologique et non sur le néo-marxisme. Il montrait que l'agent économique « l'homo-economicus » standard n'a pas seulement besoin, comme l'avait montré G. Becker, d'investir en lui-même pour

⁴⁵ Ben Porath, Y., (1930), « The F-connexion (Family, Friends and Firms and the organization of exchange. Population and developmentReview, 6 ; Pp 1-30, cite par Svendsen (2007).»

⁴⁶ Caillé A, Préface, in Bevot, A ; Lallement, M., (2006).

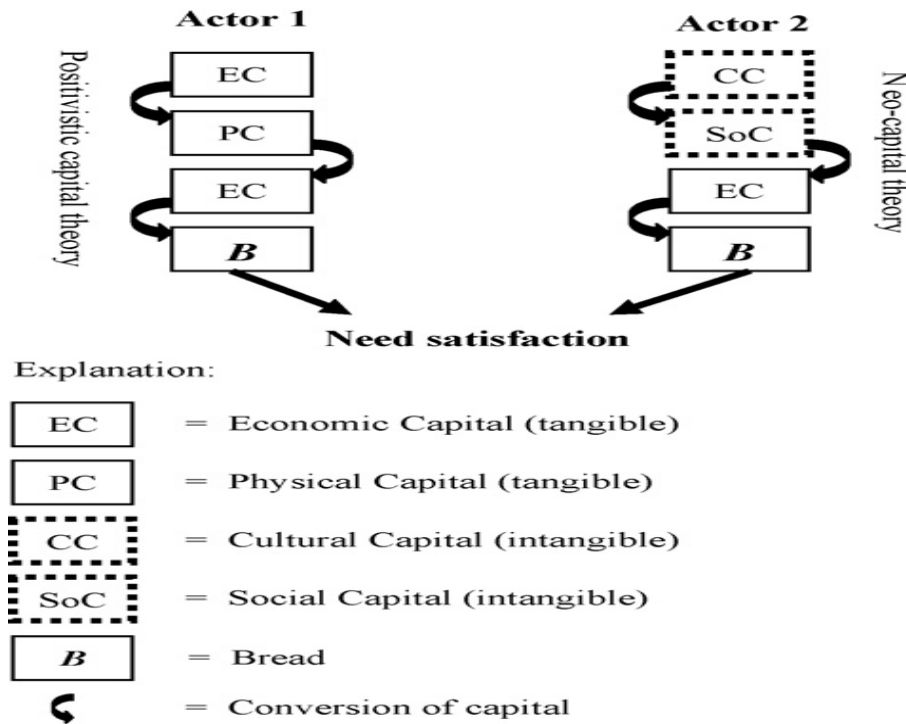
accumuler du capital humain, il peut et doit aussi tirer profit des ressources que constituent les relations sociales, c'est-à-dire, le capital social (Caillé, 2006 : 8). Chacun des deux auteurs Becker et Coleman, s'est limité à une seule autre forme du capital (respectivement : le capital humain et le capital social), tandis que Bourdieu s'est intéressé aux diverses formes matérielles et immatérielles du capital en considérant que dans la pratique, le monde social est dirigé non seulement vers l'acquisition d'un capital économique, mais toutes les formes du capital. Cet élargissement du « capital » pour Bourdieu est placé dans un cadre entièrement nouveau par rapport à l'économie classique. Ce cadre, selon Svendsen et al (2010 : 632), s'appelle « new-capital theory », dont laquelle Bourdieu focalise son attention vers l'économie dans la pratique, c'est-à-dire vers le calcul économique qui sous-tend non seulement les pratiques économiques évidentes, mais aussi les pratiques symboliques les plus cachées : « *A general science of the economy of practices, capable of reappropriating the totality of practice which, although objectively economic, are not and cannot be socially recognised as economic [...] must endeavour to grasp capital and profit in all their forms and to established the lows where by the different types of capital (or power, which amounts to the same thing) change into one another* » (Bourdieu, 1986/ 243).

Dans cette nouvelle théorie du capital, Bourdieu avance deux idées principales.

- En premier lieu, l'existence de nombreuses formes de capital, à savoir : matériel (physique, économique) et immatériel (culturel, symbolique, social).
- En second lieu, avec différents degrés de difficulté, il est possible de convertir une forme de capital en une autre. Le capital économique est la forme la plus immédiatement et directement convertible en monnaie institutionnalisable en droits de propriété ; le capital culturel est lui aussi convertible, mais dans certaines conditions en capital économique et institutionnalisable en diplôme et qualification ; et, il est de même pour le capital social qui peut être converti en capital économique en titres de noblesse (qui certifient l'appartenance au groupe) (Grandelis, 2007).

Cette nouvelle vision de Bourdieu constitue, une rupture conceptuelle avec l'économisme de Marx et les économistes classiques qui ont isolé une économie économique d'une économie culturelle (Svendsen et al, 2010). La figure 7 illustre les principales différences entre l'ancienne théorie et la nouvelle théorie du capital.

Figure 7 : Conversions de capital : deux lignes de conversion.



Source : Svendsen et al (2010)

Dans le modèle positiviste (acteur 1 à gauche) seules des formes tangibles de capital sont convertibles par l'acteur, ce qui entraîne la satisfaction des besoins sous la forme de l'achat d'un pain (Svendsen et al, 2010).

En revanche, le modèle néo-capital de Bourdieu (acteur 2 à droite), les deux formes matérielle et immatérielle du capital sont converties par l'acteur afin d'obtenir son pain, par exemple : il utilise son capital culturel pour construire des réseaux (capital social) qui donnent ensuite accès à un emploi et des revenus (capital économique), ce qui rend finalement, le pouvoir d'acheter un pain.

2.1.2. Le capital social est-il vraiment un capital :

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, le capital social partage des similitudes avec les autres formes de capital ; mais il présente aussi certaines différences, ce qui pose un important débat ouvert sur l'utilisation du terme capital venant de la théorie économique. Le problème qui se pose est de savoir si le capital social est en fait un véritable capital ou juste une métaphore déplacée du capital.

A cet égard, différents points de vue peuvent être trouvés : si le sociologue Bourdieu (1986) conçoit le capital social comme faisant partie d'un groupe de capitaux qui

interviennent pour augmenter les effets des origines des classes, alors que des économistes de tout premier ordre tels, par exemple, Solow (2000), Dugupta (2000) et Arrow (2000) qui conçoivent le concept de « capital social » avec beaucoup de doute en ce qui concerne sa nature de « capital ».

Pour Solow qui a extrêmement critiqué la façon dont laquelle est utilisé le concept capital social, en déclarant que ce concept est inapplicable aux domaines économiques ; et, il ajoute que jusqu'à présent il n'y a que des idées vagues et des idées empiriques qui ont été produites : « *I am going to be critical of the concept of social capital and the way it is used. That does not mean I think the underlying ideas are important or irrelevant to economic performance [...] So far I have seen only vague ideas and casual empiricism* ». (Solow, 2000 : P.6). Puis, il ajoute que génériquement "capital" est une action résultant de facteurs de production dont les rendements peuvent être attendus dans le futur, ce qui ne peut être dit en ce qui concerne le capital social et donc sa conceptualisation comme capital est une mauvaise analogie : « *Just what is social capital a stock of ? Any stock of capital is a cumulation of past flows of investment, with past flows of depreciation netted out. What are those past investments in social capital? How could an account measure them and cumulate them in principle?* ». (Solow, 2000: 2007: P.7).

De sa part Arrow (2000) souligne que la métaphore du capital devrait être abandonnée dans le contexte du capital social en expliquant que le terme « capital » implique trois aspects :

- Le premier est l'extension dans le temps qui selon Arrow peut tenir en une partie du capital social.
- Le second est le sacrifice dans le présent pour obtenir des bénéfices futurs, pour cet aspect Arrow en s'opposant à Bourdieu, Coleman, Granovetter, Putnam et Burt, considère qu'il ne peut s'appliquer au capital social.
- Le troisième aspect est « l'aliénabilité », c'est-à-dire la possibilité de transmettre à autrui, qui échoue puisque les réseaux sociaux sont essentiellement formés pour des raisons autres qu'économiques : « *I would urge abandonment of the metaphor of capital and the term "capital social". The term "capital" implies three aspects: (a) extension in time, (b) deliberate sacrifice in the present for future benefit; and (c) alienability. The last is not true for human capital and not even entirely true to physical investment (namely, the presence of irreversible*

investment). The aspect defined as (a) above may hold in part; we speak of building a reputation or trust relations. But they are not like physical investment; a little trust has not much use. But it is specially (b) that fails, the essence of social networks is that they are built up for reasons other than their economic value to the participants. In deed that is what givens them their value in monitoring. I certainly found no consensus at the workshop for adding something called “social capital” to other forms of capital». (Arrow, 2000: P.4).

Dans le même sens Dasgupta critique l'utilisation du terme "capital" pour désigner ce qui n'est pas durable, tel que le capital social; mais d'un autre point de vue, en ce qui concerne à la fois l'hétérogénéité et l'intangibilité, et puisque les économistes n'ont pas hésité de considérer les connaissances et les compétences comme formes de capital, Dugupta trouve qu'il ne faut pas hésiter de faire la même chose en ce qui concerne le capital social :

« One can argue that it is wisleading to use the term « capital » to refer to whatever that thingies we are trying to identify, because capital is usually identified with tangible, durable and alienable objects, such as buildings and machines, whose accumulation can be estimated and whose worth can be as cessed. [...]. From another perspective, however, in regard to both heterogeneity and intangibility, social capital would seem to resemble knowledge and skills. Thus, one can also argue that since economist have not shied away from regarding knowledge and skills as forms of capital, we should not sky away in this case either. This said, there is a temptation to use “social capital as a egg on witch to hand all those “informal” engagements we like, car for, and approve of” (Dusgupta, 2000: P. 326).

De sa part Ostrom (2000) privilégie la notion de complément « naturel » au capital naturel, physique et humain ; mais présente les principales différences, il ne se déprécie pas avec l'usage et il est difficile de voir et de mesurer.

D'autres chercheurs ont une opinion favorable de considérer le capital social comme un autre type de capital tel par exemple Nan Lin dans son étude « *social capital, a theory of social structure and action* » (2001). Il met le capital social au sein de la famille des théories du capital (les théories classiques et néo-classiques) et l'évolution de la théorie du capital qui aboutit à une nouvelle théorie étiquetée néo-capital, qui comprend le capital humain, le capital culturel et le capital social : « *The evolution of capital theory*

in the last four decades into what can be called neo-capital theory essentially modifies or eliminates the class explanation as a necessary and required theoretical orientation. These alternative renditions of capital notably include humain capital, cultural capital and social capital ». (Lin, 2000 : P.8).

En somme, il ressort de l'examen de ces différents points de vue, que le capital social entre dans ce qu'on pourrait appeler l'hétérogène et large famille de ressources appelées communément « capital ». Et, comme le souligne (Adler et Kwon, 2002) à certains égards, l'utilisation du terme « capital » est métaphorique, mais ses usages métaphoriques sont très répandus et il est difficile de constater quel mal ils font.

2.2. Le capital social et les autres formes de capital :

En économie, il est considéré que tout capital se réfère à certains actifs qui produisent des flux de revenus précis. Actuellement, suite aux travaux de Bourdieu, comme nous l'avons mentionné dans la section précédente, les formes reconnues qui produisent des flux de biens et de services, sont : le capital physique (fait ou produit par des gens, y compris les actifs financiers) ; le capital naturel (provenant de la nature) ; le capital humain (les connaissances et les compétences ainsi que la santé possédé par un individu). Ces formes de capital bien qu'elles puissent être socialement bénéfiques, elles sont principalement utilisées afin de bénéficier aux personnes qui les utilisent plutôt que d'autres. En revanche, le capital social, bien qu'il profite à des individus, il est prévu de produire des biens qui sont plus collectifs que simplement individuels.

Outre cette spécificité, le capital social partage certaines caractéristiques avec d'autres formes de capital, mais aussi il y diffère sur d'autres.

- **Les caractéristiques partagées :**

Le capital social possède certaines analogies avec d'autres formes de capital qui peuvent être résumées comme suit :

- Certains chercheurs affirment que, comme toutes les autres formes de capital, le capital social est un actif à long terme et peut être investi, mais peut être avec des rendements incertains (Bourdieu, 1980 ; Coleman, 1988 ; Burt, 1992, 1995 ; Putnam, 1995, Portes, 1998). En investissant dans la construction de leurs réseaux de relations extérieurs, les acteurs individuels et collectifs peuvent augmenter leur capital social et gagner ainsi des avantages sous forme d'un meilleur accès à l'information, l'énergie et de la solidarité ; et ce, en investissant dans leurs

relations internes, les acteurs collectifs peuvent renforcer leur identité collective et accroître leur capacité d'action collective (Adler et Kwon, 2002).

- Tout comme c'est le cas avec les autres formes de capital, le capital social est appropriable (Coleman, 1988) et convertible (Bourdieu, 1986) :
- Appropriable : comme le capital physique, qui peut être utilisé à des fins différentes (mais pas nécessairement aussi efficace), il est appropriable dans le sens où le réseau d'un acteur (par exemple les liens d'amitié) peut être utilisé à d'autres fins, telle que la collecte d'informations ou de conseils (Adler et Kwon, 2002).
- Convertible : le capital social, selon Bourdieu est convertible à un certain degré, en d'autres formes de capital. Ainsi, les avantages conférés par la position d'un acteur dans un réseau, peut être convertie en un avantage économique ou autre (Fornoni et al, 2009). Sachant que parmi les différentes formes de capital identifiées par Bourdieu, le capital économique est le plus facilement convertible en capital humain, culturel et social. Par comparaison, le « taux » de convertibilité du capital social en capital économique est plus faible puisque le capital social est moins liquide (Farnoni et al, 2009).
- Comme toutes les autres formes de capital, le capital social peut être substitue ou complément d'autres ressources (Bourdieu, 1986). En tant que substitue, les acteurs peuvent parfois compenser un manque de capital financier ou humain par des « connexions » supérieures, par exemple un agent dont le capital humain est insuffisant, peut se faire « pistonner » par un ami haut placé pour avoir accès à un emploi au salaire élevé. (Grandelis, 2007).
- Le capital social est complément à d'autres formes de capital, par exemple le capital social peut améliorer l'efficacité du capital économique en réduisant les coûts de transaction (Adler et Kwon, 2002). Burt (1992, 1995) considère que le capital social correspond aux contacts au travers desquels un acteur individuel ou collectif reçoit des opportunités pour utiliser son capital financier et humain et leur transformation en profits, ainsi le capital social serait le complément contextuel du capital humain (1995 : p.601).
- Par analogie aux autres formes de capital, le capital social possède différents degrés de durabilité. Il peut y avoir des liens faibles capables de produire une quantité limitée de services avant de se désintégrer (par exemple : un ami peut être disposé pour assurer le transport à quelques reprises mais plus tard ne répond

pas aux demandes). Tandis que d'autres formes du capital social sont durables presque au point d'être indestructible, ces formes extrêmement durables sont souvent associées à des liens familiaux qui demeurent inchangés (Robinson et al, 2000).

- Le capital social est aussi sujet à la pourriture de l'utilisation et le passage du temps. Comme le capital humain et contrairement au capital physique, le capital social n'a pas d'indicateurs prévisibles de dépréciation (Fornoni et al, 2009). Il peut être dévalué à la fois par la surexploitation et par l'absence de celle-ci. Les liens sociaux doivent être périodiquement renouvelés et confirmés ou bien ils perdent d'efficacité (Adler et Kwon, 2002). Par exemple dans les relations familiales, le découlement du temps et l'absence de contacts face-à face réguliers diminuent le potentiel des services du capital social. Par contre, la demande très fréquente par les services (abus d'utilisation) peut épuiser son capital social. Aussi comme l'explique Robinson et al (2000), l'utilisation du capital social peut parfois nécessiter de l'entretien, par exemple un ami n'est jamais appelé pour l'aide peut se sentir ignorer et devient moins amical.
- Comme certaines formes de capital, le capital social est plus ou moins flexible. La flexibilité désigne selon Robinson et al (2000), la variété et le nombre de services disponibles à partir d'un Capital social. Ainsi, comme le capital physique, le capital social peut être souple ou rigide. Certaines formes de capital social comme celui engendré par des liens forts (un frère par exemple) peuvent être utilisées pour obtenir un don, un prêt, les transports, l'information, des critiques favorables, etc. Alors qu'on ne s'attendait pas à une telle gamme de services d'une simple connaissance comme, le caissier de la banque qui nous traite nos opérations financières (Robinson et al, 2000 : P.9).

- **Les caractéristiques non partagées :**

Le capital social se différencie des autres formes de capital essentiellement sur les points suivants :

- La principale différence réside, comme l'a fait valoir Coleman (1988) au fait que le capital social n'est pas « situé » dans les acteurs mais dans leurs relations avec d'autres acteurs : « *Unlike other forms of capital, social capital inheres in the structure of relations between actors and among actors it is not lodged either in the actors themselves or in physical implements of production* » (Coleman, 1988: P.598). En effet, le capital social exige une participation commune d'au moins

deux parties, comme le souligne Burt : *“No one player has exclusive ownership right to social capital. If you or your partner in relationship with draws, the connection dissolves with whatever social capital it contained”* (Burt, 1992: P.58). Alors qu’il faut un engagement mutuel et coopération des deux parties à renforcer le capital social, une défection par une seule partie le détruira (Adler et Kwon, 2002).

- Aussi, contrairement à beaucoup d’autres formes de capital, certaines formes de capital social sont des « biens collectifs » en ce sens qu’ils ne sont pas la propriété privée de ceux qui en bénéficient (Coleman, 1988). Ceci est particulièrement vrai pour le capital social de type bridging, l’utilisation d’un tel capital social pour une personne ne diminue en rien sa disponibilité pour les autres. Tandis que d’autres formes de capital (humain, physique) peuvent appartenir ou être appropriés par des individus ou des entreprises.
- Le capital social, comme le capital humain est qualifié de capital non-économique et présente certaines différences du capital économique, que Fomoni et al (2009) ont résumé au tableau ci-dessous.

Tableau 5 : Différences entre le capital économique et le capital non-économique

caractéristiques	Capital économique (financiers, matériels)	Capital non économique (humain et social)
Contrôle	Propriété	Partagé
Raisonnement	Spéculation	Sociale (véritable)
Tangibilité	Tangible	Intangible
Transférabilité	Transférable	Non-transférable
La dynamique	Dynamique	Statique

Source : Fomoni et al (2009).

- Le capital social et le capital humain qui, selon Michaux (2008) coexistent de façon indépendante, se diffèrent sur certains aspects que Schuller (2001)⁴⁷ a présentés dans un cadre simplifié comme le montre le tableau 6 :

⁴⁷ Schuller T., (2001) « Complémentarité du capital humain et du capital social », Isuma, revue Canadienne de recherche sur les politiques, vol. 2, n°1, Pp. 20 – 27, cité par Michaux (2008).

Tableau 6 : Mise en parallèle du capital humain et du capital social

	Capital humain	Capital social
Orientation	Individu	Rapport entre individus et les réseaux sociaux qu'ils forment
Mesures	Durée de scolarité Niveau de qualification	Attitude/valeurs- Appartenance/Participation à un groupe – degrés de confiance.
Résultats	Directs : revenus, Productivité	Cohésion sociale Réalizations économiques

Source : Michaux (2008) d'après Schuller (2001).

Cette mise en parallèle des deux formes de capital indique que le premier point de différence est, d'après l'OCDE (2007), le plus fondamental :

- Le capital humain joue au niveau de l'individu, tandis que le capital social concerne principalement les relations interpersonnelles et les réseaux.
- Deuxièmement, la mesure du capital humain s'effectue principalement au vu des niveaux de qualification obtenue. Alors que le capital social est mesuré de façon générale et souvent simpliste, en termes d'attitudes et de valeurs ou encore des taux de participation active à la vie civique ou à d'autres réseaux.
- Troisièmement, l'application de la théorie du capital humain fait souvent apparaître un modèle linéaire direct : l'investissement est réalisé (en termes de temps ou de ressources financières), et il s'en suit un rendement économique ou autre. Alors que le modèle associé au capital social est nettement moins linéaire et son rendement est plus difficile à estimer.

2.3. Les sources du capital social :

Le capital social est considéré comme originaire et exploitant d'une variété de différentes ressources au sein des différents niveaux de la société. D'après l'OCDE (2001), ces différents niveaux de la société peuvent aller de la famille jusqu'à la nation (la famille, l'école, la communauté locale, l'entreprise, la société civile, le secteur public, la complémentarité homme-femme et l'appartenance ethnique). Ainsi, l'idée du capital social est associée aux relations qui existent dans la société.

Sur ce point, Adler et Kwon (2002) soulignent qu'au-delà du consensus de base selon lequel le capital social est dérivé de relations sociales, un considérable désaccord et confusion existent sur les aspects spécifiques des relations sociales qui créent du capital social. Les deux auteurs constatent qu'il y a deux courants de recherches, le premier localise la source du capital social dans la structure formelle des liens qui composent le réseau social. Alors que le second courant se concentre sur le contenu de ces liens. *“Much social capital research can be divided into a first branch, which locates the source of social capital in the formal structure of the ties that make up the social network, and a second branch, which focuses on the content of those ties”* (Adler and Kwon, 2002, P.23).

➤ Dans le premier courant, la structure formelle du réseau de liens a fait l'objet d'approches théoriques du capital social basées sur les réseaux sociaux et qui ont révélé les effets importants de dispositifs de la structure tels que les trous structuraux et la fermeture. Cette approche suggère que le capital social est basé sur la position relative d'un individu dans un réseau donné. Cette approche est basée sur les idées de certains chercheurs tels que Burt (1992) qui a fait valoir que le concept de « trous structuraux » explique comment le capital social est une fonction des opportunités de courtage dans un réseau. Il considère que le trou structurel offre l'opportunité de négociation et de contrôle de l'information: *“The structural hole in an opportunity to blocker the flow of information between people and control the form of projects that bring together people from opposite sides of the hole”* (Burt, 1997: 340).

De sa part, Coleman (1988) fait valoir qu'un réseau social fermé (l'existence de relations fortement interconnectées et se renforcent mutuellement entre les différents acteurs et institutions), maintient l'existence de normes efficaces et la confiance des autres, de renforcer par conséquent le capital social. Tandis qu'une structure plus ouverte est moins susceptible de permettre aux individus en son sein de détecter une violation des normes, qui peut résulter d'un niveau bas de confiance entre les membres de réseau et ainsi affaiblir le capital social : *« closure of the social structure is important not only for the existence et effective norms but also for another form of social capital: the trustworthiness of social structures that allows the proliferation of obligations and expectations /.../ yet, in a structure without closure, it can be effectively sanctioned, if at all, only by the person to whom the obligation is owed. Reputation cannot arise in an open structure, and collective sanctions that would censure trustworthiness cannot be applied.*

Thus, we may say that closure creates trustworthiness in social structure". (Coleman, 1988: S 107).

Dans le même ordre d'idée, Putnam (1993) soutient que les réseaux denses dans une communauté favorisent les normes de réciprocité, facilitent la communication et renforcent la confiance, ce qui se traduit par la coopération des citoyens pour un bénéfice mutuel.

En définissant le capital social comme étant les ressources incorporées dans une telle structure sociale et qui sont évaluées et mobilisées en actions intentionnelles, Lin (2001) considère ainsi, la structure elle-même comme source de capital social. Il stipule que l'accès et l'utilisation des ressources sociales, c'est-à-dire les ressources incorporées dans les réseaux sociaux, qui sont en partie déterminées par les positions dans la structure hiérarchique, peut conduire à un haut statut socio-économique, « *The social resources theory (Lin, 1982) has specifically proposed that access to and use of social resources (resources embedded in social networks) can lead to better socio economic status. Further, the theory proposes that access to and use of social resources are in part determined by positions in the hierarchical restructure* » (Lin, 2001: P 12).

Selon le même cheminement de pensée, Bourdieu et Lin, Nahapiet et Ghoshal (1998) définissent le capital comme la somme des ressources actuelles et potentielles intégrées au sein, disponibles à travers et provenant du réseau social, « *The sum of the actual and potential resources embedded within, available through, and derived from the network of relationships possessed by an individual or social unit. Social capital thus comprises both the network and the assets that may be mobilized through that network* » (Nahapiet et Ghoshal, 1998, p.43). Par conséquent, pour ces chercheurs, le capital social est un attribut des réseaux sociaux.

➤ Le second courant englobe un certain nombre de théoriciens qui affirment que le capital social est basé sur des normes communes, principalement la réciprocité généralisée.

Putnam est l'auteur qui écrit fréquemment sur le capital social en faisant référence à la norme de réciprocité. Cette norme est basée sur l'hypothèse que les bienfaits d'aujourd'hui seront remboursés à l'avenir, "*I'll do this for you down in the expectation*

that the down the road you or someone else will return the favor” (Putnam, 1993: P.37)⁴⁸. Il croit que la réciprocité peut résoudre les problèmes de l’action collective et de concilier l’intérêt de la société.

Portes (1998), lui aussi, considère le capital social comme une accumulation des obligations des autres selon les normes de réciprocité, « *as primarily the accumulation of obligations from others according to the norm of reciprocity* » (Portes, 1998 : 7). Il divise la réciprocité en motivation consommatrice qui est déterminée par les limites d’une communauté spécifique et les motivations instrumentales qui mettent l’accent sur les échanges réciproques (Portes, 1998).

La croyance partagée est une autre source de capital que Portes (1998) considère comme un sentiment de solidarité communautaire qui résulte d’expériences collectives partagées dans la communauté, « *Identification with one’s own group ; sect, or community can be a powerful motivational force* » (Portes, 1998 : P.8). Cette dimension cognitive partagée d’après Nahapiet et Ghoshal (1988) est une source qui offre des représentations, d’interprétations et des systèmes de signification entre les parties « *The cognitive dimension* », *refers to those resources providing shared representations, interpretations and systems of meaning among parties* » (Nahapiet et Ghoshal, 1988 : P.244).

D’autres sources ont été évoquées par certains auteurs comme Adler et Kwon (2000) qui font valoir que les institutions formelles et les règles qui contribuent à façonner la structure des réseaux et influencent les normes et les croyances, ont un effet important sur le capital social. De sa part, Levi (1996) a souligné que le gouvernement a un important effet sur le comportement civique et facilite la confiance entre les citoyens, « *governments provide more than the backstop for facilitating trust among citizens, governments also influence civic behavior to the extent they elicit trust or distrust towards them selves*» (Levi, 1996 : P.51).

⁴⁸ Putnam, RD, 1993, « The prospectus community: Social capital and public life. », The American Prospect, (13). Cité par Lesser E., 2000, Knowledge and social capital, Foundations and Applications, Butterworth – Heinemann Publications.

Tableau 7 : Les sources du capital social

Auteurs	Réseaux	Normes	Croyances	Institutions officielles
Sandefour et Lau mann (1988)	Relation directe égo centrique			
Burt (1992,1997)	Trous structuraux			
Coleman (1988)	Fermeture			
Putnam (1993)	Facilité de la coopération	Réciprocité généralisée		
Lin (2001)	Ressource incorporée			
Nahapiet et Ghoshal (1998)	Ressource incorporée		Dimension cognitive	
Portes (1998)		Motivation	Solidarité limitée	
Adler et Kwon (2000)				Forme du réseau influence les normes et les croyances
Levy (1996)				Facilite la confiance, influence le comportement

Source : Fu, Q (2004)⁴⁹ traduit par le chercheur.

Ces sources du capital social sont considérées séparément à trois niveaux différents, à savoir : l'individu, la communauté et la société. Toutefois la détermination des sources du capital social comporte un autre désaccord en ce qui concerne la relation entre la confiance et le capital social pour laquelle les chercheurs présentent différents arguments. Dans la littérature existante, deux courants de pensées sont considérés, le premier

⁴⁹ Qianhong Fu, 2004, Trust, Social Capital, and Organizational Effectiveness, www.ipg.vt.edu/papers/qhfumajorpaper.pdf

considère la confiance comme une condition préalable du capital social, tandis que le second voit la confiance comme produit ou avantage du capital social.

Pour de nombreux chercheurs, le capital social repose sur la confiance. Ils considèrent que les relations, les communautés, la coopération et l'engagement mutuel qui caractérisent le capital social ne pourraient pas exister sans un niveau raisonnable de confiance (Coleman, 1988 ; Putnam, 1993 ; Fukuyama, 1995). Chez Bourdieu (1986), la confiance n'est pas spécifiquement mentionnée, mais elle est clairement implicite dans son argumentation concernant la reproduction sociale. Pour lui, cette reproduction sociale nécessite un effort incessant de sociabilité et d'échanges basés sur la reconnaissance « *the reproduction of social capital presuppose an unceasing effort of sociability, a continuous series of exchanges in which recognition is endlessly affirmed and reaffirmed* » (Bourdieu, 1980 : P.50).

Alors c'est dans la conceptualisation de Fukuyama que la confiance joue un rôle important. Il définit la confiance comme l'attente d'un comportement régulier, caractérisé par l'honnêteté et la coopération et qui se fonde sur des normes partagées au sein de la communauté, « *The expectation that arise wiyhin a community of regular, honest and cooperative behaviour, based on community shared norms* » (Fukuyama, 1995 : P.26)⁵⁰.

Fukuyama considère que la confiance est à la fois la condition et l'effet des formes du capital social (les valeurs collectives, les réseaux sociaux et les mœurs culturelles) qui garantissent la cohésion sociale, façonnent la croissance économique. Il définit le capital social comme un actif qui naît de la prédominance de la confiance dans une société ou certaines parties de celle-ci « *social capital is a capability that arises from the prevalence of trust in a society or in certain parts of it* » (Fukuyama, 1995). De sa part, Putnam (1993) voit la confiance en termes moins généraux comme un des éléments du capital social, qui caractérisent l'organisation sociale, « *social capital refers here to features of social organisation, such as networks, norms and networks, that can improve the efficiency of society, facilitating co-ordinating actions* » (Putnam, 1993)⁵¹. Pour lui, le capital social

⁵⁰ Fukuyama, F., 1995, Trust: social virtues and creation of prosperity. NY: Free-Press. Cité par Tonkiss, F., 2004, « Trust and social capital », in Politics, Trust and Networks: Social capital in critical perspective. Edited by Franklin, J. et al, Families and capital ESRC Research Group, London South Bank University.

⁵¹ Cité par Requier-Desjardins D., 2003, « Le capital social dans la théorie économique : actif privé ou bien public ? Le point sur quelques contributions récentes », in : Ballet J., Guillon R. (dir.), Regards croisés sur le capital social, Paris, Le Harmattan, pp. 15-39.

peut être résumé aux connexions sociales et les normes qui en découlent ainsi que la confiance, et dont bénéficient l'individu, la communauté au sens large, ou une partie au sein de la communauté « *social capital, in short, refers to social connections and the attendant norms and trust. Who benefits from these connections, norms and trust – the individual, the wider community or some faction within the community – must be determined empirically, not definition – ally* » (Putnam, 1995: P.665).

Coleman, lui aussi, soutient que la confiance mutuelle est une forme importante du capital social sur laquelle les obligations et les attentes peuvent être fondées (Fu, 2004), « *Without a high degree of trust worthiness among the members of the group, the institution could not exist* », (Coleman, 1988 : S. 103).

Tableau 8 : Les sources de confiance

Type de confiance	croissance	Structure	Normes	Institutions sociales
Individuelle	Croyance en de bonnes intentions ; compétence, fiabilité, franchise (Nahapiet et Ghoshal, 1998)			
Collective		Embarquées dans la structure (Granovetter, 1985) ; Structure sociale (Coleman, 1988)	Obligation mutuelle (Wolfe, 1989) ; Réciprocité (Putnam, 1993 ; Misztal, 1996).	
Système social			.	Caractéristiques du système (Fukuyamu, 1995 ; Fox, 1974) ; Création de règles et incitations (Farrell et Knight, 2003)

Source : Fu, Q (2004). Op cité. (Traduit par le chercheur).

Cependant, un certain nombre d'analystes doutent que la confiance doit être traitée comme une partie intégrante du capital social – Woolcock, par exemple, propose que la confiance doit être considérée comme une conséquence du capital social plutôt comme une partie intégrante du capital social, « *Trust is better understood not as social capital perse, but as a mesure of it. We invest in the networks and social institutions that produce trust, not trust in and itself* » (Woolcock, 2001).

La détermination des sources du capital social est donc un autre aspect controversé résultant de l'absence d'unanimité quant à la définition du capital social et de son caractère multidimensionnel. Ainsi, la présence d'une diversité d'approches et des confusions qui entourent le concept du capital social pose la question quant à la possibilité et la pertinence de sa mesure.

2.4. La mesure du capital social :

Bien que de plus en plus les ouvrages de recherche témoignent de l'importance grandissante que revêt le capital social, et l'association de sa présence avec divers résultats sociaux et économiques positifs (Bourdieu, 1983 ; Granovetter, 1973 ; Putnam, 1993 ; Burt, 1992), plusieurs aspects de ce concept tel que son fonctionnement et sa mesure, demeurent encore sous-développés. Dans ce cadre, Penthioux (2006) souligne la nécessité de développer des outils de mesure du capital social puisqu'il y a des contradictions dans les solutions empiriques montrant clairement une certaine faiblesse conceptuelle. Comme le fait remarquer Narayan et Cassidy (2001), les théories comme le capital social comprennent des constructions qui sont par nature abstraites et nécessitent une interprétation subjective dans leur traduction en mesures opérationnelles.

Cette faiblesse a ouvert un des principaux débats qui entourent le concept de capital social et la possibilité de sa mesure ainsi que la détermination des indicateurs pertinents. Ainsi, un des problèmes qui entravent la recherche sur le capital social est l'absence d'instrument de mesure, fondés sur une théorie fiable et normalisée, comme le fait remarquer Lin : « *The divergence in analyzing social capital at different levels has created some theoretical and measurement confusions* » (Lin, 199. P.33).

En effet, l'ambiguïté des définitions complique la mise au point d'une méthode normalisée pour mesurer le capital social et ses effets. Selon Woolcock et Narayan (2000), les différents niveaux et unités d'analyse sont tout aussi responsables que la variance du capital social au fil du temps.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le capital social est un concept multiforme et multi-niveaux. D'une part, les définitions proposées dans la littérature, en général, font la distinction entre deux formes de capital social.

- La première est appelée « le capital social structurel » qui se réfère à la structure sociale relativement objective, comme les associations, les institutions et les règles et les procédures qu'elles véhiculent.
- La deuxième forme, connue comme « capital social cognitif », comprend des éléments plus subjectifs et intangibles, tels que les attitudes généralement admises, les normes et les valeurs partagées, la réciprocité et la confiance.

D'autre part, les aspects du capital social concernent à la fois l'individu (niveau micro) et la collectivité (au niveau macro) ; et donc sa quantification implique de prendre en considération les deux niveaux d'analyse.

Cependant, les développements théoriques ont eu lieu à des niveaux divergents. Certains auteurs dont principalement Coleman (1990) et Putnam (1995) ont élaboré leurs théories sur le niveau macro-économique où le capital social est considéré comme une entité collectivement produite et détenue et dont toute la communauté peut bénéficier.

Dans ce qui suit, nous examinerons comment le problème de mesurabilité du capital social est traité dans la littérature au niveau collectif ainsi qu'au niveau individuel. Mais avant cela, une question fondamentale se pose : pourquoi est-il nécessaire de mesurer le capital social ?

2.4.1. La nécessité de mesurer le capital social :

Les réflexions des chercheurs en ce qui concerne le problème de mesure du capital social, indiquent qu'il est nécessaire de continuer de travailler pour trouver un moyen homogène de mesure. Cette nécessité s'impose pour savoir si le capital social est « bon » ou « mauvais », autrement-dit, pour déterminer en quoi peut-on s'en servir, « *Si le capital social ne peut être mesuré, les décideurs politiques n'auront pas de " tableau de bord " pour savoir ce sur quoi il faut intervenir ou pour évaluer les politiques mises en œuvre* » (Halpern, 2002)⁵².

⁵² Halpern D. 2002, "Social capital : A discussion paper", Communication à la conférence du groupe de Sienna, Londres, 4 – 6 novembre. Cité par Penthioux (2006).

De sa part, Putnam, sur son site Internet, dans la rubrique « *pourquoi faut-il mesurer le capital social ?* », déclare qu'il y a trois raisons pour mesurer le capital social, à savoir :

- a) Pour faire apparaître comme tangible, notamment pour ceux qui le considère comme trop abstrait ;
- b) Pour augmenter l'investissement en capital social en montrant l'intérêt à y investir ;
- c) Permettre de repérer le type d'interactions sociales dont il faut investir pour créer plus de capital social :

« Why measure social capital? There are three reasons, the first is that measuring social capital will help to make it appear to be more tangible (for those that consider it too abstract); it will also allow us to vindicate investment in social capital, as a model where performance is the main criterion for investment in resources shows that the performance of social capital will increase interest for possible investors; and lastly, it will show us in what kind of actions are worth investing in for the creation of more social capital » (Putnam)⁵³

La mesure du capital social est, en effet, devenue un enjeu dans ces derniers temps, à tel point que l'OCDE et la Banque Mondiale, ont pris l'initiative d'organiser un groupe de travail international pour parvenir à un consensus sur une série d'indicateurs qui leur permettra d'obtenir une mesure homogène. Cette tâche est entravée par certains obstacles clés dont principalement, comme le précise Penthieux (2003), la multi dimensionnalité du concept et la faiblesse de sa conceptualisation qui ne permettent pas de faire la différence ou de distinguer les sources du capital social de ses conséquences, ce qui complique le problème de sa mesure.

Le problème de développement des méthodes de mesure du capital social provient donc de la confusion au sujet de quel point de vue à prendre, notamment en ce qui concerne les deux niveaux individuel et collectif.

2.4.2. La mesure du capital social au niveau collectif :

Le capital social est un concept composite et chacun de ses éléments est susceptible de changer, ce qui rend difficile de capter et de mesurer le concept d'une façon fiable (Van Der Gaagi, 2005). Plusieurs auteurs ont essayé de trouver des indicateurs du capital

⁵³ Putnam, site : <http://w.w.w.ksg.harvard.edu/saguaro>.

social. Selon l'OCDE (2001), la plupart des mesures portent sur la confiance, le niveau d'engagement dans les activités sociales. En effet, sur la base de la thèse de Tocqueville⁵⁴ concernant l'importance de l'association volontaire et la capacité de démocratie aux Etats-Unis ; la grande diversité d'appartenance à des Organisations est interprétée comme un indicateur de capital social élevé et une forte capacité à résoudre des problèmes collectifs dans la communauté.

La confiance généralisée est un autre indicateur couramment utilisé suite aux travaux de Fukugama et Putnam. En général trois typologies d'indicateurs sont utilisées dans la littérature, pour mesurer le capital social, à savoir :

- L'adhésion aux associations et aux réseaux.
- Les indicateurs de confiance et d'adhésion aux normes.
- Les indicateurs d'action collective.

Ces éléments ont été utilisés par Putnam (2000)⁵⁵ qui a mis au point des méthodes de collecte de données à l'échelle des Etats-Unis. Son objectif étant d'utiliser des indicateurs fiables pour mesurer le stock de capital social existant dans les différents Etats d'Amérique. Selon l'OCDE (2001), Putnam a utilisé une vaste série de données transversales et longitudinales ; et, ses mesures sont, en général, fondées sur un indice composite dont les éléments sont :

- Le degré de participation à la vie organisationnelle et à la collectivité ;
- L'engagement dans la vie publique (par exemple : la participation au vote) ;
- Le bénévolat ;
- La sociabilité informelle (telles les rencontres avec des amis) ;
- Les niveaux subjectifs de confiance entre personne.

Suite aux travaux de Putnam, différentes techniques de mesure ont vu le jour pour répondre aux différentes questions. Fondamentalement, des études qualitatives et quantitatives ont été conduites soit comme études de cas ou des études comparatives⁵⁶.

Après une analyse des travaux empiriques portant sur les effets du capital social au niveau macro, Bevort et Lallement (2006) ont tiré d'importantes remarques :

⁵⁴ Tocqueville A., de 1835-1840 : De la démocratie en Amérique, Paris, Gallimard, 1967. Cité par M. Forsé (2001).

⁵⁵ 14 indicateurs ad-hoc ont été utilisés par Putnam R. (2000), *Bowling alone : the collapse and revival of America community*, Simon & Schuster. Cité par Penthieux (2003).

⁵⁶ Pour quelques exemples de ces études voir Bevort et Lallement (2006).

- a) Contrairement aux travaux de Putnam, aucune étude empirique n'évalue le capital social par un indice synthétique, mais en général par trois variables, à savoir : la confiance sociale, mesurée à partir de la « question standard »⁵⁷ ; un score de civisme⁵⁸, et une mesure de la participation associative.
- b) Les résultats de ces études n'ont pas abouti à faire émerger des résultats réguliers, ce qui constitue un obstacle quant à la question de mesure du capital social.

Toutefois, la divergence des résultats des recherches n'a pas empêché les institutions mondiales à entamer les efforts nécessaires pour mesurer le capital social. En 2002, l'OCDE a pris l'initiative par la mise en place d'un groupe de travail international dans l'objectif de s'accorder sur un ensemble d'indicateurs dans le but de rendre compte du niveau de « stock » du capital social (Ponthieux, 2006).

De leur part, les économistes de la Banque Mondiale ont réalisé des travaux visant la mesure du capital social, dont Principalement « *World Values Survey* » qui est un projet mondial de recherche qui explore les valeurs et les croyances des gens. Depuis 1981, les WVS ont mené des enquêtes⁵⁹ représentatives dans près de 100 pays, dans le but de recueillir des données sur les valeurs pour comprendre le rôle des facteurs culturels dans le développement politique et économique, en utilisant les variables les plus directement liées au capital social. Dans une description des études de mesure du capital social, Naryan et Cassidy (2001) ont constaté que la confiance et l'adhésion sont incluses dans toutes les études et que d'autres dimensions semblent être dominantes telles que la sécurité, la connexion avec la famille et les amis, la réciprocité et la proactivité sociale (Naryan et Cassidy, 2001. P.63).

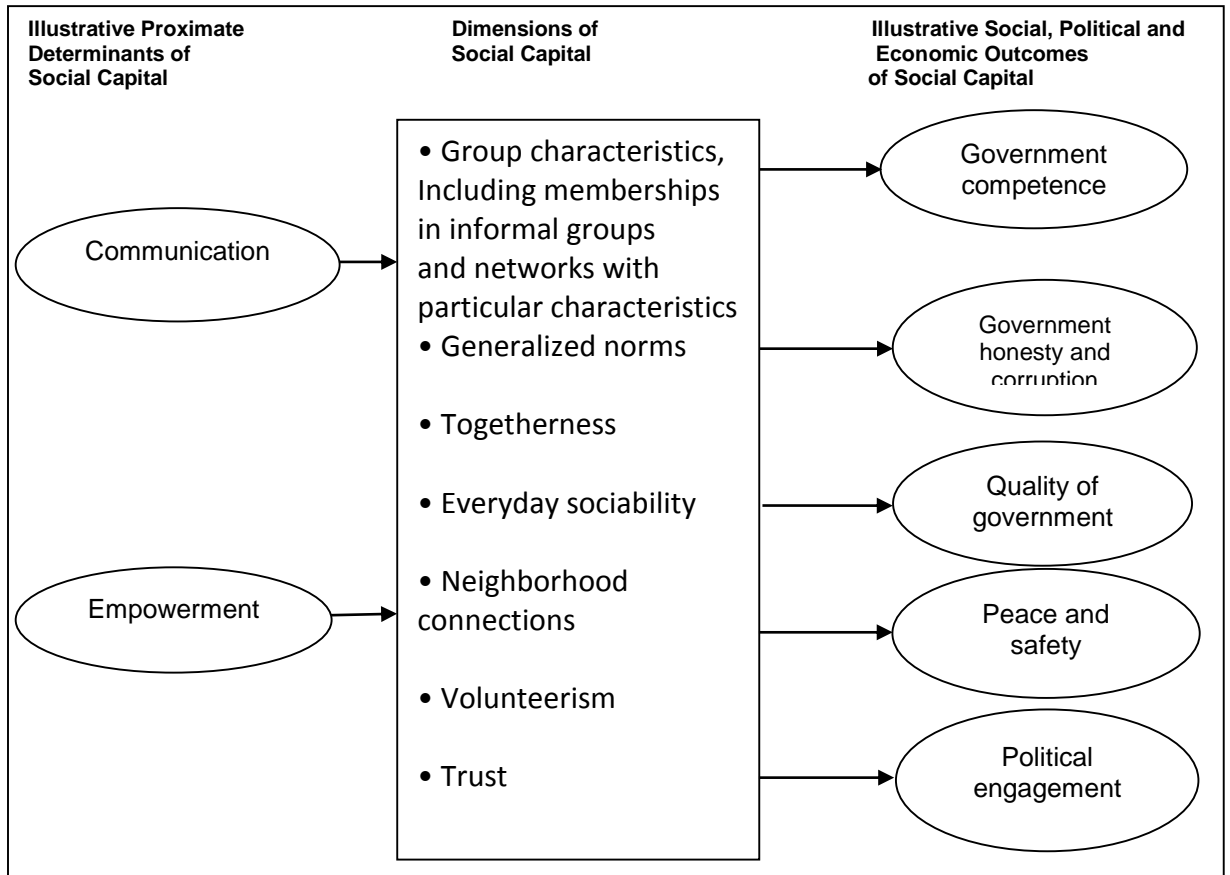
Les deux auteurs ont présenté une version simplifiée des dimensions clés sur la base desquelles le capital social doit être mesuré, ainsi que leur relation avec les déterminants et les résultants, comme le montre la figure ci-dessous.

⁵⁷ « La question standard » demande aux personnes interrogées si elles pensent que l'on peut, en général, faire confiance à la plupart des gens.

⁵⁸ Le score de civisme est un indicateur de la force des normes de réciprocité, est construit selon des questions sur le caractère admissible ou non, de certains comportements tels de ne pas payer dans les transports en commun, fraudes fiscales, etc

⁵⁹ Pour plus de détails sur ces enquêtes ainsi que d'autres études telles que « New South Wales Study » ; « The barometer of social capital, Colombia » ; « Index of national Civic Health, USA » ; Voir Naryan et Cassidy (2001).

Figure 8 : Un cadre de mesure du capital social révisé.

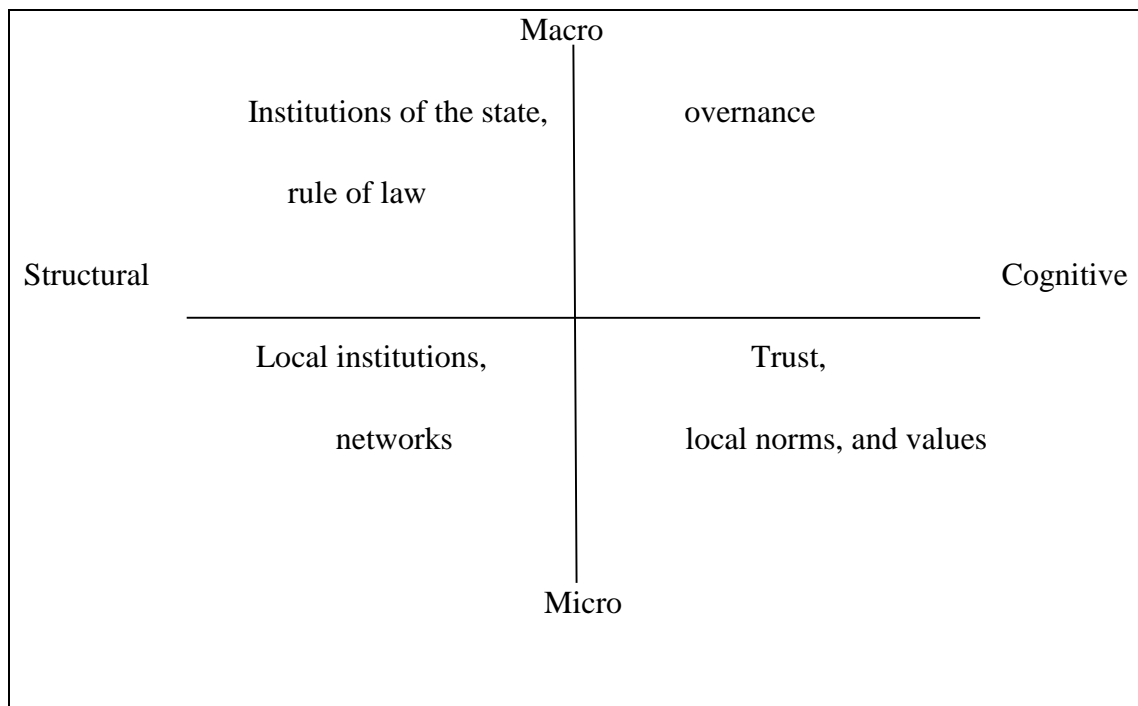


Source : Naryan et Cassidy (2001, p.90).

Dans une synthèse d'un autre projet d'études : « *social capital initiative* »⁶⁰, Grootaert et Bastelaer (2001) trouvent qu'un cadre général de réflexion sur le capital social commence à émerger. Ce cadre est construit autour de deux dimensions clés du capital social : son champ d'application (micro, méso et macro) et ses formes (cognitive et structurelle), comme le montre la figure 9 :

⁶⁰ Social Capital Initiative (SCI) est un programme financé par le Gouvernement du Danemark, énoncée en 1996 pour étudier d'impact du capital social sur l'efficacité des projets de développement et de contribuer à l'élaboration d'indicateurs pour le suivi du capital social et des méthodologies pour mesurer son impact. La série des documents de travail SCI sont disponibles sur le web : www.Iris.Umd.Eduladass/proj/soccappubs.asp.

Figure 9 : Dimensions du Capital Social



Source : Grootaert et Bastelaer (2001, p.20).

Selon les deux auteurs, la majorité des études du (SCI) se sont concentrées sur un ou deux de ces quadrants. Et que la plupart des études se situent au niveau micro et se concentrent sur les institutions ou les normes qui sont pertinentes pour les ménages, les villages et les communautés.

D'un autre côté, la plupart des études (SCI) ont essayé d'intégrer les aspects à la fois structurels et cognitifs du capital social, bien que la mesure soit souvent plus avancée pour le capital social structurel. Grootaert et Bastelaer (2001) considèrent que l'approche idéale pour mesurer le capital social, devrait incarner les quatre quadrants de la figure 9.

Cependant, malgré les instruments pilotes mis au point par la Banque Mondiale, les difficultés rencontrées pour mesurer le capital social doivent être reconnues (OCDE, 2001). Dans ce cadre Bjornskow et Svendsen (2003) déclarent que la littérature n'a pas abouti à l'identification d'un seul facteur sous-jacent unique du capital social. Et que cette lacune pour développer un modèle approprié du capital social fondé sur les modèles empiriques observés dans la réalité, peut être constatée à travers l'examen des approches empiriques réalisées. Ces deux auteurs, après avoir examiné dix approches empiriques ont considéré que les mesures du capital social peuvent être classées selon les trois niveaux : micro, méso et macro ; comme le montre le tableau 9.

Tableau 9 : Mesure du capital social au niveau micro, miso et macro

Auteurs	micro	miso	macro
1. Narayan and Pritchett (1999)	Confiance généralisée	Organisations bénévoles	
2. Krishna and Uphoff (1999)	Confiance généralisée	Organisations bénévoles	
3. Whiteley (2000) 4. Brehm and Rahn (1997) 5. Rose (1999) 6. Uslaner (2001) 7. Putnam (1993) 8. Grootaert (1999) 9. World Bank (1996) 10. Paldam and Svendsen (2002)	Facteur de confiance Confiance généralisée réseau	Participation civique Corruption Organisations bénévoles Organisations bénévoles	Confiance dans le gouvernement Confiance dans le gouvernement Corruption Liberté économique Décentralisation

Source: Bjørnskov et Svendsen⁶¹

D'après Bjørnskov et Svendsen (2003), ces approches peuvent être compressées en quatre éléments opérationnels dominants, en l'occurrence :

- Premièrement, la confiance généralisée au niveau micro, peut être utilisée comme un indicateur du capital social, par exemple, le pourcentage de la population donnant une réponse confirmatoire à la question « pensez-vous que la plupart des gens sont dignes de confiance ? ».
- Deuxièmement, la participation civique est un autre indicateur du capital social au niveau méso. Cet instrument mesure la densité des organisations bénévoles dans un pays donné.
- Troisièmement, la corruption a été utilisée comme une mesure indirecte du capital social au niveau méso et macro aussi.

⁶¹ Bjørnskov et Svendsen, " Measuring social capital – Is there a single underlying explanation?", WORKING PAPER 03-5, www.hha.dk/nat/wper/03-5_gts.pdf

- Quatrièmement, la liberté civile est aussi considérée comme indicateur du capital social au niveau macro. Cette mesure contient des informations sur, par exemple, l'étendue de la liberté d'expression et d'organisation.

Parmi les critiques avancées quant à la mesure du capital social, celle de Dasgupta (2003) qui précise que la difficulté de mesurer le capital social ne revient pas à la pauvreté des données, mais c'est parce que l'on ne sait pas exactement ce que l'on devrait mesurer : *«It is friendly difficult to measure. This isn't because of recognized paucity of data, but because we don't quite know what we should be measuring. Comprising different types of relationships and engagements the components of social capital are many and varied and, many instances, intangible»*. (Dasgupta, 2003, P.4).

Puis en se référant à la définition du capital social avancée par Putnam, Dasgupta trouve que la conceptualisation du capital social conduit à mélanger des objets incommensurables sans donner le moindre indice de la façon dont il faut les mélanger : *« ... it encourages us to amalgamate incommensurable objects, namely (and in that order), beliefs, behavioral rules and such forms of capital assets as interpersonal links, without offering a hint as to how they are to be amalgamated »* (Dasgupta, 2003. P.5).

Partant des critiques de Dasgupta, Ponthieux (2006) explique que la difficulté rencontrée dans la mesure du capital social revient en fait qu'une partie des mesures est centrée sur les pratiques (comme par exemple la participation aux réseaux), tandis qu'une autre est centrée sur les opinions et la perception (dont principalement la confiance).

Dans le même ordre d'idée, l'OCDE fait remarquer que le désir de réaliser une mesure peut amener à confondre les sources, les fonctions et les résultats : *« Les attitudes des individus (la confiance par exemple) ou leurs comportements (adhésion à des organisations, leur participation aux votes) sont des mesures indicatives du capital social qu'il ne faut pas confondre avec le concept lui-même »*, OCDE (2001, P.50).

D'un autre côté, l'interprétation de certaines mesures doit être faite avec prudence (on ne sait pas au juste si les personnes interrogées interprètent de la même façon les termes de la question : « confiance » ou « la plus part des gens », quels que soit leur pays, leur culture et l'époque à laquelle la question leur est posée » (Ibid, P.51).

Concernant la véritable confiance qui, selon Putnam, résulte d'interactions répétées au niveau des personnes, Ponthieux se demande si : *« la confiance "en général" est-elle*

alors la somme des confiances construites dans les contextes limités ? » (Ponthieux, 2006, P.100). Certains auteurs, comme par exemple Uslaner (2002) trouve qu'il n'y a pas de raison que la confiance associée à un contexte donné, soit transférable à tous les contextes ou toutes les circonstances.

De leur part, Côté et Helliwell (2002) ont avancé quelques critiques concernant la difficulté de mesurer le capital social :

- En ce qui concerne le facteur temps, les deux auteurs trouvent que les enquêtes⁶² sont basées sur une période définie, ce qui ne permet pas de mesurer la variation du capital social dans un pays, puisque l'accumulation ou la dégradation du capital social sont des processus qui prennent plusieurs années, voire des décennies ;
- Ils contestent aussi l'utilisation dans les enquêtes de variables ne tenant pas compte de la nature contextuelle du concept comme la « confiance générale » ou le terme « communauté » qui peut avoir une signification différente pour plusieurs personnes, ainsi il est difficile de standardiser certaines caractéristiques du capital social.
- Aussi, la majorité des enquêtes ont négligé la nature contextuelle du capital social, alors que les types de coopérations entre les individus ou communautés peuvent prendre des formes différentes selon le milieu culturel.

2.4.3. La mesure du capital social au niveau individuel :

Au niveau individuel, la mesure du capital social a été considérée comme un problème complexe, mais d'après Van Der Gaag (2005), sa complexité réside dans son opérationnalisation plutôt que dans sa conceptualisation.

En effet, plusieurs arguments montrent que le capital social au niveau individuel étant la perspective la plus utile pour un développement des mesures. Ces arguments, présentés par Van Der Gaag (2005), peuvent être résumés aux points suivants :

- En premier lieu, le capital social au niveau individuel est défini d'une façon plus cohérente que le capital social au niveau collectif, et présente moins de divergence dans sa conceptualisation.

⁶² Sauf quelques enquêtes qui datent des années 1980 (Comme : The World Value Survey and ISSP).

- Deuxièmement, de nombreuses conceptions du capital social au niveau collectif ont beaucoup en commun avec la recherche traditionnelle sur la cohésion sociale, alors que les définitions du capital social au niveau individuel sont plus proches des notions traditionnelles du « capital ». Par exemple, l'étude des investissements et des revenus des biens collectifs va ouvrir un nouvel ensemble de questions de recherches supplémentaires, ce qui peut compliquer davantage la recherche sur le capital social au lieu de répondre aux questions de recherches actuelles (Van Der Gaag, 2005, P.13).
- Troisièmement, pour le développement d'instruments de mesure du capital social, le niveau individuel offre des unités de mesure plus simples et clairement définies.
- Quatrièmement, au niveau individuel, les notions de capital social sont plus souvent basées sur le réseau social, qui est un domaine de recherche bien établie.

Cependant, certains problèmes entravent l'opérationnalisation de la mesure du capital social au niveau individuel. L'un des principaux obstacles est relatif à la propriété du capital social, car contrairement à d'autres formes de capital, le capital social n'est pas automatiquement disponible à l'individu, et se réfère à des ressources appartenant à d'autres acteurs « *There are no exclusive right to social capital* » (Burt, 1992 : P.9). Partant, et comme le souligne Van Der Gaag (2005), le problème majeur réside dans le fait que le capital social représente une collection hétérogène de ressources : une quelconque ressource qui appartient à un autre acteur peut être un capital social. Et la question qui se pose ne concerne pas seulement quels sont les éléments du capital social qui doivent être comptés et comment ; mais également, comment mobiliser ces éléments en indicateurs significatifs.

De nombreux chercheurs qui ont fait des efforts pour opérationnaliser et mesurer le capital social, ont construit une seule mesure, alors que les éléments constituant le capital social identifiés au niveau théorique (alters, ressources, les relations, les normes et la confiance) en font un concept multidimensionnel (Van Der Gaag, 2005). Par ailleurs, comme le souligne Van Der Gaag et Snijders (2005), seules certaines dimensions du capital social ont été mesurées à fond. L'accent a été mis sur les réseaux sociaux et leurs tailles. Mais beaucoup moins sur les ressources qui pourraient être accessibles par les liens sociaux.

En effet, Bourdieu (1980) a lancé des idées pour quantifier le capital social en utilisant le terme « volume ». Il définit le volume du capital social en fonction de la taille du réseau et du volume du capital (économique, culturel et symbolique) possédé par un individu au sein du réseau social : « *le volume du capital social que possède un agent particulier dépend donc de l'étendue du réseau des liaisons qu'il peut effectivement mobilisé et du volume de capital (économique, culturel ou symbolique) possédé en propre par chacun de ceux auxquels il est lié* »(Bourdieu,1980, p.2).

Alors que la dimension structurelle du capital social a été appréhendée au début des années 1970 où l'accent a été mis sur l'étude des connexions réciproques du réseau social, principalement avec la notion de la « force des liens faibles » de Granovetter (1973) qui postule que l'individu ayant des connexions avec certains types de liens (caractérisés de liens faibles) lui permettra d'avoir de meilleurs rendements du capital social. De sa part, Burt (1992) avance que certaines positions dans le réseau social (les trous structuraux et les contraintes structurelles) ont des effets sur l'obtention de meilleures positions ou des récompenses dans les organisations. En adoptant les mêmes idées, Flap (1994)⁶³ définit le capital social comme une combinaison de la taille du réseau, la force de la relation et les ressources possédées par les membres du réseau.

Ainsi, la majorité des chercheurs se sont concentrés sur les qualités structurelles des réseaux sociaux pour résumer le capital social d'un individu, mais les ressources incorporées, généralement, n'ont été pas prises en compte. Partant de cette critique que Lin (1999) a considéré que le capital social est enraciné dans les réseaux sociaux et les relations sociales ; et, doit être mesuré par rapport à sa racine. Et par conséquent, Lin (1999) définit le capital social comme étant les ressources incorporées dans une structure sociale, qui sont accessibles et/ou mobilisées dans les actions intentionnelles : «*Social capital can be defined as resources embedded in social structure wich are accessed and/or mobilize in purposive actions* » (Lin, 1999 : P.35).

Pour lui, la notion du capital social contient trois (03) éléments croisant structure et action : l'élément structurel (encastrement), l'élément opportunité (accessibilité) et

⁶³http://www.google.dz/imgres?imgurl=https://38.media.tumblr.com/7a4bd596f4e919ae9d8ffd1f0f3d7ef4/tumblr_mgkscuPybZ1rjwzm8o1_500.gif&imgrefurl=https://www.tumblr.com/tagged/bodysoulsshiver&h=281&w=500&tbnid=E4Mbxpu4X3TNiM:&zoom=1&docid=PMx4KdGSGfKNhM&ei=NMb0VJKIGsrSaO6wgtAM&tbm=isch&ved=0CCMQMygJMAk

l'élément action compte-tenu de l'importance des ressources et des relations dans le concept de capital social, la recherche scientifique a montré différents avis quant à la focalisation sur l'un de ces deux éléments. D'après Lin (2005), cette différence des avis a fait surgir deux approches théoriques décrivant le processus selon lequel le capital social est censé produire des rendements :

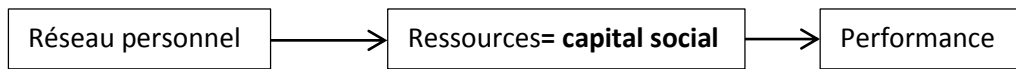
- Dans un premier processus, le capital social est conçu en termes de sa capacité (entant que bassin de ressources incorporées dans le réseau social d'un acteur) et on s'attend à ce qui a plus de capacité aura plus de rendement. Lin (2005) explique que le capital social accessible estime le degré d'accès aux ressources ou la mesure dans laquelle un bassin potentiel de ressources capable de générer des rendements, est disponible dans le réseau social de l'acteur. Il indique la capacité du capital.
- Dans la seconde approche, le capital social est défini en fonction de son utilisation effective et on s'attend que mieux le capital soit utilisé, plus le rendement est meilleur. Ainsi, comme le souligne Lin (2005), le capital social mobilisé reflète l'utilisation réelle d'un lien social et des ressources. Il représente une sélection d'un ou plusieurs liens spécifiques et de leurs ressources, pour une action particulière. Par exemple, en utilisant un contact particulier avec certaines ressources (sa richesse, son pouvoir, son statut) dans un processus de recherche d'emplois peut indiquer un capital social mobilisé (Lin 2005 : 5).

Après une synthèse des définitions du capital social individuel avancées par les auteurs, Chollet (2004) considère que leurs différents points de vue s'articulent autour de trois éléments : le réseau de relations, les ressources acquises par le biais de ce réseau et la performance individuelle qui en résulte. Sur la base de ces trois éléments et selon les auteurs, Chollet (2004) identifie quatre configurations du capital social individuel :

1) le capital social est assimilé aux ressources accessibles par le réseau personnel :

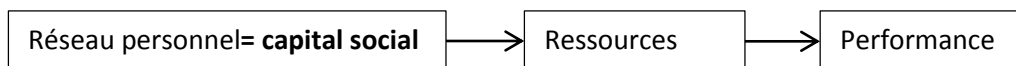
Ce point de vue est partagé par deux auteurs : Bourdieu (1980) qui définit le capital social comme étant : « *L'ensemble des ressources effectives ou potentielles qui sont associées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées de connaissances mutuelles ou de reconnaissance* » (Bourdieu, 1980,

p. 2). Et Lin (2001) pour qui le capital social correspond aux ressources encastrées dans une structure sociale acquises et utilisées pour l'action « *ressources embedded in social networks accessed and used by actors for actions* » (Lin, 2001, p. 25).



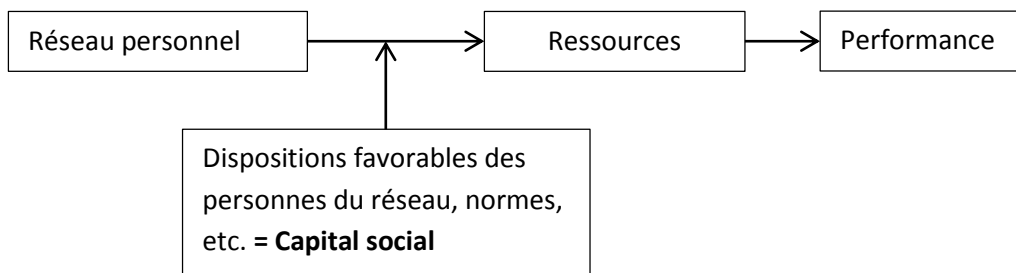
2) le capital social correspond au bénéfice tiré de la place de l'individu dans la structure du réseau :

Cette conception est avancée par Burt (1995) qui considère que le capital social se réfère au type de structure du réseau.



3) le capital social est assimilé aux dispositions favorables ou aux obligations ressenties dans le réseau :

Pour Adler et Kwon (2002) le capital social est défini comme étant les dispositions favorables disponibles pour des individus ou des groupes. Ils précisent que ses origines résident dans la structure et le contenu des relations sociales des acteurs, et que ses effets proviennent de l'information, de l'influence et de la solidarité qu'il rend disponibles pour l'acteur : « *social capital is the goodwill available to individuals or groups. Its source lies in the structure and content of the actor's social relations. Its effects flow from the information, influence, and solidarity it makes available to the actor* » (Adler et Kwon, 2002, p. 23).

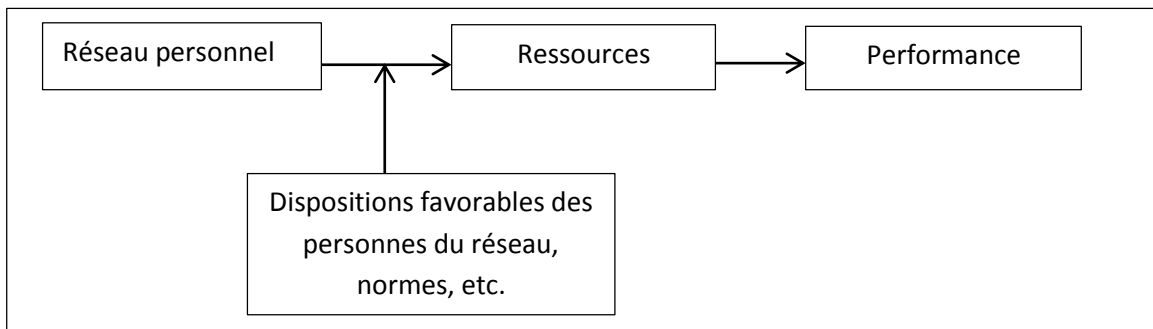


4) le capital social englobe à la fois le réseau et les ressources qui y sont inscrites :

Ce point de vue est avancé par Portes (1998) ainsi que Nahapiet et Ghoshal (1998). Pour ces deux derniers le capital social est la somme des ressources réelles et potentielles encastrées dans, accessibles par, et tirées du réseau de relations qu'un individu ou une unité sociale possède : « *the sum of the actual and potential resources embedded within, available through, and derived from the network of relationships possessed by an*

individual or social unit. Social capital thus comprises both the network and the assets that may be mobilized through that network» (Nahapiet et Ghoshal, 1998, p. 243). Dans le même sens Portes définit le capital social comme étant la capacité d'acteurs à s'assurer des avantages par le biais de leur appartenance à des réseaux sociaux ou d'autres structures sociales : *«the ability of actors to secure benefits by virtue of membership in social networks or other social structures »* (Portes, 1998, p. 6).

Processus de mobilisation de ressources par le réseau personnel= **capital social**.



De sa part, Van Der Gaag (2005) trouve que les nombreuses études qui ont quantifié la notion de capital social n'ont mis l'accent que sur une partie seulement de ses éléments : soit sur la structure du réseau social, soit sur les ressources sociales accessibles. Les études ont abouti à des résultats intéressants et utiles, mais une approche intégrée n'a pas souvent, été suivie. Cet inconvénient a été considéré par de nombreux chercheurs et peu à peu un accord s'est formé en reconnaissant qu'il n'est pas satisfaisant de ne mesurer que les liens du réseau ou les ressources incorporées sans information sur la possibilité de mobiliser ces derniers.

Comme résolution à ce problème, Van Der Gaag (2005) propose d'inclure la plus part des quatre dimensions recommandées par Flap (2004)⁶⁴, à savoir :

- Les alters à qui égo a accédé ;
- Leurs ressources ;
- La disponibilité de ces ressources pour égo ;
- La structure du réseau social de l'égo.

⁶⁴ Flap, H., 2004, Creation and returns of social capital. London : Routledge. Cité par Van Der Gaag (2005).

Van Der Gaag et Snijders (2005) expliquent qu'avec des indicateurs de ces dimensions, les mesures peuvent être construites sur la base des notions telles que le volume, la diversité, etc. Et compte-tenu de la diversité des ressources mesurées et notamment les indicateurs de disponibilité des ressources, la mesure du capital social en mettant l'accent sur l'accès des individus au capital social a été poursuivi suivant deux approches méthodologiques, à savoir : le « *générateur de noms* » et le « *Générateur de positions* » (Van Der Gaag et Snijders (2005, p.3). (Nous reviendrons sur ces méthodes avec plus de détails au chapitre 5).

La mesure du capital social est le problème le plus ardu dans l'étude du capital social et ce du fait de l'absence d'une définition universelle. En effet, et comme démontré dans la section correspondante ci-dessus, la définition du capital social est problématique en soi. C'est en partie en raison de l'ambiguïté des termes clés du concept, des termes tels que « confiance », « normes » et « valeurs », ce qui peut signifier différentes choses pour différentes personnes. Ces difficultés se répercutent sur la tentative de la mesure du capital social. En conséquence, il n'existe aucune mesure unique, alors que de nombreuses variantes peuvent être trouvées dans la littérature, qui tente de mesurer le capital social dans une variété de méthodes qui ont été développées en distinguant entre les différentes dimensions et les composantes clés du capital social. La principale distinction est afférente au niveau d'analyse qui peut être individuel ou collectif. C'est le premier niveau qui nous intéresse particulièrement, car cette recherche porte sur le capital social de l'entrepreneur.

Conclusion du chapitre 1 :

Dans ce chapitre, nous avons présenté l'historique de l'évolution de la notion de capital social qui nous est apparue encore floue à cause de la pléthore des définitions, des formes et des dimensions ; ainsi que la divergence des niveaux d'analyse, ce qui s'est traduit par de nombreuses interrogations sur plusieurs aspects tels que la détermination des sources du capital social et la pertinence de sa mesure.

Ces lacunes théoriques ont donné lieu à une réticence quant à l'acceptation du capital social comme étant une forme de capital ou juste comme un complément naturel des autres formes du capital.

D'autre part, dans la littérature portant sur le capital social, la distinction est faite entre deux principales conceptualisations théoriques. La première considère le capital social comme une capacité d'action collective et qui se réfère à aux facteurs culturels du groupe social, à savoir : les normes, la confiance et la réciprocité. Cette tendance évoquée principalement par James Coleman (1988) a certaines limites dont principalement la difficulté de l'opérationnaliser empiriquement.

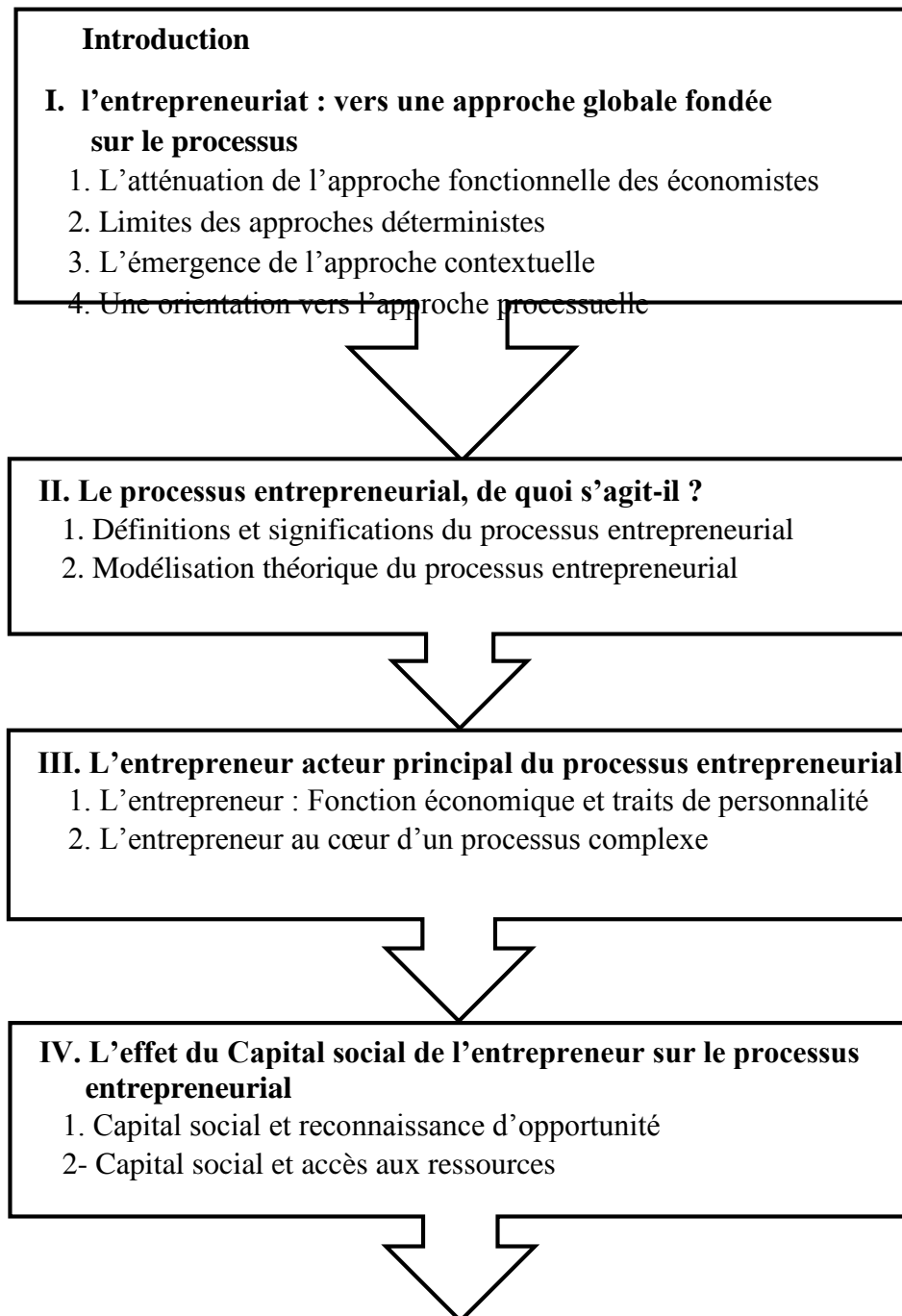
Tandis que la seconde approche considère le capital social dans sa forme réticulaire comme étant l'accès aux ressources externes par des réseaux sociaux. Cette tendance incarnée par Pierre Bourdieu (1980) a été critiquée à cause de son caractère instrumental et utilitariste.

Dans la suite de notre travail, nous nous sommes intéressés à l'étude du capital social au niveau individuel (le capital social de l'entrepreneur). Et partant de la nouvelle théorie du capital « néo-capital » (qui comprend le capital humain, le capital culturel et le capital social), nous considérons le capital social comme une forme de capital. Cette étude s'inscrit donc pleinement dans l'approche réticulaire instrumentale du capital social pour étudier son impact sur l'acte d'entreprendre. Il s'agit, pour nous, d'étudier l'effet instrumental d'un capital qui relève des interactions sociales sur une activité économique. De ce fait, nous avons adopté la vision de l'encastrement social des activités économiques de Granovetter (1973) et nous considérons que l'activité entrepreneuriale est socialement encadrée. Le chapitre suivant s'interroge sur le rôle du capital social dans le processus entrepreneurial.

Chapitre 2 :

Capital social de l'entrepreneur et processus entrepreneurial

Figure 10 : Plan du chapitre 2



Introduction :

L'entrepreneuriat est un domaine multidisciplinaire ayant gagné l'intérêt de nombreux spécialistes dans les domaines de l'économie, la sociologie, la psychologie et les sciences, qui ont tenté de le définir. Toutefois, et malgré les efforts déployés, aucun consensus n'a été atteint sur les contours de la définition de l'entrepreneuriat, alors qu'il y a une unanimité sur ses effets positifs sur la croissance économique à travers l'augmentation des taux d'emplois et la création de richesses. Considérant cette importance, différents points de vue ont été avancés pour déterminer les facteurs susceptibles d'améliorer l'activité entrepreneuriale.

La littérature de l'entrepreneuriat montre que pendant longtemps les points de vue des chercheurs se sont concentrés sur les perspectives psychologiques et fonctionnelles dont lesquelles l'objet de l'étude est un acteur individuel qui est l'entrepreneur, sans se rendre compte d'autres facteurs qui relèvent du contexte dans lequel se déroule l'acte d'entreprendre.

Ce n'est qu'au début du 20^e siècle que la recherche en entrepreneuriat s'est orienté vers une approche globale qui a replacé le comportement entrepreneurial dans son contexte en considérant l'entrepreneuriat comme un processus socialement encadré. Dans cette approche, la création de nouvelles entreprises est supposée être conditionnée par des facteurs environnementaux, à savoir les facteurs socio-culturels ainsi que le cadre institutionnel qui déterminent l'esprit entrepreneurial dans un lieu et un temps donnés, comme le souligne Veciana (1999) « *The basic assumption that the decision to run one's own business and therefore the creation of new firms, is conditioned by external or environmental factors. In other words, it is the socio-cultural factors or institutional framework that determines entrepreneurial spirit and new firm creation in a given place and time* ». (1999, P21)⁶⁵.

⁶⁵ Veciana, J. (1999): "Social structure and competition in inter firm networks: The paradox of embeddedness", *Administrative science quarterly*, 29, 598-621. Cité par Fornoni et al (2009, P.259).

En effet, suite à la théorie d'apprentissage social de Bandura(1977)⁶⁶, Shapero et Sokol (1982) stipulent qu'un élément important de l'intention entrepreneuriale est l'influence de l'environnement sur les perceptions et les motivations ; « *The social and cultural factors that enter into the formation of entrepreneurial events are most felt through the formation on individual value on the formation of new ventures, more individuals will choose that path /.... / More diffusely, a social system that places a high value o, innovation, risk-taking, and independence is more likely to produce entrepreneurial events than a system with contrasting value* » (Shapero et Sokol, 1982, P.83)⁶⁷. Dans ce sens, les comportements des entrepreneurs naissants ainsi que leurs intentions entrepreneuriales seront conditionnées par les caractéristiques environnementales socio-culturelles. Par exemple, en observant les comportements d'autres personnes qui leurs sont liés, les entrepreneurs peuvent décider de les imiter ou non en fonction de leur perception de l'efficacité de ces comportements. Ainsi, les facteurs socio-culturels auront une incidence directe sur les motivations, les attentes et les attitudes des entrepreneurs naissants à travers le processus de socialisation dans lequel ils vivent (Rodriguez et Santos, 2009).

Dans cette optique, la littérature récente a changé de visualiser les entrepreneurs en tant que décideurs autonomes et rationnels, vers une nouvelle vision les considérant comme des acteurs intégrés dans les réseaux sociaux (Aldrich et Zimmer, 1986 ; Hoang et Antonic, 2009). Dans ce sens, les théoriciens de l'organisation suggèrent qu'il existe un troisième type de capital qui est important pour expliquer la création de nouvelles entreprises ; il s'agit du *capital social*. Ce capital est devenu très important expliquant non seulement la croissance économique des économies nationales ou régionales (Putnam, 1993 ; Grootaert et Brastelaer, 2001), mais aussi les comportements des entreprises et des entrepreneurs (Potentiels, naissants ou existants) (Davidsson et Honig, 2003).

