

HEC MONTRÉAL

**Devenir entrepreneur, une question de volonté?
Le cas de jeunes créateurs d'entreprise à Montréal**

**Sciences de la gestion
Gestions et Innovations Sociales**

*Mémoire présenté en vue de l'obtention
du grade de maîtrise ès sciences
(M. Sc)*

**Janvier 2014
© Alice Chipot, 2014**

Résumé

De plus en plus de jeunes trouvent l'idée de se lancer en affaires attirante. « Avoir son propre projet », « être son propre patron » ce sont des conditions qui motivent les individus au moment de faire leur choix de carrière et de s'insérer dans l'espace économique. Pourtant, l'entrepreneuriat se caractérise par une compétition échauffée, par des risques financiers et personnels forts. Peu d'individus en sortent vainqueurs. Trop souvent, est attribuée la réussite d'un projet entrepreneurial au seul porteur du projet : à l'entrepreneur. C'est sa volonté qui serait la condition déterminante. Cette conception qui fait de l'entrepreneur l'acteur de sa propre destinée évacue de l'analyse les structures sociales qui participent de cette trajectoire entrepreneuriale. Afin de démystifier la réussite entrepreneuriale, notre travail va chercher à rendre visible les déterminants d'un projet d'entreprise validé et soutenu par les institutions locales. Par cette démarche, nous pourrions mieux comprendre les échecs individuels et alors envisager les chances différentielles de créer une entreprise dans l'espace économique actuel. Par ce travail, nous proposons une lecture non –orthodoxe, critique, de la réussite en affaires. Une lecture qui prend en compte les luttes du champ économique, l'habitus des entrepreneurs et les capitaux à disposition pour mener à bien l'aventure entrepreneuriale.

Mots clés : entrepreneuriat, création d'entreprise, Bourdieu, espace social, habitus, Montréal.

CHAPITRE 1 : La représentation de l'entrepreneur et le contexte actuel	p.9
1. La dimension <i>hors du commun</i> de l'entrepreneur	p.9
2. Intégrer le contexte social pour penser la création d'entreprise	p.13
CHAPITRE 2 : L'approche bourdieusienne et les caractéristiques de l'enquête	p.17
1. Cadre théorique : l'espace social d'après Bourdieu	p.17
1.1. Le concept de champ	p.18
1.2. Le concept d'habitus	p.20
1.3. La notion de capital et son usage	p.21
2. Méthodologie et techniques d'enquête	p.23
2.1. Situer l'auteur	p.24
2.2. La définition des termes	p.25
2.3. Le choix du terrain : Montréal Inc.	p.27
2.4. L'échantillon	p.29
2.5. Techniques d'enquête	p.31
3. Limites méthodologiques et contournement	p.32
CHAPITRE 3 : Résultats sur la création d'entreprise et ses déterminants	p.32
1. Se positionner dans l'espace social grâce à la création d'entreprise	p.34
2. Le rôle des organismes de soutien : un "bon projet" ou un "bon candidat"?	p.42
2.1. Description de la sélection de l'institution Montréal Inc.	p.42
2.2. Résultats de la sélection et typologie d'entrepreneurs	p.47
- L'entrepreneur « social»;	
- L'entrepreneur scientifique;	
- L'entrepreneur en soi;	
- L'entrepreneur par tradition.	
3. Capitaux et habitus des jeunes entrepreneurs	p.57
CHAPITRE 4 : Limites de l'enquête et apports du travail de recherche	p.72
4.1. Les limites du mémoire : les carences actuelles et les pistes à exploiter	p.72
4.2. Penser différemment l'entrepreneuriat, de l'intérêt d'une posture critique	P.75
Bibliographie	p.79

Annexes

p. 82

Annexe 1 : Tableau synthétique sur les caractéristiques sociales des lauréats Montréal Inc.

Annexe 2 : Liste des figures

Annexe 3 : Guide d'entretien

Annexe 4 : Exemple de formulaire de consentement pour les entretiens

Acronymes utilisés :

BDC : Banque de développement du Canada

C.D.E.C: Centre de développement économique et communautaire

C.L.D : Centre local de développement

R.D.C : Reste du Canada

I.E.Q : Indicateur d'entrepreneuriat québécois

P.A.L.E.E : Plan d'action locale pour l'économie et pour l'emploi

S.A.J.E : Services aux jeunes entrepreneurs

C.J.E : Carrefour Jeunesse - Emploi

Remerciements

Un grand merci à mon directeur, Yves-Marie Abraham, qui a eu une patience à toute épreuve. J'en profite pour saluer son action au sein de HEC-Montréal, j'ai été chanceuse de pouvoir suivre ses cours. Je pense en particulier à son cours sur la décroissance, c'est un espace-temps nécessaire pour penser le monde différemment.

Une pensée particulière pour Cécile, Chris et Jacob, ainsi que pour ma tendre famille.

Enfin, parce que je m'y sens bien, je souhaite remercier Montréal.

CHAPITRE 1 - La représentation de l'entrepreneur et le contexte actuel

1. La dimension *hors du commun* de l'entrepreneur

L'entrepreneur est souvent présenté par la littérature professionnelle et d'affaires comme un personnage à part. C'est parfois même à une « héroïsation » que l'on assiste. L'entrepreneur est alors pensé comme un acteur qui rend possible le progrès, qui assure l'évolution de la société, notre *mieux-être* futur.¹

Cette vision *hors du commun* de l'entrepreneur, influencée par la pensée téléologique du progrès sociétal, a notamment été nourrie par les écrits de Richard Cantillon, Jean Baptiste Say ou encore J.A. Schumpeter. Comme le précisent A.Tournes et A. Fayolle, deux chercheurs en entrepreneuriat, si la notion d' « entrepreneur » est apparue et s'est maintenue c'est qu'elle répond au besoin de la « théorie économique de s'appuyer sur un type idéal afin de fournir une explication générale du fonctionnement de l'économie de marché. » (2006, p.18).

On accorde souvent la paternité du terme « entrepreneur », dans son acception moderne, à Richard Cantillon, qui dans son *Essai sur la nature du commerce en général* (1755, rééd. 2009) évoque les différents « entrepreneurs de son temps ». Réfléchissant au rôle du fermier et de sa production destinée à la ville, au rôle des marchands, des manufacturiers, et aux autres acteurs de l'économie, Cantillon témoigne de l'importance croissante que prennent les entrepreneurs. Ces acteurs deviennent des intermédiaires omniprésents dans l'économie « moderne », car ils s'enrichissent de la dépendance des autres agents vis-à-vis d'eux. Suivant cette approche, les seuls vrais indépendants sont les propriétaires fonciers, terrestres. L'entrepreneur lui, se confronte à l'aléatoire, aux risques, il assume un caractère « aventurier » face un environnement complexe car très concurrentiel. Son rôle et sa condition sont très éloignés des autres acteurs plus « fixes » de la société, des activités et des métiers définis, qui eux jouissent d'une profession et d'une situation sociale issue de la reproduction de la société traditionnelle.

Schumpeter, quant à lui va plus loin dans sa description de l'entrepreneur.

De l'entrepreneur « aventurier » de Cantillon on passe à l'entrepreneur « héroïque ». Moteur du

¹ Se conférer par exemple le site internet *Action's Hero's Journey* spécialisé sur l'entrepreneuriat, et plus spécifiquement la section, « What makes entrepreneurs heroes ? » récupéré sur <http://www.actonhero.org/celebrating-heroes/why-entrepreneurs-are-heroes.php>

Ou encore l'article « Les entrepreneurs, ces héros des temps modernes » récupéré sur <http://www.jolpress.com/entrepreneurs-pigeons-innovation-entreprises-investissements-loi-finances-2013-emplois-risque-article-813927.html>

régime économique, l'entrepreneur est un « homme d'action » » - The Man of Action- en opposition à « La personne statique » ou *The Static Person* (Schumpeter, 1911, p. 9). Notre personnage se caractérise par sa personnalité « dynamique, briseur d'équilibre, qui agit suivant la nouveauté, actif, énergique, leader, qui réalise de nouvelles combinaisons, qui combat les résistances à ses actions et qui est motivé par le pouvoir et la joie de la création ». L'innovation dont il est responsable peut prendre différentes formes : nouveaux procédés, nouvelles formes de débouchés, nouvelles consommations intermédiaires, nouveaux produits, entre autre (Schumpeter, 1934, p.66). Mais quelle que soit l'innovation en cause, « l'entrepreneur consiste à réformer ou à révolutionner la routine de production (...) » (1942, p.144).

Pour exprimer l'importance qu'il accorde à la figure de l'entrepreneur, Schumpeter emprunte notamment le vocabulaire de l'univers militaire. On pense à ses références aux champs de bataille:

« Naguère (...), général était synonyme d'entraîneur d'hommes et par succès l'on entendait le succès personnel du chef qui récoltait des « profits » correspondants sous forme de prestige social. La technique de la guerre et la structure des armées étant ce qu'elles étaient, la décision individuelle et l'énergie contagieuse de ce chef – voire sa présence réelle sur un cheval fougueux – constituaient des éléments essentiels des situations tactiques et stratégiques. La présence de Napoléon était et devait être effectivement sentie sur champs de bataille. »
(1942, p.145)

Cette capacité à fédérer et à mettre en mouvement le groupe serait typique de l'âme de l'entrepreneur. Et cet état d'esprit aurait, au fil de l'histoire, imprégné la société occidentale dans son ensemble:

« L'homme d'affaires, à mesure que son poids s'accrut dans la structure sociale, communiqua à la société une dose accrue de son esprit, exactement comme le chevalier avant lui : les habitudes mentales particulières engendrées par le travail d'un bureau d'affaires, l'échelle des valeurs qui s'en dégage, l'attitude envers la vie publique et la vie privée qui en est caractéristique se répandirent lentement dans toutes les classes et dans tous les domaines de pensée et des actions humaines. »
(Schumpeter, 1983, tome 1, p. 121).

L'approche schumpetérienne a eu une incidence directe sur les représentations dans le monde des affaires. La littérature en gestion en témoigne d'ailleurs, nombre de formulations font clairement référence aux premiers écrits de l'économiste allemand. Pour ne citer qu'un exemple, Philippe de Woot explique que l'entrepreneur a la « vision d'un progrès possible, une énergie et un goût du risque suffisant pour le mettre en œuvre, un pouvoir de conviction capable de lui amener les concours et les ressources nécessaires » (2005, p.93). Et son innovation est « un état d'esprit. Elle

est élan, vie, mouvement. Elle est un entrelacs de vision, d'énergie, d'intuition, de tâtonnement. Elle fluctue, hésite, se reprend et entraîne. » (p.97). »

Cette même approche est globalement véhiculée par les professionnels du secteur entrepreneurial, ceux qui œuvrent à la promotion de la création d'entreprise. Pour la Directrice Générale (DG) de la Fondation Canadienne des Jeunes entrepreneurs (FCJE devenue Futurpreneur en 2014) : « *Un entrepreneur, c'est un individu qui a le courage de concrétiser ses rêves, d'ignorer les risques et d'utiliser son plein potentiel de créativité pour innover* ». Pour Louis-Jacques Filion, professeur à HEC-Montréal, « *Devenir entrepreneur, c'est se donner la liberté de se dépasser* ». Enfin pour le Président de la Centrale des Syndicats du Québec (P-CSQ), Réjean Parent, « *un entrepreneur, c'est une personne qui initie le changement pour un mieux-vivre* ».²

Enfin, un autre phénomène qui atteste (et amplifie à la fois) de la construction d'une mythologie de l'entrepreneur, est la place que des individus comme Richard Branson, Steve Jobs, Warren Buffet, Mark Zuckerberg, occupent. Ils ont été très médiatisés durant les deux dernières décennies. C'est que ces acteurs ont représenté le *self-made-man*, ils cristallisent à eux seuls une forme de réussite sociale. L'individu qui, par sa simple volonté et son intelligence, a gravi les échelons de la société et s'est ainsi enrichi considérablement. On remarque d'ailleurs que les biographies de Steve Jobs, Bill Gates ou encore Michael Dell sont devenues des best-sellers. En France, le personnage qui représente le mieux l'entrepreneur moderne, l'entrepreneur « médiatique », est Xavier Niel, le roi de la téléphonie mobile.

Ces entrepreneurs sont-ils devenus des modèles pour la jeunesse ? Le discours des entrepreneurs a-t-il un effet performatif sur les choix individuels ? En tout état de cause, il semble que les jeunes valorisent de plus en plus l'entrepreneuriat comme choix de carrière. Pour preuve, la Fondation de l'Entrepreneurship propose annuellement un « Indice Entrepreneurial Québécois » (I.E.Q), or dans son rapport annuel 2014, on pouvait lire :

« L'entrepreneuriat est pourtant LE choix de carrière optimal pour les jeunes du Québec, qu'ils soient ou non engagés dans le processus entrepreneurial (39,9%). En revanche, les 35 ans et plus du Québec (28,8%) préfèrent un emploi dans le secteur public. » (p.14-15)

« Les données de l'IEQ 2014 indiquent que les jeunes du Québec et du RDC ont une perception clairement supérieure de la valorisation sociale de l'entrepreneuriat comparativement aux Québécois de 35 ans et plus. Ces résultats indiquent qu'un changement notable dans la perception de la désirabilité du métier d'entrepreneur semble

² Récupéré en décembre 2014 du contenu en ligne « C'est quoi, un entrepreneur ? » sur le site <http://www.jentreprends.ca/cest-quoi-un-entrepreneur>

être en train de s'opérer au Québec. » (p.47)

Malgré le caractère « attractif » de l'entrepreneuriat, peu de jeunes tentent effectivement « l'aventure » et réussissent à créer leur entreprise (39,9%). Ce fait vient conforter l'idée qu'il s'agit d'une stratégie difficile, d'une voie étroite, requérant des qualités spécifiques, notamment en matière de combativité. Mais jusqu'à quel point l'entrepreneuriat est-il une question de mérite personnel ? Ce qui nous intéresse est de questionner cette représentation, celle qui laisse croire que la réussite est une question de volonté individuelle. L'entrepreneuriat est un phénomène intéressant, riche, porteur de changements. Cependant, il est trop souvent appréhendé sans la prise en compte du contexte social des acteurs. Pourtant, il est clair que le contexte social a une incidence directe sur les choix de parcours. Le poids du contexte social est d'autant plus radical aujourd'hui qu'il exclut, voire plonge dans l'indigence, une part croissante de la population.

2. Intégrer le contexte social pour penser la création d'entreprise

Depuis 2008 nous ressentons les effets d'une crise économique mondiale. Particulièrement en Europe, où le chômage de masse, devenu « structurel » au système, s'aggrave. En prenant le cas français le chômage du second trimestre 2014 était d'environ 10,2% d'après l'Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques français (INSEE). Plus spécifiquement c'était environ 23% des 15-24 ans³, soit plus d'un jeune sur cinq qui se trouvaient sans emploi. Au Québec, alors que cet espace économique ressent moins durement les effets de la crise mondiale, les chiffres du gouvernement indiquaient tout de même 5,9% de chômage en octobre-novembre 2014.⁴

On remarque que les gouvernements, et spécifiquement le gouvernement français, ont rarement été aussi favorables à de nouvelles formes d'activité entrepreneuriale et ce, dans l'espoir d'endiguer le chômage des jeunes.⁵ A titre d'exemple, de nouvelles mesures visant à favoriser l'auto-entrepreneuriat (financées par des fonds prévus pour l'assurance chômage) ont vu le jour dans l'hexagone.⁶ De même, au Québec, l'entrepreneuriat est un thème central des politiques de

³ Données tirées de l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE), en ligne sur <http://www.insee.fr/fr/themes/info-rapide.asp?id=14>, récupéré le 18 octobre 2014.

⁴ Données tirées du site du gouvernement québécois « Emploi et développement social québécois » récupéré sur http://srv129.services.gc.ca/eiregions/fra/taux_act.aspx

⁵ Se conférer au discours du Président Hollande en 2013 sur le soutien du gouvernement à l'entrepreneuriat <http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-de-cloture-des-assises-de-l-entrepreneuriat-3/>

⁶ Froger, V. (2014, 30 Avril). « Financer la création de son entreprise avec les allocations assedic », récupéré sur <http://lentreprise.lexpress.fr/creation-entreprise/statuts/financer-la-creation-de-son-entreprise->

développement économique. En 2011, soit en pleine crise, Jean Charest à l'époque au pouvoir prévoyait des investissements de 450 millions de dollars canadiens afin de soutenir la création d'entreprises et ainsi obtenir 50 000 nouveaux entrepreneurs d'ici 2020.⁷

Force est de constater que les discours en faveur de l'entrepreneuriat ont tendance à fleurir en période de crise du marché de l'emploi. Dans *Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat*, (Fayolle, Nakaraf, 2010) les auteurs expliquent comment, d'un point de vue socio-historique, il y a eu une promotion pour la création d'entreprise en France durant les périodes de récession. D'autres auteurs font le même constat ailleurs, en Espagne ou en Portugal par exemple (Congregado et al. 2010). En France et dès les années 1970, Raymond Barre présentait la création d'entreprise comme stratégie de sortie de crise⁸. Suite à une récession profonde causée par le choc pétrolier de 1973, Barre alors premier ministre lança l'idée que ceux qui venaient de perdre leur emploi devaient voir la création d'entreprise comme « une manière de retrouver un emploi salarié » (Rapiau, 2010). De nombreuses mesures allant dans ce sens ont alors vu le jour, on pense notamment à la « Loi sur l'innovation et la création d'entreprise innovante », ou encore « l'entreprise à un euro », le « statut d'auto-entrepreneur », tant de dispositifs visant à rendre les démarches administratives entrepreneuriales plus simples. Ces initiatives promeuvent l'entrepreneuriat comme un processus de « dé-sexclusion » ou de « ré-inclusion » des chômeurs (Brasseur, 2010, p.177). Pour l'heure, les résultats macroéconomiques n'ont jamais été au rendez-vous (Boutillier, Uzunidis, 1999).

Ainsi, il existe comme une corrélation entre les périodes de difficultés économiques et la (ré)-apparition de la promotion de l'entrepreneur, du paradigme entrepreneurial. L'action entrepreneuriale est promue comme un générateur de richesses collectives, possible locomotive de sortie de crise. Pour Louis J.Filion, de la Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J-A. Bombardier, « la création d'entreprises est la principale activité permettant de combattre la pauvreté et d'assurer le développement de la société. La ressource la plus important d'une société, c'est le potentiel entrepreneurial de ses membres. »⁹,

avec-les-allocations-assedic_1533241.html

⁷ Se référer à l'article « Québec injecte 450 millions \$ pour soutenir l'entrepreneuriat » du 16 novembre 2011, récupéré sur site d'information Radio Canada <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/economie/2011/11/15/016-strategie-entrepreneuriat-quebec.shtml>

⁸ Raymond Barre a été premier ministre français de 1976 à 1981.

⁹ Tiré de la *Déclaration pour un Québec entrepreneurial* (2006) , p.82

D'un point de vue de la littérature académique¹⁰, celle-ci est abondante. Aussi nous nous excusons d'avance pour passer rapidement la production dans ce domaine .

Comme remarque générale, on observe que l'analyse porte majoritairement sur les caractéristiques singulières, sur les traits de caractère, les habilités, les compétences, voire les valeurs de l'individu (1988, Gartner, B.W ; Riot, 2007 ; Hermans et al., 2013). D'ailleurs la quantité de typologies d'entrepreneurs disponibles (voir entre autre l'article « Typologie de l'entrepreneur, est-ce vraiment utile ? Fillon, 1999) témoigne de cette recherche d'isoler l'entrepreneur pour comprendre ses spécificités. L'ouvrage *La légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise* (Boutillier, Uzunidis, 1999) va aussi dans ce sens. Alors même que le titre fait référence au potentiel rôle de la société dans le parcours entrepreneurial, l'accent est finalement peu mis sur les multiples structures sociales qui pèsent. Certains auteurs cherchent cependant à apporter des éléments explicatifs afin de mieux comprendre les déterminants du lancement en entrepreneuriat et de la création d'entreprise.

J.M. Toulouse a notamment réfléchi au «déficit » de création d'entreprise québécois. Pour cet auteur, si les québécois n'ont apparemment pas été portés sur la création d'entreprise dans l'histoire récente, les raisons sont à chercher du côté des caractéristiques de l'identité collective (1989). Cette auteur considère que la communauté québécoise (comprendre francophone) a commencé à s'ouvrir aux logiques entrepreneuriales modernes tardivement. Dans la période dite traditionnelle cette communauté aurait été dans une recherche de construction collective mettant de l'avant des logiques plutôt agricoles, autours d'institutions fortes telles que la famille et l'Eglise et guidées par les valeurs catholiques. Or, l'individu qui entreprend le fait toujours en fonction des valeurs en circulation dans le collectif (Toulouse, 1989). Il précise alors, en utilisant un raisonnement analogue à celui de Weber, que l'omniprésence des valeurs chrétiennes (spécifiquement catholiques) aurait bloqué la recherche du lucre et de la prospérité individuelle. De plus, les communautés québécoises francophones se sont souvent vu écartées des leviers de décisions économiques et politiques. La présence d'une communauté anglophone en position de pouvoir, mondialisée, où l'individu prime sur le collectif, aurait maintenu l'initiative économique francophone dans une situation de latence. Aujourd'hui, depuis quelques décennies, cette réalité aurait changé, permettant alors aux Québécois de mieux déployer leur potentiel. Toulouse nous propose ici une explication collective et culturelle de l'action entrepreneuriale.

¹⁰ La littérature sur l'entrepreneuriat devient de plus en plus abondante à mesure que celui-ci se structure comme un champ autonome de la gestion.

D'autres auteurs ont aussi cherché à comprendre en quoi l'interaction individu/société pouvait être déterminante pour expliquer l'action entrepreneuriale. Dans la recherche entrepreneuriale, ces productions sont généralement influencées par l'approche du capital social, on pense notamment aux travaux d'Anderson sur l'importance du «networking» dans la réussite entrepreneuriale (Anderson, 2002, Anderson 2010).

Pour un auteur comme Verstraete, c'est moins les raisons collectives que les situations individuelles qui expliquent le lancement en entrepreneuriat et surtout la réussite dans ce domaine.

Il s'intéresse lui aussi à la notion de capital social mais qu'il définit plus largement. La question sémantique est d'ailleurs l'un des enjeux des travaux qui touchent à l'entrepreneuriat, la définition du «capital social »recoupe d'autres concepts très vastes (McKeever et al., 2014). Pour Verstraete, le capital social se définit par trois types de capital constitutifs « *le capital-financier* (l'ensemble des ressources financières effectives (...) ou potentielles) ; *le capital-connaissances* (l'ensemble des connaissances de l'entrepreneur (...) qu'elles soient matérialisées par un diplôme ou par une expérience professionnelle (...)), et *le capital-relation* (l'ensemble des relations personnelles familiales et professionnelles que l'entrepreneur peut mobiliser) (...)»(2000, p.31)¹¹. On note qu'à la différence d'autres auteurs (comme Bourdieu), Verstraete ne dissocie pas le capital économique et financier du capital social (réseau de connaissances). Cet auteur précise cependant que ces trois composantes du capital social « sont déterminées par la place que ce dernier occupe dans l'organigramme social où la famille (en dépit de la socialisation croissante de l'économie) joue un rôle fondamental. La famille donne le goût d'entreprendre, elle est également une source de financement». Verstraete souligne ainsi l'influence de la trajectoire sociale dans la concrétisation du projet d'entreprise.

