La professionnalisation du créateur d'entreprise : entre la découverte du monde de l'entreprise et la découverte de soi

Varvara Ciobanu-Gout

▶ **To cite this version:**

Varvara Ciobanu-Gout. La professionnalisation du créateur d'entreprise : entre la découverte du monde de l'entreprise et la découverte de soi. Savoirs : Revue internationale de recherches en éducation et formation des adultes, 2020, 52 (1), pp.13. 10.3917/savo.052.0013 . hal-03255026

HAL Id: hal-03255026
https://univ-tlse2.hal.science/hal-03255026

Submitted on 12 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La professionnalisation du créateur d'entreprise : entre la découverte du monde de l'entreprise et la découverte de soi

Varvara CIOBANU-GOUT
Docteure en Sciences de l'éducation et de la formation
Chercheure associée à l'UMR EFTS, Université Toulouse-Jean Jaurès

Résumé

Cette étude approche la professionnalisation des dirigeants d'entreprise sous un angle inédit, celui des apprentissages expérientiels et existentiels que l'entrepreneur acquiert pendant les premières années d'expérience dans cette profession. Elle est fondée sur une enquête narrative menée auprès de dirigeants spécialisés dans la cosmétique biologique. Le cadre théorique de l'analyse des données récoltées est celui de la construction biographique des apprentissages. Les résultats de cette enquête montrent que la professionnalisation du dirigeant d'entreprise se déroule différemment selon son histoire personnelle. La professionnalisation a une dimension existentielle car elle requiert une découverte de soi-même et du rapport que l'entrepreneur entretient avec le monde.

Mots-clés : entrepreneuriat, professionnalisation, apprentissages expérientiels, biographie

The professionalisation of company leaders: between discovering the world of business and self-discovery

Abstracts

This study deals with the professionalisation of company leaders from an innovative point of view, that of the experiential and existential learnings acquired by the entrepreneur during their first years in this career. It is based on a narrative investigation on chief executive officers of companies specialised in organic cosmetics. The collected data are analysed in the theoretical context of the biographical construction of learnings. The results show that the professionalisation of the company leader happens differently according to their personal story. The professionalisation has an existential dimension as the process requires a discovery of self and of the entrepreneur's relationship with the world.

Keywords : entrepreneurship, professionalisation, expérientiel learning, biographie

1. Introduction

Dans les années 2000, David Audretsch anticipait la fin du salariat et l'avènement d'une économie entrepreneuriale. Cette nouvelle organisation sociétale et économique serait d'après lui le résultat de deux phénomènes collatéraux : l'essoufflement du modèle managérial des grands groupes et le basculement de l'économie vers une économie de la connaissance qui faciliterait le développement de la petite entreprise (Audretsch, 2006). Nous sommes encore loin de cette société entrepreneuriale, mais pourtant, nous assistons à une « vulgarisation » de l'entrepreneuriat. Sur le plan académique, le phénomène entrepreneurial a commencé à être démystifié. La théorie de « l'effectuation » par exemple, a bouleversé la représentation classique que nous avions de l'entrepreneur, celle d'un visionnaire qui a une grande idée, qui rédige un plan d'affaire irréprochable, lève des fonds, rassemble une équipe et ensuite se lance dans une affaire sans faille. Cette théorie montre qu'au contraire, les entrepreneurs partent souvent avec des idées très simples, se lancent dans leur affaire avec les moyens dont ils disposent, c'est-à-dire leur personnalité, leur réseau de contact, leur savoir. Ils inventent en cours de route sans *business plan* ni étude de marché, en faisant des essais « à coup de pertes acceptables » (Silberzahn, 2014).

Des travaux récents (Cova et Guercini, 2016) ont mis en évidence l'apparition de nouvelles formes d'entrepreneuriat ; la création d'entreprise serait le résultat d'un besoin individuel. Dans les situations les plus favorables il s'agit d'un besoin lié à une passion ou à la recherche d'un style de vie que le système salarial ne peut pas assurer. Dans les situations moins heureuses, la création d'entreprise semble la seule issue pour sortir d'une situation critique. Nous pouvons donner quelques exemples : l'entrepreneur de *nécessité* - qui crée son propre emploi ; le *life-style* entrepreneur - qui cherche un style de vie particulier, incompatible avec la vie de salarié dans une entreprise ; l'entrepreneur *usager* - qui est à l'origine un consommateur insatisfait de ce qu'il trouve sur le marché, qui commence à produire pour lui-même pour répondre à ses besoins, ce qui l'amène à développer des compétences dans un domaine spécifique ; l'entrepreneur *par accident* - un individu devenu entrepreneur suite à son implication dans une activité en dehors de toute industrie, de toute contrainte. Le profil mythique de l'entrepreneur « schumpétérien », vu comme un être « né avec un sixième sens qui lui donnerait une intuition hors du commun pour l'innovation », a été remplacé par celui d'un entrepreneur « bricoleur » qui cherche à concilier le travail, la vie personnelle et le plaisir (Cova et Guercini, 2016, p.16).