⁶⁶ Bandura, A. (1977), *Social learning theory*, Englewood Cliffs, N.J: Prentice-hall. Dans cette théorie d'apprentissage social, Bandura désigne trois procédures d'acquisition qui ont leur source dans l'entourage de l'individu, à savoir :

- L'apprentissage dit « Vicariant » est celui qui résulte de l'imitation par l'observation d'un pair qui exécute le comportement à acquérir (formateur ou membre-leader du groupe).
- La facilitation sociale désigne l'amélioration de la performance de l'individu sous l'effet de la présence d'un ou plusieurs observateurs.
- L'anticipation cognitive est l'intégration d'une réponse par raisonnement à partir de situations similaires....

⁶⁷ SHAPERO Albert et SOKOL Lisa, *The social dimensions of entrepreneurship*, in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, C. Kent, D. Sexton et K. Vesper eds, Prentice Hall, 1982, p. 72-90. Cité par Licht et Siegel (2004, P.1).

La fonction entrepreneuriale peut être abordée sous différents points de vue théoriques économique, institutionnel et managérial. Dans notre étude portant sur le rôle que peut jouer le capital social dans le processus entrepreneurial, il est évident qu'elle s'inscrit dans une approche socio-culturelle et dimensionnellement au niveau micro (ou individuel), c'est-à-dire le capital social de l'entrepreneur.

Ce deuxième chapitre est structuré comme suit : la première section passe en revue l'évolution du champ de recherche qui a donné lieu à une approche multidimensionnelle de l'entrepreneuriat fondée sur le processus. La seconde section est consacrée à la présentation des différentes conceptions du processus entrepreneurial. La troisième section présente l'acteur principale du processus entrepreneurial qui est l'entrepreneur. La quatrième section traite de l'effet que peut exercer le capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial.

I. l'entrepreneuriat : vers une approche globale fondée sur le processus

Au fil du temps, le champ de l'entrepreneuriat a connu une immense évolution dont deux phases principales sont considérées (Bruyat, 1993). En Premier lieu, l'entrepreneuriat s'est développé dans les années d'après-guerre au sein de l'économie. La seconde étape est celle du début des années 70 où l'entrepreneuriat a commencé à prospérer au sein de la recherche en gestion et en psychologie.

Cette évolution du champ de l'entrepreneuriat est marquée par la multitude d'approche et angles de vue qui ont été avancés par des économistes, des sociologues, des psychologues, des spécialistes en sciences de gestion ou en sciences du comportement (Filion 1997). Selon leurs appartenances disciplinaires les chercheurs ont observé et donné une analyse de la création d'entreprise, de l'entrepreneur, de son état d'esprit et de ses actes, donnant lieu à plusieurs écoles de pensées pour expliquer le phénomène entrepreneurial.

Dans un travail de revue de la littérature, Danjou (2002) distingue trois angles d'approches privilégiées par les chercheurs en entrepreneuriat, à savoir : l'Entrepreneur ; l'action ; et le contexte. En ce sens, les recherches en entrepreneuriat se décomposent en trois grandes étapes (Hernandez, 2001) :

- La première étape qualifiée de « fondamentaliste » consiste à distinguer les caractéristiques permanentes du succès, le « *one best way* ». il s'agit de rechercher le profil du créateur qui réussit.

- La seconde étape est celle de la contingence qui relie l'efficacité à l'adoption et à la cohérence du concept et de la situation. En entrepreneuriat les chercheurs ont mesuré l'extrême variété de la situation de création et des entités créées. Selon cette approche les variables étudiées relèvent de deux catégories des variables internes de l'entité étudiée et des variables externes (l'environnement).

- La troisième étape est celle du processus dont laquelle les conceptions recouvrent des phénomènes en évolution.

De sa part Fayoll (2004) en s'inspirant d'une formulation de Stevenson et Jarillo⁶⁸, considère que la recherche en entrepreneuriat peut être résumée en trois questions fondamentales :

- ✓ “What on earth is he doing?
- ✓ “Why on earth is he doing?
- ✓ “How on earth is he doing?

Ce triple questionnement correspond aux trois approches principales du champ de l'entrepreneuriat :

- L'approche fonctionnelle des économistes (What),
- L'approche centrée sur les individus des spécialistes des sciences de comportement (Who and Why).
- L'approche processuelle (How) des gestionnaires.

Dans cette section nous abordons ces différentes approches qui ont marqué l'évolution du champ de l'entrepreneuriat. Les deux premières se sont focalisées sur l'entrepreneur comme étant l'acteur principal de l'entrepreneuriat. La première décrivant le rôle et les fonctions de l'entrepreneur (l'approche fonctionnelle). La seconde est préoccupée par la détermination des caractéristiques personnelles de l'entrepreneur. (L'approche comportementale). Puis, les recherches se sont orientées vers l'environnement, comme déterminant fondamental du phénomène entrepreneurial

⁶⁸ Stevenson H.H. et J.C. Jarilo, « A paradigm of entrepreneurship : Entrepreneurial management », Strategic Management Journal, 11, 17-27. Cité par Fayolle (2004).

(l'approche contextuelle). Enfin, et dans une vision globalisant les variables contextuelles et individuelles, s'est développée l'approche processuelle.

1.1. L'atténuation de l'approche fonctionnelle des économistes :

Considéré comme l'origine historique de l'entrepreneuriat, cette approche a pris forme dans les premiers écrits des théoriciens économiques. En premier lieu, à travers les écrits de Richard Contillon (1697-1735) qui est considéré comme le premier auteur à faire apparaître le concept de l'entrepreneuriat (Filion, 1997). Il a présenté la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique.

Puis, Jean-Baptiste Say (1767-1832) a prolongé les analyses de Contillon en définissant le métier de l'entrepreneur et le capitaliste. Il associe l'entrepreneur à l'innovation en le voyant comme un agent de changement.

Ensuite, c'est Joseph Schumpeter (1883-1950) qui a donné ses assises au champ de l'entrepreneuriat, en publiant sa théorie de l'évolution économique (Fayolle, 2000). Pour Schumpeter, l'entrepreneur par son action innovatrice constitue l'élément central du développement économique. La contribution de Schumpeter a été complétée par d'autres économistes parmi lesquels Fayolle (2004) cite, Knight (1971) et la relation de l'entrepreneur à l'incertitude, Kirzner (1963) et les opportunités liées aux besoins et aux imperfections du marché. Leibenstein (1979) et son modèle de mesure de l'inefficacité dans l'utilisation des ressources et Casson (1982) et l'importance de la coordination des ressources et la prise de décision.

D'après Fayolle (2004, P.11), le point de vue des économistes est multi-composant et tend à dégager, au moins, deux figures d'entrepreneurs et quatre rôles entrepreneuriaux fondamentaux :

- Les deux figures sont celles de l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et l'entrepreneur innovateur.

- Les quatre rôles que joue l'entrepreneur dans le système économique sont : la prise de risque « risk-taker / risk-manager » (Contillon, Say, Knight), l'innovation « innovator » (Schumpeter), la saisie d'opportunité « Alert seekes of opportunities » (Hayek, Mises, Kirzner) et les coordinations de ressources limitées « coordinator of limited ressources ». (Casson).

L'entrepreneuriat a été identifié par les économistes comme étant une construction utile pour mieux comprendre le développement économique. Le rôle de l'entrepreneur a

été étudié sous un angle quelque peu abstrait de sa fonction économique, et en lui allouant un comportement rationnel qui vise le profit maximum. Ainsi, les économistes pouvaient qualifier son action. Ce faisant, le refus de développer des modèles plus complexes et qualitatifs est une limite à leur approche (Moreau, 2004). Leibstein (1968)⁶⁹ conclut qu'il n'est pas possible d'établir un modèle de développement économique en relation avec l'entrepreneuriat et ajoute que la théorie de la concurrence donne l'impression qu'il n'y a nul besoin en ce domaine. Ainsi, cette approche fonctionnelle a quelque peu atténué depuis la fin des années 70, ce qui amènera « *le monde de l'entrepreneuriat à se tourner vers les behaviouristes pour mieux approfondir la compréhension du comportement de l'entrepreneur* » (Filion, 2001, P.5).

1.2. Limites des approches déterministes :

Le courant de recherche qualifié par les auteurs américains de « trait approach », a longtemps dominé le champ de l'entrepreneuriat. Les chercheurs appartenant à ce courant de pensée considèrent l'entrepreneur comme l'unité d'analyse. Ainsi, les recherches se sont fondées sur les traits de personnalité des entrepreneurs, puis sur leurs caractéristiques psychologiques et démographiques afin de répondre aux questions de "pourquoi". Ce courant peut être scindé en deux approches, l'une basée sur les caractéristiques personnelles, l'autre a pour objectif de dresser des typologies.

1.2.1. L'approche par les traits de personnalités :

Initiée par le psychologue Max Weber(1930)⁷⁰ qui a mis en évidence l'importance du système de valeur, est l'un des premiers adeptes de la discipline à s'intéresser aux entrepreneurs (Filion, 1997), cette approche se concentre sur les traits de personnalité pour expliquer l'acte d'entreprendre. Selon cette approche, l'acte de création d'entreprise par un individu pourrait être prédit par sa personnalité. De nombreuses recherches effectuées par des psychologues, sociologues et spécialistes de comportement ont identifié toute une série de caractéristiques décrivant les entrepreneurs.

⁶⁹ LEIBENSTEIN H, "Entrepreneurship and development", *American Economic Review*, mai 1968, vol. 58, n° 2, p. 72-83. Cité par Tounés (2003).

⁷⁰ WEBER, M. (1930), *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, traduit par Talcott Parsons, Londres, Allen and Unwin. Cite par Filion (1997).

Mc Clillands (1961)⁷¹ considéré lui aussi comme un pionnier dans ce domaine, en essayant de faire comprendre le système de valeur et les motivations de l'entrepreneur, a proposé une théorie du besoin de réalisation dont il détermine certains traits qui caractérisent les entrepreneurs, comme le besoin d'accomplissement, la confiance en soit, la capacité à résoudre des problèmes, etc. Il fait valoir qu'un haut besoin d'accomplissement attire les gens à devenir entrepreneur.

Le locus de contrôle est un autre trait de personnalité qui est étroitement liée à la notion d'un besoin élevé de réussite. Rotter (1966)⁷² a fait valoir que le haut besoin de réalisation est lié à la croyance en locus de contrôle interne. Il a défini le locus de contrôle interne comme une croyance individuelle « *que sa / son sort est contrôlé en grande partie par son / sa propre action et non par des forces extérieures* » (Kothari, 2013). Cette croyance est favorable au développement de la confiance en soi et donc la capacité de contrôler les résultats du projet entrepreneurial. D'autres traits ont été étudiés comme la propension à la prise du risque, l'autonomie, le leadership, la créativité, la volonté de s'exprimer et de se réaliser ; le besoin d'indépendance et de liberté ; Le goût d'entreprendre et de diriger etc. (Filion, 1997).

Les nombreuses qualités personnelles attribuées à l'entrepreneur ne peuvent pas être réunies chez une seule personne comme le fait valoir Casson (1991) qui fait la distinction entre les qualités générales qu'on trouve chez tout le monde, et les qualités spécifiques pour les entrepreneurs.

1.2.2. L'approche typologique :

Cette approche vient compléter celle des traits de personnalité. Les psychologues, sociologues, ethnologues, économistes, gestionnaires se sont efforcés de ranger les entrepreneurs dans des catégories et de construire des typologies. Dans la littérature entrepreneuriale, nombre de typologies sont présentées. Julien et Marchesanay (1996) citent les typologies les plus courantes :

■ Une typologie selon les conditions de création proposée par Norman Smith (1967), fait la distinction entre « *l'artisan* » et « *l'opportuniste* ».

⁷¹ M c C l e l l a n d , D.C. (1961), *The Achieving Society*, Princeton, New Jersey, Van Nostrand. (Voir aussi nouvelle introduction pour ce même ouvrage, New York, Irvington Publishers (1976.)

⁷² Rotter, J. B. (1966), "Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement". *Psychological Monographs*, pp. 80. Cite par Kothari (2013).

■ Une deuxième typologie selon le profil du dirigeant fait la distinction entre « *le technicien* » et le « *manager* ».

■ Une troisième typologie selon les conditions de l'innovation est le fait de Milles et Snow, présente quatre types d'entrepreneurs : « *le prospecteur* », « *l'innovateur* », le « *suiveur* » et le « *leader* ». Julien et Marchesanay trouvent que le résultat de ces typologies est décevant, car « *l'entrepreneur réel en chair et en os, rentre souvent très mal dans ces typologies : celles-ci se contentent en fait de proposer des idéaux-types, en privilégiant quelques caractéristiques jugées essentielles pour le type de problème* » (Julien et Marchesanay, 1966, P.55). Les deux auteurs proposent leur propre typologie faite selon la logique d'action en distinguant « le PIC » (Pérennité, Indépendance, Croissance) et le « PAC » (Pérennité, Autonomie, Croissance).

De sa part, Fayolle (2004) voit que les différentes typologies proposées dans la littérature n'ont pas contribué à distinguer un profil idéal ou scientifique de l'entrepreneur. Et que tout individu est le produit de son (ou ses) milieu (x) d'appartenance.

Les approches centrées sur les individus font l'objet de nombreuses critiques de la communauté des chercheurs en entrepreneuriat et cela dès la fin des années 80. Gartner (1988) trouve que les études réalisées dans le cadre de cette approche n'ont pas réussi à générer une liste valide et sérieuse de caractéristiques qui sont clairement entrepreneuriales dans toutes les situations. Gartner propose donc son approche centrée sur la création d'organisation, s'opposant à celle de Carlan et Al (1988)⁷³ centrée sur les traits.

D'autres auteurs tels que Stevenson et Jarillo (1990)⁷⁴, estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe qui est l'entrepreneuriat en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques « *it can be pointed out that it is extremely difficult to link particular psychological or sociological traits causally to patterns of complex behavior, such as entrepreneurship* » (Stevenson et Jarillo, 1990, p.20). Quant à l'approche typologique, malgré de nombreuses recherches empiriques, elle n'a pas réussi à dresser une typologie unique des personnalités de l'entrepreneur qui distinguerait clairement celle d'entrepreneur de non entrepreneur. « *Toutes les recherches*

⁷³ CARLAND J.W, HOY F. et CARLAND J.A.C., « Who is an Entrepreneur ? » is a question worth asking, American Journal of Small Business, vol 12 n° 4, 1988, p. 33-39.

⁷⁴ Cité par Faylle (2004).

visant à identifier un critère discriminant entre créateur et non créateur, entre ceux qui réussissent et ceux qui échouent (...) ont été vaines ; et à ce jour, aucun chercheur n'a encore trouvé de critère discriminant idéal ». (Hernandez, 1999, P.34).

1.3. L'émergence de l'approche contextuelle :

En s'opposant à l'approche fonctionnelle libérale, la vision contextuelle remet l'entrepreneur dans son contexte social, culturel, politique et économique. Cette vision remonte aux travaux de Polanyi (1957) qui, en expliquant les différences entre les régions économiques, soutient que l'action économique est intégrée dans des institutions économiques : « *l'économie humaine /... / est encadrée et insérée au sein d'institutions économiques et non économiques. L'inclusion de la dimension non économique est vitale* » (Polanyi, 1957)⁷⁵.

Le concept de Polanyi a été apporté dans la nouvelle sociologie économique par Granovetter (1985) en considérant que les activités économiques sont intégrées dans des systèmes d'interactions sociales, présentant ainsi une réponse critique à la vision sous-socialisée des phénomènes économiques (Boschet et Rambonilaza, 2010).

L'approche de Granovetter (1985) repose sur deux propositions fondamentales, à savoir :

- 1) L'action est toujours socialement située et ne peut pas être expliquée seulement par les motifs individuels ;
- 2) Les institutions économiques ne sont pas automatiquement produites, mais elles sont socialement construites (Granovetter, 1992 ; 1994).

Granovetter se différencie du point de vue large de Polanyi en proposant une compréhension étroite, basée sur une hypothèse fondamentale de la notion de " Embeddedness" c'est-à-dire d'encastrement⁷⁶, selon laquelle l'acteur économique n'est pas isolé, mais situé dans des réseaux et des structures sociales qui affectent son action et son comportement.

⁷⁵ POLANYI, K. (1944), *The Great Transformation*, Beacon Press, Boston.

----- (1957), « *The Economy as Instituted Process* », in Polanyi, Arensberg et Pearson (eds.), *Trade and Market in the Early Empires: Economies in History and Theory*, Henry Regnery Company, Chicago. Cite par Plociniczak (2003).

⁷⁶ « L'encastrement correspond à la pénétration de tout un ensemble de règles sociales, politiques et culturelles dans les sphères de la production et des échanges économiques » (Plociniczak, 2003, p.17).

Cependant, que ce soit le point de vue large (*lato sensu*) de Polanyi ou la compréhension étroite (*stricto sensu*) de Granovetter, les deux points vus sont utilisés en entrepreneuriat (Plociniczak, 2002).

En effet, dans ce courant, l'entrepreneuriat est déterminé par un contexte social, culturel, politique et économique précis. Les facteurs contextuels sont nombreux et diversifiés et qui peuvent être regroupés en deux catégories : ceux relevant d'un environnement politico-économique, qualifié d'environnement global. Et ceux relatifs à un environnement socio-culturel, dit environnement proche.

- **L'environnement global** : L'effet de facteurs politico-économiques

Selon Emin (2003), la littérature portant sur l'environnement global comporte trois courants principaux :

1. Le premier courant s'intéresse aux conditions environnementales générales.
2. Le second courant indique l'effet des conditions environnementales d'un pays ou d'une région.
3. Le troisième courant souligne le rôle des politiques publiques.

Dans cette perspective, les chercheurs se sont appuyés sur deux cadres théoriques :

- le premier est la théorie de la dépendance des ressources, elle a déterminé les ressources les plus significatives dans l'aide à la création de nouvelles organisations.

- Le second est la théorie de l'écologie des populations explique la relation entre les variations régionales ou nationales et les variations dans le taux de création de nouvelles entreprises. (Emin, 2003, d'après Aldrich, 1990)⁷⁷.

Dans une étude de comparaison entre les évolutions entrepreneuriales et les changements dans l'économie de six pays : France, Grande Bretagne, Japon, Allemagne, Russie et USA, Wilken (1979)⁷⁸ constate que l'activité entrepreneuriale augmente durant les périodes de décollage économique. Il conclut que l'entrepreneuriat est le fait des mouvements économiques nationaux comme la technologie, l'expansion du marché, le travail, etc. ; ainsi que des changements de facteurs non économiques tels que l'idéologie, la légitimité entrepreneuriale, le statut trouvé dans cette activité.

⁷⁷ Aldrich H, 1990, « Using an ecological perspective to study organizational founding rate », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (3), 7-24.

⁷⁸ Weick K.E. (1979), *the social psychology of organizing*, New York: Random House (2nd Edition). Cite par Bourguiba (2007).

L'action du gouvernement est considérée comme un des facteurs les plus significatifs. C'est lui qui détient le pouvoir d'agir sur les conditions économiques et non économiques. L'Etat est donc un partenaire indispensable à la création des entreprises.

- **L'environnement proche** : l'effet de l'environnement socioculturel.

Plusieurs chercheurs ont montré l'importance des effets de l'environnement socioculturels sur l'activité entrepreneuriale. Cette approche basée sur les théories qualifiées de « culturelles » a pour hypothèse principale que les différents milieux connus et fréquentés par des personnes ont un impact sur leur tendance à entreprendre, soit négative, soit positive. Les études ont porté sur des éléments tels que l'expérience professionnelle, le milieu familial l'appartenance à un groupe ethnique, les images d'imitation etc. Dans cette perspective, Shapero et Skol (1982)⁷⁹ ont présenté les images d'imitation comme la variable la plus importante du processus conduisant à la décision de créer une entreprise. Aussi le milieu familial a fait l'objet de nombreuses études qui on conclut que les entrepreneurs proviennent fréquemment de familles dans lesquelles un des parents ou un des membres est de profession libérale, indépendant ou propriétaire d'une société. Fayolle (2003) rapporte que le taux de reproduction sociale est assez souvent supérieur à 50% dans les milieux entrepreneuriaux. Cet effet est le résultat d'un processus de socialisation initiale, renvoie aux prédispositions multiples et aux expériences qui précèdent la décision de devenir entrepreneur.

Tous ces points de vue s'inscrivent dans l'approche de Granovetter (2005) qui, en général, soutient que les réseaux sociaux influencent l'activité économique de trois façons :

- en premier lieu les réseaux affectent l'écoulement et la qualité de l'information ;
- deuxièmement, ils constituent une source importante de récompense et de punition ;
- troisièmement, les réseaux sociaux aident à l'émergence de la confiance qui, à son tour, est susceptible d'affecter le comportement transactionnel des acteurs.

Partant de ces trois effets, les réseaux sociaux influencent l'accès aux ressources, l'efficacité organisationnelle et la légitimité (Dufays et Huybrechts, 2014).

⁷⁹ Shapero A., Sokol L. (1982), "The social dimension of entrepreneurship". In Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. (eds.), *The Encyclopaedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, 72-90. Cite par Emin (2003).

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, cette approche a suscité l'intérêt de nombreux chercheurs, mobilisant une analyse en termes de réseaux sociaux et de capital social de l'action entrepreneuriale. Comme le soulignent Nahapiet et Ghoshal (1998), l'idée centrale de la théorie du capital social, est que les réseaux de relations sociales constituent une source précieuse pour la conduite des affaires : « *The central proposition of social capital theory is that networks of relationships constitute a valuable for the conduct of social affairs* » (Nahapiet et Ghoshal, 1998, p.243). Ainsi, en intégrant l'entrepreneuriat dans un contexte social et institutionnel, cette approche tente de doter la recherche en entrepreneuriat d'une nouvelle vision qui englobe l'ensemble des facteurs importants en passant de l'entrepreneur indépendant à l'entrepreneur socialement intégré (Hoang et Antoncic, 2003).

Toutefois, cette approche connaît certaines limites du fait qu'elle ne prend pas en compte les motivations et les traits de l'entrepreneur, ce qui a donné lieu à beaucoup de critiques. En se concentrant sur des facteurs contextuels comme seules forces causales, l'approche contextuelle demeure insuffisante pour expliquer un phénomène aussi complexe qui est l'entrepreneuriat.

1.4. Une orientation vers l'approche processuelle :

La fin de la décennie 1980 a connu un large débat concernant les approches focalisées sur les individus et celles sur les caractéristiques environnementales. Ce débat a donné lieu à une approche globale expliquant l'entrepreneuriat en référence à l'individu mais aussi aux conditions contextuelles. Il s'agit de l'approche processuelle qui considère l'acte d'entreprendre comme étant un phénomène complexe et multidimensionnel.

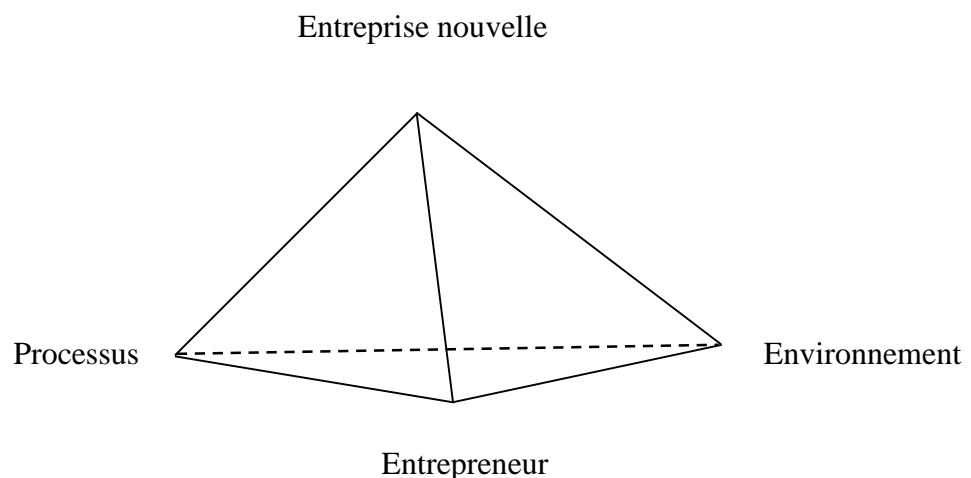
Gartner(1985) est considéré comme le premier chercheur qui a orienté la recherche en entrepreneuriat après la publication de son fameux article publié en 1989 intitulé « *Who is an entrepreneur ? Is the wrong question* ». Il a contesté l'approche par les traits en faisant valoir que la création de nouvelle entreprise est un phénomène multidimensionnel et l'entrepreneur n'est qu'une dimension de ce cadre. Il propose un cadre pour expliquer la création d'entreprise. Ce cadre est composé de quatre dimensions en interaction : l'individu créateur d'une nouvelle organisation ; l'organisation créée ; l'environnement qui comprend les stimuli externes influençant la nouvelle organisation, et le processus c'est à dire les étapes franchies par l'individu pour établir l'organisation.

Il est donc réducteur d'expliquer un comportement complexe (entrepreneuriat) en se référant à quelques traits psychologiques ou sociologiques. Dans ce sens Bradley (1990, P.39) considère que le centre d'intérêt des recherches en entrepreneuriat doit être le processus qui s'inscrit dans un contexte social multidimensionnel et non pas le profil psychologique de l'entrepreneur.

L'acte d'entreprendre est donc lié aux caractéristiques de l'individu et il est déterminé par les facteurs de l'environnement qui vont agir de manière contingente pour favoriser le comportement entrepreneurial.

En ajoutant la notion de temps omises dans la quasi-totalité des recherches, Bruyat (1993) a repris le modèle de Gartner, et maintient que : « la création d'entreprise *ex nihilo* comprend toujours quatre notions : l'individu, la nouvelle entreprise, un ou des environnements dans lesquels se déroule un processus » Bruyat (1993, p.117). Bruyat a proposé un schéma sous forme de pyramide qui comprend les quatre dimensions du phénomène de création, comme présente la figure 11.

Figure 11 : La création d'entreprise *ex nihilo* : des points de vue divers



Source : Bruyat (1993, p118).

Bruyat (1993) suggère que ce schéma peut être utilisé pour la totalité du champ de l'entrepreneuriat, et que le chercheur ayant délimité son champ d'application et défini une ou plusieurs questions peut choisir de privilégier, pour décrire ou modéliser "son" phénomène, un sommet, une arête, une face, ou la totalité de la pyramide. Parmi ces dimensions, Bruyat trouve que le processus est le plus souvent ignoré dans les recherches.

Ainsi, Gartner(1988) suivit par d'autres chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat (tels que Stevenson et Jarillon, 1990 ; ainsi que Greengerger et Sexton, 1988 ; puis Bygrave et Hofer, 1991, Van de Ven, 1992, Bruyat, 1993 ; Fayolle, 1996 et enfin Hernandez, 1999) ont choisi de s'intéresser au processus pour sortir d'une vision limitée, se bornent à l'étude d'un seul aspect, une caractéristique et une fonction économique d'un phénomène complexe et devant être abordé comme un tout, afin d'être compris (A. Fayolle, P.15).

Bygrave et Hofer (1991. P. 14) traduisent cette évolution de la recherche comportementale vers la recherche processuelle par quelques questions clés résumés au tableau 10.

Tableau 10 : Quelques questions clés dans le champ de l'entrepreneuriat

Centrées sur l'entrepreneur	Centrées sur le processus entrepreneurial
1. Qui devient entrepreneur ?	1. Qu'est-ce qui permet la perception d'opportunité de manière efficace et performante ?
2. Pourquoi devient-on entrepreneur ?	2. Quelles sont les tâches clés pour créer avec succès une entreprise ?
3. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ?	3. En quoi ces tâches diffèrent-elles de celles mises en œuvre dans les organisations existantes ?
4. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui échouent ?	4. Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur dans le processus ?

Source : Bygrave et Hofer (1991. P. 14).

La décennie 1980 a vu l'introduction de l'entrepreneuriat dans la quasi-totalité des sciences humaines (psychologie, sociologie, psychologie sociale, histoire des entreprises, démographie des populations, anthropologie, sciences de gestion, et sciences du comportement "behaviouristes"). Bruyat (1993, P.163) voit que chacun des points de vue disciplinaires possède sa légitimité, mais aucun ne peut revendiquer un statut supérieur aux autres. Le tableau 11 expose une synthèse des recherches sur l'entrepreneuriat.

Tableau 11 : Synthèse de recherche sur l'entrepreneuriat dans différentes entreprises

Approche	Fonctionnelle (What)	Déterministe (How / Why)	Contextuelle (Why)	Processuelle (How)
Echelle du temps	200 dernières années	Depuis début des années 50	Depuis début des Années 80	Depuis le début des années 90
Questions clés	Quel est le rôle et la fonction de l'entrepreneur dans l'économie ?	-Qui est l'entrepreneur ? -Qu'est-ce qui caractérise les entrepreneurs des non entrepreneurs ?	-Quels sont les contextes favorables à l'entrepreneuriat ou au contraire défavorables ?	-Quel est le processus de création d'une entreprise ? -Quelles ont les étapes et les tâches à remplir ?
Objet d'étude	Fonction de l'entrepreneur	Traits et caractéristiques personnels, typologie	Environnement : économie, politique Social et culturel	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Domaine scientifique de base	Economie	Psychologie Sociologie, psycho-Logie cognitive, Sciences du comportement	Economie, Sociologie, Anthropologie	Science de gestion, Théorie des organisations, science de L'action
Hypothèses de bases	L'entrepreneur joue un rôle important dans la croissance économique	-Les entrepreneurs sont différents des non entrepreneurs. -Un lien fort entre la personnalité et l'entreprise	Le contexte au effet positif ou négatif sur la tendance des individus à entreprendre	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns les autres
Méthodologies de recherches	Quantitative	Quantitative qualitative	Quantitative qualitative	Quantitative Qualitative
Auteurs de référence	Cantillon (1755) Say (1930) Schumpeter (1935)	Maclelland (1961) Brockhaus (1982) Kets et Vries (1977)	Schaper et Sokel (1982)	Gartner (1988)

Source : d'après les éléments proposés par Fayolle (2001) et Danjou (2002).

Cette multidisciplinarité du champ de l'entrepreneuriat nous enseigne que l'activité entrepreneuriale est un acte économique socialement encadré, initié par un acteur ayant certaines motivations psychologiques et sociologiques ainsi que des qualités personnelles lui permettant de s'engager dans un processus de création d'une activité nouvelle dans un contexte social et institutionnel.

II. Le processus entrepreneurial : de quoi s'agit-il ?

La notion de processus a été longtemps négligée par la recherche académique en gestion, toutefois, elle commence à retenir d'avantage l'attention des chercheurs, notamment en matière de stratégie (Bruyat, 1993).

Dans le champ de l'entrepreneuriat, et comme nous l'avons évoqué à la section précédente, ce n'est qu'au début des années 1990 que les chercheurs ont choisi de s'intéresser au processus afin de sortir des visions précédentes, étroites et limitées, se bornant à étudier un seul aspect, une caractéristique humaine ou une fonction économique.

Avant de passer à la présentation de quelques modèles théoriques décrivant le processus entrepreneurial, nous allons tout d'abord chercher la définition de cette notion à travers une revue de la littérature.

2.1. Définitions et significations du processus entrepreneurial :

Une multiplicité de définitions peut être trouvée dans la littérature entrepreneuriale, ce qui a amené Fayolle (2004) à considérer qu'une bonne recherche ne peut s'affranchir de définir précisément le type de processus, objet d'étude, en relation avec les travaux de recherches théoriques et empiriques, qui structurent le champ.

Comme il convient de préciser la conception du processus du point de vue de la recherche, ce qui passe par une réflexion sur la définition même de la notion de processus.

Dans la langue française, le concept processus est lié à la notion d'étapes, à l'ordre et au temps :

- Dans le dictionnaire Hachette, le processus signifie : « *Développement temporel de phénomène marquant chacun une étape* ». Cette définition fait ressortir la notion d'étape.
- Dans la définition du dictionnaire Larousse : « *Enchaînement ordonné de faits ou de phénomène répondant à un certain schéma et aboutissent à un résultat déterminé* ». Celle-ci est basée sur la notion d'ordre.
- Dans le petit Robert, le processus est défini comme : « *Ensemble de phénomènes, conçu comme actif et organisé dans le temps* ».

Dans le champ de l'entrepreneuriat, le concept processus semble revêtir différentes significations selon les auteurs :

■ Long et McMullan proposent une approche du processus conduisant à l'identification d'une opportunité et à sa saisie : « ...*Our idea assumes that opportunity identification is (a) process, which is at least in part, (b) under the personal control of the aspiring entrepreneur and which often become a realizable possibility only after (c) a substantial preparatory work, there by personalizing the opportunity and rendering it generally inaccessible to most other people*» Long et McMullan (1984; P.571).

■ De sa part, Gartner assimile le processus à une activité ou une fonction et identifie six comportements propres à l'entrepreneur :

1. "The entrepreneur locates a business opportunity »;
2. "The entrepreneur accumulates resources";
3. "The entrepreneur builds an organization";
4. "The entrepreneur produces the product";
5. "The entrepreneur markets products and services";
6. "The entrepreneur responds to government and society" Gartner (1985, P. 699-700).

■ Pour Carter, Gartner, et Reynold (1995), le processus entrepreneurial est un système dynamique qui évolue dans le temps et qui est soumis à des échanges avec son environnement. Ces échanges ont une influence sur son évolution. L'enchaînement des actions qui forment le processus, leur nombre et leur nature ont une influence significative sur les chances de réussite des entrepreneurs.

■ Bygrave et Hofer (1991) ont donné une définition très proche de celle de Garner: « *The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organization to pursue them* » (Bygrave et Hofer, 1991, p.17).

Pour ces deux auteurs le processus entrepreneurial est objet digne d'intérêt, et ils insistent sur deux dimensions le caractérisant :

- La dimension dynamique : le processus entrepreneurial est dynamique parce que les objets de création et les nouvelles entreprises évoluent dans le temps.
- La dimension holistique : le processus entrepreneurial est holistique parce que l'évolution est résultante d'un système de variables en interaction.

Le processus peut être considéré comme une chaîne de causalité (causes-conséquences), comme l'indique Van de Ven (1992, p.169) qui propose trois définitions dont il considère le processus comme :

- Une logique expliquant une relation de causalité entre des variables dépendantes et d'autres indépendantes : « *as a logic that explains a causal relationship between independant and dependant variables* ». Van de Ven explique que le processus lui-même n'est pas observé.

- Une catégorie de concepts ou de variables qui renvoie aux actions individuelles ou organisationnelles : « *As a category of concepts or variables that refer to actions of individuals or organizations* ».

Cette conception consiste à mesurer les variables comme des entités fines dont les attributs varient sur une échelle numérique. Dans cette approche et selon Alain Fayolle (2004), il est possible de modéliser, par exemple, des processus de prise de décision, de formation de stratégie.

- Une séquence d'évènements qui décrit la façon dont les choses changent dans le temps : « *as a sequence of events (or activities) that describe how thing change over time* ». Ici le processus prend une perspective de développement historique et se focalise sur les séquences d'incidents, d'activités, d'étapes durant l'existence d'un sujet central.

■ Lorino (1995) définit le processus entrepreneurial comme « *un ensemble d'activité reliées entre elles par des flux d'informations significatifs, et qui se combinent pour fournir un produit matériel ou immatériel important et bien définis* » (Lorino, 1995, p.55). Il indique l'enchaînement des activités de l'entreprise pour atteindre son objectif final : le produit qu'elle fournira.

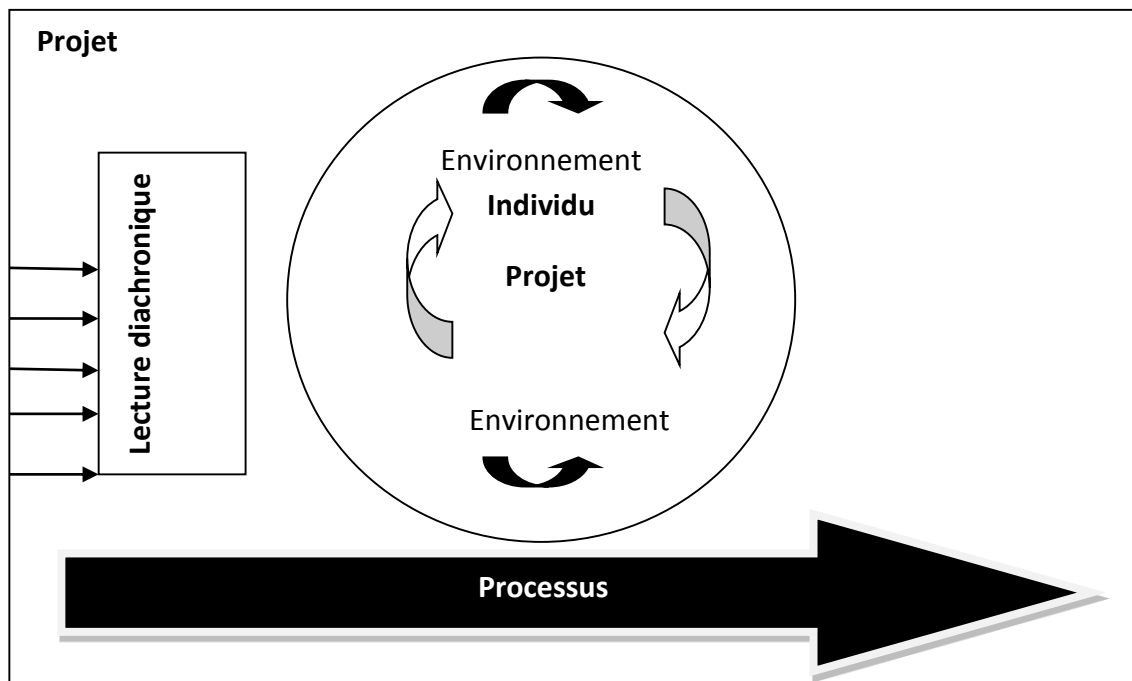
Puis, il introduit la notion de changement d'état dans le temps : le processus est : « *un point lancé dans le temps entre deux (n) états du monde (...). Il s'inscrit dans un temps de changement permanent et irréversible* » (Lorino, 1996).

Dans une autre définition Lorino avec Torondeau (1998) considèrent le processus comme « *un ensemble d'activités organisées en réseau, de manière séquentielle ou parallèles combinant et mettant en œuvre de multiples ressources, des capacités et des compétences pour produire un résultat ou un output ayant de la valeur pour un client externe* » (Lorino et Torondeau, 1998, p.11). Ici, ils avancent l'idée de combinaison des ressources de tous types dans l'ensemble d'activités pour parvenir à un résultat.

■ De sa part Fayolle (2004) définit le processus entrepreneurial à partir de la dialogique "individu- projet", en le considérant comme étant : « *l'idée de flux, d'échange*

et d'interaction qui vont mener un système (couple individu-projet) à connaître différentes configurations depuis un état initial jusqu'à un état final » (Fayolle, 2004, p.142). Sur la même lignée, Messeghem et Sammut (2011) soulignent que : « le processus entrepreneurial se fonde sur la dialogique individu-projet qui elle-même en interaction perpétuelle avec l'environnement » (Messeghem et Sammut, 2011, p.142). Pour ces deux auteurs, la dimension de temps est fondamentalement dans la notion du processus entrepreneurial et s'inscrivent dans la vision de Gartner qui affirme que l'entrepreneur fait évoluer son projet au cours du temps et que son organisation se modifie de deux façons, réactive et proactive.

Figure 12 : la lecture diachronique du processus entrepreneurial



Source : Mseghem et Sammut (2011, P142).

La lecture de toutes les définitions avancées par les auteurs fait ressortir certaines notions fondamentales qui caractérisent le processus entrepreneurial :

- La succession des étapes ;
- L'enchaînement ordonné des faits ;
- L'organisation d'un ensemble d'activités ;
- L'interaction avec l'environnement.

La revue de la littérature montre que le processus entrepreneurial a fait l'objet d'étude et de description de plusieurs auteurs du champ de l'entrepreneuriat dont 19 descriptions sont citées au tableau suivant :

Tableau 12 : descriptions de processus entrepreneuriaux

Auteur (s)	Nombre de phases	Commentaires
Walkins (1976) cité Par Bruyat (1993)	6 étapes	-Désir général de créer sa propre entreprise -savoir-faire, expertise ou idée de création -combinaison spécifique produit/marché ou service/marché -mobilisation du temps et de l'argent pour évaluer le marché du produit ou du service -test du marché ou lancement à temps partiel -mobilisation de l'individu à temps plein sur son entreprise
Shapero (1984)	4 forces	Comprendre l'évènement entrepreneurial -« déplacement » de l'entrepreneur naissant -une disposition à l'action -la crédibilité de l'action -la disponibilité des ressources
Birley (1985)	4 phases	-idée ou produit -définition des ressources -obtention des ressources -formation d'une entreprise
Pleitner (1985) Cité par Bruyat (1993)	3 niveaux	-la préférence pour une carrière d'entrepreneur -la motivation pour créer son entreprise -la création d'une entreprise
Le Marois (1985)	3 étapes en interaction avec 3 pôles (professionnel, Relationnel et personnel)	-Rupture -déclenchement -création
Krueger (1989) Cité par Bruyat (1993)	4 phases	-l'expérience -le stade de faisabilité et de désirabilité perçue du projet -l'intention -l'initiation de la nouvelle entreprise
Davidson (1989)	4 étapes	-capacités/ besoin / opportunités -capacités, besoin et opportunités perçues -motivations entrepreneuriales -entrepreneuriat
Lacasse (1990)	4 déterminants du Processus Entrepreneurial féminin	-variables sociologiques -femme entrepreneur potentielle -variables situationnelles -accessibilité aux ressources
Hirish et Peters (1991)	4 phases	-identifier et évaluer l'opportunité -mettre au point un plan d'entreprise -déterminer les ressources nécessaires -gérer l'entreprise
Martin (1991)	4 facteurs	-volonté d'entreprendre -Elément précipitant -Dispositifs d'appui -identification d'une opportunité de création
Starr et Fondas (1992)	2 étapes	Prise de décision de l'individu -prédispositions d'un individu -L'influence des variables critiques une fois que le choix est fait (motivation, entourage et environnement)
Long et Mc Mullan Cité par Bruyat (1993)	4 étapes	-prévision -Vision -L'élaboration de l'opportunité -La décision de créer
Bruyat (1993)	6 étapes et 2 positions	-action de créer non perçue

Suite tableau 12

	Contraires à l'engagement Vers la création	-action de créer sa propre entreprise perçue -action de créer envisageable -action recherchée -action lancée -action réalisée -action perçue et refusée -échec de l'action engagée
Shave (1994)	3 phases pouvant se décliner en 5	-opportunité -mise en place de la technologie et création de l'organisation -échanges
Gasse, Bernier, Daigle et D'Amours (1995)	4 phases	-antécédents -prédispositions -comportements -déclencheurs
Varlet (1996)	4 phases	-idée d'entreprise -projet d'entreprise -création de l'entreprise -entreprise en développement/coordination des facteurs de développement
Fayolle (1996)	4 composantes	Modèle explicatif du processus entrepreneurial chez les ingénieurs -environnement de l'ingénieur -système d'action de l'ingénieur -contexte entrepreneurial -logique d'action entrepreneuriale
Servais et Fayolle (1997)	3 moments	Processus de pré-crédation -éveil entrepreneurial -développement du potentiel entrepreneurial -décision entrepreneuriale

Sources : Deschamps (2000, 279-280).

Toutes les descriptions citées portent sur le processus de création, et peuvent être regroupées en deux points de vue :

- Celles considérant le processus conduisant à la prise de décision de créer, c'est-à-dire la phase qui précède une démarche globale qui finit par l'existence d'une entreprise.
- Celles qui s'intéressent au processus de création une fois l'idée développée.

Nous revenons à la présentation de certaines de ces descriptions avec le plus de détail dans la section suivante.

Cependant, la lecture des différentes définitions et descriptions précédentes nous amène à considérer que:

Le processus entrepreneurial est un système dynamique en interaction avec l'environnement. Il est initié par une volonté humaine qui se traduit par une chaîne progressive de décisions et actions, conduisant à un changement d'état, tout en mettant

en œuvre de multiples ressources, capacités et compétences dans le but d'aboutir à un résultat ayant de la valeur.

Partant de cette considération nous retenons deux idées fondamentales qui nous intéressent dans notre étude, à savoir :

- **Le caractère dynamique du processus entrepreneurial ;**
- **Son interaction avec l'environnement.**

Ces deux caractéristiques occupent une place centrale dans de nombreux modèles théoriques décrivant le processus entrepreneurial.

2.2. Modélisation théorique du processus entrepreneurial :

L'approche processuelle a émergé suite aux travaux de Gartner qui propose de se concentrer sur l'acte d'entreprendre dans sa totalité et ne pas se limiter à une seule dimension qui est l'entrepreneur.

De nombreux modèles⁸⁰ conceptuels ont été développés pour décrire le processus entrepreneurial. En premier lieu, le processus a été étroitement associé au « comment » ; « How are new firms established ? », « How is the entrepreneur actions ? ». Ces questions partent du principe que l'entrepreneuriat est considéré comme un phénomène complexe et multidimensionnel.

La revue de la littérature dont principalement, les travaux de recherche portant sur le processus entrepreneurial fait ressortir trois tendances de modélisation : en termes d'émergence organisationnelle, d'exploitation d'opportunité, et de dialogique individu / création de valeur nouvelle.

2.2.1. Modélisation en termes d'identification et d'exploitation des opportunités :

Cette modélisation est basée sur la notion d'opportunité qui s'inscrit dans un courant de recherche ancien qui puise largement à la source des contributions de l'école des économistes autrichiens et principalement Schumpeter, est retrouvée dans les travaux de certains auteurs plus récents (Stevenson et Jarillo, 1990 ; Bygrave et Hofer, 1991 ; Vankataraman, 1997 ; Shane et Vankataraman, 2000). Selon ces études, le processus de

⁸⁰ Pour plus de modèles théoriques, voir Bruyat (1993), Fayolle (2003), Hernandez (2010).

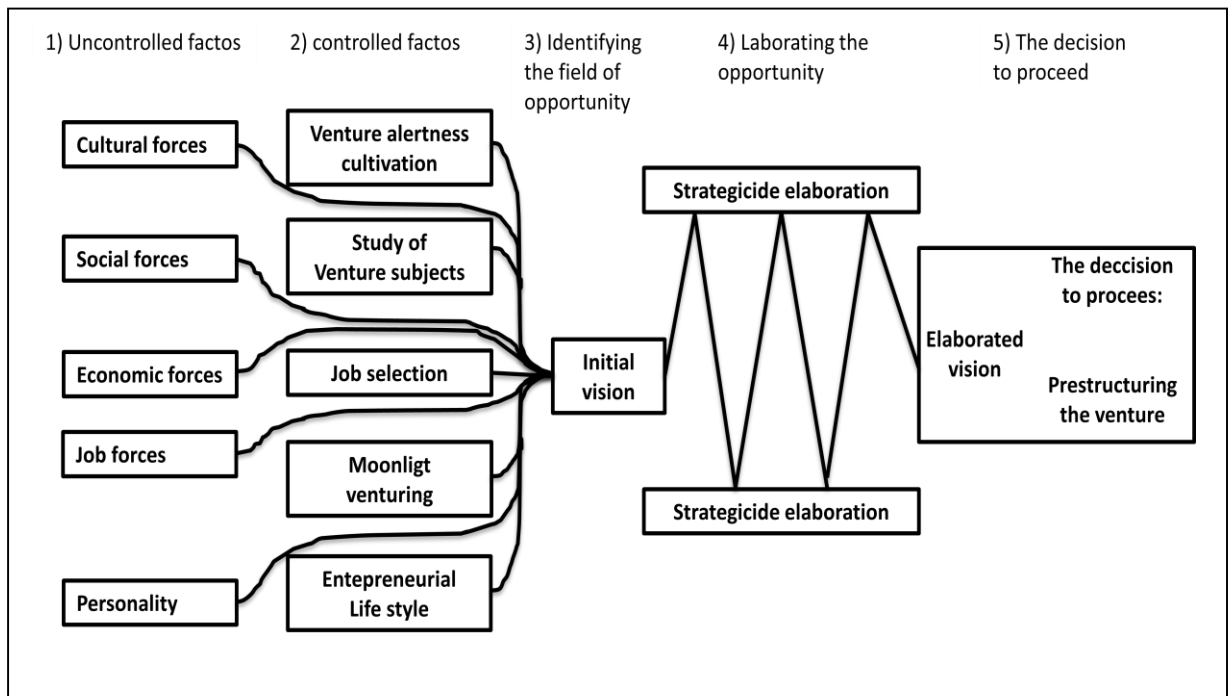
découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités présentent des objets de recherche essentiels.

Shane et Vankataraman (2000, p218) se situent parfaitement dans ce paradigme en intégrant la notion de processus : découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité. Selon ces deux auteurs la compréhension de ce processus passe par la réponse à certaines questions qu'ils ont formulées comme suit :

- Pourquoi, quand et comment les opportunités émergent ;
- Pourquoi, quand et comment certains parviennent à découvrir et à exploiter des opportunités et d'autres ne le peuvent pas ;
- Pourquoi, quand et comment différents modes d'action sont utilisés pour exploiter les opportunités.

❖ **Le modèle de Long et MacMullan** : Parmi les travaux qui s'inscrivent dans cette logique Bruyat (1993) cite le modèle de Long et MacMullan(1984)⁸¹. Pour ces deux auteurs la création d'entreprise est envisagée comme un processus d'identification et d'élaboration d'une opportunité. Ils considèrent que l'opportunité n'est pas donnée dans la nature, mais elle est construite par le créateur.

Figure 13 : processus d'identification d'opportunité de Long et MacMullan



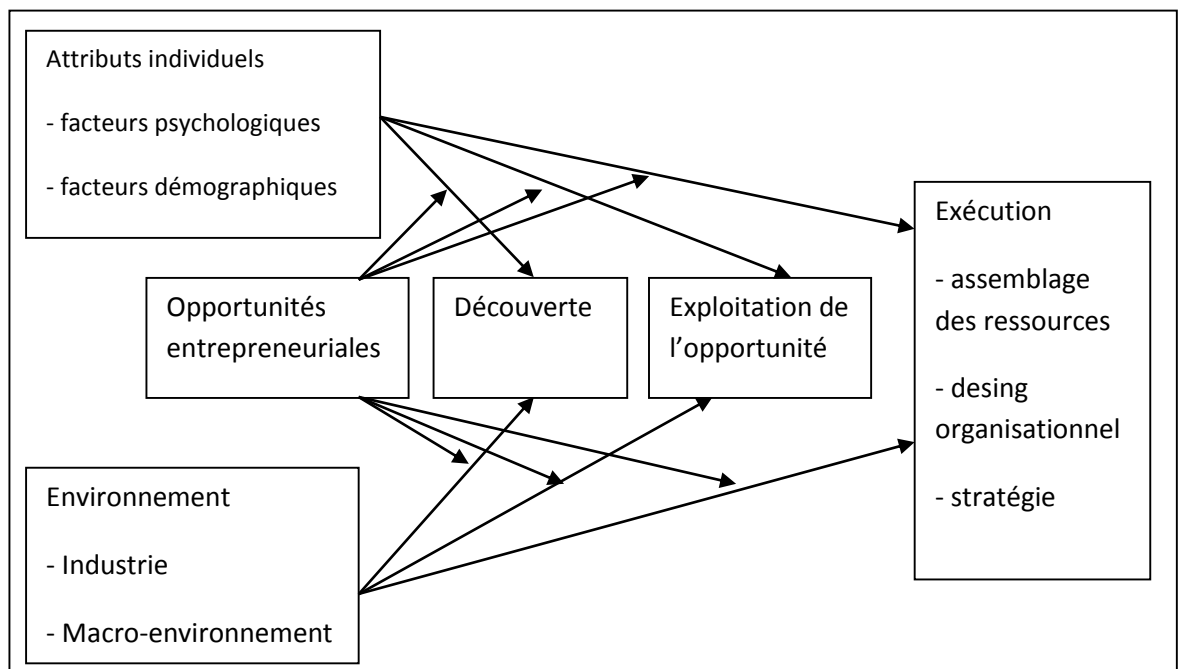
Source : (Bruyat, 1993).

⁸¹ LONG Wayne et McMULLAN Wallace Edward, Mapping the new venture opportunity identification process, in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1984, p. 567-591. Cite par Bruyat(1993).

Comme le fait remarquer Bruyat, l'élément fondamental dans ce modèle est l'introduction du temps comme variable importante du processus de création (Bruyat, 1993, p.423).

- ❖ **Le modèle de Shane** : Un autre modèle élaboré sur la base du paradigme de l'opportunité est celui de Shane(2003)⁸², qui représente le processus entrepreneurial en distinguant trois moments (Messeguem et Sammut, 2011) : la détection, l'évaluation et l'exploitation de l'opportunité, comme le montre la figure 14.

Figure 14 : Modélisation du processus entrepreneurial selon Shane



Source : Messeguem et Sammut (2011, p.165).

Cette perspective de recherche porte aussi sur l'émergence ; mais il s'agit, ici, de l'émergence d'une nouvelle activité économique qui n'est pas nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Dans cette approche Alain Fayolle (2004) soulève quelques problèmes majeurs à l'étude du processus entrepreneurial :

- Le premier problème, c'est qu'elle présuppose que les opportunités existent dans la nature et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les transformer en réalités économiques. Mais d'après Alain Fayolle, l'opportunité

⁸² Shane S., 2003, a general theory of Entrepreneurship. The individual-opportunity nexus, Northampton, Edward Elgar. Cite par Messeguem et Sammut (2011).

entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ.

- Le second problème de cette approche, c'est qu'elle préconise de se focaliser sur le processus d'exploitation ou de concrétisation d'une opportunité qui va déboucher sur la création d'un produit ou d'un service. Or, il semble que l'entrepreneuriat pourrait également tirer bénéfice de l'étude de processus n'ayant pas abouti.

2.2.2. Modélisation en termes d'émergence organisationnelle :

Le courant d'émergence organisationnelle a été initié et développé par W.B. Gartner (1988) qui part de l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation : « *The entrepreneurship is creation of organisation* » (Gartner, 1988, p.62). Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier les activités permettant à un individu ou une équipe de créer une nouvelle entité. En posant la question de savoir comment se crée une organisation, Gartner développe une vision processuelle de l'entrepreneuriat et en donne une définition qui rend centrale la notion d'émergence. L'émergence d'une organisation s'inscrit dans un contexte, mais également dans un espace-temps dans lequel les circonstances et l'action jouent un rôle fondamental (Valérie François, 2009). Pour Carter, Gartner et Reynolds (1995), la notion d'émergence organisationnelle contient tous les éléments qui font advenir une organisation. C'est un processus global qui implique l'ensemble des facteurs qui guident et influencent le développement de l'organisation.

D'autres auteurs peuvent être rattachés à ce courant, comme Van de Ven (1992) qui voit qu'il est intéressant d'observer comment l'idée d'affaire émerge, et quelles sont les compétences développées pour instaurer et commercialiser la production.

La notion d'émergence organisationnelle a été liée à la perception d'opportunité par Bygrave et Hofer (1991) dans leur définition de l'entrepreneur : « *Un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre* ». Cette notion est aussi présente dans les travaux de Vestraete (1999, 2003) sur l'impulsion d'une organisation : « *Dans cette thèse, l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés par l'occasion* » (Vestraete, 2003 ; P.13).

De nombreux auteurs se sont inscrits dans cette perspective pour modéliser l'acte d'entreprendre. Nous n'avons pas l'intention de les présenter tous, nous nous limitant à certains modèles. Nous avons choisi de présenter ces modèles car il concerne un sujet et un objet de recherche identiques aux nôtres : l'impact des facteurs environnementaux sur le processus de création d'entreprise.

❖ **Le modèle de Gartner :**

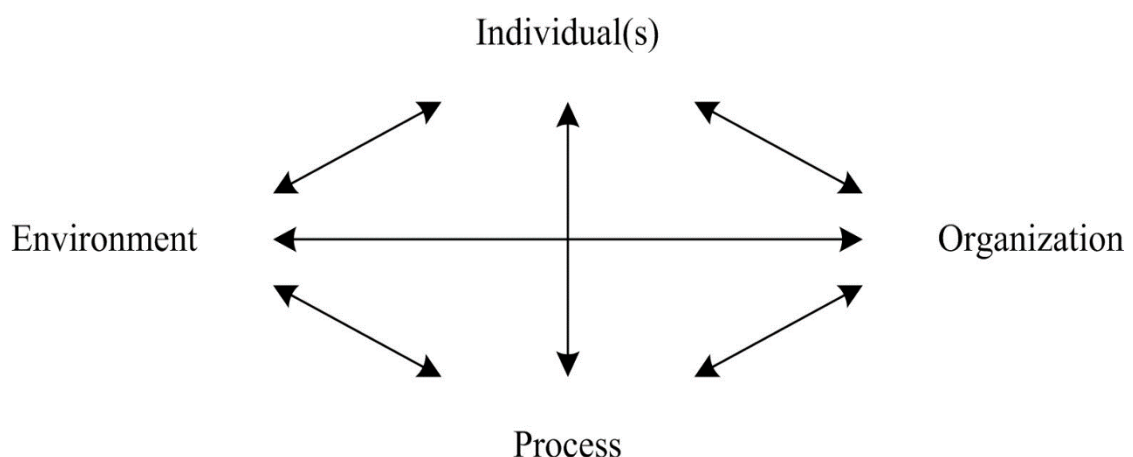
Pour Gartner, le processus entrepreneurial est une succession de six étapes :

1. La détention de l'opportunité des affaires.
2. Accumulation des ressources.
3. Vente de produits et services.
4. Production de produits ou services.
5. Construction de l'organisation.
6. Responsabilités sociales de l'entreprise.

L'enchaînement de ces étapes indique l'espace-temps de l'émergence organisationnelle qui s'inscrit dans un contexte composé de quatre dimensions (Gartner, 1995), à savoir :

- Les individus qui interviennent durant la création ;
- Les activités de ces individus au cours du processus ;
- La structure organisationnelle et la stratégie des nouvelles entreprises ;
- L'environnement de la nouvelle entreprise.

Figure 15 : le modèle de Gartner



Source : Gartner (1985), p. 698

- La première dimension, à savoir l'individu est défini par deux ensembles de caractéristiques : les caractéristiques psychologiques : besoin d'accomplissement, le locus de contrôle, la propension à la prise de risque ; les caractéristiques individuelles : la satisfaction au travail, l'expérience de travail précédente, les parents entrepreneurs, l'âge et l'éducation.
- La deuxième dimension, appelée processus, comprend tous les comportements ou « aspect dynamiques » de l'entrepreneur : la découverte de l'opportunité d'affaire, la collecte des ressources, la production du produit, la commercialisation des produits et services, la construction d'une organisation, et la réponse au gouvernement et à la société.
- La troisième dimension, l'environnement, correspond à un ensemble de variables qui influent sur la création de la nouvelle organisation : telle que la disponibilité des ressources, la concurrence, et l'incertitude.
- La dernière dimension, l'organisation, traite le type d'activités entreprises tel que : fabrication, service, vente en gros ou en détail, les stratégies concurrentielles.

Le modèle de Gartner a introduit un grand nombre de variables et fait ressortir l'extrême multi dimensionnalité du phénomène entrepreneurial, ce qui montre la grande difficulté que présente pour le chercheur, l'étude du phénomène entrepreneurial.

❖ **Le modèle de Le Marois :**

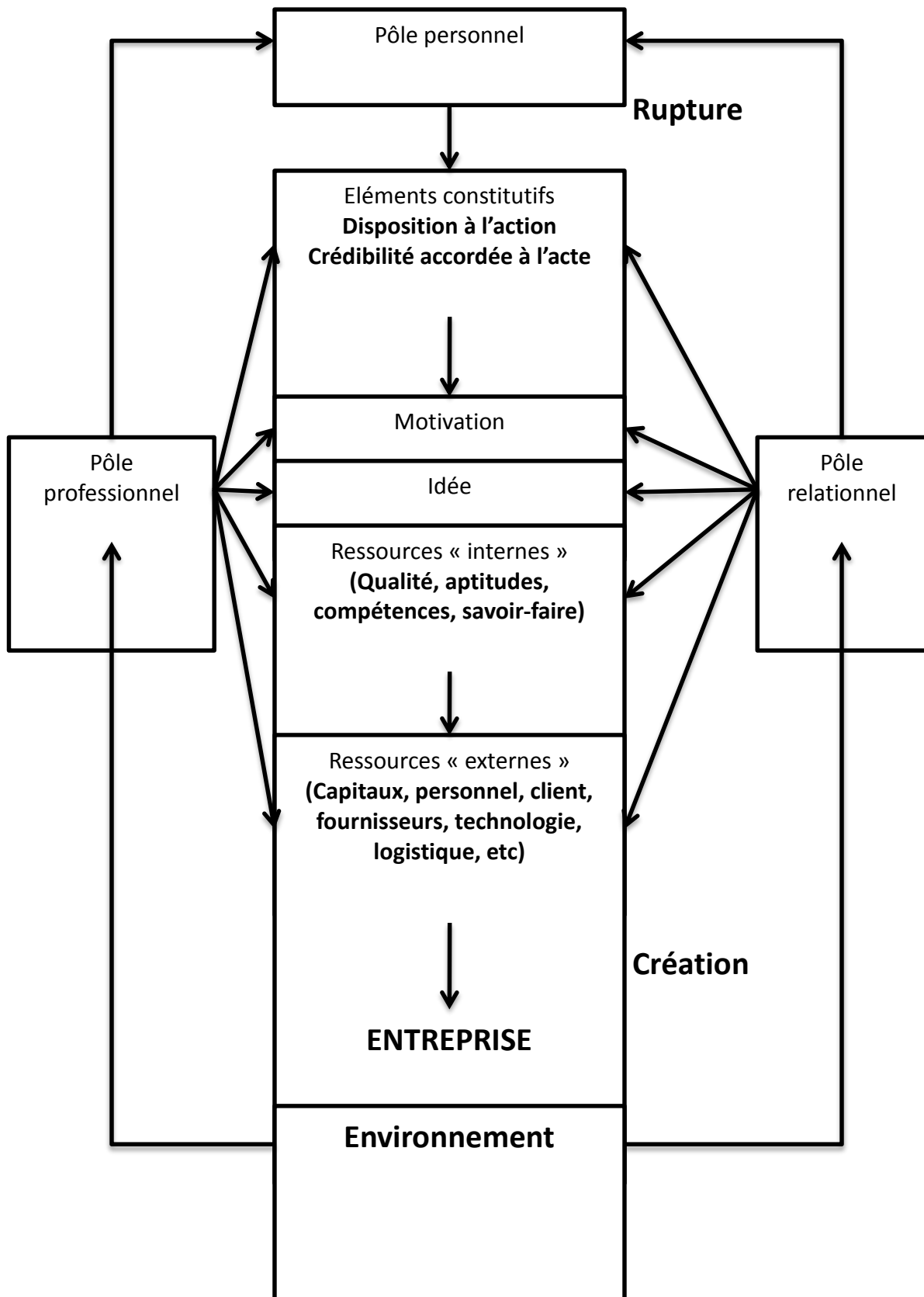
Un autre modèle qui nous semble intéressant, est celui de la création d'une entreprise viable présenté par Le Marois (1985)⁸³. Après une analyse de certains travaux et essentiellement ceux de Crosier⁸⁴ et de Shapero⁸⁵, le Marois propose un schéma représentant le processus de création d'une entreprise viable structuré autour de trois pôles qui sont en interaction permanente : le pôle personnel, le pôle relationnel, et le pôle professionnel.

⁸³ LE MAROIS Henri, Contribution à la mise en place de dispositifs de soutien aux entrepreneurs, Thèse pour le doctorat d'état de sciences de gestion, Lille, 1985. Cité par Bruyat (1993).

⁸⁴ CROZIER Michel et FRIEDBERG Erhard, L'acteur et le système, Editions du Seuil, Points, Politique, 1977.

⁸⁵ Le modèle de Shapero est l'un des plus anciens travaux portant sur l'événement entrepreneurial. Datant de 1975 puis développé en 1982 et 1983 par Shapero et Sokol, ce modèle est incontestablement le plus connu; et, il en a le plus grand retentissement dans la communauté scientifique. Pour plus de détail voir BRUYAT (1993) et Fayolle (2003).

Figure 16 : Le processus de création d'une entreprise viable (Le Marois)



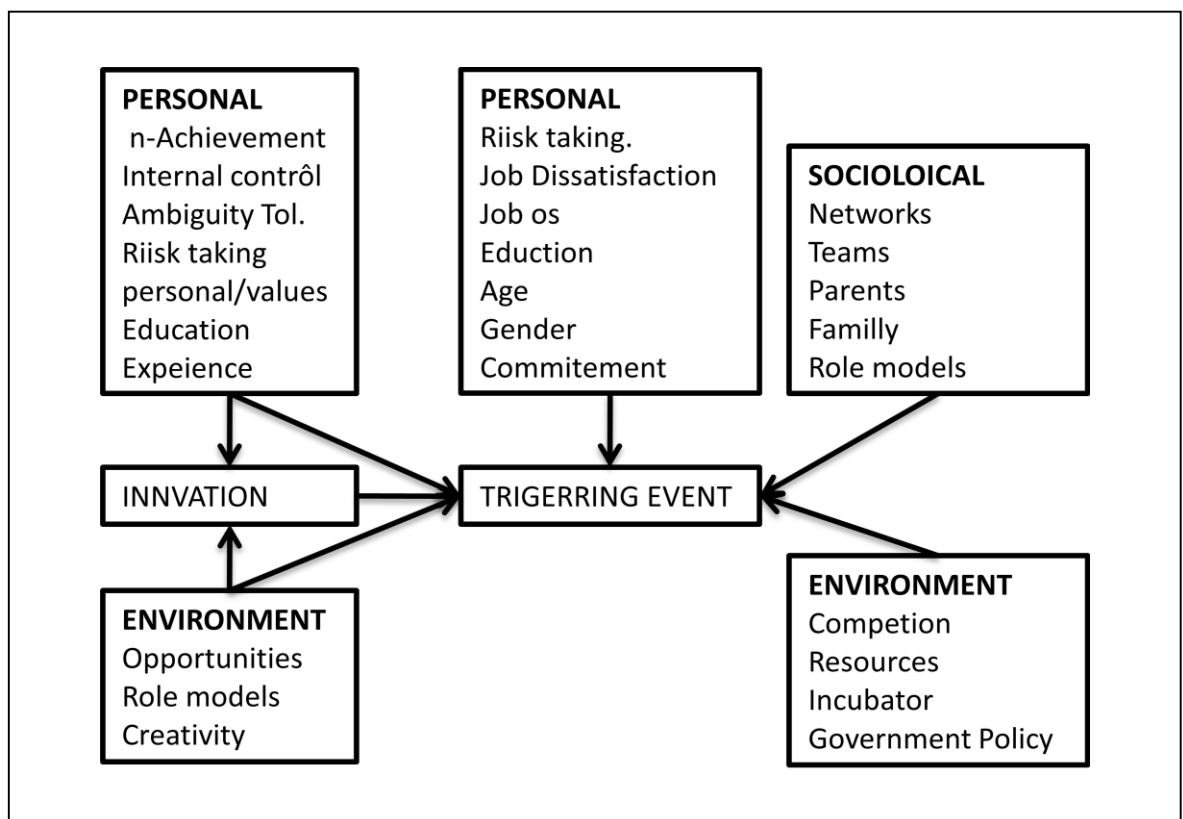
Source : Bruyar (1993, p.422).

Le point fondamental à distinguer dans ce modèle, c'est qu'il indique l'effet permanent des pôles environnementaux sur le processus émanant à la création d'entreprise.

❖ **Le modèle de W.D. BYGRAVE (1989) :**

Dans sa modélisation Bygrave (1989)⁸⁶ inclus de nombreuses variables susceptibles d'influencer, dont celles inhérentes à la personnalité de l'entrepreneur et celles relevant de l'environnement professionnel et social.

Figure 17 : le modèle de processus de création d'entreprise de BYGRAVE



Source : Azzedine Tonné (2003, P.40).

■ **Les variables inhérentes à l'individu** : il s'agit des motivations de l'entrepreneur qui agissent sur l'idée qui est à l'origine de l'innovation telles que : le besoin d'accomplissement, le contrôle interne, la prise de risque, les valeurs personnelles, la formation et l'expérience antérieure. Ainsi que ses qualités personnelles

⁸⁶ BYGRAVE W.D, The Entrepreneurship Paradigm (I) : A Philosophical Look at Its Research Methodologies, Entrepreneurship Theory and Practice, 1989a, 14 (I), p. 7-26. Cite par tounés (2003).

ayant effet sur le déclenchement de l'acte d'entreprendre, comme : la prise de risque, l'insatisfaction au travail, la perte d'emploi, la formation, l'âge, le sexe et l'engagement.

■ **Les variables sociologiques** : qui résultent de l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur.

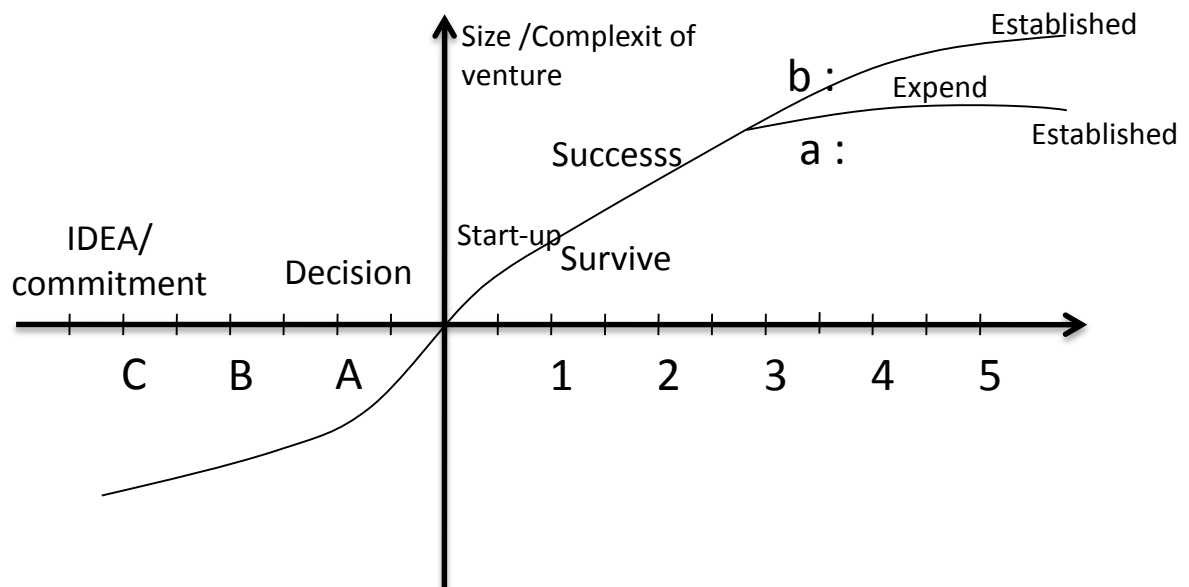
■ **Les variables environnementales** : sont de deux types : celles qui interviennent au premier stade à savoir la naissance de l'idée ainsi que sur le déclenchement de l'évènement : opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité. Et celles influençant le déclenchement de l'évènement et sa mise à exécution : les ressources, la concurrence, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat.

Bygrave accorde une grande importance à la phase qui précède le déclenchement de l'évènement entrepreneurial notamment lorsqu'il s'agit d'une innovation. Il considère qu'il est important de comprendre les changements dans les facteurs antérieurs, qui ont déclenché l'évènement (Tounès, 2003).

❖ **Le modèle de processus entrepreneurial de Peterson et Ainslie (1988)** ⁸⁷ :

Dans ce modèle le processus entrepreneurial est présenté sous forme d'une courbe qui traverse un certain nombre d'étapes successives :

Figure 18 : Le processus entrepreneurial d'après Paterson et Ainslie



Source : Bruyat (1993, p.259).

⁸⁷ PETERSON Rein et AINSLIE Kimble, Understanding Entrepreneurship, Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa, 1988.

L'étape A : la décision d'engager ressources et énergie personnelle.

L'étape B : L'assemblage des ressources, des réseaux de soutien et d'information.

L'étape C : Conceptualisation entreprise / opportunité.

..... Et simultanément ...

L'étape I : Lancement d'entreprise par l'engagement de ressources et de soi-même.

L'étape II : Générer suffisamment de flux de trésorerie pour rester en affaires.

L'étape III a : La majorité des startups choisissent de ne pas grandir.

L'étape III b : Décision d'accroître au-delà de l'équilibre de trésorerie.

L'étape IV : Miser sur la réussite du lancement par la croissance.

L'étape V : Les entrepreneurs et les entreprises ont l'option de devenir indépendant.

Dans cette présentation, le processus de création est une succession d'étapes qui commencerait à l'étape "C", se poursuit pour se terminer lorsque l'entreprise démontre sa viabilité en parvenant à l'étape "II".

❖ **Le modèle générique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993) :**

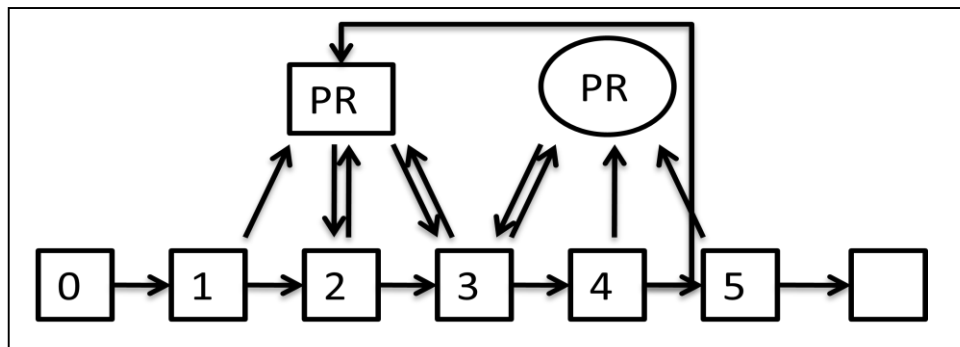
Pour Bruyat, la création d'entreprise est un processus de décision et actions stratégiques continu dans lequel il est possible de repérer des temps forts, des changements dans le rythme d'activité où l'effort fourni des décisions intermédiaires particulièrement importantes ou irréversibles.

Dans sa présentation, Bruyat s'est basé sur les travaux relatifs à la création d'entreprise⁸⁸ et sur ceux portant sur les processus de décisions dans les organisations⁸⁹. Six étapes sont considérées par Bruyat comme le montre la figure suivante :

⁸⁸ Bruyat (1993, P.259).

⁸⁹ Les travaux de Paterson et Ainslie (1988) de ses prédécesseurs et aussi sur ceux de PLEJINER H.J (1985) ; Watkins D. (1976) ; Le Marois H. (1985).

Figure 19 : Une forme générique du processus de création d'entreprise



Source : C. Bruyat (1993, P.260)

- **L'étape 0** : L'action de créer n'est pas perçue. Selon Bruyat, la création d'entreprise n'est pas envisagée par l'individu du fait de son éducation ou de sa personnalité, de son environnement, des informations disponibles...
- **L'étape 1** : L'action de créer sa propre entreprise est perçue par l'individu ayant la formation suffisante pour comprendre plus ou moins ce qu'est la création d'entreprise sans que cette action fasse l'objet d'une réflexion.
- **L'étape 2** : L'action de créer est envisagée ; Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible à sa situation actuelle. Le créateur potentiel au projet flou de la future entreprise. Il commence par chercher une idée, à s'informer à travers les médias ou son réseau de relations et à consacrer un peu de son temps et de son énergie à cette activité.
- **L'étape 3** : L'action est recherchée lorsque l'individu cherche activement une idée (s'il ne l'a pas déjà) et tente de l'évaluer. Cette étape se caractérise par un engagement réel de l'individu qui consacre son temps et son argent en réalisant certaines activités telles que les études de marché, la mise au point des prototypes, l'élaboration d'un plan financier et le plan d'affaire... Devant cette étape, le futur créateur a une position hybride, au double statut. Cette étape peut conduire le créateur soit au renoncement à l'idée de création mais les coûts de désengagement peuvent être importants, soit à la création d'une entreprise et le passage à l'étape suivante.
- **L'étape 4** : L'action est lancée et en cours de réalisation lorsque sont mis en place les différents dispositifs qui permettent à l'entreprise de fonctionner : acquisition des machines, locaux, négociation des marchés, recrutements....

A ce stade, le renoncement serait très coûteux financièrement et psychologiquement. L'entreprise durant cette phase est encore consommatrice de ressources et d'énergie personnelle du créateur. Elle peut atteindre son seuil de rentabilité et assurer son équilibre financier et parvenir ainsi à l'étape suivante. Mais, elle peut aussi rencontrer des difficultés et échouer.

- **L'étape 5** : L'action est réalisée lorsque l'entreprise devient une entité économique reconnue par ses partenaires extérieures quand elle assure son équilibre d'exploitation. Le créateur a donc démontré que son projet était viable. Le créateur est devant la problématique de dirigeant de PME.

PR : L'action est perçue et refusée : ce refus peut être considéré comme définitif ou temporaire. L'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.

E : représente l'échec de l'action engagée... L'acteur peut retourner à une étape antérieure ou renoncer à l'idée de créer à nouveau...

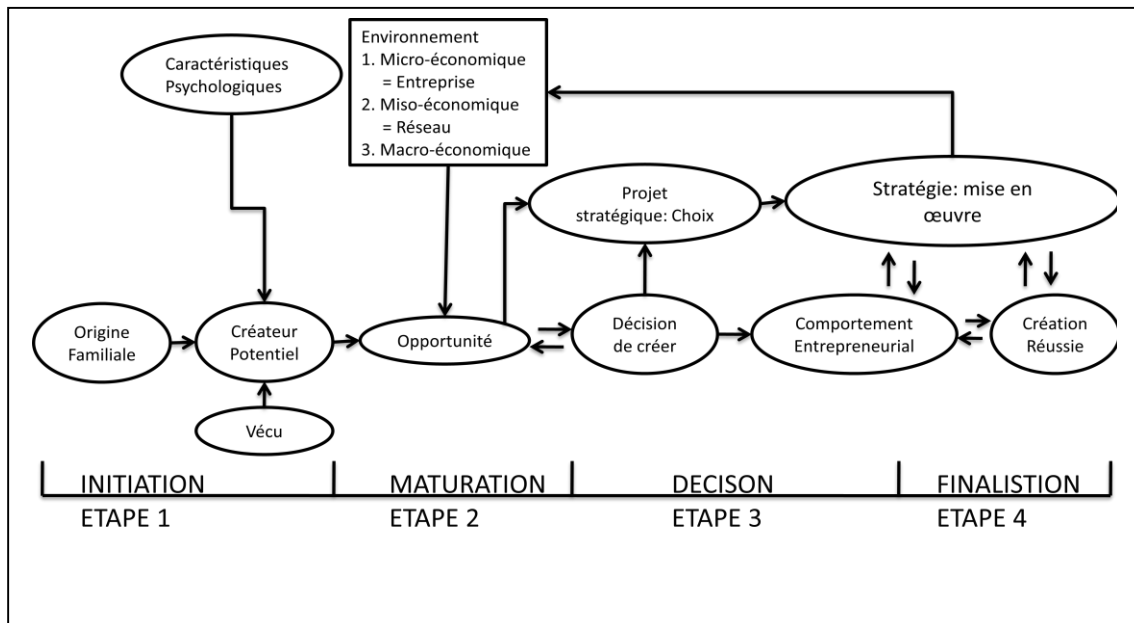
Bruyat reconnaît le caractère « rustique » de sa présentation du modèle de création d'entreprise qui met en relief des moments types dans le processus. Il ajoute que dans la pratique, il est difficile de déterminer dans quelle phase se trouve le créateur.

❖ **Le modèle stratégique d'entrepreneuriat de Hernandez (1999) :**

Après une synthèse de nombreux modèles d'entrepreneuriat, E.M. Hernandez (1999) propose un modèle stratégique où il accorde une place importante à l'individu et à l'opportunité d'affaire. Ce modèle comprend quatre étapes :

- L'initiation.
- La manutention.
- La décision.
- La finalisation.

Figure 20 : Le modèle stratégique d'entrepreneuriat de Hernandez



Source : Hernandez (1999, ..)

1) L'étape « d'initiation » : L'individu est considéré comme créateur potentiel à la recherche d'opportunité d'affaire.

