



© TRANSVALOR - Presses des MINES, 2011

© Photo de couverture : Danièle Akrich

60, boulevard Saint-Michel - 75272 Paris Cedex 06 - France

email : [presses@ensmp.fr](mailto:presses@ensmp.fr)

<http://www.ensmp.fr/Presses>

ISBN : 978-2-911256-40-0

Dépôt légal : 2011

Achévé d'imprimer en 2011 (Paris)

Tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation et d'exécution réservés pour tous les pays.

**Petit dans le marché**  
**Une sociologie de la Très Petite Entreprise**

COLLECTION SCIENCES SOCIALES

Paris, Presses des mines  
Responsable de la collection : Cécile Méadel

Centre de sociologie de l'innovation  
(<http://www.csi.ensmp.fr/>)

**Dans la même collection**

- Julie Denouël et Fabien Granjon (dir.)  
Communiquer à l'ère du numérique.  
*Regards croisés sur la sociologie des usages*
- Débordements  
*Mélanges offerts à Michel Callon*
- Madelaine Akrich, Yannick Barthe,  
Catherine Rémy (dir.)  
Sur la piste environnementale.  
*Menaces sanitaires et mobilisations profanes*
- Cyril Lemieux  
Un président élu par les médias ?  
*Regard sociologique sur la présidentielle 2007*
- Cyril Lemieux  
La Sociologie sur le vif
- Michel Armatte  
La Science économique comme ingénierie  
*Quantification et Modélisation*
- Jérôme Denis et David Pontille  
Petite sociologie de la signalétique  
*Les coulisses des panneaux du métro*
- Annemarie Mol  
Ce que soigner veut dire  
*Repenser le libre choix du patient*
- Madeleine Akrich, Cécile Méadel  
et Vololona Rabeharisoa  
Se mobiliser pour la santé  
*Les associations de patients témoignent*
- Madeleine Akrich, Joao Nunes, Florence Paterson  
et Vololona Rabeharisoa (eds)  
The dynamics of patient organizations  
in Europe
- Maggie Mort, Christine Milligan,  
Celia Roberts and Ingunn Moser (ed.)  
Ageing, Technology and Home Care
- Madeleine Akrich, Michel Callon et Bruno Latour  
Sociologie de la traduction  
*Textes fondateurs*
- Alain Desrosières  
Pour une sociologie de la quantification.  
*L'Argument statistique I*  
Gouverner par les nombres.  
*L'Argument statistique II*
- Coordonné par Antoine Savoye et Fabien Cardoni  
Frédéric Le Play,  
parcours, audience, héritage
- Anthologie établie par Frédéric Audren  
et Antoine Savoye  
La Naissance de l'ingénieur social
- Anne-France de Saint Laurent-Kogan  
et Jean-Louis Metzger (dir.)  
Où va le travail à l'ère du numérique ?
- Bruno Latour  
Chroniques d'un amateur de sciences
- Vololona Rabeharisoa et Michel Callon  
Le Pouvoir des malades
- Sophie Dubuisson et Antoine Hennion  
Le Design : l'objet dans l'usage
- Philippe Larédo  
L'Impact en France des programmes  
communautaires de recherche

**Petit dans le marché**  
**Une sociologie de la Très Petite Entreprise**

**Alexandre Mallard**

Préface de Michel Marchesnay



# « Faire son marché » Les pratiques commerciales des TPE

Les entreprises de petite taille ont longtemps souffert d'un double ostracisme. On invoquait et leur faible compétitivité économique (la « sous-dimension ») et leur médiocre légitimité sociale (les « classes moyennes inférieures »). Mais au cours de la dernière décennie, l'intérêt pour ces millions d'unités, recensées ou non, n'a cessé de croître en France, pour des raisons bien connues telles que la crise de la société salariale, la disqualification de la doxa managériale, la montée d'une économie de l'immatériel, ou l'avènement d'une société qualifiée d'« hypermoderne », axée sur la singularité et les réseaux. Le remarquable travail réalisé par Alexandre Mallard est révélateur de cette récente prise de conscience du rôle joué par ce qu'il est désormais convenu d'appeler les « Toutes Petites Entreprises » (les TPE).