« Apprendre l'entrepreneuriat dès la maternelle », c'était une des directives de la Stratégie de l'entrepreneuriat, issue des Assises de l'entrepreneuriat 2013. Parallèlement à ces objectifs ambitieux, les chercheurs nous mettent en garde envers ce « tourbillonnement » du mot entrepreneuriat dans les mondes managériaux privés et publics, sur le fait que « l'entrepreneuriat s'enseigne tous azimuts et se finance sous de nouvelles formes » (Garel, 2017, p. xi). Bien que les sondages nous montrent que chaque année un français sur quatre souhaite créer sa propre entreprise[1], nous constatons que ceux qui passent à l'acte sont bien moins nombreux. La création d'entreprise reste une action qui requiert un certain courage, qui suscite la peur du risque et de l'échec et nous constatons qu' « il n'est pas simple de devenir entrepreneur et l'entrepreneuriat ne peux pas se décréter » (Boutillier et Uzunidis, 2015, p.30).

Au regard de tous ces éléments, émergent plusieurs questions : comment le sujet se développe-t-il au sein de cette « offre sociale de professionnalisation »[2] ? Si, comme l'affirme la théorie de l'effectuation, l'entrepreneur se lance avec les moyens dont il dispose, alors, quelle place occupe son histoire personnelle dans sa construction en tant que professionnel ? Quels liens peut-on établir entre le parcours entrepreneurial et la biographie de l'entrepreneur ? Ces questions nous conduisent à l'objet de cet article : comprendre comment une personne se construit en tant qu'entrepreneur, processus analysé ici dans le cas du créateur d'entreprise. Cependant, le terme entrepreneur est très vaste. Si, comme Filion (1997, p.151), on considère que l'entrepreneur « est une personne qui imagine, développe et réalise ses visions » il semble évident que l'on peut trouver des entrepreneurs dans des organisations publiques et privées, partout où les individus développent leurs visions. Cette définition montre également, qu'être dirigeant d'entreprise n'équivaut pas à être entrepreneur. Selon Bruyat (1993), la qualité d'entrepreneur du dirigeant se mesure à partir de ce qu'il crée effectivement et du changement qu'il produit sur l'environnement. Pour l'auteur, la posture du dirigeant est différente, sur le plan du risque, de l'investissement ou de l'implication personnelle, en fonction du mode d'accès à la direction d'entreprise (en tant que propriétaire de celle-ci). Bruyat identifie trois voies d'accès possibles : l'héritage, la franchise et la création d'entreprise *ex nihilo* – en partant de rien. Le créateur d'entreprise *ex nihilo* est un cas particulier d'entrepreneur. En créant son entreprise à partir de rien, une rupture se produit dans son environnement proche, qui impacte ses habitudes, ses revenus, son image sociale, etc. C'est sur ce type de créateur d'entreprise que porte notre étude.

[1] Selon le sondage effectué en 2015 par l'Institut Think, pour l'ordre des experts comptable, cité par Schmitt, 2017.

[2]En référence aux travaux de Wittorski (2008), l'offre sociale de professionnalisation fait référence aux discours promotionnels et aux dispositifs de formation

Cet article est organisé en trois parties. Dans une première partie, nous présenterons les références théoriques sur lesquelles nous avons construit notre réflexion. Dans la deuxième partie, nous exposerons la méthodologie de recherche utilisée. Nous mettrons en avant dans une troisième partie les principaux résultats au regard de notre objet d'étude.

2. Cadre théorique

Nous nous intéressons au processus par lequel un entrepreneur qui crée son entreprise *ex nihilo* se construit en tant que professionnel-dirigeant de sa propre entreprise. Cela exige de clarifier les concepts de professionnalisation et de développement professionnel. Nous apporterons par la suite quelques clarifications sur le type de professionnel étudié – le créateur d'entreprise - et sur les liens existants entre celui-ci, son environnement et son projet de création.

1. Professionnalisation, développement professionnel et apprentissage dans l'activité

Selon Roquet (2012), le processus de professionnalisation s'inscrit dans une triple dimension : 1) une dimension *macro*, qui fait référence aux formes de modèles professionnels existant dans la société ; 2) une dimension *mezzo* en référence aux dispositifs de formation ou de professionnalisation ; 3) une dimension *micro* qui prend en compte le vécu des dynamiques individuelles, en référence à la singularité de chaque parcours et son inscription dans des temporalités biographiques.

Notre recherche porte sur cette dimension individuelle de la professionnalisation de l'entrepreneur. Nous avons construit notre réflexion à partir du postulat que « l'activité occasionne sans cesse des apprentissages et produit des savoirs nouveaux » (Champy-Remoussenard, 2005, p.37). Selon Bourdoncle, la professionnalisation des acteurs exerçant une activité professionnelle désigne « un double processus d'acquisition : celui de savoirs, savoir-faire et savoir-être professionnels en situation réelle, et celui d'une identité qui se construit progressivement par identification au rôle professionnel » (Bourdoncle, 2000, p.125). Pour l'auteur, le terme de professionnalisation est proche de celui de développement professionnel car la professionnalisation « indique aussi un progrès, une meilleure adaptation de la personne à l'exercice de sa profession » (*ibid*, p.126).