2) L'étape « maturation » : Lorsque l'opportunité est identifiée, cette phase doit permettre de vérifier la cohérence entre le créateur et son projet.

3) L'étape « Décision » : Décision de créer implique la manifestation des comportements entrepreneuriaux.

4) L'étape « finalisation » : La création est réussie.

Hernandez (2001, P.40) indique les idées fondamentales caractérisant son modèle :

- Il intègre les caractéristiques sociologiques et psychologiques du créateur à tous les niveaux (comportements entrepreneuriaux) ;
- considère l'opportunité comme le moteur de la décision de création ;
- reconnaît à la stratégie un rôle essentiel dans la réussite future de la firme ;
- met en avant la performance comme condition de pérennité. ;
- Fait apparaître le caractère diachronique de la création avec des ajustements plus ou moins aux opportunités et menaces de l'environnement.

Tous les modèles cités ci-dessus illustrent l'aspect dynamique et interactif du processus de création d'entreprise dans lequel l'entrepreneur occupe une place centrale. Ce processus se déroule dans un espace-temps et dans un contexte donné qui comprend différents facteurs. Nous nous intéressons à un des facteurs environnementaux : l'impact

du capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial qui constitue la question principale de notre recherche.

III. L'entrepreneur acteur principal du processus entrepreneurial :

Le mot "entrepreneur" trouve ses origines dans les anciennes littératures, alors que sa conception a évolué au fil du temps en suivant la complexification de l'activité économique d'après Fayolle (2003, p.12-13) qui présente l'historique de cette évolution :

- ✓ Au XVIe et XVIIe siècle : « *l'entrepreneur était une personne qui entretenait une relation contractuelle avec le gouvernement pour un service ou la fourniture de marchandises* »⁹⁰.
- ✓ En 1723 : « *l'entrepreneur est celui qui entreprend un ouvrage. On dit : entrepreneur de manufacture, entrepreneur de bâtiment* »⁹¹.
- ✓ En 1755 : « *l'entrepreneur est celui qui se charge d'un ouvrage* »⁹².
- ✓ En 1889 : « *est entrepreneur celui qui entreprend quelque chose* »⁹³.
- ✓ Actuellement le Petit Robert donne les définitions suivantes :
 - « *la personne qui se charge de l'exécution d'un travail* » ;
 - « *toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital, travail) en vue de vendre des produits ou des services* ».

Cette multitude des conceptions a fait que la définition de l'entrepreneur constitue l'un des plus importants et difficiles aspects de la théorie (Casson, 1991). Cette difficulté résulte de la diversité des conceptions avancées par des auteurs relevant de différentes disciplines : « *Ce champ d'investigation a été abandonné par les économistes aux sociologues, aux psychologues et aux spécialistes de sciences politiques. A dire vrai, presque toutes les sciences sociales ont une théorie de l'entrepreneur, à l'exception des sciences économiques* » (Casson, 1991, P.9).

Globalement, la revue de la littérature nous permet de constater que l'évolution de la conception de l'entrepreneur peut être scindée en deux phases. La première phase englobe les approches pour lesquelles l'entrepreneur est le centre d'intérêt de l'étude. Ces approches se sont focalisées sur la détermination de la fonction de l'entrepreneur et

⁹⁰ Cette définition est extraite de Furetière A., Dictionnaire universel, 1690, vol. 1, p. 951.

⁹¹ Dictionnaire universel du commerce, publié à Paris en 1723.

⁹² Encyclopédie, d'Alembert et Diderot.

⁹³ Dictionnaire de la langue française d'Émile Littré.

l'identification de ses traits de personnalité. Tandis que la seconde phase est celle de l'approche comportementale pour laquelle l'intérêt de l'étude est le comportement de l'entrepreneur et non pas l'entrepreneur lui-même.

Dans cette section nous présentons ces différentes approches caractérisant l'évolution de la conception de l'entrepreneur.

3.1. L'entrepreneur : Fonction économique et traits de personnalité

Jusqu'au début des années 1980, et comme nous l'avons indiqué à la première section de ce chapitre, l'évolution du concept de l'entrepreneuriat ; et, partant de l'entrepreneur, peut être décrite à travers deux types de démarches ; la première est fonctionnelle alors que la seconde est descriptive : *«l'approche fonctionnelle se contente simplement d'affirmer qu'un entrepreneur est défini «par ce qu'il fait». Elle définit une fonction et considère comme un entrepreneur toute personne qui la remplit. L'approche descriptive fournit une description de ce qui fait que l'on peut identifier tel ou tel comme entrepreneur»* (Casson, 1991, P.21). La conception de l'entrepreneur s'est articulée autour de deux questions : qui est l'entrepreneur ? Et, que fait-il ?

➤ Que fait l'entrepreneur :

La figure de l'entrepreneur a apparemment fait sa première apparition dans les textes de l'économiste français Richard Cantillon vers 1726 (Hernandez, 2001). En réfléchissant sur la nature du commerce, Cantillon décrit l'entrepreneur comme un arbitragiste qui achète à un certain prix et qui est prêt à vendre à un prix incertain. Ainsi, il introduit le concept d'incertitude et considère l'entrepreneur comme étant le coordinateur qui relie les producteurs et les consommateurs ; et, en outre, le décideur qui s'engage dans les marchés pour réaliser des profits et affronte le risque.

L'importance de l'entrepreneur comme étant chef d'entreprise, a été indiquée pour la première fois par Jean Baptiste Say (Casson, 1991). Pour Say, l'entrepreneur est quelqu'un qui réunit et combine les facteurs de production dans le but d'accroître la production et réaliser du profit : *« L'entrepreneur d'industrie est celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques un produit quelconque »* (Say, 1803, P.74. Cité par Hernandez, 2001, P.14). Dans la vision de Say, la fonction de l'entrepreneur consiste à savoir, prévoir, organiser, commander, coordonner et contrôler (Vestraete, 1999, P.83).

La conception de l'entrepreneur avancée par Say (1803) a ouvert la voie à la théorie de Schumpeter (1935) sur l'entrepreneur, mais entre-temps, (Plus d'un siècle), la théorie néoclassique orthodoxe basée sur l'hypothèse de rationalité parfaite, a négligé le rôle de l'entrepreneur comme le fait valoir Béraud⁹⁴ : «*Les théories classique et surtout néoclassique réduisent l'entrepreneur à un simple agent d'exécution des indications du marché*». La négligence de l'entrepreneur est arrivée au point que, dans la concurrence pure, «*l'entrepreneur est un intermédiaire dont on peut faire abstraction* » (Walras, 1952, P.439, cité par Béraud).

Le rôle de l'entrepreneur dans le développement économique a été rétabli par Schumpeter en 1935 qui suggère, suite à un examen critique de la théorie de l'équilibre, que pour atteindre l'équilibre, les décisions et actions des acteurs économiques doivent être répétées encore et encore de sorte que finalement les plans de tous les acteurs coïncident pour finir en équilibre (Grebel et al, 2001). Le but de Schumpeter était d'étudier la dynamique derrière le changement économique et stipule que l'élément explicatif de ce changement est l'innovation. Dans une analyse de l'évolution économique, il considère que l'entrepreneur n'est pas « un homo economicus » dont la seule action consiste à calculer pour optimiser sa combinaison productive et maximiser son profit. Par ses actions d'innovation, l'entrepreneur bouleverse constamment les moyens de production ; et de ce fait, il est à l'origine des changements de la conjoncture et déséquilibre l'économie. Dans la vision de Schumpeter, l'innovation est un processus de destruction créatrice, car le lancement réussi d'une innovation provoque l'apparition d'entrepreneurs imitateurs et donc la production augmente, les structures se développent et l'économie rentre en forte croissance. Alors que cette innovation peut, selon Schumpeter (1935), prendre différents aspects : «*l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation. Elle peut revêtir différents aspects : fabrication d'un bien nouveau, introduction d'une méthode de production nouvelle, conquête d'un nouveau débouché, conquête d'une nouvelle source de matières premières, réalisation d'une nouvelle organisation de production* ». (Hernandez, 2001, P.15)

Les idées de Schumpeter étaient la base de construction de la plupart des théories avancées par les économistes qui ont contribué à éclairer le rôle de l'entrepreneur tels que Hayek, Kirzner, Knight. Pour Hayek, la théorie néoclassique qui ignore le rôle de

⁹⁴ Béraud Philippe : « Qui est l'entrepreneur ? Débat autour du spectre de la théorie économique » www.adelinotorres.com/.../Philippe%20BERAUD-Sobre%20teoria%20ec...

l'entrepreneur part de l'hypothèse d'équilibre de marché basé sur un postulat d'information complète (Casson, 1999, P.338). Sur la même lignée de Schumpeter, Hayek considère que l'équilibre de marché n'est pas constant et ne peut être maintenu tant qu'il y a toujours de nouvelles informations, et là où il introduit le rôle de l'entrepreneur. Ce rôle consiste à créer de nouvelles informations par l'innovation et de prévoir et saisir celles créées par autrui. De ce fait, les entrepreneurs déséquilibrent le marché en introduisant de nouvelles informations et à travers la communication, ils coordonnent leurs décisions et progressent ainsi vers un état d'équilibre : « *Il apparaît que le concept d'équilibre implique simplement que la prévision des différents membres de la société est dans un sens particulier, correcte. Elle doit être correcte dans le sens où le plan de chacun soit fondé sur des anticipations sur les actions des autres conformes aux actions que les autres entendent mener ; et dans le sens où tous ces plans sont fondés sur des anticipations relatives au même ensemble de faits externes, de telle sorte que sous certaines conditions, personne n'aura la moindre raison de modifier ses plans* » (Hayek, 1949, P.41, cité par Casson, 1991, P.338).

Partant, des mécanismes du marché, Kirzner (1976) lui aussi considère que le rôle principal de l'entrepreneur consiste en l'ajustement du prix. Il est très vigilant à l'égard du déséquilibre du marché, identifie des opportunités de profit ; et, en agissant sur elles, il améliore sa position (Grebel et al, 2001). Quant à Knight (1921) qui reprend la notion d'incertitude de Cantillon, il souligne que le rôle de l'entrepreneur consiste à identifier l'incertitude qui règne sur les activités économiques ; et par ses capacités de prévision et la confiance en son propre jugement, il prend des décisions de production, assume les coûts de l'incertitude et bénéficie d'un profit (Casson, 1999).

Tableau 13 : synthèse des différents auteurs sur le concept de l'entrepreneur

Auteur	Œuvre majeure	Définition de l'entrepreneur	Notions clés
Cantillon	Essai sur la nature du commerce en général	L'entrepreneur est celui dont les gages sont incertains.	Prise de risque
Say	Traité d'économie politique	L'entrepreneur profite des aléas économiques sans planifier sa production.	Productivité
Schumpeter	The theory of economic development	L'entrepreneur est l'agent du changement et ennemi de la routine	Innovation
Kirzner	Competition and entrepreneurship	L'entrepreneur est un arbitre qui sait tirer profit des situations de déséquilibre du marché.	Vigilance entrepreneuriale

Source : Messeghem et Sammut (2011, P.48).

Après une synthèse des différentes conceptions avancées par les théoriciens de l'économie à l'égard de la fonction de l'entrepreneur, Marc Casson (1991) propose une définition dans laquelle il résume la fonction assignée à l'entrepreneur. Cette fonction consiste en la prise des décisions réfléchies concernant la coordination des ressources rares : «*un entrepreneur est quelqu'un de spécialiste dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares* » (Casson, 1991, P.22). De sa part, Hernandez (2001) fait valoir qu'il y a trois principaux axes évoqués par les auteurs qui se sont intéressés au concept de l'entrepreneur. Ces axes sont : la prise de risque, la coordination - organisation et l'innovation.

Ainsi, de Cantillon à Kirzner, la perception de l'entrepreneur et de sa fonction a évolué au fil des générations (Messeghem et Sammut, 2011).

❖ Qui est l'entrepreneur ?

En s'inscrivant dans une approche internaliste, de nombreux auteurs ont cherché à décrire qui est l'entrepreneur. Ce courant de recherche dit « déterministe » s'est développé donnant lieu à une approche basée sur les traits dont les auteurs ont mis l'accent sur les dispositions personnelles des individus pour en tirer des traits qui permettent d'identifier les entrepreneurs et les non-entrepreneurs.

En effet, beaucoup de recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat se sont focalisées sur la détermination de la personnalité de l'entrepreneur en posant la question pourquoi dans des conditions similaires, certains individus créent des entreprises alors que d'autres ne le font pas ? A cette question de « pourquoi », les chercheurs ont répondu par « qui » (Gartner, 1988, P.11). Si un individu crée une entreprise c'est parce qu'il a certaines qualités. Ce point de vue peut être identifié dans toutes les recherches qui ont cherché à identifier ce qui différencie les entrepreneurs des autres individus. Gartner (1988) cite quelques exemples des principales qualités attribuées à l'entrepreneur tel que le besoin d'accomplissement, le locus de contrôle, la prise de risque et les valeurs.

De leur part Aldrich et Zimmer (1986) mentionnent comme qualités de l'entrepreneur : le locus de contrôle interne, la faible aversion à la prise du risque, l'agressivité, l'ambition et un grand besoin d'accomplissement. Begley et Boyd (1987)⁹⁵

⁹⁵ Begley, T.M., Boy, DP. 1987. Psychological characteristics associated with Performance in Entrepreneurial firm and Smaller Business. Journal of Business Venturing, 2 (1): 79-93. Cité par Nandram et Samson (2007).

décrivent le besoin d'accomplissement, le locus de contrôle interne, la propension modérée par la prise du risque, la tolérance à l'ambiguïté. Fillion (1999, b) en présentant un sommaire de la recherche sur l'entrepreneuriat, souligne que d'après la théorie du besoin de réalisation de Mc Clelland (1961), les spécialistes du comportement « behaviouristes » ont dominé la discipline de l'entrepreneuriat jusqu'au début des années 1980. Ces chercheurs ont montré de nombreuses caractéristiques qu'ils ont attribuées aux entrepreneurs, dont les plus courantes sont présentées au tableau 14.

Tableau 14 : caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes du comportement

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Energiques	Tolérance à l'ambiguïté et l'incertitude
Persévérants	Initiative
Originaux	Apprentissage
Orientés vers les résultats	Utilisation des ressources
Flexibles	Sensibilité envers les autres
Débrouillards	agressivité
	tendance à faire confiance
	Argent comme mesure de performance

Source : Fillion (1996).

L'approche par les traits de personnalité considère l'entrepreneur comme l'unité d'analyse dans le but de comprendre son profil psychologique à travers ses motivations, ses traits de personnalité, ses caractéristiques sociodémographiques, etc. D'après Hernandez (1999) trois caractéristiques fondamentales sont évoquées par l'approche déterministe, à savoir :

- **Le besoin d'accomplissement** : c'est la caractéristique la plus ancienne assignée à l'entrepreneur par McClelland⁹⁶ (1961). Ce besoin est défini comme une tendance à choisir et persister dans des activités ayant une chance modérée de succès ou un maximum de chances de satisfaction de la réussite personnelle. McClelland, suite à ses travaux empiriques, a conclu qu'un grand besoin d'accomplissement est un prédicteur

⁹⁶ McClelland, D.C. 1961. *The achieving society*. Princeton, NY: Van Nostrand. Cité par (Nandram et Samson, 2007).

de l'entrepreneuriat et est basé sur les influence de la formation et les expériences des enfants et des adultes (Nandram et Samson, 2007).

- **L'internalité du lieu de contrôle** : Il s'agit de la perception que possède un individu pour pouvoir contrôler les évènements dans sa vie. Autrement dit, il croit que son comportement est guidé par ses décisions et ses efforts personnels (interne). Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les études ont montré que le sentiment de contrôle peut aider à saisir des opportunités, à innover et être performant (Hernandez, 1999).

- **Le risque et l'incertitude** : ces deux notions semblent faire l'unanimité comme étant l'une des caractéristiques des entrepreneurs depuis les travaux de Cantillon et Say. Comme l'indique Cantillon, l'entrepreneur est celui qui ose prendre des risques mesurés. Il s'agit de la prise de risque calculé qui implique une attention particulière à ne pas se laisser dépasser par les évènements (Messeghem et Sammut, 2011).

De sa part Casson (1991) fait remarquer que les qualités personnelles des entrepreneurs sont nombreuses et qu'elles ne se trouvent pas généralement réunies chez une seule personne. Parmi les caractéristiques, il y a celles qui sont innées et celles qui sont susceptibles d'amélioration et d'apprentissage. En identifiant les qualités des entrepreneurs les plus importantes, Casson souligne que chacune d'elles est requise pour chacune des activités afférentes à la décision d'entreprendre comme l'indique le tableau 15.

Tableau 15 : Les activités de décision et qualités qu'elles requièrent

Activités	Qualités
<p>1^{ère} étape : Formulation du problème de décision.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spécification de l'objet. - Spécification des opinions. - Spécification des contraintes. - Dédution de la règle de décision. <p>2^{ème} étape : Production des données.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Collecte des données. - Estimation des données. <p>3^{ème} étape : Exécution de la décision.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Application des données à la règle de décision. - Début du processus de mise en œuvre. 	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance de soi. - Imagination. - Connaissance pratique. - Capacité d'analyse - Aptitude de recherche. - Prévision. - Aptitude à la communication (En formulant les instructions)

Source : Casson (1991).

Les années 1980 sont marquées par la remise en cause de l'approche basée sur les traits, par de nombreux auteurs (Gartner, 1988 : Low et Mac Millan, 1988, Timmons, 1990). Plusieurs questions ont été soulevées en ce qui concerne la liste des caractéristiques établie pour faire la distinction entre les entrepreneurs et les gestionnaires, ou entre les entrepreneurs et les propriétaires d'entreprises. L'hypothèse sous-jacente est qu'il y a des caractéristiques uniques chez les entrepreneurs qui peuvent être isolées et identifiées.

Cependant, la plupart de ces facteurs ont été trouvés communs à de nombreux individus qui réussissent (Nandram et Samson, 2007). A ce propos Shapero affirme : *« plus j'étudie les entrepreneurs, plus je suis impressionné par leur diversité, et plus j'estime qu'il est difficile d'être satisfait par de simples profils psychologiques. On ne naît pas entrepreneur, on le devient »*. Shapero, 1984, P.8. Cité par Messeghem et Sammut, 2011, P.56).

De leur part Low et Mac Millan (1988), et suite à leur synthèse de recherche précédentes sur l'entrepreneuriat, concluent que les tentatives de développer un profil de personnalité de l'entrepreneur typique ont largement échoué et que la recherche récente axée sur le contexte et le processus est encourageante.

Dans le même ordre d'idée, Gartner (1988) trouve que l'approche par les traits et les caractéristiques de la personnalité de l'entrepreneur n'aide pas à comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat et qu'il est temps d'orienter la recherche vers une nouvelle approche : *« I believe attempt to answer the question « who is an entrepreneur ? », wich focusses on the traits and personality characteristics of entrepreneur, will neither lead us to definition of the entrepreneur not help us to understand the phenomenon of entrepreneurship. /.../. Another approach is needed to help us refocus our thoughts on entrepreneurship »* (Gartner, 1988, P.12). En présentant un recensement d'une grande partie de la littérature majeure sur l'entrepreneur et l'entrepreneuriat, Gartner (1988) a constaté certaines limites qu'il a résumées en quatre points :

1. De nombreuses définitions (souvent vagues) de l'entrepreneur ont été utilisées dans de nombreuses études où l'entrepreneur n'est jamais défini.
2. Il y a peu d'études qui emploient la même définition.

3. Le manque d'accord en ce qui concerne « qui est un entrepreneur », a conduit à la détection des échantillons « d'entrepreneurs » qui ne sont guère homogènes.

4. Un nombre surprenant de traits et caractéristiques ont été attribués à l'entrepreneur et un « profil psychologique » de l'entrepreneur assemblé à partir de ces études aurait dépeint plaine de contradictions.

Ainsi, Gartner (1988) fait valoir que l'approche par les traits a été stérile et qu'une approche comportementale sera un point de vue plus productif pour la recherche en entrepreneuriat, et que l'entrepreneur fait partie d'un processus complexe de création d'une nouvelle organisation.

3.2. L'entrepreneur au cœur d'un processus complexe :

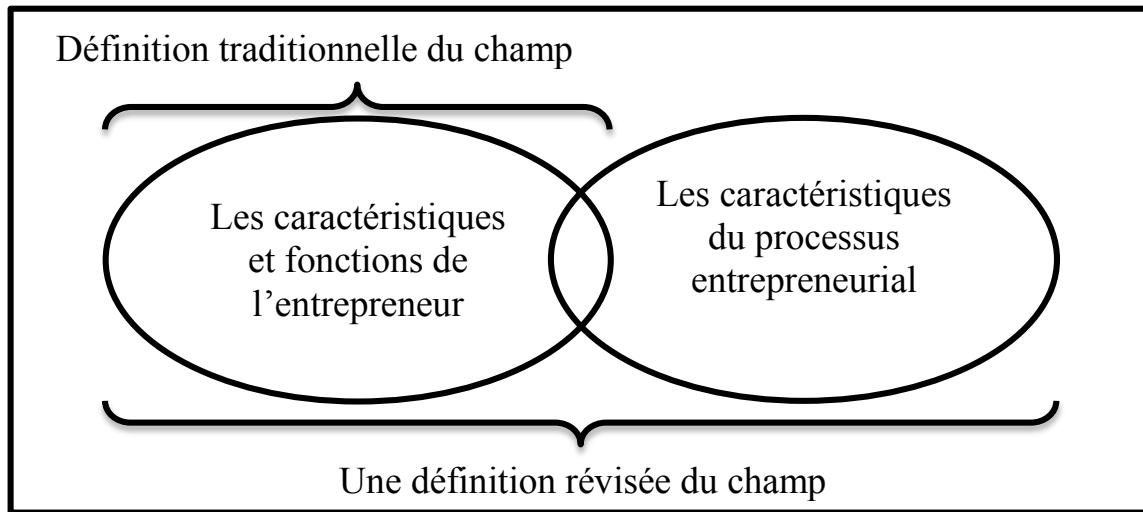
Un large débat était animé par les chercheurs vers la fin des années 1980, en ce qui concerne les approches par les caractéristiques individuelles et celles basées sur les conditions environnementales.

Ce débat a conduit à une orientation de la recherche en entrepreneuriat vers une nouvelle approche dite comportementale basée sur le processus. Gartner (1988) a fait valoir que l'entrepreneuriat est un phénomène d'émergence organisationnelle. Il s'agit d'un processus qui mène à une nouvelle organisation dans lequel l'entrepreneur est un élément déterminant : « *The entrepreneur is part of the complex process of now venture creation. This approach to the study of entrepreneurship treats the organization as the primary level of analyst and the organization to come into existence* ». (Gartner, 1988, P.21).

Dans le même ordre d'idées, Bygrave et Hover (1991) soulignent la nécessité de déplacer l'attention mise sur les caractéristiques et les fonctions de l'entrepreneur et la multitude de sa définition à une nouvelle vision qui se concentre sur les caractéristiques du processus entrepreneurial : « *It may be useful to shift our focus from « the characteristics and functions of the entrepreneur» and the myriad definitions of what constitutes an entrepreneur, and to focus, instead, on the nature and characteristics of the « entrepreneurial process* ». (Bygrave and Hover, 1991, P.14).

Bygrave and Hover schématisent ce changement tel que le présente la figure 21.

Figure 21 : Changer le focus du champ de l'entrepreneuriat



Source : Bygrave et Hover (1991), P.16).

L'intérêt de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat est de décrire le processus entrepreneurial ainsi que le comportement de l'entrepreneur qui assume toutes les activités inhérentes à la création d'une organisation. Les questions de recherche sont donc déplacés de « qui est l'entrepreneur ? » vers « Comment agit l'entrepreneur ? ».

Pour Bygrave et Hover (1991), le processus entrepreneurial est défini comme étant l'ensemble de toutes les fonctions et activités et actions associées à la perception des opportunités et la création d'organisations et de les poursuivre. Et partant, l'entrepreneur est celui qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour la poursuivre. Comme le fait valoir Gartner, l'approche comportementale dite « *behavioural approach* », met l'accent sur ce que les individus (entre autres choses) font pour créer une nouvelle organisation: «*The focus will be on research questions that ask (among other things) what individuals do to enable organization to come into existence, rather than on the traits and characteristics of these individuals* » (Gartner, 1988, P.27).

➤ **Comment agit l'entrepreneur ?**

L'approche comportementale est une approche globale qui remet l'entrepreneur dans son contexte et le considère comme l'acteur principal d'un processus complexe. Dans ce sens, Fayolle (2003) trouve que l'approche fondée sur le processus « *permet de mettre l'entrepreneur (l'acteur) au cœur d'un système 'd'actions) structuré et spécifiques qui se constitue, évolue et se transforme au cours des temps* » (Fayolle, 2003, P.81).

En s'inscrivant dans l'approche comportementale, de nombreux auteurs ont adopté la vision du processus entrepreneurial comme étant un système d'action dans leurs modèles théoriques⁹⁷. L'objectif de ces modèles est de décrire le processus entrepreneurial et expliquer le comportement de l'entrepreneur au cours du processus. L'idée générale partagée par ces modèles théoriques est que l'entrepreneur est l'acteur principal de l'acte d'entreprendre et que celui-ci est un processus qui se déroule en interaction avec son contexte. Le modèle de H. Le Marois est l'un de ces modèles, qui en exposant le système d'action fait la distinction entre trois pôles : le pôle personnel, le pôle relationnel et le pôle professionnel.

- **Le pôle personnel** : se réfère à l'histoire personnelle de l'acteur, son expérience personnelle et professionnelle ainsi que ses aptitudes et ses motivations.
- **Le pôle relationnel** : représente l'environnement proche de l'entrepreneur, telles que ses relations personnelles et professionnelles.
- **Le pôle professionnel** : Il s'agit des connaissances et expériences professionnelles acquises par l'entrepreneur et qui sont à l'origine de ses compétences professionnelles (Fayolle, 2003).

Cependant, la concrétisation du processus entrepreneurial est liée à la combinaison de ces trois pôles. Autrement dit, ces trois pôles sont à la base du comportement de l'entrepreneur. Le pôle relationnel reflète son interaction avec l'environnement social, tandis que le pôle personnel et le pôle professionnel constituent les compétences entrepreneuriales.

Ainsi, dans l'approche comportementale, l'entrepreneur joue un rôle principal dans le processus entrepreneurial mais il n'est qu'une variable parmi d'autres. L'intérêt de l'étude est donc comment se comporte l'entrepreneur pour créer une nouvelle organisation dans un contexte donné. En ce sens, l'entrepreneur est en lien avec une organisation et un environnement. De ce fait, son comportement est influencé par des variables contextuelles, alors que ses traits de personnalité sont subordonnés à son comportement. Dans ce cadre, Messeghem et Sammut (2011) considèrent l'opposition des deux approches psychologique et comportementale, comme étant un affrontement stérile et trouvent que : « *une appréciation conjointe des deux mouvements semble plus*

⁹⁷ Ces modèles ont été présentés dans la section précédente.

utile à la compréhension du phénomène entrepreneurial » (Messeghem et Sammut, 2011, p.50).

En jouant son rôle l'entrepreneur doit exercer une fonction qui consiste à s'engager dans un processus émanant à la création d'une nouvelle organisation. Pour ce faire, l'entrepreneur doit percevoir une opportunité d'une façon efficace, exécuter les tâches clé pour créer avec succès la nouvelle organisation et la diriger avec succès. L'entrepreneur doit donc jouer son rôle tel que déterminé par l'approche fonctionnelle.

Ces considérations nous permettent de considérer que l'approche comportementale n'est pas un rejet des approches fonctionnelle et psychologique et environnementale, bien au contraire elle les globalise en remettant la fonction de l'entrepreneur (possédant des qualités et des compétences) dans son contexte. Le comportement de l'entrepreneur est donc guidé par ses traits de personnalité et ses compétences et influencé par son environnement.

Dans ce cadre, Degeore et al (2010) soulignent que dans un monde économique de plus en plus complexe, l'entrepreneur doit posséder des connaissances, avoir accès à l'information et pouvoir transformer les connaissances en compétences. D'après ces deux auteurs, les compétences nécessaires à l'entrepreneur sont de plusieurs types :

- **Les compétences opérationnelles** : savoir, savoir-faire, qui sont propres à l'individu.
- **Les compétences contextuelles** : Savoir, savoir pourquoi et savoir comment. Elles dépendent du contexte.
- **Les compétences interactionnelles** : savoir agir, pouvoir agir et vouloir agir. Ce sont des compétences d'action dans un contexte social.
- **Les compétences organisationnelles** : apprendre, coordonner et intégrer collectivement. Elles sont propres à une organisation dans un contexte donné.

Cette typologie montre que certaines compétences d'entrepreneurs relèvent du capital humain de l'entrepreneur alors que d'autres relèvent de son capital social, qui constituent deux composantes du capital de l'entrepreneur (Boutillier et Uzunidis⁹⁸, 2000 ; Vallat, 2007).

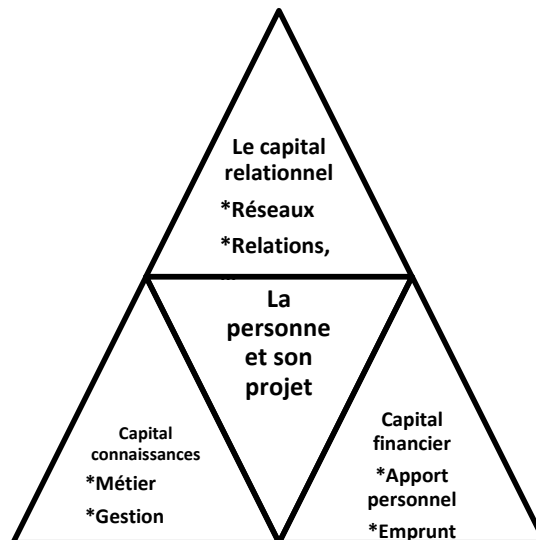
⁹⁸ Boutillier S., Uzunidis D, 2000, « Les dimensions économiques et politiques de l'entrepreneuriat » Vestraete (2000).

Pour Boutillier et Uzunidis (2000), le concept de capital social⁹⁹ permet de concevoir l'action entrepreneuriale dans son contexte et que ce capital de l'entrepreneur se compose de trois types de capital :

- Un capital-financier qui comprend l'ensemble des ressources financières effectives et potentielles.
- Un capital-connaissance constitué de l'ensemble des connaissances de l'entrepreneur (émanant des formations scolaires et expériences professionnelles).
- Un capital-relation qui représente l'ensemble des relations personnelles, familiales et professionnelles que l'entrepreneur peut mobiliser pour construire son projet à terme.

Cette distinction a été reprise par Vallat (2007) qui propose une schématisation représentant les composantes du capital de l'entrepreneur.

Figure 22 : Les composantes du capital de l'entrepreneur



Source Degeore et al (2010) pris de Vallat (2007)¹⁰⁰

Le capital connaissance est communément appelé capital humain (Schultz, 1959, Becker, 1964 ; Mincer, 1974), alors que la mobilisation du capital relationnel constitue le capital social tel que conceptualisé par Bourdieu (1980). Ainsi, le comportement de l'entrepreneur est déterminé par son capital humain mais aussi par son capital social. Dans ce sens beaucoup de chercheurs se sont penchés sur l'étude de l'effet de ces deux types de capital sur l'activité entrepreneuriale et en particulier sur la concrétisation du processus de création d'entreprise.

⁹⁹ Boutillier et Uzunidis expliquent que ce concept de « capital social » dont ils parlent est une conception originale qui ne doit pas être amalgamée avec celle proposée par Bourdieu (2000, P.29).

¹⁰⁰ Vallat D., 2007, « Accompagnement : Facteur de pérennisation de la nouvelle

En effet, dans le domaine de l'entrepreneuriat, les composantes du capital humain (l'éducation, l'expérience, l'apprentissage pratique, etc.) ont longtemps été soutenus pour être des ressources essentielles pour le succès des entrepreneurs, comme le soulignent Davidsson et Honing « *In, all, previous research tend to support the existence of a positive relationship between human capital and entrepreneurial activity* » (Davidsson et Honing, 2003, P.308).

La littérature de l'entrepreneuriat fournit un certain nombre d'arguments sur la façon dont le capital humain influence la réussite entrepreneurial. Dans ce cadre, Unger et al (2006) présentent quelques exemples des résultats obtenus par les chercheurs : Le capital humain augmente la capacité à effectuer les tâches entrepreneuriales génériques de découverte et de l'exploitation d'opportunités d'affaires (Shane et Venkatrama., 2000). Le capital humain est positivement lié à la planification et la stratégie qui, à son tour, a un impact positif sur la réussite (Brush et al, 2001). Aussi, le capital humain est une condition indispensable à l'apprentissage et contribue à l'accumulation de nouvelles connaissances et compétences.

Globalement, comme l'affirment Kamdem et al (2011), suite à une analyse de la littérature portant sur le capital humain et l'entrepreneur ¹⁰¹; « ... ces indicateurs du capital humain sont associés aux comportements humains et au succès d'entrepreneurs potentiels » (2011, P.21).

Quant au capital social est considéré comme une source aussi importante que le capital financier et le capital humain. Il constitue le complément contextuel du capital humain (Bourdieu, 1993 ; Coleman, 1988, 1990). Dans le domaine de l'entrepreneuriat, le rôle du capital social dans le processus entrepreneurial, a fait l'objet de beaucoup de recherches. C'est à cet effet que peut exercer le capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial que nous nous intéressons. Suite à une revue de la littérature, la section suivante traite de la contribution du capital social à l'acte d'entreprendre.

IV. L'effet du Capital social de l'entrepreneur sur processus le entrepreneurial :

Dans le cadre de l'approche comportementale, l'entrepreneuriat est un processus intégré dans les structures sociales caractérisées par des relations complexes. Ces relations sociales, comme étant facteur environnemental, peuvent renforcer ou entraver

¹⁰¹ Pour plus de détails sur les études portant sur le rôle du capital humain dans l'activité entrepreneurial, voir Kamdem et al (2011, chapitre 2).

la création d'entreprise qui doit être comprise comme processus dynamique en fonction de structure d'opportunité et d'entrepreneurs motivés ayant accès aux ressources (Aldrich et Zimmer, 1986). Par conséquent, comme le soulignent ces deux auteurs, la création d'entreprises est insérée dans les relations sociales continues : « *Firm creation constitutes a phenomenon incrustated within networks of continuous social relations* » (Aldrich et Zimmer, 1986, P.8).

Outre l'emploi du capital humain et financier, les entrepreneurs font usage de leurs ressources sociales pour établir leurs entreprises. De ce fait la fonction entrepreneuriale est insérée et développée au sein du réseau de relations sociales (Birley, 1985 ; Aldrich et Zimmer, 1986 ; Johanisson, 1986 ; Aldrich et al, 1987).

Partant de ce point de vue, et donc pour bien comprendre la nature de ce processus, nous devons prendre en considération les réseaux sociaux construits par les entrepreneurs ainsi que la façon dont ils les mobilisent pour atteindre leurs objectifs (Johanisson, 1998). Ce courant de recherche a suscité l'intérêt de nombreux scientifiques qui ont tenté de démontrer les effets positifs du capital social sur le processus de création d'entrepris depuis le début du projet entrepreneurial et aussi tout au long de la vie de la start-up (Fornoni et al, 2012).

Toutefois, les approches de recherche en entrepreneuriat varient selon les sujets à prendre en considération. Aldrich et Zimmer (1986) ont proposé une nouvelle approche qu'ils ont appelée « *Network Approach to Entrepreneurship* ». Cette approche est basée principalement sur le motif que les entrepreneurs construisent des relations avec l'environnement extérieur et ce pour avoir accès à des informations afin de découvrir des opportunités et obtenir les ressources nécessaires pour amener à bien leur processus entrepreneurial. En phase de création, certains auteurs (Burt, 1992 ; Brüdel et Preisendöfer, 1998) partent de l'hypothèse de création par les réseaux (*network foundation hypothesis*). A ce stade, les ressources et le soutien du réseau sont largement utilisés pour créer la nouvelle entreprise. A la phase qui suit, c'est-à-dire après création, les auteurs partent de l'hypothèse de réussite par les réseaux (*network success hypothesis*), selon laquelle les entrepreneurs ayant un vaste réseau diversifié, reçoivent plus de soutien qui contribue à leur succès : « *network resources, networking activities and network support are heavily used to establish new firmes (network founding hypothesis)*. *Further those entrepreneurs, who can refer to a broad and diverse social*

network, are more successful (network success hypothesis) » (Brüdel et Preisendörfer, 1998, P.1).

En s'inscrivant dans cette vue, de nombreuses recherches récentes ont montré l'importance du capital social des entrepreneurs dans l'accès à plusieurs ressources tangibles et intangibles, nécessaires à la formation et à la croissance de nouvelles entreprises (Greve et Sallaf, 2003). De leur part Davidson et Honig (2003) affirment que le capital social favorise la progression du processus entrepreneurial. Les entrepreneurs participent à des réseaux robustes, obtiennent le soutien, les connaissances et l'accès aux canaux de distribution et présentent un taux de réussite plus élevé lors du lancement de leurs entreprises (Baron et Markman, 2000).

Dans le même ordre d'idées, d'autres auteurs soulignent que dans la perspective entrepreneuriale, le capital social fournit par les réseaux sociaux, facilite la découverte d'opportunités ainsi que l'identification, la collecte des ressources rares (Birley, 1985 ; Uzzi, 1999). Le capital social peut également aider dans le processus d'exploitation d'entreprise, en fournissant et en diffusant un cadre de référence plus large porteur de nouvelles idées ou aventures potentielles (Aldrich et Zimmer, 1986).

De leur part, Geindre et Dussuc (2012), après une revue de la littérature relative au rôle des réseaux sociaux et le capital social de l'entrepreneur, concluent qu'en général le capital social constitue un actif favorable pour l'entrepreneur et principalement lorsque le capital social est un élément de différenciation, car il enrichit les processus de réflexion ou de prise de décision du fait qu'il permet l'obtention d'informations rares et/ou précoces. Comme le soulignent Tremblay et Carrier « *avoir un capital social, c'est donc être en mesure de mobiliser des relations sociales à son avantage* » (2006, P.26).

Dans le cadre de création d'entreprise, l'entrepreneur fait recours à ses relations sociales pour bénéficier ou accéder aux différents types de ressources dont il a besoin pour concrétiser son processus entrepreneurial. Ces ressources peuvent être tangibles, c'est-à-dire les ressources matérielles telles que les ressources financières ; comme elles peuvent être intangibles ou immatérielles comme l'information et l'identification d'opportunités ou encore le soutien moral.

4.1. Capital social et reconnaissance d'opportunité :

Bien que tous les aspects du processus entrepreneurial soit importants, dans les recherches récentes, c'est la reconnaissance d'opportunités d'affaires qui est reconnue comme étant l'élément clef dans le processus de création d'entreprise et une première étape cruciale (Johnson et al, 2006). Reconnaître une opportunité ne s'agit pas, selon Hernandez(2001), d'une simple idée, mais « *qu'il faut pressentir le potentiel d'exploitation pour en tirer profit* » (2001, P.71). La reconnaissance d'opportunité est considérée comme le résultat d'un processus qui débute de la naissance de l'idée, puis intervient une phase d'élaboration (Long, McMullan, 1994), ou encore d'évaluation selon Hills et al (1999)¹⁰².

Ainsi, pour de nombreux auteurs, la question centrale dans le processus entrepreneurial consiste en l'identification, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités. Pour Kirzner (1973) qui est le premier à avoir effectué l'analyse du processus de découverte d'opportunité, considère que cette dernière est la raison d'être de l'entrepreneur qu'il a appelé « entrepreneur pur ». En introduisant le concept de vigilance « *l>alertness* », Kirzner considère que l'entrepreneur est caractérisé par une qualité psychologique particulière, à savoir sa « *vigilance* » qui lui permet de détecter où se trouve l'information pertinente pour découvrir l'opportunité : « *Le type de connaissance nécessaire pour l'entrepreneur et le fait de savoir où chercher l'information plutôt que le fait de disposer d'informations substantielles sur le marché. Il semble que le mot « vigilance » est le terme qui explique le mieux ce type de connaissance* » (Kirzner, 1973, P.68)¹⁰³. Cette capacité de connaissance d'opportunité est considérée comme une partie importante du cadre cognitive d'une personne.

Dans les études des entrepreneurs, la question fondamentale était traditionnellement consacrée à l'évaluation des caractéristiques personnelles spécifiques basées sur la personnalité, l'expérience ou les capacités managériales. Ces recherches ont montré que certaines personnes sont plus en mesure de reconnaître et exploiter les opportunités que d'autres parce qu'elles ont un meilleur accès à l'information et à la connaissance plus que les autres (Shane et Venkataraman, 2000).

¹⁰² Hills G.E., R.C. Shrader et G.T. Lumpkin (1999), « opportunity recognition as a creative process », *Frontier of entrepreneur ship research*, Babson College, P.216-227, cite par Chollet (2002).

¹⁰³ Kirzner I.M. (1973), *competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press, traduitet cité par Chabaud (2004).

Cependant, dans des études relativement récentes, les chercheurs ont commencé à voir ce point de vue comme étant incomplet. Dans ce cadre, Ardichvili et al (2003) affirment que les facteurs les plus importants qui influent sur l'identification des opportunités à côté de la vigilance de l'entrepreneur, il y a aussi l'asymétrie d'information et la connaissance préalable, les traits de personnalité de l'entrepreneur ainsi que les réseaux sociaux et la nature de l'opportunité elle-même. Ainsi, les réseaux sociaux et partants le capital social sont de plus en plus reconnus comme facteurs déterminants dans le processus d'identification et d'exploitation d'opportunité, comme l'expliquent Eckhardt et Shane (2003), un individu peut avoir la capacité de reconnaître qu'une opportunité entrepreneuriale existe, mais pourrait manquer de liens sociaux pour transformer l'opportunité en création d'entreprise. Alors que l'accès à un réseau social plus large pourrait combler cela. Cette prise en compte de l'importance des réseaux sociaux se trouvent aussi dans certaine étude antérieures comme celle menée par Hills et al (1999) signalant que les gens apprennent à identifier les opportunités en utilisant les ressources dans les réseaux sociaux. Les relations et les connexions entre les réseaux permettent d'accéder à des ressources, des données et des connaissances sociales qui sont des canaux les plus importants pour la reconnaissance d'opportunité. De leur part, Anderson et Miller (2003) affirment que le capital social est l'un des facteurs qui influencent la reconnaissance d'opportunités et la décision de leur exploitation : « *Largely determined by the extent of an entrepreneur's human and social capital, as these assets will at least in part determine the particular lens through which we view the world ourselves, and the business environment* » (2003, P.30).

Dans le même ordre d'idée, Davidson et Honig (2003) déterminent l'importance du capital social dans le processus de découverte d'opportunité chez les entrepreneurs naissant, comme étant source de nouvelles et différentes idées : « *during the discovery process, social capital assists nascent entrepreneurs as individuals by exposing them to next and different ideas, world views, in effect, providing them with a wider frame of reference both supportive and nurturing to the new potential idea or venture* » (2003, P.309). Cependant, l'étincelle et la création de nouvelles idées dans n'importe quel environnement dépendent des liens et des interactions entre les individus, car aucune personne seule n'a suffisamment d'informations pour choisir et décider, puisque les

individus ont une rationalité limitée ainsi que leur capacité de traiter et de stocker des données (Mohebi et Rabiee, 2014, d'après Simon, 1976)¹⁰⁴.

4.2- Capital social et accès aux ressources :

De nombreux auteurs soulignent l'importance de la notion de ressources dans le processus entrepreneurial et en particulier pour la création de nouvelles entreprises, comme par exemple, Cartes et al (1977) qui affirment: « *a firm's resources at start-up are critical determinants of success and survival* » (1997, P.128).

En effet, selon l'approche fondée sur les ressources (Resources based view " RBV "), initiée principalement par Pfeffer et Salancick (1978)¹⁰⁵, l'entreprise est considérée comme étant un ensemble de ressources physiques, humaines et organisationnelles, combinées pour créer des compétences spécifiques (Taddei, 2009). En d'autre terme, la stratégie et la performance de l'entreprise sont déterminées par la possession des ressources organisationnelles, les actifs informationnels et technologiques permettent à l'entreprise d'améliorer son avantage concurrentiel (Lin et al, 2009).

Ces ressources se caractérisent par leur hétérogénéité et leur mobilité imparfaite. Comme l'explique Barney (1991), la théorie fondée sur les ressources (RBV) part de deux hypothèses principales. La première concerne l'hétérogénéité des ressources détenues par les entreprises. La seconde est relative à la difficulté d'acquisition des ressources à cause de leur mobilité imparfaite : « *The resource based view of the firm substitutes two alternate assumptions in analysing sources of competitive advantage. First, this model assumes that firms within an industry (or group) may be heterogeneous with respect to the strategic resources they control. Second, this model assumes that these resources may not be perfectly mobile across firms, and thus heterogeneity can be long lasting* » (1991, P.101).

Cependant l'application de la théorie basée sur les ressources en entrepreneuriat, fait valoir que l'accès aux ressources par les entrepreneurs est un prédicateur important de l'entrepreneuriat basée sur l'opportunité et la croissance de nouvelles entreprises (Alvarez et Busenitz, 2001). La littérature s'accorde sur le fait que plusieurs types de ressources sont importants dans le processus entrepreneurial. Comme le soulignent Brush

¹⁰⁴ Simon, H.A., 1967b. Theories in decision making in economics and behavioural science. In: Alexis, M., Wilson, C.Z. (Eds.), Organizational Decision Making. Prentice Hall, New- Jersey, pp. 201–222.

¹⁰⁵ Pfeffer j. ET Slancick G., 1978, the external control of organisations: A Resource – Dependence Perspective, Harper and Row, New York. Cité par Taddei (2009).

et al (2001), la construction d'une base initiale de ressources est un défi exceptionnel pour l'entrepreneur et chaque choix de ressources a des applications importantes pour la survie et la croissance. Cette importance est plus accrue lorsqu'il s'agit d'une entreprise nouvellement créée, qui est souvent confrontée à des contraintes dans son accès ou le contrôle des ressources et cela du fait que généralement, elle souffre de manque de crédibilité et de légitimité vis-à-vis des différentes parties prenantes : « *For the entrepreneur, constructing an initial resource base is an exceptional challenge. The process by which an idea becomes a tangible reality is characterized by bumps and turns and multiple interactions. Because an emerging venture lacks administrative history, has no loyal customer base, cannot point to its reputation for performance and has experience, its strategic resource decisions are based on judgments using only current information. Each resource choice has significant implications for survival and growth*» (Brush et al, 2001, P.64).

Même si les entreprises entrepreneuriales ont leurs propres ressources, mais pour mener des activités dont elles auront besoin d'information, de capital financier, des compétences et des entrées de main-d'œuvre dans des environnements d'affaires critiques, la solution est donc d'accéder aux ressources grâce à leurs relations sociales (Aldrich et Zimmer, 1986 ; Aldrich et al, 1991 ; Hansen, 1995).

Considérées comme ressources pour l'action, les relations sociales constituent la principale préoccupation des chercheurs, qui ont étudié le capital social (Burt, 1992 ; Coleman, 1988 ; Bourdieu, 1985). Pour ces auteurs, le capital social est conceptualisé comme un ensemble de ressources intégrées dans les relations sociales. Dans ce cadre, de nombreuses études ont été menées dans l'objectif de mettre en évidence l'impact du capital social de l'entrepreneur sur l'accès aux ressources externes (Nahapiet et Ghoshal, 1998 ; Davidson et Honig, 2003).

Ces études suggèrent que les réseaux des entrepreneurs sont vraiment un ensemble d'opportunités qui aident les entrepreneurs à accéder à toutes ressources tangibles et intangibles qui seraient tout simplement inaccessibles autrement (-Ostgaard et Birly, 1994). Les réseaux de relations des petites et moyennes entreprises (PME) sont dérivées de celui de l'entrepreneur et c'est grâce aux relations que les entrepreneurs entretiennent avec les parties concernées pour que l'entreprise accède à ces premiers clients, obtient des informations clé, des gains de nouveaux marchés et cherche le financement nécessaire

à la croissance et au développement. Les grands réseaux permettent aux entrepreneurs de rassembler diverses ressources, dont certaines peuvent être rares et uniques (Barney, 1991) et améliore ainsi, la probabilité d'exploitation d'opportunités, comme le soulignent Eckhard et Shane (2003) : « *an individual may have the ability to recognize that a given entrepreneurial opportunity exist, but might lack the social connections to transform the opportunity in to business start-up. It is thought that access to a large social network Wight help overcome this problem* ». De même, Aldrich et Zimmer (1986) ont trouvé que des facteurs sociaux contribuent à l'obtention des ressources essentielles pour exploiter les opportunités. Ces ressources peuvent inclure des facteurs de production tel que le capital, l'information critique diffusée à travers les réseaux sociaux. Le capital social, d'après Aldrich et Davidson (2000) est utilisé par les entrepreneurs pour faire face à la concurrence et à l'insuffisance de leurs propres ressources : « *Under the competitive conditions of modern economies, resources directly controlled by owners are insufficient for ensuring the survival and growth of small firms. Consequently, for some opportunities, entrepreneurs need to supplement what they personally control by using social capital* » (Aldrich et Davidson, 2000, P.2).

La littérature indique que de nombreuses et différentes ressources sont mobilisées par le biais du réseau personnel. Pour Ostgaard et Birly (1994), ces ressources sont d'ordre tangible et intangible, alors que, Saleilles (2010) les regroupe en trois catégories : ressources matérielles, immatérielles et relationnelles.

Tableau 16 : les divers types de ressources identifiées dans la littérature

Ressources matérielles	« Ressources financières, obtention de prêt bancaire, accès à du matériel, des équipements, des locaux Débouchés, apport d'affaires, base de clientèle, aide à l'exploitation de l'opportunité Coups de main, soutien économique, échanges de services, économies d'échelle, prix avantageux Compétences complémentaires, évitement de concurrence directe, coopération
Ressources immatérielles	Accès à des informations (générales et spécifiques sur le marché, besoins et souhaits des clients, activité de la concurrence, intelligence de marché, informations de pointe, meilleures pratiques, tendances de l'industrie, informations personnalisées sur le marché, etc.) Primauté d'accès à des informations Conseils dans la résolution de problèmes (tels que trouver de nouveaux clients, sélectionner des fournisseurs, recruter des employés, recherche de financement, croissance de l'activité, possibilités à l'export, comptabilité et gestion financière, impôts, publicité et communication, gestion de la production, problèmes législatifs, management des employés, etc.) Idées (de services ou produits, de commercialisation, d'innovation, etc.) Instigation de l'activité Aide à l'identification d'opportunités Mentor/tutorat Point de vue différent Développement stratégique/Changements dans la stratégie Soutien pour valider les plans stratégiques Motivation, encouragement Soutien émotionnel Renforcement de la confiance en soi
Ressources relationnelles	Légitimité Réputation Renforcement de la légitimité, réputation Effets de recommandation Effet d'image Information sur des personnes Introduction/ présentation de nouveaux contacts Accès à de nouveaux cercles sociaux Validation de personnes

Source : Saleilles (2010, p. 45-46).

De sa part Chollet (2002) fait la distinction entre deux grandes catégories de ressources acquises par l'entrepreneur au cours du processus de création :

- **Des informations** (idée, information sur les procédés de fabrication etc.) ;
- **Des ressources risquées** : « au sens où elles impliquent une prise de risque pour le ou les membres du réseau relationnel qui les fournissent (financement, première commande,...) » (Chollet, 2002, p.2).

Il y a donc, un accord général sur le fait que l'utilisation des réseaux sociaux permet aux entrepreneurs d'accéder et de mobiliser les ressources nécessaires à la création d'entreprises, en particulier l'accès à l'information et au financement qui sont

généralement les plus difficiles à acquérir et constituent les obstacles courants surtout pour les entrepreneurs naissants.

➤ **L'accès au financement :**

L'accès au financement est souvent considéré comme étant un obstacle majeur auquel l'entrepreneur doit y faire face, en particulier les entrepreneurs naissants qui, habituellement, ont peu de ressources (Aldrich, 1999). De ce fait, ces entrepreneurs se réfugient à leur capital social pour accéder au financement auprès des établissements de crédit ou d'autres sources informelles tel que la famille et les amis, comme l'affirment Bygrave et Hunt (2005) : « *Entrepreneurs should look to family and friends for their initial seed capital to argument their investments in their start-up* » (2005, P.27).

D'après Heikkila et al (2009), au niveau individuel, il y a plusieurs façons à travers lesquelles le capital social peut avoir une incidence sur l'accès au crédit institutionnel, que ce soit les institutions formelles ou informelles. Dans le premier cas, les institutions financières formelles peuvent percevoir des clients potentiels qui ont des réseaux larges pour être plus digne de confiance qui constitue une nécessité incontestable pour l'accès à certaines ressources dont principalement les ressources financières comme l'affirment Liao et Welsch (2003) « *Trust and trustfulness greatly increase entrepreneur's accessibility and appropriability of external resources* » (2003, P.166).

Quant aux institutions semi-formelles et informelles, elles opèrent souvent dans les environnements où de nombreux clients n'ont pas de garanties physiques suffisantes ainsi que les mécanismes d'applications juridiques de contrats faibles. Par conséquent, ces institutions communautaires, selon heikkilä et al (2009), se basent généralement sur deux éléments. D'une part, sur la qualité des relations sociales des emprunteurs potentiels et d'autre part, sur la menace de sanctions sociales afin de garantir le remboursement des prêts. Il semble donc que les sources de financement informelles sont plus dépendantes du capital social en matière de financement, l'importance du capital social augmente lorsque la formalité de l'institution financière diminue (Heikkilä et al, 2009).

➤ **L'accès à l'information :**

Les réseaux sociaux connectent les individus afin qu'ils créent des voies de circulation de l'information. La plupart des gens avec qui nous avons des liens étroits ont également des liens avec d'autres personnes et conduisent vers plus d'interactions ainsi

que des ressources (Zafar et al, 2012). Les liens sociaux sont considérés comme des canaux importants pour l'accès à l'information, en particulier les liens faibles sont censés fournir des informations précieuses et importantes, parce qu'elles proviennent souvent de régions éloignées du système social de l'entrepreneur (Granovetter, 1980 ; 1994).

Selon Trembley et carrier (2006), l'entrepreneur héroïque ou « solo » qui a créé une entreprise se caractérise par la rationalité limitée, puisqu'il évolue dans un contexte où l'information pertinente est rare et couteuse et se caractérise par son évolution continue. Pour combler ce problème, l'entrepreneur fait recours à son réseau de contacts qui peut lui fournir de l'information et d'autres ressources nécessaires.

Ces bénéfices informationnels du capital social ont été mentionnés par de nombreux auteurs comme par exemple Adler et Kwon (1998) qui affirment que le capital social peut générer des ressources informationnelles additionnelles et riches à moindre coût : « *For the focal actor, social capital facilitates access to broad sources of information at lower cost and improves information quality, relevance and timeliness* » (Adler et Kwon, 1998, P.14).

De sa part Koput (2010) trouve qu'il y a plus d'accès à l'information lorsque l'acteur peut puiser dans les canaux formés par des liens sociaux, à la fois, pour l'acquisition de l'information ainsi que sa diffusion. D'autre part, l'amélioration de la synchronisation de l'information du fait d'une meilleure position sur le réseau social. L'acteur peut utiliser sa position sociale pour saisir les opportunités avant les autres. Dans le même sens, Brudel et Preisendörfer (1998) considèrent que l'information véhiculée par les liens sociaux est plus utile, fiable et moins redondante que celle reçue des sources formelles : « *Socials relations and social contacts are important channels for gaining access to information. Compared with information received from formal sources, information received from network ties is often assumed to be more useful, reliable, exclusive and less redundant* » (1998, P.214).

C'est donc le degré d'interaction des entrepreneurs avec l'environnement comprenant de fortes relations avec les gens, qui conduit à l'évolution des idées. Cette interaction et la création du capital social exigent l'établissement de réseaux sociaux. En effet, le concept de capital social est étroitement lié à la notion de réseaux sociaux, car toutes les définitions avancées par les principaux auteurs (Bourdieu, 1980 ; Coleman, 1988 ; Putnam, 1995 ; Lin, 2001) s'accordent sur la même conception selon laquelle les

ressources sociales sont importantes et constituent une forme de capital susceptible d'être transformé en d'autres formes du capital (capital humain, capital financier). De plus, Mecklé (2011) définit le capital social comme étant l'ensemble des ressources liées à la possession d'un réseau de relations, en mettant ainsi une vision « utilitariste » des relations sociales.

Cette conception du capital social comme étant des ressources réticulaires, a connu ses développements à travers les théories de l'analyse des réseaux qui feront l'objet du chapitre 3 de cette thèse.

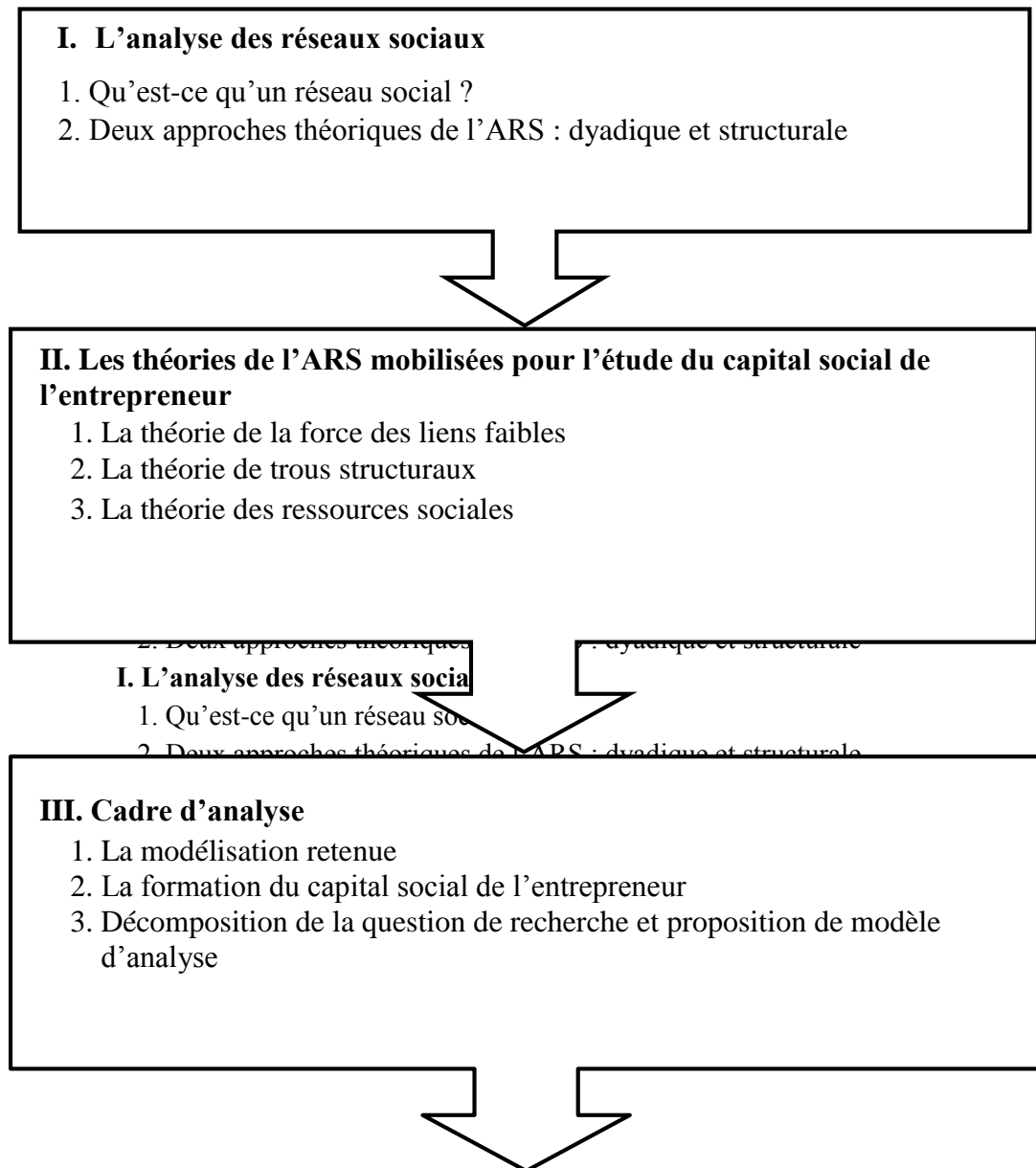
Conclusion du chapitre :

L'évolution qu'a connue l'entrepreneuriat est caractérisée par une multitude d'approches avancées par les chercheurs de différentes disciplines. En premier lieu, dans une tentative de répondre à la question "quoi", l'activité de recherche s'est concentrée sur une approche économique et fonctionnelle dans les années 1950 (Contillon, Say, Schumpeter, Knigt, etc). Au début des années 1970 a émergé un second courant de recherche initié principalement par des psychologues et des sociologues qui ont porté leur attention sur les caractéristiques et les traits de personnalité en vue de déterminer "qui" est l'entrepreneur. Puis, le domaine de l'entrepreneuriat était encore une fois élargi vers la fin des années 1980, mais cette fois ci par les gestionnaires qui se sont focalisé sur le processus entrepreneurial avec la tentative de répondre à la question "comment" se comporte l'entrepreneur. Cette nouvelle approche est considérée comme révolutionnaire en ce qu'elle offre de nouvelles connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat (Fayolle, 2002). L'avantage de cette approche est qu'elle permet une étude en profondeur du processus qui conduit des individus à être des entrepreneurs créateurs d'entreprises.

La revue de la littérature fait valoir que l'entrepreneur est certainement l'acteur principal du processus entrepreneurial, alors que celui-ci est de plus en plus reconnu comme étant socialement encasté et dépendant de nombreuses influences. Ainsi, l'approche de l'entrepreneur solo est dépassée cédant la place à une nouvelle approche qui lie l'acte d'entreprendre à l'environnement social de l'entrepreneur. Le concept de capital social conceptualisé comme un ensemble de ressources intégrées dans les relations sociales, permet la compréhension de cette liaison et constitue pour l'entrepreneur une ressource aussi importante que le capital financier et le capital humain.

Chapitre 3 :
Le capital social de l'entrepreneur : une ressource réticulaire

Figure 23 : Plan du chapitre 3



Introduction :

La notion de capital social a été reconnue comme fondamentale dans le champ de l'analyse des réseaux sociaux à travers des études empiriques et théoriques. En premier lieu par Coleman (1990) qui a lié le capital social à la valeur obtenue par les acteurs du fait de leur position dans la structure sociale. Cette valeur correspond aux ressources auxquelles les acteurs peuvent accéder pour réaliser leurs objectifs « *the function identified by the concept « social capital » is the value of those aspects of social structure to actors, as resources that can be used by the actors to release their interests* » (Coleman, 1990, P.305). En instaurant un courant de recherche basé sur le paradigme de l'intérêt rationnel, Coleman (1988) montre comment, à partir des interactions de deux acteurs, chaque acteur opérant à partir de l'intérêt personnel, émerge la base d'un système social (comme un petit groupe). Bien que chaque acteur essaie de maximiser ses intérêts individuels, mais il reste limité car il est intégré dans une relation d'interdépendance avec l'autre (Katz et al, 2004).

Ces limites qui s'imposent aux comportements des acteurs sociaux sont modérées par l'augmentation de l'accès aux ressources que chaque acteur obtient via l'autre. Dans ce sens, les relations sociales sont considérées comme un investissement pour l'accumulation des ressources sociales ou du « capital social ».

Cette conception du capital social comme étant ressources réticulaires, a connu ses développements dans les travaux de nombreux sociologues qui s'inscrivent dans l'approche structurale¹⁰⁵, dont principalement les travaux qui nous intéressent dans cette étude, il s'agit des travaux de Mark Granovetter (1973 ; 1982 ; 2000), de Nan Lin (1982 ; 1995 ; 2001) et ceux de Ronald Burt (1992 ; 1995). Tous ces auteurs ont tenté de vérifier empiriquement le principe selon lequel le capital social d'un acteur dépend des ressources de ses relations sociales et des caractéristiques structurales du réseau qu'elles forment autour de lui.

Ces travaux ont abouti à l'établissement de trois fameuses théories des réseaux sociaux (ou du capital social), à savoir :

¹⁰⁵ L'analyse structurale repose sur l'étude des relations entre les membres d'un milieu social et porte spécifiquement sur la description et l'analyse des différents modes de relations possibles telles que l'interdépendance, la réciprocité, l'absence de relations, la fréquence de relation, etc. L'avantage de cette analyse réside dans le fait qu'elle simplifie la complexité et la diversité des relations entre acteurs.

- La théorie de la « force des liens faibles » de Mack Granovetter (1993 ; 1982),
- la théorie de « trous structuraux » de Ronald Burt (1992 ; 1995)
- la théorie « des ressources sociales » de Nan Lin (1995, 1999).

Ces théories constituent trois variantes de l'approche structuraliste qui domine actuellement les recherches (Baret et al, 2006). Avant d'entamer la synthétisation de ces théories, il est important de donner un aperçu sur l'approche des réseaux sociaux.

Le présent chapitre est composé de trois sections, la première donne un bref aperçu sur l'analyse des réseaux sociaux, la seconde section est consacrée aux trois théories des réseaux sociaux mobilisées pour l'étude du capital social de l'entrepreneur. La dernière section présente le cadre d'analyse qui a permis de structurer notre recherche.

I. L'analyse des réseaux sociaux (l'ARS):

Dans une revue chronologique des utilisations de la notion de « réseau », Mercklé (2011) parvient à dater sa première parution dans un article de l'Anthropologue britannique Barnes (1954)¹⁰⁶. Tandis que Flament (1965)¹⁰⁷ est le premier à avoir modélisé des relations entre les acteurs (Degenne, 1993). Au cours du temps, l'ARS a dépassé ses origines anthropologiques et sociologiques pour devenir transdisciplinaire et ses dernières décennies, son emploi s'est largement développé en sciences de gestion et en entrepreneuriat.

Avant de présenter la théorie des réseaux sociaux et ses implications pour le champ de l'entrepreneuriat, il convient d'abord de saisir la signification du « réseau social ».

1.1. Qu'est-ce qu'un réseau social ?

Le terme réseau a différentes significations dans différentes disciplines¹⁰⁸. En sciences sociales, un réseau est généralement défini comme un ensemble d'acteurs (ou

¹⁰⁶ Barnes A J., 1954, Class and committees in a Norwegian Osland Parish, Human Relation, n°7, 39-58. Cité par Mercklé P., 2004.

¹⁰⁷ Flament C., 1965, Théorie des graphes structure sociale, Paris, Mouton-Gautier Villars. Cité par Degène, 1993.

¹⁰⁸ La notion de réseau d'après Mercant-Guérin (2010) « appartient à différents registres métaphoriques. Celui de la chasse (du latin retis qui donne le français rets), puis de la coiffure (résile) pour enfin désigner, en revenant à son sens premier, d'entrecroisement le système nerveux, le ciel astral ou la topologie des

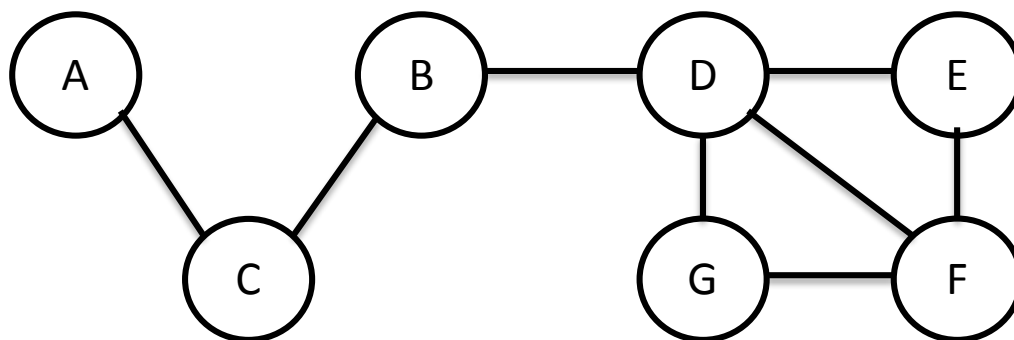
agents ou nœuds ou des points ou sommets) qui peuvent avoir des relations (ou des liens ou arêtes) (Hanneman et Riddle, 2005).

Les nœuds peuvent être des individus, des groupes, des organismes ou des sociétés. Les liens peuvent entrer dans un niveau d'analyse (par exemple lien individu à individu) comme ils peuvent traverser les niveaux d'analyse (liens individu à un groupe) (Katz et al, 2004).

Les réseaux sociaux sont généralement modélisés sous forme de graphiques qui s'appellent « graphe social ». Dans ce graphe, les entités sont les nœuds et une arête connecte deux nœuds si ces derniers sont reliés par la relation qui caractérise le réseau (Rajaraman et Ullman, 2012). Le réseau peut comprendre donc quelques acteurs ou de nombreux acteurs et un ou plusieurs types de relations entre les paires d'acteurs, telles que la parenté, l'amitié, l'intérêt commun, des relations de croyances, connaissances etc.

La figure 24 représente l'exemple d'un graphe social. Il s'agit d'un réseau social minuscule dont les entités sont les nœuds de A à G qui sont liés par une relation d'amitié représentée par les arêtes. Par exemple l'acteur B est ami avec les acteurs A, C et D.

Figure 24 : exemple d'un petit réseau social



Source : (Rajaraman et Ullman, 2012 : P.343)

Les réseaux sociaux relèvent avant tout de liens interpersonnels entrelacés de multiples façons (Johannisson, 1998). Cependant, les réseaux sociaux peuvent différer dans leur structure, le type de lien qui les caractérise, la position de leurs membres, leur

chemins. Le réseau passe sans cesse d'une idée de structures enfermantes (filets) à une structure ouverte faite d'entrelacs et de circulation. Barnes (1954) aurait employé pour la première fois le terme « réseau social » pour désigner la structure d'un groupe».

Lazega (1996) met en évidence l'existence d'au moins deux utilisations différentes du terme « réseau » dans la sociologie économique actuelle. Le réseau peut être appréhendé comme une forme de coordination au marché et à l'organisation hiérarchisée ou encore dans une perspective structurale, comme l'expression de structure relationnelle.

type de proximité, leur taille, leur densité, leur diversité ou leur qualité. Ces éléments et d'autres ont fait l'objet de beaucoup de recherches et d'analyses qui ont donné lieu à un courant de recherche en sociologie. Il s'agit de l'approche par les réseaux ou encore l'analyse des réseaux sociaux.

Toutefois l'application de l'analyse des réseaux sociaux dans les recherches, nécessite la prise en compte de certaines précautions concernant les relations sociales à introduire dans l'étude. Dans ce cadre, Verntolini (2007), avance que « *pour pouvoir utiliser l'ARS, il convient de procéder à une délimitation des réseaux sociaux et cela d'un point de vue quantitatif et qualitatif* ».

a) Une délimitation quantitative :

Dans le cadre de la détermination des frontières quantitatives du réseau social, Mercklé (2011) fait la nette distinction entre deux approches qui s'opposent : l'étude du réseau complet et celle du réseau personnel.

- **Le réseau complet** : Cette approche nécessite de déterminer un ensemble d'acteurs dont on veut étudier les relations. Dans ce cas l'analyse prend en considération tous les liens d'un nombre fini d'acteurs et établit ainsi une vision globale des relations entre les acteurs de cet ensemble.
- **Le réseau personnel** : A l'inverse de l'approche précédente, l'étude du réseau personnel ne part pas d'un ensemble donné à priori, mais elle consiste à construire le réseau étudié à partir d'un acteur (égo) et des relations qu'il entretient avec ses contacts ainsi que les relations entre les contacts cités.

Ces deux approches ont leurs avantages et leurs limites, mais leur point commun est de produire des représentations statiques des réseaux. C'est la raison pour laquelle Grossetti et Barthe (2008) considèrent que les deux types d'analyses ne sont pas très adaptées à la compression de processus tels que les créations d'entreprises. Ils proposent d'utiliser la méthode des chaînes relationnelles, dont l'exemple le plus célèbre est celui de Granovetter (1974), qui se base sur l'activation des relations sociales dans des processus d'accès à des ressources. Dans cette méthode, ne sont prises en compte que les relations effectivement mobilisées dans des activités concrètes.

b) Une délimitation qualitative :

La plus part des auteurs utilisant l'ARS, affirment que les relations sociales sont une ressource pour l'action sociale et économique. Granovetter(1974)¹⁰⁹, par exemple, a montré que les individus ont recours à leurs réseaux de contacts pour accéder à l'emploi. Il y a donc une implication des ressources dans les relations sociales et la difficulté qui peut entraver la recherche réside dans le fait que les ressources sociales sont trop nombreuses et variées. De même, les liens sociaux sont de nature diverse, à ce propos, Ventolini (2007) souligne qu'il « *est important pour les chercheurs utilisant l'analyse des réseaux sociaux, d'identifier au préalable les ressources utiles pour l'individu, que celles-ci soient d'ordre général ou propre à un objectif particulier que chercherait à atteindre l'acteur étudié* ». Comme il est nécessaire de savoir sous quel angle regarder les liens entre les individus et pouvoir ainsi qualifier les relations du réseau (Lezega ,1998). Les qualifications proposées dans la littérature sont nombreuses, par exemple : Personnelles/professionnelles ; formelles/informelles. Mais la plus part des auteurs utilisent la qualification liens forts/liens faibles de Granovetter (1973). Dans notre présente étude, toutes ces suggestions seront prises en compte pour décrire les réseaux sociaux des entrepreneurs.

1.2. Deux approches théoriques de l'ARS : dyadique et structurale

L'approche de réseau couvre un large éventail de disciplines, notamment la sociologie, la psychologie sociale, les mathématiques, les sciences politiques, l'économie, la communication, l'anthropologie et l'épidémiologie (Katz et al, 2004).

Cependant, il n'y a pas d'énoncé formel et unique de la perspective de réseau. Pourtant, il y a certaines idées de base approuvées par la plupart des spécialistes de réseau (Wellman, 1988)¹¹⁰.

En premier lieu par Simmel (1977)¹¹¹, qui est considéré comme étant à l'origine de l'approche des réseaux sociaux (Forsé, 2002). Il définit l'analyse des réseaux sociaux comme le fondement même de la sociologie et fait valoir que cette dernière doit se

¹⁰⁹ Granovetter M., 1974, *Getting a job: A study of contacts and careers*, Chicago, University of Chicago Press, 2e édition en 1995. Cité par Chabaud, 2004.

¹¹⁰ Wellman, B. (1988) *Structural analysis: From method and metaphore to theory and substance*. In B. Wellman and S. Berkowitz (Eds), *social structures: A network approach* (P.19-61). Cambridge, England: Cambridge University Press. Cité par Katz et al (2004).

¹¹¹ Simmel G., 1917, *sociologue et épistémologue*, Parisn PUF, Collection « sociologie », 1981. Cité par Forsé (2002).

focaliser sur l'étude des interactions et les relations sociales entre les individus, plutôt que les individus et leurs attributs (Mercklé, 2004).

Ainsi, en mettant l'accent sur ce qu'il appelle les "*formes sociales*", Simmel a mis en place une plate-forme de la sociologie des réseaux sociaux, qui étudie les relations entre les acteurs. Pour cet auteur, la société existe là où il y a action réciproque (Forsé, 2002). La sociologie est donc la science des structures des relations sociales : « *la socialisation est donc la forme qui se réalise suivant d'innombrables manières différentes grâce à laquelle les individus, en vertu d'intérêts sensibles ou idéaux momentanés ou durables, conscients ou inconscients, causalement agissant ou téléologiquement stimulants, se soudent en une unité au sein de laquelle ces intérêts se réalisent* » (Simmel, 1917, Cité par Forsé, 2002).

Suite aux travaux de Simmel, et pendant des décennies, les sociologues se sont intéressés à la façon dont les réseaux sociaux des individus influencent leurs comportements et actions. La recherche de Wellman (1998) a abouti, d'après Katz et al (2004), à l'identification de cinq principes fondamentaux qui présentent certaines « unité intellectuelle sous-jacente » à l'approche de réseau.

- **Premièrement** : Le comportement des gens est mieux prédit non pas en examinant leurs attitudes et leurs caractéristiques démographiques, mais plutôt les réseaux de relations auxquels ils sont intégrés. Ces réseaux présentent des opportunités et imposent des contraintes sur les comportements des gens.
- **Deuxièmement** : L'objet de l'analyse devrait être les relations entre les unités plutôt que les unités elles-mêmes ou leurs caractéristiques intrinsèques.
- **Troisièmement** : Les méthodes d'analyse ne doivent pas dépendre de l'hypothèse classique de l'indépendance. Une population ou un échantillon est défini rationnellement plutôt que catégoriquement. Par conséquent, l'interdépendance entre les unités est supposée.
- **Quatrièmement** : La compréhension du système social exige plus que la simple agrégation des liens dyadiques. La circulation de l'information et des ressources entre deux personnes ne dépend pas seulement de leur relation l'un et l'autre, mais de leurs relations avec tout le monde.
- **Cinquièmement** : Les groupes ont parfois des limites floues plutôt que fermes. Les blocs constitutifs des organisations ne sont pas des groupes distincts, mais

plutôt des réseaux qui se chevauchent. Les individus ont généralement des relations transversales à une multitude de groupes.

Katz et al (2004) font valoir que l'application de ces cinq principes à des petits groupes, une étude de réseau doit se concentrer sur les relations entre les composants dans le système de groupe (les liens individus-à-individu au sein du groupe, les liens individus-à-un groupe, ou les liens groupe-à-un environnement), plutôt que sur ces composants (Katz et al, 2004, P.312).

Pendant des décennies, les sociologues se sont donc intéressés à la façon dont les réseaux sociaux des individus influencent leurs comportements et actions. Ces travaux, selon Katz et al, (2004) ont fait émerger trois propositions : i) Les réseaux sociaux affectent le résultat des actions instrumentales ; ii) la nature des ressources obtenues des réseaux sociaux est affectée par la position initiale de l'individu et iii) la nature des ressources obtenues des réseaux sociaux est affectée par la force des liens (Lin, 1999).

Globalement, les théories des réseaux sociaux se focalisent sur l'étude des relations entre les individus. Elles permettent ainsi de prendre en compte l'ensemble des interactions sociales qui peuvent influencer le choix des individus et des organisations. Les relations sociales constituent une ressource à ne pas négliger et les théories des réseaux sociaux expliquent à travers quels mécanismes ces relations sociales peuvent aider l'individu ou l'organisation. Dans ce cadre Lazega (1998) distingue entre les approches centrées sur l'analyse des relations dyadiques et celles qualifiées d'approches structurales.

a) L'approche dyadique :

Les auteurs qui s'inscrivent dans cette approche, mettent l'accent sur les relations dyadiques entre « l'égo » et un « alter »¹¹² donné dans un but de montrer que la nature d'une relation particulière a un effet sur les bénéfices qu'en retirera l'individu (égo). Cette approche a été initiée par Granovetter puis par Lin. Dans son article fondateur de 1973, Granovetter propose une analyse de la nature des liens entre les individus. L'idée centrale de cette analyse est que les individus entretiennent une multitude de liens et qui ne sont pas de même nature et ne procurent pas les mêmes bénéfices. Ainsi, il fait

¹¹² Dans l'ARS on dénomme généralement « égo » l'unité d'analyse considérée et « alter » les unités faisant partie de son portefeuille de relation. Dans la suite de texte égo sera l'entrepreneur, les alters les personnes qui ont joués un rôle dans le processus de création d'entreprise en matière d'accès aux ressources.

la distinction entre les liens faibles et les liens forts. Quant à la théorie des ressources sociales développée en premier lieu par Lin et Al (1981) puis Lin (1999), complète celle de Granovetter et s'inscrit dans la lignée de la vision sociale de Bourdieu (1980), selon laquelle chaque individu ayant une position sociale lui permet un accès, plus ou moins important, aux ressources sociales tels que le pouvoir, le statut, etc.

b) L'approche structurale :

L'approche structurale n'est pas à l'opposé de l'analyse dyadique. Si cette dernière se préoccupe de la nature des relations et du contenu de ce qui est échangé à travers ces relations, l'analyse structurale par contre s'intéresse à l'efficacité des structures des réseaux (Ventolini, 2006). Et, la théorie la plus répandue sur ce sujet est celle des trous structuraux de Burt (1992), qui décrit la manière dont la structure d'un réseau procure des avantages compétitifs. Cette théorie « *s'inscrit moins dans une perspective relationnelle que dans une conception structurale du réseau* » (Baret et al, 2006).