Enfin, les études qui intègrent le plus souvent (et le mieux) les critères sociaux de la réussite entrepreneuriale sont généralement les travaux qui portent sur un terrain spécifique et qui abordent des questions minoritaires. On pense en particulier à la rencontre des phénomènes d'immigration et d'entrepreneuriat (Madoui, 2003, Madoui, 2007), où sont posées les questions de l'inégalité des accès à l'emploi, de l'entrepreneuriat comme stratégie de contournement de la condition

¹¹ Article « Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ? » dans l'ouvrage collectif : *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, 2000, Éditions EMS (Management et Société).

d'origine¹², ainsi que la marginalité de la condition migrante face aux circuits officiels. Nous identifions à cette étape certaines absences dans la littérature actuelles, méritent d'être exploitées. L'analyse du contexte social se concentre sur certaines réalités contextuelles sans intégrer tous les paramètres qui influent, nous pensons notamment aux origines sociales, aux trajectoires sociales et aux structures de la société. De plus, les travaux évoqués ne s'intéressent pas jeunes créateurs d'entreprise, la question de pourquoi certains jeunes décident de se lancer n'est pas élucidée. Aussi nous nous proposons de réfléchir aux facteurs qui conditionnent le lancement d'entreprise des jeunes. Nous pensons en particuliers aux origines sociales des créateurs d'entreprises mais aussi aux déterminants socio-économiques (conditions du marché de l'emploi par exemple).

¹² On peut considérer les stratégies de contournement comme les stratégies qui visent à transformer l'attribution d'une identité stigmatisante. Gutnik, F.(2002). Stratégies identitaires, dynamiques identitaires. *Autour des mot*.n.41,p.119-130.

CHAPITRE 2 - L'approche bourdieusienne et les caractéristiques de l'enquête

1. Cadre théorique : l'espace social d'après Bourdieu

Avant de rentrer en détail dans les théories développées par Bourdieu, il convient de préciser les raisons qui ont fait de lui un penseur central du XX^{ème} siècle. Pierre Bourdieu, sociologue français, a permis d'expliquer une grande part des inégalités sociales existantes, en dévoilant le caractère « reproductif » des structures sociales de la société. L'un des apports majeurs a été de dévoiler les relations de domination de la société contemporaine, en proposant une révision de l'analyse de classe de Marx ou de Weber. Évoquant l'approche bourdieusienne, Remi Lenoir précise que la « position d'un groupe dans la structure sociale ne peut être seulement définie d'un point de vue strictement statique » (2004, p.4). Cet élément est essentiel pour notre recherche. En effet, les conditions actuelles des jeunes créateurs d'entreprises dépendent de leur positionnement. Or cette donnée est évolutive, le positionnement varie en fonction de l'état du champ et des stratégies déployées par chacun. L'approche bourdieusienne nous permet d'intégrer le contexte et son évolution, mais aussi les potentialités de l'individu pour faire évoluer son positionnement d'origine. Finalement, elle nous permet de penser les trajectoires individuelles comme des phénomènes singuliers, de façon moins statique que ne le proposent des approches structuralistes pour qui une réalité totale et plutôt fixe existe, en dehors ou au-dessus des faits sociaux eux-mêmes. Contrairement à Michel Foucault, Bourdieu n'efface pas le sujet pour se concentrer sur la structure. Ce point est essentiel car nous envisageons le jeune entrepreneur dans sa double identité de sujet et d'objet, il est partie prenante (il « agit » autant qu'il « subit ») du phénomène que nous cherchons à analyser, c'est un *agent*.

Enfin, Bourdieu nous semble pertinent car il intègre des déterminants immatériels à son analyse. Les dimensions symboliques ou culturelles sont prises en compte pour comprendre le positionnement de l'individu dans l'espace social. Par cette démarche, il se dissocie de Marx pour qui le positionnement dans la société (soit la situation de dominé et de dominant) s'explique essentiellement par les conditions matérielles d'existence. En intégrant ces données intangibles, nous pensons mieux comprendre les capitaux que possèdent nos jeunes entrepreneurs et les stratégies qu'ils déploient.

Ainsi, Bourdieu nous est apparu comme un bon choix pour penser la création d'entreprise de jeunes montréalais. En réalité nous nous intéressons aux « jeunes » sans totalement les considérer comme un groupe homogène, partageant une seule et unique condition. En effet, les catégories d'âge sont des construits sociaux qui méritent d'être dénaturés (Bourdieu, 1984, p.145)¹³. Pour comprendre l'action de nos « jeunes entrepreneurs », d'autres identités sociales plus déterminantes seront mises en lumière.

Enfin, et en dernier point, il convient de préciser que Bourdieu est régulièrement sollicité par les sciences de la gestion. Il y a une mouvance, très marquée en théorie des organisations, qui vise à mieux « situer » les acteurs, à faire se rejoindre les conditions contingentes (exogènes), et l'identité singulière des individus, pour mieux comprendre l'action des individus. Dans ce contexte, Bourdieu apparaît comme un penseur clef. Parmi les articles récents qui mobilisent ses écrits, on pense notamment à l'article de McKeever et al. (2014). Les auteurs s'intéressent à un groupe d'entrepreneurs dans une communauté du nord de l'Irlande. Ils cherchent notamment à comprendre le fonctionnement du capital social et l'importance qu'il a pour les entrepreneurs des petites localités. Dans cet article, Bourdieu et Robert Putman sont les deux auteurs majoritairement mobilisés. Ce sont aussi les deux penseurs qui ont le plus enraciné le concept de « capital social » dans le monde académique (Bevort A., & Lallement M., (2006)). Cependant, on remarque que la théorie de Bourdieu est rarement utilisée dans son ensemble, que certains concepts y sont piochés, celui de « capital social » et « d'habitus » notamment, sans pour autant que soit articulée, développée la théorie générale de l'auteur. D'autres articles comme celui de De Clercq et Vorono (2011) s'intéressent au maintien de certains entrepreneurs dans des champs spécifiques, ils s'interrogent sur la combinaison habitus / doxa du champ, pour mieux comprendre comment les agents négocient et arbitrent entre ce « qu'ils sont » et ce « qu'il faut être ».

Nous considérons que si ces auteurs ont apporté des pistes quant à la création d'entreprise en mobilisant des concepts bourdieusiens, certaines dimensions ont été négligées. En effet, c'est en déployant l'approche bourdieusienne dans son ensemble, que la richesse de cette théorie peut être appréciée.

Dans notre cas, nous allons chercher à mobiliser la théorie globale de l'auteur afin que soient révélés certains éléments qui n'ont pas pu l'être par les autres démarches. En explorant le concept du champ, nous chercherons à mieux comprendre l'action des jeunes entrepreneurs situés dans un contexte donné. Nous allons maintenant détailler les concepts mobilisés.

¹³ Bourdieu (1984) « La « jeunesse » n'est qu'un mot », Question de

1.1. Le concept de champ

« Le champ est un microcosme autonome à l'intérieur du macrocosme social » (Bourdieu, 2000). C'est un espace de lutte, de concurrence entre agents intéressés par l'accumulation d'un type particulier de capital.

Les agents d'un champ donné sont inégalement dotés en capitaux. Cette dotation détermine leur position dans le champ, leur quête et les stratégies qu'ils peuvent espérer développer pour rendre leur quête victorieuse. La position d'un agent n'est jamais absolue mais elle est « relationnelle » en rapport à un autre agent du même champ. Autrement dit un agent qui maîtrise le capital clef d'un champ domine les agents moins bien dotés voire dépourvus de ce capital essentiel.

La quête centrale des dominés va être d'améliorer leur position individuelle et d'avoir une ascension (sociale) dans le champ. Les dominants vont chercher à se maintenir. Cependant bien qu'il y ait une asymétrie de position (une relation de pouvoir) entre les deux groupes, dominés comme dominants ont comme intérêt commun de pérenniser le champ (en assurer sa reproduction) et d'améliorer le positionnement « global » dans l'espace social. Ce faisant c'est leur propre positionnement en tant qu'agent qui s'améliore dans la société. Comme précisé, à chaque position correspond une stratégie, et celle-ci est aussi fonction des « règles du jeu » préexistantes dans ce microcosme. Un « outsider », un agent qui n'appartient pas au champ, ne peut espérer se positionner dans celui-ci sans d'abord se plier aux « conventions », aux institutions, aux épreuves correspondantes au champ (règles du jeu incorporées ou partagées).

Pour Bourdieu, alors que tout champ fait partie de l'espace économique général, les logiques économiques à l'œuvre dans ce microcosme n'en sont pas pour autant évidentes. Elles ne prennent pas la forme transparente et structurée des échanges d'un marché. Les logiques économiques sont souvent complexes à identifier. Elles se mélangent aux logiques et aux procédés non-économiques (politiques) et finissent pas être camouflées voire étouffées.

C'est pour ces raisons, du fait que les structures déterminantes ne sont pas perceptibles en surface que Bourdieu s'est efforcé d'appréhender chaque champ en se demandant: quel était le jeu en vigueur, quelle forme prenait la concurrence et quelles stratégies étaient déployées par les individus qui cherchent à dominer les échanges.

Ainsi, pour pouvoir conclure sur l'existence d'un « champ », il faut déterminer l'existence d'une compétition entre différents agents autour d'un enjeu commun. L'entrepreneuriat, ou plus exactement la création d'entreprise, doit être analysée en rapport avec le champ dans lequel cette

stratégie se déploie, en l'occurrence le champ économique. Dans le champ économique la quête est l'accumulation de profits. Dans chaque secteur constitutif de l'économie, un « marché » existe où sont déjà positionnés des joueurs dominants, monopoles et moyennes entreprises, elles déterminent les règles des échanges et de la concurrence. Ces entreprises, qui font figure de « producteurs » (de biens ou de services) luttent entre elles pour l'accès aux clients (la demande). C'est la consommation des clients qui leur permet de dégager des profits et d'accumuler des capitaux financiers. Les agents qui souhaitent se positionner dans ce champ, les créateurs d'entreprise, veulent prendre part au jeu et lutter pour obtenir une portion de la clientèle. Ces agents cherchent généralement à bousculer les joueurs établis en développant des services et des produits similaires à ceux qui existent mais avec un avantage concurrentiel, une seconde stratégie correspond à exploiter des « niches » inexploitées.

1.2. Le concept d'habitus

La notion d'habitus n'est pas une invention bourdieusienne. On retrouve chez Saint Thomas d'Aquin une référence à *l'hexis aristotélicienne* (désignant « les attitudes et aptitudes corporelles (...) incorporée au cours de l'éducation et qui fondent la capacité d'action actuelle des individus » (cité dans Jourdain et Naulin, 2011, 33). Pour Bourdieu, l'habitus serait ce qui conditionne notre action dans le champ.

Pour reprendre l'une de ses formulations les plus couramment citées :

« Les conditionnements associés à une classe particulières de conditions d'existence produisent des habitus, systèmes de dispositions durables et transposables, structures structurées prédisposées à fonctionner comme structures structurantes, c'est-à-dire en tant que principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations qui peuvent être objectivement adaptées à leur but sans supposer la visée conscience de fins et la maîtrise expresse des opérations nécessaires pour les atteindre ».

(Bourdieu, 1980, p.88)

Aussi, suivant cette approche, la notion d'habitus serait un principe d'interaction avec la réalité sociale et physique, une règle d'action incorporée, mais aussi un principe de création de sens. Il est générateur de pratiques, ou dit différemment, il est à la fois « schèmes de perception (manière de percevoir le monde), d'appréciation (manière de juger) et d'action (manière de s'y comporter) intériorisées et incorporées par les individus au cours de leur socialisation » (Jourdain, Naulin, 2011, p.34).

Ainsi, au moment de s'intéresser à l'entrepreneuriat, qui peut faire figure de stratégie de placement dans le champ économique, il faudra questionner les habitus des acteurs afin de conclure sur l'existence effective d'un habitus facilitateur, spécifique pour réussir son projet d'entreprise aujourd'hui à Montréal.

1.3. La notion de capital et son usage

L'analyse d'une stratégie individuelle doit donc tenir compte du champ dans lequel cette stratégie est mise en œuvre et de l'habitus de l'agent concerné. Elle doit également considérer les capitaux que peut mobiliser cet agent et leur pertinence au sein du champ en question.

Concernant la notion de « capital », Bourdieu n'est là encore pas le seul à avoir détourné ce terme très enraciné dans la sphère économique. Dans ses travaux, Bourdieu a envisagé des capitaux de différentes natures qui sont, ou non, autant de ressources sociales à disposition des agents. Dans son ouvrage *La distinction. Critique sociale du jugement (1979)*, Bourdieu démontre que dans les sociétés occidentales, les deux capitaux qui déterminent le plus lourdement la position occupée sont le capital économique et le capital culturel.

Le capital économique désigne l'ensemble des ressources économiques et financières disponibles des individus. Le capital culturel lui, correspond globalement aux ressources culturelles qui permettent à un individu d'apprécier les biens et les pratiques propres à la « culture savante », (culture générale, culture livresque, compréhension des codes et des conventions sociales, savoir-être en société, etc.).

Cependant, la position que l'on occupe dans l'espace social dépend aussi d'autres formes de capitaux mobilisables, au premier rang desquels on trouve le capital social, qui est lié « à la possession d'un réseau durable de relations », d'inter-connaissances. Le capital social est d'autant plus fort que les agents avec qui l'agent est en relation possèdent eux aussi des capitaux économiques et culturels forts. Le capital social dépend donc des contacts objectifs mais aussi de la capacité à solliciter au besoin ce carnet d'adresse pour améliorer sa position. On se réfère souvent au 'réseau' pour évoquer le capital social, il est constitutif de la stratégie à déployer pour l'accès aux informations et aux ressources clefs de l'espace social.

Enfin, le capital symbolique « c'est n'importe quelle propriété (n'importe quelle espèce de capital, physique, économique, culturel, social) lorsqu'elle est perçue par des agents sociaux dont les

catégories de perception sont telles qu'ils sont en mesure de la connaître (de l'apercevoir) et de la reconnaître, de lui accorder valeur. » (Bourdieu, p.116). Autrement dit, c'est la reconnaissance d'un capital par des procédés divers (et souvent institués) tels que les diplômes, les prix, l'obtention de passe-droits, tout ce qui permet objectivement d'accroître la considération que les autres agents du champ portent à un agent donné. Cette liste de capitaux n'est pas exhaustive, elle s'enrichit aussi en fonction du champ considéré, de ce qui a de la valeur dans ce bout d'espace social spécifique. La notion de capital a comme intérêt premier de prendre en compte les ressources immatérielles des agents et d'enrichir l'analyse afin de ne pas considérer « l'accès aux ressources financières » comme le seul déterminant d'une position de pouvoir. Dans le champ économique, Bourdieu se réfère notamment au capital technologique ou encore au capital juridique de certaines entreprises en position de monopole.

Dans son étude sur l'État, il évoque par exemple le capital de la force physique et le capital informationnel (Bourdieu, 1993). Définir les capitaux à disposition est l'un des enjeux pour espérer déterminer la position sociale de l'agent, et comprendre une stratégie et ses conséquences. Les capitaux n'ont pas de valeur dans l'absolue, la valeur est fonction d'un champ donné.

Outre la nature du capital, Bourdieu intègre d'autres dimensions à son analyse. Le volume global et la structure du capital, « c'est-à-dire le poids relatifs des différentes espèces de capital, économique et culturel dans le volume total de leur capital » (Bourdieu, p.140-141) et enfin, l'évolution dans le temps de ce capital

Pour mieux comprendre l'approche bourdieusienne, voilà comment l'auteur se représente graphiquement l'espace social et place les agents en fonction des capitaux à disposition (capital culturel et économique) :

Figure 1 : L'espace social bourdieusien

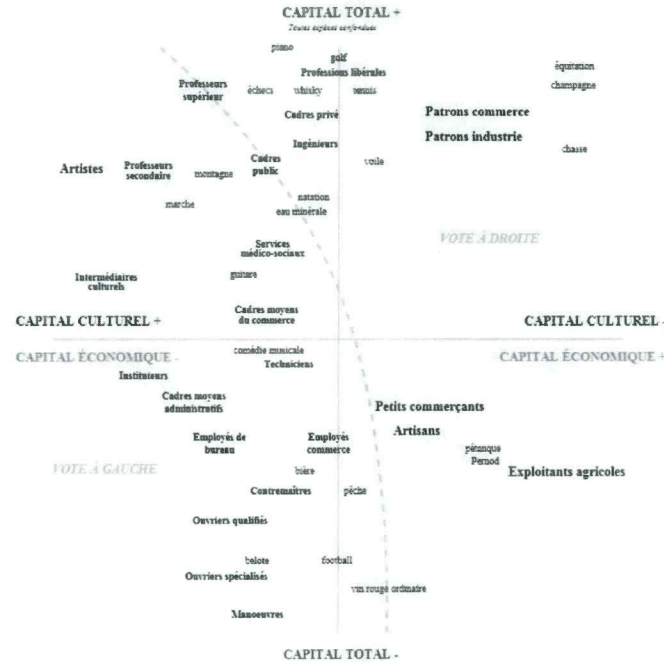


Schéma simplifié extrait de *Raisons pratiques*, Seuil, coll. Points, 1996, p. 21.

Sur la base de ce modèle, on peut faire l'hypothèse que la création d'entreprise est une stratégie dont la réussite va dépendre : 1) de l'état du champ économique ; 2) de l'habitus de ceux qui tentent cette aventure ; 3) du volume et de la structure des capitaux qu'ils vont pouvoir mobiliser. Quel est l'état du champ le plus propice à la réussite de ce type de stratégie ? Quelles sont les caractéristiques des habitus de ceux qui parviennent à créer leur entreprise ? Quel volume et quelles structures de capitaux ont-ils pu mobiliser ? Ce sont avec ces questions essentielles que nous avons abordé l'enquête.

2. Méthodologie et technique d'enquête

Pour répondre aux questions précédentes nous allons nous intéresser au cas de jeunes entrepreneurs montréalais. Le but de notre analyse est de démontrer que grâce à la démarche sociologique on peut interpréter une stratégie entrepreneuriale quelle qu'elle soit.

S'intéresser aux jeunes entrepreneurs se justifiait pour deux raisons particulières, l'accessibilité au terrain et l'appartenance de l'auteure au groupe en question.

2.1. Situer l'auteur

Depuis la structuration des sciences sociales au XXIème, et particulièrement de la sociologie comme domaine de recherche spécifique, les chercheurs n'ont eu de cesse de définir les règles méthodologiques de récolte de données et les modes d'intervention sur le terrain.

Déjà Weber à son époque en appelait à une « neutralité axiologique » visant à mettre de côté les jugements de valeur de l'observateur.

Comme le précisent Anne Jourdain et Sidonie Naulin (2011) le « sociologue n'est pas un être désincarné : c'est un sujet social qui se caractérise par une appartenance sociale, un sexe, un âge, mais aussi des préférences et des dégoûts. Dès lors, il force inconsciemment un certain nombre de prénotions à l'égard de son objet de recherche. (p.26) ».

Ayant conscience de toutes les mises en garde des sociologues, il a été nécessaire pour ce travail d'être précautionneux et ce, d'autant plus que l'auteure était partie prenante du phénomène à isoler. En effet, il paraît judicieux de préciser qu'en plus de la maîtrise à HEC-Montréal, l'auteure était engagée dans un processus de création d'entreprise et qu'elle a été lauréate de Montréal Inc. (cohorte Avril 2014). Par cette identité, cette position à « cheval », la recherche a été abordée par une posture de « praticien chercheur » (De Lavergne, 2007).

Cette position est intéressante car c'est elle permet d'avoir un accès direct au terrain, et un rapport riche avec les interrogés. Pour citer Bourdieu et son approche de l'entretien telle qu'assumée dans *Misère du monde*, la proximité sociale avec l'interrogé a favorable:

« Lorsqu'un jeune physicien interroge un autre jeune physicien (ou un acteur un autre acteur, un chômeur un autre chômeur, etc.) avec lequel il partage la quasi-totalité des caractéristiques capables de fonctionner comme des facteurs explicatifs majeurs de ses pratiques et de ses représentations, et auquel il est uni par une relation de profonde familiarité, ses questions trouvent leur principe dans ses dispositions, objectivement accordées à celles de l'enquêté ; les plus brutalement objectivantes d'entre elles n'ont aucune raison d'apparaître comme menaçantes ou agressives parce que son interlocuteur sait parfaitement qu'il partage avec lui l'essentiel de ce qu'elles l'amènent à livrer et, du même coup les risques auxquels il s'expose en le livrant »

« Les relations d'enquête dans lesquelles il peut surmonter partiellement la distance sociale grâce aux relations de familiarité qui l'unissent à l'enquêté et à la franchise sociale, favorable au franc-parler, qu'assure l'existence de liens divers de solidarité secondaire propres à donner des garanties indiscutables de compréhension sympathique : (...) » (Bourdieu, 1993, p.908)

Ainsi, et pour conclure, cette proximité avec les informateurs a aidé à comprendre les stratégies et les représentations des répondants. Cependant, et pour tenter de contrôler les biais dans le rapport interpersonnel, il a été nécessaire de mettre en confiance les interlocuteurs en leur assurant que le but de la rencontre était essentiellement académique. En effet, il pourrait être tentant pour les entrepreneurs-répondants d'éclipser des informations quant à la réussite relative voire à l'échec de leur projet. Nous le verrons plus en avant, le capital symbolique - l'apparence de réussite-, tout comme le réseau - la capacité à créer de nouveaux contacts mobilisables par la suite - sont des éléments importants dans la stratégie entrepreneuriale. Pour éviter que les entrepreneurs perçoivent l'auteure comme une « autre entrepreneure » (du même réseau) face à laquelle ils doivent sélectionner les informations et « travailler » leur image, il a fallu en permanence préciser la finalité de l'intervention ainsi que la confidentialité des propos recueillis. Cette démarche était essentielle notamment car certaines questions de l'entretien portaient sur le rôle des organismes de soutien à l'entrepreneuriat. Comme les entrepreneurs ont une dépendance face à aux fonds que ces organismes mettent à disposition, ils n'ont pas intérêt, de prime abord, à les critiquer trop ouvertement.

2.2. La définition des termes

Avant de préciser le terrain choisi, nous pouvons fixer dès à présent les termes généraux de ce mémoire.

« Les jeunes »

D'après les institutions de soutien à l'entrepreneuriat qui nous intéressent pour ce travail, est généralement considéré comme « jeune » celui qui a entre 18 et 35 ans. Aussi retiendrons-nous cette définition du critère, car c'est la « définition institutionnelle » de l'écologie entrepreneuriale montréalaise.

« Montréalais »

De même, pour la notion de « montréalais » on se réfère ici bien plus à un périmètre géographique qu'à « provenance ». En effet, est considéré Montréalais, celui qui réside à Montréal (dans le grand Montréal). Plus précisément, nous considérons comme Montréalais, celui qui y habite et y évolue. Dans notre cas, celui qui a fait le choix de lancer son projet entrepreneurial sur l'île et dans les alentours. Il est logique d'avoir cette approche inclusive du terme, notamment car le Québec et Montréal ont une politique migratoire dynamique qui assure la venue chaque année de nouveaux acteurs extérieurs dans l'économie locale. Aussi, donner à « Montréalais » une définition en fonction des « origines » exclurait une part trop importante de la population. De plus, on garde à l'esprit que « Montréalais » sous-entend en réalité plus qu'un simple périmètre géographique, car les lieux et l'urbanisme modèlent les mentalités et les représentations. Aussi les Montréalais, qui sont des citoyens, côtoient des institutions et une pluralité d'acteurs qui les influencent. C'est là aussi une précaution de ne pas chercher à généraliser entre Montréalais et Québécois (terme qui inclurait la jeunesse en région).