Un de nos questionnements porte sur la place de l'histoire personnelle dans le processus de professionnalisation. Selon Le Boterf (2007), la professionnalisation est au carrefour de l'histoire personnelle du sujet, de son expérience professionnelle et de formations suivies. Pour l'auteur, les différentes situations rencontrées par le sujet sont des espaces de développement professionnel et d'apprentissage. L'apprentissage, « lié à une situation et à un instant particulier » (Wittorski, 2008), peut être considéré comme une production de sens :

> L'apprentissage est un processus d'interprétation à caractère dialectique dans lequel nous entrons en interaction avec les objets et les événements guidés par un ensemble d'habitudes anciennes…dans l'apprentissage transformateur, nous réinterprétons en quelque sorte une expérience ancienne (ou en décryptons une nouvelle) à partir d'un nouvel ensemble d'anticipations, attribuant ainsi à l'expérience passée un sens nouveau et une perspective nouvelle (Mezirow, [2001], cité par Wittorski, p.26).

Chaque acteur donne un sens différent à ses actions, sens qui découle des événements vécus par le sujet, de son histoire personnelle, de l'histoire de la société dans laquelle le sujet est immergé (Dominicé, 2002). Le sujet donne une interprétation à ses expériences à partir de sa propre « réserve de connaissance disponible » :

> [...] les individus constituent au fil de leurs socialisations et de leurs expériences une « réserve de connaissance disponible » qu'ils utilisent comme système d'interprétation de leurs expériences passées et présentes et qui déterminent également la façon dont ils anticipent et construisent les expériences à venir (Delory-Momberger, 2005, p.127).

Sous un autre angle, en référence aux travaux d'Argyris et Shön ([1989], cité par Wittorski, 2008), la professionnalisation des individus implique le développement d'une adaptabilité rapide à des contextes de travail changeants. Cette adaptabilité est acquise par une distanciation de ses propres actions. Cette distanciation est obtenue par un « travail de réflexion rétrospective par rapport à l'action et parfois même anticipatrice » (Wittorski, 2008, p.31).

2. La relation existant entre le créateur d'entreprise et son projet d'entreprise

En référence au « modèle canonique de création d'entreprise » (Bruyat, 1993), nous considérons que le créateur d'entreprise est à l'origine de son projet de création, c'est lui qui décide des conditions et de l'ampleur de cette création. Parallèlement, la création d'entreprise produit des changements sur son créateur lui-même, car elle occupe une place importante

dans sa vie au niveau de ses activités, son statut social, ses moyens, etc. Selon l'auteur, le créateur d'entreprise et son projet de création se trouvent dans une relation dialogique :

> L'entrepreneur ne peut se définir qu'en référence à un objet (création de valeur), objet dont il fait partie, dont il est lui-même la source ou le créateur et dont il est également le résultat. Nous avons à faire à une dialogique sujet/objet qui résiste à toute tentative de logique disjonctive (Bruyat, 1993, p.55).

Le sujet négocie avec lui-même son nouveau projet professionnel. Cette négociation ne peut se faire que dans le cadre de son histoire, comme une confrontation entre les expériences vécues, les impératifs du présent et ses projections d'avenir. Cette confrontation directe du sujet à une situation de vie donne accès à une connaissance de soi ou à un savoir expérientiel (Courtois et Pineau, 1991). L'entrepreneur se trouve dans un processus de transformation continuelle de ses perceptions, de ses valeurs, de l'image qu'il a de soi et de son environnement. Cela impacte la forme de son projet et les relations qu'il développe avec son environnement et transforme sa manière d'agir dans le monde (Schmitt, 2017).

3. Méthodologie

Pour répondre à nos questions de recherche, nous avons utilisé une méthode qualitative et nous nous sommes positionnés dans une approche biographique, qui donne la possibilité de saisir l'expérience de l'être social singulier.

Pour l'organisation de l'enquête de terrain nous nous sommes appuyés sur les techniques de l'enquête ethnosociologique (Bertaux, 2013). Cette méthode, inspirée de la théorie enracinée (Glaser & Strauss, 1976 ; Strauss & Corbin, 1998) est adaptée à l'étude d'une trajectoire sociale précise, elle favorise des allers-retours entre le terrain et les concepts mobilisés. Pour permettre la comparaison entre les récits recueillis, nous avons construit notre échantillon à partir d'un seul domaine d'activité : la cosmétique biologique. La particularité de cette méthode réside dans la construction progressive de l'échantillon, en fonction des typologies identifiées sur le terrain.

Notre enquête de terrain s'appuie sur les récits de vie des dirigeants de six entreprises (*Figure 1)*. Nous avons sélectionné des entrepreneurs représentatifs du monde de l'entreprise spécialisée dans la cosmétique biologique, susceptibles de mettre en lumière les relations entre le parcours entrepreneurial et le parcours biographique.