II. Les théories de l'ARS mobilisées pour l'étude du capital social de l'entrepreneur :

Les concepts issus de l'analyse des réseaux sociaux sont de plus en plus utilisés en sciences de gestion et notamment en entrepreneuriat. Dans ces travaux, le capital social est généralement considéré comme un bien individuel. En effet dans l'étude du capital social de l'entrepreneur, on se trouve dans l'approche de réseau égocentré qui consiste à analyser les relations d'un acteur focal avec d'autres contacts (Lezga, 1998). Toutefois, dans les recherches portant sur l'analyse du capital social en entrepreneuriat, l'acteur focal est considéré indistinctement comme étant l'entrepreneur ou l'entreprise. Aldich (1999) explique que cette indifférence revient au fait que le capital humain d'une entreprise est restreint à l'entrepreneur puisque pratiquement c'est lui qui réalise presque toutes les activités de la nouvelle entreprise ; et, c'est lui qui s'en charge des relations avec les différents contacts. Ainsi, l'entrepreneur et l'entreprise naissante sont traités dans certaines études, comme étant une seule unité d'analyse. Comme par exemple Johanisson (1998) qui explique: « *since the entrepreneur epitomize the small firm and its physical and human resources, the individual and the organization as unit of analyze* » (1998, p.300).

Dans l'analyse égocentrée, les contacts sont les acteurs (ou alters) avec qui l'acteur focal (ou égo) est en relation directe. Ces contacts peuvent être des individus ou des organisations. Alors que la classification des contacts (alters) dépend du facteur de classification choisi. Ils peuvent être regroupés selon la nature de l'aide ou des ressources qu'ils fournissent à l'acteur focal "l'entrepreneur" (Julien, 2000). Comme par exemple, les contacts qui apportent du support moral, tels que les membres de la famille et les amis proches constituant ainsi un réseau de support moral.

En effet, la recherche montre que les réseaux sociaux, entre autre, affectent l'activité entrepreneuriale et le comportement des entrepreneurs et leurs intentions (Davidson et Hanig, 2003). Dans ce sens, la plupart des études visent à identifier une configuration optimale du réseau, permettant de générer du capital social. Celui-ci serait donc le produit de la taille du réseau social, du volume des ressources contenues dans ce réseau et des chances d'accès à ces ressources (Merklé, 2004).

De nombreuses études se sont intéressées aux effets de la configuration du réseau personnel dans le domaine de l'entrepreneuriat. L'objectif est de tester empiriquement l'hypothèse de l'encastrement social de l'activité entrepreneuriale, à savoir : dans quelle mesure le réseau personnel de l'entrepreneur contribue-t-il au succès de ce dernier. Deux grands types d'hypothèses du courant ont été testés (Brüderl et Preisendörfer, 1998) : l'impact de la configuration du réseau sur la décision de créer et l'impact de cette configuration sur le succès de la création. Le tableau 17 présente les variables indépendantes et dépendantes utilisées dans ces travaux.

Tableau 17 - Les variables retenues dans les études quantitatives mesurant l'effet de la configuration du réseau personnel sur le succès entrepreneurial

Référence	Variables indépendantes	Variables dépendantes
Aldrich et al. (1987), Aldrich et al. (1989), Johannisson et Nilson (1989), Birley et al. (1991), Drakopoulou Dodd et Patra (2002)	Taille du réseau de discussion Densité du réseau « premier » Temps passé à réseauter	Décision de créer Profitabilité de la création
Cooper et al. (1991)	Intensité d'utilisation des sources personnelles d'information	Survie après 2 ou 3 ans
Aldrich et Reese (1993)	Taille du réseau de discussion Temps passé à réseauter	Survie après 2 ans Croissance du chiffre d'affaires
Hansen (1995)	Taille du réseau « actif » Densité du réseau « actif »	Fréquence des contacts Croissance de la jeune entreprise pendant la première année
Johannisson (1996)	Taille du réseau de discussion Temps passé à réseauter Réseau premier : type de relation, fréquence des contacts, force des liens entre les membres, taille du réseau personnel de chaque membre	Perception de l'entrepreneur de son succès en termes de perspectives de croissance, performance financière et satisfaction personnelle
Ostgaard et Birley (1996)	Taille du réseau Temps passé à réseauter Diversité du réseau Intensité d'utilisation du réseau	Croissance du chiffre d'affaires Croissance de l'effectif Croissance des bénéfices
Brüderl et Preisendörfer (1998)	Degrés de soutien reçu de la part de liens forts et faibles. Rôle et soutien affectif de l'épouse	Survie à 4 ou 5 ans Croissance de l'effectif Croissance du chiffre d'affaires
Littunen (2000)	Coopérations entre entreprises pendant la phase de création Augmentation ou diminution de la taille du réseau	Survie à 4 à 6 ans
Singh et al. (2000)	Taille du réseau Nombre de trous structuraux	Nombre d'idées de nouvelles entreprises identifiés

Suite tableau 17

		Nombre d'opportunités reconnues
Renzulli et al. (2000)	Taille du réseau de discussion Diversité du réseau de discussion (sexe et contextes sociaux)	Décision de créer
Renzulli et al. (2000)	Taille du réseau de discussion Diversité du réseau de discussion (sexe et contextes sociaux)	Décision de créer
Barnir et Smith (2002)	Propension à réseauter (participation à des associations) Taille du réseau de discussion Intensité des liens (forts/faibles) Prestige des alters	Nombre d'alliances conclues, (alliances technologiques et alliances de soutien)
Jenssen et Koenig (2002)	Intensité des liens (forts/faibles)	Type de ressources obtenues (information, soutien, finances) Décision de créer l'entreprise
Davidsson et Honig (2003)	Capital humain Capital social glue (liens forts) Capital social lubrifiant (liens faibles)	Etapas franchies Profit dans les 18 premiers mois Nombre de vente dans les 18 mois

Source : saeilles (2010, p.49-50).

La configuration du réseau personnel est généralement appréhendée à partir de trois dimensions : la structure du réseau, le contenu des liens et les attributs des alters. Ces dimensions sont associées aux trois théories principales de l'analyse des réseaux sociaux à savoir : la théorie de la force des liens faibles, la théorie des trous structuraux et la théorie des ressources sociales.

2.1. La théorie de la force des liens faibles :

La théorie de la force des « liens faibles » a été présentée par Mark Granovetter en 1973 dans son article fondateur intitulé « *the strength of weak ties* », à travers laquelle il démontre que les possibilités d'emploi pour les cadres intermédiaires sont les plus susceptibles de parvenir des « liens faibles » d'un individu par rapport aux « liens forts » dans son réseau de relations. A travers ses travaux relatifs à l'utilisation des réseaux sociaux dans la recherche d'emploi, Granovetter (1973 ; 1974) a donné lieu

à un courant de recherche qui s'inscrit dans le cadre de l'action instrumentale¹¹³. (Lévesque, 2000) en montrant que le recours aux liens faibles est plus bénéfique que le recours aux liens forts en ce qui concerne la recherche d'emploi.

Pour Granovetter (1973), la force d'un lien est déterminée à travers différentes dimensions comme la qualité de temps passé ensemble, l'intensité émotionnelle et l'intimité de la relation ainsi que les services échangés « *The strength of a tie is a (probably linear) combination of amount of time, the emotional intensity, the intimacy (mutual confiding), and the reciprocal services which characterize the tie* » (Granovetter, 1973, P.1361). L'analyse de Granovetter a porté principalement sur la nature des liens entre un égo et un ou plusieurs alters. Il a montré que la nature de ces liens peut être un indicateur de leur utilité. De ce fait, Granovetter (1973, 1982) a établi la nette distinction entre liens forts (comme les membres de la famille et les amis) et les liens faibles (tels que les connaissances).

- **Les liens faibles :**

Granovetter (1973) considère comme liens faibles, les connexions à des réseaux de faible densité tissés en dehors des contacts directs de l'individu. Ces liens constituent donc, des « ponts sociaux » entre acteurs provenant de différents milieux ; et, c'est là que réside leur force. De ce fait, les liens faibles permettent de circuler dans un milieu plus vaste et procurent aux individus plus de nouvelles informations ou d'opportunités qui ne sont pas disponibles dans leurs contacts réguliers. Granovetter (1973) précise que les liens faibles impliquent moins d'engagement affectif, mais ils permettent l'accès à des positions sociales supérieures, ce qui explique leur importance et leur utilité lorsque les individus sont à la recherche d'information diverses ou uniques.

- **Les liens forts :**

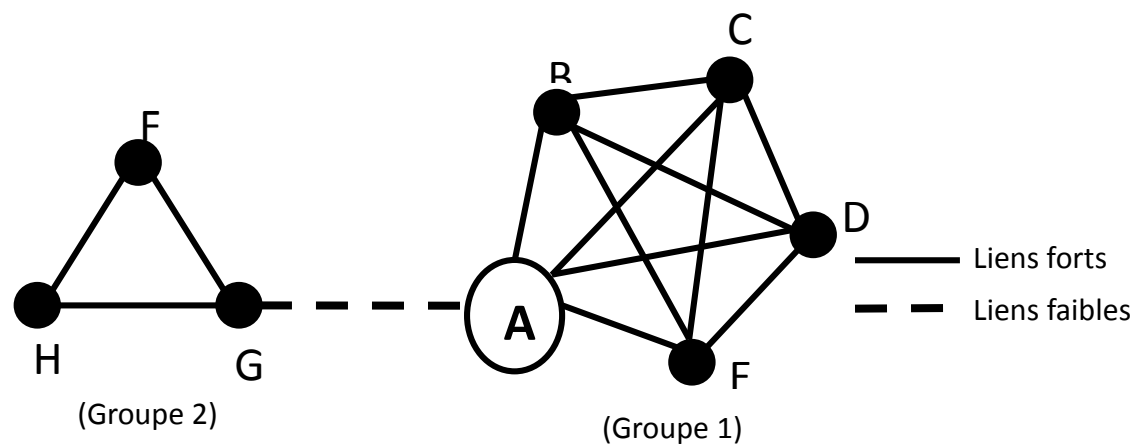
Sont qualifiés de liens forts, les relations proches regroupant les personnes dans un même univers social (Granovetter, 1973). Toutefois, les liens forts ont connu diverses définitions par les chercheurs qui ont adopté cette notion, mais qui utilisent en

¹¹³ L'action instrumentale peut être définie comme la mise en œuvre de différents moyens et ressources pour atteindre un objectif déterminé. Cette approche vise à favoriser la personne qui la met en œuvre et c'est ce qui la distingue de l'approche expressive dont l'objectif est de favoriser la personne qui est destinataire de l'action. L'action expressive est relative aux pratiques reposant sur certaines normes et valeurs et s'intéresse au soutien social qui peut être fourni par les réseaux sociaux (tels que la gestion de différents problèmes de santé). Cet axe de recherche n'est pas exploité ici car il n'a pas de relation avec les propos de cette thèse.

général des éléments de proximité affective ou émotionnelle (les membres de famille, les amis, les conjoints). A l'inverse des liens faibles, les liens forts ne constituent pas de « ponts » entre des groupes sociaux disjoints. Ce qui implique leur redondance qui se traduit par la redondance de l'information véhiculée (Granovetter, 1974). Les liens forts sont particulièrement utiles lorsque une personne cherche du soutien socio-affectif et émotionnel, et entraînent souvent un haut niveau de confiance (Katz et al, 2004) et permettent la cohésion du groupe ainsi que le partage des mêmes ressources par les membres du groupe (Imikirène, 2008). Granovetter (1973) qualifie les liens forts de transitif. Par exemple, si un individu « A » a un lien fort avec deux autres individus « B » et « C », il est très probable que « B » a un lien fort avec « C ».

En se concentrant sur la nature des liens entre les acteurs sociaux, Granovetter (1973) conclue qu'il était plus probable que les liens faibles, plutôt que les liens forts, apportent une plus grande opportunité pour de nouvelles informations sur les pistes d'emploi.

La figure 25 : illustration de la théorie des liens forts/liens faibles de Granovetter.



La figure présente deux groupes auxquels l'acteur « A » est connecté. Les membres de chaque groupe sont liés par des liens forts. L'acteur A possède quatre liens forts avec les membres (B, C, D et E) du groupe 1, alors qu'il a un lien faible avec le membre G du groupe 2. Ce lien faible permet à A d'accéder au groupe 2 qui est différent de son groupe d'appartenance et ainsi il lui permet d'avoir des informations différentes de celles qui circulent dans son groupe.

En adoptant la notion des liens faibles et liens forts, Hansen (1999) affirme que les liens forts véhiculent des connaissances implicites. De sa part, Forsé (1997) sur la ligne de Granovetter, a étudié les modes d'obtention d'emploi et a constaté que les

conclusions de Granovetter ne s'appliquent pas à tous les milieux et déclare que : « *les liens présumés faibles ne sont pas nécessairement plus efficaces que les liens forts : dans les milieux favorisés, cela est surtout vrai des relations professionnelles, dans les milieux défavorisés, c'est plutôt l'inverse* » (Forsé, 1977, P.43). La même idée a été avancée par Wagener (1991) qui affirme que les liens faibles sont avantageux aux individus ayant au départ un statut socioéconomique élevé, alors que les liens forts profitent à ceux qui ont un niveau de prestige bas.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, et sur la base de la théorie de Granovetter, l'importance des liens pour les entrepreneurs a fait l'objet de plusieurs études qui, en général, distinguent les réseaux de contacts constitués des individus proches (famille, amis) qui sont qualifiés de liens forts, alors que les personnes en contact irrégulier avec l'entrepreneur sont considérés comme des liens faibles (tels que les réseaux d'affaires, les organismes de soutien, structure d'accompagnement, simple connaissance, etc.).

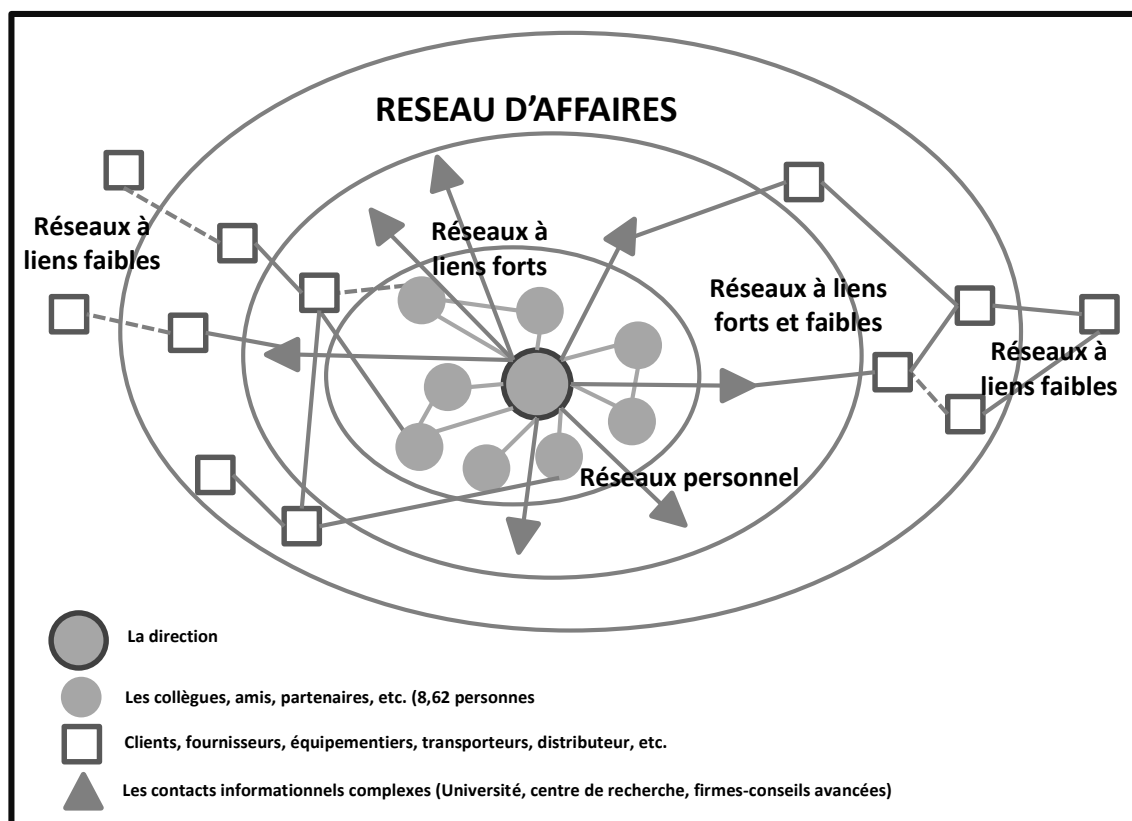
Dans ce cadre, Stam et al (2014) trouvent que les liens forts de l'entrepreneur, peuvent être particulièrement solides et fiables. Ils expliquent que dans les nouvelles entreprises, les entrepreneurs se penchent vers des liens ou des réseaux de soutien car ils sont susceptibles d'être à moindre coûts d'opportunité. Par exemple, un entrepreneur qui bénéficie d'un prêt de ses parents peut être en mesure de négocier un taux d'intérêt faible ou nul et une période de remboursement longue, contrairement à un prêt auprès d'une banque avec des taux d'intérêts potentiellement élevés. Toutefois, les liens forts peuvent ne pas avoir la diversité en termes de ressources nécessaires, ce qui pousse les entrepreneurs à recourir aux liens faibles. Par exemple, les entrepreneurs technologiques sont susceptibles d'avoir besoin de connaissances spécialisées qui ne seront pas disponibles dans leurs réseaux de liens forts. Ces connaissances peuvent être trouvées auprès des organisations professionnelles, par exemple ce qui engendrait des coûts d'opportunité élevé pour l'entreprise telle que l'obligation d'acheter les connaissances. (Stam et al, 2014).

Dans une autre étude réalisée auprès de 462 entreprises aux Etats-Unis, Liao et Welsh (2003) ont trouvé que les entrepreneurs technologiques utilisent d'avantage les liens faibles que les entreprises des secteurs traditionnels. Le même constat a été fait par Julien et al (2004) suite à une étude portant sur 147 PME au Québec et a abouti à conclure que les liens faibles ont un impact positif sur le degré d'innovation.

Entre liens forts et liens faibles, Jones et Jayarawama (2010) suggèrent que le défi pour les entrepreneurs naissant est de déterminer les configurations de réseaux de liens

forts et faibles qui offrirait les plus grands avantages. De même Uzzi (1997) propose, pour optimiser l'accès aux ressources, l'entrepreneur procédera à faire une association équilibrées de liens forts et de liens faibles. De sa part, Julien (2005) présente un schéma illustrant la configuration que peuvent prendre les différents réseaux des entrepreneurs comme le montre la figure 26.

Figure 26 : les réseaux de l'entrepreneur



Source : Julien (2005, p.12).

Les chercheurs qui se sont intéressés à la notion de liens faibles et de liens forts, semblent ne pas être d'accord en ce qui concerne les classifications des liens sociaux entre liens faibles et liens forts. Par exemple, Aldrich et al (2003) ont trouvé que dans la majorité des cas (830 entrepreneurs naissants enquêtés), les entrepreneurs considèrent associés comme des liens forts. Alors que l'étude de Davidson et Honig (2003) a révélé que les associés constituent des liens faibles.

Malgré les conclusions et les points de vue disparates par les chercheurs en ce qui concerne la notion des liens faibles/liens forts, il nous semble que du point de vue économique chaque type de lien présente un avantage. D'autre part, cette notion a

donné lieu à la formalisation des concepts donnant plus d'importance à la structure des réseaux de relations dont le fameux concept de « trous structuraux » de Ronald Burt (1992).

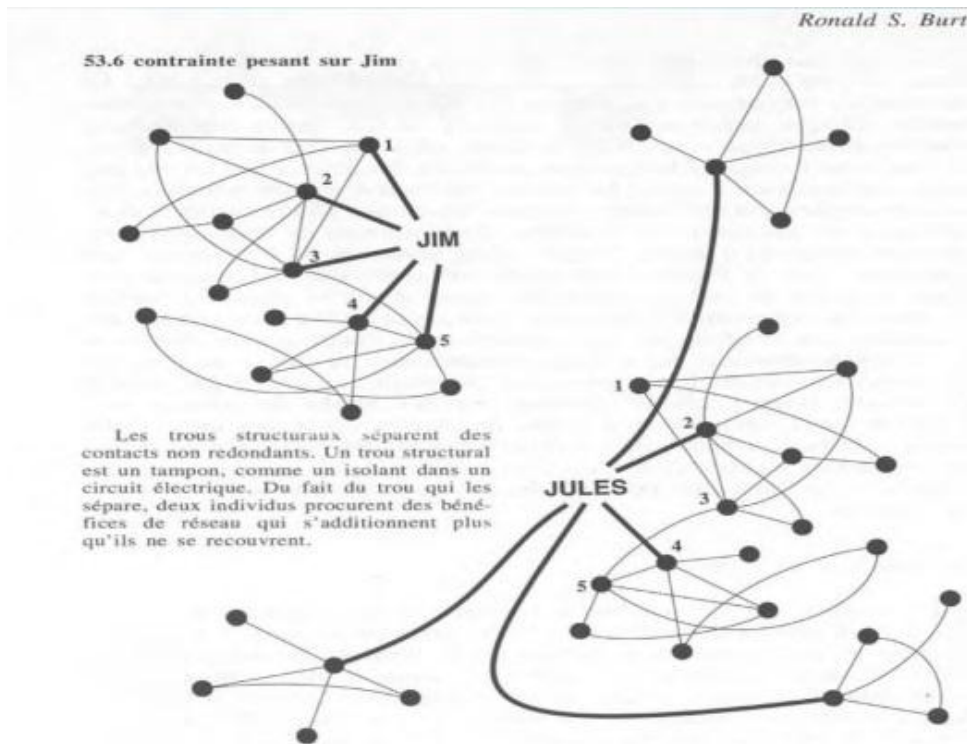
2.2. La théorie de trous structuraux :

En s'inspirant de la théorie de Granovetter, Burt (1992) a enrichi l'argument de la force des liens faibles en ajoutant l'idée de contrôle dans l'objectif d'élaborer une théorie structurale plus générale du capital social (Mercklé, 2000). Burt (1992) explique, dans un sens métaphorique, comment la structure d'un réseau offre des avantages compétitifs aux acteurs sociaux. Pour Burt (1992), les avantages que peut tirer un individu résultent des lacunes qui existaient entre deux groupes d'individus dans un réseau. Ces lacunes ont été appelées par Burt les « trous structuraux », qu'il définit comme l'absence de lien entre les acteurs, ce qui engendre des vides dans la structure sociale : « *Structural holes are the empty spaces in social structure* ») Burt, 2005).

Dans sa théorie, Burt (1992) a mis l'accent sur le modèle des relations entre les contacts au sein du réseau de relations d'individus et postule que l'individu qui possède de nombreux trous structuraux peut contrôler ses contacts plus qu'un individu se trouvant dans un réseau fermé. La notion de redondance est utilisée par Burt (1992) pour qualifier deux contacts en relation directe l'un avec l'autre et qui jouent le même rôle dans le réseau et donnent ainsi l'accès aux mêmes informations et mêmes ressources : « *Two contacts are redundant to the extent that they are connected by a strong relationship. A strong relationship indicates the absence of a structural hole* ». (Burt, 1992, P.66). Ainsi, un réseau dense est fermé présente un faible rendement puisque ses relations sont des sources d'information redondantes.

Burt (1995) illustre sa théorie de trous structuraux par un exemple de réseau de relations de deux cadres qu'il a nommé « Jules » et « Jim », comme le présente la figure 27.

Figure 27 : Illustration des trous structuraux



Source : Burt (1995 ; P. 603)

Le réseau de Jim présente des redondances, car certains de ses contacts directs sont reliés et atteignent les mêmes autres contacts, par exemple les contacts 2 et 3 sont reliés entre eux, ils sont donc redondants et il en est de même des contacts 4 et 5. Le réseau de Jules est identique à celui de Jim en une partie, mais Jules possède trois contacts directs non redondants. De ce fait, son réseau compte plus de trous structuraux, ce qui lui permet d'accéder à davantage d'informations sans redondances (Burt, 1995).

A travers cet exemple, Burt montre que ce n'est pas la force du lien qui conditionne la pertinence de l'information véhiculée, mais c'est la caractéristique structurale du réseau au sein duquel cette information est transmise.

Selon lui, les trous structuraux se trouvent généralement dans les regroupements dominés par les liens faibles, comme ils sont nombreux dans les regroupements de faible densité, c'est-à-dire lorsqu'il y a absence de connexion directe dans de nombreuses paires d'acteurs (tel le cas du réseau de Jules). Il fait donc la distinction entre deux configurations de liens :

- Les réseaux de relations riches en trous structuraux procurant des avantages tels que le pouvoir, le contrôle, le prestige et la diffusion d'information non redondantes.

- Les réseaux de relations denses dans lesquels tous les acteurs sont interconnectés, ce qui facilite la circulation rapide et la fiabilité de l'information.

Burt (2004) a renforcé son argument en démontrant que les acteurs reliant les différents groupes se sont eux qui comblent les trous structuraux, ils sont susceptibles d'avoir de « bonnes idées », car ils sont plus familiarisés avec d'autres façons de pensée et d'agir.

Partant de sa notion de trous structuraux, Burt a proposé « *la contrainte structurale* » comme mesure générale. Selon Burt, « *la contrainte approche de zéro dans les grands réseaux de contacts non redondants (des réseaux entrepreneuriaux, riches en trous structuraux). Elle approche de « 1 » dans les petits réseaux de contacts fortement interconnectés (réseau de cliques, sans trous structuraux)* » (Burt, 1995, P.607). Il a testé empiriquement l'effet de la contrainte structurale dans une étude portant sur la rapidité de promotion des directeurs d'une grande société américaine de haute technologie. L'étude a montré une forte corrélation entre la contrainte structurale et la rapidité de promotion.

Burt (1995) considère que la contrainte du réseau mesure le capital social comme type de structure de réseau. Ainsi, elle complète la vision de Bourdieu (1980) selon laquelle le capital social d'un acteur consiste dans les relations avec les autres acteurs et les ressources qui lui sont accessibles. En tenant compte de la structure du réseau, Burt (1992 ; 1995) ajoute que le capital social réside aussi dans les possibilités d'exploiter les trous structuraux : « *La théorie des trous structuraux donne un sens concret à la métaphore du capital social. Elle décrit la manière dont la structure d'un réseau offre des avantages compétitifs* ». (Burt, 1995, P.601).

Dans le champ de l'entrepreneuriat, Burt (1992) a suggéré la possibilité que les entrepreneurs, tout comme ils peuvent stratégiquement investir des ressources financières et humaines ; ils exploitent les ressources sociales et les transforment en profit. Il est même allé jusqu'à dire que le capital social implique un réseautage stratégique: « *You enter the structural hole between two players to broker the relationship between them /.../ when you take the opportunity to be the tortious, you are an entrepreneur in the literal sense of the word – a person who generates profit from being between others* » (Burt, 1992, P.34). IL fait valoir que le capital social ne dépend pas seulement de la taille du réseau, mais aussi et surtout de la redondance des

contacts présents dans le réseau. Et la stratégie de l'acteur consiste à maximiser la taille de son réseau et à minimiser les connexions entre les relations (Mercklé, 2000).

Beaucoup d'études ont été établies sur les trous structuraux et qui, en général, ont associé cette notion à des résultats positifs pour les entrepreneurs et leurs entreprises. Dans une étude portant sur un réseau d'entrepreneurs ruraux, Aarstad (2012) a proposé qu'un réseau social étendue avec la présence de trous structuraux affecte positivement la performance entrepreneuriale. De leur part, Baum et al (2000) ont étudié le réseau d'alliance au démarrage, et la performance de l'entreprise dans l'industrie des biotechnologies, et ont soutenu les avantages des trous structuraux sur la performance financière de l'entreprise et sa capacité d'innover. L'implication est que le manque de contact entre les groupes est susceptible de réduire la redondance dans les connaissances et le chevauchement dans les ressources et permet à l'entreprise un accès aux idées hétérogènes (Mackenzie et al, 2014).

Les études qui ont testé l'effet des trous structuraux sur les activités entrepreneuriales et managériales sont nombreuses et ont abouti à des résultats contradictoires (Batjargal, 2012). D'une part, certains chercheurs ont trouvé que les trous structuraux ont un effet positif sur la carrière managériale et la réussite entrepreneuriales (Burt, 1992 ; 2004 ; Podolny et Baron, 1997 ; Batjargal, 2007). Tandis que d'autres chercheurs ont avancé que les trous structuraux entravent la promotion managériale (Xiao et Tsui, 2007)¹¹⁴. Cette contradiction, d'après Batjargal (2012) revient au fait que les recherches antérieures sur les trous structuraux dans les réseaux de gestion ont examiné ce phénomène exclusivement dans le contexte d'un seul pays, par exemple, aux Etats-Unis, Burt (1992) ou la Chine (Xiao et Tsui, 2007). Batjargal ajoute que ces études ne reflètent pas la diversité des contextes institutionnels dans les différents pays dans lesquels les réseaux sont construits, entretenus et mobilisés. Il propose que dans ce cadre de diversité institutionnelle considérable dans le monde entier, les effets des trous structuraux sur la réussite entrepreneuriale seraient peut être différents selon les pays ?

Pour répondre à cette question, Batjarzal (2012) a examiné le rôle des trous structuraux dans les réseaux d'entrepreneurs en comparant deux contextes différents, celui de la Chine et celui de la Russie. Les résultats de son étude ont montré que l'effet

¹¹⁴ Xiao et Tsui A., 2007: « When brokers may not work : The culture contingency of social capital. Administrative science Quarterly, 52 (1): 1-31, cite par Batjarzal, (2007).

des trous structuraux est subordonné au contexte institutionnel des pays et du stade de développement de l'entreprise. Les trous structuraux sont plus utiles dans le contexte institutionnel russe par rapport au contexte institutionnel chinois, en raison de le polycentrisme des institutions (Batjarzal, 2012).

D'autre part, et contrairement aux chercheurs qui ont soutenu que l'entrepreneur ayant un réseau de contacts avec des trous structuraux, obtiendra des informations diverses et non redondantes, d'autres chercheurs (Brüderl et Preisendörfer, 1998 ; Aderson et al, 2005 ; Aldrich et al, 2002), à la ligne de Coleman (1988, 1990), suivent l'argument de fermeture. Selon cet argument, un réseau de contacts fermé autour d'un entrepreneur, c'est-à-dire dans lequel les contacts se connaissent, engendre la confiance au sein du réseau, ce qui augmente la probabilité que l'entrepreneur peut détenir des informations fiables et du soutien émotionnel.

Après une synthèse des deux précédents arguments opposés, Larson et Starr (1993) ont développé un troisième argument selon lequel la structure efficace d'un réseau autour d'un entrepreneur dépend des activités et des défis que l'entrepreneur en est confronté. Et, comme les activités et les défis changent au fil du processus entrepreneurial à partir du moment où l'entrepreneur a l'intention de démarrer une entreprise jusqu'au stade où il est en cours de gérer une entreprise mature, alors la structure la plus efficace du réseau dépend de la phase du processus entrepreneurial à laquelle l'entrepreneur est en marche.

Parmi les critiques avancées à l'égard de la théorie de Burt, nous citons Forsé (2001) qui souligne qu'un réseau riche en trous structuraux n'offre pas une grande mécanique et un accès effectif aux ressources détenues par les membres du réseau, car il faut que ces derniers acceptent de les offrir.

D'autre part, Burt affirme qu'il y a quelques positions structurales avantageuses, mais il n'explique pas comment les obtenir, ni comment les maintenir. En plus, la conception du capital social chez Burt est purement structurale, alors que la dimension relationnelle est totalement négligée.

3.3. La théorie des ressources sociales :

Dans le prolongement des travaux de Granovetter, Nan Lin (1995) présente sa théorie des ressources sociales en expliquant que la « *théorie se concentre sur les ressources que contient un réseau social, sur la manière dont l'action individuelle bénéficie de l'accès et l'utilisation de ces ressources* (Lin, 1982) » (Lin, 1995, P.687). Ainsi, Lin a développé une autre approche qui n'est pas centrée sur la nature des liens, mais plutôt sur les ressources auxquelles les liens donnent accès. Pour Lin, le réseau n'est pas lui-même une ressource et ce n'est pas la densité du réseau ou les trous structuraux qui importent, ce sont les ressources accessibles grâce aux réseaux.

La vision de Lin (1995 ; 1999) est centrée sur la notion des ressources qu'il définit « *comme des biens dont la valeur est déterminée socialement et dont la possession permet à l'individu de survivre ou de préserver des acquis* » (Lin, 1995, P.687). Et c'est à travers cette notion qu'il définit le capital social comme l'investissement d'un individu dans les relations sociales dans le but d'acquérir des ressources : « *Social capital may be defined as investment and use of embed resources in social relations for expected returns. Social capital is conceptualized as: (1) quantity and/or quality of resources that an actor (be it an individual or group or community) can access to use through; (2) its location in social network* » (Lin, 2000, P. 786). Cette approche de Lin favorise des conceptualisations et opérationnalisations plus claires (Lin, 1995).

A la notion des ressources, Lin (2001) associe la position hiérarchique d'un acteur dans le réseau social. Il considère que les structures sociales sont hiérarchisées en termes de position et de distribution des ressources. Il établit une relation directe entre la position dans la hiérarchie et le volume de ressources accessibles. Les ressources sociales sont donc concentrées dans les positions élevées. En focalisant sur l'étude de l'atteinte des buts instrumentaux par le biais des réseaux sociaux, Lin (1995) fait la distinction entre deux types de relations, à savoir :

- Les relations homophiles : ce type de relation permet d'atteindre des buts expressifs comme par exemple, faire des confidences. Ces relations sont souvent des liens forts.
- Les relations hétérophiles : permettent d'atteindre des buts instrumentaux et sont donc des liens faibles.

« *Les interactions tendent à suivre le principe d'homophilie /... /. Entretenir ses ressources suppose des interactions avec d'autres acteurs aux ressources similaires.*

Ainsi, il y a correspondance entre action expressive et interactions homophiles. Cependant, l'action instrumentale exige des interactions hétérophiles, avec d'autres acteurs aux ressources différentes (plus grande) » (Lin, 1995, P.699).

Dans cette vision, les liens de différentes natures, que ce soit liens faibles ou liens forts, sont considérés comme étant utiles du fait qu'ils sont susceptibles de donner accès à des ressources différentes nécessaires pour l'atteinte d'objets. En somme, la théorie de Lin est basée sur trois propositions :

➤ La première concerne les ressources sociales, en considérant que l'action de l'acteur est d'autant réussie qu'il accède à des ressources sociales pertinentes.

➤ La seconde est relative à la position hiérarchique selon laquelle les acteurs occupant une position élevée, ont davantage de possibilités d'accéder à des ressources nécessaires.

➤ La troisième est relative à la nature ou la force des liens, soulignant que ce sont les liens faibles qui permettent aux individus positionnés au bas de la hiérarchie d'accéder aux ressources détenues par ceux positionnés au niveau plus haut.

La théorie de Lin a été confirmée par des études empiriques, en premier lieu par celle de Lin et al (1981) qui expliquent le statut socio-économique d'un emploi qu'un individu occupe par le fait du statut des personnes auxquelles il a fait appel. Ils font valoir que lorsque les membres du réseau présentent des attributs différents (en termes de distance géographique ou encore en termes d'expertise), ils vont lui permettre d'accéder à des ressources diversifiées. Cependant, la diversité selon Chollet désigne « *l'hétérogénéité des membres du réseau social* » (Chollet, 2002, p.3).

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la diversité du réseau social de l'entrepreneur est généralement associée à l'accès à une quantité d'information importante et de qualité. Dans ce sens, plus le réseau personnel de l'entrepreneur est composé d'alters différents, plus il a des chances pour accéder à des sources d'informations différentes.

De cette revue des trois principales théories structurales, nous retenons que le capital social se réfère à la capacité des acteurs à tirer des bénéfices de leurs structures sociales et à l'adhésion aux réseaux (Lin, 1982 ; Portes, 1998).

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la littérature fait valoir que plusieurs types de ressources sont importants dans le processus entrepreneurial et que les réseaux sociaux sont donc utiles pour accéder et mobiliser différentes ressources essentielles à

la création d'entreprises. Plus précisément, les réseaux sociaux des entrepreneurs peuvent aider à détecter les opportunités d'affaires ainsi que pour faciliter l'accès à ces ressources qui sont nécessaires pour la survie et le développement de leurs nouvelles entreprises.

Les théories structuralistes s'accordent sur une proposition générale selon laquelle le positionnement différencié des acteurs dans une structure sociale a un impact important sur les flux de ressources ; et partant, sur la réussite de la création d'entreprise (Hoang et Antoncic, 2003). Ce courant de recherche explore les caractéristiques générales du réseau personnel de l'entrepreneur dans lequel il est intégré, et les effets de ces caractéristiques sur le succès de démarrage de l'entreprise ou sur ses performances.

III. Cadre d'analyse :

Nous avons donc débuté le travail en posant une question de départ plus ou moins élaborée. Après avoir mené un travail exploratoire consistant notamment en un état de la recherche théorique sur la notion du capital social et sur le processus entrepreneurial, la problématique a pu ainsi émerger.

La construction du modèle d'analyse correspond à un retour vers le concret et à la multiplication de questions et de pistes sortant alors de la phase de généralisation. Il s'agit donc d'étaler des questions compte tenu de ce que l'on connaît déjà sur le sujet et de la problématique définie. Ce qui comprend notamment l'écriture des hypothèses pour ensuite les mettre à l'épreuve sur le terrain d'enquête retenue.

Ainsi, à l'issue de notre revue de la littérature, nous considérons que le capital social de l'entrepreneur a une influence sur la concrétisation du processus entrepreneurial. L'objectif de cette section est de proposer un cadre conceptuel qui tient en compte ce lien. Il s'agit donc d'adopter une démarche de contingence sociale qui vise à mettre en lumière : Quel est l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le processus de création d'une micro-entreprise ?

Ce phénomène demeure encore non étudié dans le contexte Algérien¹¹⁵. A travers cette étude, nous cherchons dans un premier temps la compréhension et l'explication

¹¹⁵ A notre connaissance, les recherches portant sur le processus entrepreneurial dans le contexte algérien, sont très rares et en particulier ceux mobilisant une approche sociale (par les réseaux sociaux et le capital social). En effet, dans la recherche bibliographique, nous n'avons trouvé que deux études de Melbouci Leïla : l'une portant sur le thème : «le capital social et le comportement innovateur de

de la dynamique de formation du capital social entrepreneurial. Et, dans un second temps, nous ambitionnons d'analyser l'impact du capital social entrepreneurial sur le degré de facilité d'accès aux ressources nécessaires pour la création d'une micro-entreprise. De ce fait, notre recherche s'inscrit dans une démarche hypothético-inductive qui fait alterner l'induction et la déduction.

Pour répondre à cette problématique, nous exposons, en premier lieu le modèle de recherche adopté. Puis, nous détaillerons les hypothèses de recherche proposées pour cette étude.

Le cadre conceptuel a pour objectif de guider notre démarche et l'élaboration du questionnaire.

Le cadre conceptuel mettra en évidence :

- 1) la modélisation retenue du processus entrepreneurial.
- 2) la formation du capital social structurel de l'entrepreneur.
- 3) la décomposition de la question de recherche et la proposition des hypothèses
- 4) la proposition d'un modèle conceptuel pour l'étude.

3.1. La modélisation retenue :

La revue de la littérature a révélé que dans le cadre de la description du processus entrepreneurial, de nombreux modèles¹¹⁶ théoriques ont été proposés dont deux grandes tendances qui se sont distinguées : la modélisation en termes d'émergence organisationnelle et la modélisation en termes d'opportunité (Messeghem et Sammut, 2011). Notre présente étude s'inscrit dans la première tendance puisqu'elle explique la façon dont l'organisation prend forme. Dans cette optique d'émergence organisationnelle introduite principalement par Gartner (1985), « *étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance d'une nouvelle organisation, autrement dit les activités permettant à quelqu'un de créer une nouvelle entité* » (Hernandez

l'entrepreneur algérien» (Melbouci, 2008). La seconde étude : « L'entrepreneuriat en Algérie et internationalisation : une approche par le capital social » (Melbouci L, fseg.univ-tlemcen.dz/pdfmecas/Mme.%20MELBOUCI%20%20Leïla.pdf. Toutefois, ces études n'ont pas explicité le processus par lequel se forme le capital social de l'entrepreneur le long de sa démarche de création de l'entreprise.

¹¹⁶. Voir par exemple les modèles cités par Fayolle, 2003 ; Hernandez, 2005 et 2010 ; Messeghem et Sammut, 2011.

,2005). Gartner (1985) propose un modèle décrivant le phénomène de la création d'entreprise qui met en liaison quatre dimensions interdépendantes :

- L'individu (s) : personne (s) impliquée (s) dans le démarrage de l'organisation.
- L'organisation : le type d'entreprise qui est lancée.
- L'environnement qui interagit avec la nouvelle organisation.
- Le processus : les actions menées par les individus pour lancer l'affaire.

Comme le soulignent Messeghem et Sammut(2011) « *cette approche semble fondamentale dans la compréhension du processus entrepreneurial puisqu'elle permet une lecture contextuelle du phénomène de création d'entreprise* ».

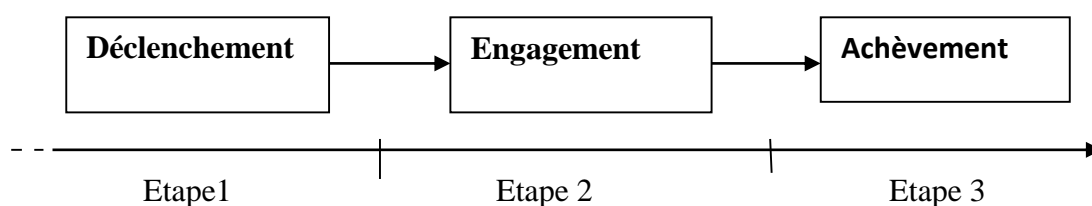
Par ailleurs, nous utilisons un modèle adapté de celui de Bruyat (1993) qui, tout en s'inspirant des travaux de Gartner et d'autres travaux antérieurs, propose un modèle générique qui permet de mieux comprendre le processus de création d'entreprise. Bruyat (1993) stipule qu'en s'engageant dans le processus de création, l'individu aura à accomplir un grand nombre d'actions et prendre de nombreuses décisions dans une démarche progressive et évolutive dans le temps ; et, qui peut être scindée en trois phases :

▪ **Le déclenchement du processus** : A cette phase, la création est sérieusement envisagée par l'individu qui commence à consacrer du temps et des moyens à la recherche d'une opportunité ou d'une idée. Mais parfois, c'est la découverte de l'opportunité qui déclenche le processus.

▪ **L'engagement dans le processus** : En s'engageant dans le processus, l'individu n'envisage plus de reculer puisqu'il consacre la plupart de son temps, son énergie et ses moyens financiers, intellectuels au montage de son projet.

L'achèvement du processus : La fin du processus entrepreneurial peut être marquée soit par la réussite du projet, soit par l'échec. La réussite se manifeste par la création d'une nouvelle entreprise viable se trouvant au-dessus de son seuil de rentabilité.

Figure 28 : Une forme générique du processus de création d'entreprise



Source : adapté de Bruyat (1993).

A chacune de ces trois étapes peuvent être assignées un certain nombre de décisions et d'actions que l'entrepreneur doit accomplir pour mener à bien son projet de création comme présente le tableau 18.

Tableau 18 : Etapes et activités du processus entrepreneurial

Etapes	Déclenchement	Engagement	Achèvement
Décisions / actions	<ul style="list-style-type: none"> - Identification d'une opportunité. - Réflexion et développement de l'idée d'affaire. - Décision de créer l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - Rédaction du plan d'affaire. - Réalisation de l'étude de marché - Mobilisation des ressources - Enregistrement juridique de l'entreprise. - Aménagement des installations et des équipements. - Développement du premier produit ou service. - Recrutement des employés. - Réalisation de première vente 	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation des activités de marketing. - Vendre. - Atteindre le seuil rentabilité. - Planification formelle. - Gestion de l'entreprise.

Source : adaptée de Fillion, Borges et Simard (2006).

Nous utilisons ce cadre conceptuel pour délimiter cette recherche et faciliter la compréhension et l'étude du processus entrepreneurial. Mais, comme le soulignent Fillion et al (2006), il peut arriver que les étapes et les activités ne se réalisent pas toujours dans l'ordre indiqué ou se chevauchent. Ce qui est sûr dans tous les cas de figure, la réalisation du processus de création d'entreprise nécessite des ressources de différentes natures.

3.2. La formation du capital social de l'entrepreneur :

Avec le déroulement des étapes du processus de création de l'entreprise, de nouveaux besoins de ressources apparaissent conduisant à la mobilisation des relations personnelles existantes ou la constitution de nouveaux liens. C'est à travers cette dynamique que se pose la question de savoir comment se forme le capital social structurel de l'entrepreneur ?

Dans l'approche égocentrée, il s'agit de détecter la configuration du réseau relationnel dont les caractéristiques ont un impact sur le flux de ressources comme l'explique Hong et Antonic : « *Network structure is defined as the pattern of direct and indirect ties between actors. A general proposition is that actors' differential positioning within a network structure has an important impact on resource flow, and hence, on entrepreneurial outcomes* » (2003, p.170).

La stratégie basée sur la dimension structurale du capital social explore les caractéristiques générales du réseau personnel de l'entrepreneur dans le but d'identifier les effets ou l'impact de ces caractéristiques sur le processus de création d'entreprise ou sur sa performance. Cette stratégie repose sur l'idée générale selon laquelle le positionnement des acteurs dans une structure en réseau a un impact sur le déroulement du processus entrepreneurial en matière d'accès aux ressources et, partant sur l'entreprise créée et son développement.

3.2.1. L'acquisition des ressources nécessaires :

L'acquisition des ressources constitue un facteur crucial pour la réussite du processus de création (Hernandez, 2010). Ce processus est initié par l'entrepreneur, qui en sélectionnant et en rassemblant ces ressources pour créer son entreprise, a été considéré dans la pensée orthodoxe comme parfaitement rationnelle, tandis que les observations empiriques montrent que la sélection des ressources se fait principalement dans l'environnement direct de l'entrepreneur, son réseau de connaissances professionnelles ou son environnement social en général (Aldrich, 1999). L'action de l'entrepreneur semble donc placée dans son contexte de réseaux économiques et sociaux (Carsud et al, 1987)¹¹⁷. En effet, de nombreux chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat montrent que les réseaux relationnels permettent au créateur l'accès

¹¹⁷ Carsud et al, 1987, *Entrepreneurs-mentors, network, and successful new venture development: American Journal of Smal Business, Fall, p. 13-18. Cité par Helmchen, 2008.*

aux ressources tout au long du processus entrepreneurial, comme par exemple Grossetti et Barthe (2008) qui soulignent que « *les organisations ne se créent pas dans le vide ou dans un marché désincarné. Elles prennent appui sur des relations entre individus, des organisations existantes, elles-mêmes plus ou moins liées entre elles, et des ressources* », et ajoutent que « *l'accès aux ressources peut se produire à tout moment du processus de création et, ces ressources sont de toutes sortes : idées, conseils de diverses natures, financement, instruments, pré-recrutement etc.* » (Grossetti et Barthe, 2008, p.30).

Les réseaux de relations sont donc sources de ressources de toute nature : tangible ou intangible (Ostgaard et Birly, 1994), que Chollet (2002) propose de les regrouper en deux grandes catégories :

- Des informations : qui contribuent à l'identification de l'opportunité entrepreneuriale ; idée de produit, informations sur les procédés de fabrication, etc.
- Les ressources risquées : celles-ci impliquent une prise de risque par le ou les individus ou acteurs qui les fournissent : financement, 1^{ère} commande, etc.

Pour notre recherche, nous retenons la classification d'Ostgaard et Birly (1994) en distinguant entre :

- **ressources tangibles** : les ressources financières et matérielles ;
- **ressources intangibles** : les informations, les idées et les conseils.

3.2.2. L'effet du réseau personnel de l'entrepreneur sur l'accès aux ressources :

La création de l'entreprise est un processus complexe qui fait intervenir de nombreux acteurs et nécessite l'acquisition d'une multitude de ressources. Cet acte économique constitue un terrain intéressant pour étudier les processus d'encastrement introduit par Granovetter (1973) qui, plus récemment, affirme que les entreprises « *sont construites par des individus dont l'action est à la fois facilitée et limitée par la structure et les ressources disponibles des réseaux sociaux où ils s'inscrivent* » Granovetter(1994,P.86). En adoptant cette vision, Aldrich et Zimmer (1986) considèrent l'entrepreneur, tel tout individu, souffre de rationalité limitée, d'information limitée et de communication pauvre. Ainsi, ils proposent de penser l'entrepreneur dans des réseaux sociaux pour cerner à la fois son accès aux

ressources et aux opportunités. C'est dans ce sens que notre présente étude tente d'examiner les relations sociales mobilisées par l'entrepreneur pour acquérir les ressources nécessaires pour la réalisation de son processus entrepreneurial. En s'inscrivant dans une approche égocentrée, nous nous intéressons à la détermination du réseau personnel de l'entrepreneur mobilisé le long du processus de création de l'entreprise. Pour ce faire, nous nous appuyons sur trois théories de l'ARS, à savoir : la théorie de « la force des liens faibles » de Granovetter (1973), la théorie des « attributs des alters » de Lin (1999) et enfin la théorie de « Trous structuraux » de Burt (1992, 1995). Ces théories sont respectivement associées aux trois dimensions du réseau social : la nature des liens, la diversité des liens du réseau et la structure du réseau, comme le montre le tableau 19.

Tableau 19 : Les trois dimensions du réseau social.

Théorie de référence	Dimension	Exemples de variables
Théorie de la force des liens faibles (Granovetter, 1973).	La nature des liens (liens forts, liens faibles)	Proximité émotionnelle, fréquence d'interaction
Théorie des ressources sociales (Lin, 1999).	La diversité des liens (attributs des alters)	Niveau hiérarchique des alters, localisation, caractéristiques démographiques, etc.
Théorie de trous structuraux (Burt, 1992).	La structure des réseaux	Taille (nombre de contacts), densité (nombre de trous structuraux)

a) La nature des liens :

Cette dimension se réfère à la force des liens que l'individu maintient avec les membres de son réseau. Pour Granovetter (1973) : « *La force d'un lien est une combinaison (probablement non linéaire) de la durée, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité et des services réciproques qui caractérisent le lien* »¹¹⁸. L'auteur insiste sur la force des liens faibles qu'il considère comme source d'informations fraîches et uniques, alors que dans les liens forts circulent souvent des informations redondantes. Dans la littérature, sont caractérisés de liens forts, les contacts constitués de proches (famille, amis, etc.), tandis que les liens faibles sont des contacts irréguliers dont-on n'a pas de relations très intimes (anciens collègues, voisins, etc.). Selon la thèse de Granovetter, la force des liens faibles revient au fait que ces liens constituent des ponts

¹¹⁸ Granovetter M., 1974, *Getting a job: A study of contacts and careers*, Chicago, University of Chicago Press, 2e édition en 1995. Cité par Chabaud, 2004.

donnant facilement accès à d'autres réseaux que son seul réseau de relations directes qui ont tendance à créer des zones fermées et fournissent les mêmes informations.

Pour le cas des entrepreneurs, l'argument de la force des liens faibles n'a pas fait l'objet d'un consensus. Pour Granovetter (2000), les entrepreneurs généralement s'appuient sur leurs liens forts au moment du démarrage de leurs entreprises et plutôt sur leurs liens faibles quand il s'agit de la période de développement. Tandis que Reynolds (1991)¹¹⁹ considère que « *l'argument de la force des liens faibles tient surtout pour la recherche d'idées et d'informations utiles pour la prise de décision d'entreprendre, mais beaucoup moins pour l'obtention de ressources risquées* ». Par contraste, les liens forts prennent de l'importance lorsqu'il s'agit d'assurer l'activité de l'entreprise en lui permettant l'obtention du financement, des possibilités d'approvisionnements et des commercialisations. Dans le même sens, certains auteurs soulignent que les relations familiales jouent un rôle essentiel dans la réussite entrepreneuriale en permettant d'accéder à l'information et facilitant l'accès à des financements et des marchés (Casson, 1991 ; Boutillier et Uzinidis, 1999). Dans un esprit similaire, (Jack, 2005)¹²⁰ considère que « *les liens forts sont importants non seulement pour les ressources qu'ils apportent mais également parce que c'est par leur intermédiaire que l'entrepreneur peut mobiliser des liens plus faibles* ». Pour Brüderl et Preisdörfer (1998) les liens forts (et en particulier les membres de la famille) sont plus cruciaux pour la survie et la croissance du chiffre d'affaires de la jeune entreprise que les liens faibles. Tandis que Davidsson et Honig (2003) font valoir que la possession de beaucoup de liens forts est importante pour la prise de décision de créer et le début du processus, alors que les liens faibles deviennent de plus en plus importants au fil du processus.

b) La diversité des liens :

La diversité désigne l'hétérogénéité des membres du réseau relationnel. Pour Lin, un réseau personnel est utile quand les individus qui le composent possèdent un contrôle sur les ressources pertinentes pour « égo ». Dans ces premiers travaux, Lin (1981) fait l'hypothèse que c'est le fait d'avoir des contacts ayant un même attribut (statut social

¹¹⁹ Reynolds P.D., 1991, Sociology and entrepreneurship: concepts and contribution, in Entrepreneurship Théorie and Practice, vol.16, n°6, p.47-70. Cité par Salielles S., 2006.

¹²⁰ Jack S.L., 2005, the role, use and activation of strong and weak networks ties: a qualitative analysis, in Journal of Management Studies, vol.42, p.1233-1259. Cité par Chollet, 2002.

élevé) qui permet à l'égo de parvenir à ses fins. Alors que dans ces recherches plus récentes Lin et al(2001)¹²¹, c'est plutôt l'hétérogénéité de leurs attributs qui est un facteur positif (Chollet, 2006). Il explique que c'est davantage le fait de posséder des alters hétérogènes qui est intéressant en termes d'accès aux ressources sociales (Lin, 1999). Autrement dit, plus les alters du réseau personnel possèdent des caractéristiques différentes, plus « égo » obtient des ressources variées. L'hétérogénéité peut être considérée à travers n'importe quel critère tels que : les caractéristiques démographiques, le statut socioprofessionnel, la localisation géographique des alters, etc. En effet, plusieurs chercheurs étudient les caractéristiques des *alters* du réseau personnel et ont pris en compte d'autres critères. Rodan et Galunic (2004) retiennent le critère du domaine technique pour qualifier les *alter*. Pour McEvily et Zaheer (1999) ainsi que Cross et Cummings (2004), c'est la distance géographique qui va être importante pour qualifier les *alters*.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, Aldrich et Zimmer(1986) soulignent que beaucoup d'informations parviennent à l'entrepreneur, si l'on suppose que les individus différents ont accès à des ressources d'informations. De leur part, Julien et al (2004) avancent qu'un réseau composé de membres à peu près semblables n'est pas riche car il génère généralement des idées redondantes.

En ce qui concerne notre étude, nous retenons comme critères de diversité le secteur d'activité des alters. Ce critère est inspiré des travaux de Butter et Hansen(1991) qui proposent cette forme de diversité en distinguant les entrepreneurs selon que leurs réseaux sont plus ou moins composés de personnes appartenant à des secteurs d'activité divers. La distance sectorielle traduit le fait qu'*ego* connaisse des *alters* situés dans un autre secteur d'activité que celui de son entreprise. En effet, un *alter* situé dans un autre secteur d'activité aura accès à d'autres ressources. La diversité des *alters* du réseau personnel, notamment du point de vue du secteur d'activité, permet à l'entrepreneur d'avoir un éclairage nouveau sur certains aspects de son projet.

c) **La structure du réseau :**

Pour étudier la dimension structurale du réseau social, deux variables sont généralement utilisées : la taille du réseau et le nombre de trous structuraux présents dans le réseau.

¹²¹ Lin N., Fu Y. et al., « The position generator: a measurement instrument for social capital» Social capital : theory and research, Lin N., Cook K et Burt R.S., New York, Adline de Gruyter,2001, p.57-81. Cité par Chollet, 2006.

➤ **La taille du réseau** : indique le nombre de contacts auxquels l'acteur est directement connecté. Cette variable a un effet sur la performance des acteurs, par exemple sur le marché du travail, tandis que l'étendue du réseau relationnel a un effet positif sur le succès professionnel (Granovette, 1973). Dans le domaine de l'entrepreneuriat, Fillion (1991) par exemple, souligne que « *la façon de faire les affaires a évolué de telle sorte que l'entrepreneur a l'avantage de connaître assez de gens pour être mis au courant des derniers événements et informations* ». De sa part, Plociniczak (2001) a montré que lorsque les liens sociaux sont nombreux permettent à l'entrepreneur de mieux écouler ses produits et de réduire certains coûts.

D'autres auteurs s'accordent sur l'impact positif de la taille du réseau personnel sur le succès entrepreneurial, comme Aldrich et al (1987) qui ont constaté que la rentabilité pour les entreprises de plus de 3 ans est positivement liée à la taille du réseau personnel. Butler et Hansen (1991) ont souligné l'impact positif de la taille sur la quantité d'informations auxquelles l'entrepreneur a accès.

➤ **Le nombre de trous structuraux** : est une autre variable qui a un impact positif sur divers facteurs de performance au niveau individuel. Burt (1992) qui a introduit cette notion de trous structuraux, affirme qu'une maximisation de ces trous permet à l'individu d'acquérir un maximum d'informations nouvelles. Dans la thèse de Burt, un « bon réseau » est un réseau riche en trous structuraux. Le trou structural indique l'absence de relation entre deux individus, qu'il a qualifiée de contacts non redondants. Ces deux acteurs ne peuvent communiquer entre eux que par l'intermédiaire d'un troisième acteur, en position de « pont ». Ainsi, Burt (1992) considère que l'entrepreneur est par nature à l'intersection de réseaux de relations non redondants. L'auteur défend l'idée qu'un entrepreneur se procure un avantage concurrentiel en se trouvant dans une position intermédiaire entre plusieurs contacts ou groupes. Dans cette vision, « *l'entrepreneur est alors mieux informé et dispose d'une meilleure capacité de jugement, ce qui renforce son potentiel d'innovation* » (Commet, 2011). Le nombre de trous structuraux peut être déterminé par diverses mesures dont principalement la densité et la contrainte structurale.

- La densité est l'une des plus simples mesures, elle indique le taux de connexion entre les alters, les résultats des études sont divergents. Pour Burt (1995), plus le réseau est dense, son efficacité est moindre du fait de la redondance des contacts. Ainsi l'entrepreneur est contrarié par ce type de réseau, alors qu'il bénéficie de sa position

d'intermédiaire dans un réseau lâche¹²². Lin (2001)¹²³ possède une autre vision en considérant que les deux types de réseaux (réseau dense, réseau lâche) sont bénéfiques : le réseau dense permet de préserver et de maintenir des ressources, tandis que le réseau lâche sert pour acquérir de nouvelles ressources.

- La contrainte structurale est la mesure la plus utilisée dans les travaux de recherche notamment ceux de Burt (1992 ; 1995) et Chollet (2005). D'après Burt (1995), la contrainte mesure la concentration des relations directes ou indirectes en un seul contact. Le contact qui concentre des relations est un « nœud » dans le réseau, qui empêche de mener des négociations indépendantes avec des relations séparées.

3.3. Décomposition de la question de recherche et proposition de modèle d'analyse :

Le travail à mettre en œuvre consiste à décomposer la question de départ en éléments de plus en plus précis et concrets.

L'idée sous-jacente de cet exercice est que la question de départ ne peut se traduire immédiatement en une enquête car les questions posées dans les termes généraux et théoriques ne peuvent pas être posées en l'état aux enquêtés. Il y a donc un travail de décomposition à faire pour aller du cadrage théorique conceptuel aux questions concrètes que l'on va poser aux personnes intéressées, que ce soit sous forme de questionnaires ou d'entretiens.

Nous rappelons que notre problématique de recherche formulée par la question principale selon laquelle nous cherchons à savoir quel est l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le processus de création micro-entreprise ?

Comme nous l'avons précisé précédemment, il s'agit du capital social structurel de l'entrepreneur.

Pour pouvoir répondre à la question principale, il nous semble important de savoir en premier lieu, comment se forme le capital social structurel mobilisé par l'entrepreneur pour acquérir les ressources nécessaires à la concrétisation de son

¹²² Réseau lâche est un réseau peu dense (contenant peu de trous structuraux).

¹²³ Lin N., 2001, *Social capital. A theory of social structure and action*, Cambridge University Press. Cité par Salielles S., 2006.

processus entrepreneurial. Il s'agit de s'interroger sur la configuration du réseau personnel mobilisé (en termes de nature des liens, diversité, taille, et nombre de trous structuraux), ainsi que sur le type de ressources acquises par le biais du réseau personnel mobilisé.

En deuxième lieu, nous tentons de vérifier l'impact du capital social structurel de l'entrepreneur sur le processus de création ; et ce en terme de facilité d'accès aux ressources nécessaires. Là aussi, nous nous interrogeons sur l'impact de chaque dimension de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et intangibles.

Le tableau 20 présente le résumé de nos questions de recherche ainsi que la méthode d'investigation choisie. Tandis que la justification de nos choix méthodologiques sera présentée au chapitre suivant.

Tableau 20 : Questions de recherche et méthodes d'investigation

Problématique : l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial	Méthode d'investigation
<p>Q₁ : Comment se forme le capital social de l'entrepreneur le long du processus entrepreneurial ?</p> <p>Q_{1a} : Quels types de ressources ont été acquis par le biais du réseau personnel de l'entrepreneur ?</p> <p>Q_{1b} : Quelle est la configuration du réseau personnel mobilisé dans le processus d'acquisition de ressources ?</p> <p>Q_{1c} : La nature des liens mobilisés diffère-t-elle selon le type de ressources acquises ?</p>	Etude qualitative
<p>Q₂ : Quel est l'impact du capital social structurel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources ?</p> <p>Q_{2a} : Quel est l'impact de la configuration du réseau personnel sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles ?</p> <p>Q_{2b} : Quel est l'impact de la configuration du réseau personnel sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles ?</p>	Etude quantitative

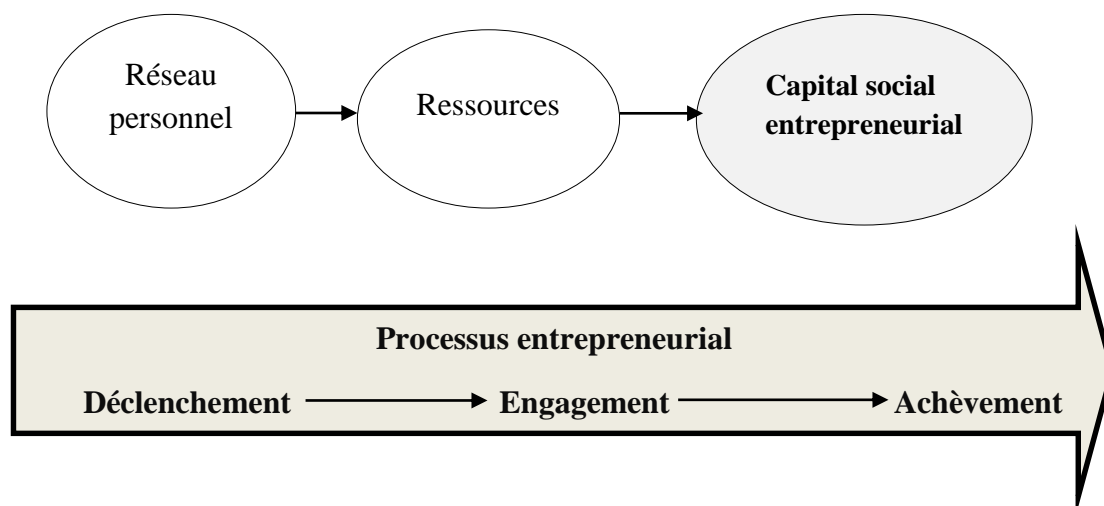
3.3.1. Objectifs visés par l'étude qualitative :

L'objectif fondamental de notre étude qualitative est d'explorer l'évolution de la formation du capital social structurel de l'entrepreneur le long du processus entrepreneurial.

Notre étude s'inscrit donc dans une démarche dynamique (approche processuelle) plaçant l'acte d'entreprendre dans le contexte social. En adoptant le modèle générique

de Bruyat (1993), nous proposons une schématisation de la formation du capital social entrepreneurial comme présente la figure 29.

Figure 29 : La formation du capital social entrepreneurial



Afin de pouvoir donner une description générale et détaillée de la formation du capital social entrepreneurial, nous visons les sous-objectifs résumés au tableau 21.

Tableau 21 : les objectifs de l'étude qualitative

Question	Objectif
Q1	Décrire la dynamique de la formation du capital social le long du processus de création de l'entreprise.
Q1a	Détecter le type de ressources acquises par l'entrepreneur en mobilisant son réseau personnel ; et celles acquises par le biais des dispositifs d'aide à la création (l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM) et ce à chaque étape du processus entrepreneurial.
Q1b	La description de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur à chaque étape du processus entrepreneurial en déterminant sa taille, le nombre de liens forts et de liens faibles, le degré de diversité du réseau et le nombre de trous structuraux existant dans le réseau.
Q1c	Vérifier si chaque type de liens est mobilisé pour un type déterminé de ressources acquises.

3.3.2. Objectif de l'étude quantitative et proposition d'hypothèses :

Notre étude quantitative tente d'examiner l'effet du capital social structurel de l'entrepreneur mobilisé le long du processus entrepreneurial sur la facilité d'accès aux ressources externes.

3.3.2.1. Objectifs visés par l'étude quantitative :

Nous précisons que par l'étude quantitative, nous cherchons à examiner empiriquement l'effet de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux deux types de ressources (tangibles et intangibles). Le tableau 22 présente les objectifs visés par cette étude.

Tableau 22 : les objectifs de l'étude quantitative

Question	Objectif
Q2a	Tester empiriquement l'effet de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles.
Q2b	Tester empiriquement l'effet de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles.

3.3.2.2. L'élaboration des hypothèses

Une hypothèse peut être conçue comme une réponse provisoire à une question que l'on se pose relative à une question de départ, et qui va être validée ou invalidée, confirmée ou infirmée par le travail de terrain. Quivy et Van Campenhoudt (1989) définissent l'hypothèse comme « *une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui, selon les cas, peuvent être des concepts ou des phénomènes. Une hypothèse est donc une proposition provisoire, une présomption qui demande à être vérifiée* »

Le travail à effectuer sur l'élaboration des hypothèses permettra d'y voir plus clair et d'envisager la mise à l'épreuve sur le terrain. Les hypothèses auxquelles nous tenterons de répondre par le biais de notre recherche empirique auprès d'un échantillon d'entrepreneurs créateurs de micro entreprises, consistent à vérifier l'effet de la

configuration du réseau personnel de l'entrepreneur (en termes de nature des liens, diversité et structure) sur la facilité d'accès aux deux types de ressources (tangibles et intangibles).

Avant de présenter nos hypothèses de recherche, il convient de mentionner certaines considérations concernant les variables utilisées pour déterminer la configuration du réseau personnel. La première considération est relative à la dimension nature des liens qui comporte deux types : liens forts et liens faibles. Toutefois, dans cette étude quantitative consistant à tester l'effet de la configuration du réseau personnel sur la facilité d'accès aux ressources, la nature des liens ne peut être déterminée par la variable nombre des liens forts et de liens faibles, car théoriquement cette variable est corrélée aux deux variables : taille et trous structuraux. En effet, la taille du réseau est calculée par l'ensemble des liens du réseau et de même le nombre de trous structuraux est déterminé pour l'ensemble des liens. Cependant, d'autres façons pour mesurer la force du lien ont été identifiées par Marsden et Campbell (1984)¹²⁴, dont principalement deux mesures sont le plus souvent utilisées à savoir : la fréquence d'interaction et la proximité émotionnelle. Chollet (2006) trouve que la fréquence d'interaction comporte certaines limites : « *la fréquence d'interaction peut très bien être interprétée comme décrivant le degré d'utilisation du lien plutôt que sa force. /.../ la fréquence, entre autres défauts, ne semble pas mesurer que la force du lien, elle semble également être un corrélât d'autre variables, comme par exemple la proximité géographique du contact* » (Chollet, 2006, p.117). Alors que la proximité émotionnelle décrit bien la nature du lien et est considérée par Marsden et Campbell (1984), comme étant l'indicateur le plus valide. Dans cette recherche, nous rejoignons Chollet (2006) en optant pour la proximité émotionnelle pour mesurer la force du lien.

La seconde considération concerne le choix de l'une des deux variables (taille et nombre de trous structuraux) pour analyser l'effet de la structure du réseau sur la facilité d'accès aux deux types de ressources. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la revue de la littérature et des recherches antérieurs montre que l'effet de la taille du réseau personnel a été identifié sur plusieurs aspects du succès entrepreneurial en permettant l'accès à plusieurs types de ressources (Aldrich et al, 1987 ; Butler et Hansen, 1991 ; Plociniczak, 2001). Tandis que l'effet de la variable nombre de trous structuraux, est globalement associé à l'acquisition d'informations riches et non redondantes (Burt,

¹²⁴ Marsden P., Campbell K., 1984, " Measuring tie strength", Social Force, vol.63, p.482-501.

1992 ; Brüderl et Preisendörfer, 1998 ; Aderson et al, 2005 ; Aldrich et al, 2002 ; Commet, 2011). De ce fait, et pour tester l'effet de la structure du réseau personnel sur la facilité d'accès aux deux types de ressources, nous retenons la variable trous structuraux pour les ressources intangibles et la variable taille du réseau pour les ressources tangibles.

Suite à la distinction entre ressources tangibles et intangibles, nous proposons donc deux séries d'hypothèses de recherche.

a) Les hypothèses sur la facilité d'accès aux ressources tangibles :

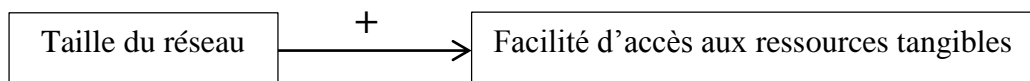
Nous pensons que l'accès aux ressources tangibles est influencé par la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur. Cette configuration est déterminée par la structure du réseau, la nature de liens et la diversité des liens. Nous proposons l'hypothèse H1 formulée comme suit :

H1 : le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles est influencé par la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur.

Comme précisé plus haut, pour tester l'effet de la structure du réseau personnel sur les ressources tangibles, nous retenons la variable taille du réseau et nous proposons trois hypothèses sous-jacentes à l'hypothèse **H1** :

- ✓ La première est relative à la relation entre la taille du réseau et la facilité d'accès aux ressources tangibles. Cette relation peut être schématisée comme suit :

Figure 30 : la relation entre la taille du réseau et la facilité d'accès aux ressources tangibles

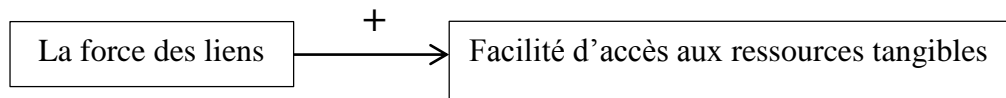


Nous énonçons l'hypothèse (**H1a**) suivante :

H1a : plus la taille du réseau personnel de l'entrepreneur est étendue, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.

- ✓ La deuxième hypothèse décrit la relation entre la force des liens et la facilité d'accès aux ressources tangibles.

Figure 31 : la relation entre la force des liens et la facilité d'accès aux ressources tangibles.

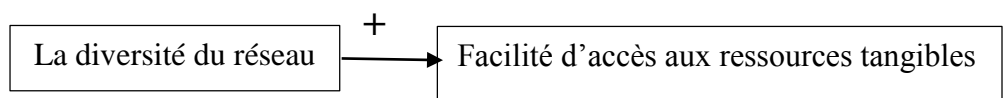


Nous supposons que la facilité d'accès aux ressources tangibles est positivement à la force des liens, et nous formulons l'hypothèse **(H1b)** :

H1b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.

- ✓ La troisième hypothèse est relative à la relation entre la diversité du réseau personnel et la facilité d'accès aux ressources tangibles.

Figure 32 : la relation entre la diversité du réseau personnel et la facilité d'accès aux ressources tangibles.



Nous pensons que la diversité du réseau influe positivement sur la facilité d'accès aux ressources tangibles en proposant l'hypothèse **(H1c)** :

H1c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources tangibles.

b) Les hypothèses sur la facilité d'accès aux ressources intangibles :

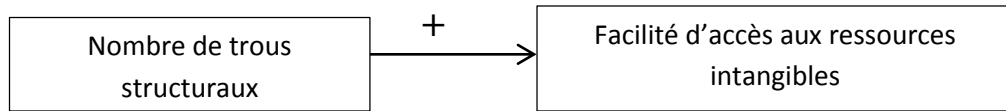
Pour la facilité d'accès aux ressources intangibles, nous supposons qu'elle est influencée par la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur et que celle-ci est déterminée par : le nombre de trous structuraux présents dans le réseau personnel, la force des liens et la diversité des liens. Notre seconde hypothèse **(H2)** est annoncée comme suit :

H2 : le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles est influencé par la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur.

Cette hypothèse est donc décomposée en trois hypothèses sous-jacentes :

✓ La première hypothèse détermine la relation entre le nombre de trous structuraux dans le réseau personnel de l'entrepreneur et la facilité d'accès aux ressources intangibles. Cette relation peut être schématisée comme suit :

Figure 33 : la relation entre le nombre de trous structuraux et la facilité d'accès aux ressources intangibles.

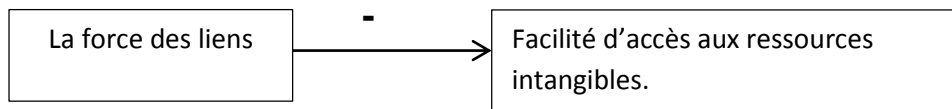


Nous énonçons notre quatrième hypothèse de recherche (**H2a**) comme suit :

H2a : plus il y a de trous structuraux dans le réseau personnel de l'entrepreneur, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

✓ La seconde hypothèse décrit la relation entre la force des liens et la facilité d'accès aux ressources intangibles.

Figure 34 : la relation entre la force des liens et la facilité d'accès aux ressources intangibles.

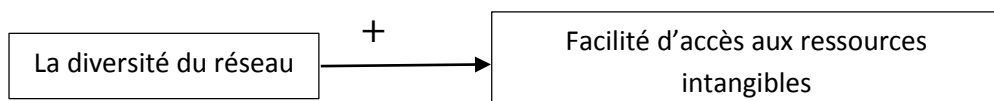


En référence à l'argument de Granovetter (1973) sur la force des liens faibles qu'il considère comme source d'informations fraîches et uniques, nous supposons que la facilité d'accès aux ressources intangibles est inversement liée à force des liens, et nous proposons l'hypothèse (**H2b**) suivante:

H2b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont faibles, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

✓ La troisième hypothèse décrit la relation entre la diversité du réseau personnel et la facilité d'accès aux ressources intangibles.

Figure 35 : la relation entre la diversité du réseau personnel et la facilité d'accès aux ressources intangibles.



Nous pensons que la diversité du réseau influe positivement la facilité d'accès aux ressources intangibles en proposant l'hypothèse (H2c) :

H2c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources intangibles.

Au total, les hypothèses à tester peuvent se résumer dans le tableau 23.

Tableau 23 : les hypothèses de l'étude

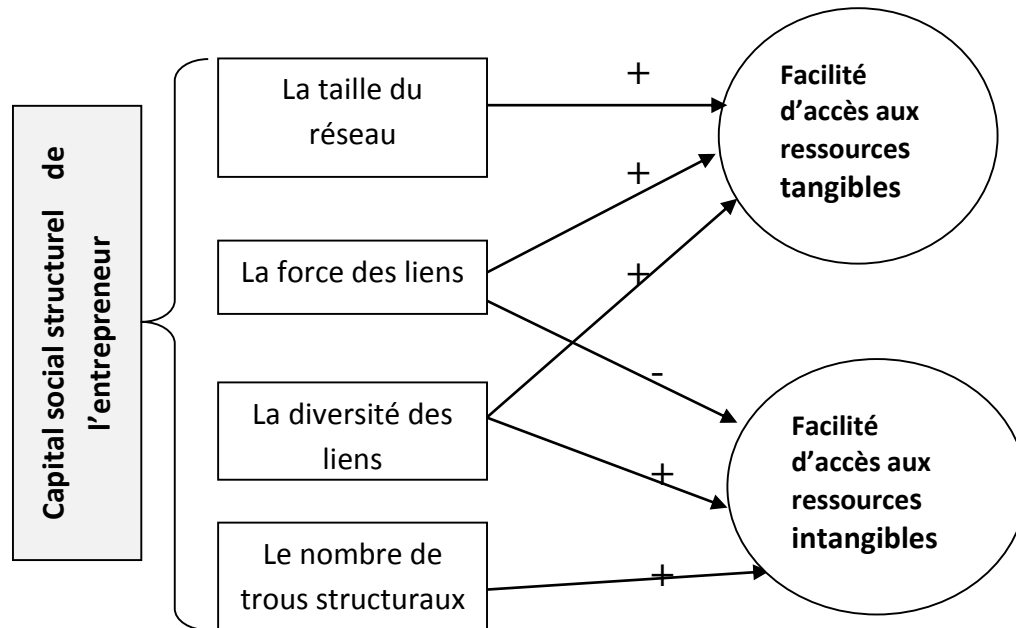
Type de ressources	Configuration du réseau personnel	Hypothèse
Ressources tangibles	La taille du réseau	H1a : plus la taille du réseau personnel de l'entrepreneur est étendue, plus l'accès aux ressources tangibles est facile
	La force des liens	H1b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile
	La diversité des liens	H1c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources tangibles.
Ressources intangibles	Nombre de trous structuraux	H2a : plus il y a de trous structuraux dans le réseau personnel de l'entrepreneur, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.
	La force des liens	H2b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont faibles, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.
	La diversité des liens	H2c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources intangibles.

3.3.2.3. Proposition d'un modèle de recherche :

Grâce aux hypothèses que nous avons pu formuler, nous cherchons donc à expliquer l'impact des indicateurs du capital social structurel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et intangibles, nécessaires à la concrétisation du processus entrepreneurial. Ces hypothèses nous permettent de proposer le modèle de recherche (hypothético-déductif) inspiré de la dimension structurale du capital social (Nahpiet et Ghoshal, 1998) et fondé sur les trois théories structuralistes à savoir : la théorie des trous structuraux de Burt (1992), la théorie de la

force des liens faibles de Granovetter (1973) et la théorie des ressources sociales Lin (1999). Ce modèle prend la forme présentée à la figure 36.

Figure 36 : Modèle de la recherche



Dans cette section, nous avons présenté le cadre conceptuel de notre étude exploratoire hypothético-inductive. Ce cadre est composé en premier lieu, d'un modèle de création d'entreprises en trois étapes : déclenchement, engagement et achèvement du processus entrepreneurial. Dans une première étape nous allons explorer la formation le capital social structurel à chacune de ces étapes. Le cadre a également mis en évidence les trois dimensions du réseau personnel de l'entrepreneur qui sont à la base de la formation du capital social entrepreneurial.

En second lieu, le cadre conceptuel présente un modèle d'analyse de l'impact du capital social entrepreneurial sur le degré de facilité d'accès aux ressources externes. Le modèle que nous proposons élabore des hypothèses qui nous assurent la transition d'une question à un projet de recherche cohérent. Il sera soumis à validation à travers une enquête quantitative et des tests statistiques qui feront l'objet de la seconde partie de cette thèse.

Conclusion du chapitre 3:

Les théories structurales des réseaux sociaux révèlent que le capital social se réfère à la capacité des acteurs de bénéficier de leurs structures sociales, et à l'adhésion aux réseaux (Lin, 1982 ; Portes, 1998). Elles s'accordent sur une proposition générale selon laquelle le positionnement différencié des acteurs dans une structure sociale a un impact important sur les flux de ressources.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la littérature fait valoir que les réseaux sociaux des entrepreneurs peuvent aider à détecter les opportunités d'affaires et à faciliter l'accès à ces ressources qui sont nécessaires pour la survie et le développement de leurs nouvelles entreprises.