« Créateurs d'entreprise »

Comme déjà précisé, nous allons volontairement restreindre la réflexion sur les créateurs d'entreprise. Aussi quand le terme entrepreneur sera utilisé il le sera avec l'idée du créateur d'entreprise. Le champ lexical de l'entrepreneuriat est très présent dans les médias et dans les discours institutionnels : « l'entrepreneurship », « l'entrepreneuriat », « l'esprit entrepreneurial », sont des concepts souvent flous, ils ne permettent pas de visualiser une catégorie fixe d'acteurs. De plus ils recoupent des réalités juridiques, sociales, économiques très variées. Aussi, et après analyse de l'usage qui est fait par les institutions de soutien à l'entrepreneuriat à Montréal, nous considérerons l'entrepreneur comme le créateur d'entreprise. Plus spécifiquement celui qui a entamé les démarches administratives et légales, qui a notamment incorporé son projet au registre des entreprises.

2.3. Le choix du terrain : Montréal Inc.

Les organismes de soutien à l'entrepreneuriat jouent un rôle central au Québec. Ils fournissent notamment des liquidités pour les projets en démarrage. Les fonds publics sont clefs pour le lancement en entreprise. Contrairement à d'autres espaces économiques, on pense aux États-Unis, les sources de financement au Québec proviennent peu du capital-risque (assez rares localement) ou encore de la philanthropie. La question de l'accès au capital est centrale dans l'analyse de l'entrepreneuriat, car c'est de ce capital, même minime, que dépend la capacité de structurer une activité.

Montréal présente une "écologie" variée de d'organismes de soutien à l'entrepreneuriat. Ces organismes proposent divers services (financiers, mentorat-réseau d'affaire, cours sur la culture entrepreneuriale), et ils sont catégorisés par la spécificité des services qu'ils offrent, mais aussi par la zone territoriale couverte voire par le ciblage d'un groupe donné : les femmes, les jeunes, les immigrants, les universitaires. En 2006, le rapport du "Projet Entrepreneurial Montréal" comptabilisait 85 organismes de soutien à l'entrepreneuriat, parmi lesquels nous pourrions citer:

- Les CDEC, (centre de développement économique et communautaire) présents par zone,
- Les CLD (centres locaux de développement équivalents aux CDEC),
- Les deux SAJE (services aux jeunes entrepreneurs, au nombre de deux aujourd'hui sur l'île).
- Les chambres de commerce,
- Carrefour Jeunesse-Emploi (CJE)
- Etc.

Ces organismes assument globalement des missions similaires, celles de soutenir le développement économique local, d'insérer les populations dans le marché du travail et de stimuler l'entrepreneuriat. Dans le cas de l'entrepreneuriat, ces institutions assument souvent une fonction de première « socialisation » avec le monde des affaires, en se basant sur des outils traditionnels des entreprises (plan d'affaires constitué d'études de marché, d'états financiers, plan de communication, etc.). Elles apportent aussi aux individus un certain vocabulaire technique nécessaire pour évoluer dans le milieu (la « stratégie marketing », la « rentabilité à moyen/long terme », etc.).

Pour notre recherche, nous souhaitons nous concentrer sur les jeunes créateurs d'entreprise. Suivant cette logique, et au vu du nombre d'institutions, il était judicieux d'analyser les structures qui réalisent un travail "ciblé" sur ce groupe. Après analyse de l'environnement institutionnel, grâce

notamment à l'expérience de l'auteure au sein du parcours entrepreneurial "typique", les deux structures qui paraissent les plus judicieuses étaient la Fondation Canadienne des Jeunes Entrepreneurs (devenue Futurpreneur)¹⁴ et Montréal Inc, car toutes deux soutiennent les jeunes entre 18 et 35 ans. Nous avons exclu d'autres structures comme "Start Up" ou "Youth Employment Service" car elles sont moins présentes dans le discours entrepreneurial local et qu'elles visent plus spécifiquement une population anglophone.

Cependant, après analyse des deux structures, le choix de Montréal Inc. s'est imposé pour plusieurs raisons. Montréal Inc. semble jouir d'une notoriété croissante dans Montréal. Cette institution a un rôle spécifique en ce sens qu'elle ne réalise pas de formation de démarrage en entreprise, elle sélectionne et récompense certains projets entrepreneuriaux. Autrement dit, l'ensemble des jeunes entrepreneurs passent généralement par les autres institutions d'accompagnement en démarrage entrepreneurial (type CDEC, CLD, SAJE.). Ce n'est que dans un second temps qu'ils se présentent à Montréal Inc., organisme qui « institue » ou qui « sanctionne ».

Cette institution est, dans l'imaginaire collectif entrepreneurial, comme un « cap », celui qui le passe pourra jouir d'un soutien financier mais surtout d'un réseau incomparable, notamment de mentors-bénévoles. Parmi les traits caractéristiques de cette fondation, on peut retenir qu'elle a jadis été créée par les pouvoirs politiques ou plutôt à l'initiative de la mairie de Montréal en 1996 (elle était alors appelée Fondation du Maire de Montréal mais a été rebaptisée pour éviter les polémiques politiques relatives à Gérald Tremblay). Depuis 2010, et spécifiquement depuis le départ du Mr. Tremblay en 2012, l'activité de la fondation a été redéfinie. Elle consiste à soutenir les projets novateurs à forte valeur ajoutée et « créateurs d'emplois ». En reprenant une formulation de son site internet, la fondation se décrit comme étant « une main tendue (...) aux nouveaux entrepreneurs ».

Voici comment la mission apparaît sur le site de la fondation :

La fondation Montréal Inc. est un organisme à but non lucratif qui a pour mission de propulser vers le succès une nouvelle génération d'entrepreneurs montréalais prometteurs, de concert avec une communauté d'affaires mobilisée.

Pour ce faire, la « communauté d'affaires » de Montréal apporte un appui « indéfectible » correspondant à 80 % des fonds de dotation. Ainsi l'une des spécificités de cette institution est qu'elle est financée par les moyennes et grandes entreprises québécoises à hauteur de 80%, et de façon moindre par les fonds publics. Ce financement privé marque une différence avec les autres

¹⁴ Pour plus d'informations se référer à www.futurpreneur.ca et à www.montreal.inc

organismes de soutien à l'entrepreneuriat déjà évoqués (CLD, CDEC, SAJE, etc.) qui sont financés essentiellement par les fonds publics gouvernementaux.

À date, Montréal Inc. aurait :

- accordé 6 millions de dollars en bourse ;
- aidé au démarrage de 817 entreprises à Montréal ;
- a participé à la création de plus de 2535 emplois.

Chaque année Montréal Inc. sélectionne deux cohortes (deux « fournées ») de jeunes entrepreneurs. La première phase de sélection démarre fin février et la seconde fin septembre. Sur environ 180 projets présentés à chaque sélection, entre 10 et 20 projets entrepreneuriaux sont intégrés au réseau Montréal Inc. à la fin du processus de sélection. Une fois dans le réseau Montréal Inc., les lauréats reçoivent, courant de la première année, l'aide financière accordée par l'institution et le soutien (sous forme de formation, de séances de conseils, d'activité de réseautage, etc.) est dit « à vie ».

2.4. L'échantillon

Afin de répondre à notre problématique et ainsi mieux appréhender le phénomène de l'entrepreneuriat à Montréal, nous avons rencontré un groupe de jeunes entrepreneurs. Comme précisé dans la section sur le terrain de l'enquête, nous avons concentré nos efforts sur les entrepreneurs de la fondation Montréal Inc. Ces entrepreneurs sont tous « Lauréats » récents (mai 2014). Ils ont tous validé les critères de la fondation (comme être « âgé de 18 à 35 ans », « s'être lancé en activité depuis moins 1 an », et « avoir présenté un plan d'affaires convaincant »). Sur environ 180 projets présentés¹⁵, 15 projets entrepreneuriaux ont été retenus par l'institution. En excluant le projet de l'auteur de ce mémoire, ce sont donc 14 lauréats qui ont été approchés. Certains projets entrepreneuriaux étaient présentés par un groupe d'entrepreneurs, soit deux voire trois entrepreneurs-dirigeants. Ces répondants ont été contactés grâce au répertoire public mis à disposition sur le « répertoire des lauréats » du site de la fondation. Au final, ce sont 10 entrepreneurs qui ont accepté la rencontre sur une base volontaire, pour une entrevue qui durait en moyenne 50 minutes, variant de 40 min à 1 heure.

Le nombre de personnes rencontrées étant limité, 10 en tout, notre recherche s'avère plutôt exploratoire. De ce fait, les conclusions sur « les jeunes entrepreneurs » devront être formulées avec

¹⁵ Chiffre total validé oralement par un conseiller institutionnel, difficile à vérifier, mais les chiffres officiels 2013 et 2012 sont présents dans les « rapports d'activités » de la Fondation (<http://www.montrealinc.ca/fr/propos/nos-realizations>). En 2013, 277 projets présentés, et en 2012, 182 projets reçus.

prudence. Cependant, ce nombre restreint d'entretiens peut se justifier en partie par le choix de privilégier une démarche vraiment qualitative. Il s'agissait de proposer une analyse en profondeur, afin d'apporter des connaissances fines et complémentaires sur le phénomène entrepreneurial d'aujourd'hui. Nous avons de plus identifié un certain motif répétitif au fur et à mesure des rencontres. C'est cette présence de régularités – mais aussi certaines différences notoires explicables – qui nous a permis de formuler des conclusions.

Concernant la rencontre avec les répondants, la littérature nous dit que pour qu'un entretien soit réussi, il faut que la « situation d'entretien » soit réfléchie, voire presque orchestrée (Blanchet & Gotman, 2007, p.67). D'après ces auteurs, une mise en scène doit être envisagée intégrant « l'environnement matériel et social, le cadre contractuel de la communication et les interventions de l'interviewer. » (p.70). Afin d'obtenir une situation propice à l'échange, la tranche horaire et les lieux (décor et significations sociales) doivent être pris en compte (p.70). Dans notre cas, et pour des raisons pratiques mais aussi pour accorder le pouvoir de décision aux entrepreneurs, nous avons laissé les répondants définir la « situation ». Les entrevues ont eu lieu durant la dernière semaine d'octobre et la première semaine de novembre 2014. Des dispositions ont été prises pour assurer la confidentialité des répondants. Les lauréats sont désignés par des lettres et des faux noms pour faciliter la lecture dans la partie « typologie ». Pour information, voici le panel d'activité des entrepreneurs rencontrés :

Figure 1 : Tableau récapitulatif des entrepreneurs

Entrepreneur	Type d'activité / Secteur du projet entrepreneurial
M.A	Edition numérique
G	Vente de détail
M.J	Construction / Bâtiment
E.	Industrie génétique
C.	Secteur du textile/ Production de vêtement
P.	Service/ outils organisationnel
F.	Industrie du divertissement
A.	Véhicules de transport/ innovation dans les moteurs
M.	Logiciel pour le secteur maritime
T.	Industrie chimique du médicament

On remarque la variété des secteurs de l'économie représentés.

2.5. Techniques d'enquête

Concernant les techniques d'enquête, nous avons croisé plusieurs sources d'informations mais les entretiens sont au cœur de notre recherche. C'est notamment l'Ecole de Chicago, et spécifiquement des auteurs comme Howard Becker ou encore Everett Hughes, qui ont fait de l'entretien un dispositif central de la démarche sociologique.

Entretiens semi-directifs

Il existe différentes approches relatives à comment mener un bon entretien. Une tendance accentuée est celle de « l'entretien impersonnel », où la formalisation prime. Dans ce cas, l'interaction vise à « réduire au minimum les variations » et à obtenir un « traitement standardisé » des données (Kaufmann, 2011, p.19). Cependant nous sommes plutôt partisans de l'entretien compréhensif, qui sous-entend l'engagement de l'enquêteur dans les questions, et où l'interprétation du matériau est un élément décisif du travail de chercheur (p.19).

En faisant le choix de « capter le discours » on cherche à réaliser une double analyse (Blanchet & Gotman, 2007, p.89). Par l'analyse du contenu, notamment au travers des questions de trajectoires sociales, nous allons obtenir des informations factuelles nécessaires pour qualifier et comprendre l'individu. Outre les informations générales (âge, possessions, pratiques sociales, etc., – famille, parents, etc.-), d'autres données sont transmises par le vecteur discursif, on pense aux modes de justification et aux valeurs structurantes de la personne, ces données sont elles aussi centrales pour appréhender l'action des individus. De plus, « capter le discours », c'est capter le fond comme la forme. La linguistique (soit l'analyse du discours), le degré de maîtrise de la langue comme les stratégies du discours sont des parties intégrantes des habitus, ces éléments (vrais « signaux sociaux ») méritent d'être pris en compte.

Enfin, capter le moment du discours c'est aussi porter une certaine attention à la « façon d'être » ou d'apparaître de l'individu. L'action de parler correspond à une production de soi et l'échange verbal est traversé par des structures sociales –pesantes- de la société (rapport de genre, de classe, d'origines). Par le simple échange verbal, où parler est aussi un geste et une action, nous considérons que nous pouvons obtenir des informations comportementales, gestuelles (soit d'attitude) qui sont l'expression de structures objectives de la société et du positionnement que l'individu a dans l'espace social.

Parmi les grands thèmes abordés lors de l'entretien semi-directif pour répondre à notre problématique, nous évoquerons entre autre :

- Les origines sociales et les socialisations primaires (lieux d'origines, parcours scolaires, pratiques)
- La trajectoire biographique récente ou les socialisations secondaires (université, emplois occupés, projets, etc.),
- L'entrepreneuriat : intérêts et enjeux de la création d'entreprise,
- Le fonctionnement du marché du travail et le rôle des institutions locales.

Pour connaître en détails le guide d'entretien se référer aux annexes.

Observation participante et auto-analyse

Comme déjà précisé, tout au long de l'année 2014, l'auteure a activement pris part aux réseaux entrepreneuriaux. Ce faisant, certaines logiques à l'œuvre dans l'interaction entrepreneur/institutions de soutien ont pu être identifiées. Ce n'est que récemment que la décision a été prise d'utiliser les observations recueillies lors de ce processus de création d'entreprise pour réaliser un travail de recherche. Dans le corps du mémoire, nous aurons occasionnellement recours à des observations personnelles de « vécu » qui viendront compléter les autres sources d'information.

Analyse de document

Enfin, nous ferons références à du contenu disponible en ligne (sur internet) pour soutenir certaines informations avancées.

CHAPITRE 3 : Résultats sur la création d'entreprise et ses déterminants

1. Se positionner dans l'espace social grâce à la création d'entreprise

Au vu de la structure du capitalisme, divisé entre ceux qui maîtrisent les capitaux (les propriétaires de grandes entreprises en particulier), les travailleurs (ceux qui travaillent en tant qu'employés ou fonctionnaires et qui composent la « masse laborieuse »), et les exclu-e-s (Hebert, G. Tremblay-Pépin, S., 2014) (ceux qui sont dans une double précarité socio-économique, de condition et de position, on pense notamment aux chômeurs), le jeune agent qui cherche à « s'insérer » dans le champ économique n'a pas beaucoup de choix .

Au Québec comme ailleurs, certaines entreprises en position de force emploient une partie considérable de la population (en prenant quelques exemples: d'après les chiffres de décembre 2013, les Mouvements Desjardins employaient 40 248 personnes au Québec, Hydro Québec : 20 243 employés, Bombardier : 17 863 employés, et BCE (le groupe qui exploite les marques BELL) : 17 600 individus)¹⁶. Ces entreprises sont d'après Bourdieu des *price makers*, elles pèsent directement sur l'espace économique, elles peuvent décider d'attaquer des concurrents, d'absorber d'autres entreprises, ou de déployer un ensemble de stratégies politiques pour maintenir leur position¹⁷. Le jeune agent, s'il décide de vendre sa force de travail en échange d'un salaire, cherche alors à intégrer le groupe des 4 031 000 salarié-e-s du Québec en « emploi » (chiffres sept.2014).

Cependant celui-ci n'est pas assuré d'avoir vraiment accès au travail et encore moins de le garder au vu des 8,5% de chômage à Montréal et des mises à pied régulières.

Une autre stratégie de positionnement dans le champ économique, et c'est celle qui nous intéresse, est la décision de créer son entreprise. Le jeune agent, toujours plus diplômé (augmentation du taux de diplômés de 25 à 64 est 1990 à 2012 passage 12% à 25,9%), s'il opte pour cette stratégie devient ce que Bourdieu devient un *challenger*. Cette stratégie semble avoir la préférence d'un nombre croissant de jeunes hommes et de jeunes femmes, et comme nous l'avons vu, elle est par ailleurs fortement encouragée par nos responsables politiques et économiques.

Pour augmenter leur chance de réussir, ces jeunes agents peuvent trouver de l'aide dans les organismes de soutien à l'entrepreneuriat (CDEC, CLD, SAJE, etc.). Ces organismes ont pour mission officielle d'aider à l'insertion économique, elles favorisent l'emploi et soutiennent les

¹⁶ Informations tirées des fiches par entreprise de Les Affaires (2014), récupéré sur <http://www.lesaffaires.com/fiches-entreprise>.

¹⁷ Voir l'article de Bourdieu intitulé *Le champ économique* de 1997 aux éditions Seuil, Paris.

projets d'entreprise, notamment des jeunes. Aussi, le jeune montréalais va logiquement chercher un *allié* en ces institutions pour lui permettre d'améliorer et de finaliser son projet d'entreprise. Ces organismes de soutien, financés par les fonds publics majoritairement, jouent un rôle clef dans l'accès aux liquidités. D'une part, le système bancaire traditionnel est une alternative trop limitée car les jeunes agents peinent à rencontrer les garanties exigées pour l'octroi d'un prêt. D'autre part, le rôle stratégique de ces organismes est d'autant plus réel qu'ils représentent, en réalité, l'une des seules sources disponibles au Québec pour démarrer un projet¹⁸.

Ainsi, nous identifions pour l'heure trois types d'agents : l'entrepreneur lui-même et les autres créateurs d'entreprise avec lesquels il est en concurrence pour obtenir du soutien, les entreprises existantes (qui peuvent constituer un obstacle ou un soutien à la création d'entreprise, comprendre ceux qui les dirigent) et les organismes d'aide à l'entrepreneuriat (qui soutiennent l'entrepreneur dans sa quête).

Cependant pour comprendre les dynamiques réelles du champ, il semble essentiel d'intégrer un quatrième agent : les institutions publiques qui sont la source de financement des organismes de soutien à l'entrepreneuriat. Leur action va avoir une incidence sur les organismes de soutien, sur leurs décisions et *in fine* sur les entrepreneurs qui seront sélectionnés pour intégrer le champ. Nous allons maintenant résumer l'interaction des quatre agents identifiés.

Les jeunes entrepreneurs qui nous intéressent ne sont pas les « outsiders », que nous définissons par les entrepreneurs qui cherchent à intégrer le champ sans chercher le soutien du réseau institutionnel, mais les jeunes entrepreneurs locaux qui cherchent à jouir de l'aide financière, du capital symbolique – pour obtenir une visibilité et une légitimité – , et du capital social (obtenir les « réseaux » clefs) des organismes d'aides à l'entrepreneuriat (CDEC, CDL, Montréal Inc., etc.). D'après notre analyse, ces jeunes entrepreneurs sont en concurrence, ils cherchent (consciemment ou inconsciemment) à maintenir voire à améliorer leur positionnement social dans l'espace général.

¹⁸Se conférer au *Rapport du groupe de travail sur le rôle de l'Etat québécois dans le capital-de-risque*, mandaté par le Ministère du développement économique et régional, 2003, www.mder.gouv.qc.ca

De plus, la grande majorité des fonds provenant du capital-de-risque sont orientés pour les projets technologiques, biologiques ou dans les technologies de l'information, il est plus difficile pour les projets qui ne s'inscrivent pas dans ces secteurs d'obtenir des fonds du privé.
<http://www.economie.gouv.qc.ca/objectifs/informer/capital-de-risque/page/bulletins-19547>

Les agents, une fois leur projet esquissé ou défini, frappent aux portes de différentes institutions d'aides à l'entrepreneuriat. Le candidat qui réussit les épreuves et obtient ainsi le soutien d'une institution, obtient généralement le soutien de toutes les autres. Ce phénomène s'explique majoritairement par deux raisons. On pourrait dire en effet qu'un « bon projet » est objectivement un bon projet pour toutes les institutions de sélection, mais nous pensons que dans les faits, certains effets de structure sont à l'œuvre. Notamment la tendance à l'isomorphisme des institutions¹⁹. Les institutions se toisent et vont adapter leur comportement sur le comportement des institutions qui ont un positionnement similaire dans le champ. La raison principale est que les institutions de soutien à l'entrepreneuriat ont une aversion pour le risque, aussi, au moment de miser sur un joueur elles vont le faire en fonction du capital symbolique de celui-ci (on pourrait l'appeler un *capital confiance*). Si d'autres institutions l'ont « labélisé » c'est que le candidat entrepreneur a un « vrai » potentiel pour se positionner dans le champ et donc que la prise de risque est moindre.

De plus, les institutions ont besoin de fonds publics (et privés) pour valider leur mission mais surtout pouvoir fonctionner et se pérenniser. Elles ont une demande ou un besoin clair : celui de ressources financières. Aussi, pour capter les fonds gouvernementaux multi-paliers (on pense au financement du Ministère de l'économie, de l'innovation et de l'exportation québécois, mais aussi aux fonds fédéraux), elles doivent démontrer leur pertinence dans développement économique de Montréal (ce qui revient à redémontrer régulièrement l'intérêt de leur existence dans le champ économique). Ces organismes « monnayent » (ou échangent) les « entrepreneurs en besoin de soutien ». Les jeunes entrepreneurs, détectés sur le terrain, font presque office de marchandises à forte « valeur d'échange » vis-à-vis des institutions politiques qui cherchent à développer des politiques de développement du territoire (et à assurer la relève entrepreneuriale).

Cependant, la quantité de « jeunes entrepreneurs » qui répondent aux critères imposés par les organismes supérieurs ne sont pas illimités. Cela s'explique d'une part par des raisons démographiques, les jeunes sont une population restreinte, mais d'autre part, car les institutions ont des exigences précises que tous les jeunes ne rencontrent pas. C'est pour ces raisons que, afin d'assurer leur mission et s'auto-justifier, les organismes d'aide à l'entrepreneuriat se retrouvent à « primer » souvent les mêmes candidats. Finalement, le système, ou le jeu dans le champ, dessine une double dépendance. Les entrepreneurs ont besoin du soutien financier, du capital symbolique et

¹⁹ On pense notamment aux recherches du type « DiMaggio, P. and Powell, W. (1983) 'The Iron Cage Revisited : Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields', *American Sociological Review*, 48(2): 147-60.

du réseau des organismes (qui sont en contact avec les joueurs établis) et les organismes ont besoin des entrepreneurs pour capter des fonds publics et privés.

Concernant le rôle des grandes entreprises, celui-ci semble plus paradoxal, mais la théorie économique nous aide à comprendre leur intérêt. Les entreprises en question sont soit des concurrents établis, de taille moyenne, soit de vrais monopoles. Nous l'avons vu, dans le cas de Montréal Inc. ce sont ces agents privés qui financent à 80% la fondation, ils assurent donc son fonctionnement. Quel est alors l'intérêt pour ces entreprises établies de prendre part au sous-champ de la création d'entreprise ? Pourquoi financent-elles, via des dons, des potentiels concurrents à venir ?

Il y a plusieurs pistes de réponse. La première serait de considérer qu'il est important pour ces entreprises de « choisir » les nouveaux entrants, car elles peuvent ainsi écarter les agents qui seraient gênants, ou qui seraient de vrais challengers; cependant cette conclusion semble partielle voire erronée. Nous considérons qu'il existe un intérêt informationnel et un intérêt « industriel » à soutenir des institutions comme Montréal Inc. Schumpeter l'a dit à son époque, l'innovation et son processus de « destruction créatrice » est essentiel au système capitaliste. Elle est la « routine » du capitalisme.