Entreprise	Les dirigeants	L'ancienneté (Au moment de l'enquête)	Nombre de salariés
Entreprise 1	Myriam et Jean	5 ans	3
Entreprise 2	Pierre	12 ans	5
Entreprise 3	Rachel	7 ans	3
Entreprise 4	Elisabeth et Jade	13 ans	15
Entreprise 5	Olivier	4 ans	21
Entreprise 6	Claude et Amandine	4 ans	1

Figure 1. Les caractéristiques des entreprises

Nous avons organisé l'enquête de terrain en trois temps : 1) le recueil du récit de vie de l'entrepreneur, qui retrace l'origine de son projet et de la création de son entreprise ; 2) l'analyse immédiate du récit et l'écriture de l'histoire de l'entrepreneur, issue de l'analyse phénoménologique du premier entretien ; 3) la restitution de cette histoire dans un deuxième entretien. Ce deuxième entretien joue un double rôle : permettre à l'interviewé de valider son histoire et mettre en discussion des hypothèses que le chercheur a pu identifier à travers le récit.

Chaque entretien a été enregistré et retranscrit intégralement. Nous avons procédé d'abord à une analyse phénoménologique du récit, qui consiste à identifier les phénomènes qui sont en jeu et leur ancrage dans le terrain étudié. L'objectif de cette analyse est de saisir « la logique à l'intérieur de laquelle s'insère le témoignage de l'interviewé » (Paillé et Mucchielli, 2012, p.141).

Pour écrire l'histoire du créateur d'entreprise, nous avons procédé à la mise en intrigue (Ricoeur, 1985). C'est un processus qui rassemble dans une synthèse les expériences temporelles, apporte une concordance et donne un sens aux événements vécus.

Après l'examen phénoménologique, les données ont été analysées à l'aide de catégories qui sont *conceptualisantes*, ce qui veut dire qu'elles permettent de déployer des théories à travers les concepts que chaque catégorie est capable de mobiliser. La catégorie « permet de construire une représentation théorique de certains types de pratiques, de fonctionnement, de processus, en prenant en compte ce qui leur donne sens dans l'esprit des acteurs » (Perrenoud, 1988, cité par Paillé et Mucchielli, 2012, p. 322). La catégorie ne consigne pas la parole de

l'acteur (comme c'est le cas dans l'analyse thématique) mais le sens, la pratique, le phénomène décrit à travers la parole de l'interviewé.

Face au matériau recueilli, nous nous sommes retrouvés dans cette posture de « bricoleur » (Becker, 2002). Pour pouvoir donner un sens aux données collectées nous avons utilisé la méthode d'analyse des entretiens biographiques proposée par Demazière et Dubar (1997)[3]. Selon cette méthode, l'entretien est découpé en fonction de trois critères : les séquences ou les épisodes narratifs du récit, les personnes qui interviennent dans le récit et les arguments et les thèses énoncés par le sujet. Ce découpage est suivi d'un codage sur les trois niveaux, dans le but d'identifier des séquences types sur chacun de ces niveaux.

4. Résultats

La superposition de plusieurs méthodes d'analyse nous a permis de saisir des phénomènes spécifiques au processus de professionnalisation du créateur d'entreprise dans trois dimensions différentes : une dimension organisationnelle du monde de l'entreprise spécialisée dans la cosmétique biologique dans lequel le créateur d'entreprise doit se positionner ; une dimension temporelle, selon laquelle le parcours du créateur est vu comme une suite de périodes distinctes, dominées par une problématique particulière ; une dimension biographique dans laquelle s'insère le parcours entrepreneurial. Les trois dimensions sont en interdépendance, le créateur d'entreprise se construit comme professionnel au sein de ces articulations et tensions.

4.1. L'organisation du monde de l'entreprise spécialisée dans la cosmétique biologique

Les entreprises de la cosmétique biologique peuvent être classifiées selon deux critères : le premier est visible, il tient à la spécialisation de l'entreprise dans une ou plusieurs branches d'activités que sont : la commercialisation des marques, la formulation chimique et la production. Le deuxième, moins visible, tient au positionnement du chef d'entreprise vis-à-vis du concept bio, positionnement lié aux valeurs du dirigeant et à ses motivations. A une extrémité, nous trouvons les « utopistes », chefs d'entreprises attachés aux valeurs bio,

[3] Cette méthode fait appel à une analyse par *catégories conceptualisantes*

cherchant à élaborer des produits tellement purs que leur réalisation est presque impossible. A l'autre extrémité, nous avons, les « conventionnels », chefs d'entreprises produisant de la cosmétique de façon conventionnelle, considérant la production bio comme une opportunité commerciale et n'agissant ni par conviction, ni par adhésion au concept. Entre les deux extrêmes, on trouve « les réalistes » une palette très large de producteurs, plus ou moins attachés au concept du bio. Un extrait du récit de Jean nous montre cette organisation :

> D'un côté, vous avez les gens de la cosmétique bio qui sont complètement dans les nuages, […] une utopie vis-à-vis de la bio. Voilà… Et vous avez plusieurs niveaux, et à l'autre bout de l'échiquier vous avez l'industriel [...], pour qui, le bio c'est plus du marketing. Donc, lui, le matin, il va faire du conventionnel, l'après-midi il va faire du bio. Il va avoir deux marques sur Internet, il va passer son temps à faire du marketing. Mais le lien avec la terre, ça fait longtemps qu'il ne l'a plus.