Ce courant de recherche explore les caractéristiques générales du réseau personnel de l'entrepreneur dans lequel il est intégré, et les effets de ces caractéristiques sur le succès de démarrage de l'entreprise ou sur ses performances.

A la lumière des connaissances tirées de la revue de la littérature, nous avons proposé un cadre conceptuel qui présente un modèle de recherche portant sur l'analyse de l'effet du capital social entrepreneurial sur le degré de facilité d'accès aux ressources externes. Notre modèle de recherche est novateur par son unicité dans le contexte algérien. Il sera soumis à validation à travers une enquête quantitative et des tests statistiques qui seront explicités à la deuxième partie de cette thèse.

Partie 2 : l'étude empirique

Chapitre 4 : Contexte de l'étude et choix méthodologiques

Figure 37 : Plan du chapitre 4

I. Contexte de l'étude : La création de micros-entreprises en Algérie

1. Définition de la micro-entreprise
2. L'évolution du cadre législatif algérien en faveur de l'entrepreneuriat
3. Evolution de la création des micros-entreprises
4. La mortalité des petites entreprises
5. Les contraintes à la création d'entreprise

II- La méthodologie adoptée : Une combinaison des méthodes qualitatives et quantitatives

1. La démarche qualitative adaptée
2. La démarche quantitative
3. définition de la population visée

I. L'analyse des réseaux sociaux

1. Qu'est-ce qu'un réseau social
2. Deux approches théoriques : dyadique et structurale

Introduction :

Nous entamons la deuxième partie de notre thèse par ce quatrième chapitre structuré en deux sections. Dans une première section, nous présentons le contexte de l'étude, à savoir : la création de micros-entreprises en Algérie. L'objectif de cette section est de présenter les arguments du choix du champ d'investigation par rapport à la problématique de recherche.

La seconde section présente et justifie le choix méthodologique effectué en ce qui concerne la méthode d'investigation ainsi que la population ciblée par la présente recherche. Ce choix a pour objectif de répondre au caractère exploratoire de notre recherche.

I. Contexte de l'étude : La création de micros-entreprises en Algérie

Bien que les grandes entreprises créent d'énorme out put pour la vitalité des économies nationales, dans l'environnement économique mondial en mutation, qui se caractérise par des changements structurels continus et le renforcement des pressions concurrentielles, le rôle important des petites et moyennes entreprises (PME) est toujours en augmentation. En effet, les micros, petites et moyennes entreprises (PME) apportent une contribution importante au développement économique et social. D'après l'OCDE (2004), dans toutes les économies, ces entreprises constituent la grande majorité des entreprises économiques, sont généralement responsables de la majorité des emplois créés et représentent un tiers à deux tiers du chiffre d'affaires du secteur privé. Dans de nombreux pays, elles ont été le principal moteur de croissance de l'emploi et de la production au cours des deux dernières décennies. Dans les pays en développement, les micros-entreprises sont considérées comme une «auto-assistance et un instrument majeur pour l'éradication de la pauvreté.

Suite à la transition de l'économie algérienne vers l'économie de marché, et considérant l'importance économique et sociale des micros-entreprises, plusieurs mesures ont été prises par les pouvoirs publics algériens dans le but de définir des cadres institutionnels, organisationnels et réglementaires pour, d'un côté, encourager l'entrepreneuriat et la création d'entreprises, en particulier les micros-entreprises. Et d'un autre côté, pour inciter les micros-entreprises et les personnes indépendantes qui opèrent en dehors du secteur «formel», à s'engager dans une activité légitime. Les efforts de l'Etat sont traduits par une évolution considérable du cadre législatif en faveur de

l'entrepreneuriat et la création d'entreprises donnant lieu à de nombreux organes de promotion de l'investissement et des structures d'appui et d'aide à la création.

Dans cette section, après la définition de la micro entreprise nous présentons les évolutions législatives et leurs répercussions sur la création d'entreprises en particulier la création de micros-entreprises, ainsi que les contraintes qui entravent encore le développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie.

1.1. Définition de la micro-entreprise :

Au niveau mondial, il n'y a pas de définitions standards pour les micros, petites et moyennes entreprises, mais une variété de définitions selon les pays et les régions. Ces définitions dépendent de l'échelle et de la structure de l'entreprise dans l'économie et varient d'un pays à l'autre (OCDE, 2004). Le critère le plus couramment utilisés est celui du nombre d'emploi, en raison de sa simplicité et la facilité de collecte de données. A la base de ce critère, certains auteurs différencient les micros-entreprises (TPE) et les petites entreprises (PE) en désignant par TPE les entreprises de moins de 10 salariés et les PE celles de moins de 50 salariés. Morris (1998) par exemple, définit la micros-entreprise comme une entreprise de quatre employés et moins. Il ajoute que le nombre augmente à sept employés en Chine et dix employés en Europe.

Le chiffre d'affaires et les actifs utilisés peuvent également être mesurés, mais les deux sont problématiques. En effet, les entreprises relativement petites (en termes d'emploi) peuvent avoir un grand chiffre d'affaires. Il y a aussi un problème majeur qui réside dans la difficulté de surveiller constamment les valeurs d'actifs. Une mesure plus satisfaisante serait celle de la valeur ajoutée mais elle est difficile à calculer. De sa part Julien (1990) utilise six variables quantitatives et qualitatives pour définir les toutes petites entreprises :

- Critère dimensionnel : les TPE ont un très petit nombre d'employés (le chiffre de 10 personnes semble refléter une certaine réalité économique plus qu'une convention),
- Critère de gestion : leur gestion est centralisée, voire personnalisée,
- Critère fonctionnel : leur fonctionnement est organique, dans le sens où le dirigeant maîtrise quasiment tout et les salariés sont polyvalents,
- Critère d'information : le système d'information des TPE est riche mais informel.

En Algérie, la typologie des entreprises est établie en considérant trois critères¹²⁵ comme le montre le tableau 24 :

Tableau 24 : la typologie des PME/PMI

Entreprise	Effectif	Chiffre d'affaires (DA)	Total bilan (DA)
Très petite	1 – 9	< 20 millions	< 10 millions
Petite	10 – 49	< 200 millions	< 100 millions
Moyenne	50 -250	200 millions – 2 milliards	(100 – 500) millions

Source : la loi d'orientation sur la promotion de la PME PMI, décembre 2001.

Ainsi, la très petite entreprise (TPE), ou micro-entreprise est une entreprise employant de 01 à 09 employés et réalisant un chiffre d'affaires moins de 20 millions de dinars ou dont le bilan annuel n'excède pas 10 millions de dinars

1.2.L'évolution du cadre législatif algérien en faveur de l'entrepreneuriat :

Durant la période 1962-1965, l'Algérie a essayé de faire l'inventaire du potentiel existant, elle a récupéré les terres, occupé les entreprises industrielles, en même temps elle était confrontée à d'immenses problèmes sur le plan politique où la seule issue était l'option du socialisme. Ce choix était véritablement imposé par le pouvoir issu de l'avènement du 19 Juin 1965 et décrite dans la charte de Tripoli. Ce choix avait pour vocation de mettre l'accent sur l'industrie, d'étendre et de développer le secteur public, d'accorder la priorité à l'industrie lourde et d'empêcher le secteur privé de jouer un rôle fondamental. En fait, la nécessité de constitutionaliser le privé a conduit le régime socialiste à le circonscrire dans le vocale « propriété non exploiteuse¹²⁶». Ce n'est qu'à la fin des années soixante que le secteur privé n'est plus remis en cause et son rôle se trouve garanti et définitivement consacré par l'Etat suite à la promulgation du code d'investissement de 1966.

Toutefois, la garantie de l'existence du secteur privé s'accompagnait d'une volonté de le planifier et de l'orienter vers des activités considérablement utiles. L'économie algérienne, après avoir connu une situation de plein-emploi, particulièrement dans les années 1970, le début des années 80 ont été marquées par des stagnations qui ont suscité

¹²⁵ D'après la loi d'orientation sur la promotion de la PME PMI, n° 01 – 18 du 12 décembre 2001, Ministère de PME et de l'Artisanat.

¹²⁶ Constitution Algérienne de 1976

l'application des réformes économiques (fiscales, bancaires, libéralisation du commerce extérieur, libéralisation des prix). C'est donc la volonté de l'Etat d'encourager le secteur privé et la reconnaissance du rôle de l'entrepreneur dans la relance de l'économie nationale, Dans ce sens, une série de lois était mise en place par les pouvoirs publics.

Il s'agit en premier lieu de la loi n°82-11 du 21 août 1982 qui a abrogé le code de l'investissement de 1966 et a défini les objectifs assignés à l'entreprise privée, qui doit contribuer à l'élargissement des capacités productives nationales, à la création d'emplois, constituer le complément du secteur public et la participation à la politique d'aménagement du territoire. Puis, dans le processus des réformes structurelles accélérées dans le sens de l'ouverture de l'économie nationale au capital privé, la loi n°88-25 a été promulguée le 12 juillet 1988, mettant fin à certaines mesures telles que l'élimination de la procédure d'agrément préalable de l'investissement, la levée des interdictions d'exercice d'activités multiples. Au début des années 90, l'économie algérienne a enregistré une croissance négative liée essentiellement à une lourde dette extérieure qui a atteint 34 milliards de dollars et la chute excessive du prix du cours du pétrole. Cette période est aussi marquée par la transition de l'économie socialiste à l'économie du marché basée sur la libéralisation des marchés et l'encouragement de l'activité entrepreneuriale.

Cette nouvelle politique se traduit par la promulgation du code d'investissement de 1993 (*décret législatif n°93-12 du 05 Octobre 1993 pris lors du vide institutionnel et marquant l'avènement de 1988*). Ce code constitue la pierre angulaire de cette nouvelle vision, en introduisant des améliorations considérables aux conditions d'attraits et d'accueil des capitaux et des investissements en Algérie ; et en consacrant une série de garanties à l'investissement ainsi que la mise en place d'une agence nationale spécialisée dans la promotion et le soutien à l'investissement (APSI).

Toutefois, la mise en œuvre de ce code n'a abouti qu'à de faibles résultats ; et cela à cause de la multitude de lacunes relevant de l'environnement économique comme le souligne le rapport du CNES « *confrontés à l'immobilisme de tout environnement censé être au service de l'investissement, les lourdeurs bureaucratiques, les problèmes liés à la gestion du foncier industriel, entre autres, ont rendu pratiquement inopérant le dispositif mis en place* » (CNES, 2002). Considérant ces difficultés qui entravent la promotion de l'investissement, « *les pouvoirs publics ont procédé à la promulgation en 2001 de*

l'ordonnance n°01-03, qui demeure à ce jour la principale référence en matière d'investissement » (CNES, 2002).

1.2.1. Les organes de promotion de l'investissement :

Les pouvoirs publics ont donné une forte impulsion politique en mettant en place de nombreux dispositifs et structures pour la promotion des PME et la création d'entreprises :

- Le conseil national de l'investissement (CNI) : créé par l'ordonnance n°01-03 de 2001, le CNI a pour mission d'établir les stratégies de développement des investissements et toutes les mesures nécessaires et les formalités d'accès aux avantages prévus par la réglementation.
- L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) : mise en place par l'ordonnance n°01-03 qui a modifié le décret exécutif n°93-12 en remplaçant l'APSI par l'ANDI qui se charge du développement et du suivi des investissements ainsi que l'allègement des démarches administratives relatives à la création d'entreprise et le lancement des projets d'investissement à travers un guichet unique décentralisé.
- Le Fonds de Garantie de Crédits aux PME (FGAR) : créé en 2004, sa mission consiste à faciliter l'accès au financement bancaire à moyen terme et à supporter les démarrages et les expansions des PME en accordant des garanties de crédits aux banques commerciales.
- L'Agence Nationale de Développement de la PME : cet organe a été créé en 2005, chargé de mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME.

Ce choix stratégique de développement de l'entrepreneuriat s'inscrit dans l'objectif de diversification des sources de la croissance de l'économie nationale hors hydrocarbures.

1.2.2. Les structures d'aide à la création d'entreprise :

Dans le cadre de la lutte contre le chômage et la promotion de la petite entreprise privée, les pouvoirs publics algériens ont procédé à la mise en place, de manière successive trois dispositifs d'appui qui se chargent de l'exécution des politiques d'aide et de soutien à la création d'entreprise ou activités économiques en donnant un appui aux promoteurs en terme d'accompagnement et de formalisation, de leurs activités. Il s'agit de l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

Chacun de ces dispositifs cible une population de chômeurs, mais ils procèdent du même type d'organisation (accompagnement des entrepreneurs, Prêts à taux bonifiés, exonérations fiscales).

- L'Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi de Jeunes (ANSEJ) : ce dispositif a été créé en 1996, sa mission est le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise créée par les jeunes de 19 à 30 ans, pour des montants pouvant atteindre 10 millions de DA. Cette agence dispose d'un réseau de 53 agences à travers toutes les wilayat.
- La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) : créée en 1994, sa mission est de fournir de l'aide et du financement destinés aux chômeurs âgés de 35 à 50 ans pour des montants d'investissement pouvant atteindre 05 millions de DA.
- L'Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit (ANGEM) : est un autre dispositif créé en 2003, en reprenant le portefeuille de crédits octroyés par l'Agence de Développement Social (ADS), l'ANGEM s'en charge du financement des activités à domicile par des micro-crédits de 50.000 à 400.000 DA.

1.3. Evolution de la création des micros-entreprises :

Les efforts déployés par les pouvoirs publics en terme d'incitation à l'investissement et la création d'entreprises, ont été couronnées par une évolution considérable de l'activité entrepreneuriale qui a enregistré 3,6 millions d'entrepreneurs actifs (GEM, 2009)¹²⁷ et une population de petites et moyennes entreprises qui est passée de 179.893 en 2001 à 500.854 en 2011 pour atteindre 747.934 au premier semestre 2013.

Cependant, ce qui attire l'attention est la prégnance des micros-entreprises (TPE) qui représentent plus de 97% dans tous les secteurs d'activité. D'après les statistiques du ministère de la PME et de l'artisanat du premier semestre 2013, sur 21.847 nouvelles entreprises privées, les très petites entreprises représentent 97,73% tous secteurs confondus, tel qu'il est décrit dans le tableau 25.

¹²⁷ Rapport GEM 2009, *Global Entrepreneurship Monitor : Rapport régional GEM-MOAN, 2009 (Moyen-Orient et Afrique du Nord)*.

Tableau 25 : Mouvement des PME privées par tranche d'effectif

Secteur d'activité	Très petites entreprises privée [1 à 9 salariés]	Petite entreprise privée [10 à 49 salariés]	Moyenne entreprise privée [50 à 250 salariés]	Nombre de PME
services	13216	161	18	13395
En %	98,66 %	1,20 %	0,13 %	
BTPH	4534	223	26	4783
En %	94,79 %	4,66 %	0,54 %	
Industries	33285	59	5	3349
En %	98,09 %	1,76 %	0,15 %	
Services liés aux industries	137	2	0	139
En %	98,56 %	1,44 %	0,00	
Total	21351	447	49	21847
En %	97,73 %	2,05 %	0,22 %	

Source : Bulletin d'information statistique de la PME : Données du 1^{ier} semestre 2013. Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'investissement.

Le tissu économique algérien est fragmenté et essentiellement constitué de petites entreprises (Toumi et Bouzidi, 2007). Toutefois, cet aspect n'est pas propre à l'Algérie ; de nombreux pays affichent les mêmes données en ce qui concerne le poids des petites entreprises. En France par exemple, les entreprises de 0 à 9 salariés représentent près de 93% de l'ensemble des entreprises (Moati et al, 2000).

En matière de création d'emplois, les très petites entreprises ont enregistré une contribution considérable en créant 9.963 emplois, soit 13,18% du nombre total créé par les PME d'après les statistiques du premier semestre 2013 du Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'investissement.

Tableau 26 : Emplois créés par les PME (par tranche d'effectif)

Tranche d'effectif	Projets déclarés		Emplois	
	Nombre	Taux (%)	Nombre	Taux (%)
0 à 9	3.376	70.81 %	9.963	13.18 %
10 à 49	1.082	22.69 %	21.862	28.92 %
50 à 249	273	5.73 %	25.295	33.46 %
Plus de 250	37	0.78 %	18.478	24.44 %
Total	4.768	100 %	75.598	100 %

Source : Bulletin d'information statistique de la PME : Données du 1^{er} semestre 2013. Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'investissement.

Par ailleurs, ces évolutions en termes de création d'entreprises et d'emplois restent insuffisantes et l'Algérie avec une densité de 13 (PME privée) par mille habitants reste encore loin des standards internationaux où le taux le plus faible est de 45 PME pour mille habitants. Cette faiblesse est due à certaines contraintes qui entravent la création d'entreprise.

1.4. La mortalité des petites entreprises :

En dépit des efforts déployés par l'Etat algérien afin de booster la création d'entreprises, le nombre d'entreprises créées n'a pas dépassé en moyenne les 50 000, alors qu'il en faut au moins 200 000 par an pour atteindre l'objectif des pouvoirs publics de créer un million d'entreprises en cinq ans. A cette faiblesse en termes de création s'ajoute le problème de mortalité des PME créées qui affiche des chiffres considérables. En effet, et d'après les statistiques Ministère du Développement Industriel et de la Promotion de l'investissement, le nombre des cessations des PME de type personnes morales durant le premier semestre 2013 est de 2423 dont plus que la moitié est observée dans les Services (252 PME, 53,53% des PME radiées au 1er semestre 2013) et le BTPH (128 PME, 33,26% des PME radiées au 1er semestre 2013), comme l'indique le tableau 27.

Tableau 27 : Mortalité des PME privées personnes morales par secteur d'activité

Secteurs d'Activité	1 ^{er} semestre 2013	Part en%
Agriculture et pêche	30	1.24
Hydrocarbures, Energie,	11	0.45
Mines	806	33.26
Industries manufacturières	279	11.51
Services	1297	53.53
Total Général	2423	

Source : Bulletin d'information statistique de la PME : Données du 1^{er} semestre 2013. Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'investissement.

De sa part le Conseil national consultatif pour la promotion des PME fait par ailleurs état, d'un taux de mortalité précoce des PME de près de 20 %, alors que les TPE ont enregistré 30 000¹²⁸ disparitions durant l'année 2011. Ces statistiques montrent que le secteur des PME et en particulier les TPE, demeure vulnérable malgré les mesures de soutiens entreprises par les pouvoirs publics. Ces constats font valoir qu'il y a des contraintes qui persistent à la création d'entreprises.

1.5. Les contraintes à la création d'entreprise :

La politique suivie par les pouvoirs publics en vue de promouvoir l'entrepreneuriat, traduit par la multitude de dispositifs d'aide et d'appui à la création d'entreprises n'ont abouti qu'à des résultats jugés encore insuffisants. Cette faiblesse est liée à certains problèmes d'ordre économique et social qui peuvent être résumés aux facteurs liés à la conjoncture économique et ceux afférents à la culture entrepreneuriale.

1.5.1. Les contraintes économiques

Les problèmes relevant de la conjoncture économique qui entravent l'activité entrepreneuriale en Algérie, sont divers, dont principalement :

❖ **Le problème du foncier industriel** : qui constitue d'après le ministère des PME, 35% des requêtes des investisseurs, tels que la difficulté d'accès au foncier, le manque d'information sur les disponibilités foncières, les prix inaccessibles et la non régularisation des titres de propriétés.

❖ **Les contraintes relatives au marché** : comme par exemple en amont la difficulté d'obtention des devises pour payer les équipements importés nécessaires à la production, alors qu'en aval, la commercialisation des produits est contrariée par une double concurrence, celle des produits locaux et les produits importés.

❖ **Les contraintes administratives** : Elles se traduisent par le nombre et la longueur et lenteur des procédures et la lourdeur des dossiers exigés par les différentes structures ainsi que le manque flagrant de coordination entre les parties intégrées dans le processus de création d'entreprise, sans oublier le manque d'interlocuteurs compétents au sein des

¹²⁸ Djemai S, 2013, « Les PME Exportatrices : Croissance Economique Hors Hydrocarbures », Colloque international : Evaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001 – 2014 et leurs retombés sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique, Université de Setif, 11-12 mars.

dispositifs d'aide ainsi que la faiblesse du suivi et de l'accompagnement des jeunes promoteurs.

Comparativement à d'autres pays de la méditerranée, les conditions liées à l'activité entrepreneuriale sont, en général, loin d'être optimales (Gueshtouli et Gueshtouli, 2014). En effet, l'Algérie avec treize (13) procédures administratives différentes et les démarches de 22 jours, est classée à la 141^{ème} place en termes de facilité de création d'entreprise, alors que le Maroc occupe la 54^{ème} place et la Tunisie à la 100^{ème} place, selon le Rapport Doing Business de 2014.

❖ **Les contraintes liées à la maîtrise de la technologie** : Les équipements de production sont importés de l'étranger, ce qui implique la maîtrise de la technologie nécessitant certaines compétences que les promoteurs généralement, ne possèdent pas.

1.5.2. Les contraintes relatives à la culture entrepreneuriale :

De nombreuses études montrent que l'un des principaux facteurs qui entravent la création d'entreprises en Algérie, est la faiblesse en termes de culture entrepreneuriale. Cette faiblesse se traduit par :

❖ **Une aversion au risque** : La culture algérienne encourage l'aversion au risque et à l'incertitude, ce qui implique la peur de l'échec qui constitue un obstacle majeur à l'initiative entrepreneuriale (Calzal et al, 2009 ; Benredjem, 2010).

❖ **Attitudes moins favorables à l'entrepreneuriat** : Selon le rapport du GEM (2009), seulement 57 % des Algériens considèrent l'entrepreneuriat comme le bon choix de carrière (contre 80 % dans les autres pays du GEM-MOAN).

❖ **Faible vision entrepreneuriale** : les dispositifs mis en place par le Gouvernement n'ont pas d'influence significative sur les motivations entrepreneuriales de plus Tounès et Assala (2007) soulignent que « *les perceptions négatives de l'environnement institutionnel réduisent les tendances des entrepreneurs à chercher la croissance, voire à manquer de vision entrepreneuriale* » (Tounès et Assala, 2007, P.13).

❖ **Manque de formation et de compétences entrepreneuriales** : D'après le rapport GEM (2009), l'Algérie a enregistré le plus faible pourcentage d'adultes qui pensent posséder les connaissances et les compétences nécessaires pour démarrer une entreprise. Ce constat est dû en fait à l'absence quasi-totale de formation en entrepreneuriat dans l'enseignement universitaire, alors que ceux qui existent ne permettent pas la bonne compréhension des affaires (Guechtouli et Guechtouli, 2014).

Ces multiples et persistants obstacles qui se dressent face aux promoteurs qui s'engagent dans la création d'entreprises, peuvent être considérées comme les principales causes des taux de mortalité que connaît le secteur des petites et moyennes entreprises. Ce constat met en évidence la nécessité d'une stratégie globale visant l'amélioration du contexte économique et institutionnel afin de propulser le tissu industriel des petites et moyennes industries et de diminuer ainsi leur mortalité.

Cette section a présenté le contexte dans lequel la recherche rapportée dans cette thèse a été réalisée. Ce contexte est celui de la création de micros-entreprises en Algérie.

Nous avons pu constater que de nombreuses mesures ont été prises par les pouvoirs publics dans l'objectif d'encourager l'entrepreneuriat et l'incitation à la création d'entreprises et particulièrement la création des micros-entreprises considérées avec pour objectif la réinsertion sociale des demandeurs d'emplois.

Mais, malgré les efforts déployés, les résultats obtenus sont encore loin de répondre aux objectifs visés en termes de création d'entreprises qui demeure encore entravée par de nombreuses contraintes relevant du contexte économique et institutionnel ainsi que de la culture entrepreneuriale. Ce constat a été mis en évidence par de nombreuses études qui se sont penchées sur l'évaluation de l'activité entrepreneuriale en Algérie ces dernières années (Tounès et Assala, 2007 ; Benredjem, 2010 ; Djemai, 2013 ; Gueshtouli et Gueshtouli, 2014).

Dans ce contexte économique et institutionnel qui demeure moins favorable, nous nous interrogeons sur l'effet du contexte social sur l'activité entrepreneuriale en Algérie. Plus précisément, l'intérêt de notre étude porte sur l'impact du capital social de l'entrepreneur algérien sur le processus de création de miro-entreprise.

II- La méthodologie adoptée : Une combinaison des méthodes qualitatives et quantitatives

Pour répondre au caractère exploratoire de notre thème, nous avons adopté une méthodologie de recherche combinant les deux approches qualitative et quantitative.

L'objectif de notre réflexion est de comprendre le phénomène de création de micro entreprise dans une approche par le capital social. De ce fait, notre étude dépasse l'opposition entre l'utilisation des méthodes quantitatives et qualitatives dans la mesure où les deux méthodes sont complémentaires, comme le font valoir Couvreur et Lehuede (2002) : « *Les techniques quantitatives et qualitatives sont parfois opposées à tel point que les tenants des premières sont souvent les fervents contempteurs des seconds et inversement. Pourtant, ces techniques peuvent être complémentaires, notamment s'il s'agit de traiter des sujets encore peu abordés* » (2002, P.20).

Toutefois, le choix entre les techniques quantitatives et qualitatives n'est pas une tâche facile, dans la mesure où chacune de ces méthodes a ses spécificités, ses avantages et ses inconvénients, comme l'indique le tableau 28.

Tableau 28 : Comparaison méthodes qualitatives et quantitatives

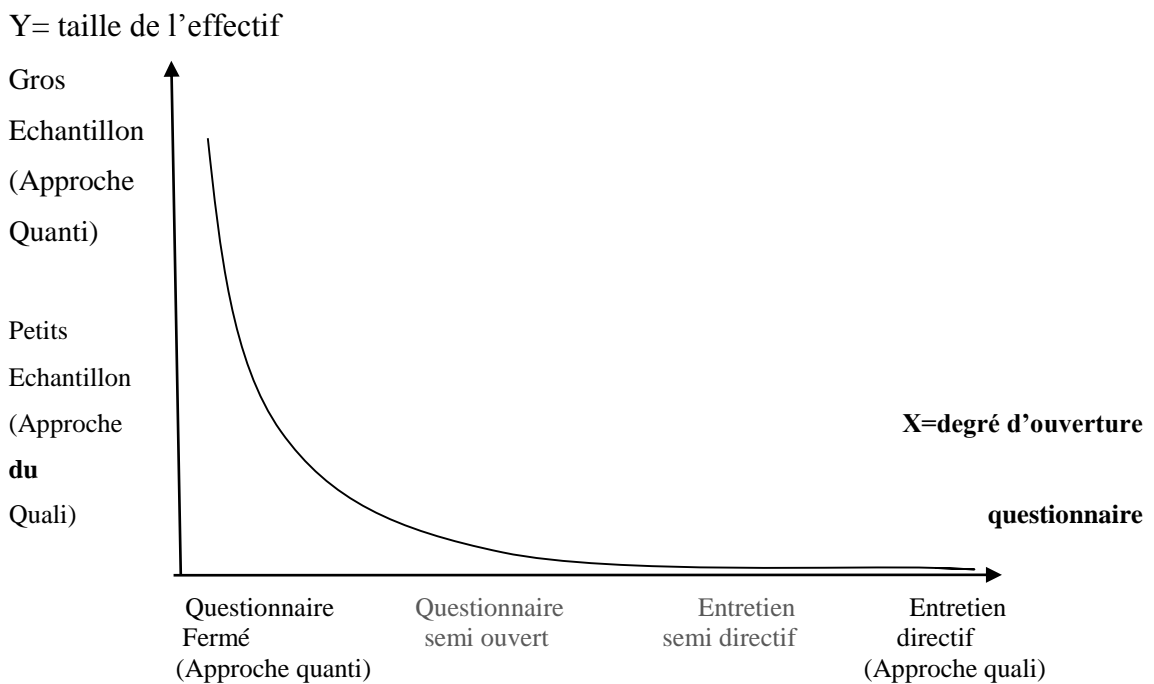
	méthodes qualitatives	méthodes quantitatives
Spécificités	Menées sur un petit nombre de personnes, mettent en évidence les nuances et la diversité, privilégiant le détail.	Menées sur un grand nombre d'enquêtés, avec des questions fermées standards permettant d'obtenir des réponses préétablies, bénéficiant de la fiabilité et de l'objectivité du nombre statistique.
Forces	<ul style="list-style-type: none"> - capacité d'observer les processus de changement sur une longue période, - compréhension du sens qu'attribuent les acteurs, - capacité à s'ajuster aux idées et théories nouvelles au fur et à mesure qu'elles se présentent. 	<ul style="list-style-type: none"> - fourniture d'une bonne couverture d'un vaste ensemble de thèmes, - rapidité et parfois économie, - résultats directement pertinents pour les décisions politiques.
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> - la collecte des données peut nécessiter beaucoup de temps et de ressources, - l'analyse et l'interprétation des données peuvent s'avérer difficiles et discutables, - études difficiles à contrôler quant à leur rythme, leur progrès et leurs points d'aboutissement, - manque de crédibilité pour les décideurs. 	<ul style="list-style-type: none"> - utilisation peu flexible et parfois artificielle, - pas d'efficacité pour expliquer les processus, - pas d'utilité pour générer des théories, - dimension dynamique du changement non prise en compte.

Source : adapté de Usunier et al (1993) et Bô (2006)

Malgré les oppositions, les deux approches sont considérées comme étant complémentaires en compensant la faiblesse d'une technique par les forces de l'autre : « Les qualités de n'importe quelle mesure peuvent être mis en défaut d'un point de vue ou d'autre ; de ce fait, les stratégies et conceptions de recherche peuvent être largement améliorées en contrebalançant les faiblesses d'une technique par les forces de l'autre » (Usinier et al, 1993).

Toutefois, l'association des deux techniques se fait toujours par l'ajout ou la juxtaposition et non par l'entrecroisement. Néanmoins, Bô (2006) affirme que les techniques « quantitatives » et « qualitatives » ne sont pas pures. Elles obéissent toutes les deux à la fois aux catégories de la quantité et de la qualité. Il propose que « l'enjeu consisterait plutôt à explorer le continuum qui relie l'une à l'autre, et à baliser les approches transversales restées largement inexplorées » (Bô, 2006, p.32).

Figure 38 : Le continuum du « quanti » et du « quali ».



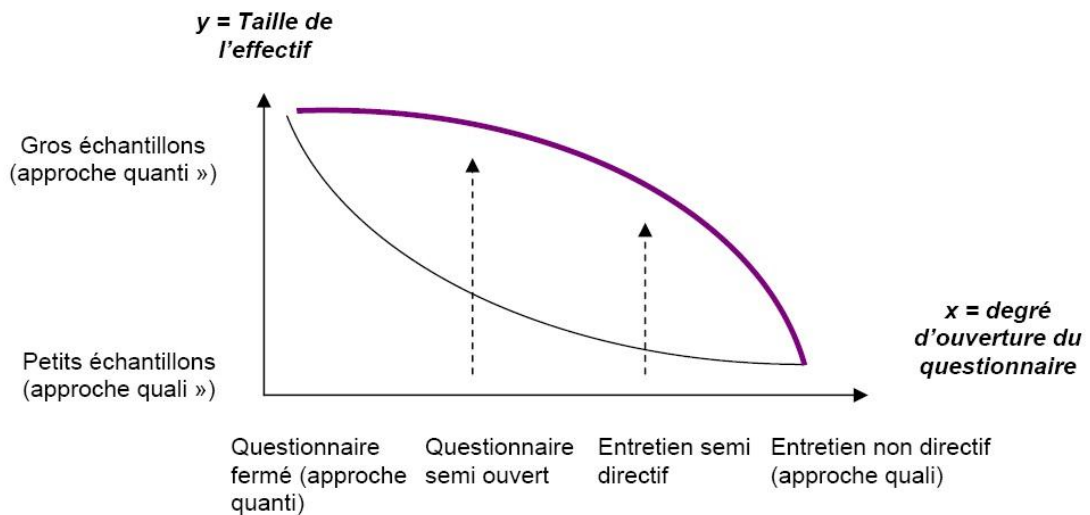
Source Bô(2006, p. 34).

D'après Bô (2006), il est devenu possible de concilier en pratique l'ouverture des questions et effectifs importants, en utilisant des formats d'interrogation semi-ouverts. Ces modes d'interrogation intermédiaires (questionnaire semi-ouvert, entretien semi-ouvert) permettent de tirer la taille des échantillons vers le haut. De ce fait, la frontière

entre « *qualitatifs* » et « *quantitatifs* » s'estompe en permettant ainsi de croiser les méthodes :

- Faire du " qualitatif" plus "quantitatif" par l'élargissement de la taille des effectifs des individus interrogés en qualitatif ;
- Faire du "quantitatif" plus "qualitatif" à travers des questionnaires plus ouverts même sur de gros échantillons.

Figure 39 : Maintenir un effectif important même en quali



Source : Bô (2006, p.35).

Compte-tenu de ces suggestions et du caractère exploratoire de notre étude, nous avons donc opté pour une démarche inductive qui associe à la fois « *méthodes quantitative et qualitative* » :

2.1. La démarche qualitative adaptée :

Pour Dumez (2011), la recherche qualitative « *repose sur une visée compréhensive cherchant à répondre aux questions pourquoi et comment. Elle analyse des actions et des interactions en tenant compte des intentions des acteurs. Dans une démarche qualitative, les verbes ont une importance particulière (description des actions) et les sujets des verbes sont des acteurs, pas de variables ou des entités abstraites. Une recherche qualitative doit donner à voir au lecteur les acteurs et les actions. Sinon, elle perd tout son sens* ». (Dumez, 2001, P.56). Il nous paraît donc clairement que l'approche qualitative s'adapte bien à la nature exploratoire de l'objectif que nous étudions, formulé par la question :

Q1 : comment se forme le capital social de l'entrepreneur le long du processus de création ?

Il s'agit d'une interrogation sur un domaine mal connu dans le contexte algérien. Certes, dans d'autres contextes, les études précédentes ont proposé une certaine vision sur ce sujet. Notre objectif est de procéder à une démarche d'observation de la réalité du sujet dans le contexte algérien, en s'inscrivant dans une étude descriptive. Notre justification est inspirée de celle proposée par Yin (2012) qui souligne que la démarche qualitative est adoptée quand les questions posées sont de la forme « comment » (étude de cas descriptive) ou « pourquoi » (étude de cas à visée d'explication) : «... *Case studies are pertinent when you research address a descriptive question – “What either is happening or has happened?” – or an explanatory question – “How or Why did something happen?”*». (Yin, 2012, P.5). Il précise aussi que l'approche qualitative porte souvent à des dynamiques ou processus, ce qui est bien le cas de notre étude.

Nous précisons que notre ambition est d'étudier en profondeur le phénomène de formation du capital social entrepreneurial. Pour parvenir à cette fin, nous nous sommes inspirés du continuum du « quanti » et du « quali » proposé par Bô (2006), et nous avons opté pour une étude qualitative adaptée réalisée par entretiens guidé avec questionnaire, auprès d'un échantillon de taille relativement élargie, Il s'agit d'une étude qualitative pas pure dans la mesure où elle est "plus quantitative".

2.2. La démarche quantitative :

L'approche quantitative permet de mesurer des opinions ou des comportements. Par définition, le quantitatif est ce qui se mesure : « *la qualité est la propriété de ce qui peut être mesuré ou compté, de ce qui est susceptible d'accroissement ou de diminution* » (Lemin, 2004, P.2).

En effet, l'approche quantitative vise à recueillir des données observables et quantifiables dans le but de décrire, expliquer, contrôler et prédire en se basant sur l'observation.

Elle s'appuie sur des instruments techniques et des recherches quantitatives de collecte de données et aboutit à des données chiffrées qui permettent des analyses descriptives, des tableaux, des graphes, des analyses de corrélation ou d'association, etc. Dans la plus part du temps « *cette stratégie vise à tester des hypothèses issues de théories* » (Curchod, 2003, P.159).

En sciences sociales, les théories et les hypothèses sont formulées au moyen de concepts et de relations entre des concepts. Dans cette perspective et à la lumière de l'analyse théorique qui a permis de formaliser notre modèle de recherche et les hypothèses sous-jacentes, ainsi que la prise en compte des résultats de notre première investigation exploratoire, nous avons opté pour une étude quantitative par questionnaire dans le but de tester nos hypothèses de manière empirique.

Nous cherchons à travers le questionnaire, à vérifier

Q2 : Quel est l'impact du capital social structurel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources ?

Dans ce cas, le recueil de données par une méthode quantitative basée sur le questionnaire convient parfaitement puisqu'elle permet de recueillir trois catégories de données : des faits, des jugements et des cognitions (Javeau, 1990).

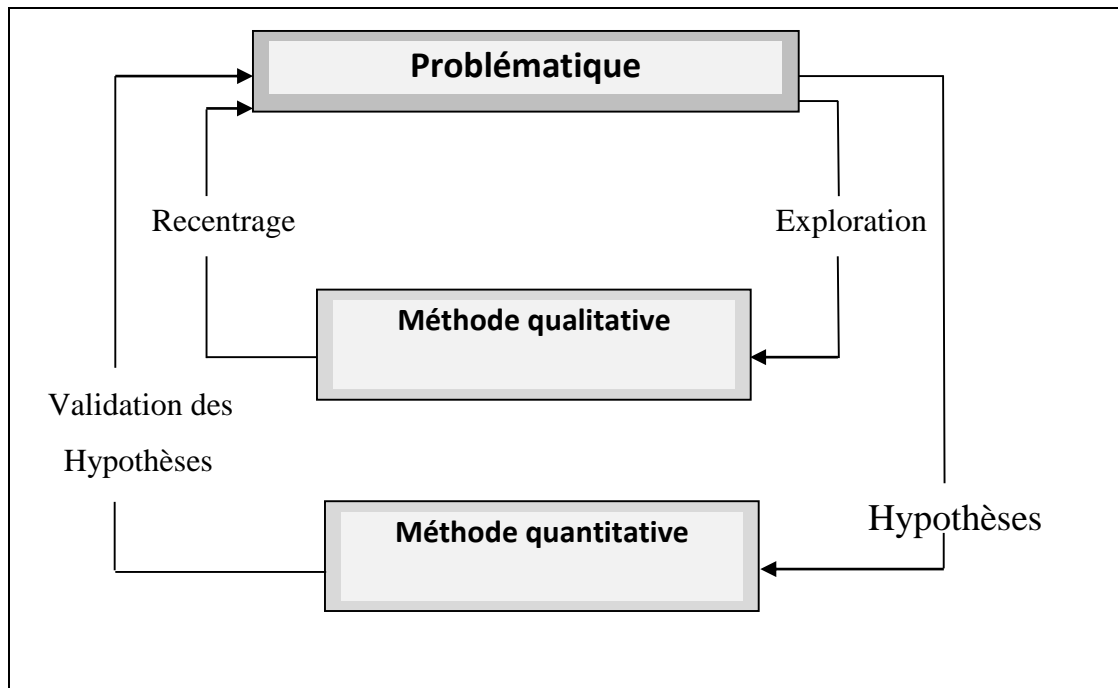
❖ **L'induction dans notre recherche :**

L'étude qualitative exploratoire nous a permis d'approfondir notre modèle d'analyse et l'élaboration du questionnaire de l'étude quantitative qui sera traité statistiquement.

Les deux études logiques sont par conséquent complémentaires. Notre démarche se veut inductive dans la mesure où l'analyse du terrain nous a permis de réunir les éléments indispensables à l'amélioration de notre questionnaire, puis déductive dans la mesure où nous avons testé et validé des hypothèses issues de la théorie.

Nous avons schématisé notre démarche dans la figure 40.

Figure 40 : Démarche de recherche



Source : Bourguiba(2007) d'après Ribau(2002)

2. 3. Définition de la population ciblée :

La question objet de notre étude permet de déterminer notre unité d'analyse, à savoir : l'impact du capital social du nouvel entrepreneur algérien sur le processus de création de micros-entreprises. Cette formulation nous conduit ainsi à la définition de la population : être nouvel entrepreneur, être algérien et avoir créé une micros-entreprise. Ainsi, la population ciblée est très vaste et engendre la difficulté de détecter ces entrepreneurs. Cette contrainte nous a conduites à la détermination d'une population accessible. Nous avons donc saisi l'opportunité de l'existence des structures d'aide à la création d'entreprise pour préciser exactement la population concernée par notre étude.

Ce sont donc les nouveaux entrepreneurs algériens créateurs de micros-entreprises dans le cadre des trois dispositifs d'aide à la création (l'ANSEJ, La CNAN et l'ANGEM). Nous avons ciblé cette population pour trois raisons fondamentales :

- ✓ La première est relative à la prégnance des micros-entreprises créées qui représentent plus de 97% des PME privées comme indiqué ci-dessus (cf. tableau 25).

- ✓ La seconde raison est d'ordre pratique, car il est plus facile de repérer les entrepreneurs concernés par notre étude, et ce à travers les structures d'aide ciblées, ce qui nous permet par la suite de tirer un échantillon.
- ✓ Troisièmement, du point de vue pratique, le processus de création d'une micro-entreprise est relativement moins compliqué et nécessitant moins de ressources, ce qui rend l'enquête plu ou moins aisée pour l'enquêteur ainsi que pour les enquêtés.

Conclusion du chapitre :

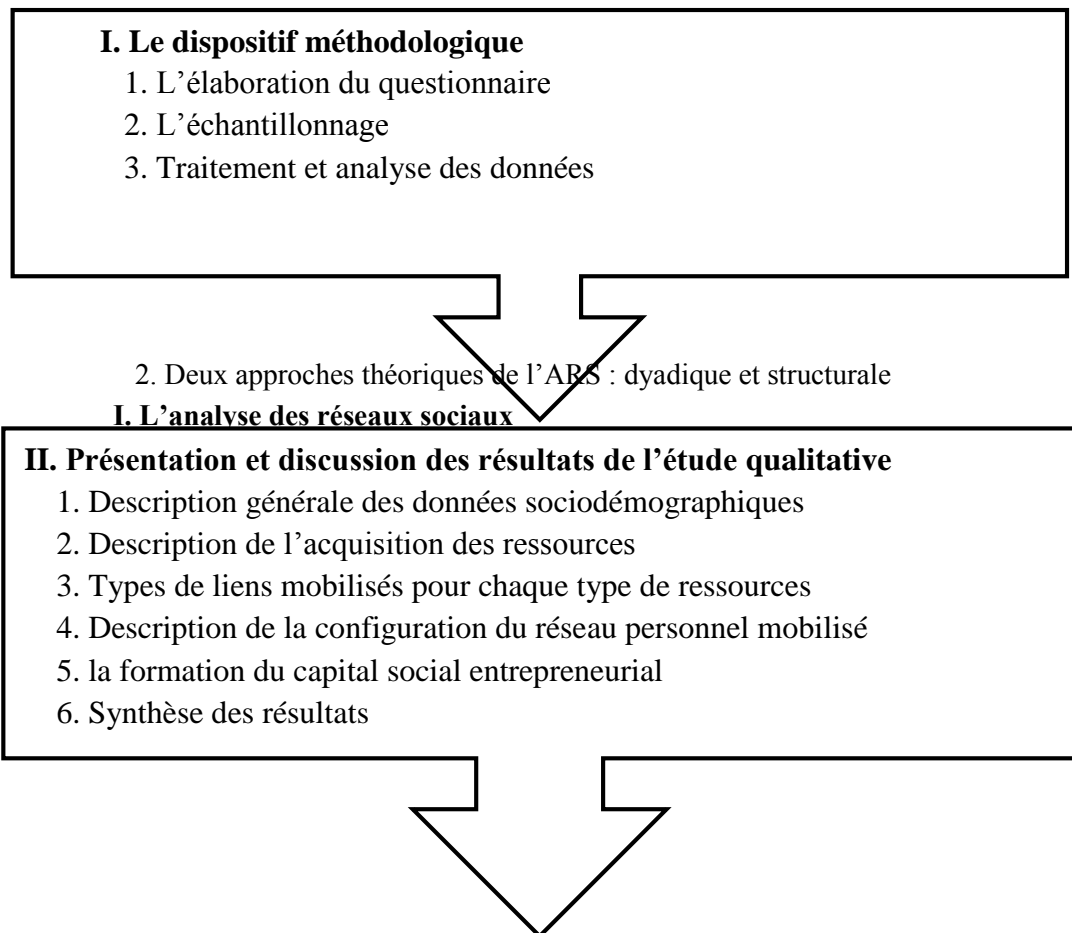
Dans ce chapitre nous avons présenté en premier lieu, le contexte de l'étude à savoir la création des micros-entreprises en Algérie ; qui a connu une évolution considérable suite aux changements de la conjoncture économique. Les micros-entreprises constituent un potentiel de développement promoteur de création de richesse et de l'emploi. Cependant, l'examen des statistiques montre que l'Algérie en termes de création d'entreprises et d'emplois, est encore loin des standards internationaux. Cette faiblesse est due à de multiples contraintes qui persistent encore, entravant le développement de l'entrepreneuriat et la création d'entreprises. Ces constats sont à la base de l'intérêt pour l'étude des micros-entreprises, et plus précisément nous nous focalisons sur le rôle du capital social dans le processus de création de microentreprise.

En second lieu, nous avons explicité notre choix méthodologique qui consiste à la combinaison des méthodes qualitatives et quantitatives afin de répondre au caractère exploratoire de notre thème de recherche. Les dispositifs méthodologiques relatifs à l'étude qualitative et l'étude quantitative seront présentés respectivement aux chapitres 5 et 6.

Chapitre 5 :

La formation du capital social entrepreneurial : une étude qualitative adaptée

Figure 41 : Plan du chapitre 5



Introduction :

Dans le présent chapitre, nous exposons notre étude qualitative adaptée ayant pour objectif l'étude de la formation du capital social structurel de l'entrepreneur le long du processus entrepreneurial.

Dans une première section, nous présentons le dispositif méthodologique. Ce dernier a pour objectif d'éclaircir et de justifier les choix effectués pour les collectes des données et l'élaboration du questionnaire, l'échantillonnage ainsi que l'analyse et le traitement préalable des données.

La deuxième section est consacrée à la présentation et à la discussion des résultats obtenus.

I- Le dispositif méthodologique :

Cette section présente le processus d'élaboration du questionnaire, de collecte des données et d'échantillonnage. Ce processus a permis de constituer une base de données exploitables sur les entrepreneurs créateurs de micros-entreprises.

1.1. L'élaboration du questionnaire :

Dans cette étude qualitative, notre visée est de comprendre l'évolution de la formation du capital social de l'entrepreneur le long du processus de création de l'entreprise. IL s'agit donc d'une succession d'étapes, et comme il n'est pas possible de collecter des données à chaque moment du déroulement du processus, nous nous sommes référés à Van de Ven et Poole (1995) qui proposent de procéder à la collecte des données à un seul moment d'une façon permettant au chercheur de reconstruire l'historique du processus. C'est donc une méthode de collecte de données rétrospective afin d'obtenir une narration¹²⁹.

Pour collecter les données nécessaires à notre étude, et en s'inspirant des travaux de Grossetti et Barthe (2008), nous avons utilisé la méthode d'entretien avec

¹²⁹ D'après Duchesne et Skinn (2013) : L'approche narrative permet d'examiner l'expérience vécue de l'intérieur, telle qu'elle est vécue, plutôt que de l'extérieur, telle qu'elle peut s'observer. Lors de l'établissement d'un devis de recherche narrative. De leur part, Claudinin et Connely (2000) (cités par Duchesne, 2013) recommandent en premier lieu d'identifier un problème ou une question de recherche favorisant l'étude minutieuse et approfondie de l'expérience d'un individu ou d'un nombre restreint d'individus.

questionnaire ; et ce dans le but d'obtenir une narration «contrôlée»¹³⁰, c'est-à-dire pas trop limitée et pas trop extensive.

La méthode que nous avons choisie, combine la méthode du questionnaire et celle de l'entretien semi-directif dans le continuum qui file du « quantitatif » au « qualitatif » indiqué par Bô (2006). Selon ce continuum, il existe toute une gamme de formules intermédiaires de techniques hybrides : *«Il est possible de "calibrer" le taux du " quanti" et le taux du "quali" voulu. Il est par exemple possible de mener des études qualitatives, qui intègrent une dimension quantitative plus ou moins forte ».*

Nous cherchons à travers le questionnaire à comprendre et à décrire le phénomène de dynamique et de formation du capital social le long du processus de création d'entreprise, une méthode qualitative par questionnaire convient parfaitement (Evrard et al, 1997). Les entretiens que nous avons menés se basent donc sur un questionnaire élaboré en s'appuyant sur les acquis théoriques et les études réalisées dans le domaine. L'intérêt recherché était de dégager certains points fondamentaux permettant de distinguer les différentes étapes du processus de création d'entreprise. Comme le recommandent Evrard et al : *« Rédiger un questionnaire exige de bien définir les informations recherchées et qu'une analyse du problème ait été effectuée »* (1997, P.244), l'élaboration de notre questionnaire s'est basée sur le cadre d'analyse prédéterminé (cf. chapitre 3. section 3) ; et, en tenant compte des conseils quant à la formulation des questions, qui ont été bien respectés : *« La précision, la neutralité, la simplicité et le sens de la question »* (Evrard et al, 1997, P.251).

Notre questionnaire aborde les différents axes qui peuvent être répertoriés principalement selon quatre parties :

- ❖ Partie I : Les caractéristiques de l'entreprise et de l'entrepreneur. Les questions de cette partie concernent les données sociodémographiques telles que la nomination de l'entreprise, le type d'activité, la date de création, l'âge de l'entrepreneur, le genre, le niveau d'instruction.
- ❖ Partie II : L'étape de déclenchement du processus de création.
- ❖ Partie III : L'étape de l'engagement du processus de création.
- ❖ Partie IV : L'étape de l'achèvement du processus de création.

¹³⁰ La partie narrative du questionnaire est composée d'éléments qui sont regroupés pour former les étapes. Chaque étape est une situation dans laquelle l'entrepreneur agit ou prend des décisions de sorte qu'il se trouve ou se place lui-même dans la situation qui s'en suit.

Ces trois étapes sont celles de la modélisation retenue pour décrire le processus de création d'entreprise comme mentionné dans le cadre d'analyse. Le questionnaire est donc structuré selon le cheminement de ces étapes. Chaque étape est déterminée par les principales décisions et/ou actions que l'entrepreneur entreprend généralement à la dite étape.

Compte tenu de l'importance du questionnaire en tant qu'outil d'investigation conditionnant la qualité des résultats obtenus, et dans un souci de rigueur méthodologique, nous détaillerons le contenu des différentes parties à travers les principales thématiques abordées à savoir :

- ✓ Les ressources acquises,
- ✓ la configuration du réseau personnel mobilisé en termes de :
 - structure du réseau (déterminée par la taille du réseau et le nombre de trous structuraux)
 - la diversité des membres du réseau et
 - la nature des liens,

Les questions formulées correspondent à chacun de ces thèmes et leurs sous-thèmes, et ce pour chaque étape du processus. (Le questionnaire utilisé est présenté par l'annexe 1).

Il convient de mentionner que pour collecter les données relatives à toutes les thématiques de notre questionnaire, nous nous sommes servis des techniques de générateurs, utilisées dans les études sociales.

1.1.1. Utilisation de la technique de générateur :

Pour identifier la configuration du réseau personnel d'un individu, il convient de le délimiter par l'établissement de liste des personnes qui le composent (Chollet, 2008). Cette technique dite "*générateur de noms*", est le plus souvent utilisée, mais elle n'est pas l'unique. En effet, il existe deux autres techniques dites "*générateur de ressources*" et "*générateur de positions*". Dans ce qui suit, nous présentons un bref aperçu sur chaque une de ces méthodes :

- **Le générateur de noms :**

La technique de "*Générateur de noms*" est la plus ancienne et elle a été largement utilisée par de nombreux chercheurs (Lawmann, 1963¹³¹ ; Mac Llister et Fischer, 1978¹³²). Cette technique mappe le réseau égocentrique comme un point de départ pour un inventaire des ressources sociales ultérieures qui peut entraîner des descriptions plus détaillées du capital social. Le chercheur demande à la personne interrogée de citer des noms d'individus en réponse à des questions plus ou moins précises. Avec les réponses des personnes interrogées, il est possible de connaître les individus qui font partie de leurs réseaux.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat la méthode de générateur de noms est habituellement utilisée pour identifier et caractériser les contacts les plus importants d'un réseau et consiste à demander à l'entrepreneur de nommer les membres de son réseau de discussion d'affaires. Puis, le chercheur demande les caractéristiques de chaque contact. (Aldrich et Carter, 2004).

La principale limite de cette méthode réside dans le fait qu'elle ne permet d'identifier qu'un nombre restreint de contacts, et que les entrepreneurs ont tendance à se rappeler et à ne citer principalement que les contacts les plus proches et oublier d'autres (Van Der Gaag & Snijders, 2004).

- **Le générateur de position :**

La seconde méthode "*Générateur de position*" a été utilisée pour mesurer l'accès aux membres du réseau ayant certaines professions considérées comme représentant des collections de ressources sociales dans une société hiérarchique modelée, suivant la théorie des ressources sociales et le capital social de Lin (2001). Cette technique permet d'identifier les attributs clés des alter du réseau. Dans cette perspective, l'accès aux ressources est indirect et se concrétise par la capacité des alter à fournir des ressources à l'ego.

La limite principale du générateur de positions réside dans l'analyse indirecte du réseau de l'individu. De ce fait, elle ne permet pas de calculer la force des liens ou la

¹³¹ Laumann, E.O., 1966, *Prestige and Association in an urban Community*. Indianapolis: Bobbs. Merrill. Cité par Lin (1999).

¹³² MacClister, L; Fischer, C., 1978. A procedure of surveying personal networks, *Sociological Method and Research* V7, PP 131-148. Cité par Van Der Gaag et Snijders (2005).

contrainte du réseau à l'aide de cet outil, et par conséquent il n'est pas possible d'effectuer une analyse du réseau égocentré par l'usage de cet instrument.

- **Le générateur de ressources :**

Cette troisième technique "*le Générateur de ressources*" a été proposée par Snijders (1999)¹³³ en combinant les aspects positifs des deux techniques précédentes. C'est une alternative au générateur de noms (Van Der Gaag & Snijders, 2004, 2005) dans laquelle le chercheur demande à l'interrogé d'identifier les contacts qui lui ont donné accès à un type spécifique de ressources.

Le générateur de ressources permet au chercheur d'identifier tous les contacts qui ont fourni réellement des ressources à l'interrogé. Le questionnaire de cette recherche est arrangé en présentant une liste de ressources censées représenter un montant de capital social. Puis la disponibilité des ressources est vérifiée en mesurant la force du lien avec laquelle l'interrogé a accès aux ressources, en indiquant le rôle de chacun de ces liens. Van Der Gaag et Snijders (2004) mettent en évidence trois types de liens : la famille, les amis et les connaissances (dans le sens de « relations interpersonnelles »).

Dans notre étude, nous nous basons principalement sur la technique de générateur de ressources pour déterminer le réseau personnel de l'entrepreneur mobilisé pour acquérir les ressources nécessaires à la concrétisation de chaque étape du processus entrepreneurial.

- 1.1.2. La collecte des données :**

L'utilisation de la technique de générateur nous a permis la collecte des données nécessaires pour la détermination des ressources acquises par l'entrepreneur, le mode d'accès à ces ressources, et la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur.

- **Détermination des ressources acquises :**

Comme la concrétisation de chaque étape du processus entrepreneurial nécessite de nombreuses ressources de nature hétérogène ; et différent d'un cas à un autre, nous avons choisi de les classer en deux grandes catégories : ressources tangibles et ressources intangibles. Sont considérées comme ressources tangibles, les ressources financières et matérielles (locaux, instruments, etc.). Les ressources intangibles englobent principalement les ressources informationnelles, les idées, les conseils ainsi que le soutien émotionnel que l'entrepreneur reçoit de ses liens sociaux.

¹³³ Snijders (1999).

Notre objectif est de savoir quel type de ressources est le plus sollicité à chaque étape du processus. Pour collecter les données relatives à cette question, le questionnaire est structuré selon le cheminement des trois étapes du processus entrepreneurial (déclenchement, engagement et achèvement). Pour chaque étape nous avons établi une fiche dans laquelle sont indiqués en lignes les principales décisions et actions relatives à l'étape et en colonnes sont indiqués les types de ressources. L'interrogé précise, pour chaque action, le type de ressources externes qu'il a acquis. Cette fiche constitue ainsi un générateur de ressources adapté au contexte de cette étude.

➤ **Détermination du mode d'accès aux ressources :**

La population ciblée dans cette étude, est celle des nouveaux entrepreneurs algériens créateurs de micros-entreprises dans le cadre des trois dispositifs d'aide à la création (l'ANSEJ, La CNAN et l'ANGEM). De ce fait, nous avons cherché à déterminer l'importance des ressources acquises auprès des relations personnelles et celles acquises par le biais des dispositifs d'aide. A cette fin, l'entrepreneur interrogé est invité à préciser le mode d'accès de chaque ressource acquise.

➤ **La configuration du réseau personnel :**

La configuration du réseau personnel mobilisé par l'entrepreneur est identifiée à travers quatre variables : la taille, la nature des liens, le nombre de trous structuraux et la diversité des liens. Il s'agit donc d'une étude qualitative centrée sur des variables, comme le fait valoir Curchod (2003) : « *les études centrées sur les variables sont souvent assimilées à des méthodes de déduction et quantitatives, même si des méthodes inductives et qualitatives centrées sur les variables existent également* » (Curchod, 2003, P.159).

• **La taille du réseau :**

Sur la base du générateur de ressources, l'entrepreneur est invité à remplir une autre fiche en indiquant, pour chaque type de ressources acquises par ses relations personnelles, le nom ou les noms des personnes qui en étaient la source. Ainsi, nous avons construit un listing de noms pour chaque entrepreneur et déterminé en suite la taille du réseau personnel mobilisé à chaque étape du processus.

- **Nature des liens :**

Pour pouvoir déterminer la nature des liens, les noms sont transcrits dans une autre fiche dans laquelle sont indiqués quatre types de liens, à savoir : membre de famille, ami très proche, ami peu proche, simple connaissance. L'interrogé est invité à indiquer la nature de la relation qui le lie avec chaque personne citée. Les données recueillies nous permettent de les classer soit comme liens forts, ou comme liens faibles. En croisant les données de cette fiche avec celles de la fiche générateur de ressources, nous examinerons quel type de liens a été mobilisé pour chaque type de ressources acquises.

- **Nombre de trous structuraux :**

Cette dimension peut être exprimée par diverses variables dont la plus utilisée est la contrainte³⁵. La formule mathématique de la contrainte agrégée donnée par Burt (1995) est comme suit :

$$C = \sum_j C_{ij} \text{ avec } C_{ij} = (P_{ij} + \sum_q P_{iq} P_{qj})^2, \text{ pour } q \neq i, j.$$

Sachant que : C_{ij} est la contrainte que présente j pour i ; P_{ij} est le poids de la relation de i à j dans le réseau de i , et la valeur de C varie de zéro à un.

Pour collecter les données nécessaires au calcul de la contrainte de chaque réseau, le questionnaire affichait une matrice dans laquelle sont enregistrés en lignes et en colonnes tous les noms des personnes citées par l'entrepreneur. A l'intersection d'une ligne « i » et d'une colonne « j », l'interrogé indiquait si les personnes « i » et « j » se connaissaient ou pas. La valeur de la contrainte de chaque réseau a été calculée à l'aide du logiciel UCINET VI (Borgatti et al, 2002).

- **La Diversité :**

Pour mesurer le degré de diversité du réseau relationnel, chaque répondant indique le secteur d'activité de chaque personne citée. Puis, les données ont été classées en trois catégories : secteurs d'activités très proches de celui de l'entrepreneur (S_1); secteurs d'activités assez proches de celui de l'entrepreneur (S_2); secteurs d'activités peu proches (S_3) et secteurs d'activités pas proches (S_4). Puis, sur la base de notre

propre critère de diversité choisi « la distance sectorielle » (cf. cadre d'analyse). L'indice de diversité crée par Renzulli et al¹³⁴, est calculé selon la formule suivante :

$$\text{Diversité} = (1 - \{(\text{Nbre liens } S_1/\text{total})^2 + (\text{Nbre liens } S_2/\text{total})^2 + (\text{Nbre liens } S_3/\text{total})^2 + (\text{Nbre liens } S_4/\text{total})^2\}).$$

1.2. L'échantillonnage :

La méthode d'échantillonnage que nous avons utilisé est de type non-probabiliste. Dans cette technique, il s'agit de choisir les individus enquêtés sur la base de critères pratiques (Jalby, 2014). Nous présentons dans ce paragraphe les critères de choix de la population à cibler, la taille de l'échantillon ainsi que la détection des cas étudiés :

➤ Critères de choix :

En addition aux critères prédéterminés lors de la définition de la population ciblée, nous avons un autre critère choix, selon lequel, les entrepreneurs enquêtés seront ceux qui ont créé leurs entreprises il y a moins de quatre (04) ans. Cette condition est très importante pour la collecte des données, car l'expérience de création est encore fraîche à la mémoire de ces entrepreneurs qui seront invités à se rappeler de plusieurs évènements caractérisant chaque étape du processus de création.

➤ La taille de l'échantillon :

L'ambition de notre étude exploratoire est d'expliquer en profondeur un phénomène non étudié dans le contexte algérien. De ce fait, l'analyse qualitative de cas est approprié (Yin, 2003). Nous avons opté pour une analyse de cas multiples au lieu d'un seul cas dans le but d'aboutir à une compréhension plus globale.

Cependant, dans les études de cas multiples, la détermination, à priori du nombre de cas est généralement difficile. Dans ce cadre, Strauss et Corbin (1998) proposent d'obtenir un nombre de cas suffisant qui permettent au chercheur d'arriver à la

¹³⁴ L'indice de diversité d'après Renzulli et al (2000), est établi sur la base du contexte social qui lie un individu donné à l'entrepreneur. Renzulli L.A., H.E. Aldrich et J. Moody (2000), "Family matters: gender, networks, and entrepreneurial outcomes", *Social Forces*, vol.79, n°2, p. 523-546. Cite par Chollet (2002).

saturation¹³⁵ théorique dans l'étude du phénomène. De sa part, Schneider (2007) souligne que dans toute analyse entièrement qualitative, 15 à 30 cas est le maximum pour une étude en profondeur.

Néanmoins, comme nous l'avons précisé plus haut, nous avons opté pour une démarche non purement qualitative, en visant un échantillon de taille plus élargie que celle habituellement utilisée dans les études entièrement qualitatives. Compte-tenu de ces considérations, nous avons constitué un échantillon de 30 cas d'entrepreneurs créateurs de micros-entreprises, dans l'objectif d'étudier la formation du capital social entrepreneurial en profondeur et de pouvoir en dégager des tendances plus ou moins généralisables, du moins pour la population ciblée par cette étude.

- **La détection des entrepreneurs :**

La détection des cas à étudier est l'une des contraintes majeures que le chercheur doit surmonter. Pour faciliter cette tâche, nous nous sommes servis des données disponibles au niveau des structures d'aide à la création. Notre échantillon était constitué en deux étapes :

- En première étape, nous avons contacté trois structures d'aide à la création (L'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM) situées au niveau de la Wilaya de Béchar, qui nous ont fourni leurs bases de données concernant les micros-entreprises créées par leur biais. Les bases de données contiennent les informations dont nous avons besoin pour effectuer une première sélection, telles que la date de création des entreprises, leur type d'activité, le nom des créateurs ainsi que l'adresse (siège social). Cette opération, nous a permis de sélectionner 20 cas (08 cas de l'ANSEJ, 06 cas de la CNAC et 06 cas de l'ANGEM) qui répondent à nos critères d'échantillonnage. Ensuite, nous avons procédé à un premier contact avec chacun des cas sélectionnés pour leur expliciter le motif de notre visite et acquérir leur accord de participation à l'enquête. Nous avons réussi à contacter 13 cas dont 03 ont refusé de participer à l'enquête. Nous avons fixé des rendez-vous pour des entretiens avec les 10 entrepreneurs qui ont accepté la participation.

¹³⁵ Bertaux donne une définition de la saturation : « *La saturation est le phénomène par lequel, passé un certain nombre d'entretiens /.../, le chercheur ou l'équipe a l'impression de ne plus rien apprendre de nouveau, du moins en ce qui concerne l'objet sociologique de l'enquête* » (Bertaux, 1980, P.205).

- En seconde étape, et dans l'objectif d'inclure dans notre échantillon des entrepreneurs des différentes régions de l'Algérie. nous avons saisi l'occasion du déroulement du deuxième Salon National de l'emploi tenu à Alger du 22 au 26 février 2012. Les cinq jours du Salon nous ont permis d'effectuer un premier contact avec les entrepreneurs participants pour requérir leur accord de participation à l'enquête. Cette procédure a été réalisée dès le premier jour d'ouverture du Salon et nous a permis de repérer 20 cas avec qui nous avons réalisé des entretiens durant les trois jours suivants.

La procédure que nous avons suivi pour appréhender notre terrain d'investigation, semble peut être peu scientifique, mais le chercheur doit détecter toute opportunité lui facilitant l'accès au champ correspondant à son sujet de d'investigation. Dans ce sens, Baumard et al (1999) considèrent que « *la gestion d'un programme de recherche participe d'un opportunisme méthodique* » (1999, P.243).

Les deux tableaux ci-dessous présentent la liste des entreprises créées par les trente entrepreneurs de notre échantillon.

Tableau 29 : Liste du 1^{er} groupe d'entreprises (10 cas)

Nom de l'entreprise	Type d'activité	Année	Localisation
SNC. JN et Compagnies	Confection industrielle de vêtements	2008	Béchar
Diesel El-Saoura	Mécanique – électronique	2008	Béchar
EURL Merzoug	Taxi-radio	2010	Béchar
Restaurant Gaâda	Restauration	2010	Béchar
Menuiserie Boudiaf	Menuiserie générale	2008	Béchar
Est Nour-El-Houda	Soudure	2009	Béchar
EURL R. Technique	Réseaux d'électricité et Télécom.	2008	Béchar
SCOMP	Publicité et communication	2008	Béchar
Racine Drink	Production de boissons	2009	Béchar
Grouz vidéo	Communication audio-visuelle	2008	Béchar

Tableau 30 : Liste du 2^{ème} groupe d'entreprises (20cas)

Nom de l'entreprise	Type d'activité	Année	Localisation
Ets Zennadi	Agro-alimentaire	2010	Tizi-Ouzou
BIAPHARM	Fabrication produits stérilisants	2009	Tlemcen
SARL Lachbour-Plast	Transformation de plastique	2008	Ghardaïa
Mondial Plast	Fabrication d'emballage en plastique	2010	Mostaganem
Azen Plast	Accessoires PVC	2010	Tipaza
RéaLab	Fabrication de réactifs de labo	2010	Tipaza
Neg Lyne	Fabrication Produits cosmétiques	2008	Sétif
Récup Electro	Conception et maintenance produits électroniques	2010	Alger
Alu El-Fallah	Menuiserie aluminium	2009	Alger
Méditerranée Flex	Fabrication flexibles et raccords	2008	Annaba
Bia Béton	Fabrication bloc béton	2010	Blida
Aldev Plants	Laboratoire de culture in vitro	2008	Alger
NoorZerguine	Montage matériel énergie renouvelable	2010	Sétif
Ets Belkacem	Api culture	2010	Tiaret
EURL Koukou Rozo	Industrie agro-alimentaire	2008	Tipaza
Ets Ghomari	Transformation de liège	2010	Tlemcen
Ets Djédidi	Industrie agro-alimentaire	2008	El-Taref
Ets Kimel Froid	Fabrication matériel Frigo	2009	Béjaïa
Ets Mérabet	Industrie Textile	2010	Mila
SARL Aigle d'Or	Industrie de bois	2008	Constantine

1.3. Traitement et analyse des données :

Les données collectées des entretiens guidés par le questionnaire, ont été soumises à un certain nombre d'analyses statistiques dans l'objectif de décrire le phénomène de la formation du capital social de l'entrepreneur le long du processus de création. Cependant, notre questionnaire dès sa rédaction a été conçu pour constituer en quelque sorte une fiche de description pour chaque cas, ce qui nous a facilités un peu la préparation des données.

Toutefois, les informations fournies par les questionnaires n'étaient pas toutes directement exploitables en l'état. Elles ont été soumises à un travail de préparation avant d'être transmises au fichier de variables sur lesquelles seront effectués les traitements statistiques envisagés.

Ainsi après avoir vérifié les questionnaires, nous avons procédé au codage sur SPSS. Le codage consiste à effectuer un symbole ou une valeur numérique à chaque variable.

Ces opérations de vérification, codage et saisie informatique des données furent facilitées par le travail de conception du questionnaire et des modalités des réponses.

A cette étape d'analyse qualitative, nous avons procédé à une analyse uni-variée ainsi qu'une analyse bi-variée.

- L'analyse uni-variée permet d'examiner la distribution des modalités de réponse pour une variable. Il s'agit donc d'un tri à plat pour décrire l'échantillon.
- L'analyse bi-variée consiste à examiner les relations entre deux variables, c'est un tri-croisé. Cependant, il ne faut croiser que ce qui apporte réellement une information pertinente à la thèse que l'on soutient. Le tri-croisé a pour objectif de comparer les réponses à une question selon la réponse donnée à une autre question.

Dans cette première section nous avons détaillé la démarche qualitative adaptée qui nous a permis d'investiguer la première question (Q1) de notre recherche. Nous avons argumenté le choix de procéder par une méthodologie qualitative auprès d'un échantillon de taille relativement élargie. Nous avons aussi explicité l'utilisation de différentes techniques de collecte de données et les techniques déployées pour les analyser.

Ces différentes analyses seront développées lors de la présentation des résultats.

II. Présentation et discussion des résultats de l'étude qualitative :

Avant de passer à la discussion des résultats relatifs à la formation du capital social entrepreneurial, nous présentons en premier lieu une description des données sociodémographiques caractérisant les cas étudiés. Puis nous présentons les descriptions des ressources acquises ainsi que la configuration du réseau personnel mobilisé à chaque étape du processus entrepreneurial.

2.1. Description générale des données sociodémographiques :

Nous abordons dans cette section la description de l'ensemble des données sociodémographiques des entrepreneurs interrogés ainsi que certaines caractéristiques des micros-entreprises créées par les entrepreneurs.

2.1.1. Caractéristiques des entreprises :

Les entreprises créées par les entrepreneurs de notre échantillon sont des micros-entreprises, employant entre 01 et 09 employés. Au moment des entretiens, l'âge de ces entreprises était de deux à quatre années. La majorité de ces entreprises (23 cas) œuvrent dans le secteur de l'industrie légère : la confection, l'agroalimentaire, transformation du plastique, la chimie, le bois. Alors que les autres entreprises (07 cas) œuvrent dans les services tels que : le transport, la restauration, la publicité et la communication.

2.1.2. Caractéristiques des entrepreneurs :

Nous présentons les caractéristiques des données recueillies auprès de l'ensemble des entrepreneurs interrogés.

- ❖ **Le genre des entrepreneurs** : Notre échantillon comptait vingt-cinq hommes et cinq (05) femmes seulement.

Tableau 31 : Le genre des entrepreneurs interrogés

Genre	Fréquence	Pourcentage
Homme	25	83.33 %
Femme	05	16.67 %
Total	30	100.00 %

- ❖ **L'âge des entrepreneurs** :

Au moment de création de leurs entreprises, la majorité des entrepreneurs interrogés avaient entre 22 et 35 ans. Alors que l'âge moyen de l'ensemble de l'échantillon est de 31 ans.

Tableau 32 : l'âge des entrepreneurs

L'âge	Fréquence	Pourcentage
22 à 35	23	76.67 %
36 à 42	07	23.33 %
Total	30	100.00 %

❖ **Le capital humain :**

Le capital humain des entrepreneurs interrogés est déterminé par les données collectées relatives au niveau d'instruction scolaire, la formation professionnelle et l'expérience professionnelle.

- Le niveau d'instruction scolaire :

Les données collectées montrent qu'une bonne part des entrepreneurs, sont des universitaires (14 cas) alors que 10 cas ont un niveau secondaire et 06 cas seulement ont un niveau de scolarité moyen.

Tableau 33 : niveau de scolarité des entrepreneurs

Scolarité	Fréquence	Pourcentage
Moyen	06	20.00 %
Secondaire	10	33.33 %
Universitaire	14	45.67 %
Total	30	100.00 %

❖ **La formation professionnelle :**

Une bonne part des entreprises (60%) ont suivi une formation professionnelle.

Tableau 34 : Formation professionnelle suivie

Suivi de formation	Fréquence	Pourcentage
OUI	18	60.00 %
NON	12	40.00 %
Total	30	100.00 %

Parmi les entrepreneurs qui ont suivi une formation professionnelle, 15 cas affirment que leur formation était directement liée à l'activité de leurs entreprises créées.

❖ **L'expérience professionnelle :**

La majorité des entrepreneurs ont eu une expérience professionnelle avant la création de leurs entreprises (70 % des cas étudiés). Parmi ceux-ci, plus de 95 % leur expérience est directement liée à l'activité de leurs entreprises.

Tableau 35 : Expérience professionnelle vécue

Expérience	Fréquence	Pourcentage
OUI	21	70.00 %
NON	09	30.00 %
Total	30	100.00 %

2.2. Description de l'acquisition des ressources :

L'utilisation des ressources externes (ressources du réseau social) par les entrepreneurs et leurs effets sur le processus entrepreneurial, ont fait l'objet de nombreuses études qui ont abouti à des conclusions convergentes. Dans leur étude Zhao et Aram (1995) ont constaté que l'accès aux ressources par l'intermédiaire des réseaux sociaux a un impact positif sur la croissance des entreprises.

Toutefois, les raisons pour lesquelles les entrepreneurs font recours à l'utilisation du capital social sont diverses. Dans l'une des premières études empiriques, menées aux Etats-Unis, Aldrich et al (1987) ont constaté que l'accessibilité aux ressources du réseau social est significativement et positivement corrélée avec la décision de lancer une nouvelle entreprise.

De leur part, Neeigard et Madsen (2004) dans une étude exploratoire de 130 entreprises au Danemark, ont constaté que les entrepreneurs étudiés ont cité les principales raisons pour lesquelles ils utilisent leur capital social. Par ordre d'importance, ces raisons sont : les conseils, les connaissances technologiques, le recrutement des associés, l'identification des clients, la résolution des problèmes et la recherche des ressources financières. Dans une enquête réalisée aux Etats-Unis par Aldrich et Carter (2004) auprès d'un échantillon d'entrepreneurs naissants, ont abouti à la détermination de trois contributions principales du capital social au processus de création à savoir : les informations ou conseils, les formations et la présentation à d'autres personnes.

Dans la présente enquête, l'un de nos objectifs est de vérifier pour quels types de ressources, les entrepreneurs de notre échantillon utilisent leur capital social. Pour ce faire, nous avons classé les ressources nécessaires en deux types :

- **Les ressources « intangibles »** : comprenant les informations, les conseils et le soutien émotionnel (encouragement et motivation).
- **Les ressources « tangibles »** : dont principalement les ressources financières et les ressources matérielles.

Après le traitement statistique de données collectées auprès des entrepreneurs de notre échantillon, nous présentons les résultats relatifs à l'acquisition des ressources. Ces résultats comprennent trois types de descriptions :

- La première description concerne les ressources acquises pour chaque décision et action entreprise à chaque étape du processus de création.
- la seconde description concerne le mode d'accès aux ressources. Nous avons procédé à la distinction entre deux modes d'accès, à savoir : les relations sociales de l'entrepreneur et les organismes d'aide à la création (ANSEJ, CNAC et ANGEM).
- La troisième description est relative aux ressources acquises selon leur typologie (ressources tangibles/ ressources intangibles).

2.2.1. Description des ressources acquises pour chaque décision/ action :

Dans chaque étape du processus, et pour chaque décision ou action, nous avons calculé le nombre des acquisitions de chaque ressource (le nombre des acquisitions est la somme des acquisitions effectuées par les entrepreneurs).

Tableau 36 : Nombre des ressources acquises en 1^{ère} étape (Déclenchement).

Décision/action	Soutien Emotionnel	Conseil	Information	Matériel	Financement
Identification et développement de l'idée d'affaire	130	105	105	-	45
Décision d'entreprendre	122	120	135	-	60
Score total	252	225	240	-	105

En première étape, pour identifier et développer leurs idées d'affaires, les entrepreneurs interrogés avaient besoin d'informations, de conseils et beaucoup plus de soutien émotionnel. Tandis que pour prendre la décision d'entreprendre, les entrepreneurs ont cherché principalement des informations et des conseils.

Tableau 37 : Nombre des ressources acquises en 2nde étape (Engagement).

Décision/action	S/Emotionnel	Conseil	Information	Matériel	Financement
Rédaction du plan d'affaires	70	95	135	50	75
Enregistrement juridique	60	105	139	35	85
Acquisition et installation	85	115	130	90	150
Recrutement	55	85	120	-	85
Développement du 1 ^{er} produit	90	125	130	128	110
Score total	360	525	654	303	505

Dans l'ensemble des actions effectuées dans l'étape de l'engagement du processus entrepreneurial, les résultats montrent que les entrepreneurs ont acquis différents types de ressources dont principalement l'information, mais aussi les conseils et le financement.

Tableau 38 : Nombre des ressources acquises en 3^{ème} étape (Achèvement).

Décision action	Soutien émotionnel	Conseil	Information	Matériel	Financement
Réalisation des 1 ^{ères} ventes	80	102	127	89	95
Planification formelle	70	105	102	41	80
Activités marketing	65	103	110	85	102
Gestion et développement de l'entreprise	60	98	105	55	103
Score total	275	408	444	270	380

L'étape de l'achèvement de processus entrepreneurial est généralement semblable à l'étape précédente en termes de type de ressources acquises mais avec une diminution en termes de nombre. Cependant, l'information reste toujours la ressource la plus recherchée suivie par les conseils et le financement.

Le tableau 39 présente une récapitulation des scores totaux enregistrés dans les trois étapes.

Tableau 39 : Récapitulation des résultats.

Ressources	Déclenchement	Engagement	Achèvement	Total	%
Information	240	654	444	1338	27
Conseil	225	525	408	1158	23,4
Soutien émotionnel	252	360	275	887	18
Financement	105	505	380	990	20
Matériel	/	303	270	573	11,6
Total	822	2347	1777	4946	100

Ces résultats montrent que les entrepreneurs interrogés ont accumulé tout type de ressources mais avec des degrés d'importance différents. Le classement des ressources selon leur importance est comme suit :

- Au premier rang : les informations.
- Au second rang : Les conseils.
- Au troisième rang : Le financement.
- Au quatrième rang : Le soutien émotionnel.
- Et au cinquième rang : Les ressources matérielles.

2.2.2. Description du mode d'accès aux ressources :

Dans notre étude, nous nous intéressons principalement à l'importance des ressources cumulées par les entrepreneurs en mobilisant leurs relations personnelles par rapport à celles acquises par le biais des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (L'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM). Pour ce faire, nous avons calculé la proportion de chaque mode d'acquisition par rapport au nombre d'acquisitions total de chaque type de ressources, et ce pour la totalité du processus entrepreneurial. Le tableau 40, résume les résultats obtenus.

Tableau 40 : Proportions des modes d'accès aux ressources

Type de ressources acquises	Mode d'accès		Total	
	Relations personnelles	Dispositifs (ANSEJ/CNAC)	%	%
Informations	72,8 %	27,2 %	100 %	27 %
Conseils	80,6 %	19,4 %	100 %	23,4 %
Soutien émotionnel	92,8 %	07,2 %	100 %	18 %
Total ressources intangibles	82,1 %	17,9 %	100 %	68,4
Financement	59,7 %	40,3 %	100 %	20 %
Matériel	63,2 %	36,8 %	100 %	11,6 %
Total ressources tangibles	61,5 %	38,5 %	100 %	31,6
Total des ressources acquises	73,8 %	26,2 %	100 %	100 %

Les résultats montrent que les relations personnelles sont massivement mobilisées par les entrepreneurs interrogés pour acquérir différents types de ressources. En effet, près de 74% du total des ressources ont été acquises par l'utilisation des relations personnelles. Tandis que les proportions des ressources acquises par le biais des dispositifs d'aide sont faibles (26,2% seulement de la totalité des ressources acquises), notamment les ressources intangibles qui ne présentent que 17,9% de la totalité de ce type de ressources, alors que les acquisitions les plus importantes sont celles des ressources tangibles dont principalement les ressources financières qui présentent plus de 40%.