« En fait, l'impulsion fondamentale qui met et maintient en mouvement la machine capitaliste est imprimée par les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transport, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle – tous éléments créés par l'initiative capitaliste. » (Schumpeter, 1942, p.93)

Grâce à Montréal Inc. les grandes entreprises ont un accès direct sur ce qui se passe sur le terrain, c'est une veille permanente, deux fois par an, sur des informations clés pour leur propre logique d'innovation. Montréal Inc. offre une fenêtre directe sur l'émulsion technologique des agents de l'espace social montréalais.

« Les menacent qui pèsent sans cesse sur elles (sur les entreprises monopolistiques) – qu'il s'agisse de l'apparition de produits nouveaux capables de supplanter les siens ou de l'élévation excessive de ses coûts propre à menacer ses profits -, l'obligent à une vigilance constante » (Bourdieu, 1997, p.57)

On le comprend, pour leur propre direction stratégique, les grandes entreprises ont besoin de connaître les avancées des challengers, car ceux-ci travaillent souvent sur des « niches » qui peuvent, à terme, créer de nouveaux marchés et donc de nouveaux profits. Les agents –créateurs

d'entreprises- qui vont être sélectionnés vont donc avoir la chance de pousser leur projet et de chercher à exploiter leur innovation (souvent à l'état de balbutiement au moment de se présenter aux organismes de soutien). Mais, si ces grandes entreprises ont besoin de l'immixtion régulière de nouveaux entrants, le maintien de ceux-ci n'en est pas pour autant assuré. Braudel l'a bien formulé :

« Le capitalisme n'accepte pas toutes les possibilités d'investissement de progrès que lui propose la vie économique. Il surveille à fin de conjoncture pour y intervenir selon certaines directions préférentielles – Ce qui revient à dire qu'il sait et qu'il peut choisir le domaine de son action. Or plus que le choix lui-même – qui ne cesse de varier de conjoncture en conjoncture, de siècle en siècle – c'est le fait même d'avoir même une stratégie et les moyens d'en changer qui définit la supériorité capitaliste ». (Braudel, 1979, p.353)

Et il précise « On dit que les grandes firmes tolèrent les petites entreprises, elles le voudraient qu'elles n'en feraient qu'une bouchée ! (1979, p.536) ». Finalement, le champ économique, le monde des affaires, est un espace où les sanctions sont particulièrement brutales contrairement à d'autres champs (Bourdieu, 1997, p. 57). Si les entreprises soutiennent les sélections et aident certains à se positionner à moyen/long terme dans le champ c'est pour des raisons précises.

« L'entreprise dominante (...) est en mesure d'imposer la représentation la plus favorable à ses intérêts de la manière convenable de jouer des règles du jeu donc de la participation au jeu et de la perpétuation du jeu. Elle constitue un point de référence obligé par ses concurrents qui, quoi qu'ils fassent, sont sommés de prendre position par rapport à elle, activement ou passivement.»(Bourdieu, 1997, p. 57).

Il faut à ce stade chercher à identifier « cet intérêt » qu'auraient certaines entreprises de « laisser vivre » des nouveaux entrants, sans chercher à les absorber une fois qu'elles ont démontré leur pertinence économique (c'est-à-dire leur capacité à générer des profits).

Les arguments qui jouent en la faveur d'une survie de certaines entreprises sont de différentes natures, et sont en lien avec la théorie économique industrielle d'une part, les fluctuations macro-économiques d'autre part, mais aussi à un intérêt « supérieur » : la nécessité pour le capitalisme de l'existence d'une pseudo-classe d'entrepreneurs.

En faisant référence à la théorie des organisations, nous pouvons affirmer qu'absorber une entreprise génère des coûts de transaction pour les entreprises établies. Ces coûts de transaction sont parfois supérieurs aux coûts générés par la simple coordination sur le marché, par la concurrence. Aussi, les

gros joueurs réalisent un arbitrage entre les coûts générés par un nouveau joueur et décident du maintien, de l'absorption, voire de la disparition d'une organisation émergente.

De plus, les monopoles ont intérêt à l'existence de petits concurrents, notamment dans les secteurs productifs et industriels, où la fixation des prix dépendra des volumes.

Bourdieu et Braudel le reprécisent : dans les faits, une nouvelle entreprise subit des coûts de production élevés ayant pour conséquence des prix relatifs hauts et rigides.

« L'intérêt des entreprises à taille lilliputienne » c'est qu'elles « ont des coûts de production plus élevés et permettent donc de fixer les prix du marché à un niveau qui augmente les marges de bénéfiques des grandes firmes. » (1972, p.546)²⁰. Aussi, bien que surprenant, dans certains contextes économiques, les petits concurrents sont utiles aux monopoles.

Un autre élément, plutôt macroéconomique, est la relation entre petite entreprise et fluctuations économiques. Les petites entreprises sont pour Braudel « une puissance créatrice qui, pour l'économie, est non seulement une richesse de base, mais aussi une position de repli durant les périodes de crise, les guerres, les pannes sérieuses de l'économie qui exigent des changements structurels » (p.546). Les grandes entreprises ont intérêt que des plus petits joueurs existent, car en cas de crispations du système capitalise –toujours plus récurrentes-, ce seront les petites et les moyennes entreprises qui disparaîtront les premières, la concurrence sur les marchés se réduit alors au profit des monopoles.

Enfin, un dernier argument, non des moindres, est que l'existence même du capitalisme dépend du fait qu'un groupe d'individus bourgeois, qui représentent l'intermédiaire entre les classes populaires et les hauts capitalistes, se régénère. Les bourgeois sont essentiels à notre économie, ils sont des consommateurs importants, et en temps de crise, ils assurent que le système économique ne périlite pas. Pour appuyer notre propos, nous avons là aussi fait un détour par les grands auteurs du siècle dernier.

D'après Schumpeter :

« Les entrepreneurs ne constituent pas nécessairement (ni même typiquement) des éléments de cette couche (la couche bourgeoise) dès le début de leur carrière, ils ne s'y agrègent pas moins en cas de succès. Ainsi, bien que les entrepreneurs ne constituent pas

²⁰ « En raison de tous les avantages dont ils (les monopoles) disposent dans la compétition (au premier rang desquels les économies d'échelle liées à leur taille), ils peuvent abaisser leurs coûts et, parallèlement, leurs prix sans diminuer leurs marges (Bourdieu, 1997, p.57) ».

en soi une classe sociale, la classe bourgeoise les absorbe ainsi que leurs familles et leurs parents et, du même coup, elle se recrute et se revivifie constamment. » (1942, p.146)

Et de rajouter : « Economiquement et sociologiquement, directement et indirectement, la bourgeoisie dépend donc de l'entrepreneur et, en tant que classe, elle est condamnée à vivre et à mourir avec lui. (p.146). »

L'importance de la structure sociale pour le fonctionnement et la pérennité du capitalisme a été soulignée à l'époque de Marx jusqu'à aujourd'hui. Braudel, pourtant historien, considérait lui aussi que le nœud du problème se situait dans les hiérarchies sociales. Le capitalisme a besoin de stratification et de stabilité dans la société pour s'épanouir. Notre système a besoin de la transmission intergénérationnelle et de l'aide d'institutions solides pour se déployer et se pérenniser (Braudel, 1985).

Comme première conclusion, on remarque que l'ensemble de ces explications permettent de mieux identifier les relations entre les différents agents que sont les jeunes créateurs d'entreprises, les organismes de soutien, les institutions publiques et enfin les grandes entreprises capitalistes. Ce sont ces relations qui définissent les structures pesantes du champ. On le comprend maintenant clairement, la réussite d'un projet d'affaires dépasse largement les simples considérations économiques : le fait que le nouveau projet (l'offre) réponde à un besoin (une demande) n'est pas le déterminant réel du maintien dans le champ en question. La réussite d'un projet d'affaire n'est pas non plus le fruit d'une action individuelle *hors du commun*. L'action de l'individu est à mettre en perspective avec les structures sociales.

Face à ces logiques contraignantes, au fait que le champ soit déjà habité par de multiples agents, nous nous interrogeons sur les facteurs qui facilitent ou qui entravent la démarche du jeune entrepreneur dans sa quête de positionnement. Les organismes de soutien sont à la croisée des tensions du champ, en particulier Montréal Inc. car ils dépendent pour leurs fonds de deux agents (institutions publiques et les grandes entreprises) et sélectionnent les jeunes entrepreneurs qui peuvent théoriquement intégrer le champ. Ce qui nous m'intéresse ici est de savoir à quelles conditions l'entrepreneur, via son projet, peut espérer obtenir le soutien des institutions pour se placer dans le champ économique. Quelles sont les conditions du soutien des organisations? Finalement, qu'est-ce qu'un « bon projet » pour les organismes de ce genre? Telle est la question à laquelle il s'agira de répondre dans les pages qui suivent.

2. Le rôle des organismes de soutien : un “bon projet” ou un “bon candidat” ?

2. 1. Description de la sélection de l'institution Montréal Inc.

Nous l'avons précisé, tout créateur d'entreprise, pour se placer dans le champ économique doit déployer une stratégie adéquate. L'une d'elle consiste à obtenir le soutien des institutions d'aide à l'entrepreneuriat, ce soutien est habituellement constitué d'une aide financière (prêts et bourses), de services de conseil mais aussi d'un accès à un réseau d'acteurs déjà positionnés dans le champ économique. Montréal Inc. est donc l'une de ces institutions. Ce sont environ 380 entrepreneurs *en devenir* qui déposent leur dossier chaque année pour espérer être sélectionnés par cette institution. Elle est centrale car elle jouit d'un réseau inégalé à Montréal, elle fait intervenir les gros joueurs du champ économique. Pour obtenir son aide, l'entrepreneur doit passer par une succession d'étapes éliminatoires, et comme déjà précisé, ce sont finalement une quinzaine de projets qui seront retenus pour chaque cohorte (soit environ 30 annuellement). Le parcours « Montréal Inc. » correspond à un « dispositif » permettant le tri des projets d'entreprise. Celui-ci est orchestré en plusieurs étapes alliant épreuves orales et écrites. Nous allons revenir sur ce processus pour comprendre ce à quoi l'individu est confronté.

Tout d'abord, pour guider les potentiels lauréats, Montréal Inc. précise sur son portail internet les critères de sélection.

Figure 2 : Informations sur la sélection Montréal Inc.

Modalités

Les entrepreneurs désireux d'obtenir une bourse doivent suivre les étapes suivantes :

- Répondre à tous les critères d'admissibilité
- Déposer votre demande en ligne avant l'une des deux dates limites. Notez bien que le dépôt d'un dossier ne signifie pas l'obtention d'une bourse.

Critères d'admissibilité

Important : Tous les critères d'admissibilité doivent être respectés à la date de dépôt des candidatures.

- 1 Être âgé de 18 à 35 ans inclusivement
- 2 Prévoir être employé à temps plein par sa propre entreprise au moment du démarrage de celle-ci
- 3 Être citoyen canadien ou résident permanent
- 4 Résider dans un arrondissement ou une ville de banlieue reconstituée de Montréal. Pour obtenir la liste des arrondissements et villes de banlieue reconstituée, cliquez [ici](#) ☞
- 5 Avoir démarré une entreprise dans un arrondissement ou une ville de banlieue reconstituée de Montréal depuis moins de douze mois ou prévoir le faire dans l'année suivant l'acceptation du projet. Pour obtenir la liste des arrondissements et villes de banlieue reconstituée, cliquez [ici](#) ☞
- 6 Détenir la majorité des actions de l'entreprise (plus de 50 %) ou les détenir conjointement avec d'autres entrepreneurs également admissibles à la bourse

Capture d'écran : critères de Montréal Inc.²¹

²² Le père de l'auteur a été entrepreneur dans les années 1970, il a monté sa petite entreprise de commerce de peau en France.

Ces critères sont basés sur des données objectives, l'âge (être « jeune » soit entre 18 et 35 ans), l'engagement effectif de l'entrepreneur dans son futur projet, la date de création de l'entreprise (début officiel de l'activité), la provenance, la localité, la localisation géographique et la propriété de l'entreprise. Sont exclus d'office les projets à but non lucratif (OBNL), tout comme les coopératives de travail.

Pour valider ces critères objectifs, l'entrepreneur (ou le groupe d'entrepreneurs) dépose son plan d'affaires ainsi que les preuves justificatives (documents d'identité, preuve d'incorporation, etc.) sur le portail numérique afin de démontrer qu'il répond aux critères institutionnels.

S'en suit le processus de sélection. La première sélection est réalisée sur le plan d'affaires. C'est la première barrière à l'entrée. Si le plan d'affaire est jugé valide par l'institution, un conseiller prend contact avec l'entrepreneur afin de le rencontrer. La rencontre a lieu dans les bureaux de l'institution et tourne autour de questions relatives à l'entreprise mais aussi relatives à la vie de l'entrepreneur. Dans notre cas (comprendre le projet soutenu par l'auteur), l'entretien a porté en partie sur des éléments opérationnels (*Comment formez-vous en détail, les prix de vente ? Comment réalisez-vous le calendrier de production ?*) Puis, bien que déjà explicité dans le plan d'affaire fourni, nous avons re-précisé nos niveaux universitaires respectifs (nous avons toutes les trois au moins 4 ans après le baccalauréat français / ou CEGEP et nous avons obtenu un diplôme au sortir de ce cursus). Ensuite nos parcours professionnels ont été évoqués, les compétences spécifiques (techniques et analytiques) déployées durant ces expériences. Un dernier ensemble de questions portait plutôt sur les « motivations » et sur nos conditions matérielles de vie (*Pourquoi faites-vous ce projet ? Qu'est-ce qui vous a motivé à vous lancer ? Comment vivez-vous, comment financez-vous vos dépenses courantes ? Avez-vous un autre travail, à temps partiel ? Avez-vous de l'aide familiale, des emprunts ? De l'argent de côté qui vous permettra de vous concentrer sur votre projet l'année prochaine ?*).

Une fois l'entrevue terminée, et en cas de réussite de l'entrevue (ce qui était notre cas), le même conseiller reprend contact avec l'entrepreneur pour lui expliquer qu'il a été retenu pour passer la prochaine étape. Les lauréats écartés reçoivent une notification par courriel leur précisant qu'ils n'ont pas été retenus.

A ce stade, le conseiller est alors officiellement le *relai institutionnel* entre l'entrepreneur et Montréal Inc. Il a décidé de supporter le projet et en misant ainsi sur lui, il met en jeu sa « légitimité » pour le reste du processus de sélection. Lors de l'appel est précisé qu'une prochaine rencontre aura lieu face à deux professionnels membres-bénévoles Montréal Inc. qui jugeront de la pertinence du projet (dans notre cas le jury a été composé d'une professionnelle du secteur du textile

ainsi que d'une comptable agréée).

Le passage devant jury a lieu dans les bureaux de l'institution, c'est une présentation standard d'une quarantaine de minutes où sont évoqués les angles morts du plan d'affaires. De plus, l'entrepreneur - ou groupe d'entrepreneurs- doit se présenter, re-démontrer sa « motivation », sa résistance face aux difficultés et sa foi dans le projet (le conseiller à préalablement précisé aux entrepreneurs les attentes du jury « ils veulent vous connaître, découvrir vos personnalités »). Une grande part de la rencontre avec ce second jury est passée à évoquer les partenaires d'affaires, les institutions déjà rencontrées pour avoir du soutien, les prix ou les concours obtenus, les différents réseaux possédés. Dans les faits, les membres du jury cherchent à connaître en détail les trajectoires des entrepreneurs, l'expérience obtenue dans le secteur en question, la possession de compétences homologuées par l'expérience professionnelle et mobilisables pour le dit projet. Dans le cas de notre projet, la maîtrise à HEC-Montréal a été mise de l'avant comme garante de légitimité pour se lancer en affaires, mais pour justifier la légitimité quant au secteur d'activité choisi, nous avons aussi précisé l'appartenance à une famille qui avait de l'expérience dans le commerce de textile et plus spécifiquement du commerce de peau²². Une fois cette rencontre passée, une délibération a lieu, le jury donne son avis, le conseiller a lui aussi un poids, il peut appuyer le dossier « s'il croit dans le projet ». Si un avis positif est émis, on passe à une quatrième et dernière étape, elle fait intervenir un jury composé des membres dirigeants de Montréal Inc. et de partenaires donateurs (des grandes entreprises).

Ce second jury ne rencontre pas les entrepreneurs, il révisé le dossier, découvre les conclusions du conseiller et du premier jury externe. Il se réunit pour décider finalement de l'octroi d'une bourse ou non. Lorsqu'un avis final positif est donné, le lauréat reçoit un appel lui notifiant la réponse, et il est convié à la cérémonie des lauréats Montréal Inc.

Cette cérémonie réunit l'ensemble des nouveaux lauréats ainsi que les membres de l'équipe Montréal Inc. Chaque membre de l'équipe se présente, sont décrits les services offerts, et sont félicités les « nouveaux membres de la communauté » qui font dorénavant parti du « réseau Montréal Inc. ». On projette entre autre des acétates aux lauréats démontrant le réseau d'affaires auquel le groupe d'entrepreneurs a accès.

S'en suit une séance de « pitch » (prise de parole) où chaque entrepreneur se présente aux autres entrepreneurs et explique son projet. La capacité de se présenter en public s'avère essentiel pour espérer passer les différentes étapes de Montréal Inc. La cérémonie se termine par un cocktail de réseautage, où chacun donne sa carte aux autres lauréats.

²² Le père de l'auteure a été entrepreneur dans les années 1970, il a monté sa petite entreprise de commerce de peau en France.

Par la suite l'entrepreneur est recontacté pour obtenir les fonds de la bourse allouée, et on lui propose des services de mentorat dans différents domaines (comptabilité, légalité, fiscalité, marketing, etc.). On lui donne aussi la possibilité de rencontrer des personnes clefs, d'être mis en contact avec des « gros joueurs » du secteur grâce au réseau Montréal Inc. Une fois que le candidat est « labélisé » Montréal Inc. le contact entre l'entrepreneur et le conseiller de Montréal Inc. va devenir structurel, celui-ci va être à la disposition de l'entrepreneur pour l'aider dans sa réussite d'affaire.

Des informations complémentaires au sujet du mode de sélection sont fournies sur le site internet de Montréal Inc. On peut entre autre y lire : « *Nous dénichons les meilleurs. Notre processus de sélection rigoureux permet de choisir les projets d'affaires les plus prometteurs sur la base de critères tels que la créativité, l'innovation, la création d'emplois et le rayonnement pour Montréal.* »

Cependant, la « qualité du projet », soit les éléments plutôt « objectifs » ou économiques du projet (les opportunités d'affaires, l'innovation technique, la rentabilité à venir via les ventes espérées, etc.) sont explicités en détail dans le plan d'affaires déposé au début du processus de sélection (dans notre cas, le plan d'affaires faisait une cinquantaine de pages). Tous ceux qui ont passé la première étape et la deuxième étape (la rencontre avec le conseiller) ont déjà théoriquement validé des critères démontrant le « bon projet d'affaire ». Si Montréal Inc. «déniche les meilleurs », cette institution le fait aussi en se basant sur d'autres critères qui permettent de départager les candidats bien plus que les projets.

Critères officiels et critères officieux : le mystère institutionnel ?

Comme nous le voyons, le parcours pour devenir lauréat de Montréal Inc. est un parcours plutôt long, élitiste, qui commence dès le dépôt du dossier (pour la session du début d'année, le dossier doit être déposé avant fin février et la réponse a lieu en Mai, soit des étapes échelonnées sur deux voire trois mois) et se termine lors de la « cérémonie » de bienvenue des lauréats. Comme expliqué, ce processus est systématisé, divisé en étapes, et plutôt « lourd » pour les candidats. Chaque nouvelle étape Montréal Inc. apporte, en théorie, des conclusions supplémentaires données au jury suivant. Finalement, le processus de sélection semble plutôt mécanique et chaque nouvel avis positif vient valider et légitimer l'ensemble des conclusions précédentes. Celui qui finit par être lauréat est celui dont le « parcours » a été sans faute.

Pour autant, et pour l'individu qui s'y confronte, cette institution comme l'ensemble des institutions du même genre fonctionne comme une tour d'ivoire dont les critères restent relativement opaques. L'opacité correspond à la « la zone grise », à la marge de manœuvre de l'institution. C'est l'existence de critères subjectifs, secondaires tels que « la créativité, l'innovation » qui facilite une sélection à la discrétion de l'institution.

Pour illustrer le sentiment de mystère qui traverse la sélection de Montréal Inc. nous pouvons citer l'exemple de Denise²³. Nous avons rencontré Denise durant le processus de sélection et nous l'avons recroisée par la suite, une fois les résultats communiqués. Cette entrepreneure présentait un projet basé sur la confection et la production d'accessoires de mode. Son projet était, par ses caractéristiques, très proche de celui que nous présentions. Quand les résultats sont tombés, cette entrepreneure a été écartée. Elle a alors confié ne pas comprendre ce résultat car elle était allée jusqu'à l'avant dernière étape de sélection et que l'ensemble des critères étaient d'après elle validés. Elle nous a précisé qu'elle a donc pris contact avec Montréal Inc. afin d'obtenir la raison, la justification pour laquelle elle avait été remerciée. Sa frustration était grande. Or, et pour seule réponse rapide, l'institution a convenu « qu'après analyse du dossier, son projet ne présentait pas une création d'emplois suffisante ». C'est finalement un critère plutôt rationnel ou objectif qu'on lui a donné. Pourtant le caractère « suffisant » de la création d'emploi n'est pas explicité par la fondation. Par ailleurs, et après analyse de son projet, nos projets respectifs proposaient une projection de création d'emplois similaire, voire supérieure dans son cas pour les projections à moyen terme. Ainsi, et au final, il semble difficile de connaître réellement le dispositif qui est à l'œuvre. Qu'est-ce qui fait que son projet a été écarté et le nôtre retenu si les données objectives (création de richesse, rentabilité future, emplois, etc.) étaient validées dans les deux situations? Nous pensons que notre projet a obtenu le soutien institutionnel car les entrepreneurs présentaient le bon habitus, soit les caractéristiques que l'institution attend d'un entrepreneur.

Nous pensons que par cette « nomination », par les « honneurs », qu'accorde l'institution il y a une sélection qui est réalisée, et cette sélection semble être une sélection sociale dont les paramètres dépassent la question du projet de création d'entreprise. C'est un double tri qui est à l'œuvre « le tri des projets » mais surtout « le tri des agents qui cherchent à entrer dans le champ ». Rien que par la sélection Montréal Inc. telle que vécue, nous pouvons déjà identifier certains éléments qui semblent déterminants dans la sélection grâce notamment à la redondance de certaines questions posées à

²³ Nom volontairement modifié.

l'oral. Voici les éléments qui ont paru cruciaux: le niveau universitaire des lauréats (les jurys ont posé plusieurs questions sur cet aspect), les gratifications déjà obtenues par d'autres organismes ou institutions, les liquidités disponibles pour le projet, le réseau d'affaires et de professionnels mobilisable, la connaissance du secteur d'activité mais surtout la motivation de l'entrepreneur dans son projet, son assurance et sa certitude que le projet marchera. Ce sont tant de questions qui ne portent pas directement sur la rentabilité économique du projet. De plus, par l'ensemble des questions posées, le jury peut facilement « placer » le lauréat dans l'espace social, il identifie l'identité sociale de l'agent. On comprend que l'institution sélectionne certainement les lauréats en fonction d'une représentation spécifique de l'entrepreneur, d'un habitus précis qu'elle recherche. Dans les prochaines lignes nous tâcherons d'analyser les caractéristiques de la sélection réalisée.