En fonction de ce positionnement face au bio, les dirigeants adaptent leur mode de production et acceptent certains compromis pour favoriser plus ou moins l'aspect financier. Selon ces deux critères, les entrepreneurs rencontrés ont les caractéristiques suivantes :

Les dirigeants	Positionnement face au concept bio			Positionnement face au métier			
	«utopiste»	«conventionnel»	«réaliste»	formulation	production		commerce
					pour soi	à la façon	
Myriam et Jean			x	x	x	x	x
Pierre			x	x	x		x
Rachel		x		x		x	x
Elisabeth et Jade		x		x			x
Olivier			x	x	x		x
Claude et Amandine	x			x	x		x

Figure 2. : Vue d'ensemble sur le public

4.2. La temporalité

L'ordonnancement chronologique des principales séquences identifiées dans les parcours de chaque créateur d'entreprise, nous révèle que chaque parcours peut être ordonné

comme une suite de périodes distinctes. Chaque période est dominée par une problématique particulière qui est source de questionnement pour l'entrepreneur. Elle est clôturée quand le problème qui l'a dominée est résolu. L'enquête nous a montré que la résolution du problème produit des apprentissages, expérientiels ou existentiels, dus à la confrontation de l'entrepreneur à une situation souvent critique qui est source d'interrogation de ses valeurs et ses croyances personnelles.

Ce qui est commun à tous les entrepreneurs, c'est l'existence d'une période de « flottement », pendant laquelle, l'entrepreneur cherche sa place dans le monde de la cosmétique. L'entrepreneur va faire son choix en fonction de deux critères d'organisation de l'entreprise spécialisée en cosmétique : ses valeurs face au bio et les métiers spécifiques. Cette période de flottement, même si elle est présente dans tous les parcours, peut prendre des formes diverses. Dans le tableau ci-dessous, on peut observer deux des caractéristiques principales de dirigeants d'entreprise au moment de la création : la motivation et la profession d'origine. On peut ainsi comprendre pourquoi cette période de flottement est plus ou moins longue en fonction des caractéristiques spécifiques de chaque entrepreneur :

Les dirigeants	Motivation	Profession / Formation
Myriam et Jean	Devenir acteur du monde du bio	Ingénieurs chimistes
Pierre	Changer de vie, rupture avec ses anciennes visions	Ingénieur chimiste
Rachel	Licenciée - créer son emploi	Chimiste / Formulation
Elisabeth et Jade	Déçues par le monde du travail de la grande entreprise pharmaceutique	Ecole de commerce Pharmacologie
Olivier	Autonomie, indépendance	Biochimiste / Formulation cosmétique
Claude et Amandine	Le hasard, ils cherchent un style de vie	Professeur de technologie Journaliste

Figure 3. : Motivation et profession d'origine

Par exemple, pour Myriam et Jean, cette période de flottement tient à une clarification des valeurs personnelles, face au bio. L'image idéalisée du monde du bio qu'ils avaient en tant que consommateurs est bouleversée par la découverte de la réalité de terrain : l'existence de différentes qualités des produits bio. Ils décident d'opter en priorité pour la qualité du produit avant l'aspect financier et de développer une activité de production en accord avec leurs convictions. Ce n'est pas du tout le cas de Rachel, qui, licenciée, crée une entreprise pour

créer son emploi. Elle se lance dans la production de la cosmétique biologique car les prévisions du marché sont prometteuses. Rachel, formée à l'école des grandes enseignes comme L'Oréal et Chanel, a une image parcellaire du monde de la cosmétique. Elle découvre le fonctionnement de la petite entreprise et les différents métiers au sein de ce secteur d'activité dans lequel elle doit se positionner. Si au moment de la création, son entreprise a comme objet d'activité la formulation et la vente de sa propre marque de cosmétique bio, à l'issu de cette période de flottement, l'entreprise change d'orientation. Elle exerce principalement une activité de façonnier, elle produit de la cosmétique bio et conventionnelle pour d'autres entreprises. Quant à Olivier, lui, il a baigné toute sa vie dans le monde du bio en tant que fils d'agriculteur bio. Il a une expérience professionnelle dans la formulation et la production de la cosmétique, donc une connaissance de l'organisation de ce monde. Pour lui, cette période de « flottement » est une phase où il s'interroge sur son positionnement : quel type de produits proposer pour se distinguer sur le marché ? A l'issue de cette période, il décide de produire des huiles essentielles d'une qualité olfactive exceptionnelle, en référence aux souvenirs de son enfance. Le positionnement lui offre une ouverture vers des maisons de parfums très renommées.