Malheureusement, comme le rappelle pertinemment notre auteur, ce retour en grâce s'est trop souvent cantonné à quelques stéréotypes, entre la version ringarde (« le petit artisan » de proximité), et celle d'avant-garde (la « *start-up, success story* » de classe mondiale). Or, la réalité est infiniment plus complexe, comme le révèlent la diversité et la variété des approches. On évoquera pour mémoire les études essentiellement sociologiques et historiques consacrées au secteur de l'artisanat, au patronat et à l'entrepreneur et, plus récemment, aux pratiques innovantes. Naguère, les économistes et gestionnaires se sont davantage préoccupés des PME et de la théorie de l'entrepreneur que des TPE en tant que telles, l'ouvrage de Ferrier faisant figure d'exception, du moins dans le monde francophone. Le recours aux typologies, découlant d'une classification des observations en fonction d'une trame de recherche, conserve certes une grande utilité, et Alexandre Mallard en fait une utilisation judicieuse. Mais il faut désormais aller plus loin et creuser plus profondément dans un terrain au sol hétérogène et aux limites imprécises.

L'irruption de nouvelles entités telles que l'auto-entrepreneur, la micro-entreprise, le secteur informel ou social, confortent le sentiment d'une extrême diversité, d'une classification improbable. À l'opposé, dans cet espace mouvant, se multiplient des « quasi-firmes », étroitement dépendantes (commercialement ou financièrement) d'entités plus puissantes, au sein desquelles la liberté d'action du chef d'entreprise est étroitement surveillée : on songe aux sous-traitants, aux franchisés, aux exigences des investisseurs financiers, au point que, même dans le monde des TPE, on pourrait également parler de « dénaturation », surtout

lorsque l'on assiste à l'explosion du travail à domicile, « à son propre compte » sur le papier, mais bien souvent « pour le compte » d'un gros client. Il faudrait évoquer également le rôle croissant des diverses formes de fonctionnement en réseau : produits de terroir, développement sous forme de groupe de petites unités plus ou moins liées entre elles (hypogroupement), stratégies collectives (sites industriels, touristiques, etc.) et de filières (partenariats). Il est clair que cette extrême diversité des situations induit une diversité tout aussi extrême des pratiques individuelles ou « communautaires », au sens large, tout particulièrement au regard du mythe « marché ». À l'extrême, sans tomber dans le solipsisme, on peut en déduire que l'idiosyncrasie propre à chaque situation personnelle l'emporte bien souvent sur toute considération d'ordre plus général.

L'approche adoptée par Alexandre Mallard s'inscrit dans le droit fil de la préférence croissante accordée aux recherches axées sur une observation directe, « *grounded* », « *at the grass roots* », conforme à une tradition ultra-empiriste : perceptuelle, anglo-saxonne, chez Bacon, Hume et Berkeley, ou sensualiste, française, chez d'Alembert ou Condillac. L'école pragmatiste nord-américaine est illustrée par trois auteurs à la charnière du XIX<sup>e</sup> et du XX<sup>e</sup> siècles, à savoir Charles Peirce, William James et John Dewey. Le point commun à ces auteurs, au-delà de visions parfois très différentes, réside dans la posture selon laquelle les perceptions et les déclarations des acteurs (les « *percepts* », au sens des pragmatistes) constituent, en quelque sorte, le terreau sur lequel vont s'édifier, ou se justifier, les concepts qui contribuent à la saisie (la « conscience ») et à la compréhension (la « connaissance ») des pratiques (James emprunte à Sombart le terme de « *praxéologie* »). De nos jours, le pragmatisme nord-américain connaît une véritable résurrection, autour de quelques thèmes majeurs, nonobstant la grande diversité de vision. Des auteurs aussi divers que « les » Putman, Rorty, Sennett, voire Giddens, se rejoignent sur le rôle majeur des perceptions, sur le caractère relatif et imprédictible (falsifiable, dirait Popper) des théories, sur l'adéquation des concepts aux besoins de l'individu (ou la Société) pour la connaissance et l'action, de sorte qu'ils soient considérés comme utiles et satisfaisants, du moins dans un contexte donné, et pour un temps donné.