2.2 Résultats de la sélection et typologie des entrepreneurs rencontrés

Nous l'avons vu Montréal Inc., comme les autres institutions du même genre, réalise une sélection afin de déterminer qui « mérite » ou non son soutien. Ces structures en viennent ainsi à déterminer le bon candidat. En rencontrant les lauréats, au travers d'entrevues, mais aussi en nous sociabilisant avec eux lors d'événements, certains « profils » se sont peu à peu dessinés, comme des « sous-groupes homogènes » d'entrepreneurs. Certes il convient de préciser que les candidats rencontrés, du fait de leurs caractéristiques sociales, partagent généralement beaucoup plus de points communs que d'antagonismes. Pour autant, des spécificités existent, elles s'expriment dans la nature du projet soutenu et dans les représentations qu'ils ont de *l'action entrepreneuriale*. Pour mettre en valeur, comparer et expliquer les spécificités existantes dans le groupe, nous avons décidé de présenter les résultats sous forme d'une typologie. Ce mode de description est courant dans les sciences sociales et permet de mieux appréhender les variations d'un objet social étudié. Chercher à construire une typologie n'est pas une démarche nouvelle en gestion, on observe dès les années soixante des « classifications » d'entrepreneurs (Verstraete, 2000, p.256). Généralement, au moment de construire une typologie en sciences sociales, la première référence qui s'impose au chercheur est celle de Max Weber et de son « idéal-type »²⁴. Stephen Kalberg, l'un des spécialistes

²⁴ « Si l'on veut penser quelque chose *d'univoque* sous ces termes, la sociologie est obligée d'élaborer de son côté des types (« idéaux ») « purs » de chacune de ces sortes de structures qui révèlent alors chacune pour soi l'unité cohérente d'une adéquation *significative* aussi complète que possible, mais qui, pour cette raison, ne se présentent peut-être pas davantage dans la réalité sous cette forme *pure*, absolument idéale, qu'une réaction physique que l'on considère sous l'hypothèse d'un espace absolument vide. Ce n'est que sur la base de ce *pur* type (« idéal ») qu'une casuistique sociologique est possible. » tiré de Weber, M., Économie et société, tome 1: Les catégories de la sociologie, Paris : Plon / Agora,

du sociologue allemand, résume l'idéal-type wébérien comme étant un « outil heuristique de définition, de comparaison et d'explication causale » (2010, p.87) :

« Cette analyse cherche à conceptualiser les orientations de l'action des individus composant différents groupes, à offrir une claire conceptualisation des cas et des développements particuliers et à en fournir des explications causales adéquates ». (Kalberg, 2010, p.94)

Pour la présentation de nos résultats, nous n'utiliserons pas le terme d'« idéaux-types » mais plutôt de profils-types. Cependant nous nous inspirons directement de Weber. En effet, le critère central que nous utilisons pour créer notre catégorie abstraite d'entrepreneurs est le sens que les agents donnent à leur action, soit la dimension symbolique de leur projet entrepreneurial. La présentation des résultats, suivra les grands thèmes abordés lors de l'entretien, et nous mettrons en valeur les représentations spécifiques de chaque profil-type. Des citations seront intégrées au texte pour illustrer notre propos. Nous allons maintenant détailler les différents profils-types d'entrepreneurs, existants dans l'échantillon d'entrepreneurs, en y intégrant des informations relatives à l'entrevue, pour ensuite conclure de façon générale sur l'habitus des individus rencontrés, les capitaux nécessaires et les stratégies déployées pour être un « bon entrepreneur » aux yeux des institutions de soutien.

Voici notre quatre « profils-types » :

- **L'entrepreneur « social »,**
- **L'entrepreneur scientifique,**
- **L'entrepreneur en soi,**
- **L'entrepreneur par tradition,**

1) *L'entrepreneur « social »,*

Nous entendons « entrepreneur social » comme celui qui présente son projet et motive son action par l'impact que celui-ci a pour ses proches et pour la communauté locale en général. Ce type d'entrepreneurs fait référence à Marie (M.J) et à Catherine (C).

Contexte de la rencontre et informations générales

Marie nous donne rendez-vous dans un des cafés du quartier d'Hochelaga. Après plusieurs reports de l'entretien pour cause d'imprévus professionnels, elle a refixé le rendez-vous à 7H30, un mardi matin, avant le début de sa journée. Marie a 32 ans, elle semble très dynamique. Née à Lanoret, en région, « sa (ma) mère était directrice d'école maternelle et enseignante, son (mon) père lui, était soudeur pour les projets maritimes. Il est allé à l'université en ingénierie avec les frères de sa (ma) mère, mais il n'a pas terminé son cursus, donc il n'est pas devenu ingénieur contrairement aux (à mes) oncles. » Marie est venue s'installer à Montréal dès ses 15 ans, elle précise « en fait je suis venue pour le CEGEP, dans un CEGEP précis où on enseignait le japonais – j'adore les langues – et j'avais un an d'avance ».

Catherine elle, nous a donné rendez-vous chez elle en après-midi. Elle a 29 ans et est française, elle a migré il y a quatre ans. Catherine a fait une partie de ses études en art en France, puis s'est orientée en design de vêtement en Espagne. Elle n'était pas disposée à cela, comme elle le précise, « mon père voulait que je fasse polytechnique, donc grosse déception ». En effet, son père, d'origine sociale populaire, est devenu ingénieur aérospatial au C.N.R.S (centre national de recherche scientifique) de Toulouse grâce à un passage réussi en classe préparatoire et dans une grande école française, pour lui les formations universitaires déterminent le reste de la vie. C'est l'école qui a permis son ascension sociale. Sa mère, d'origine étrangère, est devenue ingénieure informatique, elle est aussi en poste au C.N.R.S de Toulouse. Pour Catherine, l'entrepreneuriat n'était pas quelque chose d'évident, ses parents ayant évolué dans des univers liés au service public français, elle a dû s'improviser dans le monde des affaires « pour moi entrepreneur ça voulait pas dire grand-chose, et encore moins quand j'étais en France, j'ai pas été du tout sensibilisée aux affaires plus jeune. »

Parcours biographiques et motivations du projet

Marie a réalisé une ré-orientation durant ses études. « J'ai fait des études en neuropsychologie, j'adore les sciences, l'arithmétiques surtout, je suis vraiment bonne à ça, je suis allée jusqu'à la maîtrise que j'ai validée... mais je me suis rendue compte que je m'épanouirai dans d'autres projets, dans le fait de retaper des maisons ». Pendant l'université Marie a acheté un appartement avec sa sœur pour le revendre, elles l'ont rénové et ont réalisé une plus-value considérable, c'est alors qu'elle a compris l'intérêt économique de ce mécanisme. « Je me suis alors dit que je pourrai faire ça régulièrement, j'ai acheté plusieurs maisons et les ai revendues ». Ayant décidé de sa

reconversion professionnelle, Marie est retournée à l'université pour suivre un baccalauréat d'entrepreneur en construction général, pour faire du petit œuvre et piloter différents projets. Cela fait maintenant sept ans qu'elle est entrepreneur en construction et qu'elle gère de multiples projets. Catherine elle a travaillé dans son domaine de formation, la création de vêtement. Elle a immigré au Canada pour vivre ailleurs, hors de la France, et trouver un emploi dans son secteur. Après un passage dans différentes entreprises de création de vêtements, puis un passage au Cirque du Soleil en tant que couturière de costume, elle a décidé de lancer un projet autonome. Elle s'est ensuite décidée à lancer sa propre marque de vêtements produits localement. Elle a considéré qu'elle avait des « choses à dire, à créer » et qu'elle ne pourrait pas le faire dans le monde de l'entreprise. Son projet a débuté à Montréal en 2012, d'abord seule, elle a ensuite été rejoint par deux autres partenaires. Devenir entrepreneur a donc été un passage obligé pour pouvoir réaliser, de façon rentable, ses propres créations.

Pour Catherine et pour Marie, le projet entrepreneurial doit avoir un sens pour la communauté locale, pour l'environnement social dans lequel elles évoluent. Ce point marque une différence avec les autres profils que nous aborderons dans les lignes qui suivent. Catherine, durant l'entretien a évoqué le consumérisme ambiant, l'exploitation des pays émergents ainsi que les conséquences environnementales que la production textile implique. Mais elle a surtout insisté sur l'importance d'avoir un projet qui connecte la communauté locale, un projet collaboratif qui fasse participer des personnes aux savoirs faire traditionnels (la couture, le patronage, le tissage, les fournisseurs de textiles, les créatifs montréalais). Face à la disparition du secteur du textile à Montréal, causée par les délocalisations successives, elle voit à un enjeu à créer de nouveaux projets locaux. Sans une communauté « qui travaille ensemble » souvent bénévolement pour la « réussite d'un beau projet », elle ne verrait pas l'intérêt d'assumer ce projet alors que la rétribution économique est très mince. « J'aime vraiment ça, et c'est qui me motive, donner du travail à des couturières, à des ateliers, travailler les produits pour que les gens se sentent bien en les portant, chercher des textiles écologiques, c'est tout ça qui m'a motivé à me lancer en entrepreneuriat et à y rester, même si c'est très dur, j'ai l'impression de travailler au sein d'une communauté ». Elle trouve le mode de fonctionnement de son projet beaucoup plus « humain » que les logiques auxquelles elle s'est confrontée en entreprise, auxquelles elle n'était pas préparée. Catherine pense se réaliser au travers de son projet voire même s'émanciper. C'est globalement la même approche qu'assume Marie. Marie précise que son projet, elle souhaite le faire à son image : « Comme je travaille dans le bâtiment, j'ai des idées précises en terme de bâtisses écologiques, de gestion de l'énergie, je souhaite mettre des panneaux solaires, gérer les circuits d'énergie et d'eaux. J'avais envie d'avoir un

projet de construction alternatif des condos trop moches qu'on voit partout. La ville en est bourrée de condos hideux. (...) Je pourrai pas faire un projet qui n'a pas de sens, pour moi, la communauté, les quartiers, les gens qui me sont proches, c'est ça qui me motive, le progrès est collectif. » C'est d'ailleurs pour cela que Marie fait beaucoup travailler ses proches, elle développe ainsi des modes alternatifs d'organisation avec sa famille, « plus respectueux de chacun ».

Le sens de leur projet est d'autant plus fort que les réalités du marché de l'emploi conventionnel leur sont apparues comme aliénantes. Catherine précise qu'elle a mal vécu la hiérarchie, la pression, notamment quand elle devait coudre de façon chronométrée et qu'elle avait le contremaitre sur le dos. Marie, elle, s'est rapidement confrontée aux logiques professionnelles « j'ai été salariée toute ma jeunesse, c'est du stress, des angoisses, mal au ventre, gérer les relations bizarres de travail, les relations de pouvoir, y'a des abus, c'est chiant d'avoir peur de te faire virer du jour au lendemain. C'est vulnérable quand même »

Action entrepreneuriale et stratégies des entrepreneurs « sociaux »

Ces deux entrepreneurs ont tous deux beaucoup insisté sur la finalité de leur projet. Les raisons qui les poussaient à assumer au quotidien l'action entrepreneuriale. Or la référence aux valeurs « communautaires », aux valeurs parfois morales est l'expression des considérations qui priment dans leurs milieux d'origine. Elles ont très peu évoqué la volonté de s'enrichir, de gagner de l'argent, mais plutôt la recherche de liberté et d'indépendance comme principe d'action. Ni Marie ni Catherine ne viennent du monde des affaires. Elles viennent d'un univers privilégié où les parents ont été en contact permanent avec l'éducation, les services publics, etc. Marie a une mère dans l'éducation et Catherine un père dans la recherche. Ce sont des espaces spécifiques, des champs sociaux où la recherche du lucre, les logiques comptables et de rentabilité, n'ont (traditionnellement) pas ouvertement le droit de cité. Aussi, on comprend à leur contact que les valeurs dans lesquelles elles ont baignées plus jeunes ne les prédisposaient pas à évoluer dans le monde des affaires. Pour autant elles ont fait ce choix, et cherchent à créer une convergence entre le sens de leur action au vu des valeurs d'origine et l'impératif entrepreneurial (l'impératif de marché). On retrouve dans leur discours des propos très en vogue actuellement dans l'entrepreneuriat social. Soit l'idée que l'action individuelle peut et doit servir l'intérêt collectif, que l'individu n'est rien sans le groupe, mais qu'à l'inverse le groupe a aussi besoin des initiatives individuelles pour progresser. Etant toutes les deux des enfants de la classe « bourgeoise » de province, représentée par les hauts fonctionnaires, les professions libérales, les médecins, les professeurs, Marie et Catherine cherchent inconsciemment à

reproduire une situation sociale privilégiée où elles auront les moyens de s'épanouir, moyens matériels comme intellectuels. Elles ont toutes les deux un très haut capital culturel, empreint de considérations non-économiques. Aussi, pour se positionner dans l'espace social, elles développent une stratégie que Bourdieu qualifierait de *stratégie de reconversion*²⁵. Le positionnement dans le monde salarial pourrait leur assurer l'obtention d'un capital économique futur, sans pour autant leur apporter les privilèges sociaux attendus (travailler pour une cause supérieure non-économique, avoir une liberté de main d'œuvre dans les décisions, avoir de la reconnaissance pour les gestes posés, etc.). C'est face aux nouvelles logiques de travail, et dans l'espoir d'obtenir la même qualité de vie où le même positionnement social d'origine qu'inconsciemment le choix de l'entrepreneuriat s'impose.

Ces deux entrepreneurs, sont les seuls qui ont évoqué les valeurs communautaires et sociales, or on remarque aussi que ce sont les seules filles de l'échantillon. Ces deux entrepreneurs, sont les seuls qui ont évoqué les valeurs communautaires et sociales, or on remarque aussi que ce sont les seules filles de l'échantillon. Ces entrepreneurs ont donc deux identités qui peuvent théoriquement influencer sur les représentations et leur discours : l'appartenance à une bourgeoisie non-économique et leur genre féminin. Bien que Bourdieu n'ait pas intégré le paramètre de « genre » dans ses analyses, l'identité de « femme », toujours en mouvement, conditionne l'action et le discours. On pourrait émettre l'hypothèse que le construit social favorise ou tolère la prise en compte de considérations non-économiques chez les individus de genre féminin. Cette hypothèse va dans le sens de certains discours qui visent à essentialiser « le caractère féminin » dans le monde des affaires et du travail. Une autre lecture serait de considérer qu'il est moins bien vu pour les individus de sexe féminin d'assumer pleinement des finalités essentiellement économiques, et que les femmes ont traditionnellement intérêt à les camoufler derrière des considérations qui appartiennent plutôt à la sphère « domestique » et traditionnelle (valeur morale, la considération du « prochain », etc.). Cependant, avec les informations à disposition, il est impossible de savoir si ces hypothèses s'appliquent aux deux entrepreneurs rencontrés.

2) *L'entrepreneur scientifique*

Notre second profil type est « l'entrepreneur scientifique ». L'ordre des mots à un sens, et par cette formulation nous soulignons que nos candidats sont avant tout des scientifiques qui sont, pour des

²⁵ La stratégie de reconversion correspond à la stratégie par laquelle "les individus ou des familles visent à maintenir ou à améliorer leur position dans l'espace social en maintenant ou en augmentant leur capital au prix d'une reconversion d'une espèce de capital dans une autre plus rentable et/ou plus légitime" Bourdieu (1978, p.2)

raisons de parcours de vie, de contexte, devenus entrepreneurs. Cette réalité va s'exprimer dans la nature de leur projet et dans l'explication qu'ils donnent de leur action. Ce second profil prend les traits d'Eric (E.) et de Thierry (T).

Contexte de la rencontre et informations générales

Nous rencontrons Éric en après-midi, dans un nouvel appartement à l'ouest de Montréal dans lequel il vient d'emménager ses « bureaux ». Au sous-sol, son laboratoire, le cœur de son activité.

Généralement jusqu'à quatre personnes peuvent y travailler, réalisant des analyses génétiques. Éric est réticent à faire visiter le laboratoire, il n'a pas beaucoup de temps, aussi l'entretien prend place dans le salon qui fait office de salle de réunion.

Éric a 26 ans, il ne vient pas de Montréal mais de Repentigny, en banlieue. Il est venu à Montréal pour ses études, il a validé une maîtrise en biogénétique, il y a presque deux ans. Les sciences c'est une histoire de famille, des deux côtés on a poussé les études assez loin, sa mère est « psychologue » et son père « médecin », de même sa sœur est « infirmière et son (mon) frère est physicien ». Des créateurs d'entreprises il y en a dans sa famille plus ou moins proche, mais l'influence semble avoir été vraiment minime, d'après lui.

Thierry pour sa part n'a aucun entrepreneur dans sa famille, à sa connaissance. Thierry vient de Lille, il nous rencontre à l'Université de Montréal où il loue un espace de travail pour son projet. Des laboratoires mis à disposition par l'université moyennant rémunération. Thierry est venu faire son post-doctorat en chimie moléculaire il y a quatre ans et n'est jamais reparti.

Parcours biographiques et choix entrepreneurial

Thierry n'avait jamais pensé à se lancer en entrepreneuriat, il a passé toute sa vie dans les institutions scolaires et universitaires en France puis à Montréal. C'est un pur scientifique qui est passé par le système élitiste français. Il nous explique que l'entrepreneuriat a été un choix qui s'est imposé, malgré lui. Quand il est venu faire son « post-doc' » à Montréal, l'industrie du médicament y était très développée. En l'espace de quelques années, le secteur s'est totalement dilué. Les grandes entreprises se sont démantelées au fur à mesure à tel point qu'une fois son post doc' terminé il n'a pas pu trouver de travail correspondant à sa spécialité et à son degré de compétence. Pourtant, il s'est rendu compte qu'il y avait une carence de certains médicaments, absents du marché. Il a donc décidé, avec un autre collègue qui finissait lui aussi son post-doc, de créer leur projet de synthèse moléculaire, assumant alors un rôle de sous-traitant pour des grandes entreprises

pharmaceutiques d'un peu partout. Cela fait maintenant deux ans qu'il est dans l'aventure entrepreneuriale.

Éric lui intervient dans le domaine de la génétique. Sa très petite entreprise (TPE) propose « des tests génétiques destinés au public et aux professionnels de la santé dans une optique de santé préventive ». Plus précisément son entreprise propose, moyennant rémunération, de scanner le génome des individus pour identifier certaines prédispositions à développer des maladies. La finalité est de permettre aux individus de modifier ou de prévoir leur comportement et leur mode de vie en fonction des prédispositions identifiées (tabac, alcool, etc.).

Thierry et Éric évoluent donc dans des secteurs très pointus qui exigent des connaissances préliminaires très développées. Ils sont des « experts » dans leur domaine et c'est cette même expertise qui leur a permis d'identifier des créneaux très spécifiques, des niches. Le parcours d'Éric a des points communs avec Thierry, mais sa démarche a été plus tâtonnante que celle de Thierry. Tout comme Thierry, Éric s'est lui aussi confronté aux difficultés de l'insertion sur le marché du travail. Il a d'ailleurs passé une période de chômage. Comme il le précise « trouver un travail n'est pas là le problème », mais trouver un travail qui lui corresponde et soit à la hauteur de ses compétences, c'est la vraie difficulté. « Jusqu'en Juin dernier (2014) je regardais encore les offres d'emploi dans mon domaine. C'est toujours incertain et stressant quand même. J'ai testé et je me suis dit bon, on sait jamais, pourquoi pas aller un peu dans cette direction-là. Ça coûte 385 dollars de s'incorporer (comprendre incorporer son entreprise), et puis bon, pourquoi pas se faire des cartes d'affaires. Mais comme je me cherchais un emploi en parallèle alors j'avais besoin de booster mon CV et donc ça fait toujours bien de pouvoir mettre PDG-Chef d'entreprise d'une start-up, ça paraît bien. Et finalement j'ai vu que le projet générait vraiment de l'intérêt dans la communauté de Montréal, que ça devenait réel, je me suis dit alors pourquoi pas vraiment me lancer? (...) Je voyais qu'il y avait des opportunités d'affaire sur la génétique qui n'étaient pas développées du tout et je me suis dit ...allez! ».

Action entrepreneuriale et reconversion sociale

Ni Éric ni Thierry n'ont réellement évoqué l'importance de leur action pour les autres acteurs de la communauté. Alors que leurs projets respectifs portent sur des questions de santé publique, soit un enjeu central dans la société, ni l'un ni l'autre n'a présenté l'importance de leur action pour des raisons autres qu'économiques ou « carriéristes ». Ils abordent l'action entrepreneuriale de façon mécanique, pratique, très technicienne. Il s'agit essentiellement d'exploiter leur expertise respective, d'avoir un projet rentable sur du long terme. Pour Éric, le marché du travail n'offre plus le bon type

d'emploi au vu du niveau de qualification de nombreux jeunes. C'est aussi une question générationnelle, un changement de mentalité qui va de pair avec l'augmentation du niveau d'étude au Québec. « Tu vois moi j'étais en doctorat à l'UDEM mais j'ai lâché car j'ai compris que ça me donnerait pas de job, j'ai des amis qui ont fait leur doctorat et qui sont au chômage (...) La plupart des personnes qui je connais qui sont sorties de l'université cherchent de l'emploi ou sont dans des grandes corporations mais avec des jobs sous-évalués. Certains ont une maîtrise et travaillent dans des *call centers* (...). Aujourd'hui pour un même poste quelqu'un qui a plus d'éducation devrait avoir le poste, ce n'est pas le cas. (...) T'as une personne qui a une maîtrise et une personne qui a un doctorat pour le poste. Les employeurs vont se demander : c'est laquelle qui est la plus rentable sur le poste? »

D'après eux, et à une époque antérieure, leurs connaissances auraient été reconnues à leur juste valeur sur le marché. Comme ce n'est plus le cas, ils cherchent une stratégie de contournement à leur condition. C'est dans ce contexte que l'entrepreneuriat est apparu comme une alternative. En effet, c'est l'un des traits caractéristiques de « l'entrepreneur scientifique », le choix des affaires est une stratégie de contournement face à un panorama professionnel qui a évolué violemment alors même qu'ils se préparaient au salariat, niveau cadre supérieur. Cette stratégie rejoint la *stratégie de reconversion* envisagée dans le cas des « entrepreneurs à la pensée collective ». Éric et Thierry viennent tous les deux d'une classe sociale privilégiée. Les deux parents de Thierry sont dans l'enseignement, l'un à l'université et l'autre au lycée. Sa sœur est elle aussi professeure d'université en droit à Lille. Éric a un père médecin, une mère psychologue, un frère physicien et une sœur infirmière. Aussi, ils sont tous deux issus de familles où le savoir est très valorisé mais ils représentent la première génération familiale qui exploite les connaissances scientifiques dans le monde des affaires. Ce n'est pas ce qu'ils avaient prévu, ils envisageaient durant leur cursus d'évoluer dans l'univers de la recherche universitaire mais leur quête de reconnaissance sociale et de qualité de vie (matérielle), en lien avec leurs origines sociales, les force à élaborer de nouvelles stratégies de positionnement. Ce qui est différent du premier profil-type d'entrepreneur est que Thierry et Éric assument ou revendiquent beaucoup plus aisément l'enjeu économique. Ils se sont éloignés du monde du savoir pour intégrer celui des affaires et s'y sont facilement pliés. Ils sont passés d'un univers très techniques (les sciences dures) et abordent le monde des affaires avec cette même technicité, d'ailleurs Éric le précise « dans l'entrepreneuriat, y'a rien de magique, c'est du pratico-pratique ». Ils n'envisagent aucun « intérêt supérieur » à leur action. Ni la quête d'émancipation, ni l'intérêt communautaire, ni même l'enjeu scientifique pour la production de connaissances ne parcouraient leur propos. Les seules préoccupations se résument à élucider la mécanique de la réussite en affaires.