Ces résultats nous permettent de constater que les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ne sont pas encore en mesure d'offrir un accompagnement adéquat aux porteurs de projets entrepreneuriaux, et que leur aide se limite principalement à l'aide financière et le suivi administratif du dossier de création, alors qu'en termes d'informations et de conseils, leur aide demeure insuffisante. Nos résultats confirment donc ceux d'autres chercheurs comme Berrah et Boukrif (2013) qui soulignent le manque de transparence ou l'inexistence d'informations au niveau de ces organismes, ce qui laissent sans réponse les diverses interrogations des jeunes promoteurs. Boutaleb (2006), lui aussi fait remarquer que sur le plan institutionnel, il n'existe pas à

proprement parler d'organisation adéquate pour la production de l'information économique et de conseil. De leur part Berreziga et MEZIANE (2011) ont constaté que : « *un accompagnement (comme le cas des adhérents au niveau de l'ANSEJ) il est juste à priori c'est-à-dire avant le démarrage de l'entreprise alors que l'entrepreneur a toujours besoin d'un accompagnement et en particulier dans les premières années de démarrage* » (2011, p13). Tandis que l'accompagnement, comme le fait valoir Cuzin et Fayolle (2004) : « *se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation qui s'établie dans la durée et n'est pas ponctuelle, /...../ A travers cette relation l'entrepreneur va réaliser des apprentissages utiles à la concrétisation de son projet*».

Dans cette situation de faiblesse d'accompagnement, les entrepreneurs mobilisent leurs relations personnelles qui leur permettent d'acquérir 61,5% des ressources tangibles et 82,1% des ressources intangibles nécessaires pour la concrétisation de leurs projets.

Les résultats de notre étude indiquent aussi que les informations et les conseils constituent les principales raisons pour lesquelles les entrepreneurs interrogés utilisent leur capital social, de ce fait notre résultat convergent avec celui d'autres études comme celles d'Aldrich et Carter (2004) et Neegrad et Madsen (2004).

2.2.3. Description des ressources acquises par les relations personnelles :

Pour répondre à la question : quel type de ressources était le plus sollicité par les entrepreneurs auprès de leurs réseaux de relations personnelles à chaque étape du processus entrepreneurial ? Nous avons procédé au calcul de la proportion que présente le nombre acquis de chaque type de ressources par rapport au nombre total de ressources acquises à chaque étape du processus de création, comme l'indique le tableau 41.

Tableau 41 : Type de ressources acquises à chaque étape.

Proportions du type de ressources	1ère étape		2ème étape		3ème étape	
	Ressources tangibles	Ressources intangibles	Ressources tangibles	Ressources intangibles	Ressources tangibles	Ressources intangibles
	% des cas	% des cas	% des cas	% des cas	% des cas	% des cas
P ₁ = 0%	72,2	5,6	17,2	-	25	6,7
P ₂ ≤ 50%	19,4	8,3	75,9	16,2	64,3	30
50 < P ₃ < 100%	2,8	13,9	6,9	66,6	10,7	40
P ₄ = 100	5,6	72,2	-	17,2	-	23,3

Les chiffres mentionnés dans le tableau indiquent le pourcentage des entrepreneurs ayant acquis la proportion donnée de chaque type de ressources. Pour lire ce tableau, par exemple la première colonne indique que dans 72,2% des entrepreneurs n'ont pas acquis de ressources tangibles, pour 19,4% des entrepreneurs, les ressources tangibles acquises représentent moins de 50% du total des ressources acquises dans la première étape, alors que pour 2,8% des cas, les ressources tangibles acquises représentent plus de 50% du total des ressources acquises tandis que 5,6% des entrepreneurs n'ont acquis que des ressources tangibles à la première étape (P₄=100%).

En première étape, les résultats montrent que les ressources intangibles étaient plus fortement sollicitées que les ressources tangibles ; ce qui nous semble logique, puisque durant cette étape l'entrepreneur a généralement besoin d'informations de conseils et même d'encouragement. Pendant la deuxième étape, par comparaison à l'étape précédente, les ressources tangibles sont plus sollicitées, car à cette étape du montage effectif du projet que l'entrepreneur aura besoin d'accumuler l'essentiel des ressources de nature hétérogène : financières, matérielles, humaines, informationnelles, etc. Mais, il reste que la proportion des ressources tangibles est moins que celle des ressources intangibles. Le même constat a été observé en troisième étape. Avec ces résultats, nous rejoignons Chollet (2002), qui a opéré un découplage entre les besoins en informations concentrées dans la première moitié du processus et les besoins en ressources tangibles concentrées dans la deuxième moitié.

2.3. Description de la configuration du réseau personnel mobilisé :

Ce paragraphe présente les statistiques descriptives des indicateurs de la configuration du réseau personnel à chaque étape du processus entrepreneurial

2.3.1. La structure du réseau :

La structure du réseau personnel mobilisé à chaque étape est déterminée à travers la description des indicateurs y afférents à savoir : la taille du réseau et le nombre de trous structuraux.

a) La taille du réseau :

Le tableau 42 résume les résultats relatifs à la taille du réseau personnel en quatre catégories : nous avons considéré ($T_1 \leq 5$) contacts comme taille réduite, (T_2) allant de 06 à 10 contacts comme taille moyenne ; le nombre de contacts situé entre 11 et 20 contacts comme taille étendue (T_3) et très étendue (T_4) lorsque le nombre dépasse 20 contacts.

Tableau 42 : La taille du réseau relationnel mobilisé

Taille du réseau	1ère étape	2ème étape	3ème étape
	% des cas	% des cas	% des cas
$T \leq 5$	56,8	56,7	67,6
$6 \leq T_2 \leq 10$	35,1	27	24,3
$11 \leq T_3 \leq 20$	8,1	16,3	8,1
$21 \leq T_4 \leq 30$	-	-	-

Dans toutes les étapes du processus entrepreneurial, la taille des réseaux personnels mobilisés par les entrepreneurs interrogés, ne dépasse pas 5 contacts dans plus que la moitié des cas. Alors que la majorité des cas restants (entre 24% et 35% des cas) ont mobilisé des réseaux de taille moyenne (T_2) et dans quelques cas la taille était étendue (T_3). Mais il y a une particularité remarquée dans la deuxième étape (engagement du processus) où la taille (T_3) a été enregistrée dans 16% des cas contre seulement 08% des cas en 1^{ère} et 3^{ème} étape. Cette particularité s'explique par le fait que la 2^{ème} étape est la plus cruciale où l'entrepreneur passe à la concrétisation réelle de son projet par la réunion et la mobilisation de différents types de ressources, ce qui implique automatiquement l'augmentation du nombre de liens sociaux mobilisés, qui dépasse 15 contacts dans certains cas.

b) Le nombre de trous structuraux :

Le nombre de trous structuraux est inversement lié à la valeur de la contrainte structurale. Selon Burt (1995), plus la contrainte d'un réseau est faible (s'approchant de 0 et s'éloignant de 1), plus ce réseau contient des trous structuraux. Les valeurs calculées de la contrainte de tous les cas étudiés sont classées en trois catégories : faible ($C_1 < 0,4$), assez forte ($0,4 < C_2 < 0,6$) et forte ($C_3 > 0,6$).

Tableau 43 : Pourcentage des cas selon les valeurs de la contrainte.

Valeur de la contrainte C	1ère étape	2ème étape	3ème étape
	% des cas	% des cas	% des cas
$C < 0,4$	23,7	29	34,3
$0,4 \leq C_2 \leq 0,6$	31,6	34,2	22
$C_3 > 0,6$	44,7	36,8	43,7

Dans toutes les étapes, la majorité des entrepreneurs de l'échantillon ont des contraintes fortes, c'est-à-dire ayant peu de trous structuraux dans leurs réseaux. Ces entrepreneurs ont donc mobilisé des réseaux denses. Ceci revient au fait que les liens forts ont été plus mobilisés que les liens faibles (résultats indiqués au tableau 44). Pour les cas où la contrainte est faible indiquant la présence de beaucoup de trous structuraux, les résultats obtenus montrent que le nombre de ces cas a augmenté en 2^{ème} et 3^{ème} étapes puisque la mobilisation des liens faibles a augmenté dans ces étapes. Ces résultats confirment l'argumentation de M. Granovetter, selon laquelle, les liens forts ont tendance à créer des zones fermées, alors que les liens faibles constituent des ponts d'accès vers d'autres réseaux.

2.3.2. La nature des liens :

Nous avons cherché à déterminer quel type de lien est le plus mobilisé dans chacune des étapes du processus de création d'entreprise. Le tableau 44 présente les proportions de chaque type de lien par rapport à la totalité des liens mobilisés à chaque étape. Les proportions sont regroupées en quatre catégories. Le calcul des fréquences des cas a été établi pour chacune des étapes.

Tableau 44: Proportions des liens forts et des liens faibles mobilisés à chaque étape

Proportions des liens	1ère étape		2ème étape		3ème étape	
	Liens forts % des cas	Liens faibles % des cas	Liens forts % des cas	Liens faibles % des cas	Liens forts % des cas	Liens faibles % des cas
P₁ = 0%	-	29,7	10,8	13,5	19	16,2
P₂ ≤50%	19	67,6	32,4	56,7	40,5	44,8
P₃ >50%	51,3	2,7	43,3	19	24,3	20
P₄=100%	29,7	-	13,5	10,8	16,2	19

Les entrepreneurs étudiés ont fait recours à leurs relations sociales des deux types : liens forts et liens faibles ; mais, avec des proportions qui diffèrent d'une étape à l'autre. En première étape (le déclenchement du processus), les résultats montrent que les liens forts sont nettement plus mobilisés que les liens faibles (dans plus de 51% des cas, les liens forts présentent plus de 50% des contacts mobilisés et dans près de 30% des cas, la totalité des contacts étaient des liens forts). Dans la seconde étape (engagement), la mobilisation des liens faibles a augmenté, mais toujours avec des proportions moins élevées que celles des liens forts (dans près de 30% des cas, les liens faibles présentent plus de 50% des liens mobilisés, alors que cette proportion est enregistrée par les liens forts dans près de 57% des cas). Dans la troisième étape (achèvement), les deux types de liens ont été mobilisés avec des différences peu significatives. Nos résultats relatifs à l'intensité des liens convergent donc avec l'idée avancée par Starr et Macmillan (1990)¹³⁶, selon laquelle l'étape de création est identifiée comme facteur de contingence. L'importance des différents types de liens varie selon l'étape du processus entrepreneurial. Les liens forts sont plus importants au début du processus, alors que les liens faibles deviennent plus importants dans les étapes qui suivent (Aldrich et Carter, 2004 ; Birley, 1985 ; Davidsson et Honig, 2003). En effet, au début du processus, les entrepreneurs interrogés ont exploité leurs réseaux relationnels préexistants constitués, dans leur majorité de liens forts (membres de famille et les amis proches). Par la suite, en comptant toujours sur les liens forts, les entrepreneurs ont procédé à l'élargissement de leurs réseaux en mobilisant plus de liens faibles.

¹³⁶ Starr J., Macmillan I., 1990, Ressource cooptation via social contracting: ressource acquisition strategies for new ventures, in Strategic Management Journal, vol.11. Cité par Salielles S., 2006.

2.3.3. La diversité du réseau :

Nous nous sommes aussi intéressés à la diversité du réseau relationnel à chaque étape du processus entrepreneurial, puisque les liens mobilisés par les entrepreneurs interrogés diffèrent d'une étape à l'autre. Après le calcul de l'indice de diversité (D), les valeurs sont regroupées en trois catégories : faible diversité pour les indices inférieurs ou égaux à 0,3 ; moyenne diversité pour les indices de valeurs comprises entre 0,3 et 0,5 et forte diversité pour les indices supérieurs à 0,5.

Tableau 45 : Diversité des réseaux relationnels mobilisés à chaque étape

Diversité	1ère étape	2ème étape	3ème étape
	% des cas	% des cas	% des cas
Faible ($D \leq 0,3$)	34,2	16,2	39,4
Moyenne ($0,3 < D \leq 0,5$)	40,5	40,5	36,4
Forte ($D > 0,5$)	24,3	43,3	24,2

Dans les trois étapes, les entrepreneurs ont mobilisé des réseaux sociaux assez diversifiés (dans la majorité des cas, la diversité est entre moyenne et forte), avec une augmentation considérable en deuxième étape dans laquelle plus de 43% des cas présentent une densité forte ($D > 0,5$). Tandis que dans la troisième étape, nous constatons une diminution : dans près de 40% des cas, la densité est faible alors que le nombre de cas où la diversité est forte, a baissé à 24,2% des cas.

2.4. Types de liens mobilisés pour chaque type de ressources :

L'un de nos objectifs est de déterminer avec précision quels types de liens ont été mobilisés pour chaque type de ressources. Pour ce faire, et en croisant les résultats relatifs aux types de liens mobilisés avec ceux relatifs aux types de ressources acquises, la proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources tangibles a été calculée. Par exemple, la proportion de liens forts mobilisés pour l'acquisition de ressources tangibles par rapport au nombre total des liens forts mobilisés à l'étape. Ce calcul est réalisé pour les deux types de liens pour chaque type de ressources et à chaque étape. Les proportions calculées sont classées en quatre catégories : P1 = 0%, $P2 \leq 50\%$, $50 < P3 < 50\%$ et P4 = 100. Les tableaux 46 résument les résultats obtenus.

Tableau 46 : Proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources (1^{ère} étape)

Proportion des liens	1 ^{ère} étape			
	Ressources tangibles		Ressources intangibles	
	Liens Fort % cas	Liens Faibles % cas	Liens Forts % cas	Liens Faibles % cas
P₁ = 0%	70,3	92,3	10,8	15,4
P₂ ≤ 50%	8	-	-	-
50 < P₃ < 100%	27	-	2,7	3,8
P₄ = 100	19	7,7	86,5	80,8

Les résultats indiquent qu'en première étape, les plus grandes proportions (100%) de liens forts et de liens faibles ont été mobilisées pour l'acquisition de ressources intangibles, mais avec une légère supériorité des liens forts. Tandis que le peu de ressources tangibles sollicitées à cette étape (résultats indiqués au tableau 47), ont été acquises dans la majorité des cas par des liens forts.

Tableau 47 : Proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources (2^{ème} étape)

Proportion des liens	2 ^{ème} étape			
	Ressources tangibles		Ressources intangibles	
	Liens Forts % cas	Liens Faibles % cas	Liens Forts % cas	Liens Faibles % cas
P₁ = 0%	42,4	71,9	30,3	25
P₂ ≤ 50%	39,4	18,7	12,1	12,5
50 < P₃ < 100%	6,1	3,1	12,1	3,1
P₄ = 100	12,1	6,2	45,5	59,4

En seconde étape, les proportions de liens mobilisés pour les ressources tangibles ont augmenté du fait que ces ressources sont plus sollicitées à cette étape, mais demeurent toujours les liens forts plus mobilisés que les liens faibles. Quant aux ressources intangibles, les proportions des deux types de liens ont diminué par rapport à la 1^{ère} étape, mais avec une nette supériorité des liens faibles (59,4% des cas ont mobilisé 100% de liens faibles pour l'accès aux ressources intangibles). Ce qui attire l'attention dans ces résultats est la proportion P₁=0% indiquant le non mobilisation de liens, qui a été enregistrée pour les deux types de liens et dans les deux types de ressources. Pour les ressources tangibles, la non-mobilisation des liens faibles (dans

71,9% des cas) s'explique par le fait que ces ressources sont généralement acquises auprès des liens forts (Casson, 1991 ; Boutillier et Uzunidis, 1999). Tandis que 42,4% des cas n'ont pas mobilisé des liens forts pour ce type de ressources puisque durant cette étape dans plus de 17% des cas, les ressources tangibles n'étaient pas sollicitées auprès du réseau relationnel (Résultats du tableau n°40) du fait que la principale ressource tangible (le financement) a été acquise par le biais des dispositifs d'aide à la création. En ce qui concerne les ressources intangibles, deux tendances sont considérées. La première tendance confirme l'argument de la force des liens faibles de Granovetter, c'est le cas des entrepreneurs qui n'ont mobilisé que des liens faibles (30,3% des cas). La seconde tendance est celle des entrepreneurs qui n'ont mobilisé que des liens forts (25% des cas) confirmant ainsi les avancées d'UZZI (1997)¹³⁷, qui a constaté qu'en phase d'élaboration du projet, l'entrepreneur aura besoin de traiter une multitude d'informations complexes et ambiguës, de ce fait « *l'impact des liens faibles semble s'inverser, les liens forts étant plus adaptés en permettant le transfert d'une information plus riche* » (Chollet, 2002).

Tableau 48 : Proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources (3^{ème} étape)

Proportion des liens	3 ^{ème} étape			
	Ressources tangibles		Ressources intangibles	
	Liens Forts	Liens Faibles	Liens Forts	Liens Faibles
	% cas	% cas	% cas	% cas
P₁ = 0%	56,5	73	34,8	34,6
P₂ ≤ 50%	21,8	11,6	13	11,5
50 < P₃ < 100%	8,7	3,8	8,7	7,7
P₄ = 100	13	11,6	43,5	46,2

En troisième étape, les résultats mettent en relief les mêmes constats soulevés dans l'étape précédente. En effet les résultats montrent que globalement les deux types de liens sont mobilisés pour l'acquisition des deux types de ressources, et qu'il est difficile d'arbitrer entre liens faibles pour les ressources intangibles et liens forts pour les ressources tangibles.

¹³⁷ Uzzi B., 1997, « Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness », *Administrative Science Quarterly*, vol.42, n°1, p.35-67. Cité par Chollet, 2002.

2.5. La formation du capital social entrepreneurial :

Pour une meilleure compréhension de la formation du capital social entrepreneurial, nous présentons dans cette sous-section une récapitulation des résultats découlant de l'analyse des réseaux mobilisés par les entrepreneurs à chaque étape du processus puis à la totalité du processus entrepreneurial. Nous nous basons dans cette analyse sur la description des valeurs minimales, les valeurs maximales ainsi que le calcul des valeurs moyennes de chacune des variables utilisées pour décrire le capital social.

2.5.1. La forme du capital social à l'étape déclenchement du processus :

Le déclenchement est la première étape du processus entrepreneurial et les activités essentielles caractérisant cette étape, consistent en l'identification et au développement de l'idée d'affaire, puis en la prise de décision de créer l'entreprise. Ce sont des activités basées en premier lieu sur la cognition et la réflexion. A cette étape, les entrepreneurs ont procédé à l'acquisition des ressources nécessaires qui sont principalement de nature intangible : informations, conseils et soutien émotionnel. Les données relatives au capital social mobilisé à ces fins, sont présentées au tableau 49.

Tableau 49 : Les indicateurs du capital social mobilisé au déclenchement

Les variables	Valeur minimum	Valeur maximum	Valeur moyenne*
La taille	02	12	6.02
Lien fort	02	10	4.6
Lien faible	01	06	1.3
Diversité	0.16	0.74	0.53
Contrainte	0.33	0.93	0.69

*La moyenne est calculée pour l'ensemble de l'échantillon.

La taille moyenne du réseau mobilisé est de six (06) contacts, ce résultat convergent avec ceux d'autres études, comme par exemple celle de Greve et Salaff (2003), qui ont montré qu'en première phase (durant laquelle l'idée mûrit), le réseau est généralement petit (en moyenne, 8 contacts).

Parmi les contacts mobilisés, les liens forts sont le plus utilisés **4.6** contacts en moyenne contre **1.3** liens faibles résultant. De ce fait, nos résultats confirment l'idée selon laquelle les liens forts sont plus importants au début du processus (Aldrich et Carter, 2004 ; Davidsson et Honig, 2003).

L'indice moyen de la diversité du réseau est de 0.53 indiquant que le réseau est moyennement diversifié. Tandis que la contrainte moyenne est d'une valeur de 0.69, qui peut être considérée comme forte, c'est-à-dire qu'il y a peu de trous structuraux dans les réseaux mobilisés par les entrepreneurs de notre échantillon.

Ces résultats nous permettent de conclure que pour identifier et évaluer l'idée d'affaire et prendre la décision d'entreprendre, les entrepreneurs interrogés se sont servis de leur capital social formé principalement par leur réseau personnel préexistant où la majorité des liens mobilisés sont des liens forts composés de membres de la famille et les amis proches. Alors que la présence de liens faibles (amis peu proches, simples connaissances) est très faible. Il s'agit de réseaux denses et peu diversifiés. Ainsi comme le souligne Chollet (2002) : « *La force des liens est corrélée à la densité : le réseau ayant une forte proposition de liens forts aura tendance à être très dense (tous les individus se connaissent dans ce réseau)* ». De ce fait, nous considérons que le capital social mobilisé par les entrepreneurs lors du déclenchement du processus est un «***bonding social capital***» qui, selon Putnam (2000), désigne les réseaux autocentrés réunissant des personnes du même genre comme la famille et qui sont caractérisés par une forte cohésion sociale.

2.5.2. La forme du capital social à l'étape d'engagement :

L'engagement dans le processus de création est la seconde étape qui suit la décision de création. A cette étape, l'entrepreneur a de nombreuses et d'importantes activités à réaliser qui vont de l'élaboration du plan d'affaires jusqu'à la réalisation des premières ventes. Il s'agit des activités qui nécessitent de l'énergie, du temps et des moyens de toute nature : physique, financière et humaine. Pour la concrétisation de cette étape, les entrepreneurs avaient besoin de tout type de ressources pour lesquelles ils ont fait recours à leurs relations sociales. Le tableau 50 présente les données récapitulées de cette étape.

Tableau 50 : Les indicateurs du capital social mobilisé à l'engagement

Les variables	Valeur minimum	Valeur maximum	Valeur moyenne
La taille	02	16	8.01
Lien fort	02	09	4.8
Lien faible	01	09	3.1
Diversité	0.12	0.82	0.53
Contraint	0.17	0.92	0.59

La taille moyenne du réseau mobilisé est de huit (08) contacts, là aussi nos résultats convergent avec ceux de Greve et Salaff (2003) qui ont compté à cette étape une taille moyenne de 14.7 contacts.

En élargissant la taille de leurs réseaux, les entrepreneurs ont mobilisé plus de liens forts, mais aussi plus de liens faibles qui sont donc devenus plus importants puisque leur nombre moyen est passé de 1.8 en première étape à 9 contacts. Ce constat a été signalé par des études antérieures (Aldrich et Carter, 2004 ; Birley, 1985 ; Davidsson et Honig, 2003).

A cette étape, les réseaux des entrepreneurs sont plus ouverts, suite à la mobilisation des liens faibles qui ont donné lieu à plus de trous structuraux (diminution de la valeur moyenne de la contrainte à 0.44). Et plus diversifiés (augmentation de la valeur moyenne de l'indice de diversité à 0.74).

Ces résultats confirment l'argumentation de Granovetter, selon laquelle les liens forts ont tendance à créer des zones fermées, alors que les liens faibles constituent des ponts d'accès vers d'autres réseaux.

Partant de ces constatations, nous considérons que le capital social mobilisé, pour la création effective de l'entreprise, est formé davantage de liens forts (famille et amis proches), mais aussi plus de liens faibles. Il s'agit donc d'une association de "**Bonding social capital**" ainsi que de "**Bringing social capital**" qui, d'après Woolcock (2000), se réfère aux relations entre des acteurs non semblables, et que Putnam (2000) définit comme étant des réseaux ouverts sur l'extérieur.

2.5.3. La forme du capital social à l'étape d'achèvement :

L'achèvement du processus entrepreneurial est la phase où la nouvelle entreprise parvient à réaliser un équilibre financier et l'entrepreneur s'en charge de la réalisation des activités administratives relatives à la gestion des ressources financières, humaines, la production et la commercialisation. Toutes ces activités nécessitent différents type de ressources, mais aussi des compétences techniques et administratives. A cette phase, la mobilisation du capital social se poursuit, le tableau 51 présente les données y afférentes.

Tableau 51 : Les indicateurs du capital social mobilisé à l'achèvement

Les variables	Valeur minimum	Valeur maximum	Valeur moyenne
La taille	2	16	7.2
Lien fort	1	10	3.33
Lien faible	1	10	3.9
Diversité	0.78	1.40	0.59
Contrainte	0.26	0.98	0.41

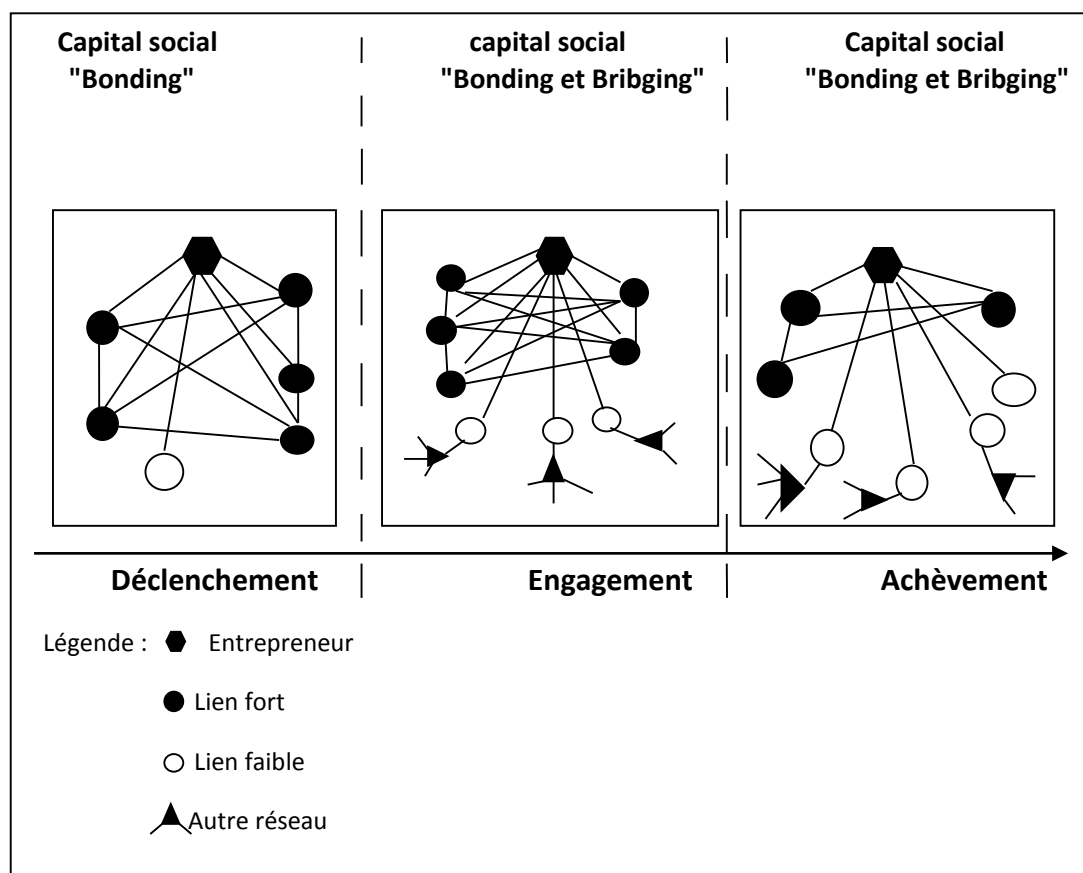
La phase de l'achèvement du processus entrepreneurial ne diffère que légèrement de l'étape précédente. En ce qui concerne la taille moyenne, elle a enregistré une baisse de 8 à 7.2 contacts, tandis que les propositions des liens fortes et des liens faibles mobilisés, sont presque les mêmes.

Les entrepreneurs mobilisent des réseaux assez diversifiés, mais plus ouverts que ceux de l'étape précédente. Pour cette étape, nous concluons aussi que le capital social mobilisé est lui aussi formé de l'association du «*Bonding social capital*» et le «*Bringing social capital*».

La forme du capital social entrepreneurial a donc changé d'une étape à l'autre. Par ces résultats nous rejoignons Larson et Starr (1993) qui ont développé un argument selon lequel la structure efficace d'un réseau autour d'un entrepreneur dépend des activités et des défis que l'entrepreneur en est confronté au cours du processus entrepreneurial.

Nous présentons la figure 42, pour schématiser l'évolution de la forme du capital social de l'entrepreneur au cours des trois étapes.

Figure 42 : la formation du capital social entrepreneurial



Source : établie par le chercheur.

2.6. Synthèse des résultats :

Dans cette section, nous avons présenté les résultats de l'étude qualitative ayant pour objectif d'analyser la formation du capital social entrepreneurial le long du processus de création de l'entreprise composé des trois étapes : le déclenchement, l'engagement et l'achèvement du processus.

La synthèse des résultats nous permet de dégager quatre constatations principales :

- La première concerne le mode d'accès aux ressources. Les résultats montrent que la part des acquisitions de ressources, par le biais des dispositifs d'aide, est faible comparativement à celle réalisée auprès des réseaux personnels des entrepreneurs.

- Le second constat révèle que les entrepreneurs ont mobilisé leurs réseaux personnels pour acquérir des ressources intangibles (notamment des informations et des conseils) beaucoup plus que des ressources tangibles.

- La seconde tendance est celle de la formation du capital social qui a évolué avec l'évolution des décisions et actions entreprises par l'entrepreneur le long du processus

de création. Au début du processus (à l'étape du déclenchement) les entrepreneurs utilisent leurs réseaux personnels près existants, constitués principalement de membres de famille et amis proches, qui sont qualifiés de liens forts. Ainsi, le capital social mobilisé est de la forme "Bonding social capital". Par la suite et du fait de l'intensification des tâches à réaliser aux étapes de l'engagement et de l'achèvement, les entrepreneurs élargissent leurs réseaux en mobilisant plus de nouveaux liens faibles tout en comptant toujours sur leurs liens forts. De ce fait, le capital social mobilisé est composite comprenant à la fois les deux formes "Bonding social capital" et "Bridging social capital". Ce constat nous mène à considérer que la formation du capital social entrepreneurial est contingente aux étapes du processus entrepreneurial et à la complexité des tâches à réaliser. Ce capital social est de type "Bonding" et "Bridging" qui dérivent, à leur tour, de deux autres types de capital social : structurel et cognitif (Uphoff 2000 ; Grootaert et van Bastelaer 2001).

➤ Enfin, en ce qui concerne la nature des liens mobilisés pour l'acquisition des différents types de ressources, les résultats de notre étude confirment la difficulté d'arbitrer entre liens faibles pour les informations et liens forts pour les ressources tangibles (risquées) identifiée par Chollet (2002) qui, dans ce cadre, recommande de prendre en compte certains facteurs de contingence tels que les caractéristiques du projet, et le niveau d'équivocité associé au projet. Pour Chollet le niveau d'équivocité est un facteur important pour l'inférence de la confiance entre l'entrepreneur et ses partenaires. Cette confiance est à son tour un élément déterminant du processus de création (Chollet, 2002, p.10).

Ces constats nous permettent d'induire que la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur et partant, la dimension structurale du capital social peut ne pas être suffisante pour expliquer le processus d'acquisition des ressources nécessaires à la création d'entreprise. Et qu'il peut y avoir d'autres facteurs ou dimensions du capital social, qu'il convient de prendre en considération pour étudier les effets du capital social sur le processus entrepreneurial. Dans ce sens Nahapiet et Ghoshal (1998) font valoir que le capital social, en plus de la dimension structurale, a une dimension relationnelle et une dimension cognitive. Ils présumant que ces dimensions font partie intégrante de toutes les relations, mettant ainsi en doute la vision unidimensionnelle du capital social.

Cette induction nous incite à retourner vers la littérature pour approfondir notre connaissance du capital social entrepreneurial et développer notre question de recherche et modèle d'analyse proposé.

Conclusion du chapitre :

Dans ce chapitre, nous avons détaillé le dispositif méthodologique de notre étude qualitative ayant pour objectif de décrire comment se forme le capital social de l'entrepreneur le long du processus de création d'une micro-entreprise. Dans ces présentations ; et compte tenu de la rigueur méthodologique, nous avons procédé à des explications allant de l'élaboration des questionnaires, passant par les critères d'échantillonnage, la collecte des données, finissant par le traitement et l'analyse des données collectées.

La synthèse des résultats issus de cette investigation, a permis de répondre à nos interrogations et les objectifs visés. En effet, l'analyse du processus d'acquisition des ressources montre en premier lieu, que les acquisitions réalisées par la mobilisation du réseau personnel de l'entrepreneur sont beaucoup plus importantes que celles effectuées par le biais des dispositifs d'aide à la création d'entreprises. Notre étude donne une évaluation de la place du réseau personnel de l'entrepreneur dans le processus de création. Cette évaluation indique le fort recours des entrepreneurs à leurs relations personnelles, au vue du faible apport des dispositifs d'aide. Ces dispositifs demeurent d'une efficacité limitée, notamment en termes d'informations et de conseils qui, d'après nos résultats, constituent les ressources les plus sollicitées par les entrepreneurs le long du processus de création.

L'étude de la configuration du réseau personnel que l'entrepreneur a mobilisé à chaque étape du processus entrepreneurial nous a permis de décrire la dynamique de la forme du capital social entrepreneurial. La forme identifiée a tendance d'être du type "Bonding social capital", au début du processus entrepreneurial (phase de déclenchement), alors qu'elle tend à associer les deux types "Bonding" et "Brdging social capital", aux phases de la création effective de l'entreprise (phases d'engagement et d'achèvement).

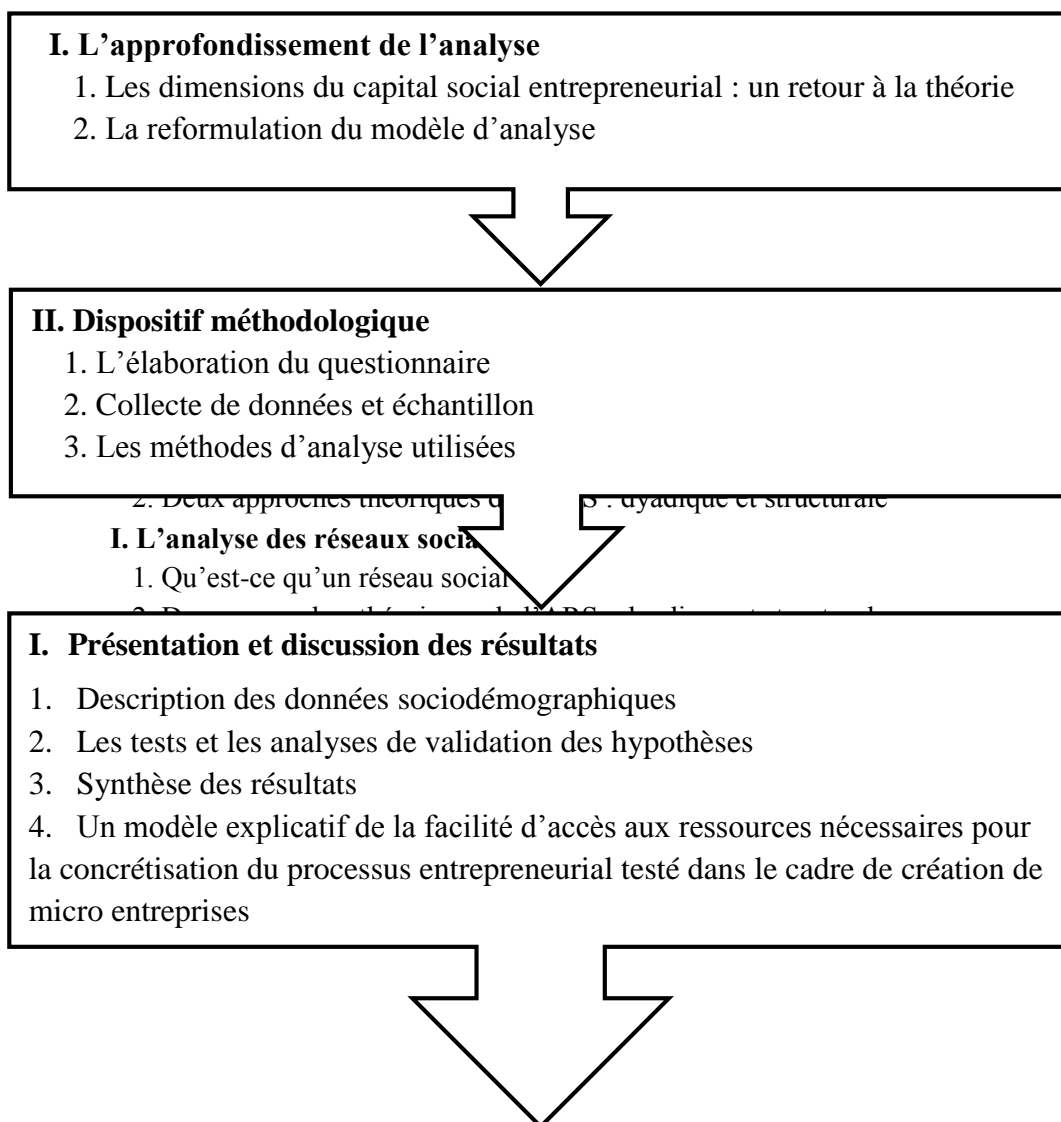
Le troisième et intéressant constat relevé de notre étude est relatif à la nature des liens personnels mobilisés dans le processus d'acquisition des différents types de ressources. A ce propos, nos résultats confirment la difficulté d'arbitrer entre liens faibles pour les informations et liens forts pour les ressources tangibles (risquées) identifiée par Chollet (2002).

Notre synthèse nous a fait conduire à une induction selon laquelle nous considérons que la dimension structurale du capital social de l'entrepreneur (déterminée par la configuration de son réseau personnel), n'est peut-être pas suffisante pour expliquer le processus d'acquisition des ressources nécessaires à la création d'entreprise. La prise en compte de cette induction nous a guidés à une reformulation de notre seconde question de recherche et le développement du modèle de recherche proposé, que nous exposerons au chapitre suivant.

Chapitre 6 :

L'impact du capital social de l'entrepreneur sur la facilité d'accès aux ressources : étude quantitative

Figure 43 : Plan du chapitre 6



Introduction :

Dans le présent chapitre, nous présentons l'étude quantitative analysant l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources nécessaires à la création d'entreprise. Nous rappelons que dans notre modèle d'analyse proposé (cf. chapitre 3), le capital social de l'entrepreneur est considéré dans sa dimension structurelle déterminée par l'exploration de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur.

Toutefois, notre étude qualitative exploratoire a révélé que la dimension structurelle n'est peut-être pas suffisante pour expliquer le processus d'acquisition des ressources nécessaires à la création d'entreprise et donc la mise en doute de la vision unidimensionnelle du capital social. Cette induction nous incite à retourner vers la littérature pour approfondir notre connaissance du capital social entrepreneurial et développer notre question de recherche et modèle d'analyse proposé.

Le présent chapitre est donc structuré en trois sections. La première section est dédiée à l'approfondissement de l'explication de la facilité d'accès aux ressources par le capital social. Cet approfondissement nécessite en premier lieu un retour à la littérature pour identifier les dimensions utilisées dans les modèles théoriques pour mesurer le capital social de l'entrepreneur. Nous présentons en second lieu, une reformulation de notre modèle d'analyse.

La deuxième section expose le dispositif méthodologique de notre étude. Ce dernier présente l'élaboration du questionnaire, les variables et leur mesure, la collecte des données et échantillon ainsi que les méthodes explicatives et prédictives utilisées.

Dans la troisième section, nous exposons et discutons les résultats de l'étude.

I. L'approfondissement de l'analyse :

La mesure du capital social de l'entrepreneur a fait l'objet de plusieurs modèles théoriques proposés dans la littérature. Nous présentons tout d'abord une synthèse de ces travaux qui nous a permis de dégager certaines considérations sur la base desquelles nous privilégions d'inclure la dimension relationnelle du capital social dans notre modèle d'analyse. Le développement du modèle d'analyse sera détaillé par la suite.

1.1. Les dimensions du capital social entrepreneurial : un retour à la théorie

La mesure du capital social de l'entrepreneur constitue l'une des majeures difficultés que rencontrent les chercheurs (Fornonit al, 2012). Cette difficulté s'est traduite par une évolution des modèles établies à cette fin. En décrivant cette évolution Fornoni et al (2012) font valoir que les premiers modèles de mesure étaient des modèles de structure à une dimension, où le capital social d'un agent a été juste mesuré en fonction de sa position relative dans son réseau social et les propriétés que cette position avait dans la structure globale du réseau. Des exemples de ces modèles de mesure sont présentés dans les études de Nahapiet et Ghoshal (1998). Alors que d'autres chercheurs comme Koka et Prescott (2002)¹³⁸ ajoutent une deuxième dimension pour mesurer le capital social, au-delà de la dimension structurelle. Ils introduisent une nouvelle dimension, qui est liée aux caractéristiques des relations d'un agent avec les autres agents du réseau, comme la confiance ou l'expérience. Cette deuxième dimension est appelée la dimension relationnelle. Enfin, d'autres modèles comme celui de Batjargal (2003) qui, compte tenu de l'analyse sociologique de Lin (2001), introduit une troisième dimension, appelée la dimension des ressources.

Le modèle de mesure proposé par Batjargal (2003) intègre trois dimensions du capital social :

- ✓ la première dimension dépend de la structure du réseau et les propriétés de la position occupée par l'agent dans le réseau (*dimension structurelle*),
- ✓ la seconde dimension résume les caractéristiques des relations de l'agent comme la confiance, la durée de la liaison, etc. (*dimension relationnelle*),

¹³⁸ Koka, B., Prescott, J., (2002). Strategic alliances as social capital: a multidimensional view. Strategic Management Journal, 23: 795–816.

- ✓ la troisième dimension mesure la valeur des ressources que les agents en réseau sont en mesure de fournir (*dimension des ressources*).

De leur part, Geindre et Dussuc (2012), suite à une revue de la littérature portant sur le capital social dans le domaine de l'entrepreneuriat, ont constaté que l'un des enjeux des travaux de recherches est de mieux comprendre l'interaction entre les trois dimensions du capital social (*relationnel, cognitif et structural*). Pour certains chercheurs comme Lee et al (2008)¹³⁹ le capital social cognitif est la base du capital social relationnel. Leur conclusion prolonge les résultats de Liao et Welsch (2005) qui suggèrent que le capital social structural influence le capital social relationnel et le capital social cognitif. Alors que, Fornoni et al (2011) soulignent l'absence de corrélation entre le capital social structural et le capital social relationnel.

Il semble comme le fait valoir Geindre et Dussuc : « *Ce résultat montre donc que la recherche en la matière nécessite encore des approfondissements* » (2012, p.14).

D'autre part, le capital social est multidimensionnel (Grootaert et van Bastelaer 2001), comprenant trois niveaux d'analyse. Premièrement, le niveau macro ou sociale met l'accent sur les avantages potentiels pour la société formée de réseaux sociaux individuels et organisationnels, tels que l'amélioration des niveaux de revenu (Fukuyama 1995). Deuxièmement, le niveau méso ou organisationnel met l'accent sur les avantages potentiels du réseau de relations pour l'organisation sociale (Putnam, 1993). Enfin, le niveau micro ou individuel se concentre sur les avantages potentiels du réseau de relations pour la personne, comme le démarrage d'entreprise ou le succès de l'entreprise (Lin 2003 ; Davidsson et Honig 2003).

Néanmoins, que ce soit au niveau micro, méso ou macro, les avantages sont obtenus à la fois du bonding et du bridging capital social dérivés à leur tour, à partir des deux autres types de capital social : structurel et cognitif (Uphoff 2000; Grootaert et van Bastelaer 2001).

À cet égard, le capital social bonding basé sur des liens étroits de la famille ou d'autres relations étroites peut générer dans la dimension cognitive, différentes valeurs, croyances ou de la confiance favorisant les perceptions individuelles. Ainsi, les valeurs

¹³⁹ Lee, R., & Jones, O. (2008). Networks, Communication and Learning during Business Start-up: The Creation of Cognitive Social Capital. *International Small Business Journal*, 26(5), 559–594. Cité par Geindre et Dussuc (2012).

assumées par le contact avec des entrepreneurs de la famille ou un ami générerait des perceptions plus favorables de l'opportunité ou de la faisabilité de créer une entreprise. D'autre part, le capital social bridging cognitif, en dépit d'être fondé sur des liens faibles, peut également générer des valeurs et des croyances favorables envers un comportement spécifique, comme la création d'une entreprise (Liñán et Santos, 2006).

Pour Uphoff (2000), le capital social cognitif provient de processus mentaux et les idées qui en résultent, renforcé par la culture et l'idéologie, génère les normes partagées, les valeurs, les attitudes, les croyances et la confiance. Ainsi, le capital social cognitif a un caractère subjectif et immatériel, contribuant à un comportement coopératif et stimulant l'action collective. D'après Yu et Du Junshu (2013), cette dimension immatérielle du capital social se réfère principalement à des choses essentielles pour le réseau, mais ne peut pas être facilement observée ou mesurée exactement, et est généralement représentée au cours du processus interactionnel, par conséquent, elle peut être appelée comme la dimension interactionnelle, y compris la confiance, les normes, les valeurs sociales, la vision commune, l'obligation, la reconnaissance, la participation sociale et ainsi de suite.

Nous rappelons que la dimension interactionnelle désigne le capital social cognitif dans la vision d'Uphoff (2000) ; tandis que pour Nahapiet et Ghoshal (1998), elle désigne les deux dimensions relationnelle et cognitive du capital social. Pour Nahapiet et Ghoshal (1998), le capital social cognitif se réfère à la capacité des acteurs à élaborer des cadres communs d'interprétation de placement fondée sur la langue, des codes et des récits (Nahapiet et Ghoshal, 1998). L'ajout d'une dimension cognitive du capital social favorise le développement des intérêts communs et des valeurs. Alors que la dimension relationnelle encourage un comportement normatif fondé sur la confiance, la réciprocité, les obligations et les attentes (Adler et Kwon, 2002 ; Nahapiet et Ghoshal, 1998).

Cependant et comme les acteurs sont les participants directs du réseau social, alors les effets directs de ces deux dimensions structurelles et interactionnelle (relationnelle et cognitive) du capital social sont au niveau individuel. En effet, de nombreux chercheurs considèrent que le capital social structurel a une influence importante sur le plan individuel et que les effets de la dimension interactionnelle au niveau individuel, (y compris la confiance, les normes sociales, des visions partagées, obligations, reconnaissances, dont la confiance est le concept de base dans la recherche

de réseau social), sont encore plus importants que le capital social structurel (Adler et Kwon, 2002). Dans ce cadre, Uzzi (1996) souligne que la confiance est considérée comme la norme la plus importante car elle facilite l'échange de ressources et d'informations qui sont cruciales pour la haute performance (Uzzi, 1996, p.678).

Ces différentes propositions indiquent que le capital social est un concept multiformes, multi-niveaux et multidimensionnel d'où la difficulté de sa mesure. En effet, la diversité des variables contenues dans l'approche des trois dimensions du capital social signifie que celui-ci peut être décrit et examiné dans une grande variété de manières en fonction de l'importance accordée aux différentes dimensions et les variables concernant le phénomène étudié. Considérant cette complexité, Klyver et Hindle (2007) recommandent pour effectuer une enquête dans le domaine de réseaux sociaux et de capital social, il faut l'articuler avec une grande clarté en ce qui concerne le choix particulier de dimension (s) et variable (s) à introduire dans l'étude.

Compte tenu de ces points de vue théoriques et empiriques, et afin d'approfondir notre modèle d'analyse, certaines considérations concernant les différents aspects du capital social sont faites pour aider à atteindre les objectifs de notre étude.

➤ Tout d'abord, nous sommes placés au niveau individuel d'analyse et non aux niveaux méso ou macro sociaux. En effet, notre visée est d'analyser l'influence du capital social de l'entrepreneur sur la facilité d'accès aux ressources nécessaires à la concrétisation du processus entrepreneurial.

➤ Deuxièmement, comme la dimension cognitive est difficilement observable et mesurable (Yu et Du Junshu, 2013), pour mesurer le capital social de l'entrepreneur nous nous référons à Koka et Prescott (2002), qui au-delà de la dimension structurelle ajoutent la dimension relationnelle. Celle-ci peut émerger à la fois du contact étroit avec des parents ou des amis (capital social bonding) et des contacts avec d'autres personnes ou organisations dans lesquelles l'individu ne participe pas activement (le capital social bridging). Ces deux types "bonding" et "bridging" sont à la base de la formation du capital social de l'entrepreneurial d'après les résultats de notre étude qualitative (Cf. chapitre 5), ce qui justifie notre intégration de la dimension relationnelle pour mesurer le capital social de l'entrepreneur.

➤ Troisièmement, pour mesurer la dimension relationnelle du capital social de l'entrepreneur, nous utilisons deux variables qui représentent le concept de normes

sociales. Il s'agit de la confiance et la bonne volonté qui sont considérées comme centrales pour les réseaux sociaux et le capital social. En effet, Coleman (1988) considère que les normes constituent des gestes symboliques de bonne volonté. Il considère que le cœur du capital social est la bonne volonté de la famille, les amis, les collègues et les autres connaissances de fournir une gamme de ressources précieuses, y compris l'information, l'influence et la solidarité. Dans le même sens, Adler et Kwon (2002) soulignent l'importance de la bonne volonté qui est disponible par le biais des relations sociales des acteurs.

Quant à la confiance, la plupart des recherches ont montré qu'elle est la base pour le réseau et que ses effets au niveau individuel sont généralement positifs (Adler et Kwon, 2002). En effet, la confiance est un mécanisme de coordination des relations dans les réseaux stratégiques tout comme dans les réseaux individuels (Coleman, 1990 ; Putnam, 1995 ; Adler, 2001). La confiance peut se capturer à plusieurs niveaux : individuelle, interindividuelle et sociale. Dans cette étude, nous nous intéressons à la dimension relationnelle de la confiance, c'est-à-dire à la confiance interindividuelle entre les personnes d'un réseau. La confiance est une dimension « relationnelle » du réseau personnel de l'individu qui est cruciale pour l'établissement de la relation entre deux ou plusieurs personnes (Nahapiet et Ghoshal, 1998).

Lorsque la confiance se construit entre les parties, ils sont plus disposés à s'engager dans des activités de coopération à travers laquelle la confiance peut être davantage générée (Fukuyama, 1995)¹⁴⁰. Ainsi, la confiance est le précurseur de l'acquisition, la combinaison de connaissances et l'échange de ressources.

Après les considérations précédentes, nous allons par la suite utiliser ces deux indicateurs (la confiance et la bonne volonté) reflétant la dimension relationnelle en plus de la dimension structurale pour mesurer le capital social de l'entrepreneur. Et comme notre étude porte sur le capital social de l'entrepreneur mobilisé lors du processus de création de l'entreprise, la mesure de ces deux indicateurs (*la confiance et la bonne volonté*) sera limitée aux relations dyadiques entre l'entrepreneur et ses contacts mobilisés. Ainsi, un modèle conceptuel y compris différentes variables du capital social

¹⁴⁰ Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: The Free Press. Cité par Liñán et Santos (2007).

structurel et relationnel sera élaboré avec l'objectif d'être testé dans l'analyse empirique de la présente thèse.

1.2. La reformulation du modèle d'analyse :

Les résultats de la première investigation exploratoire et de l'analyse théorique, nous conduisent à reformuler notre question de recherche ainsi que les hypothèses sous-jacentes.

En introduisant la dimension relationnelle dans l'analyse, nous formulons notre question de recherche Q2 comme suit :

Q2 : Quel est l'impact du capital social structurel et relationnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources nécessaires à la création de l'entreprise ?

L'objectif de l'étude quantitative consiste donc à examiner l'effet des deux dimensions structurelle et relationnelle du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et intangibles.

Nous précisons donc que nous cherchons à examiner empiriquement l'effet de chacune des deux dimensions (*structurelle et relationnelle*) du capital social de l'entrepreneur sur la facilité d'accès à chaque type de ressources (*tangibles et intangibles*).

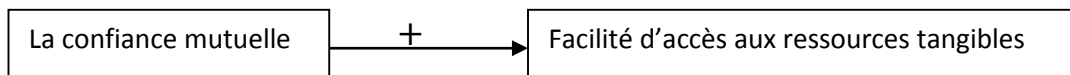
Tableau 52 : Reformulation des objectifs de recherche

Question	Objectif
Q2a	Tester empiriquement l'effet des deux dimensions structurelle et relationnelle du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles.
Q2b	Tester empiriquement l'effet des deux dimensions structurelle et relationnelle du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles.

Pour répondre aux objectifs visés, nous introduisons dans notre modèle de recherche les hypothèses relatives à l'effet de la dimension relationnelle sur le degré de facilité d'accès aux ressources (tangibles et intangibles). Ces hypothèses décrivent les relations entre les indicateurs du capital social relationnel (la confiance mutuelle et la bonne volonté) et le degré de facilité d'accès aux deux types de ressources (tangibles et intangibles), il s'agit des quatre relations suivantes :

- ✓ La relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources tangibles, est présentée dans la figure 44 :

Figure 44 : la relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources tangibles

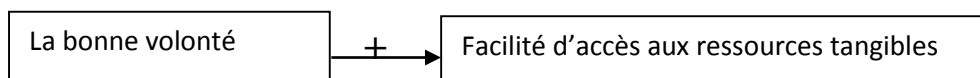


Nous pensons que la facilité d'accès aux ressources tangibles est positivement à la confiance partagée entre l'entrepreneur et ses contacts :

(H1d) : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources tangibles est facile

- ✓ La relation entre la bonne volonté et la facilité d'accès aux ressources tangibles, est présentée dans la figure 45 :

Figure 45 : la relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources tangibles

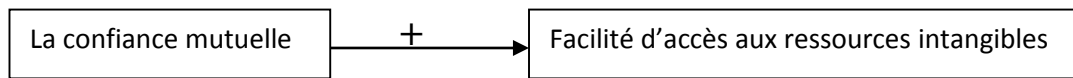


Nous supposons que la bonne volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur, a un impact positif sur la facilité d'accès aux ressources tangibles. Nous proposons l'hypothèse (H1e) :

(H1e) : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources tangibles est facile

- ✓ La relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources intangibles, est présentée dans la figure 46 :

Figure 46 : la relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources intangibles

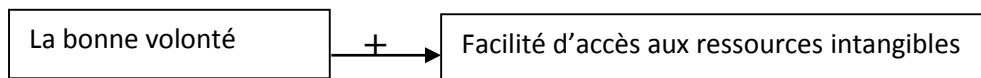


Nous pensons aussi que la facilité d'accès aux ressources intangibles est positivement liée à la confiance partagée entre l'entrepreneur et ses contacts :

(H2d) : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

- ✓ La relation entre la bonne volonté et la facilité d'accès aux ressources intangibles, est présentée dans la figure 47 :

Figure 47 : la relation entre la bonne volonté et la facilité d'accès aux ressources intangibles



De même que les ressources tangibles, nous supposons que la bonne volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur, a un impact positif sur la facilité d'accès aux ressources intangibles. Nous proposons l'hypothèse **(H2e)** :

(H2e) : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux intangibles est facile.

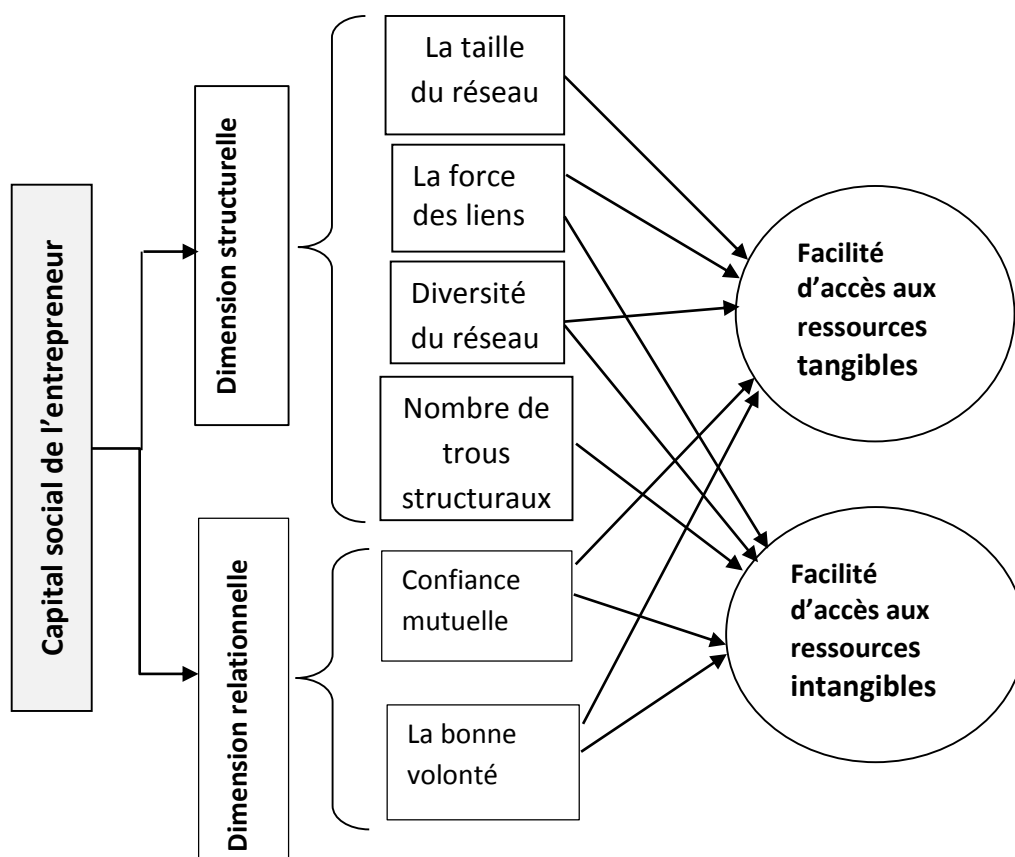
Au total, les hypothèses à tester sont regroupées dans le tableau 53.

Tableau 53 : les hypothèses à tester

Type de ressources	Dimensions du capital social	Hypothèse
Ressources tangibles	Structure du réseau	H1a : plus la taille du réseau personnel de l'entrepreneur est étendue, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.
	Nature des liens	H1b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.
	La diversité du réseau	H1c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources tangibles.
	La confiance mutuelle	H1d : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.
	La bonne volonté	H1e : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.
Ressources intangibles	Structure du réseau	H2a : plus il y a de trous structureaux dans le réseau personnel de l'entrepreneur, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.
	Nature des liens	H2b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont faibles, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.
	La diversité du réseau	H2c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources intangibles.
	La confiance mutuelle	H2d : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources intangibles est facile
	La bonne volonté	H2e : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources intangibles, est facile.

Suite à la reformulation de la question de recherche et des hypothèses sous-jacentes, nous proposons le modèle de recherche présenté dans la figure suivante :

Figure 48 : Modèle de recherche développé :



Ce modèle d'analyse est soumis à validation à travers une enquête quantitative et des tests statistiques que nous détaillons dans la section suivante.

II. Dispositif méthodologique :

L'approche quantitative permet de mesurer des opinions ou des comportements. Par définition, le quantitatif est ce qui se mesure : « *la qualité est la propriété de ce qui peut être mesuré ou compté, de ce qui est susceptible d'accroissement ou de diminution* » (Lemin, 2004, P.2).

En effet, l'approche quantitative vise à recueillir des données observables et quantifiables dans le but de décrire, expliquer, contrôler et prédire en se basant sur l'observation.

Elle s'appuie sur des instruments techniques et des recherches quantitatives de collecte de données et aboutit à des données chiffrées qui permettent des analyses descriptives, des tableaux, des graphes, des analyses de corrélation ou d'association, etc. Dans la plus part du temps « *cette stratégie vise à tester des hypothèses issues de théories* » (Curchod, 2003, P.159).

En sciences sociales, les théories et les hypothèses sont formulées au moyen de concepts et de relations entre des concepts. Dans cette perspective et à la lumière de l'analyse théorique qui a permis de formaliser notre modèle de recherche et les hypothèses sous-jacentes, ainsi que la prise en compte des résultats de notre première investigation exploratoire, nous avons opté pour une étude quantitative par questionnaire dans le but de tester nos hypothèses de manière empirique.

Nous cherchons à travers le questionnaire à vérifier l'impact du capital social structural et relationnel de l'entrepreneur sur l'accès aux ressources nécessaires à la création d'entreprise. Dans ce cas, le recueil de données par une méthode quantitative basée sur le questionnaire convient parfaitement puisqu'elle permet de recueillir trois catégories de données : des faits, des jugements et des cognitions (Javeau, 1990).

La démarche méthodologique qualitative est une étape transitoire vers l'enquête quantitative. En effet, l'analyse des informations résultant de l'étude exploratoire nous a permis de prendre certaines décisions en ce qui concerne la rédaction du questionnaire destiné à l'étude quantitative ainsi que les données à collecter.

2.1. L'élaboration du questionnaire :

Dans une vision hypothético-déductive, le questionnaire représente l'instrument de mesure des objectifs de recherche. Il est l'anneau intermédiaire entre la théorie et le terrain ; il construit les instruments de mesure. Ces instruments de mesure traduisent nos hypothèses en variables, circonscrites par des questions de différentes natures, en vue de les confirmer ou de les infirmer.

Avant d'entamer la rédaction de notre questionnaire, certaines mesures ont été prises. En effet, la visée de notre investigation est de recueillir une information complète et atteindre un nombre d'entrepreneurs plus au moins important. Compte tenu de ces considérations, nous avons pris la précaution de rédiger le questionnaire de façon à prendre moins de temps pour son remplissage lors de l'interrogation des répondants. Pour ce faire, nous avons éliminé la distinction des étapes du processus entrepreneurial, les questions concernant donc le processus dans sa totalité tout en maintenant la citation et l'ordonnement des principales décisions et actions que généralement l'entrepreneur entreprend le long du processus de création de l'entreprise. Cette mesure est prise dans le but de rafraîchir la mémoire de l'interrogé. Comme le soulignent Evrard et al : « *rédiger un questionnaire exige de bien définir les informations recherchées et qu'une analyse précise du problème ait été effectuée* ». (Evrard et al, 1997, P.244).

Nous tenons à mentionner que pour collecter des informations répondant aux objectifs visés, nous avons élaboré notre questionnaire en se basant sur la même technique utilisée dans le questionnaire de l'étude qualitative, à savoir la technique de générateur de ressources (cf. chapitre 5).

Le questionnaire comporte des questions fermées, et semi-ouvertes ainsi que des propositions sur lesquelles il convient d'émettre un avis selon l'échelle de Likert à 4 postes ou des tableaux qu'il faut renseigner. « Les échelles d'attitude ont pour objectif de rendre opérationnelles des informations d'ordre qualitatif en les transformant en données quantifiées » (Lambin, 1994, p 133). L'intégralité du questionnaire est jointe en annexe 2.

Toutefois, dans le souci de rigueur méthodologique, et compte tenu de l'importance du questionnaire en tant qu'outil de mesure conditionnant la qualité des résultats obtenus, nous détaillerons les variables que nous cherchons à mesurer par leur transcription en questions.

2.1.1. Les variables et leurs mesures :

Une variable se définit par la chose à mesurer, c'est-à-dire du concept et ses dimensions, par la façon de la mesure (l'indicateur) et par son domaine d'application (les objets auxquels s'applique la mesure) (Lemin, 2004).

Dans cette étude, nous tentons de tester l'hypothèse selon laquelle, le degré de facilité d'accès aux ressources est lié au capital social structurel et relationnel de l'entrepreneur. Ainsi, deux concepts sont considérés dans notre analyse. Les instruments de mesure traduisent nos hypothèses en variables, circonscrites par des questions.

2.1.1.1. Les variables dépendantes :

Dans notre modèle d'analyse, le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles constituent les variables dépendantes. Pour mesurer la facilité d'accès aux ressources, qui est de nature ordinale, nous avons établi une échelle de Likert de 04 points allant de 1 (très difficile) à 4 (très facile). Puis le degré de facilité d'accès à chaque type de ressources est égal à la moyenne du score obtenu sur cette échelle.

2.1.1.2. Les variables explicatives :

Les variables explicatives incluent dans le modèle d'analyse, englobent l'ensemble des indicateurs des deux dimensions (structurelle et relationnelle) du capital social de l'entrepreneur.

a) La dimension structurelle : cette dimension est déterminée par les indicateurs de la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur : la nature des liens ; la diversité des liens (attributs des altères) et la structure du réseau.

✓ **La force des liens :** comme nous l'avons mentionné plus haut dans le cadre d'analyse, la nature du lien indique sa force et que celle-ci est déterminée par la proximité émotionnelle. Cette proximité indique l'intensité affective caractérisant la relation entre deux individus. Pour mesurer cette intensité, Burt (1992, p. 125-126)

propose quatre modalités à savoir : tout à fait proche (especially close) ; assez proche (close) ; peu proche (les close) et pas du tout proche (distant).

Dans notre étude, nous utilisons ces modalités pour caractériser la force des liens cités par l'interrogé, comme suit :

- pas du tout proche : pour une simple connaissance ;
- peu proche : pour un ami ;
- assez proche : pour un ami intime ;
- tout à fait proche : pour un membre de la famille.

Ainsi, l'interrogé précise la modalité qui convient à chaque liens cité. Nous proposons une échelle en attribuant un codage de 1(pas du tout proche) à 4 (tout à fait proche), qui nous permettra de mesurer la proximité émotionnelle entre l'entrepreneur et ses contacts. Puis, en référence aux travaux de Chollet (2006), nous calculons la force de l'ensemble des liens qui est calculée par la moyenne du score total sur cette échelle.

✓ **La diversité du réseau** : comme mentionné dans l'étude qualitative, la diversité du réseau est déterminée par un seul indicateur : la distance sectorielle. Cette variable est mesurée par l'indice de diversité (dont l'explication et la formule de calcul sont présentées au chapitre 5).

✓ **La structure du réseau** : Pour analyser l'effet de la structure du réseau personnel de l'entrepreneur sur la facilité d'accès aux deux types de ressources tangibles et intangibles, nous avons retenu respectivement les deux variables : taille du réseau et le nombre de trous structuraux.

- **La taille du réseau** : est une variable quantitative mesurée par le nombre de contacts mobilisés cités par l'entrepreneur.

- **Le nombre de trous structuraux** : est aussi une variable quantitative mesurée par la contrainte structurale (cf. explication, chapitre 5). La valeur de la contrainte pour chaque cas est calculée par le logiciel UCINET VI.

b) La dimension relationnelle : pour cette dimension, deux indicateurs sont retenus : la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts ; et la bonne volonté de ces contacts (les membres du personnel).

✓ **La confiance mutuelle :** d'après Harpham (2008)¹⁴¹, la confiance doit être mesurée en confiance familiale plutôt qu'en confiance généralisée. Il préconise le choix de mesures les plus possiblement directes, à travers des questions claires pour des réponses claires.

Compte tenu de ces recommandations, pour mesurer la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts, nous avons établi une échelle de Likert de quatre points allant de 1 (confiance faible) à 4 (confiance très forte). La confiance mutuelle est la moyenne sur l'ensemble des contacts cités par l'interviewé.

✓ **La bonne volonté :** est aussi mesurée à partir d'une échelle de Likert de quatre points allant de 1 (pas du tout bonne) à 4 (très bonne). La bonne volonté est donc, la moyenne sur l'ensemble des contacts cités par l'interviewé.

2.2. Collecte de données et échantillon :

Dans cette enquête, nous nous sommes basés sur la même stratégie suivie dans l'étude exploratoire, notamment en ce qui concerne la population ciblée ainsi que les critères d'échantillonnage. Toutefois, c'est la taille de l'échantillon qui diffère, car cette enquête vise à atteindre un nombre d'entrepreneurs relativement important.

En se basant toujours sur les informations fournies par les structures d'aide à la création (l'ASEJ, la CNAC et l'ANGEM) au niveau de la Wilaya de Béchar, nous avons pu repérer 140 entrepreneurs qui remplissaient réellement nos critères d'échantillonnage. Cependant, le manque d'informations concernant l'adresse du siège social de l'entreprise et de numéros de téléphone de certains entrepreneurs a fait diminuer ce nombre à 121 entrepreneurs.

Dans le but d'augmenter la taille de l'échantillon d'une part et notre volonté d'enquêter des entrepreneurs de différentes régions de l'Algérie, nous avons une seconde fois saisie l'occasion du troisième Salon National de l'Emploi qui s'est tenu du 15 au 21 avril 2013 à Alger. Cette occasion nous a permis d'interroger 42 entrepreneurs. Au total, notre échantillon compte 163 entrepreneurs créateurs de micros-entreprises. Ainsi, la collecte de données a été réalisée en deux phases. La première s'est déroulée

¹⁴¹ Harpham, T. (2008). The Measurement of Community Social Capital through Surveys, in Kawachi, L., Subramanian, S.V., Kim, D. Social Capital and Health, New York: Springer: 51- 62.

au niveau de la Wilaya de Béchar du 20 septembre au 30 novembre 2013. Tandis que la seconde phase a été réalisée durant les sept jours du troisième Salon National de l'Emploi. Cette fois aussi, l'enquête a été réalisée par l'aide de quatre universitaires. Cette enquête a été administrée en face à face. C'est la méthode la plus simple et elle est bien adaptée à notre questionnaire qui est très ciblé en termes de contenu (rédigé de manière à faciliter l'interprétation et le traitement des données).

2.3. Les méthodes d'analyse utilisées :

Les données collectées de cette enquête ont été soumises aux mêmes traitements et analyses effectués dans l'étude exploratoire, avant d'être saisies au fichier des variables. Après avoir vérifié les questionnaires, nous avons procédé au codage sur SPSS. Le codage consiste à effectuer un symbole ou une valeur numérique à chaque variable, pour pouvoir procéder ensuite aux traitements statistiques envisagés

A cette étape d'analyse quantitative, nous avons procédé à une analyse multi variée. Ce type d'analyse permet le traitement simultané de plusieurs variables, et concerne deux principales catégories :

➤ Les méthodes descriptives :

Les méthodes descriptives qui visent à structurer et à simplifier des données, sans privilégier une variable en particulier.

➤ Les méthodes explicatives :

Dans cette thèse, nous utilisons les traitements statistiques relevant des méthodes explicatives et prédictives (Evrard et al, 1997). Nous utilisons le logiciel SPSS version 17.0 for Windows pour l'ensemble des traitements statistiques quantitatifs. Ces méthodes mettent en relation les deux types de variables : les variables explicatives et les variables expliquées (Evrard et al, 1997). Les variables expliquées correspondent à la mesure de phénomènes que l'on cherche à expliquer. Les variables explicatives représentent les phénomènes qui sont censées influencer et déterminer la, ou les, variable expliquée (s). Le type de traitements statistiques dépend de la manière dont les variables expliquées et explicatives ont été mesurées (cf. tableau 54).

Tableau 54 : Les méthodes explicatives

		VARIABLE A EXPLIQUER	
		Quantitative	Qualitatives
VARIABLE EXPLICATIVE	Quantitative	Régression	Analyse discriminante
	Qualitatives	Analyse de variance	Analyse conjointe
		Segmentation	

Source : Evrard et al. (1997)

Une variable est dite quantitative ou métrique lorsqu'elle se mesure sur une échelle de proportion ou d'intervalle. Une variable est dite qualitative quand elle se mesure nominalement ou ordinalement. Les échelles de mesure utilisées dans le modèle de la recherche sont toutes métriques. Par conséquent, nous utiliserons des régressions pour le tester.

2.3.1. Les méthodes explicatives et prédictives utilisées :

Nous recourons, aux techniques de régressions simple et multiple. Celles-ci sont exposées pour faciliter la compréhension des opérations effectuées.

2.3.1.1. L'analyse de régression simple :

Dans une première étape, nous procédons à l'analyse de régression simple. Cette analyse est une des méthodes explicatives et prédictives les plus utilisées. Fondée sur la problématique de l'ajustement linéaire (le plus souvent, la forme de la fonction choisie est linéaire car elle est la relation la plus simple), la régression simple permet de vérifier la relation de cause (variable explicative) à effet (variable à expliquer) entre deux variables quantitatives (métriques) dont on a postulé l'existence et le sens dans l'hypothèse correspondante (Y. EVRARD et al, 1997, p. 449-450). Il s'agit donc d'identifier les coefficients de l'équation de la droite qui minimisent la dispersion entre ordonnées observées et ordonnées ajustées (Cette équation détermine la droite "moyenne" qui résume un "nuage de points").

A l'aide de cette équation, l'interprétation des résultats d'une régression se fait à trois niveaux (Y. EVRARD et al, 1997, p. 458 ; GIANNELLONI et VERNETTE, 2001, p. 356). L'intensité de la relation entre les deux variables est calculée grâce au

coefficient de corrélation linéaire (R) qui synthétise la capacité de la droite de régression à représenter l'ensemble du nuage de points des valeurs observées. Il en est de même pour la significativité de la liaison et la qualité de l'ajustement du modèle dont les indicateurs sont le coefficient de détermination linéaire (R²) et le test F de FISHER-SNEDECOR. Enfin, la régression permet l'examen "des résidus" en se prononçant sur la précision du modèle, c'est-à-dire l'écart entre les valeurs prédites par le modèle et celles réellement observées.

2.3.1.2. L'analyse de régression multiple :

La régression multiple est une extension de la régression linéaire simple faisant intervenir plusieurs variables indépendantes. Dans cette analyse on cherche la combinaison de poids (b_k) pour les variables indépendantes (X_k) qui amènerait les valeurs de Y prédites par l'équation aussi près que possible des valeurs de Y mesurées.

Dans une analyse de régression linéaire multiple, la relation entre la variable à expliquer y et les k variables explicatives (x) s'exprime de la manière suivante :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e$$

Les objectifs de la régression multiple sont globalement les mêmes que ceux de la régression simple. Premièrement, il s'agit d'expliquer les variations de la variable dépendante à partir de celles de plusieurs variables indépendantes supposées être à l'origine de ces variations. Deuxièmement, le but est aussi de déterminer l'intensité de cette relation. Enfin, comparativement à la régression simple, celle qualifiée de multiple offre l'avantage d'analyser les contributions apportées par chacune des variables explicatives dans l'interprétation du phénomène étudié Giannelloni et Vernet (2001).

La variation résiduelle est obtenue en considérant la différence entre la valeur réelle (observée) de la variable à expliquer et la valeur recalculée (théorique) par le modèle. Ce dernier est d'autant meilleur que la différence entre ces deux valeurs est faible (Y. EVRARD et al, 1997, p. 454). "*Plus la somme des carrés des erreurs est faible, meilleure est la régression*" (Giannelloni et Vernet, 2001).

Toutefois, il existe plusieurs conditions d'utilisation à respecter pour mener une régression linéaire multiple (Jolibert et Jourdan, 2006).

2.3.1.3. Conditions d'utilisation de la régression linéaire :

Préalablement à la réalisation des régressions, il est nécessaire de prendre quelques précautions méthodologiques.

a) La taille de l'échantillon :

Il n'existe pas de règles formalisées concernant la taille de l'échantillon (Jolibert et Jourdan, 2006). Toutefois, empiriquement, il a été constaté qu'il faut au moins 5 observations par variable explicative, alors que Tabachnik et Fidell (2000)¹⁴² considèrent qu'un ratio de 15 à 20 observations par variable explicative comme étant optimal. Globalement, cette mesure consiste à avoir au minimum : 20 cas par variable pour une régression standard ou hiérarchique. Alors que pour une régression statistique il faut 40 cas par variable, ceci parce que ce type de régression fortement dépendante de l'échantillon est moins stable et donc plus difficilement généralisable à la population. Plus l'effet est présumé faible, moins la distribution des variables est normale, moins la fidélité est bonne, plus il faut de cas par variable. Par ailleurs, lorsque l'on a beaucoup de variables et que certaines combinaisons de ces variables peuvent constituer une échelle, il devient d'autant plus judicieux de réduire le nombre de variables dans l'équation par la création d'échelles dont la fidélité peut être mesurée.

b) La linéarité de la relation :

Une première exploration des données permet de voir si la relation est linéaire entre la variable à expliquer et la ou les variables explicatives. Pour ce faire, il est possible d'effectuer des régressions simples en utilisant chacune des variables explicatives et en étudiant les erreurs ainsi obtenues. L'examen de la relation entre les valeurs de la variable à expliquer prédite par la variable explicative et les termes de la régression simple permet de remarquer visuellement l'existence de relations non-linéaires entre la variable à expliquer et les variables explicatives (Jolibert et Jourdan, 2006). Ou de procéder d'une autre manière en traçant un graphe de dispersion des observations et de repérer visuellement si une relation linéaire lie les variables (Jolibert et Jourdan, 2006).

¹⁴² TABACHNIK B. G. et FIDELL L.S. (2000), *Using Multivariate Statistics*, 4ème édition, London, Allyn and Bacon. Cite par GERAUDEL (2008).

c) L'absence d'autocorrélation des erreurs :

D'après Jolibert et Jourdan, « *L'autocorrélation se produit par exemple lorsqu'un terme d'erreur est corrélé avec le terme qui le précède. L'autocorrélation des termes d'erreurs a pour effet d'affecter la variance des coefficients de la régression et du coefficient de corrélation R, soit en la sous-estimant (autocorrélation positive) soit en la surestimant (autocorrélation négative). L'autocorrélation peut être étudiée par le test de Durbin Watson. Dans la mesure où l'autocorrélation des erreurs se produit lorsqu'un terme d'erreur est corrélé à celui qui le précède, on peut, pour enlever l'autocorrélation, tenter d'ajouter des variables supplémentaires en espérant que leur introduction diminue l'autocorrélation* » (Jolibert et Jourdan, 2006, p. 270).

La valeur du test de Durbin Watson peut varier entre 0 et 4. Lorsque la valeur est inférieure à 1 ou supérieure à 3, il y a autocorrélation positive ou négative des erreurs. Les valeurs proches de 2 indiquent qu'il n'y a pas d'autocorrélation significative des erreurs.

d) La normalité des termes d'erreurs :

Il est important que les erreurs soient normalement distribuées. En cas d'absence de normalité des termes d'erreur, les tests statistiques effectués seront inefficaces pour valider les résultats d'une régression. Pour vérifier la normalité des termes d'erreurs, il est possible de construire un histogramme de la distribution des termes d'erreurs. Puis, le chercheur vérifie visuellement l'allure de la distribution et constate l'existence ou non d'une distribution normale des termes d'erreurs (Jolibert et Jourdan, 2006).

e) La multi-colinéarité :

Il y a multi-colinéarité lorsque les variables explicatives sont corrélées entre elles. La multi-colinéarité des variables explicatives est gênante car elle fausse les coefficients de la régression, d'une part, et l'estimation du poids relatif de chaque variable explicative, d'autre part. L'analyse de la multi-colinéarité peut se faire via les VIF (Variance Inflation Factor). Des VIF élevés indiquent la présence de multi-colinéarité. Pour Evrard et al. (1997), en dessous d'un seuil de 4, il n'y a pas de problème de multi-colinéarité de la variable avec les autres variables.

III. Présentation et discussion des résultats :

L'objectif de cette section est de tester la validité des hypothèses. Valider ou invalider des hypothèses implique pour notre étude de vérifier l'influence des variables explicatives du modèle sur la variable à expliquer : **la facilité d'accès aux ressources externes**. Il s'agit donc de soumettre les relations formulées dans les hypothèses à des tests économétriques de manière à déterminer, lorsqu'elles existent, **l'importance et la signification des contributions des variables indépendantes sur les variations de la variable dépendante**.

Successivement, nous cherchons à montrer l'impact éventuel des indicateurs du capital social sur la facilité d'accès aux ressources. Avant d'exposer les résultats de cette analyse, nous présentons les statistiques descriptives des données sociodémographiques des entrepreneurs de notre échantillon.

3.1. Description des données sociodémographiques :

Nous présentons les statistiques relatives aux caractéristiques des entrepreneurs interrogés (l'âge, le genre et le niveau d'instruction scolaire).

3.1.1. L'âge des entrepreneurs :

L'âge moyen des entrepreneurs interrogés est de 33 ans, alors que la moitié de l'échantillon a moins de 32 ans (médiane = 32).

Tableau 55 : statistiques sur l'âge des entrepreneurs

L'âge		
Moyenne		33,0979
Médiane		32,0000
Ecart-type		6,46149
Minimum		22,00
Maximum		45,00
Percentiles	25	27,0000
	50	32,0000
	75	38,0000

3.1.2. Le genre des entrepreneurs :

La majorité des entrepreneurs de notre échantillon sont des hommes, seulement 24 cas sont des femmes.

Tableau 56 : Répartition des entrepreneurs selon le genre

Niveau de scolarité	fréquence	pourcentage
Homme	139	85,3
Femme	24	14,7
Total	163	100,0

3.1.3. Le niveau de scolarité des entrepreneurs :

Le tiers des répondants ont un niveau de scolarité secondaire, alors que les entrepreneurs ayant un niveau universitaire ne présentent que 35%.