Ces trois exemples nous montrent que l'entrepreneur peut être porté dans ses choix par des préoccupations très différentes : des croyances en lien avec des sujets d'actualité, comme l'écologie et le monde du bio ; des connaissances pratiques ; des expériences personnelles inscrites dans son histoire.

Cette période de « flottement » a une autre caractéristique : elle peut avoir lieu pendant la première période de la création d'entreprise ou bien avant celle-ci. C'est le cas de Pierre qui a préparé son projet pendant cinq ans, avant de la création effective de son entreprise. Ce constat vient renforcer l'idée que le processus entrepreneurial commence d'abord dans l'esprit du créateur et qu'il est souvent antérieur à la création juridique de l'entreprise.

A part cette période de flottement, commune à tous les entrepreneurs, dont la problématique principale est la recherche de sa propre place dans le monde de la cosmétique biologique, en concordance avec les compétences mais également les valeurs du dirigeant, les autres périodes sont dominées par des problématiques très variées. Elles peuvent être liées à la gestion de l'entreprise, qui fait naître des apprentissages spécifiques (gestion du personnel, production, commercialisation, etc.), à des imprévus et à des risques encourus (une crise financière due à un impayé client, un redressement judiciaire, etc.), mais elles peuvent aussi avoir une dimension très intime provoquée par une mise en question de soi ou la recherche du sens de sa propre vie. Nous trouvons un exemple de ce type de problématique intime dans

l'histoire de Pierre qui crée son entreprise suite à une insatisfaction professionnelle dans son poste de salarié d'une multinationale. L'entreprise qu'il crée prospère et atteint sa capacité maximale de fonctionnement au bout d'un an. Mais une fois ce niveau atteint, l'entrepreneur s'installe dans la monotonie car il n'a pas de défis à relever. Son souci n'est pas d'ordre financier car à ce rythme, l'entreprise peut lui apporter rapidement le nécessaire pour le reste de sa vie. Mais c'est l'idée de la transmission qui le préoccupe. Ici, l'idée de transmission n'est pas associée à la notion d'héritage, car Pierre n'a pas d'enfants. Elle évoque plutôt la création de quelque chose qui va résister dans le temps, la trace qu'il va laisser derrière lui. Comme il le fait remarquer, « c'est un point, ... c'est très centré personnel ». Cette période d'interrogations prend fin quand Pierre prend la décision de développer son entreprise, malgré les risques encourus.

4.3. L'individualisation des parcours et leur inscription dans une biographie

L'étude approfondie de chaque récit de vie a mis en évidence un mode spécifique d'agir pour chaque créateur d'entreprise, enraciné dans son histoire personnelle, familiale et sociale. Il nous a permis aussi d'expliquer comment certains apprentissages s'enracinent dans l'histoire personnelle du créateur.

- le rapport au travail

Tous les dirigeants d'entreprise y font référence en insistant sur l'image du travail et de la relation qu'ils entretiennent avec celui-ci. Pour certains, c'est une relation ludique, fondée sur le plaisir ou la passion. Pour d'autres, le travail est « une force » qui les caractérise et leur permet d'avancer. Ce qui surprend dans certains discours, c'est le besoin de plusieurs dirigeants de justifier le fait qu'ils « aiment le travail », comme si cela était une anomalie dans notre société, que certains caractérisent de « société de loisirs » et dans laquelle le travail est perçu comme une douleur, une souffrance.

Cependant, certains entretiens mettent en évidence la dimension héritée du rapport au travail et nous avons relevé deux types de transmissions au cours de nos entretiens. Le premier, se manifeste par une intégration des valeurs familiales transmises sous la forme d'un habitus, comme une imprégnation inconsciente sans contestation. Le deuxième, en revanche, est une construction en opposition, un contre-pied au projet parental. C'est le cas de cet entrepreneur chez lequel le récit de vie met en évidence une contradiction entre le discours

officiel, positif, tenu par son père et la relation au travail de ce dernier, qui est une relation malheureuse. Le créateur d'entreprise se construit dans cette opposition et cherche à tout prix à avoir une relation « ludique » avec le travail. Cette dimension positive du rapport au travail, c'est la clé de voute dans la résistance à l'effort, indispensable dans la réussite entrepreneuriale.

- *l'introspection continuelle*

La mise en question de soi et de ses actes est permanente pour tous les dirigeants d'entreprise interviewés. Par exemple, Elisabeth dit s'interroger en permanence :

> Est-ce que je fais bien ? Est-ce que j'ai pris le bon chemin ? On est toujours en train de se dire : cela, je ne l'ai pas bien fait ! Donc on va le faire autrement. [...] rien n'est acquis, il faut tout le temps se remettre en cause.