3) *L'entrepreneur en soi*

Le troisième type d'entrepreneur identifié est « l'entrepreneur en soi ». Celui-ci est lui aussi un expert ou un « scientifique », mais il s'auto-identifie d'abord comme entrepreneur et justifie son projet différemment des « entrepreneurs scientifiques » rencontrés. C'est notamment la finalité de leur projet, soutenue par une croyance exacerbée dans la technologie et le progrès, qui les dissocie du second profil-type. Ils ont une lecture de leur action qui prend en compte les conséquences pour la société. Les individus qui correspondent à ce profil sont Andy (A.) et Pierre (P.).

Contexte de la rencontre et informations générales

Pierre nous propose une rencontre un après-midi dans le hall de HEC-Montréal. C'est pour une question pratique qu'il a choisi cet endroit, il travaille proche pendant la semaine et collabore avec la chair d'entrepreneuriat du HEC.

Pierre est né à Montréal d'une mère provenant de Québec et d'un père « juif marocain » immigré. Sa mère a commencé à travailler au moment du divorce de ces parents, quand il avait 11 ans, elle a assumé un poste d'adjointe administrative et de secrétariat. Son père était plombier, un « col bleu » comme il me le précise à plusieurs reprises. Pierre a aujourd'hui 35 ans, il a lancé son entreprise en 2012 mais il est aussi professeur en maîtrise au département de design de jeu à l'UDEM.

Pierre travaille sur le concept de *gamification*. Il utilise le « jeu comme un levier pour l'apprentissage ou la motivation ou pour influencer sur les comportements humains ». Aussi, lui et son équipe, 3 co-fondateurs et 5 employés, proposent leurs services au secteur de la santé, aux institutions publiques mais aussi à des entreprises privées. Il travaille actuellement sur le développement d'un système basé sur le jeu et mobilisable « dans le recrutement des ressources humaines ». Andy, lui, nous donne rendez-vous dans ses bureaux au Vieux Port. Il a une petite entreprise de réutilisation de moteurs usagés de voitures utilitaires (modifiés pour les rendre moins énergivores). Avec deux employés, ils développent des techniques très innovantes.

Parcours biographiques et motivations entrepreneuriales

Ces entrepreneurs technologiques sont eux aussi passés par l'université, dans des filières scientifiques. Dans le cas de Pierre, celui-ci a commencé par faire de la recherche en

neuropsychologie dans différents pays, mais il a développé à 29 ans une forme rare de cancer. Cet épisode de vie lui a fait changer de trajectoire. Une fois guéri il a alors trouvé des emplois sans qualification précise pendant trois ans. Puis il s'est décidé à retourner à l'université pour suivre une formation qui le motivait par ses potentialités : le design de jeu. Aujourd'hui il enseigne dans le département de Design de jeu de l'université de Montréal. Pour lui, avoir développé son projet correspond à une « histoire de vie ». « Ma maladie, j'ai failli mourir. Pour moi c'est un projet de vie ». Dans le cas d'Andy, sa trajectoire est plus linéaire, après un CEGEP technique orienté vers l'informatique, il a décidé de retourner aux études pour développer son projet de moteur innovant.

Action entrepreneuriale et rôle de la technique

Pierre a une lecture « hors du commun », « tu l'es ou tu l'es pas ». Dans son cas il aurait toujours été entrepreneur mais il aura fallu un élément déclencheur – une maladie et ses conséquences- pour qu'il se lance. De plus, « un entrepreneur c'est Steve Job, Bill Gates, c'est quelqu'un qui a une vision, qui veut changer le monde. Moi je pense, que tout bon entrepreneur là, si tu creuses un peu, il veut être dans le dictionnaire... Il veut un jour être dans le dictionnaire car il veut avoir fait quelque chose d'important pour le monde ou pour sa communauté, j'en suis sûr ». Pour Pierre, le vrai entrepreneur assume donc son caractère héroïque. Un entrepreneur règle des défis et optimise « ta vie est une série de problèmes, ce que tu dois faire c'est optimisé, il faut être très résilient » et ces capacités sont d'après lui des « soft skills » qui ne s'apprennent pas. Cette approche est très spécifique et différente des autres profils rencontrés. Pierre, tout comme Andy, voit dans l'action entrepreneuriale une démarche innovante, révolutionnaire, déterminée par ce qu'ils « sont ». Andy lui aussi veut « changer la face du monde », faire différemment, rénover la société. Ils ont tous deux un penchant pour l'hyper-modernité, le futur, Pierre précise d'ailleurs que l'« on est à une époque super intéressante, où les nouvelles technologies s'interfacent avec la vie humaine, et on ne comprend encore l'étendue de ce qui se passe. On a la chance d'être maintenant là, à l'avant-garde, dans un secteur où on utilise des concepts de design (...) on est en train de créer des synergies, des synergies organiques entre des entreprises, entre des entrepreneurs à Montréal (...) On pitch des idées pour changer le monde, des idées qui sont humanistes, altruistes, magnifiques et des idées qui (...) font peur. (...). La réalité virtuelle, la réalité augmentée, c'est incroyable ce que tu peux faire ». Pierre souhaite changer les comportements, et les modes d'interaction entre humains, et il pense que le « progrès » ne peut passer que par une interaction crescendo des hommes avec les machines. C'est à cette entreprise, ou plutôt dans cette visée transhumaniste qu'il travaille et développe son projet actuel de « jeux sérieux ». Andy lui aussi

envisage son action à l'échelle du monde et à long terme, il veut laisser son empreinte, il considère que tout le monde ne peut pas être entrepreneur et que certains doivent montrer la voie, ce sont des personnages différents. Pour lui l'innovation technologique apporte des potentialités infinies et il veut participer à cette dynamique. Cette lecture est très proche de l'image véhiculée par Schumpeter et de la responsabilité de l'entrepreneur dans le progrès de la société.

Origines sociales et stratégie de positionnement

On remarque que ces deux entrepreneurs sont ceux qui proviennent d'origines sociales les moins privilégiées de l'échantillon. Andy a deux parents qui ont vécu l'immigration et l'installation au Canada, ils ont eu à travailler énormément pour répondre au besoin de leur famille. Dans le cas de Pierre « Je viens d'une famille de col blanc et d'intellectuels. Sauf mon père c'est un col bleu, il est plombier. Mais mes oncles sont journaliste, médecin, professeur et donc pas du tout entrepreneurs. On est plutôt intellectuel, ma grand-mère m'a légué sa bibliothèque, des tonnes de livres. Donc ça m'a influencé. ». Celui-ci a donc joui d'un capital culturel élevé, mais il a évolué dans une condition matérielle limitée. Son père était un travailleur manuel, et après le divorce c'est sa mère qui a dû assumer les responsabilités domestiques. Andy et Pierre sont ceux qui pensent leur action le plus globalement, leur motivation entrepreneuriale viendrait de la croyance que leur action a une incidence sur des réalités sociétales. C'est aussi leur attraction pour la technologie et leur volonté de l'appliquer dans les réalités quotidiennes qui motivent leur projet. A la différence d'Éric et Thierry, ils assument une finalité non-économique. D'un point de vue de la stratégie sociale, la famille paternelle de Pierre a subi un « déclassement » social du fait du parcours du père. On lui a légué un capital culturel fort sans avoir à disposition de capacité financière. Aussi dans le cas de Pierre, son choix entrepreneurial peut faire office d'ascension sociale si elle est réussie, elle peut aussi être vue comme une forme de « re-classement » bourgeois si on considère la discontinuité entre ses grands-parents paternels d'un environnement bourgeois et la réalité sociale plus populaire de son père. Pour Andy, le choix entrepreneurial fait office d'une stratégie d'ascension sociale. Il a évolué dans une situation familiale immigrante, ses deux parents ont quitté le Vietnam pour s'installer au Canada. C'est une stratégie de positionnement qui lui permettra, si elle réussit, de mieux se placer dans l'espace social global. Les origines sociales de Pierre et d'Andy, parce qu'elles présentent des épisodes de discontinuité (familiale et personnelle) jouent sur la perception qu'ils peuvent avoir de la « mobilité sociale ». Ils ont évolué dans des univers moins statiques, moins sûrs et enracinés que les autres entrepreneurs issus de la classe bourgeoise.

4) L'entrepreneur par tradition

Le dernier profil envisagé est celui de « l'entrepreneur par tradition ». Nous sommes dans ce cas assez proches de la perception répandue de l'entrepreneur aux aguets des bonnes opportunités d'affaire. Ce cas recoupe les 4 autres entrepreneurs de l'échantillon. Les projets assumés sont plus « conjoncturels », ils ne sont pas reliés à un domaine d'expertise très élevé comme le cas des « entrepreneurs scientifiques », ils ne correspondent pas non plus à une quête personnelle ni à une vocation communautaire, et ce ne sont pas non plus des projets qui visent la promotion d'une représentation spécifique de la société (nous pensons dans ce cas aux technophiles). Les entrepreneurs par tradition sont plutôt détachés du projet assumé et envisagent le dit projet au travers des conditions matérielles d'existence qu'il assure ou pourra assurer dans le futur. Les entrepreneurs regroupés dans cette catégorie sont François (F.) et son projet de scénographie et de décors interactifs, Marc-André (M.A) et son projet d'éditions numériques, Mathieu (M.) et son projet de logiciel de gestion maritime, Georges (G.) et son projet d'huile d'olive importée, vendue au détail.

Les différents parcours et les projets entrepreneuriaux

Maxime est de la banlieue de Montréal, il a 29 ans, c'est un ancien marin, un conducteur de navire marchand. Après le CEGEP, il a travaillé 6 ans pour une compagnie maritime qui faisait des liaisons entre le Canada et l'Amérique centrale. « C'était bien, mais je me suis tanné du rythme, tu pars longtemps, parfois tu restes longtemps sans poser un pied à terre, j'avais envie de tester autre chose ». Il a alors monté avec son ex-compagne une entreprise de production de vêtements au Mexique, qu'il a ensuite arrêté. Une fois de retour à Montréal, il a développé un site internet qui met en contact les demandeurs d'emplois avec les entreprises du secteur maritime. Il possède toujours ce site, il lui assure des rentrées mensuelles. Mais « c'est pas un vrai projet, c'est un truc que j'ai développé car j'ai vu que y'avait un besoin, j'ai travaillé avec un développeur, je lui ai demandé de me faire la plateforme, et la ça marche tout seul, les utilisateurs payent une contribution pour avoir accès aux offres.» Ce n'est pas ce projet qu'il a présenté à Montréal Inc. « mon dernier projet en date : un logiciel de gestion pour les compagnies maritimes qui permet de centraliser et de simplifier le fonctionnement interne des équipes sur les navires ». Le programme est développé, Mathieu cherche aujourd'hui à le vendre, il démarche. Il n'est pas certain que son projet marchera, il y travaille, mais comme il le précise, « au pire il (je) renflouera les caisses pour monter une nouvelle idée dans quelques années ».

Georges, lui est Français, à Montréal depuis déjà sept ans. Il exploite en ce moment son concept d'huile d'olive de qualité, biologique, importée du monde entier. L'huile est vendue dans des cylindres, on achète une bouteille générique en verre et on vient faire ses réserves régulièrement. Georges est un habitué des projets d'entreprise. Fils d'un expert-comptable et d'une enseignante, tous deux d'origine paysanne de la région de Toulouse, il a très tôt eu des « initiatives ». A 18 ans il montait son premier site internet dans la téléphonie. « Ça a marché un temps ». Puis il a travaillé sur de nouvelles idées mais il y a toujours eu des va-et-vient entre le monde conventionnel de l'emploi et la création d'entreprise. Ce qu'il aime « c'est le lancement d'entreprise, une fois que ça marche, après cinq ans généralement », il revend. La dernière compagnie en date qu'il ait revendue est une compagnie qu'il avait montée en France, de « sex toys » de luxe (jouets sexuels en français). Il les importait des États-Unis, « ça marchait très bien, j'ai bien revendu l'affaire », par la suite, il a répliqué le modèle d'affaire au Québec, qu'il a là aussi fini par revendre. C'est après un passage comme salarié dans une entreprise, qu'il a décidé, avec un ex-collègue, de monter une entreprise cette fois-ci dans l'alimentaire, dans l'importation d'huile d'olive.

Le troisième entrepreneur est Marc-André, il a un projet dans l'édition numérique. Au sortir des études il était pigiste pour différents journaux, mais il a décidé de créer son projet de « courtes nouvelles en ligne ». Ils sont trois partenaires. Marc-André aime le projet mais se donne encore un an pour voir si cela marche et si la croissance souhaitée arrive. « Quand tu te lances en entrepreneuriat, l'échec du projet c'est une réalité que t'anticipes dès le début, c'est possible, mais c'est pas grave, c'est formateur aussi, après tu montes un autre projet. Moi j'ai toujours pleins d'idées. » Enfin, Félix, lui a suivi une formation de lutherie puis de designer graphique, il voulait lancer un projet de décors, d'environnements interactifs. Il s'est associé avec un ingénieur industriel pour développer le concept.

Les motivations de l'action entrepreneuriale

La spécificité de ce type de profil est que l'initiative entrepreneuriale n'englobe généralement qu'elle-même, il y a peu de place pour d'autres considérations supérieures, ce ne sont pas des projets de vie, mais des réalités mouvantes qui suivent les variations du monde des affaires. Le projet réside sur un concept d'affaire qui n'intègre pas vraiment d'autres dimensions communautaires ou sociales. Tout comme les « entrepreneurs en soi », c'est avant tout l'opportunité d'affaires et sa rentabilité future qui importent. Mais à l'inverse des entrepreneurs scientifiques, ces entrepreneurs opportunistes chercheront à se ré-inventer rapidement, quitte à changer totalement de domaine. Là où les premiers ont besoin d'enraciner leur action dans un domaine d'expertise « rationnel »,

maitrisé et surtout distinctif, les seconds sont plus volatiles et vont avec la contingence.

Origines sociales et les stratégies

Les origines sociales de ce groupe sont un peu plus diverses que dans les autres profils-types. Cependant on remarque qu'ils viennent tous d'une classe sociale privilégiée. À la différence des autres entrepreneurs, ils sont plutôt issus d'une classe bourgeoise qui a réussi dans les affaires, ils ont tous des entrepreneurs proches, voire très proches dans leur famille, à l'exception de Georges. La spécificité de Georges est que ses parents, baby-boomers, ont vécu une ascension sociale forte grâce à l'école, ils ont quitté la campagne toulousaine pour suivre des études, ils ont ainsi été la première génération à s'extirper du monde agricole. Aussi, cette ascension sociale est récente, peu enracinée dans la histoire de la famille. Cette « rupture » familiale a certainement privilégié une lecture stratégique différente des autres entrepreneurs d'origines moins agricoles. Georges n'a pas fait beaucoup d'étude, il est parmi les moins diplômés, mais c'est celui qui semble faire le plus de « tentatives », de combinaisons d'affaire différentes. Quant aux autres répondants, ils ont eu des modèles d'entrepreneur dans la famille directe. On peut alors émettre l'hypothèse qu'une forme de perméabilité aux logiques des affaires ainsi qu'une résilience face à l'échec existe dans la culture familiale de ces répondants. Aussi, dans ce cas, l'entrepreneuriat est une stratégie de positionnement qui peut être globalement reproductive; pour Georges la stratégie entrepreneuriale peut représenter un moyen de continuer l'ascension sociale amorcée par ses parents vis-à-vis du milieu paysan d'origine.

3. Capitaux et habitus des jeunes entrepreneurs

Nous venons de nous pencher sur une typologie possible des candidats rencontrés, la distinction était basée essentiellement sur les représentations des candidats et plus spécifiquement sur la perception que les agents avaient de leur *action entrepreneuriale*. Cette typologie a permis la comparaison des profils entre eux. Nous avons pu apprécier la diversité des représentations des répondants. Cependant, nous avons aussi remarqué des points communs quant aux capitaux dont disposaient les candidats et quant aux stratégies déployées pour se positionner dans le champ économique global. Nous allons maintenant porter notre réflexion sur les capitaux à disposition des entrepreneurs.

On remarque tout d'abord que les parents des agents interrogés ont souvent eu des professions qui exigeaient l'obtention d'un diplôme universitaire. Pour pouvoir exercer, les parents ont validé un cursus équivalent au baccalauréat, (enseignante, infirmière, expert-comptable, etc.) voire parfois plus élevé (géologue, médecin, etc.). Or, au Québec, le passage par l'université est une réalité généralisée depuis peu, encore aujourd'hui beaucoup d'étudiants sont des étudiants de première génération (EPGU). En ne citant que l'Université du Québec (UQ) et l'Université du Québec à Montréal (UQAM), c'est dans le 58% des étudiants (chiffre pour l'automne 2011)²⁶ et 52%²⁷ des étudiants (chiffres de 2012-2013) qui étaient des EPGU. Ainsi, le simple fait que les parents des répondants-lauréats, souvent originaires de région, aient transité par l'université durant leur jeunesse témoigne de leur origine privilégiée. Les professions telles que médecin, psychologue, enseignant, géologue, sont des professions à haut capital socio-culturel, ce sont des postes à responsabilité qui jouissent d'une reconnaissance sociale certaine. Les parents des lauréats possèdent globalement « un capital culturel » élevé, qui leur a permis de se différencier tout au long de leur trajectoire, de se distinguer des autres individus de l'espace social moins - voire pas du tout - dotés en capital de ce type.

Tout comme les parents, les lauréats sont très dotés en capital scolaire et universitaire. Dans l'échantillon, l'ensemble des projets (sauf 3 projets) sont basés sur l'intervention de technologies poussées (on pense notamment au scannage du génome, à la synthèse chimique de Thierry, au développement de moteur alternatif d'Andy, à la gestion énergétique de Marie). Ce sont des projets dont la création de richesse dépend d'une médiation technologique de haut niveau. Or, dans ce contexte, les créateurs d'entreprise se présentent aux institutions en tant que vrais « experts ». Ce capital a été obtenu essentiellement par le passage par l'université, et a donc été « institué » ou reconnu par d'autres institutions de façon préliminaire (le niveau moyen des répondants était la maîtrise). On comprend que, tout comme les parents, le passage par le champ universitaire fait partie intégrante de leur stratégie sociale. On remarque, de plus, qu'il y a une similitude entre les candidats dans le choix du domaine universitaire étudié, les lauréats ont souvent une expertise en « sciences dures », biologie, chimie, sciences mécaniques, informatique. Cette similitude nous permet de formuler une hypothèse : le capitale universitaire n'a pas de valeur dans « l'absolu » mais varie en fonction de la discipline et du niveau atteint. Dit autrement, le capital

²⁶ Documentation officielle de l'Université du Québec sur les EPGU, récupéré sur <http://www.uquebec.ca/colloquesae/wp-content/uploads/2014/06/Les-%C3%A9tudiants-de-Premi%C3%A8re-g%C3%A9n%C3%A9ration.pdf>

²⁷ Rapport de l'Université du Québec à Montréal : Bilan et perspective 2012-2013, récupéré sur : <http://www.uqam.ca/rectorat/rapports/UQAM-bilan2012-2013.pdf>

universitaire qui a de la valeur dans le champ économique aujourd'hui est celui qui a trait aux domaines technologiques de pointe, à l'innovation et aux inventions exploitables dans le monde des affaires. Aussi, tout capital universitaire autre, comme les diplômes dans les sciences humaines ou dans les domaines plus artistiques, semblent moins stratégiques dans l'espace social. Alors que le monde devient toujours plus technique, le capital universitaire *non technologique* est de moins en moins clef pour espérer se positionner.

Ce phénomène, Bourdieu l'a notamment expliqué dans son ouvrage *la Distinction* (1979) au sujet de la période post-68 en France, les agents dotés en capital scolaire et universitaire sont devenus toujours plus nombreux dans l'espace social. Aujourd'hui, avoir un diplôme universitaire n'est pas distinctif en soit, un baccalauréat n'est plus suffisant pour se positionner dans l'espace social. Pour que le diplôme universitaire soit effectivement distinctif celui-ci doit toucher à des domaines précis (les sciences dures, l'informatique par exemple) ou encore le monde des affaires (gestion et commerce). Théoriquement, le capital d'expertise technologique ou technique, issu de l'université, est constitutif du capital culturel. Or, d'après l'approche bourdieusienne, le capital culturel et le capital économique sont corrélés. La spécificité du capital d'expertise technologique, c'est que ce capital culturel est celui qui peut le plus facilement générer du capital économique et ainsi participer à améliorer la position globale de l'individu à moyen/long terme.

Le déploiement d'un capital d'expertise dans le milieu des affaires peut faire office de stratégie de reconversion. Les enfants de profession libérale, ou encore les enfants de « cadres » supérieurs (ingénieurs, postes de direction) envisagent de nouvelles façon d'exploiter un capital qui, par le passé, aurait été suffisant pour reproduire une condition favorable. Selon Bourdieu, les stratégies de reconversion sont celles par lesquelles « les individus ou les familles visent à maintenir ou à améliorer leur position dans l'espace social en maintenant ou en augmentant leur capital au prix d'une reconversion d'une espèce de capital dans un autre plus rentable et/ou plus légitime » (1979,p.1).

L'importance du capital universitaire dans l'entrepreneuriat, déjà démontré aux Etats Unis par le chercheur S. Shane (2008), contraste fortement avec la lecture plus « charismatique » de l'entrepreneur qui est quelqu'un pour qui l'école n'est pas centrale. Cet individu saurait (du fait de sa nature singulière) identifier une opportunité, il réussirait par la prise de risque et la recherche d'innovation.²⁸

²⁸ On remarque que mise à part ma personne, aucun lauréat primé par Montréal Inc. n'a de formation ou de diplôme en commerce ni en gestion. On peut donc douter de la pertinence des formations en entrepreneuriat qui se développent dans les écoles de commerce.

Le capital symbolique du candidat et l'institution

Comme précisé, et tout comme l'ensemble de l'espace social d'aujourd'hui, le champ économique valorise les diplômes universitaires car ils participent à constituer le capital symbolique, qui correspond à « n'importe quelle propriété (n'importe quelle espèce de capital, physique, économique, culturel, social) lorsqu'elle est perçue par des agents sociaux dont les catégories de perception sont telles qu'ils sont en mesure de la connaître (de l'apercevoir) et de la reconnaître, de lui accorder valeur. » (p.116). Stratégiquement, en choisissant des agents à haut capital symbolique, Montréal Inc. assure un transfert de ce capital vers elle-même, et favorise ainsi l'accroissement de son propre capital de départ. Par la même logique, les lauréats qui jouissent des multiples réseaux (universitaires, professionnels ou sectoriels, institutionnels, etc.) les intègrent indirectement au réseau de Montréal Inc. grâce à leur propre inter-médiation. Ils connectent leur réseau « primaire » d'acteurs au réseau plus global de Montréal Inc.