Tableau 57 : Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction

Niveau de scolarité	fréquence	pourcentage
Primaire	00	00,0
Moyen	32	19,6
Secondaire	74	45,4
Universitaire	57	35,0
Total	163	100,0

3.2. Les tests et les analyses de validation des hypothèses :

Dans cette sous-section nous présentons les résultats des analyses statistiques effectués afin de confirmer ou infirmer les hypothèses envisagées une à une. Accepter une hypothèse implique que les données recueillies au cours d'une enquête lui sont compatibles. Nous présentons en premier lieu les analyses de régressions simples comme un préalable à la régression multiple et ce dans le but de voir si la relation est linéaire entre la variable à expliquer et les variables explicatives.

3.2.1. Les régressions simples :

Deux séries de régression simples sont effectuées dont nous exposons les résultats. Les deux séries testent respectivement les hypothèses prononcées sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et intangibles.

3.2.1.1. Les régressions simples sur la facilité d'accès aux ressources tangibles :

Dans ce paragraphe, nous nous focaliserons sur les résultats de l'étude des relations entre la variable dépendante facilité d'accès aux ressources tangibles et les variables explicatives : taille du réseau ; diversité des liens ; la force des liens ; la confiance mutuelle et la bonne volonté.

a) L'influence de la taille du réseau :

L'impact de la taille du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles, est formulé par l'hypothèse :

→ H1a : plus la taille du réseau personnel de l'entrepreneur est étendue, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.

Selon l'argument de l'hypothèse de cette hypothèse, le degré de facilité d'accès aux ressources externes est positivement lié à la taille du réseau. L'analyse de la régression simple entre ces deux variables est résumée au tableau 58. Cette analyse montre **une corrélation satisfaisante** entre la taille du réseau personnel de l'entrepreneur et Le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. La force de cette relation est évaluée à **23,6%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliquée par la contrainte est égale à **5%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 9,482 ; sig. = 0,002 ; F critique est <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 58 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la taille du réseau personnel de l'entrepreneur

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,236 ^a	,056	,050	,358578	

a. Predictors: (Constant), Taille

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,219	1	1,219	9,482	,002 ^a
Residual	20,701	161	,129		
Total	21,920	162			

a. Predictors: (Constant), Taille
b. Dependent Variable: FRTangible

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,983	,063		31,281	,000
Taille	,012	,004	,236	3,079	,002

a. Dependent Variable: FRTangible

La taille du réseau personnel de l'entrepreneur a donc un impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. La relation entre la taille et le degré de facilité d'accès aux ressources est positive ($\beta = 0,236$), de ce fait, plus la taille de son réseau personnel est étendue, plus l'entrepreneur accède plus facilement aux ressources tangibles nécessaires pour la concrétisation du processus entrepreneurial. Ainsi en se basant sur le test de la régression simple, l'hypothèse H1a n'est pas rejetée.

Ce résultat concorde avec d'autres résultats d'autres études qui affirment que la taille du réseau a un impact significatif sur l'avancement du processus de création (Grève, 1995 ; Hansen, 1999).

b) L'effet de la force des liens sur la facilité d'accès aux ressources tangibles :

L'impact de la force des liens sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles est formulé par l'hypothèse H1b :

→ H1b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.

L'analyse de la régression simple entre la force des liens comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles est détaillée au tableau 59. L'analyse montre **une corrélation non satisfaisante** entre la force des liens et le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. La force de cette relation est évaluée à **6,7%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliquée par la force des liens est égale à **-0,2%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **inacceptable** et le lien s'en trouve **non significatif** (la valeur calculée de F est inférieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 0,716 ; sig. = 0,399 ; F critique <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

La force des liens du réseau personnel de l'entrepreneur n'a pas d'impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. La force des liens n'est pas un facteur facilitateur de l'accès aux ressources tangibles. Ainsi en se basant sur le test de la régression simple, **l'hypothèse H1b est rejetée.**

Tableau 59 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la force des liens

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,067 ^a	,004	-,002	,368168	

a. Predictors: (Constant), Forcelien

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,097	1	,097	,716	,399 ^a
	Residual	21,823	161	,136		
	Total	21,920	162			

a. Predictors: (Constant), Forcelien
b. Dependent Variable: FRTangible

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,333	,209		11,188	,000
	Forcelien	-,073	,086	-,067	-,846	,399

a. Dependent Variable: FRTangible

c) L'influence de la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles :

L'impact de la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles est formulé par l'hypothèse H1d :

→ H1c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources tangibles.

L'analyse de la régression simple entre la diversité du réseau comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources tangible est détaillée au tableau 60. Cette analyse montre **une corrélation satisfaisante** entre la diversité du réseau et Le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. La force de cette relation est évaluée à **42,5%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources

expliquée par la diversité du réseau est égale à **17,6 %** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 35,544 ; sig. = 0,000 ; F critique <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 60 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la diversité du réseau.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,425 ^a	,181	,176	,333958	

a. Predictors: (Constant), Diversité

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,964	1	3,964	35,544	,000 ^a
	Residual	17,956	161	,112		
	Total	21,920	162			

a. Predictors: (Constant), Diversité
b. Dependent Variable: FRTangible

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,359	,137		9,951	,000
	Diversité	,390	,065	,425	5,962	,000

a. Dependent Variable: FRTangible

La diversité du réseau personnel de l'entrepreneur a donc un impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. Plus le réseau personnel de l'entrepreneur est diversifié plus il lui est facile d'accéder aux ressources tangibles. Ainsi en se basant sur le test de la régression simple, **l'hypothèse H1c n'est pas rejetée.**

d) L'influence de la confiance mutuelle sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles :

La confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses liens personnels est un des facteurs facilitateurs de l'accès aux ressources tangibles. Cette relation est formulée par l'hypothèse H1d :

→ H1d : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.

L'analyse de la régression simple entre la confiance mutuelle comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles montre **une corrélation satisfaisante**. La force de cette relation est évaluée à **39,4%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliqué par la confiance mutuelle est égale à **15%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 29,534 ; sig. = 0,000 ; F critique <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 61 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la confiance mutuelle.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,394 ^a	,155	,150	,339185	

a. Predictors: (Constant), Confiance

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,398	1	3,398	29,534	,000 ^a
	Residual	18,522	161	,115		
	Total	21,920	162			

a. Predictors: (Constant), Confiance
b. Dependent Variable: FRTangible

Coefficients^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,919	,230		4,000	,000
	Confiance	,466	,086	,394	5,435	,000

a. Dependent Variable: FRTangible

La confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses liens, influe positivement le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. Suivant le teste régression simple, **l'hypothèse H1d n'est pas rejetée.**

e) L'influence de la bonne volonté des membres du réseau sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles :

La bonne volonté des liens personnels de l'entrepreneur est un des facteurs facilitateurs de l'accès aux ressources tangibles. Ce lien est formulé par l'hypothèse H1e:

→ H1e : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.

L'analyse de la régression simple entre la bonne volonté comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles montre **une corrélation satisfaisante**. La force de cette relation est évaluée à **50,4%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliqué par la bonne volonté est égale à **25%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 54,897 ; sig. = 0,000 ; F critique < 3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 62 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la bonne volonté.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,504 ^a	,254	,250	,318640	

a. Predictors: (Constant), Bvolonté

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,574	1	5,574	54,897	,000 ^a
	Residual	16,347	161	,102		
	Total	21,920	162			

a. Predictors: (Constant), Bvolonté
b. Dependent Variable: FRTangible

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,618	,077		20,981	,000
	Bvolonté	,226	,031	,504	7,409	,000

a. Dependent Variable: FRTangible

La bonne volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur a donc un impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. En se basant sur le test de la régression simple, **l'hypothèse H1e n'est pas rejetée**.

3.2.1.2. Les régressions simples sur la facilité d'accès aux ressources intangibles :

Dans ce paragraphe nous présentons les résultats de l'étude des relations entre la variable dépendante le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles et les variables explicatives : contrainte du réseau ; la diversité réseau ; la force des liens ; la confiance mutuelle et la bonne volonté.

a) L'effet du nombre de trous structuraux sur la facilité d'accès aux ressources intangibles :

L'hypothèse (H2a) suppose que le degré de facilité aux ressources intangibles est positivement lié au nombre de trous structuraux existant dans le réseau personnel de l'entrepreneur :

→ **H2a** : plus il y a de trous structuraux (contrainte faible) dans le réseau personnel de l'entrepreneur, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

Rappelons que la variable "nombre de trous structuraux" est mesurée par la contrainte, sachant que plus la valeur de la contrainte est faible, plus il y a de trous structuraux. Selon l'argument de l'hypothèse H2a, le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles est inversement lié à la contrainte structurale.

L'analyse de la régression du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles par la contrainte du réseau personnel de l'entrepreneur, montre **une corrélation satisfaisante**. La force de cette relation est évaluée à **23,3%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliqué par la contrainte est égale à **4,9 %** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 9,207** ; **sig. = 0,000** ; **F critique < 3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 63 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la contrainte.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,233 ^a	,054	,049	,348346	

a. Predictors: (Constant), Contrainte

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,117	1	1,117	9,207	,003 ^a
	Residual	19,415	160	,121		
	Total	20,532	161			

a. Predictors: (Constant), Contrainte
b. Dependent Variable: FRIntangible

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,295	,062		36,832	,000
	Contrainte	-,518	,171	-,233	-3,034	,003

a. Dependent Variable: FRIntangible

La relation entre la contrainte et le degré de facilité d'accès aux ressources est inverse ($\beta = -0,233$), de ce fait, plus la valeur de la contrainte est faible (et donc plus il y a de trous structureaux dans le réseau personnel) plus l'entrepreneur peut accéder facilement aux ressources intangibles. Ainsi en se basant sur le test de la régression simple, l'hypothèse **H2a n'est pas rejetée**.

Ce résultat concorde avec la thèse de Burt (1992) qui stipule que les trous structureaux ont plus d'avantages, découlant du fait que les individus peuvent établir des relations avec de multiples acteurs non connectés et explorer les opportunités de courtage. Donc, dans cette configuration du réseau les acteurs utilisent ces connexions pour obtenir des informations non redondantes. Cet avis s'applique bien à notre échantillon puisque les ressources acquises par les entrepreneurs interrogés, étaient plus des ressources intangibles (information et conseil).

b) L'effet de la force des liens sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles :

L'impact de la force des liens sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles est formulé par l'hypothèse H2b :

→ **H2b** : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur sont faibles, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

L'analyse de la régression simple entre la force des liens comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles est détaillée au tableau 64. L'analyse montre une corrélation non satisfaisante entre la force des liens et le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles. La force de cette relation est évaluée à **2,4%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliquée par la force des liens est évaluée à **-0,6%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **inacceptable** et le lien s'en trouve **non significatif** (la valeur calculée de F inférieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 0,094 ; sig. = 0,759 ; F critique < 3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 160 degrés de liberté).

La force des liens du réseau personnel de l'entrepreneur n'a pas d'impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles. La force des liens n'est pas un facteur facilitateur de l'accès aux ressources intangibles. Ainsi en se basant sur le test de la régression simple, **l'hypothèse H2b est rejetée.**

Tableau 64 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles par la force des liens.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,024 ^a	,001	-,006	,358122	

a. Predictors: (Constant), Forcelien

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,012	1	,012	,094	,759 ^a
	Residual	20,520	160	,128		
	Total	20,532	161			

a. Predictors: (Constant), Forcelien
b. Dependent Variable: FRIntangible

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,185	,197		11,096	,000
Forcelien	-,025	,082	-,024	-,307	,759

a. Dependent Variable: FRIntangible

c) L'influence de la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles :

L'impact de la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles est formulé par l'hypothèse H2c :

→ H2c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources intangibles.

L'analyse de la régression simple entre la diversité du réseau comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources intangible est détaillée au tableau 65. Cette analyse montre **une corrélation satisfaisante** entre les deux variables. La force de cette relation est évaluée à **38,3%** (R). La part de la variance du degré de

facilité d'accès aux ressources intangibles expliquée par la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur est égale à **14,2 %** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 27,548 ; sig. = 0,000 ; F critique <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 160 degrés de liberté).

Tableau 65 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles par la diversité du réseau.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,383 ^a	,147	,142	,330875	

a. Predictors: (Constant), Diversité

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,016	1	3,016	27,548	,000 ^a
	Residual	17,517	160	,109		
	Total	20,532	161			

a. Predictors: (Constant), Diversité
b. Dependent Variable: FRIntangible

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,359	,148		9,166	,000
	Diversité	,368	,070	,383	5,249	,000

a. Dependent Variable: FRIntangible

La diversité du réseau personnel de l'entrepreneur a donc un impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles. Plus le réseau personnel de l'entrepreneur est diversifiés plus il lui est facile d'accéder aux ressources intangibles. Ainsi en se basant sur le test de la régression simple, **l'hypothèse H2c n'est pas rejetée.**

d) L'influence de la confiance mutuelle sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles :

La confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses liens personnels est l'un des facteurs facilitateurs de l'accès aux ressources intangibles. Cette relation est formulée par l'hypothèse H2d :

→ H2d : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

L'analyse de la régression simple entre la confiance mutuelle comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles montre **une corrélation satisfaisante**. La force de cette relation est évaluée à **35,3%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliquée par le nombre de liens faibles est égale à **11,8%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 20,016 ; sig. = 0,000 ; F critique <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 66 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles par la confiance mutuelle.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,353 ^a	,124	,118	,360062	

a. Predictors: (Constant), Confiance
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,595	1	2,595	20,016	,000 ^a
Residual	18,280	161	,130		
Total	20,875	162			

a. Predictors: (Constant), Confiance
b. Dependent Variable : FRIntangible.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,023	,255		4,013	,000
Confiance	,431	,096	,353	4,474	,000

a. Dependent Variable : FRIntangible.

La confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses liens, influe positivement le degré de facilité d'accès aux ressources intangible. Suivant le teste de régression simple, **l'hypothèse H2d n'est pas rejetée.**

e) L'influence de la bonne volonté des membres du réseau sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles :

La bonne volonté des liens personnels de l'entrepreneur est un des facteurs facilitateurs de l'accès aux ressources intangibles. Ce lien est formulé par l'hypothèse H2e :

→ H2e : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.

L'analyse de la régression simple entre la bonne volonté comme variable explicative et le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles montre **une corrélation satisfaisante**. La force de cette relation est évaluée à **49,2%** (R). La part de la variance du degré de facilité d'accès aux ressources expliqué par le nombre de liens faibles est égale à **24,2%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression simple est donc **acceptable** et le lien s'en trouve **significatif** (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 51,192 ; sig. = 0,000 ; F critique <3,94**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 1 et 161 degrés de liberté).

Tableau 67 : Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles par la bonne volonté.

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,492 ^a	,242	,238	,311803	

a. Predictors: (Constant), BVolonté

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,977	1	4,977	51,192	,000 ^a
	Residual	15,555	160	,097		
	Total	20,532	161			

a. Predictors: (Constant), BVolonté
b. Dependent Variable: FRIntangible

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,613	,076		21,340	,000
	BVolonté	,214	,030	,492	7,155	,000

a. Dependent Variable: FRIntangible

La bonne volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur a donc un impact significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles. En se basant sur le test de la régression simple, **l'hypothèse H2e n'est pas rejetée.**

Tableau 68 : Résumé des résultats de la régression simple

Hypothèses testées	Résultats
H1a : plus la taille du réseau personnel de l'entrepreneur est étendue, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.	Validée
H1b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.	invalidée
H1c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources tangibles.	Validée
H1d : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.	Validée
H1e : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources tangibles est facile.	Validée
H2a : plus il y a de trous structuraux dans le réseau personnel de l'entrepreneur, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.	Validée
H2b : plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont faibles, plus l'accès aux ressources intangibles est facile.	invalidée
H2c : plus grande est la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, plus facile est l'accès aux ressources intangibles.	Validée
H2d : plus la confiance mutuelle entre l'entrepreneur et ses contacts est forte, plus l'accès aux ressources intangibles est facile	Validée
H2e : plus la volonté des membres du réseau personnel de l'entrepreneur est bonne, plus l'accès aux ressources intangibles, est facile.	Validée

Après cette analyse effectuée par la régression simple, et dans le but d'affirmer la qualité et l'importance de la contribution apportées par chacune des variables explicatives sur le degré de facilité d'accès aux ressources (tangibles et intangibles), nous procédons à une analyse par une régression multiple qui rend compte de la qualité du modèle que nous avons élaboré.

3.2.2. L'analyse de régression multiple :

Le test de l'impact simultané de l'ensemble des variables explicatives que nous avons introduit dans le modèle d'analyse, sur le degré de facilité d'accès aux ressources, est réalisé par la régression multiple. Celle-ci est une extension de la régression linéaire simple faisant intervenir plusieurs variables indépendantes. Globalement, les objectifs de la régression multiple sont les mêmes que ceux de la régression simple. Il s'agit, en premier lieu d'expliquer les variations de la variable dépendante à partir de celles de plusieurs variables indépendantes. Le second but est aussi de déterminer l'intensité de cette relation. Enfin, et comparativement à la régression simple, la régression multiple offre l'avantage d'analyser les contributions apportées par chacune des variables explicatives dans l'interprétation du phénomène étudié (Giannelloni et Vernet, 2001). Il s'agit donc d'identifier un modèle qui soit d'après Evrard et al *"parcimonieux... A niveaux de pouvoir explicatif comparables (c'est-à-dire non significativement différents du point de vue statistique), on préférera le modèle le plus simple"* (1997), p. 457), c'est-à-dire celui qui inclut le plus petit nombre de variables explicatives.

Avant de passer à l'estimation de l'influence conjointe des variables explicatives sur la variable dépendante, il convient de choisir le modèle de régression multiples à appliquer et d'effectuer une vérification de certaines conditions pratiques de son utilisation.

3.2.2.1. Le choix d'une régression multiple hiérarchique :

Les régressions multiples, c'est-à-dire comprenant au moins deux variables explicatives, peuvent être effectuées selon trois types d'analyse : l'analyse de régression simultanée, l'analyse de régression pas à pas et l'analyse de régression hiérarchique.

a) L'analyse de régression simultanée :

La régression simultanée consiste à introduire en une seule fois toutes les variables explicatives dans la régression (Jolibert et Jourdan, 2006). Il est possible d'utiliser cette façon de procéder lorsque toutes les variables ont le même statut.

b) L'analyse de régression pas à pas (stepwise) :

Dans ce type d'analyse, les variables supplémentaires qui sont introduites doivent apporter une contribution significative à l'explication auquel cas elles sont éliminées. « A l'inverse de la méthode hiérarchique dans laquelle le chercheur effectue a priori le choix des variables à introduire, dans la méthode pas à pas, les variables à retenir au final sont déterminées a posteriori » (Jolibert et Jourdan, 2006, p. 276). Ce type de régression ne convient pas à notre étude car les variables introduites sont issues de la littérature et sont donc déterminées a priori.

c) L'analyse de régression hiérarchique :

Ce type d'analyse permet de répondre aux questions concernant la contribution d'une variable ou d'un ensemble de variables au-delà de la contribution des variables qui sont déjà dans l'équation. Les variables sont inclus dans l'équation dans un ordre prédéterminé par le chercheur. Dans ce cas, les variables qui entrent en premier «prennent» toute la variance disponible pour elles et celles qui entrent plus tard ne disposent que de la variance non-expliquée au moment de leur entrée.

Ainsi, nous optons pour une analyse de **régression multiple et hiérarchique** entre le degré de facilité d'accès aux ressources et deux blocs de variables explicatives :

- le premier bloc est composé des variables relatives au capital social structurel.
- le second bloc est celui des variables du capital social relationnel.

Selon Durand (1996) ce qui intéresse le plus dans les résultats de l'analyse hiérarchique, c'est la différence de variance expliquée lorsque l'on entre de nouvelles variables ou des ensembles de variables. Il est intéressant de savoir aussi si cet ajout est significatif.

Dans notre analyse nous nous intéressons à savoir qu'elle est la valeur ajoutée de la dimension relationnelle du capital social en termes de variance expliquée.

Cependant, le nombre de cas étudié est une condition pratique principale pour l'utilisation de la régression multiple. Ce nombre est en relation avec le nombre de variables indépendantes introduites dans le modèle d'analyse. D'après Tabachnik et Fidell (1989)¹⁴³, il devrait y avoir au minimum :

- 20 cas par variable pour une régression standard et hiérarchique.
- 40 cas par variable, pour une régression statistique.

¹⁴³ Tabachnik et Fidell (1989), *Using multivariate statistics*; New York: Harper & Row. Cite par Durand (1996).

Dans notre modèle, cinq variables explicatives sont introduites avec 163 cas, notre échantillon répond donc largement aux conditions d'utilisation de la régression multiples hiérarchique.

3.2.2.2. Résultats des régressions hiérarchiques :

Le modèle de cette recherche comporte deux variables à expliquer : «le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles » et « le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles ». Les variables explicatives sont les variables de la dimension structurelle et ceux de la dimension relationnelle du capital social de l'entrepreneur. Une régression hiérarchique est réalisée pour chaque variable dépendante, en introduisant en premier lieu les variables explicatives de la dimension structurelle ; puis en seconde étape les variables explicatives de la dimension relationnelle.

Chacune des deux variables expliquées va être analysée en trois points. Premièrement, seront vérifiées les conditions d'utilisation de la régression. Deuxièmement, présentation de la qualité globale du modèle proposé, en indiquant notamment la part de la variance expliquée grâce au modèle. Troisièmement, seront étudiés les poids des variables qui expliquent significativement ledit modèle.

a) Les résultats de la régression hiérarchique sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles :

Le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles est expliqué par les variables : taille du réseau, la diversité du réseau, la force des liens (bloc 1) et la confiance mutuelle et la bonne volonté (bloc 2).

❖ La vérification des conditions d'utilisation de la régression :

Nous présentons dans ce qui suit les résultats de la vérification des quatre conditions fondamentales, il s'agit de : l'analyse des résidus ; l'absence de multicolinéarité ; l'analyse de la variance et l'absence d'autocorrélation des erreurs.

➤ **l'analyse des résidus :**

Le résidu est l'écart entre chaque valeur de la variable dépendante et la valeur que l'on a prédite étant donné les valeurs des variables indépendantes. Plus cet écart est important, moins la prédiction est juste.

Nous avons procédé à une analyse des résidus qui nous a permis et grâce aux valeurs données par les tableaux « Casewise Diagnostics» (voir ci-dessous), de déterminer deux observations avec des valeurs extrêmes, ce qui nous a incité à les retirer pour rehausser de la pertinence du modèle.

Tableau 69 : Casewise Diagnostics (Variables extrêmes obtenues à l'issue de la 1^{ère} analyse)

Case Number	Std. Residual	FRTangible	Predicted Value	Residual
31	2,005	2,388	1,98292	,405079
33	-2,462	1,750	2,24747	-,497467

➤ **Examen de la multi-colinéarité :**

Les résultats de l'analyse montrent bien que les VIF dans notre modèle sont maîtrisés puisque comme préconisé par Evrard et al. (1997), leurs valeurs ne doivent pas dépasser la valeur de 4. Il n'y a pas de multicollinéarité dans notre régression car les VIF sont inférieurs à 4 (voir annexe 3).

➤ **Analyse de la variance :**

Les résultats de l'analyse de la variance, (tableau 70), nous montre que le test de Fisher est significatif (inférieur à 0,05) confirmant ainsi l'estimation de la qualité de l'ajustement du modèle, en effet :

- le coefficient F de FISHER-SNEDECOR du premier modèle est égal à 17,285 (sig. = 0,000), ce qui est largement supérieur à la valeur critique donnée par la table statistique ($F < 2,7$ pour $\alpha = 0,05$ et 3 et 157 degrés de liberté).
- le coefficient F de FISHER-SNEDECOR du second modèle est égal à 64,741 (sig. = 0,000), ce qui est largement supérieur à la valeur critique donnée par la table statistique ($F < 2,31$ pour $\alpha = 0,05$ et 5 et 155 degrés de liberté).

Ce sont donc bien les variables indépendantes qui expliquent la variation de la variable dépendante.

Tableau 70 : Analyse de la variance de la variable dépendante (degré de facilité d'accès aux ressources tangibles)

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,259	3	1,753	17,285	,000 ^a
	Residual	15,924	157	,101		
	Total	21,183	160			
2	Regression	14,324	5	2,865	64,741	,000 ^b
	Residual	6,859	155	,044		
	Total	21,183	160			

a. Predictors: (Constant), Forcelien, Diversité, Taille

b. Predictors: (Constant), Forcelien, Diversité, Taille, Bvolonté, Confiance

c. Dependent Variable: FRTangible

➤ **L'absence d'autocorrélation des erreurs :**

L'absence d'autocorrélation des erreurs se calcule via le test de Durbin Watson. Ce test doit avoir une valeur proche de 2 pour satisfaire pleinement la condition d'absence d'autocorrélations des erreurs (Field, 2005). Dans notre modèle, ce test s'élève à 1,897 (voir annexe 4), il n'y a donc pas d'autocorrélation des erreurs.

➤ **La qualité globale du modèle expliquant le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles:**

Comme le présente le tableau 71, la régression hiérarchique réalisée affichent deux modèles :

- Le modèle 1 : est relatif au premier bloc de variables structurelles " taille", "diversité", et "force des liens".
- Le modèle 2 : inclus le second bloc de variables relationnelles : "confiance" et "bonne volonté".

Tableau 71 : Résultats des régressions hiérarchiques sur l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles.Model Summary^c

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Sig. F Change
1	,498 ^a	,248	,234	,318475	,248	17,285	,000
2	,822 ^b	,676	,666	,210360	,428	102,425	,000

La régression hiérarchique, réalisée grâce à l'introduction des « deux blocs de variables » un à un, permet de mettre en évidence le poids de chacun de ces deux blocs de variables dans l'explication de la variance totale.

Le premier modèle indique qu'il y a une corrélation significative (**R= 49,8%**) entre la variable dépendante "le degré de facilité d'accès aux ressources tangible" et les trois variables explicatives : "taille", "diversité" et "force des liens". **R²** multiple ajusté présente un score égal à **0,234**. Le modèle est de **qualité satisfaisante** puisque les trois variables indépendantes expliquent plus de **23%** la variance de la variable dépendante exprimée dans les données de départ.

Nous en concluons, par conséquent, que la qualité de l'ajustement obtenue par la régression multiple est **significative**.

Le deuxième modèle indique que l'ajout du deuxième bloc composé des deux variables explicatives "confiance" et "bonne volonté" a largement amélioré le pouvoir de prédiction du modèle et sa qualité d'explication du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles. En effet, ces deux variables ont contribué à augmenter la valeur du **R²** multiple ajusté de **0,234** à **0,666** et la signification de la contribution est confirmée par la valeur du **F change= 102.425 (sig=0,000)**, ce qui est **largement supérieur** à la valeur critique donnée par la table statistique ($F < 2,7$ pour $\alpha = 0,05$ et 3 et 157 degrés de liberté). Nous concluons donc que la qualité de l'ajustement obtenue par la régression multiple est **significative** et que les variables du capital social relationnel **sont fortement explicatives** du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles (**R²change = 0,428**).

Les résultats statistiques qui viennent d'être évoqués sont des indicateurs de la liaison globale entre la variable à expliquer et les variables explicatives.

Etudions, ci-après, le poids respectif des variables explicatives afin de connaître la contribution de chacune d'entre elles à la facilité d'accès aux ressources tangibles.

➤ **L'analyse des coefficients des variables expliquant le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles :**

Nous examinons les valeurs du coefficient partiel de régression Bêta. Celui-ci représente la variation attendue de la variable à expliquer lorsque une variable explicative "change d'une unité" et que les autres variables explicatives "sont maintenues constantes ou contrôlées" (Giannelloni et Vernet, 2001, p. 412). C'est le coefficient de régression standardisé qui importe (rubrique des "Coefficients" du tableau 72).

Tableau 72 : Les coefficients des variables explicatives

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,877	,273		3,216	,002
	Taille	,015	,004	,291	4,031	,000
	Diversité	,398	,064	,437	6,170	,000
	Forcelien	,108	,080	,100	1,354	,178
2	(Constant)	-,935	,242		-3,863	,000
	Taille	,025	,003	,487	9,254	,000
	Diversité	,312	,043	,343	7,246	,000
	Forcelien	,014	,053	,013	,268	,789
	Confiance	,595	,061	,503	9,757	,000
	Bvolonté	,201	,021	,446	9,609	,000

Les résultats montrent que toutes les variables expliquent significativement le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles, sauf la variable "force des liens". En effet, le test t de STUDENT indique que les quatre variables indépendantes introduites :

la taille du réseau, la diversité, la confiance et la bonne volonté **contribuent significativement** à l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles. Rappelons que les valeurs des tests T pour les coefficients sont constituées par la division de la valeur du coefficient de régression "b" par son erreur-type. Cette valeur doit être plus grande que 2 pour être significative. Elle indique si chacun des coefficients des variables présentes dans l'équation sont significatifs. Tous les coefficients sont significatifs sauf celui de la variable "force des liens" n'est pas significatif ($t < 2$).

Nous allons maintenant examiner le poids de ces variables en fonction de la hiérarchie dans laquelle elles ont été introduites dans le modèle, à savoir : les variables du capital social structurel, puis les variables du capital social relationnel.

- ❖ L'analyse des variables relatives au capital social structurel fait ressortir plusieurs résultats :
 - Premièrement, la variable «force des liens » du réseau n'a aucun effet sur la variable « degré de facilité d'accès aux ressources tangibles ». Notre hypothèse (H1b), selon laquelle la force des liens est liée positivement au degré de facilité d'accès aux ressources tangibles, est donc rejetée. Notre résultat ne concorde pas avec les travaux relatant l'importance des liens forts, pour les nouvelles entreprises notamment pour l'acquisition de ressources nécessaires dont principalement les ressources financières (Casson, 1991 ; Boutillier et Uzinidis, 1999 ; Stam, 2014).
 - Deuxièmement, les deux autres variables (la taille et la diversité du réseau) ont un effet significatif, les hypothèses H1a et H1c sont donc corroborées.
 - Cependant, c'est la diversité du réseau avec $\beta=0,437$, qui explique le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles mieux que la variable taille du réseau ($\beta=0,291$).

Nous retenons que l'impact du capital social structurel sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles, revient plus à l'effet positif de la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur (les attributs des liens en termes de diversité sectorielle), que l'effet de sa structure (en termes de taille du réseau). Alors que la force des liens n'a pas d'effet. Ceci nous permet de dire qu'en ne tenant en compte que de la dimension structurale du capital social, la configuration optimale du réseau personnel de l'entrepreneur (lui permettant un accès facile aux

ressources tangibles) consiste à avoir un réseau étendu et surtout composée de liens diversifiés (composés de personnes appartenant à des secteurs d'activité divers).

❖ L'intégration de la dimension relationnelle du capital social dans le modèle d'analyse donne les résultats suivants :

→ En premier lieu, le modèle 2 confirme le non significativité de la variable "force des liens". Alors que toutes les autres variables ont un effet significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles, tel que nous l'avons prévu par nos hypothèses : H1a ; H1c ; H1d ; H1e, qui sont donc, toutes validées. Ainsi, **la régression multiple rejette et valide les mêmes hypothèses** que les régressions simples.

→ L'analyse montre aussi qu'en termes de contribution dans l'explication de la variable dépendante, c'est la variable confiance mutuelle qui explique le mieux ($\beta=0,503$), le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles, suivie par la variable taille du réseau ($\beta=0,487$), puis par la bonne volonté ($\beta=0,446$) et la variable diversité ($\beta=0,343$). Notre explication de ces résultats porte sur deux aspects :

- La prégnance de la variable confiance dans l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles nous semble logique puisque ce type de ressources implique une certaine prise de risque pour ceux qui les fournissent (Chollet, 2002). De ce fait leur échange est essentiellement basé sur la confiance, plus que la bonne volonté. Par ce résultat, nous rejoignons le point de vue d'Uzzi (1996), soulignant que la confiance facilite l'échange de ressources.
- La diminution de la contribution de la diversité du réseau et la hausse de celle de la variable taille, suite à l'inclusion des variables relationnelles, revient au fait que l'origine de celles-ci (confiance et la bonne volonté) réside dans la structure du réseau (la taille), comme le soulignent Adler et Kwon (2002). Ce qui explique aussi le classement de la variable taille au second rang après la variable confiance, dans l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles.

Ces résultats nous permettent de déduire que le capital social de l'entrepreneur a un impact positif sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles nécessaires à la création d'une micro entreprise. Et que la dimension relationnelle dont principalement la confiance mutuelle, contribue plus que la dimension structurelle à cet impact.

b) Les résultats de la régression hiérarchique sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles :

Le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles est expliqué par les variables : contrainte structurale, la diversité du réseau, la force des liens (bloc 1), et la confiance mutuelle et la bonne volonté (bloc 2).

❖ La vérification des conditions d'utilisation de la régression :

Nous présentons dans ce qui suit les résultats de la vérification des quatre conditions d'utilisation de la régression :

➤ **l'analyse des résidus :**

L'analyse des résidus nous a permis, grâce aux valeurs données par les tableaux «Casewise Diagnostics» (voir ci-dessous), de déterminer cinq observations avec des valeurs extrêmes, qui ont été retirées.

Tableau 73 : Casewise Diagnostics (Variables extrêmes obtenues à l'issue de la 2^{ème} analyse)

Case Number	Std. Residual	RG	Predicted Value	Residual
12	-2,395	1,694	2,34714	-,653140
19	-2,310	1,745	2,37488	-,629876
35	-2,006	1,876	2,42313	-,547128
37	2,271	2,263	1,64365	,619354
43	-2,395	1,694	2,34714	-,653140

➤ **Examen de la multi-colinéarité :**

Les résultats de l'analyse montrent bien que les VIF dans notre modèle sont maîtrisés (ne dépassent pas la valeur de 4). Il n'y a pas de multicollinéarité dans notre régression. (voir Annexe 3).

➤ **Analyse de la variance :**

Les résultats de l'analyse de la variance, (tableau 74), nous montre que le test de Fisher est significatif (inférieur à 0,05) confirmant ainsi l'estimation de la qualité de l'ajustement du modèle :

- le coefficient F de FISHER-SNEDECOR du premier modèle est égal à 16,676 (sig. = 0,000), ce qui est largement supérieur à la valeur critique donnée par la table statistique ($F < 2,7$ pour $\alpha = 0,05$ et 3 et 157 degrés de liberté).
- le coefficient F de FISHER-SNEDECOR du second modèle est égal à 51,4 (sig. = 0,000), ce qui est largement supérieur à la valeur critique donnée par la table statistique ($F < 2,31$ pour $\alpha = 0,05$ et 5 et 155 degrés de liberté).

Ce sont donc bien les variables indépendantes qui expliquent la variation de la variable dépendante.

Tableau 74 : Analyse de la variance de la variable dépendante (facilité d'accès aux ressources)

ANOVA^c

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5,119	3	1,706	16,676	,000 ^a
Residual	16,064	157	,102		
Total	21,183	160			
2 Regression	13,214	5	2,643	51,400	,000 ^b
Residual	7,969	155	,051		
Total	21,183	160			

a. Predictors: (Constant), Contrainte, Diversité, Forcelien

b. Predictors: (Constant), Contrainte, Diversité, Forcelien, Bvolonté, Confiance

c. Dependent Variable: FRIntangible

➤ **L'absence d'autocorrélation des erreurs :**

Dans notre modèle le test de Durbin Watson est égale à 1,596 (Annexe 4), il n'y a donc pas d'autocorrélation des erreurs.

➤ **La qualité globale du modèle expliquant le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles :**

Comme le présente le tableau 75, la régression hiérarchique réalisée affichent deux modèles :

- Le modèle 1 : est relatif au premier bloc de variables structurelles " la contrainte", " la diversité", et "la force des liens".
- Le modèle 2 : inclus le second bloc de variables relationnelles : "la confiance" et "la bonne volonté".

Tableau 75 : Résultats des régressions hiérarchiques sur l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles.

Model Summary^c

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Sig. F Change
1	,492 ^a	,242	,227	,319877	,242	16,676	,000
2	,790 ^b	,624	,612	,226750	,382	78,721	,000

Le premier modèle indique qu'il y a une corrélation significative (**R= 49,2%**) entre la variable dépendante "le degré de facilité d'accès aux ressources intangible" et les trois variables explicatives : "contrainte", "diversité" et "force des liens". **R²** multiple ajusté présente un score égal à **0,227**. Le modèle est de **qualité satisfaisante** puisque les trois variables indépendantes expliquent plus de **22%** la variance de la variable dépendante exprimée dans les données de départ.

Nous en concluons, par conséquent, que la qualité de l'ajustement obtenue par la régression multiple est **significative**.

Le deuxième modèle indique que l'ajout du deuxième bloc composé des deux variables explicatives "confiance" et "bonne volonté" a largement amélioré le pouvoir

de prédiction du modèle et sa qualité d'explication du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles. En effet, ces deux variables ont contribué à augmenter la valeur du R^2 multiple ajusté de **0,227** à **0,612** et la signification de la contribution est confirmée par la valeur du **F change= 78.721 (sig=0,000)**, ce qui est **largement supérieur** à la valeur critique donnée par la table statistique ($F < 2,7$ pour $\alpha = 0,05$ et 2 et 155 degrés de liberté). Nous concluons donc que la qualité de l'ajustement obtenue par la régression multiple est **significative** et que les variables du capital social relationnel **sont fortement explicatives** du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles ($R^2\text{change} = 0,382$).

Pour le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles, les résultats de la régression multiple confirment ceux de la régression simple en validant les mêmes hypothèses à savoir : H2a ; H2c ; H2d ; H2e, et rejette la même hypothèse H2b.

Etudions, ci-après, le poids respectif des variables explicatives afin de connaître la contribution de chacune d'entre elles à la facilité d'accès aux ressources intangibles.

Tableau 76 : Les coefficients des variables explicatives du degré de facilité aux ressources intangibles.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,288	,248		5,186	,000
	Diversité	,416	,065	,457	6,373	,000
	Forcelien	,089	,079	,083	1,132	,259
	Contrainte	-,677	,176	-,276	-3,838	,000
2	(Constant)	-,016	,221		-,075	,941
	Diversité	,346	,047	,380	7,401	,000
	Forcelien	-,025	,057	-,023	-,435	,664
	Contrainte	-,944	,131	-,385	-7,219	,000
	Confiance	,487	,062	,412	7,828	,000
	Bvolonté	,208	,022	,462	9,238	,000

Les résultats du test t de STUDENT montrent que la variable "force des liens" est la seule variable n'expliquant pas significativement le degré de facilité d'accès aux

ressources intangibles. Alors que les contributions des autres variables sont significatives.

Nous allons maintenant examiner le poids de ces variables en fonction de la hiérarchie dans laquelle elles ont été introduites dans le modèle, à savoir : les variables du capital social structurel, puis les variables de capital social relationnel

- ❖ L'analyse des variables relatives au capital social structurel montre que :
 - Premièrement, l'effet de la variable «force des liens » du réseau personnel n'a aucun effet sur la variable expliquée. Nous rejetons donc l'hypothèse H2b, selon laquelle la force des liens est inversement liée (moins les liens sont forts) au degré de facilité d'accès aux ressources intangibles.
 - Deuxièmement, les deux autres variables (la contrainte et la diversité du réseau) ont des effets significatifs, les hypothèses H2a et H2c sont donc corroborées.
 - Cependant, c'est la diversité du réseau ($\beta=0,457$) qui explique le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles, mieux que la variable contrainte du réseau ($\beta= - 0,276$).

Ces résultats nous mènent à dire que la configuration optimale du réseau personnel facilitant à l'entrepreneur l'accès aux ressources intangibles, consiste à avoir un réseau diversifié (composés de personnes appartenant à des secteurs d'activité divers) et ouvert (comprenant des trous structuraux).

Nous retenons que l'impact positif du capital social structurel sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles, revient plus à l'effet positif de la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur (les attributs des liens en termes de diversité sectorielle), que l'effet de sa structure (en termes de nombre de trous structuraux). Alors même que la force des liens n'a pas d'effet.

- ❖ Après l'intégration des variables relatives à la dimension relationnelle du capital social, le modèle d'analyse nous fournit les résultats suivants :
 - En premier lieu, le modèle 2 confirme le non significativité de la variable "force des liens". Alors que toutes les autres variables ont un effet significatif sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles, tel que nous l'avons prévu par les hypothèses : H2a ; H2c ; H2d ;H2e, qui

sont ainsi, toutes validées. **la régression multiple rejette et valide les mêmes hypothèses** que les régressions simples.

- L'analyse montre aussi que parmi les variables dont l'effet est significatif, ce sont les variables de la dimension relationnelle : la bonne volonté ($\beta=0,462$) suivi par la confiance ($\beta=0,412$) expliquent le mieux le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles que les variables de la dimension structurelle : la contrainte ($\beta=0,385$) suivi en dernière position par la variable diversité ($\beta=0,380$). là aussi, nous constatons que :
- Les variables relationnelles (la bonne volonté et la confiance) sont celles qui expliquent le mieux le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles, mais avec une certaine supériorité de la variable bonne volonté. Ce résultat s'explique par le fait que les ressources intangibles n'impliquent pas de prise de risque et donc leur échange est basé sur la bonne volonté et relativement moins sur la confiance.
 - Aussi, suite à l'inclusion des variables relationnelles, l'importance de la diversité du réseau a diminué alors que celle de la contrainte (mesurant le nombre de trous structuraux) augmenté. Comme expliqué précédemment, ce résultat revient au fait que les normes relationnelles (confiance et bonne volonté) découlent de la structure des relations sociales.

Ces analyses nous permettent de dire que le capital social de l'entrepreneur a un impact positif sur le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles nécessaires à la création d'une micro entreprise. Alors que la dimension relationnelle contribue plus que la dimension structurelle dans cet impact.

3.3. Synthèse des résultats :

Dans cette section nous avons présenté les résultats issus de notre étude quantitative portant sur l'analyse de l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et intangibles, nécessaires pour la création de micros-entreprises. Ces résultats font ressortir

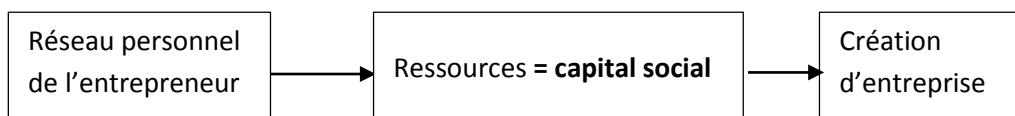
a) Premièrement, pour les deux types de ressources, tangibles et intangibles, l'analyse a montré que la force des liens n'a pas d'effet significatif sur le degré de facilité d'accès aux deux types de ressources. Ce résultat est intéressant du fait qu'il confirme le résultat de notre étude qualitative (cf. chapitre 5). En effet l'étude

qualitative a montré la difficulté d'arbitrer entre liens faibles pour les informations et liens forts pour les ressources tangibles. Cette difficulté résulte du fait que les entrepreneurs étudiés ont mobilisé les liens forts du même que les liens faits pour acquérir différents types de ressources, ce qui explique la non significativité de la force des liens dans le modèle d'analyse.

b) Deuxièmement, les résultats de la première étape du test de régression hiérarchique introduisant le seul bloc de variables relatives à la dimension structurelle, en plus de la non significativité de la force des liens, révèlent que la diversité du réseau (les attributs des alters) qui explique le mieux le degré de facilité d'accès aux ressources (ce résultat est obtenu dans les deux cas : ressources tangibles et intangibles). Notre résultat concorde avec ceux d'autres chercheurs, comme Butter et Hansen(1991) qui considèrent que la diversité des *alter* du réseau personnel, notamment du point de vue du secteur d'activité, permet à l'entrepreneur d'avoir un éclairage nouveau sur certains aspects de son projet et accéder à d'autres ressources, ainsi que Brüdel et Preisendöfer (1998) qui stipulent que les entrepreneurs ayant un vaste réseau diversifié, reçoivent plus de soutien qui contribue à leur succès.

A ce stade d'analyse, nos résultats obtenus entrent dans le cadre de la théorie des ressources de Lin (1995) qui explique que plus les alters du réseau personnel possèdent des caractéristiques différentes, plus « égo » obtient des ressources variées. **Le capital social de l'entrepreneur créateur de micro entreprise est donc assimilé aux ressources accessibles par son réseau personnel :**

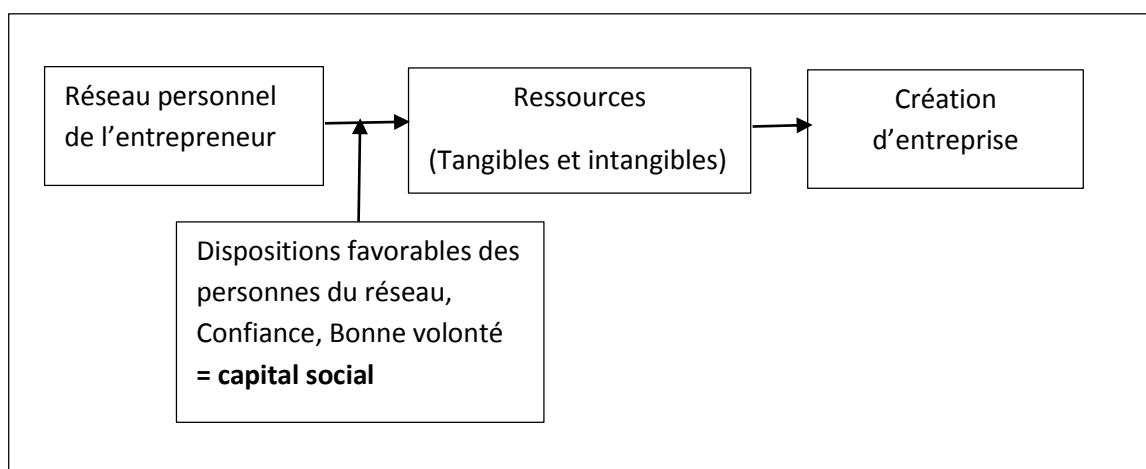
Figure 49 : capital social structurel de l'entrepreneur



Les résultats de la seconde étape des tests de régressions multiples hiérarchiques introduisant les deux blocs de variables relatives aux deux dimensions du capital social, structurelle et relationnelle montrent que les variables de la dimension relationnelle (la confiance mutuelle et la bonne volonté des alters) expliquent mieux le degré de facilité d'accès aux ressources (ce résultat est obtenu dans les deux cas : ressources tangibles et intangibles). Ces résultats sont à mettre en relation avec les travaux de Nahapiet et Ghoshal (1998) ainsi que Adler et Kwon (2002), qui considèrent que le capital social structurel possède une influence importante sur le plan individuel, et que les effets de la

dimension relationnelle sont encore plus importants que le capital social structurel. Ainsi, nos résultats s'inscrivent dans la vision d'Adler et Kwon (2002) qui définissent le capital comme étant les dispositions favorables disponibles pour des individus ou des groupes. Ils précisent que ses origines résident dans la structure et le contenu des relations sociales des acteurs et que ses effets proviennent de l'information, de l'influence et de la solidarité qu'il rend disponibles pour l'acteur (Adler et Kwon, 2002, p23). **Le capital social de l'entrepreneur créateur de micro entreprise réside dans la structure et le contenu de ses relations sociales :**

Figure 50 : le capital social structurel et relationnel de l'entrepreneur



Les résultats issus de l'ensemble des analyses et des calculs que nous avons effectués, nous permettent de présenter un modèle de la facilité d'accès aux ressources nécessaires pour la concrétisation du processus entrepreneurial, validé au sein d'un échantillon d'entrepreneurs algériens créateurs de micros-entreprises.

3.4. Un modèle explicatif de la facilité d'accès aux ressources nécessaires pour la concrétisation du processus entrepreneurial testé dans le cadre de création de micros-entreprises :

Dans cette étude quantitative, nous avons testé le modèle élaboré, dans lequel deux variables sont à expliquer : " le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles" et "le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles".

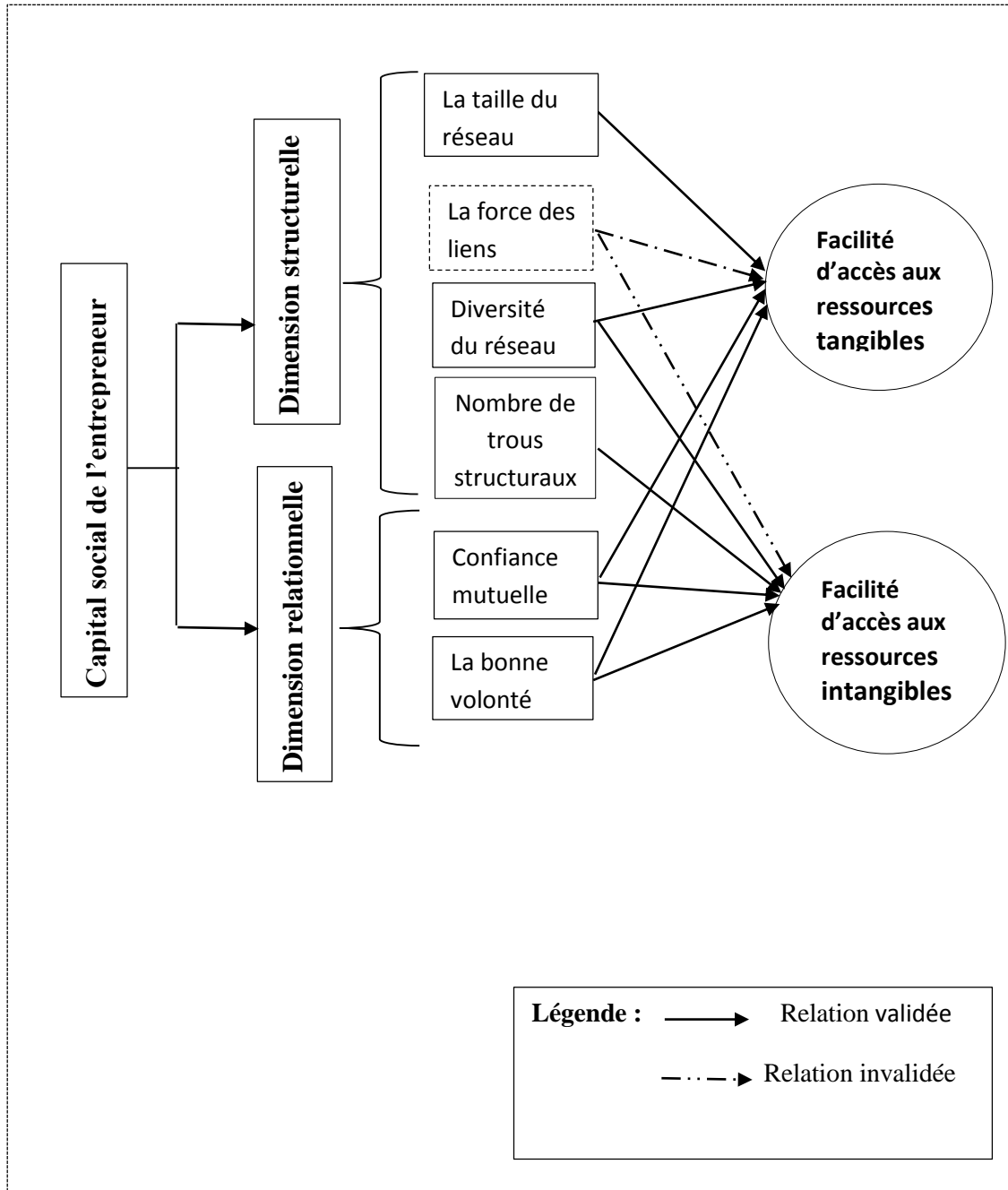
- Concernant "le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles", les tests économétriques montrent qu'une seule l'hypothèse est invalidée : H1b (plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur, sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile). Alors que la confiance mutuelle entre

l'entrepreneur et les membres de son réseau personnel, est la variable qui explique le mieux le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles nécessaires pour la création d'entreprise. Suit au second rang par la taille du réseau personnel de l'entrepreneur, puis par la bonne volonté des membres du réseau personnel ; et au dernier rang, la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur.

- Pour "le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles", une seule hypothèse est rejetée : H1b (plus les liens du réseau personnel de l'entrepreneur sont forts, plus l'accès aux ressources tangibles est facile). Les quatre autres hypothèses validées et indiquent que la bonne volonté est la variable qui explique le mieux le degré de facilité d'accès aux ressources intangibles, suivi au second rang par la confiance mutuelle avec une contribution proche. Puis, respectivement au troisième et quatrième rang le nombre de trous structuraux (mesurés par la contrainte) et la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur, avec des scores très proches.

Compte tenu des relations et des hypothèses vérifiées, nous pouvons reprendre le modèle de recherche valide dans les figures ci-dessous.

Figure 51 : Un modèle explicatif de la facilité d'accès aux ressources nécessaires pour la concrétisation du processus entrepreneurial testé auprès d'un échantillon d'entrepreneurs créateurs de micros-entreprises :



Conclusion du chapitre :

Dans ce sixième chapitre, nous avons exposé l'étude quantitative ayant pour objectif d'analyser l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources nécessaires à la création d'entreprise. Dans une première section, nous avons procédé à une reformulation du modèle d'analyse proposé. Cette mesure a été prise suite à l'induction issue de l'étude qualitative, remettant en doute l'analyse unidimensionnelle du capital social. En effet, le retour à la théorie nous a conduits à adopter une approche multidimensionnelle du capital social et approfondir notre modèle de recherche en introduisant la dimension relationnelle en plus de la dimension structurelle, pour mesurer le capital social de l'entrepreneur.

Dans la seconde section, nous avons détaillé la méthodologie de notre étude ayant pour objectif de tester et valider le modèle de recherche proposé. Nous avons procédé à l'explication du processus d'élaboration du questionnaire, de collecte de données et ainsi que les méthodes d'analyse envisagées.

La troisième section a été consacrée à la vérification des hypothèses de recherche proposées sur la facilité d'accès aux ressources nécessaires à l'acte de création d'entreprise. Plus précisément, nous avons cherché à évaluer l'effet du capital social de l'entrepreneur sur le degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et aux ressources intangibles. Dans ce cadre, le degré de facilité d'accès aux ressources est supposé dépendre de deux dimensions du capital social : la dimension structurelle et la dimension relationnelle. Les résultats des tests de régressions simples ont validé toutes les hypothèses sauf celles relatives à l'effet de la force des liens. Tandis que les régressions multiples et hiérarchiques ont permis en premier lieu de confirmer les résultats des régressions simples en validant et rejetant les mêmes hypothèses. En second lieu, d'identifier quels sont les facteurs qui expliquent le plus la facilité d'accès aux ressources.

Il ressort des résultats de cette analyse que, avant l'introduction des variables relationnelles, la diversité du réseau personnel de l'entrepreneur est l'élément le plus explicatif du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles et intangibles.

En seconde étape, l'inclusion des variables relationnelles du capital social a largement contribué à l'explication du phénomène étudié. Les résultats des tests effectués montrent que ce sont les variables relationnelles (la confiance et la bonne volonté) qui expliquent le mieux la facilité d'accès aux ressources que ce soient

tangibles ou intangibles. Notre résultat est proche de celui de l'étude réalisée par Fornoni et al (2012) qui soulignent que toutes les dimensions du capital social ont une certaine capacité d'agir en tant que facilitateurs de l'accès au financement, et que la plus important étant la dimension de ressource, suivie par la dimension relationnelle et dans une moindre mesure la dimension structurelle.

Les résultats obtenus dans cette étude nous permettent de défendre la thèse suivante : le capital social a un effet positif sur le processus entrepreneurial en facilitant à l'entrepreneur l'accès aux diverses ressources nécessaire pour créer son entreprise. Plus précisément, c'est la dimension relationnelle du capital social qui facilite le plus l'acquisition des ressources. En d'autre terme, ce sont les normes de confiance mutuelle et de la bonne volonté, qui agissent le plus sur le degré de facilité d'accès aux ressources.

De ce fait, nous confirmons que la concrétisation du processus entrepreneurial dépend des relations sociales dans lesquelles l'entrepreneur est engagé.

Conclusion générale

L'objectif de la présente thèse est de comprendre et d'expliquer l'effet de la dimension sociale sur l'acte d'entreprendre, en cherchant à répondre à la question suivante : **Quel est l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial ?**

Pour atteindre un tel objectif, nous avons cherché à comprendre en premier lieu comment se forme le capital social des entrepreneurs Algériens créateurs de micro-entreprises. Puis, dans un second temps, nous avons analysé l'effet du capital social entrepreneurial sur le degré de facilité d'accès aux ressources externes nécessaires à la concrétisation du processus de création de micro-entreprise.

Notre problématique de recherche se situe donc au sein d'une approche globale très répandue dans les recherches récentes en entrepreneuriat, en l'occurrence l'approche processuelle proposée par Gartner (1988) ; tout en se basant sur la théorie du capital social et des réseaux sociaux, notre thèse confirme que l'entrepreneuriat est un processus socialement encadré.

Dans notre thèse, nous avons adopté un cadre d'analyse combinant la modélisation théorique du processus entrepreneurial et la littérature du capital social et des réseaux sociaux. Sur cette base le capital social est abordé au niveau individuel et appréhendé à partir de deux dimensions structurelle (*capital social structurel*) et relationnelle (*capital social relationnel*). Tout ce travail a été basé sur le modèle générique proposé par Bruyat (1993) adopté et appliqué à ce sujet d'étude, objet de la présente thèse.

Pour répondre aux objectifs de notre recherche, la méthodologie développée combine plusieurs méthodes généralement appliquées séparément. Globalement, cette recherche fournit des preuves qui contribuent à enrichir les débats en cours dans le domaine d'étude du capital social et les réseaux sociaux en entrepreneuriat.

Arrivé au terme de ce travail, nous avons choisi de présenter les principaux apports théoriques et pratiques, ainsi que les limites et les perspectives de recherche.

Contributions théoriques :

Notre travail vient principalement compléter les recherches antérieures sur le capital social dans le domaine de l'entrepreneuriat, en contribuant au développement des connaissances sur l'encastrement social de l'activité entrepreneuriale par la mise en lumière de l'impact du capital social de l'entrepreneur sur le processus de création d'une micro-entreprise en termes d'acquisition de ressources nécessaires.

En effet, et contrairement aux recherches précédentes sur le capital social en entrepreneuriat, qui optent généralement pour une perspective transversale (Liao et Welsh, 2003), nous avons adopté une approche dynamique qui prend en considération l'évolution du phénomène de création d'entreprise et les spécificités caractérisant chaque étape du processus entrepreneurial.

D'un autre côté, en adoptant une approche égocentrique, notre recherche a permis de réétudier la relation entre le capital social et le réseau personnel de l'entrepreneur et son impact sur le déroulement du processus entrepreneurial. Cette démarche nous a permis de dégager certains apports qui seront détaillés ci-après.

➤ **Premièrement**, notre étude remet en cause l'argument de Reynolds (1991) selon lequel les liens faibles sont utilisés en amont du processus entrepreneurial et permettent l'acquisition d'informations nécessaires à la prise de décision d'entreprendre et que les liens forts sont utilisés pour assurer l'activité de l'entreprise et permettent l'acquisition des ressources matérielles (dites tangibles). La remise en cause de cet argument porte sur deux aspects : la raison d'utilisation des liens et le moment de leur utilisation. Les résultats que nous avons obtenus montrent que les entrepreneurs utilisent les deux types de liens (forts et faibles) pour l'acquisition des différents types de ressources; de ce fait et conformément à Chollet (2002), nous pensons qu'il est difficile d'établir un arbitrage entre les deux types de liens tel que avancé par Reynolds (1991). Quant au moment d'utilisation des liens, nos résultats montrent que les liens forts sont les plus utilisés à la phase initiale du processus de création, alors qu'en phases de création effective de l'entreprise, les entrepreneurs utilisent une combinaison des deux types de liens, et là nous soutenons l'idée d'Uzzi (1997) qui affirme que les réseaux d'entrepreneurs doivent avoir une combinaison équilibrée de liens forts et liens faibles.

➤ **Deuxièmement**, les caractéristiques structurelles du réseau personnel de l'entrepreneur mobilisé à chaque étape du processus entrepreneurial, nous a permis d'une part, de connaître l'évolution de la forme du réseau personnel de l'entrepreneur. D'autre part, comprendre comment se forme le capital social de l'entrepreneur le long du processus entrepreneurial et de déterminer sa typologie.

Notre étude montre que les entrepreneurs au cours de la phase de déclenchement, utilisent des réseaux denses embarqués avec beaucoup de liens forts donnant lieu à un capital social de type «*Bonding*». Au cours des deux phases qui suivent (engagement et achèvement du processus), les entrepreneurs ont tendance à utiliser des réseaux plus ouverts en combinant les deux types de liens donnant lieu à un capital social jumelant les deux types «*Bonding* » et «*Bridging*». Ce constat nous permet de considérer les étapes du processus entrepreneurial et la nature des tâches à accomplir, comme facteurs de contingence dans la formation du capital social entrepreneurial.

➤ **Troisièmement**, notre travail contribue à la mise en cause de la prégnance des recherches qui, en termes d'accès aux ressources, survalorisent les effets de la dimension structurelle du capital social au détriment des effets des autres dimensions, relationnelle et cognitive. En effet, l'étude qualitative a montré que les entrepreneurs utilisent simultanément tous les types de liens pour acquérir tous les types de ressources, ce qui incite à penser qu'en plus des facteurs déterminants la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur, il y a vraisemblablement d'autres facteurs qui peuvent influencer sur le processus d'acquisition des ressources nécessaires. Le résultat de l'étude quantitative montrent que, quel que soit la configuration du réseau personnel de l'entrepreneur, ce sont les facteurs relevant de la dimension relationnelle (le capital social relationnel) qui expliquent le mieux la facilité d'accès aux ressources externes. Autrement dit, ce qui importe le plus en termes de facilité d'accès aux ressources, ce n'est pas la structure du réseau personnel de l'entrepreneur, bien au contraire ce sont les normes relationnelles qui résident dans ce réseau, dont principalement la confiance ainsi que la bonne volonté d'offrir de l'aide et des ressources.

Contributions méthodologiques :

L'apport méthodologique de notre travail réside principalement dans la combinaison performante de certaines approches et techniques, généralement appliquées séparément, ce qui nous a permis d'assembler une vaste gamme de données.

- Premièrement dans le but de bien cerner l'impact du capital social sur le phénomène de création de micro-entreprise, nous avons opté pour la combinaison de complémentarité (Lehved, 2002) des méthodes d'investigation qualitative et quantitative réalisées à deux temps auprès de deux échantillons d'une même population, à savoir les entrepreneurs Algériens créateurs de micros-entreprises dans le cadre des dispositifs d'aide à la création (l'ANSEJ, la CNAC l'ANGEN).

- Deuxièmement, l'étude de la formation du capital social entrepreneurial implique une méthode rétrospective de collecte de données, permettant d'obtenir des narrations contrôlées et ce, par la technique d'entretien directif par questionnaire pour l'étude qualitative et l'étude quantitative. Il s'agit donc, de démarches adaptées et inspirées du continuum qui relie les deux types de techniques « *qualitative* » et « *quantitative* », proposé par Bô (1998).

- Troisièmement, pour identifier le réseau personnel que l'entrepreneur a mobilisé pour acquérir les ressources nécessaires, nous avons utilisé une technique très peu utilisée « *le générateurs de ressources* », mais plus efficace que la technique dite « *générateur de noms* ». en effet, cette dernière est la plus utilisée dans les recherches sur le capital social en entrepreneuriat (Aldrich et Carter, 2004 ; Johannisson, 1996) et permet d'identifier les contacts de l'entrepreneur, mais elle révèle une limite fondamentale du fait que l'entrepreneur possède la faculté mentale de se rappeler de certains contacts et oublier d'autres. Compte tenu de cette faiblesse, nous avons opté à utiliser la technique de « *générateur de ressources* » (Van Der Guag et Snijders, 2004), considérée comme étant plus apte à identifier les contacts mobilisés pour acquérir des ressources nécessaires à la réalisation du processus de création d'entreprise. Pour rafraîchir la mémoire de l'entrepreneur interviewé, nous avons adopté le « *générateur de ressources* » à notre objectif en le reliant aux principales décisions et actions que réalise généralement l'entrepreneur à chaque étape du processus de création d'une entreprise. Cette méthode s'est avérée positive puisqu'elle nous a permis d'un côté d'identifier les différents types de ressources acquises pour chaque activité et à chaque étape du processus de création. D'un autre côté, elle permet également d'identifier les individus qui ont fourni ces

ressources et d'établir par la suite un générateur de noms qui, à son tour, sert pour déterminer la nature des liens, leurs attributs et la structure du réseau personnel de l'entrepreneur.

Cette contribution est intéressante car les recherches antérieures ont rarement abordé simultanément et conjointement une variété de données relatives aux ressources acquises et au réseau relationnel.

Les différents apports exposés ci-dessus n'ocultent aucunement la présence de certaines limites que nous détaillons ci-après.

Les limites de la recherche:

Les principales limites de cette recherche peuvent se résumer en deux catégories : limites théoriques et limites méthodologiques.

- **Limites théoriques**

Bien que la présente thèse soit inscrite dans l'approche processuelle permettant de connaître la dynamique de la formation du capital social entrepreneurial et son impact sur l'accès aux ressources, certains aspects n'ont pas été pris en considération même s'ils sont inhérents à l'entrepreneur en tant qu'acteur principal du processus entrepreneurial et acteur focal dans le réseau relationnel.

- La principale limite étant que nous avons seulement cherché à reconstruire le réseau personnel de l'entrepreneur qu'il a mobilisé dans le processus d'acquisition des ressources externes. Alors que la façon dont l'entrepreneur pouvait agir sur la configuration de son réseau de relation n'a pas été prise en considération (Placiniczak, 2004).

- La seconde limite réside dans le fait que nous n'avons pas pris en considération la nature des relations existantes entre l'entrepreneur et les institutions de l'Etat impliquées dans le processus de création de l'entreprise et le capital social qui peut en être généré.

- **Limites méthodologiques**

Deux limites méthodologiques, les plus importantes, sont à considérer.

- La première limite relève dans la façon même dont nous avons mesuré le capital social relationnel qui s'est limitée à deux dimensions en utilisant un item seulement pour chaque dimension. En effet, nous avons dû procéder à plus de détails pour opérationnaliser la mesure des différentes dimensions du capital social relationnel, à savoir : normes, obligation, réciprocité, identité commune (Nahapiet et Ghosh, 1998). Toutefois, et bien que le découpage permette de simplifier des processus complexes (Bruyat, 1993), dans notre analyse, la complexité réside dans le concept de capital social relationnel et ses dimensions qui ont un caractère abstrait, ce qui implique de ce fait la difficulté de les traduire et donc de les mesurer.

- La seconde limite méthodologique réside au fait d'avoir suivi une démarche exploratoire essentiellement quantitative. Alors que le suivi longitudinal, selon Hernandez (2010), semble la méthode la mieux adaptée pour étudier un phénomène qualifié de processuel. Toutefois, notre choix peut être justifié par deux arguments. Le premier revient à notre volonté délibérée d'étudier un nombre important d'entrepreneurs provenant de différentes régions du pays, dans le but de dégager des tendances plus ou moins généralisables. Deuxièmement, la méthode que nous avons utilisé (la reconstruction des histoires de création) revêt un caractère dynamique ; et en introduisant dans le questionnaire la technique de générateurs utilisée dans les enquêtes sociologiques, ce qui nous a permis d'obtenir des narrations répondant largement aux objectifs de notre étude.

Recommandations :

Dans la présente recherche, nous avons choisi sciemment d'étudier le cas des entrepreneurs algériens créateurs de micros-entreprises dans le cadre des dispositifs d'aide à la création, en l'occurrence l'ANSEJ ; la CNAC et l'ANGEM ; et ce, dans le but de contribuer à l'amélioration du soutien et de l'accompagnement fournis par ces organismes de soutien.

Les résultats de cette étude montrent que durant toutes les étapes du processus de création d'entreprise, les entrepreneurs ont eu recours à l'utilisation du capital social à travers la mobilisation de leurs réseaux personnels en vue d'accéder à différents types de

ressources et dévoilent un besoin réel d'aide en termes d'informations et de conseils. Ce résultat concret nous amène à considérer que les dispositifs d'aide (L'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM) ne sont pas en mesure de répondre aux besoins des entrepreneurs naissants. Notre conclusion concorde avec les conclusions des autres études qui ont révélé que les systèmes d'appui et de soutien sont encore loin d'atteindre les objectifs attendus notamment en termes de conseil et d'accompagnement, du fait de leur faiblesse en matière d'échange d'information et de moyens adaptés à leur mission (Benredjem, 2010 ; Daoud, 2009 ; Si Lekhal, 2012).

Un autre constat important relevé de notre recherche, est relatif à la facilité d'accès aux ressources nécessaires à la concrétisation du processus de création de micro-entreprise. Nos résultats montrent que les entrepreneurs ont tendance à mobiliser des réseaux relationnels diversifiés, moyennement denses, composés des deux types de liens forts (parents, membres de famille, amis proches) et de liens faibles (simples connaissances, conseillers, entrepreneurs, etc.) pour avoir accès aux différents types de ressources : tangibles (financières, matérielles) et intangibles (informations, conseils, soutien morale).

Cependant l'analyse quantitative a révélé que les facteurs qui contribuent le plus à faciliter l'accès aux ressources, sont en premier lieu les facteurs relevant du capital social relationnel dont principalement la confiance et la bonne volonté, suivis par la diversité du réseau relevant du capital social structurel. Autrement dit, pour accéder facilement aux ressources, l'entrepreneur se voit dans l'obligation de mobiliser un réseau personnel diversifié, mais surtout caractérisé par un fort degré de confiance mutuelle avec ses contacts qui lui fournissent avec de bonne volonté des ressources nécessaires.

Les principales conclusions de notre travail nous incitent à proposer des recommandations pratiques destinées aux différents acteurs impliqués dans le processus de création de micro-entreprises.

➤ **Premièrement**, nous suggérons aux organismes officiels d'appui et de soutien de redoubler plus d'efforts en termes d'accompagnement à travers tout le processus de création et ses différentes étapes, en prodiguant des conseils sur la création, le lancement de l'entreprise, production, circulation, distribution et commercialisation et en fournissant des informations (statutaires, juridiques, fiscales, commerciales, sources

d'approvisionnement, marchés d'écoulement, concurrence et les débouchés); et ce par diverses mesures telles que par exemple :

- ✓ Se doter en moyens adéquats principalement en ressources humaines qualifiées.
 - ✓ Renforcer les efforts d'aide essentiellement en termes de conseils managériaux et d'informations économiques au niveau du montage du projet d'entreprise ainsi que le suivi post-crédation et ne pas se limiter strictement au financement.
 - ✓ Encourager l'accompagnement des nouveaux entrepreneurs par des personnes du monde des affaires comme des mentors ou tuteur d'affaires.
 - ✓ Organiser des rencontres ou espaces d'expression périodiques entre les entrepreneurs naissants et le personnel de soutien pour renforcer la circulation, la diffusion et la fiabilité de l'information en toute transparence tout en restant réceptifs aux doléances des entrepreneurs pour expliquer, corriger et prévenir les écueils et entraves au développement de l'entreprise.
 - ✓ Inciter à la formation de réseaux d'entrepreneurs pour faciliter l'échange d'idées, d'informations et des expériences.
- **Deuxièmement**, nous recommandons aux décideurs politiques de renforcer leurs efforts déployés pour l'élaboration d'une culture entrepreneuriale et l'encouragement à la création d'entreprises, notamment pour les jeunes ; et ce à travers :
- La création des services d'information et des infrastructures de formation et d'accompagnement de tout genre : structure d'aide à la création, pépinières d'entreprises, les incubateurs d'entreprises, des structures de conseils au niveau de toutes les zones notamment au niveau des zones rurales et sahariennes où les taux de création d'entreprises sont encore très faibles.
 - Renforcer la professionnalisation des acteurs locaux chargés d'appui et d'accompagnement.
 - Améliorer les conditions d'exercice des activités entrepreneuriales en atténuant les effets pervers de la bureaucratie qui affecte l'ensemble des institutions et structures administratives ; tout en incitant les institutions à adopter plus de transparence afin de créer un climat de confiance et de développer ainsi le capital social gouvernemental (Collier, 1998).
- **Troisièmement**, l'absence quasi-totale de programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise dans le système éducatif Algérien semble, de notre point de vue, la principale raison qui explique le fort besoin d'informations et de conseils ressentis par les entrepreneurs le long du processus de création d'entreprise. De

ce fait, nous suggérons aux structures d'enseignement supérieur et de formation professionnelle de promouvoir à travers les différents cursus universitaires et programmes d'initiation professionnelle la culture entrepreneuriale à travers :

- ✓ L'introduction des programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat dans les différentes disciplines.
- ✓ Développer des stratégies de coopération entre les universités et les organismes d'aide à la création d'entreprise pour permettre aux étudiants de vivre des expériences qui les rapprochent au monde des affaires.
- **Quatrièmement**, nous recommandons aux entrepreneurs naissants de parfaire le développement de leurs compétences entrepreneuriales et leur capital social à travers :
 - ✓ L'inscription aux programmes de formation à l'entrepreneuriat et la création d'entreprise ;
 - ✓ La participation aux rencontres (séminaires, symposiums, conférences et journées d'études) organisées au niveau local ou national pour développer leurs connaissances et établir des relations avec des personnes qualifiées ;
 - ✓ La participation aux salons et expositions entrepreneuriales et l'adhésion aux associations, aux fédérations et réseaux d'affaires qui sont susceptibles de fournir le soutien le plus cohérent et efficace aux entrepreneurs naissants comme par exemple : des conseils d'affaires, l'aide à la commercialisation et la liaison avec d'autres réseaux de relations.

Perspectives de recherche :

L'application de la théorie du capital social et les réseaux sociaux dans le domaine de l'entrepreneuriat a permis d'ouvrir une nouvelle perspective de recherche considérant l'activité entrepreneuriale comme un comportement économique socialement encadré. En effet, de nombreuses études ont été réalisées à travers le monde, démontrent l'importance du capital social dans les projets entrepreneuriaux.

Cependant, la recherche sur l'activité entrepreneuriale en Algérie demeure encore à l'état embryonnaire, notamment les études empiriques portant sur le capital social entrepreneurial qui font défaut.

Pour pallier à ce manque avéré de données scientifiques inhérentes à l'entrepreneuriat, nous avons donc conduit cette étude auprès d'un échantillon d'entrepreneurs Algériens.

Ainsi, notre apprentissage grâce à la réalisation de cette thèse ainsi que les limites évoquées précédemment ouvrent de nombreuses pistes pour des recherches à venir, notamment dans le contexte Algérien.

- ✓ Dans le prolongement de cette recherche, et pour la compréhension de la formation du capital social entrepreneurial avec plus de rigueur, il est proposé de mener une recherche longitudinale en temps réel. Ce qui permettra de collecter les données sur chaque évènement du processus entrepreneurial au moment opportun. Une autre piste de recherche consiste à la réplication de l'étude auprès d'échantillons de même nature mais plus élargis ou encore relevant d'autres populations comme par exemple dans des secteurs d'activité précis ou auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures. Ce qui permettra de vérifier si la formation du capital social entrepreneurial diffère selon le genre et quelles sont donc les conséquences en termes d'accès aux ressources.
- ✓ En complément à ce travail, les recherches futures pourraient s'intéresser à la façon dont l'entrepreneur peut agir sur la configuration de son réseau personnel pour générer du capital social. Il s'agit donc d'identifier les stratégies de construction et de mobilisation du réseau personnel. Cette voie de recherche implique une autre idée de recherche sur les qualités et/ou les compétences permettant à l'entrepreneur de s'intégrer dans les réseaux qui lui seront bénéfiques. Dans ce sens, nous suggérons d'étudier les compétences sociales de l'entrepreneur (Baron et Markma, 2003). Nous proposons aussi des études sur le réseau institutionnel de l'entrepreneur qui comprend ses relations avec les institutions et les organismes impliqués dans le processus de création d'entreprises, tels que les organismes d'appui et de soutien, les Chambres de Commerce, les pépinières d'entreprises, les banques, etc. Ces études pourraient permettre d'évaluer le capital social généré par ces relations et son impact sur l'activité entrepreneuriale et de tirer les conclusions susceptibles de contribuer à l'amélioration du contexte institutionnel de l'entreprise.

Ces suggestions montrent bien que la recherche sur le capital social dans le domaine de l'entrepreneuriat, ouvre de larges et importantes perspectives de développement. Nous espérons que notre étude aidera les chercheurs à s'orienter avec plus de facilité dans le développement de cette perspective de recherche et nous souhaitons continuer dans le seul but de contribuer à ce développement.

BIBLIOGRAPHIE

- **Aarstad .J, (2012)**, « Do Structural Holes and Network Connectivity Really Affect Entrepreneurial Performance? », *Journal of Entrepreneurship*, 21(2): 253-268.
- **Adler .P .S, et S. W. Kwon, (2002)**, Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of management review*, 17–40.
- **Aldrich .H .E, et N. M. Carter, (2004)**, « Social Networks », pp. 324-335 in William B. Gartner, Kelly G. Shaver, Nancy M. Carter, and Paul D. Reynolds, editors. *The Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Organizational Creation*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- **Aldrich .H, (1999)**, *Organizations evolving*. London: Sage Publications.
- **Aldrich .H .E, et C. Zimmer, (1986)**, « Entrepreneurship through social networks», In Sexton, D. L. and Smilor, R. W (ed). *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger: New.
- **Aldrich .H, B. Rosen, et W. Woodward, (1987)**, « The Impact of Social Networks on Business Foundings and Profit: A Longitudinal Study », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, eds. N.C. Churchill, John A. Hornaday, Bruce A. Kirchoff, O. J. Krasner, & Karl H. Vesper, 154–168. Wellesley, MA: Babson College.
- **Aldrich .H, et A. Davidson, (2000)**, « The organizational advantage? Social capital, gender, and Small Business Owners' access to Resources», www.researchgate.net/...Aldrich/...Organizational_Ad...
- **Alvarez .S, et L. Busenitz, (2001)**, « The entrepreneurship of resource-based theory», *Journal of Management*, 27: 755-775.
- **Anderson .A .R, et C. J. Miller, (2002)**, « Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process », *Journal of Socio - Economics*, 32(1), 17-36.
- **Anderson .A .R, Jack .S .L, et S. D. Dodd, (2005)**, « The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm», *Family Business Review*, 18, 135- 154.
- **Ardichvilia .A, Cardozob .R .I, et S. Rayc, (2003)**, « A theory of entrepreneurial opportunity identification and development», *Journal of Business Venturing* 18, 105 – 123.
- **Arhab .B, (2009)**, « La dynamique entrepreneuriale au service du développement soutenable : cas de la promotion des microprojets en Algérie», 3 Journées Internationales du Développement du GRETHA /GRES, 10, 11 et 12 juin Université Montesquieu Bordeaux IV.
- **Arrow .K, (2000)**, « Observation on social capital», In: Dasgupta, P. (Ed.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. New York: World Bank.
- **AYDI .G, (2003)**, «Capital social entrepreneurial, performance de l'entreprise et accès aux ressources externes », 7^{ème} conférence de l'AIMS, les côtes de Carthage 3, 4, 5 et 6 Juin.