Dans cet esprit, la recherche menée à son terme par Alexandre Mallard sur les pratiques commerciales s'avère particulièrement opportune. En effet, c'est en grande partie dans cette activité que le « patron » (terme que l'on préférera ici à celui d'entrepreneur) va s'exprimer (les *verbatim* s'avèrent de ce point de vue très éclairants), et exprimer plus spontanément sa personnalité, voire son individuation. C'est donc dans cette activité et ces pratiques « marchandes » (ou de mise en marché) qu'est tout particulièrement posée la question de l'utilité des « concepts dominants » (orthodoxes) dérivés, soit de la théorie économique (le « marché »), soit des préceptes du « *marketing management* » (dont les 4P), soit des modèles de la « *market strategy* » (dont les matrices de portefeuille). Ainsi, comme nous l'avions pour notre part observé dans les années 1980, le patron de TPE parlera plutôt de « confrères » ou de « clients » que de « concurrence » ou de « marché ». Ce dernier

est largement perçu, voire « reconstruit », au travers des signes et signaux que chaque patron « bricole » en fonction de son expérience, comme le fruit de ses multiples expériences et expérimentations plus ou moins réussies.

Cette observation rejoint le propos de Richard Sennett, dans son ouvrage au titre évocateur (*Ce que sait la main*<sup>1</sup>). Reprenant la distinction de Hannah Arendt entre l'*animal laborans*, soumis à la *tecné* (on dira ici : aux procédures managériales) et l'*homo faber*, qui domine la *tecné* pour créer, construire (la *poïésis*), Sennett montre que l'« artisan » (entendu au sens large, que l'on peut élargir au petit patron de TPE, y compris unipersonnelle) part de ses sensations, de ses perceptions pour édifier, à l'instar de l'artiste, ses propres œuvres, dont Lucien Karpik a souligné qu'elles tendaient à la singularité. Mais au-delà du produit, l'« œuvre », ensemble composite d'activités liées, pour reprendre l'image de Deforge (in *L'œuvre et le produit*<sup>2</sup>), nécessite l'engagement de ressources (et tout particulièrement en temps, comme le souligne à juste titre Alexandre Mallard) destinées notamment à l'activité commerciale. Mais l'on sait, comme l'a montré Marion Polge dans sa thèse<sup>3</sup> sur le petit patron en agro-alimentaire, que certains ont du mal à s'y consacrer, s'enferment dans le « laboratoire » ou s'occupent dans l'atelier, alors que d'autres s'investissent dans les contacts avec les clients, les « collègues », et bien d'autres institutions (dont les équipes universitaires...). Les raisons qui président au comportement soit intro, soit extraverti ne relèvent certes pas de la pure rationalité substantive !

La démarche dite « abductive », selon l'expression imaginée par Charles Peirce, consiste à repartir en amont pour retrouver les indices justifiant le caractère perçu intuitivement comme satisfaisant de la solution envisagée. Comme heuristique de la décision, elle exprime bien cet aller-retour entre l'intuition de la « bonne » décision commerciale (positionnement de marché) et la recherche ultérieure des éléments perçus comme venant étayer la pertinence de cette solution entrevue. Le processus mental d'aller et retour se double d'un processus temporel d'essai et erreur : on rejoint ici les propos d'Henry Mintzberg sur ce qu'il appelle la « stratégie du potier », lequel « saisit » (voit, comprend) où il veut (ou va) aller au fur et à mesure que le projet prend forme. Les *verbatim* présentés dans cette recherche expriment largement cette vision fortement « impressionniste » et « tâtonnante ».

Toutefois, l'apprentissage envahissant de la « vulgate managériale », souvent dès l'enseignement secondaire, risque à l'avenir de biaiser la teneur des récits déclaratifs. Trop souvent, en effet, les enseignements consacrés à l'entrepreneuriat (création, gestion de la TPE) tendent à accréditer la toute-puissance des paradigmes managériaux. Cette propension se retrouve dans les organismes, tutélaires, associatifs, consulaires, ou marchands, censés accompagner et conseiller le petit patron dans sa démarche de gestion. On rejoint, là encore, les anathèmes jetés

<sup>1</sup> *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, Paris, Albin Michel, 2010.

<sup>2</sup> Paris, Champvallon, 1993.