Dans notre échantillon, tous les lauréats sans exception avaient obtenu des gratifications de plusieurs institutions (CDEC, Concours Québécois en entrepreneuriat, Concours Entrepreneur en Action !, CLD, Chambre de commerce, etc.), ils avaient réussi la majorité des « épreuves ». Et c'est là un point central de la rencontre avec ces 10 entrepreneurs, tous ont une compréhension aiguë des enjeux du champ, et des stratégies à déployer avec les diverses institutions. Tous ont la capacité de répondre aux exigences institutionnelles afin d'obtenir l'accès au réseau et les capitaux financiers complémentaires nécessaires au projet. Cette compétence à la fois scolaire mais aussi sociale leur vient de leurs sociabilisations primaire et secondaire, soit les parents et l'école. Cette « capacité » est en lien avec l'*illusio* bourdieusien, qui correspond à :

« L'investissement dans le jeu économique, lorsque le champ est appréhendé par des agents dotés des dispositions adéquates, parce que acquises dans et par une expérience précoce et prolongée des nécessités du champ.(..) Les dispositions économiques les plus fondamentales, besoins, préférences, propensions – au travail, à l'épargne, à l'investissement, etc.- ne sont pas exogènes, c'est-à-dire dépendantes d'une nature humaine universelle, mais endogènes et dépendantes d'une histoire, qui est celle-là même du cosmos économique où elles sont exigées et récompensées. »
(Bourdieu, 1997, p.51)

Cet *illusio*, composé des différents capitaux et des trajectoires personnelles, leur permet d'accroître et de développer leur capital informationnel (comprendre les informations brutes qu'ils ont et la compréhension des logiques à l'œuvre, des relations entre les agents, etc.) afin d'être victorieux dans l'espace économique. Pour illustrer ce propos nous pourrions citer Pierre qui nous explique :

« J'ai fait 15 plans d'affaires. (...) ça m'a pris un temps fou. Et c'est n'importe quoi, personne le lit ton plan d'affaires, ce n'est qu'un système de « check list ». (...) Imaginons que j'ai un autre projet d'entreprise, je vais devoir repartir dans une autre ronde de financement. Bin, j'ai juste à trouver quelqu'un qui à moins de 35 ans (car c'est souvent l'âge limite) je lui propose de devenir mon partenaire, je lui dis exactement comment faire, car maintenant j'ai la recette, j'ai des plans d'affaires déjà près, je sais pitcher, on peut aller chercher un 60 000\$ facilement ».

Il précise « Chacune (les institutions) protège une chaise gardée, parce que ce sont des budgets et des salaires. (...) Le concours de Force Avenir, par exemple, les 4 millions ; ils vont où ? Organiser le trophée, le souper, et payer les salaires des organisateurs et tout ça sous couvert de se présenter comme OBNL. Pis ils sont fiers de remettre chaque année 150 000 \$ en bourse sur 4 millions de budget. Ils sont tous comme ça les CLD a protégé des emplois de gens, le vrai syndrome de Peter, des gens qui se cachent derrière des structures. »

Alors que Bourdieu s'intéresse aux champs universitaires, il précise « Cet art d'anticiper les tendances, dont on observe partout qu'il est étroitement lié à une origine sociale et scolaire élevée et qui permet de s'emparer au bon moment des bons sujets (...) est l'un des facteurs qui déterminent les différences sociales les plus marquées dans les caractères scientifiques (...). Ce sens du jeu est d'abord un sens de l'histoire du jeu, un sens de l'avenir du jeu. (...) Ceux qui sont nés dans le jeu ont le privilège de « l'innéité ». Ils n'ont pas besoin d'être cyniques pour faire ce qu'il faut quand il faut, et ramasser la mise. » (p.21). (Bourdieu, P. 1997). On peut faire un parallèle avec la création d'entreprise où le « bon sujet » correspond à la « bonne idée d'affaire » ou à « l'idée qui rapporte ». Cela correspond finalement à la capacité des lauréats à lire, à connaître et à s'approprier l'environnement. Or cette capacité est souvent produite par l'habitus des classes privilégiées, formées scolairement et au large réseau social. La décision de créer son entreprise, elle, vient du constat qu'il est nécessaire de produire les conditions économiques essentielles au maintien de leur positionnement dans l'espace social et de la conclusion que la création d'entreprise sera la stratégie la plus efficace pour valider cette quête.

Concernant le capital financier des lauréats, peu d'entre eux ont obtenu les fonds de démarrage grâce à des revenus du patrimoine personnel. Ce ne sont pas non plus les institutions qui ont fourni l'ensemble des fonds de démarrage. Montréal Inc. impose notamment que la majeure part des frais de démarrage soit supportée par la créateur d'entreprise, les fonds alloués par les organismes doivent être « complémentaires ».

Ainsi, si les lauréats ont pu injecter des liquidités pour leur projet, ils l'ont fait soit grâce au soutien familial direct (prêt ou don), soit du fait d'une solvabilité assurée vis-à-vis des institutions bancaires (prêts bancaire de type BDC), ou d'un travail préliminaire suffisamment bien rémunéré pour leur permettre à la fois de subvenir à leur besoin et d'accumuler des capitaux en vue de leur projet. C'est que les divers capitaux possédés, les diplômes de haut niveau et les garanties familiales (existence d'un patrimoine dans la famille par exemple), ont de la valeur dans le champ économique et permettent aux agents qui en disposent d'avoir plus facilement accès aux capitaux financiers. Le capital va au capital.

Finalement, nos entrepreneurs sont très bien dotés en capital global. Leur capital culturel (composé de diplômes spécifiques, de réseaux multiples, de gratifications institutionnelles, etc.) est fort, il est d'ailleurs bien plus important que leur capital financier généralement. Bien que leur capital économique ne soit pas – sauf exception- vraiment élevé, le capital culturel possédé leur permettra d'accroître le capital économique, et ce, rien qu'en exploitant leur domaine d'expertise. Cependant, malgré ce capital global élevé, nos lauréats ont l'obligation de travailler. C'est une autre des spécificités de l'échantillon, tous ont déjà pris part au marché conventionnel de l'emploi, ils sont employables. Ce ne sont ni des héritiers, ni des « exclu-e-s » qui choisiraient la création d'entreprise face à l'absence de toutes alternatives de subsistance. Ce constat nous permet de faire référence à l'analyse de Fayolle et Nakara (2012) qui propose une analyse « sceptique » face à la mode de l'entrepreneuriat. Les auteurs expliquent qu'il est essentiel de différencier l'entrepreneuriat *par opportunité* de l'entrepreneuriat *par nécessité*. La seconde situation rime avec précarité sociale et recouvre une double misère, celle de condition et de position²⁹. Les agents rencontrés, eux, réalisent un « choix » dans leur stratégie de positionnement, leur employabilité fait d'eux des privilégiés.

Finalement, la position globale de ces agents dans l'espace social peut être présentée de la façon suivante, en empruntant à Bourdieu son célèbre schéma :

29

« Misère de position, relative au point de vue de celui qui l'éprouve en s'enfermant dans les limites du microcosme, est vouée à paraître « toute relative », comme on dit, c'est-à-dire tout à fait irréaliste, si, prenant le point de vue du macrocosme, on la compare à la grande misère de condition ; (...) Mais, constituer la grande misère en mesure exclusive de toutes les misères, c'est s'interdire d'apercevoir et de comprendre toute une part des souffrances caractéristiques d'un ordre social qui a sans doute fait reculer la grande misère (moins toutefois qu'on ne le dit souvent à mais qui, en se différenciant, a aussi multiplié les espaces sociaux (champ et sous-champs spécialisés), qui ont offert les conditions favorables à un développement sans précédent de toutes les formes de la petite misère. » (Bourdieu, 1993, p.11)

Figure 3 : Le placement des lauréats dans l'espace social bourdieusien

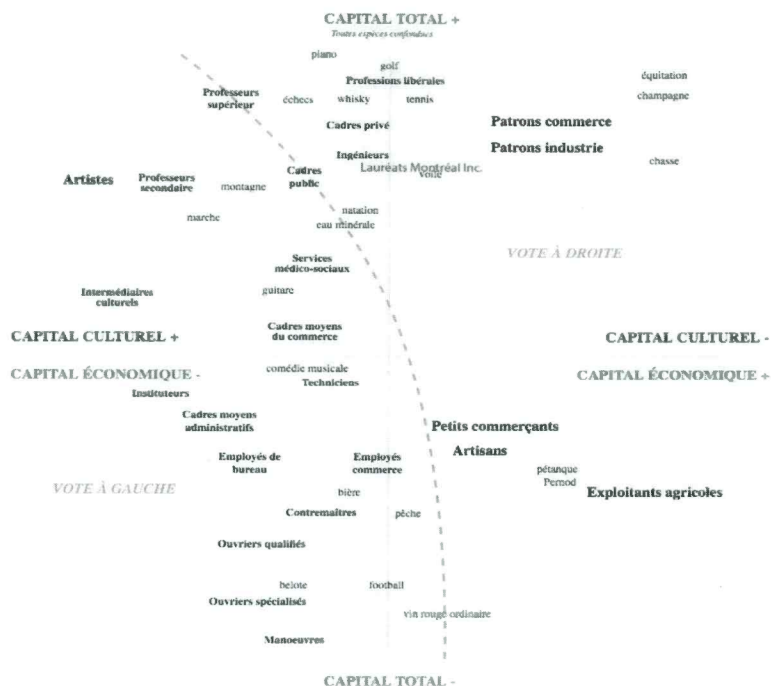


Schéma tiré de Bourdieu, P. (1996), *Raisons pratiques*, Paris : Seuil, p.21

Par le positionnement des lauréats de Montréal Inc., on peut conclure que ce sont des agents qui n'ont pas un capital économique de départ énorme (ils ne « possèdent » généralement rien d'un point de foncier) mais ils déploient une stratégie dans le but d'accroître ce capital. Ils viennent de familles positionnées plutôt à « droite » de l'espace social. A la question : pourquoi ces entrepreneurs ne développent-ils pas une stratégie basée sur le salariat ? Il est important de repréciser la représentation qu'a l'échantillon du monde du travail : un espace souvent aliénant. Les jeunes doivent faire face à un marché du travail dés-incitatif et souvent précaire. Nous sommes toujours plus diplômés et les perspectives d'emploi ainsi que les logiques à l'œuvre dans le salariat sont globalement démotivantes (les répondants l'ont d'ailleurs bien mis en mots). Les différents phénomènes qui jouent de concert et fragilisent la nouvelle génération sont : le chômage élevé dans l'ensemble des économies occidentales (l'emploi et sa rareté) et le fait que les agents soient surdiplômés (ce qui sous-entend que la compétition devient féroce entre les jeunes et que la rentabilité de nos diplômés devient un déterminant central). Enfin, le fait que, une fois intégré à une institution ou à une organisation, il existe une vraie « précarité du travail » basée sur l'insécurité du

maintien de l'emploi, les logiques managériales douteuses, et la technicisation de tous les procédés, entre autre. C'est bien une précarité globale à laquelle nous assistons et où les individus, jeunes comme moins jeunes, sont mis dos à dos pour avoir un droit d'existence – conditionné au droit de subsistance- dans l'espace social.

Comme le précise Emile-Michel Hernandez dans l'ouvrage *l'Art d'entreprendre* « Le pacte social dominant a longtemps été celui du salariat, de l'emploi à vie, de la grande entreprise, mais aujourd'hui, ce modèle s'essouffle, et le modèle de l'entrepreneur envahit de plus en plus le champ social. (...) (2007, p.79)

Pour André Gorz « la personne devient une entreprise », elle a l'obligation, pour exister et pour être employable, de se penser et de réaliser une production de soi calquée sur les logiques des entreprises du marché. En gros, il y a une centralité de l'entreprise et le modèle de l'entrepreneur qui en découle s'immisce peu à peu dans tous les recoins de l'espace social.

Boltanski et Chiapello, dans leur ouvrage *Le nouvel esprit du capitalisme*, nous expliquent que les nouvelles valeurs managériales se sont diffusées dans toutes les échelles de l'organisation au cours de la décennie 90. Les auteurs précisent que les jeunes cadres en organisation :

« Ont aussi besoin (...) de motifs personnels d'engagement. Pour valoir qu'on s'y engage, pour être attrayant, le capitalisme doit pouvoir être présenté à leurs yeux dans des activités qui, par rapport aux opportunités alternatives, peuvent être qualifiées « d'excitantes », c'est-à-dire très généralement, bien que de façon très différente à différentes époques, porteuses de possibilité d'autoréalisation et d'espaces de liberté pour l'action. » (p.49)

Finalement, si on confronte ce constat aux propos de nos répondants, on observe des similarités. Les attentes de la nouvelle génération de « cadres » en organisation, comme hors organisation, tendent à être de plus en plus similaires. Elles se construisent en opposition à la logique pyramidale et institutionnelle, et démontrent l'incorporation souvent réussie de la « gestion » et du management dans nos modes de pensée. La disparition des syndicats, l'augmentation du travail autonome, sont des phénomènes qui s'accroissent alors que le nombre d'individu « niveau cadre » s'accroît dans la population active.

Pour conclure sur le terrain, et d'après les données que nous avons obtenues, nous pouvons déterminer quel est le « bon candidat » du point de vue de Montréal Inc. et nous pouvons le faire « par contraste », en analysant d'autres lectures de jeunes entrepreneurs.

Dans son rapport 2014, La fondation sur l'entrepreneurship nous dresse un « portrait-robot » du jeune créateur d'entreprise d'aujourd'hui. On peut y lire :

Figure 4 : Portrait-robot du jeune entrepreneur québécois 2014

**Portrait-robot
du jeune Québécois dans la chaîne entrepreneuriale**

Qu'il en soit à l'étape de l'intention d'entreprendre, au démarrage du projet ou déjà lancé en affaires, le jeune Québécois actif dans le processus entrepreneurial possède certaines caractéristiques qu'il convient de résumer ainsi :

Titulaire d'un diplôme universitaire ou en voie de l'obtenir;

Motivé à l'idée de se lancer en affaires, car animé par ses rêves, ses ambitions et le désir d'accomplissement personnel;

Confiant – en général – en ses qualités et compétences;

Preneur de risque;

Suit l'exemple de son entourage (il a accès à des entrepreneurs dans son environnement proche);

Possède de faibles revenus;

Dépendant du financement externe pour le démarrage;

Souhaitant entreprendre avec des associés (à la différence de ses pairs de 35 ans et plus) et souhaite majoritairement le faire dans sa région;

À l'affût des opportunités (l'identification d'une occasion d'affaires représentant le principal facteur déclencheur des démarches entrepreneuriales);

Propulsé par ses rêves et ambitions, il privilégie des secteurs d'activité en lien avec ses passions personnelles (les services, la restauration, les arts et spectacles, etc.);

Animé par la volonté de croissance de son entreprise;

Tourné vers les réseaux et les contacts afin de soutenir ses activités à l'international;

Résilient: l'échec à la suite de la fermeture de son entreprise ne semble pas l'atteindre puisqu'on le retrouve au sein de la chaîne entrepreneuriale (intentions, démarches, propriétaires), voulant s'engager dans un autre projet d'entreprise. Et s'il ne l'est pas encore, il y songe fortement.

Récupéré sur le Rapport 2014 de l'Indice Entrepreneurial Québécois. (p.51)

On voit bien que cette approche souligne les « traits » de caractère voire les comportements des jeunes entrepreneurs plutôt que son contexte social d'origine. Cependant, un certain habitus transparait dans cette description, celui d'un individu sensibilisé aux affaires, influencé par un entourage composé d'entrepreneurs. On comprend que cet individu provient d'un groupe social dont *l'illusio* est celui du monde des affaires.

Dans notre cas, nous pouvons conclure que l'agent, qui choisit la stratégie de création d'entreprise pour se positionner dans l'espace économique, a plutôt intérêt d' :

- Avoir un capital financier de départ (même minime) pour assumer une partie des frais de démarrage,
- Etre bien doté en capital culturel et maîtriser une sphère d'expertise génératrice d'innovation technique et exploitable dans le monde des affaires;
- Avoir en tête les logiques politiques à l'œuvre dans le champ et notamment dans la répartition des fonds publics et privés d'aide à l'entrepreneuriat, ce qui sous-entend généralement de venir d'un univers qui lui ait permis de comprendre ces logiques politiques ;
- Accepter (ou trouver naturel et légitime) de se confronter aux épreuves institutionnelles et aux exigences du monde des affaires, ce qui sous-entend de ne pas venir d'un milieu qui rejette le milieu des affaires (on pense à certains milieux artistiques par exemple) ;

Ce sont, d'après les résultats, les conditions qui sont nécessaires pour se rendre audibles par les institutions. Indépendamment des motivations de l'entrepreneur (qu'elles soient purement économiques, communautaires voire sociétales, qu'elles soient moralement bonnes ou mauvaises), ce sont *in fine* ces caractéristiques pré-citées qui permettront au candidat de se confronter victorieusement aux organismes d'aide à l'entrepreneuriat.

Ces caractéristiques sont toutes constitutives de l'habitus de notre « jeune entrepreneur », qui cherche souvent à réaliser une « reconversion » par rapport à son milieu d'origine, dans le but d'avoir une stratégie plus adaptée aux nouvelles attentes du champ économique et de se distinguer ainsi, grâce à la possession des capitaux clés, de ces contemporains.

Cependant, intégrer le champ économique et se maintenir sont deux réalités différentes. Nous abordons ici le dernier point de notre réflexion. En effet, et comme le démontre le rapport du Ministère de l'économie québécois, c'est presque une nouvelle entreprise sur trois qui passait la barre des 5 ans en 2008.³⁰

La réussite des « épreuves » institutionnelles dépend de « structures sociales » incorporées, mais, pour se maintenir, le bon candidat doit se confronter à d'autres structures, macroéconomiques,

³⁰ « Le taux de survie de l'ensemble des entreprises dépend en grande partie de celui des microentreprises: le taux de survie global après cinq ans est de 35,0 %, comparativement à 33,7 % pour les microentreprises et à 50,6 % pour les entreprises de cinq employés et plus (tableau 3.1). Cette situation résulte de la très forte proportion (91,7 %) de microentreprises dans la population des entreprises naissantes. » (p.23) extrait du rapport 2008 intitulé « Taux de survie des nouvelles entreprises au Québec », du Ministère du développement économique (MDEIE),

capitalistes qui le dépassent encore plus largement que les institutions. Cela semble simpliste à préciser, mais pourtant bien réel : il dépend du champ d'intégrer et de pérenniser un agent. Autrement dit, les positions dominantes du champ ont le dernier mot quant aux agents (challengers) qui ont *droit de cité*. Même un individu qui valide toutes les conditions pré-citées (qui réussit les épreuves institutionnelles du type Montréal Inc.), dont le projet pourrait être économiquement viable, n'a pas la certitude d'être intégré pour de bon au champ économique, et les raisons sont à chercher du côté des mécanismes du capitalisme. La stratégie entrepreneuriale est donc bien une stratégie de positionnement risquée.

Pour vraiment conclure maintenant, nous allons revenir sur les trois questions posées en amont de ce travail, relatives à l'état du champ, à l'habitus et aux capitaux clefs.

Le champ économique est un univers ultra concurrentiel où les joueurs dominants ont la capacité de décider qui intègrent ou non l'espace. Dans les faits, les agents rencontrés élaborent un projet de création d'entreprise et se confrontent aux institutions parce qu'elles font figure de « porte d'entrée » du champ entrepreneurial. Ces nouveaux agents sont acceptés car ils ont le bon habitus. Ils ont une connaissance aigüe des enjeux du monde des affaires, rendue possible par leur contexte social et leur trajectoire personnelle. Ils sont très bien dotés en capital culturel mais moins dotés en capital économique (liquidités de départ). Ces deux natures de capitaux sont les ressources clés pour se positionner dans le champ. Une fois le soutien institutionnel obtenu, il n'y a aucune certitude que l'agent puisse se maintenir dans le champ au fil des années. La condition du maintien dépend essentiellement des intérêts des agents dominants qui sont déjà placés sur le marché. Si l'agent est « toléré » par les autres joueurs, il pourra alors augmenter son capital économique et assurer voire améliorer sa position dans l'espace social global, cette finalité est la quête centrale de tout agent social.

CHAPITRE 4 : Limites de l'enquête et apports de l'analyse

4.1. Les limites de l'enquête sur les lauréats Montréal Inc.

Pour penser la création d'entreprise, nous nous sommes concentrés sur un groupe d'acteurs très restreint et sur une institution, unique, car jugée centrale dans le champ économique montréalais. Ceci s'explique à la fois par le positionnement de Montréal Inc. - il y avait une pertinence théorique - mais aussi pour une question d'accessibilité au terrain. L'échantillon nous a permis de formuler des hypothèses qui devraient d'être testées plus largement. Les conclusions formulées ont finalement une portée limitée notamment du fait de la modestie de l'échantillon analysé.

Ce mémoire présente d'autres limites qui méritent d'être soulignées.

Tout d'abord, d'un point de vue du terrain, il aurait été intéressant de réaliser une étude longitudinale de plusieurs cycles de sélection afin de s'assurer de l'existence « d'un bon candidat Montréal Inc. ». De plus, si le sujet du mémoire avait été défini plus rapidement dans le temps, l'identité de « candidat-lauréat Montréal Inc. » de l'auteure aurait été mieux mise à contribution. Les acteurs responsables de la sélection aurait pu être approchés, étudiés, et le discours officiels des jurys mis en perspective avec les résultats de leur sélection. Pour l'heure ce sont plutôt des hypothèses qui sont formulées sur « les critères officiels » de cette institution, plutôt qu'une réelle démonstration.

Il aurait aussi été pertinent de mieux « creuser » chaque profil d'entrepreneur, d'aller plus loin dans les détails des caractéristiques individuelles pour identifier plus finement les choix stratégiques. On pense notamment à l'origine sociale, les trajectoires familiales qui doivent s'exprimer sur plusieurs générations, or les informations recueillies étaient finalement limitées. Le travail ainsi réalisé n'offre qu'une idée très générale de « l'habitus entrepreneurial ».

Certes, le choix de Bourdieu se justifiait par la volonté de comprendre les structures exogènes des agents tout comme les éléments constitutifs et singuliers des répondants (l'identité sociale, les parcours de vie, etc.). Cependant, pour mieux mobiliser sa théorie il aurait été nécessaire d'embrasser plus largement les écrits du sociologue, et d'utiliser plus méticuleusement les outils théoriques qu'il a élaborés. L'analyse des combinaisons des trois concepts capitaux/habitus/stratégie aurait alors été moins grossière. Concernant la présentation des résultats, une typologie basée sur d'autres variables de comparaison aurait peut-être été plus probante.

Nous allons maintenant souligner les autres pistes de recherche qui découlent du mémoire. Nous avons concentré notre analyse sur les entrepreneurs qui décident de passer par les réseaux institutionnels de soutien à l'entrepreneuriat. Or nous n'avons pas la certitude que ces agents sont majoritaires dans la création d'entreprise montréalaise. Beaucoup d'entrepreneurs font le choix de créer leur entreprise non pas pour parer à leur « misère de position » (misère réelle mais relative) mais pour échapper à leur « misère de condition », nous l'avons déjà évoqué avec l'article de Fayolle et Nakara (2012). Or les agents qui répondent à une nécessité sont moins employables car ils n'ont généralement pas l'habitus (« petit-bourgeois ») adapté aux attentes institutionnelles. Aussi ils trouveront des stratégies alternatives pour se créer une situation. Ces agents pourront notamment passer par des réseaux parallèles de financement, compter sur les solidarités de groupe, familiales, amicales, ethniques, dans l'espoir de générer des revenus et d'améliorer leur condition.

Quand on parcourt le contenu en ligne comme « Parcours d'Entrepreneurs (<http://www.parcoursdentrepreneurs.com/>)³², une plateforme témoignant de trajectoires d'entrepreneurs dans des secteurs variés, on remarque que beaucoup d'entrepreneurs sont des enfants de première génération d'immigrés, qu'ils ne sont clairement pas québécois « pure souche » (comprendre blanc, et avec un accent local). Les projets seront généralement moins soutenus par les institutions, car ces agents sont moins « crédibles ». On est face à un panel d'origines sociales beaucoup plus diversifiés que notre échantillon, et les stratégies vont alors varier en fonction des différences en dotation de capitaux de départ. Il aurait été intéressant, riche, d'observer à la loupe comparative différentes situations de création d'entreprise chez les jeunes montréalais. De plus, nous nous sommes concentrés sur la création d'entreprise, mais aujourd'hui de multiples formes d'entrepreneuriat existent, on pense à l'auto-entrepreneuriat entre autre. Ces choix de carrières sont le fruit de différentes combinaisons « habitus/ capitaux à disposition ». D'un point de vue sociologique, il serait intéressant de comparer les caractéristiques de « créateurs d'entreprise » avec celles d'« auto-entrepreneurs » pour là aussi expliquer ces choix en intégrant les structures sociales à l'œuvre. Pour des auteurs comme Fayolle et Nakara, « le contexte économique et social actuel (crise affectant les marchés financiers, chômage de longue durée, exclusion sociale, sentiment d'injustice sociale, précarité) peuvent contribuer fortement au développement de l'entrepreneuriat par nécessité dans le futur. » (p.2012, 2). De ce constat on peut conclure que les études sur l'entrepreneuriat risquent de se multiplier toujours plus. Enfin, il serait judicieux de comparer les candidats entrepreneurs à des candidats au salariat afin d'identifier de possibles différences

³¹ <http://www.cjebourassasauve.com/2013/11/25/entreprendre-son-projet-de-vie/>

sociologiques entre les deux groupes, et chercher à comprendre leur raison.