- **Babaei .H, Nobaya .A, et S. G. Sarjit, (2012)**, «Bonding, Bridging and Linking Social Capital and Empowerment Among Squatter Settlements in Tehran, Iran», *World Applied Sciences Journal* 17 (1): 119-126. ISSN 1818-4952.
- **Baret .C, Soto Maciel .M, 2004**, « APPORTS ET LIMITES DE LA MESURE DU CAPITAL SOCIAL EN RECHERCHE EN GESTION DES RESSOURCES HUMAINES », www.reims-ms.fr/agrh/docs/actes-agrh/pdf-des.../2004baret-soto005.pdf
- **Baret .C, Huault .I, et T. Picq (2006)**, «Management et réseaux sociaux jeux d'ombre et de lumière sur les organisations», *Revue française de gestion*, Vol.4, n°163, P.93-106.
- **Barney .J (1991)**, "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, n° 17-1, p. 99-120.
- **Baron .R .A, & Markman .G .D (2003)**. Beyond social capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 41-60.
- **Baron .R, and Markman .G (2000)**, "Beyond social capital: how social skills can enhance entrepreneurs' success", *Academy of Management Executive*, Vol. 14, No. 1, pp. 1-15.
- **Batjargal .B, 2010**, THE EFFECTS OF NETWORK'S STRUCTURAL HOLES: POLYCENTRIC INSTITUTIONS, PRODUCT PORTFOLIO, AND NEW VENTURE GROWTH IN CHINA AND RUSSIA, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4 (2): 146 - 163.
- **Batjargal .B (2003)**, "Social Capital and entrepreneurial performance in Russia: a longitudinal study", *Organization Studies*, Vol.24, No. 4, pp. 535-556.
- **Baum .J.T et al. (2000)**, *Don't go it alone: Alliance network composition and start-ups performance in Canadian biotechnology*, *Strategic Management Journal*, 21: 267-294.
- **Baumard .P, Donada .C, Ibert .J, & Xuereb .J .M, (1999)** – « La collecte des données et la gestion de leurs sources », in *Méthodes de recherche en management*, THIETART R. A., Dunod, Paris, p 224-256.
- **Baumol .W .J, 1990**, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political economy*, vol. 98, no 5, pp893-921.
- **Bayad .M, Bénédic .M, Valoggia .P, 2006**, « Capital social et gestion des connaissances : une histoire d'influence », 2nd Luxembourgish colloquium on knowledge economy « En route vers Lisbonne », Luxembourg 9 et 10 novembre.
- **Benredjem .R, (2010)**, L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, Cahier de recherche du CERAG : 2009-21 E4halshs-00528755, version 1 - 22 Oct 2010 (centre d'Etudes et de Recherches appliquées à la Gestion CNRS UMR 5820).
- **Berrah .K, et M. Boukrif, (2013)**, «La problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes », Conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux (EMNet), Université Ibn Zohr et Hôtel de Robinson, Agadir, Maroc, Novembre 21-23.

- **Berreziga .A, et A. Meziane, (2011)**, « LA CULTURE ENTREPRENEURIALE CHEZ LES ENTREPRENEURS ALGERIENS », Colloque National sur : les Stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie, UNIVERSITE KASDI MERBAH OUARGLA, Avril 18-19.
- **Bertaux .D, (1980)**. « L'approche biographique : sa validité, ses potentialités », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 69, p. 197-225.
- **Bevort .A, et Lallement .M, 2006**, (s/s la dir. de), Le Capital social. Performance, équité et réciprocité, Paris, Éditions La Découverte.
- **Bevort .A, et Lallement .M, 2006**, Le capital social. Performance, équité et réciprocité, Edition La Découverte, Paris.
- **Birley .S, (1985)**, The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 107–117.
- **Bô .D, (2006)**, « L'alliance du quali et du quanti » (article consulté en septembre 2011 sur le blog de Daniel Bô : <http://www.marketingetudes.com/>)
- **Borgatti .S.P, Everett .M.G, Freeman .L.C., 2002**, « Veinet for window: Software for social Network Analysis », Harvard, analytic Technologies.
- **Borges .C, Simard .G, & Filion .L .J, (2005)**, *Création d'entreprises technologiques – Rapport de recherche*. Cahier de recherche 2005-13, Chaire d'entrepreneuriat Rogers -J.-A.- Bombardier, HEC Montréal.
- **Boschet .C, et Rambonilaza .T, 2010**, « Les mécanismes de coordination dans les réseaux sociaux : un cadre analytique de la dynamique territoriale », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine RERU*, 3, p. 569-593.
- **Bouchikhi .H, 2004**, *Entreprendre, manager, même combat*. L'expansion management review, décembre, n°115, P.44-48. Chabaud D. Condor R, 2006, Le rôle des sociaux dans le processus de création d'entreprise : faut-il compléter la perspective ? 9^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique, 13-14 Juin, Annecy, Genève.
- **Bourdieu .P, 1980**, «Le capital social : notes provisoires, actes de la recherche à sciences sociales », n°3, p.2-3.
- **Bourdieu .P, (1986)**, The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Westport: Greenwood Press.
- **Bourdieu .P, (2000)**, *Les structures sociales de l'économie*. [Paris]: Seuil.
- **Boutaleb .K, (2006)**, « La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie », Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre.
- **Boutillier .S, Vzunidis .D, 1999**, La légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise, La découverte, Paris.
- **Boutillier .S, et Uzunidis .D, (1999)**, *La légende de l'entrepreneur-le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Edition La découverte, Syrios, Paris.

- **Bradley .R .J, (1990)**, "Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship : The Case of Achievement Motivation and The Entrepreneur", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1990, spring, p. 39-54
- **Brüdel .J, Preisendörfer .P, 1998**, Network Support and the Success of Newly Founded Business, *Small Business Economics* May 1998, Volume 10, Issue 3, pp 213-225
- **Brush .C .G, Greene .P .G, Hart .M .M, Haller .H .S, 2001**, "From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base", *Academy of Management Executive*, Volume 15, Issue 1, 64-78
- **Brush .C .G, Greene .P.G, and Hart .M.M, (2001)**, From initial idea to unique advantage: the entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Academy of Management Executive*; 15 (1): 64–78.
- **Bruyat .C, 1993**, Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, thèse de doctorat, Université Pierre Mendès- France (Gronble II).
- **Burt R.S, 1995**, « Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur », *Revue française de sociologie*, 36-4, P.599-628.
- **Burt .R .S, 2005**, *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*. Oxford: Oxford University Press.
- **Burt .R .S, (1992)**. *Structural holes : the social structure of competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- **Butler .J.E, Hansen .G .S, 1991**, « Network evolution, entrepreneurial Success and regional development, *Entrepreneurship and Regional Development*», Vol. 3, n°1, janvier-mars, P.1-16.
- **Bygrave .W .D, 2004**, The entrepreneurial process. In Bygrave William D.and Zacharakis, Andrew (eds): *The Portable MBA in Entrepreneurship* (3rd ed). USA, New Jersey, John Wiley and Son Inc.
- **Bygrave .W .D, & Hofer .C .W, 1991**. Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(20):13-22.
- **Calzal .F, Aliane .N, Cannavale .C, (2010)**, Cross-cultural differences and Italian firms' internationalization in Algeria – Exploring assertiveness and performance orientation, *European Business Review*, Vol. 22 No. 2, 2010, pp. 246-272.
- **Capron .H, 2009**, *Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*, De Boeck.
- **Capron .H, 2009**, Introduction à l'économie de l'entrepreneuriat, in *Entrepreneuriat et création d'entreprise, Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*, De Boeck.
- **Carter .N, Gartner .W, Reynolds .P, (1995)**, *Exploring Start Up Event Sequences*, www.babson.edu/entrep/1996. Consulté le 14 Mars 2012.
- **Carter .N .M, Williams .M, et Reynolds .P .D, (1997)**, « Discontinuance among new firms in retail: the influence of initial resources, strategy, and Gender », *Journal of business venturing*, Vol.12, pp.125-145

- **Casson .M, 1991.** *L'entrepreneur*. Paris: Economica.
- **Chabaud .D, Ngijol .J, 2004**, «La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités du marché », cahier de recherche n°13, Ecole de Management de Normandie.
- **Chollet .B, 2002**, «L'analyse des réseaux sociaux : quelles implications pour le champ de l'entrepreneuriat ? », 6^{ème} CIFPME, HEC Montréal, Canada, Octobre.
- **Chollet .B, (2004)**, « Théories et mesures du capital social dans la recherche en management », 17^{èmes} journées nationales des IAE : Lyon, 13-14 septembre
- **Chollet .B, 2006**, « Qu'est-ce qu'un bon réseau personnel ? Le cas de l'ingénieur R et D », *Revue française de gestion*, Vol 4, n°163, P.107-125.
- **Chollet .B, 2008**, « L'analyse des réseaux personnels dans les organisations : quelles données utiliser ? », *Finance Contrôle Stratégie*, Vol 11, n01, mars, P.105-130.
- **CNES, 2002**, « Pour une politique de développement de la PME en Algérie » *Rapport*
- **Coleman .J, (1988)**, *Social capital and the creation of human capital*, *American Journal of Sociology*, 94: S95-S120.
- **Coleman .J, (1990)**, *Foundations of social theory*, Cambridge, MA: Belknap.
- **Commet .C, 2011**, « Pour une théorie des processus entrepreneuriaux », Introduction au dossier, *revue française de socio-économie*, Vol.1, n°7, P.13-19.
- **Coster .M, 2010**, « L'entrepreneur au cœur du processus entrepreneurial », Chapitre préliminaire, in *Entrepreneuriat*, Pearson Education.
- **Couvreur .A, Lehuede .F, 2002**, « ESSAI DE COMPARAISON DE METHODES QUANTITATIVES ET QUALITATIVES A PARTIR D'UN EXEMPLE : LE PASSAGE A L'EURO VECU PAR LES CONSOMMATEURS », CAHIER DE RECHERCHE N° 176 NOVEMBRE, Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie.
- **Cross .R, et Cummings .J .N, (2004)**, « Tie and network correlates of individual performance in knowledge-intensive work », *Academy of Management Journal*, Vol. 47, n° 6, pp. 928-937.
- **Curchod .C, 2003**, «La méthode comparative en sciences de gestion : vers une approche qualiquantitative de la réalité managériale » *Finance Contrôle Stratégie – Volume 6, N° 2, juin, p. 155 – 177*.
- **Cuzin .R, et A. Fayolle, (2004)**, « Les dimensions structurantes de l'accompagnement », *La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion*, 210, pp. 77-88.
- **Danjou .I, 2002**, "L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité", *Revue française de gestion*, avril-juin, vol. 28, n° 138, p. 109-125.
- **Daoud .S, 2009**, « Les nouvelles stratégies d'intervention vis-à-vis de la PME au Maghreb : cas de l'Algérie, *11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai, INRPME, Trois-Rivières, Canada*.

- **Dasgupta, 2000**, *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. New York: World Bank.
- **Davidsson .P, & Honig .B, (2003)**. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- **De Graaf .N .D, et Flap .H .D, (1988)**, *With a little help from my friends: Social resources as an explanation of occupational status and income in West Germany, The Netherlands, and the United States*, *Social Forces*, 67: 452-472. Réplication
- **Degenne .A, 1993**, « L'analyse des réseaux sociaux, bref panorama, Flux, vol.9, n°13, p.48-51.
- **Degeore .J .M, Hounounou .A, Pierre .J .M, et Rousset .O, 2010**, 100 fiches sur l'entrepreneuriat, Edt Bréal, Paris.
- **Deschamps .B, 2000**, Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques, thèse de doctorat, Université Pierre Mendès- France.
- **Dorcas .F .O, 2013**, The Effect of Social Network on women Entrepreneurs in Nigeria: A case study of Ado- Ekiti Small scale Enterprise, *International Journal of Education and Research Vol. 1 No.11 November*
- **Dubini .P, & Aldrich .H, (1991)**. Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 6(5), 305-313.
- **Duchesne .C, Skinn .A, 2013**, « Enjeux éthiques de la relation chercheur-participant en recherche narrative », RECHERCHES QUALITATIVES – Vol. 32(2), pp. 275- 293. ISSN 1715-8702 - <http://www.recherche-qualitative.gc.ca/Revue.html>. Consulté le 20 Novembre 2013.
- **Dufays .F, B. Huybrechts, 2014**, "Connecting the Dots for Social Value: A Review on Social Networks and Social Entrepreneurship", *Journal of Social Entrepreneurship (5(2), pp. 214-37)*.
- **Dumez .H, 2011**, « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? », *Le Libellio d' AEGIS Vol. 7, n° 4 – Hiver*, pp. 47-58
- **Durlauf .S .N, 2002**, « Bowling Alone: a review essay», *Journal of Economic Behavior & Organization Vol. 47 (2002) 259–273*
- **Eckhardt .J .T, and Shane .S .A, (2003)**. Opportunities and Entrepreneurship.*Journal of Business Management*.Vol.29(3): p.333-349
- **Elfring .T, et Hulsink .W, (2003)**, *Networks in Entrepreneurship: The Case of Hightechnology Firms*, *Small Business Economics*, 21: 409-422.
- **Evrard .Y, Pras .B, Roux .E, (1997)**, *Market : Etudes et Recherches en Marketing*, Nathan.
- **Fayolle .A, 2003** «Le métier de créateur de l'entreprise », Editions d'Organisation.
- **Fayolle .A, 2004**, « Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processuelle dans les recherches », 7^{ème} Congrès CIPME, 27,28 et 29 octobre, Montpellier.
- **Filion .L .J, (1999 b)**, « De l'entrepreneuriat à l'entreprenologie », *Revue Organisations & Territoires*, volume 8, N° 1 et 2, printemps-été 1999, p. 131-148.

- **Filion .L .J, Borges .C, et Siward .G, 2006**, «Etude du processus de création d'entreprises structurée en quatre étapes », 8^{ème} CIFEPME, 25-26-27 Octobre,(HEG) Fribourg, Suisse.
- **Filion .L .J, 1991**, « Vision et relations : clefs du succès de l'entrepreneur », les éditions de l'entrepreneur, Montréal, p.272.
- **Fornoni .M, Mas-Verdú .F, Soriano .D .R, Dobón .S .R, 2009**, « Universidad Social Capital and the Competitiveness of Entrepreneurs: A Review of the Literature and Proposals, Entrepreneurship and Business, pp 247-268.
- **Fornoni .M, Arribas .I, et Vila .J .E, (2012)**, An entrepreneur's social capital and performance. The role of access to information in the Argentinean case, Discussion papers in Economic Behavior? DPEB 07/12.www.erices.es.
- **Fornoni .M, Arribas .I, & Vila .J .E, (2011)**, Measurement of an individual entrepreneur's social capital: a multidimensional model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(4), 495–507.
- **Forsé M, 2001**, « Rôle spécifique et croissance du capital social », Revue de l'OFCE n° 76 / janvier
- **Forsé .M, (1997)**, Capital social et emploi, L'Année sociologique, 47-1.
- **Forsé .M, (2002)**, Les réseaux sociaux chez Simmel : les fondements d'un modèle individualiste et structural, in L. Deroche Gurcel et P. Watier (dir.), *La Sociologie de Georges Simmel*, Paris, PUF.
- **Fuentes .F .M .M, Arroyo .M .R, Bojica .A .M, et Pérez .V .F, 2010**, «Prior knowledge and social networks in the exploitation of entrepreneurial opportunities », Int Entrep Manag J, 6:481–501
- **Gartner .W .B, 1985**, "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation", The Academy of Management Review, Vol. 10, No. 4, Oct., pp. 696-706.
- **Gartner .W .B, 1988**. Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business* 12 (4):p11-32.
- **Geindre .S, Dussuc .B, 2012**, « Capital social, théorie des réseaux sociaux et recherche en PME : une revue de la littérature », 11^{ème} congrès CIFEPME (Congrès International francophone en entrepreneuriat et PME), Brest : France.
- **Gharbi .S, 2011**, « Les PME-PMI en Algérie : état de lieu », Document de travail, mars, n°238, Cahier du LABII, Université du littoral, Côte d'Opale.
- **Gianneloni .J .L, Vernet .E, 1995**, *Etudes de marché*, Paris, Edition Vuibert, 482 pages.
- **Godechot .O, Mariot .N, 2004**, " Les deux formes du capital social Structure relationnelle des jurys de thèses et recrutement en science politique », Revu française de sociologie, 45-2, p. 243-282.
- **Grandelis .I, 2007**, « Diagnostique du capital social communautaire : étude de cas de trois communes rurales dans la zone de production de café de Alta Verapaz, Série Master of science, N°82.

- **Granovetter .M, 2000**, Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie, Desclée de Brouwer, Paris.
- **Granovetter .M .S, 1994**, «Les institutions économiques comme constructions sociales : un cadre d'analyse», in Orléans (ed). L'analyse économique des conventions, Paris, PUF, P.79-94.
- **Granovetter .M, (1973)**. The strength of weak ties. American Journal of Sociology, 78, 1360-1380.
- **Grebel .T, Pyka .A, Hanusch .H, 2001**, "An Evolutionary Approach to the Theory of Entrepreneurship", June.
www.wiwi.uni-augsburg.de/vwl/institut/paper/206.pdf. consulté le 22 Avril 2013.
- **Greve .A, (1995)**, «Network and entrepreneurship – An analysis of social relation, pccupational background, and use of contacts during the establishment process», Scandnavien Nournal of Management, vol. 11, n°1, p. 1-24.
- **Greve .A, and Salaff .J .W, (2003)**. Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28: 1-22.
- **Grootaert .C, & Bastelaer .T, (2001)**." Understanding and measuring social capital: a synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative", The World Bank, Social Capital Initiative, Working Paper, N°24 April.
- **Grossetti .M, Barthe .J .F, et Beslay .C, 2006**, «La mobilisation des relations sociales dans les processus de création d'entreprises. Aperçu à partir d'une enquête en cours», Sociologie pratiques, n°13, P.47-59.
- **Grossetti .M, Barthe .J .F, 2008**, « Dynamiques des réseaux interpersonnels et des organisations dans la création d'entreprises », Revue Française de Sociologie, Vol.49, n°03, P.585-612.
- **Guechtouli .W, Guechtouli .M, 2014**, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », Working Paper 2014-150, IPAG Business School <http://www.ipag.fr/fr/accueil/la-recherche/publications-WP.html>. Consulté le 06 Juin 2014.
- **Guillaune .C, 2011**, Les réseaux sociaux, un objet d'étude ancien. Vie et Sciences économiques, Vol 2, n° 188, P.8-9.
- **Hanneman .R .A, and Riddle .M, 2005**, Introduction to Social Network Methods, University of California.
- **Hansen .E .L, (1995)** Entrepreneurial networks and new organisation growth, *Entrepreneurship Theory and Practice* 19(4): 7-20
- **Hansen .M .T. (1999)**, *The search-transfer problem: the role of weak ties in sharing knowledge across organisation subunits*, Administrative Science Quarterly, 44: 82-111.
- **Heikkila .A, Kalmi .P, and Ruuskanen .O .P, (2009)**, "Social capital and access to credit: evidence from Uganda", available at:

http://siteresources.worldbank.org/INTFR/Resources/Heikkila_Kalmi_Ruuskane_n_2009-03-06.pdf. Consulté le 6 June 2013.

- **Helmchen .T .B, 2008**, « création de la firme et genèse de l'organisation, une approche évolutionniste du processus entrepreneurial », Document de travail, n°23, Octobre, BETA, Nancy-Université.
- **Hernandez .E .M, 2010**, L'entrepreneur. Une approche par les compétences, Edition Management et Société.
- **Hernandez .E .M, Marco .L, 2005** Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte » Edition ESKA.
- **Hernandez .E .M, 2001**, L'entrepreneuriat. Approche théorique, Le Harmattan.
- **Hernandez .E .M, (1999)**, « Modèles d'entrepreneuriat : vers une approche contingente et processuelle », *Revue Sciences de Gestion*, N° 26-27, p. 505-526.
- **Hoang .H, and Antoncic .B, (2003)**, "Network-based research in entrepreneurship - A critical review", *Journal of Business Venturing*, 18(2), pp 165-187.
- **Houard .J, et Jacquemain .M, 2006**, « Capital social et dynamique régionale », *Économie Société Régions*, Collection de l'Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS), Éditions De Boeck Universités, Bruxelles, 246 p.
- **Houard .J, et Jacquemain .M, 2006**, « Capital social et dynamique régionale », *Économie Société Régions*, Collection de l'Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS), Éditions De Boeck Universités, Bruxelles.
http://www.unilim.fr/pages_perso/vincent.jalby/m1aes/cours/m1aes_02.pdf. Consulté le 02 Décembre 2012.
- Jacquemain M., (2006) : « Le capital social : une introduction », in *Capital social et dynamique régionale*, eds Jean Hour et Marc Jacquemain, Economie et Société
- **Jalby .V, 2014**, «Analyse des données » –M1 AES - Université de Limoges –
- **Jarillo .J .C, (1988)**, *On Strategic Networks*, *Strategic Management Journal*, 9: 31-41.
- **Javeau .C, (1990)** – *L'enquête par questionnaire. Manuel à l'usage du praticien*, Editions d'Organisation, 4ème édition, Bruxelles, 158 p.
- **Ballet .J, et Guillon .R, 2003**, REGARDS CROISES SUR LE CAPITAL SOCIAL, *Collection Ethique Economique* Le Harmattan.
- **Johannisson .B, et Monsted .M, (1997)**, *Contextualizing entrepreneurial networking. The case of Scandinavia*, *International Studies of Management and Organization*, 27 (3): 109-136.
- **Johannisson .B, (1986)**. Networking strategies: management, technology and change. *International Small Business Journal*, 5, 19–30.
- **Johannisson .B, (1998)**. Personal Networks in Emerging Knowledge-Based Firms: Spatial and Functional Patterns. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10: 297-312.

- **Johannisson, Bengt and Mette .M, (1997)**, “Contextualizing Entrepreneurial Networking.” *International Studies of Management and Organization* 27(3), 109–136.
- **Johnson .P .S, Simon .C, Parker a Frits Wijbenga., 2006** Nascent Entrepreneurship Research: Achievements and Opportunities. *Small Business Economics*.
- **JOLIBERT .A, et JOURDAN .P, (2006)**, Marketing research : méthodes de recherche et d'études en marketing, Paris, Dunod
- **Jones .O, & Jayawarna .D, 2010**, Resourcing New Businesses: Social Networks, Bootstrapping and Firm Performance. *Venture Capital*, 12(2): 127-152.
- **Julien .P .A, 2005**, Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance. Une métaphore des romans policiers, Presses de l'Université du Québec.
- **Julien .P .A, Schmitt .C, 2008**, «Pour une vision renouvelée des pratiques en entrepreneuriat : de la vision libérale à la vision sociale de l'entrepreneuriat », dans C Schmitt, Evolution des pratiques entrepreneuriales, Ste-Foye, Presse, Université du Québec, p. 15-34.
- **Julien .P .A, 2000**, Régions dynamiques et PME à forte croissance –incertitude, information potentielle et réseaux à signaux faibles, in Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et Société, P.49, 66, Paris.
- **Julien .P .A, Lachance .R, et Morin .M, 2004**, Signaux forts et signaux faibles : une enquête sur les liens réticulaires dans les PME dynamiques, Géographie, économie et société, Vol 6, n°2, P.179-201.
- **Kamdem .E, et al, 2011**, Pratique d'accompagnement et performance : très petites et petites entreprises camerounaises en phase de démarrage, Dakar, CODESRIA.
- **Katz .N .D, Lazer, Arrow .H, et Contractor .N, 2004**, « NETWORK THEORY AND SMALL GROUPS”, SMALL GROUP RESEARCH, Vol. 35 No. 3, June 2004 307-332, DOI: 10.1177/1046496404264941, Sage Publications
- **Kerzabi .A, Lachachi .W .T, 2009**, «L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme », 11^{ème} Journées Scientifiques du Réseau Entrepreneuriat INRPME, AUF, AIREPME, 27, 28, 29, Trois-Rivières Canada.
- **Klyver .K, Hindle .K, 2007**, « The Role of Social Networks at Different Stages of Business Formation», *Small Business Research* 15, 1.
- **Klyver .K, Hindle .K, Meyer .D, 2008**, Influence of social network structure on entrepreneurship participation — a study of 20 national cultures // *International Entrepreneurship Management Journal*, Vol. 4(3), pp. 331-347.
- **Knudsen .B, Florida .R, Rousseau .D, (2010)**, Bridging and bonding: a multi-dimensional approach to regional social capital, University of Toronto (mimeo), disponible au: <http://www.creativeclass.com>. Consulté le 05 Mars 2013.

- **Koput .K .W, 2010**, Social capital. An Introduction to Managing Networks, Edward Elgar, Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA
- **Kothari .H .C, 2013**, «Socio-Psychological Factors of Entrepreneurship: A Survey », Researchjournali's Journal of Entrepreneurship **Vol. 1 | No. 1 December** | 1 www.researchjournali.com
- **Krishna .A, et Uphoff .N, 1999**, « Mapping and measuring social capital, social capital initiative », Working Paper n°13, The World Bank, Washington
- **Lambin .J .J, (1994)**, – *La recherche en marketing, analyser, mesurer, prévoir*, Ediscience International, Paris, 3ème tirage, 424 p.
- **Lambin .J .J, (1994)**, – *La recherche en marketing, analyser, mesurer, prévoir*, Ediscience International, Paris, 3ème tirage, 424 p.
- **Larson .A, et Starr .J, (1993)**, *A network model of organization formation*, Entrepreneurship, Theory and Practice, Winter: 5-15.
- **Lavolette .L .C, et Bonnafous .B .M, 2008**, « L'entrepreneur à l'épreuve de ses compétences : Elément de construction d'un référentiel en situation d'incubation », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol.7, n°1, p.63-83.
- **Lazega .E, 1998**, Réseaux sociaux et structures relationnelles. Que-Sais-je ?, PUF, Paris.
- **Lazega .E, (1995)**, Présentation. *Revue française de sociologie*, 36(4), 593-597.
- **Lemelin .A, 2004**, «L'approche quantitative et la mesure », *Méthodes quantitatives, chapitre 1-1*. www.lemelin-metho.ucs.inrs.ca/1_1.pdf. Consulté le 22 Novembre 2014.
- **Levi .M, (1996)**, Social and unsocial capital: A review essay of Robert Putnam's Making Democracy Work. *Politics and Society*, 24: 46-55.
- **Liao .J, & Welsch .H, (2003)**, Social capital and entrepreneurial growth aspiration: A comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs. *Journal of High Technology Management Research*, 14(1), 149-170.
- **Liao .J, & Welsch .H, (2003)**, Social capital and entrepreneurial growth aspiration: A comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs. *Journal of High Technology Management Research*, 14(1), 149-170.
- **Liao .J, & Welsch .H, (2005)**, Roles of Social Capital in Venture Creation: Key Dimensions and Research Implications. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 345–362.
- **Licht .A .N, and Siegel .J .I, 2004**, « The Social Dimensions of Entrepreneurship», ww1.worldbank.org/finance/images/Licht_and_Siegel_083104.pdf
- **Lin .N, Vaughn .J .C, Ensel .W .M, (1981)**, *Social Resources and Occupational Status Attainment*, *Social Forces*, 59 (4): 1163-1181.
- **Lin .B .W, et al, (2006)**, *Social capital, capabilities and entrepreneurial strategies: a study of Taiwanese high-tech new ventures*, *Technological Forecasting & Social Change* 73: 168-181.

- **Lin .N, (1982)**, *Social resources and instrumental action*, in: Marsden (eds.), *Social structure and network analysis*, Beverly Hill, CA.
- **Lin .N, (1995)**, *Les ressources sociales : une théorie du capital social*, *Revue Française de Sociologie*, XXXVI, p. 685-704.
- **Lin .N, (2000)**, *Inequality in Social Capital*, *Contemporary Sociology*, 29 (6): 785-795.
- **Lin .N, (2001)**, *Building a Network Theory of Social Capital*, in: N. Lin, et al. (dir.), *Social Capital: Theory and Research*, New York: Aldine de Gruyter, p.3-29.
- **Lin .N, 1999**, « Social network and status attainment », *Annual Review of sociology*, vol.25, p.647-687.
- **Lin .Z, Yang .H, Arya .B, 2009**, “Alliance partners and firm performance: resource complementarity and status association”, *Strat. Manag. J.* **30**, 921–940.
- **Liñán .F et Santos .F .J, 2007**, « Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions ? » *International Atlantic Economic Society*, 13:443–453
- **Lorino .P, (1996)**, *Comptes et récits de la performance. Essai sur le pilotage d’entreprise*, Edition d’Organisation.
- **Lorino .P, & TARONDEAU .J .C, (1998)**, « De la stratégie aux processus stratégiques », *Revue française de gestion*, janvier-février, p 5 –17.
- **Lorino .P, (1995)**, « Le déploiement de la valeur par les processus », *Revue française de gestion*, juin-juillet-août, p 55-72.
- **Low .M .B, & MacMillan .I .C, 1988**. Entrepreneurship: past research and future challenges. *Journal of Management* 14(2):139-161.
- **Mackenzie .A, Makramalla .M, and Walter .M, 2014**, “Down the Rabbit Hole: How Structural Holes in Entrepreneurs' Social Networks Impact Early Venture Growth”, *Technology Innovation Management Review* September
- **Madoui M, 2014**, « Travail et organisation du travail dans les PME algériennes », *Journal des anthropologues* [En ligne], 116-117 | 2009, mis en ligne le 23 mars 2012, URL : <http://jda.revues.org/3872>. Consulté le 16 novembre.
- **Marsden P.V. et Hurlbert J.S. (1988)**, *Social resources and mobility outcomes: a replication and extension*, *Social Forces*, 66 (4): 1038-1059.
- **Martin-Caron L, 2013**, Contribution empirique à l’appréciation du capital social dans un territoire, Mémoire Maîtrise en service social, Université LAVA, Québec, Canada.
- **Matos H., 2008**, « Engagement civique et participation politique : Controverses sur les tics et le déclin du capital social », *Les Enjeux de l’information et de la communication*, volume1, p.57-71.
- **Mbengue A., Vandangeon-Derumez I. (1999)**, « Positions épistémologiques et outils de recherche en management stratégique », *Actes de la VIIIème conférence de l’AIMS*.
- **Mcevely B. et Zaheer A. (1999)**, « Bridging ties: a source of firm heterogeneity in competitive capabilities », *Strategic Management Journal*, Vol. 20, n° 12, pp. 1133- 1156.

- **Melbouci .L, 2008**, «Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », Actes du CIFEPME, Louvain-la Neuve, Belgique.
- **Mercanti-Guérin .M, 2010**, « ANALYSE DES RESEAUX SOCIAUX ET COMMUNAUTES EN LIGNE : QUELLES APPLICATIONS EN MARKETING ?, basepub.dauphine.fr/bitstream/.../M._Mercanti-Guerin_analyse.pdf?...1. Consulté le 11 Mars 2012.
- **Mercklé .P, 2011**, Sociologie des réseaux sociaux, nouvelle édition, La découverte.
- **Messeghem .K, Sammut .S, 2011**, L'entrepreneuriat, Edition Management et Société.
- **Michaux .V, 2008**, « Rapprochement entre les concepts de capital social et de compétence collective : enseignement théoriques et empiriques pour la GRH », 29^e Congrès de l'AGRH, Dakar.
- **Moati .P, Perraud .A, Pouquet .L, (2000)**, Les déterminants territoriaux de la création d'entreprises. CREDOC, Cahier de recherche C 146, novembre 2000.
- **Mohebi .F, Rabiee .A, 2014** : « Social Capital on Entrepreneurial Opportunity Recognition », International Journal of Economics, Finance and Management, VOL. 3, NO. 4, June, ISSN 2307-2466
- **Moreau .R, 2004**, L'émergence organisationnelle : cas des entrepreneurs de nouvelle technologie, thèse de doctorat, Université de Nantes.
- **Nahapiet .J, Ghoshal .S, 1998**, " Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage, The Academy of Management Review, Vol. 23, No. 2. (Apr., 1998), pp. 242-266
- **Nandram .S, Samsom .K, 2007**, « Entrepreneurial Behavior New Perspectives gained through the Critical Incident Technique», NRG Working Paper, April, no. 07-04, Nyenrode Research Group (NRG), Nyenrode Business Universiteit.and Hogeschool INHOLLAND.
- **Narayan .D, and M. F. Cassidy, (2001)**, "A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory." Current Sociology 49(2): 59-102.
- **Ndayegamiye .A, 2007**. Elargir le champ de conception des indicateurs sociaux : proposition d'une approche relationnelle à partir du contexte socioéconomique des années 90 : cas du Burundi. thèse de doctorat.
- **Ndayegamiye .A, 2007**, Elargir le champ de conception des indicateurs sociaux. Proposition d'une approche relationnelle à partir du contexte socioéconomique des années 90. Cas du Burundi., Thèse de doctorat, UCL, Louvain-la-Neuve, 186p.
- **Neergaard .H, et Madsen .H, (2004)**, *Knowledge Intensive Entrepreneurship in a SocialCapital Perspective*, Journal of Enterprising Culture, 12 (2): 105-125.
- **OCDE, 2001**, «The Well-being of Nations: THE ROLE OF HUMAN AND SOCIAL CAPITAL», Centre for Educational Research and Innovation.

- **OCDE, 2004**, « PROMOUVOIR L'ENTREPRENARIAT ET LES PME INNOVANTES DANS UNE ÉCONOMIE MONDIALE ». 2ème CONFÉRENCE DE L'OCDE DES MINISTRES, Istanbul, Turquie, 3-5 juin.
- **Ostgaard .T .A, Birly .S, 2003**, " Personal networks and firm competitive strategy: A strategic or coincidental match", J. Bus. Ventur. **9**(4), 281–305 (1994).
- **Ostrom .E, (2000)**, Understanding Social Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation. Social Capital : A Multifaceted Perspective. P. Dasgupta. Washington D.C., World Bank.
- **Paturel .R, Richomme .H .K, et De Freyman .J, (2005)**, « Du capital social au management relationnel », *XIVème Conférence Internationale de Management Stratégique*, Pays de la Loire Angers, Juin.
- **Perret .C, 2010**, « Capital social et Nuclei d'entreprise en Algérie », Monde en développement, n°149, p.105-116
- **Plociniczak .S, 2001**, « La coordination des relations inter-organisationnelles : une approche dynamique en termes de réseaux, 8ème Journée du CLERSE, Université de Lille.
- **Plociniczak .S, 2002**, « ACTION ECONOMIQUE ET RELATIONS SOCIALES : UN ECLAIRAGE SUR LA NOTION D'ENCASTREMENT CHEZ KARL POLANYI ET MARK GRANOVETTER, Working paper CEPN n° 2002- 07, Centre d'Economie de l'Université Paris Nord CNRS UMR 71-15.
- **Plociniczak .S, 2003**, « LE DEVELOPPEMENT LOCAL : UNE CONSTRUCTION SOCIALE. DU POURQUOI AU COMMENT ? Création de petites entreprises, réseaux sociaux et capital social local des entrepreneurs », Colloque International de Développement Local : Le Développement Local dans la perspective du développement humain - 25 au 28 novembre, Campo Grande, Mato Grosso do Sul (Brésil).
- **Plociniczak .S, 2004**, Création de petites entreprises, réseaux sociaux et capital social local des entrepreneurs, 4ème Congress on proximity economics, 17-18 Juin, Marseille.
- **Podolny .J, Baron .J, 1997**, Resources and relationships: social networks and mobility in the work place. *American Sociological Review* **62**: 673-693.
- **Ponthieu .S, 2003**, « Que faire du "social capital" ? », Paris, INSEE, Documents de travail, 128 pages.
- **Ponthieux .S, (2003)**, Que faire du « social capital »?, INSEE, Document de travail de la DSDS, n°F0306.
- **Ponthieux .S, 2004**, « Le concept de capital social, analyse critique », Contribution au 10ème Colloque de l'ACN, Paris, 21-23 janvier.
- **Portes .A, 1998**, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology, Annual Review of Sociology, Vol. 24: 1-24 (Volume publication date August 1998), DOI: 10.1146/annurev.soc.24.1.1
- **Pugno .M, Verme .P, 2012**, "Life Satisfaction, Social Capital and the Bonding-Bridging Nexus", Policy Research Working Paper 5945, January. The World Bank Middle East and North Africa Region Economic Policy, Poverty and Gender Unit.

- **Putnam .R .D, 1995**, “Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America”, *Political Science and Politics*, Vol. 28, No. 4 (Dec), pp. 664-683.
- **Quivy .R & Campenhoudt .L, (1988)** – Manuel de recherche en sciences sociale, Paris, Dunod.
- **Rajaraman .A, Ullman .J, 2012**, *Mining of Massive Datasets*, Cambridge University.
- **Razafinjatovo .C .M, 2009, Fihavana**, réseaux sociaux et processus d’entreprises à Madagascar. In V. Harison et C. Ratsimbazafy (dir.), *Les mutations entrepreneuriales, mutations entrepreneuriales* (p. 39-54). Paris : Éditions Tsipika, Le Harmattan.
- **Reynolds .P .D, 1991**, “Sociology and entrepreneurship: concept and contribution”, *Entrepreneurship Theory and Practice* (winter), 47, 49.
- **Robinson .L .J, Schmid .A .A, Siles .M .E, 2002**, Is social capital really capital? *Review of Social Economy* 60 (1), 1 – 21.
- **Rodans .S, et Galunic .C, (2004)**, « More than network structure: how knowledge heterogeneity influences managerial performance and innovativeness », *Strategic Management Journal*, Vol. 25, n° 6, pp. 541-562.
- **Rodríguez .M .J, & Santos .F .J, 2009**, « Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation”, *Int Entrep Manag J* (2009) 5:45–64 DOI 10.1007/s11365-007-0070-z
- **Rodríguez .M .J, & Santos .F .J, 2007**, « Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation”, *Int Entrep Manag J* (2009) 5:45–64
- **Ruef .M, Aldrich .H .E, & Carter .N .M, (2003)**, The structure of founding teams: homophily, strong ties and isolation among U.S. entrepreneurs. *American Sociological Review*.
- **Saieilles .S, 2006**, « Modes de construction et de mobilisation des réseaux personnels : le cas des entrepreneurs néo-ruraux », 8^{ème} CIFEPME, Fribourg, Suisse, 25,26 et 27 Octobre.
- **Schneider .D .K, 2007**, « Méthodes qualitatives en sciences sociales. Petite introduction aux méthodes qualitatives », Version 0.9 – nov. Originaux disponibles ici: <http://tecfa.unige.ch/guides/methodo/quali/>. Consulté le 02 Décembre 2014.
- **Shane .S, and S. Venkataraman, 2000**, “THE PROMISE OF ENTREPRENEURSHIP AS A FIELD OF RESEARCH”, *Academy of Management Review*, Vol.25, No. 1,217-226.
- **Shaw .E, 2011**, *Toward A Theory of Entrepreneurship: The Significance and Meaning of Performance and the Emotion Management of Entrepreneurs*, these de doctorat, Brunel School of Business and Management, Brunel University, April.
- **SI LEKHAL .K, 2012**, « Le financement des PME en Algérie : difficultés et perspectives », *Recherches économiques et managériale* – N° 12 –Décembre,

Faculté des Sciences Economiques et Commerciales et des Science de Gestion
Université Mohamed Khider – Biskra.

- **Sirven .N, 2000**, «Le capital social : concepts, théories et mesures», DEA d'Economie du développement – Centre d'économie du développement, Université Montesquieu. Bordeaux IV.
- **Solow .R, (2000)**, Notes on social capital and economic performance. In: Dasgupta, P. (Ed.) *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. New York: World Bank.
- **Stam .W, et al, 2013**, “ Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta- analysis of contextual and methodological moderators”, *Journal of Business Venturing* xxx– xxx
- **Stam .W, 2010**, « Industry Event Participation and Network Brokerage among entrepreneurial Ventures», *Journal of Management Studies* 47:4 June. doi: 10.1111/j.1467-6486.2010.00909.x
- **Stam .W, Arzlanian .S, & Elfring .T, 2014**, Social Capital of Entrepreneurs and Small Firm Performance: A Meta-Analysis of Contextual and Methodological Moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1): 152-173.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>. Consulté le 15 Novembre 2014.
- **Strauss .A .L, & Corbin .J .M, (1998)**, *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed). Thousand Oaks: Sage Publications.
- **Svendsen .G .L .H, and Svendsen .G .T, (2004)**, *The Creation and Destruction of Social Capital: Entrepreneurship, Co-operative Movements and Institutions*, Edward Elgar, Cheltenham, Northampton, MA.
- **Svendsen .G .L .H, and Svendsen .G .T, (2001)**, “Alleviating poverty: entrepreneurship and social capital in rural Denmark 1800-1900”, *Journal of the Societé Royale Belge de Géographie*, Vol. 3, pp. 231-46.
- **Svendsen .G .L .H, Kjeldsen .C, and Noe .E, (2010)**: “How do local entrepreneurs transform social capital into economic capital? Four case studies from rural Denmark”, *Journal of Socio-Economics*, vol. 39, n. 6, pp. 631-644.
- **Taddei .J .C, 2009**, RÔLES DU CAPITAL SOCIAL ET DES RÉSEAUX RELATIONNELS AU SEIN D'UN TERRITOIRE ÉCONOMIQUE. LE CAS DU PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ VÉGÉPOLYS.– Thèse de doctorat – Université d'Angers.
- **Toumi .M, Bouzidi .A, (2007)**, *Lancer la croissance de l'économie Algérienne par la performance de ses entreprises*. Publications des adhérents d'ALTA Network (Algerian Talent Network).
- **Tounés .A, 2003**, *L'intention entrepreneuriale. Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*, Université de Rouen.

- **Tounès .A, Assala .K, 2007**, "Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens", 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada – Octobre.
- **Tounès .A, Khalil .A, 2007**, Influence culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens, 5^{ème} Congrès International de l'Entrepreneuriat, Octobre, Sherbrooke, Canada.
- **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*, vol.5, n° 2, p. 69-88. J
- **Tsai .W, Ghoshal .S, 1998**, « Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks», *The Academy of Management Journal*, Vol. 41, No. 4. (Aug., 1998), pp. 464-476.
- **Unger .J .M; Rauch .A; Frese .M, and Rosenbusch .N, (2006)**, "HUMAN CAPITAL AND ENTREPRENEURIAL SUCCESS: A META-ANALYTICAL REVIEW (SUMMARY)," *Frontiers of Entrepreneurship Research*: Vol. 26: Iss. 13, Article 9.
- **Uphoff .N, (2000)**, Understanding Social Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation. In Partha Dasgupta and Ismail Serageldin (Eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, pp. 215-249. Washington: World Bank.
- **Usunier .J .C, Easterby-Smith .M & Thorpe .R, (1993)** – *Introduction à la recherché en gestion*, Collection Gestion, Economica, 233 p.
- **Uzzi .B, 1996**, « The Sources and Consequences of Ebeddedness for Economic Performance of Organization: The Network Effect», *American Sociological Review*, V61, 4 (Aug), 674-698.
- **Uzzi .B, (1999)**, Embeddedness in the making of financial capital: how social relations and networks benefit firms seeking financing. *American Sociological Review*, 64(4), 481–505. doi:[10.2307/2657252](https://doi.org/10.2307/2657252).
- **Van De Ven .A .H, & Poole .M .S, (1995)**, Explaining development and change in organizations. *Academy of Management Review*, 20(3), 510-540.
- **Van Der Gaag .M, T. A. B. Snijders, 2005**, " The Resource Generator: social capital quantification with concrete items", *Social Networks* 27, 1–29.
- **Van Der Gaag .M, & Snijders .T .A .B, (2004)**, Proposal for the measurement of individual social capital. In H. D. Flap & B. Volker (Eds.), *Creation and returns of social capital : a new research program* (pp. 199-218). London:
- **Venkataraman .S, (1997)**, The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, 3 (pp. 119–138). Greenwich: JAI Press.
- **Ventolini .S, 2006**, « L'analyse des réseaux sociaux, quels apports pour les sciences de gestion ? », Journées nationales des IAE, Montpellier, 3 et 4 Avril.

- **Ventolini .S, 2007**, « Méthodes et outils de recherche pour l'analyse des réseaux personnels », 2^{ème} Conférence Internationale Méthodologie de la Recherche, ISEOR, 26-27-28 mars, Lyon.
- **Verntolini .S, 2010**, «Le réseau de développement professionnel des managers. Quels déterminants ? » Revue Française de gestion, Vol 3, n°202, P.111-126.
- **Verstraete .T, (1999)** - *Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Le Harmattan, Economie et Innovation, 208 pages.
- **Vestraete .T, Saporta .B, 2006**, *Création d'entreprise et entrepreneuriat*. Editions l'ADREG.
- **Vestraete .T, 2000**, *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'ntrepreneuriat*, Edt Management.
- **Vigliano .M .H, Barré .G, 2010**, « L'effet de la structure du réseau du dirigeant sur sa rémunération », le cas français, Revue française de gestion, Vol.3, n°202, P.97-109.
- **Wegener .B, (1991)**, *Job Mobility and Social Ties: Social Resources, Prior Job, and Status Attainment*, American Sociological Review, 56(1): 60-71.
- **Woolcock .M, (1998)** "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework" *Theory and Society* 27(2): 151-208.
- **Yin .R .K, (2012, 3rd ed.)** *Applications of Case Study Research*, Thousand Oaks (CA), Sage Publications.
- **Yin .R .K, (2003)**. *Case study research : design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- **Yu .C, et Junshu .D, 2013**, « A Literature Review of the Effects of Social Capital -- From the Personal Network Perspective», *International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 12 [Special Issue – September]*, 251.
- **Zafar .M .J, Yasin .G, Ijaz .M, 2012**, "SOCIAL NETWORKING A SOURCE FOR DEVELOPING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG ENTREPRENEURS: A CASE OF MULTAN", *Asian Economic and Financial Review* 2(8):1072-1084
- **Zerizer .M, (2009)**, « Entrepreneuriat et micro-financement en Algérie », communication présentée à la 12^{ème} journée de l'Académie de l'Entrepreneuriat sur le thème « Dynamiser l'émergence entrepreneuriale en Algérie : Réflexions sur les modèles et pratiques d'accompagnement » organisée par l'Ecole Supérieure Algérienne des Affaires, 15 mars.
- **Zhao .L, et Aram .J .D, (1995)**, *Networking and Growth of Young Technology-Intensive Ventures in China*, *Journal of Business Venturing*, 10(5): 349-370.

Annexe 1 :

Questionnaire de l'étude qualitative

Cette enquête est réalisée dans le cadre d'une recherche doctorale. Elle vise à comprendre l'importance de vos relations personnelles, dans le processus de création de votre entreprise. Dans ce cadre, nous vous poserons quelques questions qui nous permettront de recueillir des informations sur chaque étape de ce processus. Nous vous assurons que la confidentialité totale de vos réponses

Partie 1 : Caractéristiques de l'entreprise et de l'entrepreneur

Q1 : Quelle est la nomination de votre entreprise :.....

Q2 : Quel est le type de votre activité :.....

Q3 : Quand avez-vous créé votre entreprise :.....

Q4 : Quel est le nombre de vos employés :.....

Q5 : Le genre de l'entrepreneur :

a) Homme.....

b) Femme.....

Q6 : Quel âge aviez-vous lors de la création de votre entreprise :.....

Q7 : Quel est votre niveau d'instruction scolaire :

a) Primaire.....

b) moyen.....

c) Secondaire.....

d) universitaire.....

Q8 : Avez-vous suivi une formation professionnelle ?

a) Oui.....

b) Non.....

Q9 : Si oui, cette formation est-elle :

a) Directement liée à l'activité de votre entreprise.....

b) Indirectement liée à l'activité de votre entreprise.....

c) Non liée à l'activité de votre entreprise.....

Q10 : Avez-vous eu une expérience professionnelle ?

a) Oui.....

b).....

Partie II : 1ere étape : le déclenchement du processus entrepreneurial

Q11 : Pour la réalisation de chacune des activités listées dans la fiche 1, ci-dessus, indiquez quels types de ressources externes aviez-vous acquise ?

Q12 : Quel mode aviez-vous utilisé pour acquérir ces ressources ?

Pour répondre à ces deux questions, mentionnez un **X** dans la case correspondante à chaque type de ressources acquises auprès de vos relations personnelles (**RP**), et un **Y** dans la case correspondante à chaque type de ressources acquises par le biais du dispositif d'aide à la création d'entreprise (**DISP**).

Fiche 1 : le générateur de ressources (1^e étape)

	Types de ressources externes acquises et leur mode d'accès									
	Soutien émotionnel		conseil		information		matériel		financement	
	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP
Activités										
Identification d'une opportunité										
Réflexion et développement de l'idée d'affaire.										
Décision de créer l'entreprise										

Q13 : Pour chaque type de ressource acquise auprès de vos relations personnelles, pouvez-vous nous citer la ou les personnes qui en été la source ?

Veillez mentionner les noms (ou les deux premières lettres de chaque nom) dans la case y afférente dans la fiche 2 ci-dessous.

Fiche 2 : le réseau personnel (1^e étape)

Soutien émotionnel		conseils		informations		Matériel		financement	
N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom

Q14 : après avoir transcrit les noms cités (dans la fiche 2) dans la fiche 3 (ci-dessous), pouvez-vous nous préciser la nature de la relation qui vous lie avec chaque personne citée ?

Pour répondre à cette question cocher la case correspondante à votre réponse.

Q15 : pouvez-vous nous indiquer la profession ou le secteur d'activité de chaque personne citée ? Mentionnez votre réponse dans la dernière colonne de la fiche 3.

Fiche 3 : la nature des liens / attributs des liens (1^e étape)

		Type de relation					
N°	Nom	Membre de famille	Ami intime	ami	Simple connaissance	Profession ou secteur d'activité	

Partie III : 2^{ème} étape : Processus entrepreneurial engagé

Cette seconde partie concerne les activités de la phase d'engagement listées dans la fiche 4. Pour le reste des questions et les modalités de réponses sont identiques aux celles de la première partie.

En reprenant les questions Q11 ; Q12 ; Q13 ; Q14 et Q15, mentionnez vos réponses respectivement aux fiches 04 ; 05 et 06.

Fiche 4 : le générateur de ressources (2^e étape)

	Types de ressources externes acquises et leur mode d'accès									
	Soutien émotionnel		conseil		information		matériel		financement	
Activités	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP
Rédaction du plan d'affaires										
Enregistrement juridique										
Acquisitions et installations										
Recrutement										
Développement du 1 ^{ère} produit										

Fiche 5 : le réseau personnel (2^e étape)

Soutien émotionnel		conseils		informations		Matériel		financement	
N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom

Fiche 6 : la nature des liens / attributs des liens (2^e étape)

		Type de relation				
N ^o	Nom	Membre de famille	Ami intime	ami	Simple connaissance	Profession ou secteur d'activité

Partie IV : 3^{ème} étape : Processus entrepreneurial achevé

Les principales activités de cette étape sont indiquées dans la fiche 7.

En reprenant les questions Q11 ; Q12 ; Q13 ; Q14 et Q15, mentionnez vos réponses relatives à cette étape, respectivement aux fiches 07 ; 08 et 09.

Fiche 7 : le générateur de ressources (3^e étape)

	Types de ressources externes acquises et leur mode d'accès									
	Soutien émotionnel		conseil		information		matériel		financement	
	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP	RP	DISP
Activités										
Identification d'une opportunité										
Réflexion et développement de l'idée d'affaire.										
Décision de créer l'entreprise										

Fiche 8 : le réseau personnel (3^e étape)

Soutien émotionnel		conseils		informations		Matériel		financement	
N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom

Fiche 9 : la nature des liens / attributs des liens (3^e étape)

		Type de relation				
N°	Nom	Membre de famille	Ami intime	ami	Simple connaissance	Profession ou secteur d'activité

Q16 : après la transcription de l'ensemble des noms des personnes citées précédemment (fiches « générateur de noms » : 2 ; 5 ; 8), en lignes et en colonnes de la matrice des noms ci-dessus fiche10. Pouvez-vous nous indiquer les personnes qui se connaissent ?

Pour répondre à cette question, mettez un "X" dans la case d'intersection de la ligne et la colonne de chaque paire de personnes qui se connaissent.

Fiche 10 : matrice des noms

	N°	1	2	3	4	5	6	7
N°	Noms								
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
.									
.									

Nous vous remercions d'avoir répondu à toutes les questions et du temps consacré à remplir ce questionnaire.

Cette enquête est réalisée dans le cadre d'une recherche doctorale. Elle vise à comprendre l'impact de vos relations personnelles sur le processus d'acquisition de ressources nécessaires pour la création de votre entreprise. Nous vous assurons que la confidentialité totale de vos réponses sera préservée.

Partie 1 : Caractéristiques de l'entreprise et de l'entrepreneur

Q1 : Quelle est la nomination de votre entreprise :

Q2 : Quel est le type de votre activité :

Q3 : Quand avez-vous créé votre entreprise :

Q4 : Quel est le nombre de vos employés :

Q5 : Le genre de l'entrepreneur :

b) Homme.....

b) Femme.....

Q6 : Quel âge aviez-vous lors de la création de votre entreprise :

Q7 : Quel est votre niveau d'instruction scolaire :

b) Primaire.....

b) moyen.....

d) Secondaire.....

d) universitaire.....

Q8 : Avez-vous suivi une formation professionnelle ?

b) Oui.....

b) Non.....

Q9 : Si oui, cette formation est-elle :

d) Directement liée à l'activité de votre entreprise.....

e) Indirectement liée à l'activité de votre entreprise.....

f) Non liée à l'activité de votre entreprise.....

Q10 : Avez-vous eu une expérience professionnelle ?

a) Oui.....

b).....

Partie II : acquisition de ressources et relations mobilisées

Le processus de création d'entreprise est un ensemble de nombreuses décisions et actions successives que nous avons résumé en dix activités, comme listé dans la fiche 1.

Q11 : Pour la réalisation de chacune des activités listées dans la fiche 1, ci-dessus, indiquez quels types de ressources externes aviez-vous acquise ?

Q12 : Quel mode aviez-vous utilisé pour acquérir ces ressources ?

Pour répondre à ces deux questions, mentionnez un (**X**) dans la case correspondante à chaque type de ressources acquises auprès de vos relations personnelles (**Réseau P**), et un (**Y**) dans la case correspondante à chaque type de ressources acquises par le biais du dispositif d'aide à la création d'entreprise (**Dispositif**).

Q13 : En termes de facilité comment jugez-vous l'acquisition de chaque ressources ?

Pour répondre à cette question, choisissez une des quatre modalités relatives au degré de facilité d'accès aux ressources indiquées dans la fiche 1 cochez la case correspondante à votre réponse.

Fiche 1 : le générateur de ressources

	Types de ressources externes acquises et leur mode d'accès										Degré de facilité d'accès aux ressources			
	Soutien émotionnel		conseil		information		matériel		Financement					
Activités	Réseau P	Dispositif	Réseau P	Dispositif	Réseau P	Dispositif	Réseau P	Dispositif	Réseau P	Dispositif	Très difficile	difficile	Facile	Très facile
Identification d'une opportunité														

Développement de l'idée d'affaire.														
Décision de créer l'entreprise														
Rédaction du plan d'affaires														
Enregistrement juridique														
Acquisitions et installations														
Recrutement														
Développement du 1 ^{ere} produit														
Identification d'une opportunité														
Réflexion et développement de l'idée d'affaire.														
Décision de créer l'entreprise														

Q14 : Pour chaque type de ressource acquise auprès de vos relations personnelles, pouvez-vous nous citer la ou les personnes qui en été la source ?

Veillez mentionner les noms (ou les deux premières lettres de chaque nom) dans la case y afférente dans la fiche 2 ci-dessous.

Fiche 2 : le réseau personnel

Soutien émotionnel		conseils		informations		Matériel		financement	
N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom	N°	Nom

Q15 : après avoir transcrit les noms cités (dans la fiche 2) dans la fiche 3 (ci-dessous), pouvez-vous nous préciser la nature de la relation qui vous lie avec chaque personne citée ?

Pour répondre à cette question cocher la case correspondante à votre réponse.

Q16 : pouvez-vous nous indiquer la profession ou le secteur d'activité de chaque personne citée ? Mentionnez votre réponse dans la dernière colonne de la fiche 3.

Fiche 3 : la nature des liens / attributs des liens (1^e étape)

		Type de relation				
N°	Nom	Membre de famille	Ami intime	ami	Simple connaissance	Profession ou secteur d'activité

Q17 : comment qualifiez-vous la confiance que vous partagez avec chacune des personnes citées ?

Pour répondre à cette question, veuillez transcrire les noms cités dans la fiche 4, puis cochez la case qui convient à votre réponse.

Fiche 4 : confiance mutuelle

		Confiance partagée			
N°	Nom	faible	moyenne	forte	Très forte

Q18 : pensez-vous que les personnes citées vous ont offert leurs aides (ressources) avec de bonne volonté ?

Mentionnez votre avis sur la volonté de chaque personne en cochant dans la fiche 5, la modalité qui convient à votre réponse. Assez

Fiche 5 : le degré de volonté

		Volonté de fournir les ressources			
N°	Nom	Pas du tout bonne	Moyennement bonne	Assez bonne	Très bonne

Q19 : après la transcription de l'ensemble des noms des personnes citées précédemment (fiche2 : « générateur de noms »), en lignes et en colonnes de la matrice des noms ci-dessus fiche10. Pouvez-vous nous indiquer les personnes qui se connaissent ?

Pour répondre à cette question, mettez un "X" dans la case d'intersection de la ligne et la colonne de chaque paire de personnes qui se connaissent.

Fiche 10 : matrice des noms

	N°	1	2	3	4	5	6	7
N°	Noms								
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
· ·									

Nous vous remercions d'avoir répondu à toutes les questions et du temps consacré à remplir ce questionnaire.

Annexe 3 : Les statistiques de multicolinéarité

a) pour la variable ressources tangibles.

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Taille	,919	1,088
	Diversité	,955	1,047
	Forcelien	,885	1,129
2	(Constant)		
	Taille	,748	1,337
	Diversité	,927	1,079
	Forcelien	,867	1,154
	Confiance	,772	1,295
	Bvolonté	,969	1,032

a. Dependent Variable: FRTangible

b) pour la variable ressources intangibles.

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Diversité	,939	1,065
	Forcelien	,907	1,102
	Contrainte	,935	1,070
2	(Constant)		
	Diversité	,922	1,085
	Forcelien	,882	1,134
	Contrainte	,854	1,171
	Confiance	,875	1,143
	Bvolonté	,971	1,029

a. Dependent Variable : FRITangible

Annexe 4: résumé du modèle

Model Summary^c

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,498 ^a	,248	,234	,318475	,248	17,285	3	157	,000	
2	,822 ^b	,676	,666	,210360	,428	102,425	2	155	,000	1,897

a. Predictors: (Constant), Forcelien, Diversité, Taille

b. Predictors: (Constant), Forcelien, Diversité, Taille, Bvolonté, Confiance

c. Dependent Variable: FRTangible

Model Summary^c

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,492 ^a	,242	,227	,319877	,242	16,676	3	157	,000	
2	,790 ^b	,624	,612	,226750	,382	78,721	2	155	,000	1,596

a. Predictors: (Constant), Contrainte, Diversité, Forcelien

b. Predictors: (Constant), Contrainte, Diversité, Forcelien, Bvolonté, Confiance

c. Dependent Variable: FRIntangible

Annexe 5 : Corrélation multiple de l'ensemble des variables (pour la variable expliquée ressources tangibles)

Correlations

		FRTangible	Taille	Diversité	Forcelien	Confiance	Bvolonté
Pearson Correlation	FRTangible	1,000	,257	,413	-,066	,376	,496
	Taille	,257	1,000	-,015	-,272	-,437	-,002
	Diversité	,413	-,015	1,000	-,199	,138	,023
	Forcelien	-,066	-,272	-,199	1,000	,114	,143
	Confiance	,376	-,437	,138	,114	1,000	,082
	Bvolonté	,496	-,002	,023	,143	,082	1,000
Sig. (1-tailed)	FRTangible	.	,001	,000	,202	,000	,000
	Taille	,001	.	,424	,000	,000	,488
	Diversité	,000	,424	.	,006	,040	,386
	Forcelien	,202	,000	,006	.	,076	,035
	Confiance	,000	,000	,040	,076	.	,151
	Bvolonté	,000	,488	,386	,035	,151	.
N	FRTangible	161	161	161	161	161	161
	Taille	161	161	161	161	161	161
	Diversité	161	161	161	161	161	161
	Forcelien	161	161	161	161	161	161
	Confiance	161	161	161	161	161	161
	Bvolonté	161	161	161	161	161	161

Annexe 6 : Corrélation multiple de l'ensemble des variables (pour la variable expliquée ressources intangibles)

Correlations

		FRI tangible	Diversité	Forcelien	Contrainte	Confiance	Bvolonté
Pearson Correlation	FRI tangible	1,000	,413	-,066	-,212	,376	,496
	Diversité	,413	1,000	-,199	,102	,138	,023
	Forcelien	-,066	-,199	1,000	,210	,114	,143
	Contrainte	-,212	,102	,210	1,000	,323	,012
	Confiance	,376	,138	,114	,323	1,000	,082
	Bvolonté	,496	,023	,143	,012	,082	1,000
Sig. (1-tailed)	FRI tangible	.	,000	,202	,003	,000	,000
	Diversité	,000	.	,006	,100	,040	,386
	Forcelien	,202	,006	.	,004	,076	,035
	Contrainte	,003	,100	,004	.	,000	,438
	Confiance	,000	,040	,076	,000	.	,151
	Bvolonté	,000	,386	,035	,438	,151	.
N	FRI tangible	161	161	161	161	161	161
	Diversité	161	161	161	161	161	161
	Forcelien	161	161	161	161	161	161
	Contrainte	161	161	161	161	161	161
	Confiance	161	161	161	161	161	161
	Bvolonté	161	161	161	161	161	161

LISTE DES TABLEAUX

N°	Tableaux	Pages
01	Le capital social en revue (1990-2004).....	19
02	Les définitions du capital social.....	23
03	Comparaison entre capital social individuel et capital social collectif.....	34
04	Dimension du capital social.....	39
05	Différences entre le capital économique et le capital non-économique.....	58
06	Mise en parallèle du capital humain et du capital social.....	59
07	Les sources du capital social.....	63
08	Les sources de confiance.....	65
09	Mesure du capital social au niveau micro, méso et macro.....	73
10	Quelques questions clés dans le champ de l'entrepreneuriat.....	97
11	Synthèse de recherche sur l'entrepreneuriat dans différentes entreprises...	98
12	descriptions de processus entrepreneuriaux.....	103
13	synthèse des différents auteurs sur le concept de l'entrepreneur.....	121
14	caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes du comportement.....	123
15	Les activités de décision et qualités qu'elles requièrent.....	124
16	les divers types de ressources identifiées dans la littérature.....	139
17	Les variables retenues dans les études quantitatives mesurant l'effet de la configuration du réseau personnel sur le succès entrepreneurial.....	154
18	Etapas et activités du processus entrepreneurial.....	170
19	Les trois dimensions du réseau social.....	173
20	Questions de recherche et méthodes d'investigation.....	178
21	les objectifs de l'étude qualitative.....	179
22	les objectifs de l'étude quantitative.....	180
23	les hypothèses de l'étude.....	185
24	la typologie des PME/PMI.....	192
25	Mouvement des PME privées par tranche d'effectif.....	196
26	emplois créés par les PME (par tranche d'effectif).....	197
27	Mortalité des PME privées personnes morales par secteur d'activité.....	197
28	Comparaison méthodes qualitatives et quantitatives.....	201
29	Liste du 1 ^{er} groupe d'entreprises (10 cas).....	219
30	Liste du 2 ^{ème} groupe d'entreprises (20cas).....	220
31	Le genre des entrepreneurs interrogés.....	222
32	l'âge des entrepreneurs.....	223
33	niveau de scolarité des entrepreneurs.....	223
34	Formation professionnelle suivie.....	223
35	Expérience professionnelle vécue.....	224
36	Nombre des ressources acquises en 1 ^{ère} étape (Déclenchement).....	225
37	Nombre des ressources acquises en 2 ^{ème} étape (Engagement).....	226
38	Nombre des ressources acquises en 3 ^{ème} étape (Achèvement).....	226
39	Récapitulation des résultats.....	227
40	Proportions des modes d'accès aux ressources.....	228
41	Type de ressources acquises à chaque étape.....	230
42	La taille du réseau relationnel mobilisé.....	231
43	Pourcentage des cas selon les valeurs de la contrainte.....	232
44	Proportions des liens forts et des liens faibles mobilisés à chaque étape.....	233
45	Diversité des réseaux relationnels mobilisés à chaque étape.....	234

46	Proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources (1 ^{ère} étape).....	235
47	Proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources (2 ^{ème} étape).....	235
48	Proportion de chaque type de liens pour chaque type de ressources (3 ^{ème} étape).....	236
49	Les indicateurs du capital social mobilisé au déclenchement.....	237
50	Les indicateurs du capital social mobilisé à l'engagement.....	239
51	Les indicateurs du capital social mobilisé à l'achèvement.....	240
52	Reformulation des objectifs de recherche.....	253
53	Les hypothèses à tester.....	256
54	Les méthodes explicatives.....	264
55	statistiques sur l'âge des entrepreneurs.....	268
56	Répartition des entrepreneurs selon le genre.....	269
57	Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction.....	269
58	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la taille du réseau personnel de l'entrepreneur.....	271
59	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la force des liens.....	273
60	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la diversité du réseau.....	274
61	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la confiance mutuelle.....	276
62	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la bonne volonté.....	277
63	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la contrainte.....	279
64	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources par la force des liens.....	281
65	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles par la diversité du réseau.....	282
66	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la confiance mutuelle.....	284
67	Régression simple du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles par la bonne volonté.....	285
68	Résumé des résultats de la régression simple.....	286
69	Casewise Diagnostics (Variables extrêmes issues de la 1 ^{ère} analyse).....	290
70	Analyse de la variance de la variable dépendante (degré de facilité d'accès aux ressources tangibles).....	291
71	Résultats des régressions hiérarchiques sur l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources tangibles.....	292
72	Les coefficients des variables explicatives.....	293
73	Casewise Diagnostics (Variables extrêmes issues de la 2 ^{ème} analyse).....	296
74	Analyse de la variance de la variable dépendante (facilité d'accès aux ressources).....	297
75	Résultats des régressions hiérarchiques sur l'explication du degré de facilité d'accès aux ressources intangibles.....	298
76	Les coefficients des variables explicatives du degré de facilité aux ressources intangibles.....	299

LISTE DES FIGURES

N°	Figures	Pages
01	Problématique et questions de recherche.....	08
02	Relation entre la théorie et les observations empiriques.....	10
03	Plan de la thèse.....	14
04	Plan du chapitre 1.....	16
05	Comparaison entre capital social individuel et capital social collectif.....	34
06	Relations entre capital social civil et gouvernemental.....	36
07	Conversions de capital : deux lignes de conversion.....	52
08	Un cadre de mesure du capital social révisé.....	71
09	Dimensions du Capital Social.....	72
10	Plan du chapitre 2.....	83
11	La création d'entreprise <i>ex nihilo</i> : des points de vue divers.....	96
12	la lecture diachronique du processus entrepreneurial.....	102
13	processus d'identification d'opportunité de Long et MacMullan.....	106
14	Modélisation du processus entrepreneurial selon Shane.....	107
15	le modèle de Gartner.....	109
16	Le processus de création d'une entreprise viable (Le Marois).....	111
17	le modèle de processus de création d'entreprise de BYGRAVE.....	112
18	Le processus entrepreneurial d'après Paterson et Ainslie.....	113
19	Une forme générique du processus de création d'entreprise.....	115
20	Le modèle stratégique d'entrepreneuriat de Hernandez.....	117
21	Changer le focus du champ de l'entrepreneuriat.....	127
22	Les composantes du capital de l'entrepreneur.....	130
23	Plan du chapitre 3.....	144
24	exemple d'un petit réseau social.....	147
25	illustre la théorie des liens forts/liens faibles de Granovetter.....	157
26	les réseaux de l'entrepreneur.....	159
27	Illustration des trous structuraux.....	161
28	Une forme générique du processus de création d'entreprise.....	170
29	La formation du capital social entrepreneurial.....	179
30	la relation entre la taille du réseau et la facilité d'accès aux ressources tangibles.....	182
31	la relation entre la force des liens et la facilité d'accès aux ressources tangibles.....	183
32	la relation entre la diversité des liens et la facilité d'accès aux ressources tangibles.....	183
33	la relation entre le nombre de trous structuraux et la facilité d'accès aux ressources intangibles.....	184
34	la relation entre la force des liens et la facilité d'accès aux ressources intangibles.....	184
35	la relation entre la diversité des liens et la facilité d'accès aux ressources intangibles.....	184
36	Modèle de la recherche.....	186
37	Plan du chapitre 4.....	189
38	Le continuum du « quanti » et du « quali ».....	202
39	Maintenir un effectif important même en quali.....	203
40	Démarche de recherche.....	206
41	Plan du chapitre 5.....	209

42	la forme du capital social entrepreneurial.....	241
43	Plan du chapitre 6.....	246
44	la relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources tangibles...	254
45	la relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources tangibles...	254
46	la relation entre la confiance et la facilité d'accès aux ressources intangibles	255
47	la relation entre la bonne volonté et la facilité d'accès aux ressources intangibles.....	255
48	Modèle de recherche développé	257
49	capital social structurel de l'entrepreneur.....	302
50	le capital social structurel et relationnel de l'entrepreneur.....	303
51	Un modèle explicatif de la facilité d'accès aux ressources nécessaires pour la concrétisation du processus entrepreneurial testé auprès d'un échantillon d'entrepreneurs créateurs de micro entreprises	305

Liste des abréviations

FRTangible : facilité d'accès aux ressources tangibles

FRIntangible : facilité d'accès aux ressources intangibles

Taille : taille du réseau

Contrainte : contrainte structurale du réseau

Diversité : la diversité du réseau

Forcelien : la force des liens

Bvolonté : la bonne volonté des autres

Confiance : la confiance mutuelle

TABLE DES MATIERES

Remerciement.....
Sommaire.....
INTRODUCTION GENERALE.....	01
PARTIE I : Cadre théorique.....	15
CHAPITRE 1 : le capital social : un concept emprunté de la sociologie.....	16
Introduction.....	17
I. Le Capital social : concept et définition.....	18
1-1 Les origines du concept capital social	20
1-2 Définition du capital social : Un passage du privatif au collectif.....	22
1.2.1 La définition du capital social chez Bourdieu (1980)	24
1.2.2 Le capital social dans la vision de Coleman (1988).....	25
1.2.3. Le capital social chez Putnam (1995) : des dimensions multiples.....	27
1.3. Les formes du capital social	31
1.3.1. Le capital social individuel et le capital social collectif	32
1.3.2. Le capital social civil et le capital social gouvernemental.....	35
1.3.3. Le capital social structurel et le capital social cognitif relationnel	38
1.3.4. Bonding, bridging et linking social capital.....	42
II. Le capital social : une approche économique.....	47
2.1. Le capital social comme forme du capital	48
2.1.1. Le terme "capital social" entre sociologie et économie	48
2.1.2. Le capital social est-il vraiment un capital	52
2.2. Le capital social et les autres formes de capital	55
2.3. Les sources du capital social	59
2.4. La mesure du capital social	66
2.4.1. La nécessité de mesurer le capital social	67
2.4.2. La mesure du capital social au niveau collectif	68
2.4.3. La mesure du capital social au niveau individuel	75
Conclusion du chapitre 1	82
CHAPITRE 2 : Capital social de l'entrepreneur et processus entrepreneurial	83
Introduction.....	84
I. l'entrepreneuriat : vers une approche globale fondée sur le processus.....	86
1-1 L'atténuation de l'approche fonctionnelle des économistes	88
1-2 Limites des approches déterministes	89
1.2.1 L'approche par les traits de personnalités	89
1.2.2 L'approche typologique	90
1-3 L'émergence de l'approche contextuelle	92
1-4 Une orientation vers l'approche processuelle	95
II. Le processus entrepreneurial : de quoi s'agit-il ?.....	99
2-1 Définitions et significations du processus entrepreneurial	99
2-2 Modélisation théorique du processus entrepreneurial	105
2.2.1 Modélisation en termes d'identification et d'exploitation des opportunités	105
2.2.2 Modélisation en termes d'émergence organisationnelle	108
III. L'entrepreneur acteur principal du processus entrepreneurial.....	118
3.1. L'entrepreneur : Fonction économique et traits de personnalité.....	119
3.2. L'entrepreneur au cœur d'un processus complexe	126
IV. L'effet du Capital social de l'entrepreneur sur le processus entrepreneurial...	131
4.1. Capital social et reconnaissance d'opportunité	134

4.2- Capital social et accès aux ressources	136
Conclusion du chapitre 2.....	143
CHAPITRE 3 : Le capital social de l'entrepreneur : une ressource réticulaire	144
Introduction.....	145
I. L'analyse des réseaux sociaux (l'ARS)	146
1.1. Qu'est-ce qu'un réseau social ?.....	146
1.2. Deux approches théoriques de l'ARS : dyadique et structurale.....	149
II. Les théories de l'ARS mobilisées pour l'étude du capital social de l'entrepreneur.....	152
2.1. La théorie de la force des liens faibles	155
2.2. La théorie de trous structuraux	160
3.3. La théorie des ressources sociales	165
III. Cadre d'analyse.....	167
3.1. La modélisation retenue	168
3.2. La formation du capital social de l'entrepreneur	171
3.2.1. L'acquisition des ressources nécessaires	171
3.2.2. L'effet du réseau personnel de l'entrepreneur sur l'accès aux ressources	172
3.3. Décomposition de la question de recherche et proposition de modèle d'analyse	177
3.3.1. Objectifs visés par l'étude qualitative.....	178
3.3.2. Objectif de l'étude quantitative et proposition d'hypothèses	180
3.3.2.1. Objectifs visés par l'étude quantitative.....	180
3.3.2.2. L'élaboration des hypothèses.....	180
3.3.2.3. Proposition d'un modèle de recherche.....	185
Conclusion du chapitre 3.....	187
PARTIE II : L'étude empirique.....	188
CHAPITRE 4 : Contexte de l'étude et choix méthodologiques.....	189
Introduction.....	190
I. Contexte de l'étude : La création de micro-entreprises en Algérie.....	190
1.1. Définition de la micro-entreprise	191
1.2. L'évolution du cadre législatif algérien en faveur de l'entrepreneuriat	192
1.2.1. Les organes de promotion de l'investissement	194
1.2.2. Les structures d'aide à la création d'entreprise	194
1.3. Evolution de la création des micros-entreprises	195
1.4. La mortalité des petites entreprises.....	197
1.5. Les contraintes à la création d'entreprise	198
1.5.1. Les contraintes économiques.....	198
1.5.2. Les contraintes relatives à la culture entrepreneuriale	199
II. La méthodologie adoptée : Une combinaison des méthodes qualitatives et quantitatives.....	201
2.1. La démarche qualitative adaptée	203
2.2. La démarche quantitative	204
2.3. Définition de la population ciblée.....	206
Conclusion du chapitre 4.....	208
CHAPITRE 5 : La formation du capital social entrepreneurial : une étude qualitative adaptée.....	209
Introduction.....	210
I. Le dispositif méthodologique.....	210
1.1. L'élaboration du questionnaire	210

1.1.1. Utilisation de la technique de générateur.....	212
1.1.2. La collecte des données	214
1.2. L'échantillonnage	217
1.3. Traitement et analyse des données	220
II. Présentation et discussion des résultats de l'étude qualitative.....	221
2.1. Description générale des données sociodémographiques	222
2.1.1. Caractéristiques des entreprises	222
2.1.2. Caractéristiques des entrepreneurs	222
2.2. Description de l'acquisition des ressources	224
2.2.1. Description des ressources acquises pour chaque décision/ action	225
2.2.2. Description du mode d'accès aux ressources	227
2.2.3. Description des ressources acquises par les relations personnelles	229
2.3. Description de la configuration du réseau personnel mobilisé	231
2.3.1. La structure du réseau	231
2.3.2. La nature des liens	232
2.3.3. La diversité du réseau	234
2.4. Types de liens mobilisés pour chaque type de ressources	234
2.5. La forme du capital social entrepreneurial	237
2.5.1. La forme du capital social à l'étape déclenchement du processus	237
2.5.2. La forme du capital social à l'étape d'engagement	238
2.5.3. La formation du capital social à l'étape d'achèvement	240
2.6. Synthèse des résultats	241
Conclusion du chapitre 5.....	244
CHAPITRE 6 : l'impact du capital social de l'entrepreneur sur la facilité d'accès aux ressources : une étude quantitative.....	246
Introduction.....	247
I. L'approfondissement de l'analyse.....	248
1.1. Les dimensions du capital social entrepreneurial : un retour à la théorie....	248
1.2. La reformulation du modèle d'analyse	253
II. Dispositif méthodologique.....	258
2.1. L'élaboration du questionnaire	259
2.1.1. Les variables et leurs mesures	260
2.1.1.1. La variable dépendante	260
2.1.1.2. Les variables explicatives	260
2.2. Collecte de données et échantillon	262
2.3. Les méthodes d'analyse utilisées	263
2.3.1. Les méthodes explicatives et prédictives utilisées.....	264
2.3.1.1. L'analyse de régression simple	264
2.3.1.2. L'analyse de régression multiple.....	265
2.3.1.3. Conditions d'utilisation de la régression linéaire	266
III. Présentation et discussion des résultats.....	268
3.1. Description des données sociodémographiques	268
3.1.1. L'âge des entrepreneurs	268
3.1.2. Le genre des entrepreneurs	269
3.1.3. Le niveau de scolarité des entrepreneurs	269
3.2. Les tests et les analyses de validation des hypothèses	269
3.2.1. Les régressions simples	270
3.2.1.1. Les régressions simples sur la facilité d'accès aux ressources tangibles.....	270

3.2.1.2. Les régressions simples sur la facilité d'accès aux ressources intangibles.....	278
3.2.2. L'analyse de régression multiple	287
3.2.2.1. Le choix d'une régression multiple hiérarchique.....	287
3.2.2.2. Résultats des régressions hiérarchiques.....	289
3.3. Synthèse des résultats	301
3.4. Un modèle explicatif de la facilité d'accès aux ressources nécessaires pour la concrétisation du processus entrepreneurial testé dans le cadre de création de micro entreprises	303
Conclusion du chapitre 6.....	306
CONCLUSION GENERALE.....	308
BIBLIOGRAPHIE.....	318
ANNEXES.....	336
LISTE DES TABLEAUX.....	353
LISTE DES FIGURES.....	355
LISTE DES ABREVIATIONS.....	356
TABLE DES MATIERE.....	357

Résumé :

Dès le début des années 1990, la recherche en entrepreneuriat s'est orientée vers une nouvelle approche se focalisant sur les facteurs influençant le comportement de l'entrepreneur au cours du processus de création d'entreprise.

Nous nous intéressons aux facteurs sociologiques appelés communément le capital social, qui au cours de ces dernières décennies est devenu un facteur très important pour expliquer les comportements des entrepreneurs.

L'objectif principal de cette thèse est d'explorer le rôle que joue le capital social le long du processus entrepreneurial ; et ce, dans le contexte algérien où le taux de création d'entreprise demeure encore loin des standards internationaux, malgré les efforts déployés par les pouvoirs publics algériens pour encourager l'entrepreneuriat.

Les résultats de l'étude empirique d'un échantillon d'entrepreneurs algériens créateurs de micro entreprises, nous permettront d'identifier comment se forme le capital social de l'entrepreneur et d'analyser son impact sur le processus de création de l'entreprise.

Mots clés : capital social, processus entrepreneurial, entrepreneur, création de micro entreprise.

ملخص:

مند مطلع 1990، تحولت البحوث في مجال المقاولاتية نحو نهج جديد يركز على العوامل التي تؤثر على سلوك المقاولين في عملية إنشاء المؤسسات.

وعليه ركزنا على العوامل الاجتماعية التي تسمى عموماً رأس المال الاجتماعي، الذي أصبح في العقود الأخيرة عاملاً مهماً جداً في تفسير سلوك رجال الأعمال.

الهدف الرئيسي من هذه الرسالة هو استكشاف دور رأس المال الاجتماعي في سيرورة انشاء المؤسسات، وهذا في السياق الجزائري حيث معدل إنشاء المؤسسات لا يزال بعيداً عن المعايير الدولية، على الرغم من الجهود المبذولة من قبل السلطات الجزائرية لتشجيع المقاولاتية.

ان نتائج الدراسة الميدانية لعينة من أصحاب المؤسسات المصغرة في الجزائر، تسمح لنا بتحديد كيف يتشكل رأس المال الاجتماعي للمقاول وكذا تحليل تأثيره على سيرورة انشاء المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الاجتماعي، سيرورة انشاء المؤسسة، المقاول، إنشاء المؤسسات المصغرة.

Abstract:

By the early 1990s, entrepreneurship research has turned towards a new approach focusing on the factors influencing the behaviour of the entrepreneur in the business creation process.

We focus on the sociological factors commonly called social capital, which in recent decades has become a very important factor in explaining the behaviour of entrepreneurs.

The main objective of this thesis is to explore the role of social capital along the entrepreneurial process; and that, in the Algerian context where business creation rate is still far from international standards, despite the efforts deployed by the Algerian authorities to encourage entrepreneurship.

The results of the empirical study of a sample of micro entrepreneurs creators Algerian companies, we will identify how to form the share capital of the contractor and analyse its impact on the company's creative process.

Key words: social capital, entrepreneurial process, the entrepreneur, micro-enterprise creation.