Ce que nous avons pu constater c'est le double volet de cette introspection : l'analyse par le dirigeant de ses actes dans la gestion de l'entreprise et l'analyse de son rapport au monde, de ses propres valeurs. Bien que la mise en question de soi ait une dimension personnelle, les dirigeants interviewés disent que cette introspection continuelle a un impact sur la gestion de leur entreprise. C'est le cas de plusieurs entrepreneurs interrogés, qui, en analysant la source de leur mécontentement en tant que salariés, disent développer une façon particulière de gérer leur entreprise souvent en opposition aux pratiques managériales auxquelles ils ont été confrontés : être proches de leurs salariés, en opposition à un management bureaucratique; permettre aux salariés de comprendre quel est l'objet de leur travail, en opposition à un travail parcellaire, spécifique au système industriel ; mettre en place des pratiques écologiques (par exemple, récompenser financièrement les salariés qui n'utilisent pas leur voiture), en opposition aux grands groupes qui, selon eux, seraient à l'origine des déséquilibres écologiques.

- *les épisodes de vie qui ont influencé le parcours du créateur d'entreprise*

Certains dirigeants expliquent leurs pratiques à travers leur vécu et leur histoire personnelle. Il s'agit d'épisodes de vie qui ont influencé leur projet d'entreprise. Voici quelques exemples :
Olivier, spécialisé dans la production d'huiles essentielles, dit construire toute la stratégie de développement de son entreprise à partir d'un souvenir d'enfance. Sa mère utilisait toujours la lavande pour le soin quotidien. Il recherche cette odeur de la lavande de son enfance, mais comme il ne la retrouve pas dans les huiles essentielles existant sur le marché, il entreprend

une suite d'expérimentations, pour conclure que seule la lavande sauvage possède une telle qualité olfactive. Il crée ainsi sa marque de fabrique, en produisant des huiles essentielles à partir des plantes sauvages ou non modifiées, marchandise très prisée par les grandes maisons de parfums, pour leur qualité olfactive.

Il en est de même pour Rachel, qui construit tout son parcours dans le domaine de la cosmétique, à partir d'un événement anodin : à l'âge de trois - quatre ans, sa maitresse - toujours bien maquillée - déguisait en princesses toutes les petites filles et leur mettait du rouge à lèvres Chanel. Rachel, vise depuis cette époque le domaine de la cosmétique. Elle travaille dans les grandes enseignes comme Chanel ou L'Oréal avant de créer sa propre entreprise dans ce domaine.

- *les représentations sociales, l'héritage familial et social*

Si dans les cas précédents, les dirigeants font le rapport avec un événement précis de leur vie qu'ils considèrent comme déclencheur de leur parcours entrepreneurial, d'autres entretiens ont mis en évidence les représentations sociales, l'héritage familial en jeu dans leur construction professionnelle, ou encore, l'habitus, comme dimension inconsciente d'un capital incorporé, matérialisé souvent sous la forme de schémas de pensées (Bourdieu, 1980). Prenons comme exemple de notre enquête, l'entrepreneuriat féminin. Les récits de vie nous ont permis d'identifier deux façons de se positionner en tant que femme chef d'entreprise. La première, considère l'entrepreneuriat comme une pratique monopolisée par les hommes. Par conséquent, pour y accéder en tant que femme, il faut à tout prix intégrer les cercles des hommes et faire valoir ses capacités dans ce milieu. La deuxième, considère l'entrepreneuriat comme un métier accessible aux femmes et hommes sans restriction mais conduit à penser qu'il est nécessaire que la femme prenne en compte sa condition anthropologique et qu'elle puisse gérer des situations particulières comme la naissance de ses enfants et ses responsabilités de mère de famille. D'où l'intérêt d'intégrer des associations de femmes chefs d'entreprise, pour pouvoir partager ce type de préoccupations.

5. Conclusion

Cette étude nous a permis d'apporter un éclairage sur la construction professionnelle du créateur d'entreprise. Au regard des résultats présentés, nous pouvons considérer que la

professionnalisation du créateur d'entreprise s'effectue par une *découverte de l'organisation* du secteur d'activité dans lequel le sujet décide de créer son entreprise. La professionnalisation a différentes *temporalités*. Le sujet traverse une première période de « flottement » pendant laquelle il cherche sa place dans le secteur d'activité choisi, en fonction de ses compétences, mais aussi, de ses valeurs personnelles. La professionnalisation est « guidée » par *l'histoire personnelle* du créateur ; celui-ci, puise dans ses ressources personnelles, intimes pour construire son projet. Enfin, le créateur d'entreprise se construit en tant que professionnel par une *introspection continuelle*. Il réalise en permanence une analyse de ses actes et de son rapport au monde, ce qui a un impact sur l'organisation de son activité.

L'étude d'un public particulier, celui du monde de la cosmétique biologique, nous a permis de comprendre comment des valeurs qui régissent notre monde, bouleversé par des mutations sociales et économiques, se matérialisent dans les pratiques individuelles. Les concepts comme l'écologie et le bio, dominent ce domaine d'activité, ils sont l'image de cette « perforation » du temps individuel et social par le temps historique (Roquet, 2012). L'exploration d'autre domaines d'activité pourrait nous apporter une meilleure compréhension de l'importance des valeurs sociétales et des croyances individuelles dans le processus de professionnalisation de l'entrepreneur.