4.2. Penser différemment l'entrepreneuriat, de l'intérêt d'une posture critique

Ce sujet présentait de multiples intérêts. Tout d'abord, il permettait de poser une analyse théorique sur du vécu, il nous a permis de poser un regard critique sur le parcours entrepreneurial. De plus, il permettait de prendre le contre-pied de certains discours dominants auxquels tout agent, particulièrement tout jeune individu qui doit se positionner dans l'espace social, est confronté. Il ne s'agit pas de dire que nos parcours sont l'expression d'un déterminisme total, ce n'est pas l'objet du mémoire. Cependant, il semblait essentiel d'apporter un regard critique et d'aller en sens contraire de certains discours ambiants. On observe une vague ou une mode de l'entrepreneuriat, une désirabilité face à l'idée de créer son entreprise, sa start-up. Cette mode est attisée, ou provoquée par les institutions publiques qui assurent que nous «manquerons » d'entrepreneurs au Québec dans les prochaines années³³. C'est d'ailleurs certainement pour répondre à ce « besoin » que les universités ouvrent toutes des programmes sur l'entrepreneuriat³⁴.

Ainsi, bien que soutenir l'entrepreneuriat fasse du sens du point de vue du système actuel, cela ne nous empêche pas de rester critique. Critique parce que créer son entreprise, et nous l'avons vu,

Les statistiques gouvernementales tablaient en 2008 sur « D'ici dix ans, 30,4 % des entrepreneurs québécois délaisseront l'entrepreneuriat, ce qui représente 55 000 départs. » (p.14) et ce, du fait du départ à la retraite des baby-boomers. Récupéré sur https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/apropos/strategies/entrepreneuriat/re_nouvellement_entrepreneuriat.pdf

Sur ce sujet, lire aussi l'article « Comment assurer la survie de son entreprise ? » paru dans Le devoir, le 27 septembre dernier, en ligne : <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/419329/releve-pme-comment-assurer-la-survie-de-son-entreprise>

³⁴ En effet, toutes les écoles et universités de gestion, de commerce, mais aussi les écoles axées sur l'ingénierie tout comme les universités généralistes développent des programmes incluant des cours sur la démarche entrepreneuriale. Ils ont même, dans certains cas, développé des Centres d'entrepreneuriat Universitaire. Nous pouvons citer l'ESQ UQAM et son Centre d'entrepreneuriat, la spécialisation en entrepreneuriat du B.A.A du HEC Montréal, ainsi que la Chair d'entrepreneuriat Rogers/ J.A.-Bombardier. L'École Polytechnique propose aussi par exemple des micros programmes alliant Technologie et Entrepreneuriat, et ce phénomène ne concerne pas que les universités des grands centres urbains, à Laval on peut trouver le baccalauréat de l'Université de Laval "Profil Entrepreneurial", à Sherbrooke le Centre d'entrepreneuriat Universitaire. Enfin, on soulignera le développement d'*Incubateurs* ou de pépinières (HEC Montréal- Polytechnique-Udem en 2014, HEC Paris) qui visent à développer, au sein de l'institution universitaire, un terreau interne propice à la création d'entreprise. Tous ces programmes, microgrammes, sont tant d'offres qui, logiquement, répondent à une demande étudiante toujours plus intéressée par la possibilité de développer des habilités pour se "lancer en affaires".

n'est pas donné à tout le monde. Il ne s'agit pas seulement d'avoir du courage et une bonne idée, contrairement à ce qu'on laisse croire bien souvent aux jeunes.

L'univers de la création d'entreprise est très concurrentiel, c'est risqué et le travail peut rester longtemps, plusieurs années, sans rétribution économique réelle (voire peut causer la banqueroute de l'individu). Or on remarque que d'une part l'initiative entrepreneuriale est promue, mais qu'elle l'est au travers d'une représentation de l'entrepreneur souvent idéologique, très éloignée de la réalité de terrain. Nous ne trompons sûrement pas en précisant que pour beaucoup de jeunes, la lecture romancée de l'entrepreneuriat, évoquée au début de notre mémoire, perdure voire s'accroît. Notamment car certains exemples marginaux de réussite (je pense aux nombreuses start-up basées sur le web et ou les téléphones intelligents qui ont généré des bénéfices considérables) sont présentés comme des projets dont la réussite n'aurait dépendu que du caractère visionnaire de l'entrepreneur.

Or, comme Bourdieu l'a souvent expliqué, la reconstitution rétrospective relève souvent de « l'illusion biographique », les biographes racontent une histoire aux accents volontairement mythologiques. Cette tendance à reconstruire des trajectoires de vie, aussi incroyables soient-elles, a souvent une finalité, « on ne peut esquiver la question des mécanismes sociaux qui favorisent ou autorisent l'expérience ordinaire de la vie comme unité et comme totalité » (1994, p.83).

Au final, contre l'illusion biographique, il faut rappeler qu'une trajectoire sociale doit toujours beaucoup à la structure sociale dans laquelle elle se déploie et aux origines sociales, c'est-à-dire à la naissance du stratège.

Nos contemporains et ceux à venir, s'ils veulent fuir le monde du salariat, doivent avoir fortement conscience des structures qui pèsent sur leur action, des inégalités de départ qui sont les leurs. Ils doivent comprendre qu'ils devront déployer, le cas échéant, des stratégies souvent coûteuses (financières et personnelles). La réussite en affaire n'a rien de magique.³⁵

De plus, il faut garder à l'idée que les discours qui valorisent l'entrepreneuriat sont récurrents dans l'histoire moderne. Que leur recrudescence est trop souvent idéologique et intervient quand le système économique se crispe et le chômage augmente (Concregado, E. & al., 2010).

En résumé, il ne faut pas considérer l'entrepreneuriat comme une stratégie où le conditionnement social ne pèse pas voire comme un moyen de transcender ce conditionnement. Ceux qui ne sont pas dotés en capitaux spécifiques (social, institutionnel, universitaire, financier, etc.) auront beau

³⁵ Se référer à l'article des auteurs De Clercq & Vorono (2009) qui abordent aussi l'importance du capital culturel et du capital symbolique dans les parcours entrepreneuriaux.

chercher à devenir des *self-made-men*³⁶ ou *self-made-women*, leur chance sera minime. Chaque champ fait sa sélection sociale et dans la société actuelle (l'espace social) la sélection est malheureusement souvent basée sur des critères relativement proches.

Enfin, un dernier point qui viserait à convaincre ceux qui sont persuadés qu'une action entrepreneuriale acharnée peut redessiner les hiérarchies sociales est l'argument des revenus. Dans les faits, les revenus du capital sont supérieurs au revenu provenant du travail. Piketty l'a expliqué dans son ouvrage *Le capital au XXI siècle*, dans notre système, ce n'est pas le travail qui rapporte. Les revenus du capital, patrimoniaux, sont bien supérieurs aux revenus du capital constitués par toute une vie « au travail » (2013, p.701). Dans l'espace social, la reproduction est telle, que le meilleur entrepreneur, le plus volontaire, aura bien du mal à gagner plus qu'une riche héritière, dont le capital s'est transmis et reproduit sur plusieurs générations, et qui croît ainsi au fil du temps.

Nous voilà forcé de conclure, cette fois vraiment, sur le caractère inégal et injuste du système dans lequel nous évoluons où salariat comme entrepreneuriat représentent rarement des conditions de subsistance optimales. Dans les deux cas, l'individu est plongé dans une dépendance par rapport au système en place, à l'injonction de travailler pour subsister. Dans ce contexte, l'émancipation réelle des individus reste comprise.

Bibliographie

- Anderson, A. R., Dodd, S.D., Jack. S. (2010). Network Practices and Entrepreneurial Growth. *Scandinavian Journal of Management*, 25 (2), p.121–133.
- Anderson, A. R., Jack.S.(2002). The Articulation of Social Capital in Entrepreneurial Networks: A Glue or a Lubricant?.*Entrepreneurship and Regional Development*, 14: p.193–210.
- André, G (2001). La personne devient une entreprise », Note sur le travail de production de soi, *Revue du MAUSS*, 2001/2 no 18, p. 61-66. DOI : 10.3917/rdm.018.0061
- Bevort A., & Lallement M., (2006). *Le capital social. Performance, équité et réciprocité*. Paris : La Découverte « Recherches/MAUSS ».
- Blanchard, O., & Lawrence, S. (1986). Hysteresis in unemployment. *NBER Macroeconomics Annual*, vol.1.
- Blanchet, A., Gotman, A. (2011). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. 2^e édition. Paris : Armand Colin.
- Boltanski, L., Chiapello, E., (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.
- Bourdieu, P. (1978).Classement, déclassement, reclassement. *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol.24, p.2-22. Récupéré sur http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1978_num_24_1_2613. doi : 10.3406/arss.1978.2613
- Bourdieu, P. (1980). *Le Sens Pratique*. Paris : Minuit.
- Bourdieu (1980). *Pour une sociologie clinique du champ scientifique*. Paris : Editions Quae.
- Bourdieu, P. (1984). « La « jeunesse » n'est qu'un mot ». *Question de sociologie*, Paris: Minuit, p.143-154.
- Bourdieu, P. (1993). *La Misère du Monde*. Paris : Seuil.
- Bourdieu, P. (1993). *Esprit d'Etat, genèse et structure du champ bureaucratique*. Paris : Actes de la recherche en sciences sociales, Vol.96-97, p.49-62.
- Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques : Sur la théorie de l'action*. Paris: Seuil.
- Bourdieu, P. (1997). *Le champ économique*, Vol.119, Actes de la recherche en sciences. Paris, p.48 -66.
- Bourdieu, P. (2000). *Propos sur le champ politique*. Presses universitaires de Lyon.
- Bourdieu, P. (2002). *Les structures sociales de l'économie*. Paris : Seuil.
- Boutillier S., Uzunidis, D. (2012). Schumpeter, Marx et Walras. Entrepreneur et devenir du capitalisme. *Revue Interventions économiques*, p.1-63.
- Borges, C., Filion, J.L., & Simard, G. (2010-11). Jeunes créateurs d'entreprise : leur parcours, de l'initiation à la consolidation. *Cahier de recherches de la Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.A.Bombardier du HEC-Montréal*. ISSN : 0840-853X
- Braudel, F.(1979). *Civilisation matérielle, économie et capitalisme (xve - xviiiè siècle)*, Les Temps Modernes. Paris : Armand Colin,
- Brasseur, M. (2010). *Entrepreneuriat et insertion*, Bruylant, Bruxelles.

Cantillon, Richard (red.2009). *Essai sur la nature du commerce en général*, Whitefish, Pessinger Publishing, première édition 1755.

Congregado, E., Golpe, A.A., & Parkers S.C. (2012). The dynamics of entrepreneurship: hysteresis, business cycles and government policy. *Journal Empirical Economics*, 43.3, p.1239-1261.

Cotis, J.P., & Mihoubi, F. (1990). L'hystérésis du taux de chômage en Europe. *Économie & prévision*. Numéro 92-93. Récupéré de www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ecop_0249-4744_1990_num_92_1_5164, DOI: 10.3406/ecop.1990.5164

Congregado, E., et al. (2010). Is it a good policy to promote self-employment for job creation ? Evidence from Spain. *Journal Policy Modeling*, p.828-842.

Cotis, J.P., & Mihoubi, F. (1990). L'hystérésis du taux de chômage en Europe. *Économie & prévision*. Numéro 92-93. Récupéré de www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ecop_0249-4744_1990_num_92_1_5164, DOI: 10.3406/ecop.1990.5164

Duhamel, P. (2012). *L'avenir du Québec : Les entrepreneurs à la rescousse*. Montréal : La Presse.

De Clercq, D., Vorono, M. (2011). Sustainability in entrepreneurship: A tale of two logics. *International Small Business Journal*, 29 (4), p.322-344. DOI: 10.1177/0266242610372460

De Clercq, D., Voronov, M. (2009). The Role of Cultural and Symbolic Capital in Entrepreneurs' Ability". *Journal of Small Business Management*, 47,3. ABI/INFORM Complete pg. 398

De Lavergne, C.(2007). La posture du praticien-chercheur : un analyseur de l'évolution, *Recherches qualitatives- Hors Série*, numéro 3, Actes du colloque bilan et prospectives de la recherche qualitative, p 28-43.

DiMaggio, P. & Powell, W. (1983).The Iron Cage Revisited : Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, *American Sociological Review*, 48(2), p.147-60.

De Woot, P. (2005). L'entrepreneur. *De Boeck Supérieur*, TOME XLIV, p. 93-99.

Fayolle, A. (2007). *L'art d'entreprendre*. Paris: Les Echos.

Fayolle, A., & Nakara, W. (2010). Création par nécessité et précarité: la face cachée de l'entrepreneuriat. *Cahier de recherche n 2010-08 E4*, p.1-35.

Froger, V. (2014, 30 Avril). « Financer la création de son entreprise avec les allocations assedic », récupérer sur http://lentreprise.lexpress.fr/creation-entreprise/statuts/financer-la-creation-de-son-entreprise-avec-les-allocations-assedic_1533241.html

Gartner, B. W. (1988). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*.

Hebert, G. Tremblay-Pépin, S. (2014). “ L'économie pour tout le monde : brève introduction critique de l'économie”, Montréal : Institut de recherche et d'information socio-économiques, ISNB 978-2-923011-42-4

Jourdain, A., Naulin, S. (2011). *Sociologies Contemporaines : La théorie de Pierre Bourdieu et ses usages sociologiques*. Paris: Armand Colin.

- Kalberg, S. (2010). *Les valeurs, les idées et les intérêts. Introduction à la sociologie de Max Weber*. Paris : Editions de la découverte/ M.A.U.S.S.
- Kaufmann, J.C. (2011). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien compréhensif*. 3^e édition. Paris : Armand Colin.
- Lafleur, C. (2014, 27 septembre). « Comment assurer la survie de son entreprise ? » paru dans *Le devoir*. Récupéré sur : <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/419329/releve-pme-comment-assurer-la-survie-de-son-entreprise>
- Lenoir, R. (2004). Espace social et classes sociales chez Pierre Bourdieu. *Sociétés et représentations*, 2004/1 n.17, p.385-396
- Madoui, M.(2003). Créer son entreprise à défaut de trouver un emploi : le cas des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine. *Cosmopolitiques*, La Tour d'Aigues, Les Ed. de l'Aube, n.5, p.98-113.
- Madoui, M. (2007). Enquête sur les petits entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine. *Presses Universitaires de France- Cahiers internationaux de sociologie*, n.123, p.289-312. ISSN 0008-0276.
- Marchenays, M. (2009). *La rhétorique entrepreneuriale en France: entre sémantique, histoire et idéologie*. ADREG.
- McKeever, E., Anderson, A., Jack, J. (2014) Entrepreneurship and mutuality: social capital in processes and practice. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 26:5-6, p.453-477, DOI: 10.1080/08985626.2014.939536
- Piketty, T. (2013). *Le capital au XXI^e siècle*. Paris : Seuil.
- Rapiau, M.T. (2010). Entrepreneuriat et formes d'emploi... Points de repère . *Revue Pour*, n°204, p. 63-69.
- Schumpeter, J.A. (1911). *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*. Trad. Française, 1935. Récupéré sur http://classiques.uqac.ca/classiques/Schumpeter_joseph/theorie_evolution/theorie_evolution.html
- Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Paris : Petite bibliothèque Payot, no.55, texte de la 2^e édition, 1946. Récupéré http://classiques.uqac.ca/classiques/Schumpeter_joseph/theorie_evolution/theorie_evolution.html
- Toulouse, J.M (1989). L'entrepreneurship québécois nouveauté ou continuité. *Cahier de recherches de la Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.A.Bombardier du HEC-Montréal*. Vol. 89-11-02, p. 1-13).
- Tournes, A.& Fayolle, A. (2006). L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur ». *Revue des Sciences de Gestion*, 2006/4 n 220-221, p. 17-30.
- Verstaete, T. (2000). *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, Éditions EMS (Management et Société).

Weber, M. *Économie et société, tome 1: Les catégories de la sociologie*. Paris : Plon / Agora, traduction de Julien Freund, pp. 28-29, 35, 48-52 et 55-57. Récupéré sur http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

Autres sources (hors livre et revue)

« Déclaration pour un Québec entrepreneurial » (2006). Récupéré sur http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/declaration_quebec_entrepreneurial-02-2006.pdf

Données provenant de l'Institut National de la statistique et des études économiques (INSEE), en ligne <http://www.insee.fr/fr/themes/info-rapide.asp?id=14>. Récupéré le 18 octobre 2014.

Discours du Président Hollande en 2013 sur le soutien du gouvernement à l'entrepreneuriat. Récupéré sur <http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-de-cloture-des-assises-de-l-entrepreneuriat-3/>

Rapport 2014 de la Fondation de l'Entrepreneurship sur l'Indice Québécois en Entrepreneuriat, récupéré de <http://www.entrepreneurship.qc.ca/recherches-et-analyses/indice-entrepreneurial-quebecois/indice-entrepreneurial-quebecois-2014>. Récupéré le 5 septembre 2014.

Statistiques gouvernementales sur l'entrepreneuriat (2008). Récupéré sur https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/apropos/strategies/entrepreneuriat/re_nouvellement_entrepreneuriat.pdf

Statistiques gouvernementales sur la survie des nouvelles entreprises au Québec (2008). Récupéré sur https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/etudes_statistiques/entrepreneuriat_pme/nouvelle_entreprise_taux_survie_2008.pdf, récupéré le 20 octobre 2014.

Annexe 1 : Tableau synthétique sur les caractéristiques sociales des lauréats Montréal Inc.

Ent.	Âge	G.	Niveau scolaire	Condition antérieure	Origine géo. Lieu premières socialisations	Profession de la mère	Profession du père	Profession frère et sœur? Entrepr. ds la famille?	Précision sur origines sociales + Auto-qualification du milieu d'origine
A	29	M	Baccalauréat en Design	Journaliste Pigiste	Campagne région Québec, mais proche de la ville tout de même	Infirmière	Entrepreneur PME, industriel.	Sa sœur entrepreneur en devenir (relève paternelle PME)	Intermédiaires supérieures, éduqués
B	29	M	Niveau intermédiaire entre CEGEP et Bacc (BTS Management des Unités Commerciales)	Salarié – Technologie de l'information/ A déjà monté plusieurs entreprises.	Campagne Proche de Toulouse, en France.	Enseignante	Expert Comptable	Non	Originaire d'un milieu plutôt agricole/ Mais ascension sociale dans la génération de ses parents (intermédiaire supérieure)
C	32	F	Maîtrise en Neuropsychologie +	Étudiante et travailleur autonome en parallèle, a déjà	Région de Montréal	Directrice d'école et enseignante	Soudeur maritime sur les bateaux	Sœur accessoiriste / Sœur	Intermédiaire supérieure, Capital culturel élevé

				monté une entreprise/				(est allé à l'université mais pas finis ses cours)	conseillère funéraire/ Deux oncles entrepreneurs mais très éloignés	
D	26	M	Bac en entrepreneur en construction	1 année doctorat en Biogénétique après maîtrise en biogénétique (début cette année MBA)	A été salarié, cherchait du travail.	Région de Montréal	Psychologue	Médecin	Sœur : infirmière ; Frère : Physicien Oncle paternel, grand père maternel	Classe sociale supérieure
E	29	F	Baccalauréat en design de Mode		Salariée	Toulouse	Ingénieure informaticienne	Ingénieur aéro. spatial	Sœur : Cadre supérieure en hôtellerie	Classe supérieure,
F	35	M	Bac. en psychologie/ 1 année de maîtrise en Design de Jeu		Salarié	Montréal	Secrétaire médicale	Père plombier	Frère : Expert comptable Grand père : entrepreneur immobilier en Allemagne	Classe populaire; Peu de capital économique mais beaucoup de capital culturel. Ses oncles et ses grands parents sont tous des lettrés.

G	34	M	Bac. en design	A son compte	Région de Québec	Institutrice	Géologue	Tous entrepreneurs du côté du père, sauf le père.	Classe Supérieure
H	31	M	AES en ingénierie industriel/ Bac. en génie de la production automatisée en cours	Salarié	Migration des parents à Vancouver/ Croissance à Montréal	Boulangier (propriétaire)	Secrétaire médicale au CHU	Frère : étudiant; Oncle entrepreneur, grosse réussite.	Classe populaire, migrants/ ascension par le travail.
I	30	M	DEC. Technique - Marin	Capitaine/ Marin - Sous officier/ A déjà monté plusieurs entreprises	Ottawa puis Montréal	Entrepreneur / Représentant (TPME productive)	Fonctionnaire au fédéral	Sœur : étudiante	Classe intermédiaire;
J	29	M	Classe Prépa/ École d'Ingénieur/ Doc./ Post-Doc.	Étudiant - chercheur	Lille (France)	Professeur en collège (2n cycle)	Professeur lycée + universitaire	Sœur : professeur universitaire en Droit	Classe supérieure :

Annexe 2 :

Liste des figures

Figure 1 : L'espace social bourdieusien, p.16

Figure 2 : Tableau récapitulatif des entrepreneurs, p.28

Figure 3 : Informations sur la sélection Montréal Inc., p. 34

Figure 4 : Le placement des lauréats dans l'espace social bourdieusien, p.62

Figure 5 : Portrait-robot du jeune entrepreneur québécois 2014, p.65

Annexe 3 : Guide d'entretien

Alice Chipot

Septembre

2014

- Guide d'entretien : Entretiens semi-directifs pour Mémoire Msc.

Lors de la rencontre, voici différentes étapes envisagées :

1) L'entreprise

Discussion autour de l'entreprise, ses caractéristiques, son activité, sa date de création.

2) Récolte d'informations générales

- Sexe, Âge, Provenance, Provenance des parents.
- Niveau scolaire,
- Profession des parents,
- Lieu où la personne à grandi (Pays/Ville)
- Où habites-tu (quel quartier ou arrondissement)
- Quelle était ta situation antérieure (salarié, en étude, en recherche d'emploi, travailleur autonome, etc.)
- Expérience professionnelle (Si la personne a déjà travaillé, quelle fonction ?)

3) Discussion autour de la démarche entrepreneuriale

Définition de ce qu'est être entrepreneur. Quand et dans quel contexte la décision de créer son entreprise a-t'elle été prise ? Quels auraient été les éléments incitatifs ? Déterminants de sa décision.

Que sous-entend être entrepreneur (qualités/ habilités attendues)?

Qu'est-ce qui est le plus dur dans la condition d'entrepreneur et dans la démarche entrepreneuriale ?

4) Discussion autour du marché du travail

Quelle était l'image du monde du travail que lui avait véhiculé son entourage/ ses parents ? Perception du marché du travail actuel/ Questions sur les institutions, la condition salariale/ Comme l'acteur a-t'il vécu son « intégration » au marché du travail, et dans quel contexte a-t'elle eue lieu ?

5) Discussion autour du monde des affaires

Retrait d'une ou des pages pouvant contenir des renseignements personnels