<sup>3</sup> *L'Avantage concurrentiel en petite entreprise*, Thèse de gestion, Université de Montpellier, 1996.

par Henry Mintzberg à l'encontre de l'enseignement dispensé dans les MBA nord-américains – y compris en *entrepreneurship*. Ne serait-ce que pour remettre en cause cette orthodoxie, cette recherche méritera d'être lue très attentivement par les spécialistes (enseignants, chercheurs, praticiens de tous ordres) en entrepreneuriat et PME.

De surcroît, la recherche non seulement confirme, mais approfondit, voire dépasse maintes conclusions de recherches antérieures, mentionnées dans l'ouvrage, notamment celles menées au sein de l'ERFI (Équipe de recherche sur la firme et l'industrie) de Montpellier. Alexandre Mallard souligne en particulier l'importance des perceptions et de l'expérience propres à chaque patron. Les données rationnelles (d'ordre comptable et documentaire), traitées depuis l'« intellect », sont le plus souvent d'un faible recours, sauf dans certaines activités de services (assurance, immobilier, notamment). Nombre de données relèvent de la collecte et du traitement personnels du patron et de son entourage (famille, employés) ; elles sont raisonnées pour être rendues exploitables et efficaces, en mobilisant « les » expériences et « l' » expérience de chacun, conformément à un impératif d'« effet ».

Mais l'importance accordée au bouche à oreille révèle le rôle prégnant de l'« affect », encore que certaines assertions méritent d'être nuancées. Par exemple, toutes les activités ne nécessitent pas une forte proximité, exprimée en termes de sociabilité. A. Mallard fait observer à juste titre que, en particulier pour des raisons de gestion du temps, les patrons doivent arbitrer entre la proximité et la distance, à l'égard de leurs employés comme de leurs clients. Au demeurant, la distance spatiale n'exclut pas une proximité affective, et, réciproquement, l'auteur fait observer que nombre d'activités dites « de proximité » ne font pas intervenir de relations d'ordre affectif.

Nous voudrions maintenant nous situer sur le plan épistémologique, concernant le statut disciplinaire de ce type et de ce champ de recherche relatif aux TPE. Jusqu'ici, la séparation en disciplines et sous-disciplines, conformément au processus durkheimien, n'a cessé de croître. Ainsi, il n'est pas exagéré de dire que le spécialiste de marketing du consommateur ne fraie pas avec celui du marketing de la distribution ! *A fortiori*, le fossé entre les sciences morales et politiques (droit, économie) et les sciences de l'homme et de la société paraissait infranchissable. Or, les sciences dites « de gestion », en tant que « science de l'action et de la décision des organisations, et dans celles-ci », ont, de façon croissante, tendu à combiner ces diverses approches : paradigmes, modèles, techniques, outils, résultats d'observations, réflexions spéculatives, etc. Le marketing, partagé entre quantitativistes (*market research*) et qualitativistes (*consumer behavior*) illustre bien cette dualité. Mais c'est surtout dans le domaine du management que l'on observe, à côté des méthodes dites quantitatives (mathématiques appliquées en *management science*, statistiques appliquées pour les tests d'hypothèses) un recours croissant à des méthodes directement issues de la sociologie des organisations. En témoigne par exemple l'engouement des chercheurs en management pour l'*embeddedness* ou la « force des liens faibles », ainsi que pour le

recours aux méthodes dites qualitatives, telle que le « *telling story* » et autres méthodes de décryptage de récits écrits ou oraux.

Or, la recherche dans les entreprises de petite taille, à l'échelle humaine, implique inéluctablement une profonde interpénétration des disciplines institutionnellement séparées. La raison est évidente, du moins à nos yeux : alors que la doxa managériale postule que l'individu est anonymement soumis à l'entité hiérarchique (l'organisation), considérée comme une personne (la « cage de fer » weberienne), l'entrepreneuriat postule que l'« entreprise » est une construction autant (voire plus) mentale que sociale du seul fait de l'entrepreneur, et il en va évidemment de même de « son » marché. En conséquence, le chercheur doit mobiliser largement les concepts dérivés des sciences humaines (psychologie, cognitivisme, etc.) et sociales (sociologie, ethnométhodologie, histoire, etc.), à côté des divers apports des sciences morales et politiques (droit, économie, sciences politiques, etc.).