Il convient d'insister sur les limites de notre recherche, liées principalement à la nature de notre travail empirique et à la particularité de l'interprétation des résultats et de la lecture des phénomènes observés sur le terrain. La méthode biographique ajoute une note de subjectivité à cette interprétation, car elle additionne à la sensibilité du chercheur la subjectivité de l'interviewé. Cependant, une recherche qui fait appel à la méthode biographique, « ne vise pas des contextes d'objectivité mais plutôt d'intersubjectivité chercheur-cherché au cours desquels une authenticité transcendante est recherchée » (Filion et Akizawa, 2012, p.118). Cette méthode nous a permis d'avancer dans la compréhension de cette dimension individuelle de la professionnalisation et d'identifier les mécanismes en jeu. L'entrepreneur du XXI^{ème} siècle, dépourvu des motivations transcendantales spécifiques à l'entrepreneur wébérien, cherche un équilibre entre sa vie privé et sa vie professionnelle, son épanouissement et le sens de sa vie. C'est ici que le récit de vie trouve sa place car il réunit dans une histoire les multiples facettes de l'existence, il met en ordre et donne un sens aux événements vécus et transforme le sujet en l'acteur principal de son existence.

Bibliographie

Audretsch, D. (2006). L'émergence de l'économie entrepreneuriale. *Reflets et perspectives de la vie économique*, tome xlv(1), 43-70. doi:10.3917/rpve.451.70.

Becker, S. (2002). *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales.* Paris : La Découverte.

Bertaux, D. (2013). *Le récit* de vie : *L'enquête et ses méthodes* (3° édition). Paris : Armand Colin.

Bourdieu, P. (1980). *Questions de sociologie*. Paris : Éditions de Minuit.

Bourdoncle, R. (2000). Professionnalisation, formes et dispositifs, In : *Recherche & Formation*, N°35, 2000. Formes et dispositifs de la professionnalisation. pp. 117-132; doi : https://doi.org/10.3406/refor.2000.1674

Boutillier, S. et Uzunidis, D. (2015). De la société salariale à la société entrepreneuriale ou la création d'entreprises au secours de l'emploi : Une analyse critique. *La Revue des Sciences de Gestion*, 275-276,(5), 23-31. doi:10.3917/rsg.275.0023.

Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise : Contribution épistémologiques et modélisation*. (Thèse de doctorat). Accessible par : https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00011924/document.

Champy-Remoussenard, P. (2005). Les théories de l'activité entre travail et formation. *Savoirs*, n° 8, p. 11-50.

Courtois, B. et Pineau, G. (1991). *La formation expérientielle des adultes.* Paris : La documentation française.

Cova, B. & Guercini, S. (2016). Passion et entrepreneuriat : Vers un entrepreneur tribal ?. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 15(2), 15-42. doi:10.3917/entre.152.0015.

Delory-Momberger, C. (2005). *Histoires de vie et recherche biographique en éducation.* Paris : Editions Economica.

Demazière D. et Dubar C. (1997). *Analyser les entretiens biographiques. L'exemple de récits d'insertion.* Paris : Editions Nathan.

Dominicé, P. (2002). *L'histoire de vie comme processus de formation*. Paris : L'Harmattan.

Filion, L.-J., (1997). Le champ d'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance. *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise.* Vol. 10, n° 2, p.129-172.

Filion, L. & Akizawa, H. (2012). La méthode biographique: Approche structurante pour l'étude des représentations entrepreneuriales. *Revue internationale de psychosociologie*, vol. xviii(44), 117-146. doi:10.3917/rips.044.0117.

Gaulejac, V. (1999). *L'histoire en héritage. Roman familial et trajectoire sociale.* Paris : Editions Desclée de Brouwer.

Garel, G. (2017). Introduction. In: Schmitt, C. (2017). *La fabrique de l'entrepreneuriat.* Malakoff : Dunod.

Glaser, B. et Strauss, A. A. (2010). *La découverte de la théorie ancrée. Stratégies pour la recherche qualitative*. Paris : Armand Colin.

Le Boterf G. (2007). *Professionnaliser, le modèle de la navigation professionnelle*. Paris : Éditions d'Organisation.

Paillé, P. et Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.

Ricoeur, P. (1985). *Temps et récit III*. Paris : Le Seuil.

Roquet, P. (2012). Comprendre les processus de professionnalisation : une perspective en trois niveaux d'analyse. *Phronesis* vol. 1, n°2, p.82-88.

Schmitt, C. (2017). *La fabrique de l'entrepreneuriat.* Malakoff : Dunod.

Silberzahn, P. (2014). *Effectuation : Les principes de l'entrepreneuriat pour tous.* Paris : Pearson Education France.

Strauss, A. et Corbin, J. (2004) *Les fondements de la recherche qualitative. Techniques et procédures de développement de la théorie enracinée*. Fribourg : Academic Press Fribourg.

Wittorski, R. (2008). La professionnalisation. *Savoirs*, 17(2), 9-36. doi:10.3917/savo.017.0009.