En d'autres termes, ce champ d'études constituerait en soi un nouveau domaine disciplinaire, ayant son identité propre. C'est déjà le cas dans les pays anglo-saxons, comme en témoigne l'explosion des revues spécialisées et des ouvrages qui lui sont consacrés. En France, la crise de la société salariale a certes engendré un regain d'intérêt pour la création d'entreprise, pour se mettre « à son compte » « faute de mieux ». Mais les recherches menées par notre équipe, avec l'aval de diverses institutions (Institut supérieur des métiers, Maisons d'entreprise, etc.) nous confirment dans l'idée, déjà exprimée en 1980 dans la *Revue d'économie industrielle*, que, sous certaines conditions, « *smaller firms may be more efficient than bigger ones* ». Dans la mesure où le Bac + 3 devient une norme, qu'un nombre croissant d'élèves et d'étudiants « font de la gestion », que les dirigeants de TPE ont désormais accès à des formations universitaires et consulaires diplômantes, les créateurs ou gestionnaires de TPE sont de mieux en mieux préparés au démarrage, à la reprise et au développement d'une affaire personnelle. Mais – et c'est là l'un des intérêts majeurs de l'ouvrage réalisé par Alexandre Mallard – il faudra admettre de plus en plus que chaque entrepreneur aura sa propre vision et perception des « choses » (et notamment du marché), et qu'il mobilisera à sa façon tous types de concepts (William James y incluant « tout ce qui est jugé satisfaisant » à titre provisoire). Plus que jamais, il convient donc d'aller au plus près du terrain.

Nous pourrions multiplier les nombreuses implications de ce travail, d'une exceptionnelle richesse. L'auteur souligne lui-même, dans sa conclusion, les prolongements et les approfondissements qui augurent de l'ouverture de nouveaux chantiers de recherche. Il convient en particulier qu'au sein de cette discipline en émergence (du moins en France) que constitue l'entrepreneuriat, les TPE, et, surtout, les patrons de ces entreprises occupent la place qui leur revient, c'est-à-dire la première. Dans cette perspective, nul doute que cet ouvrage fera date.

*Michel Marchesnay*

Professeur émérite, Université de Montpellier



# Remerciements

Mes premiers remerciements vont aux chercheurs avec lesquels j'ai pu collaborer dans la collecte et l'analyse du matériau empirique qui nourrit la recherche présentée dans le cadre de cet ouvrage. Cette recherche n'existerait pas sans la contribution de Sophie Dubuisson-Quellier, qui a coopéré à ses toutes premières étapes et qui a réalisé l'enquête auprès d'une quarantaine de petits professionnels de la région nantaise mobilisée ici. Au-delà du matériau lui-même, une large partie des idées et des intuitions que j'ai mises en scène trouvent leur origine dans les échanges scientifiques que nous avons pu avoir dans le montage de cette étude et dans les exploitations ultérieures qui en ont été faites. Cette recherche n'existerait pas non plus sans le concours de Laurence Dhaleine, Thomas de Bailliencourt et Fabienne Gire, qui ont tous trois contribué à un moment ou à un autre à la fabrication et à l'exploitation des données quantitatives de l'étude Telus. Les analyses que je propose ici doivent beaucoup à la rigueur et à l'enthousiasme avec lequel ils ont coopéré à ce projet collectif.

Cet ouvrage n'aurait pas vu le jour sans les conseils, les encouragements, les nombreuses suggestions et commentaires que m'a adressés Franck Cochoy tout au long du processus qui a jalonné l'écriture de ses différentes versions. Il constitue une façon de ponctuer mais aussi, je l'espère, de prolonger et de faire rebondir les échanges très riches que nous avons eus depuis une dizaine d'années autour de préoccupations de sociologie économique. J'ai également bénéficié des retours de Michel Callon, Gilbert de Terssac, Patrice Flichy, Marie-Christine Monnoyer et Philippe Steiner, dans le cadre de la discussion de soutenance de mon habilitation à diriger les recherches. Je tiens à les remercier pour les commentaires et les pistes de réflexion qu'ils ont proposées à cette occasion. Enfin, je tiens à remercier Madeleine Akrich, Liliana Doganova, Fabian Muniesa et Vololona Rabearisoa pour leur relecture d'extraits intermédiaires de ce travail et pour les commentaires critiques qu'ils m'ont adressés, qui ont largement contribué à en finaliser l'argumentaire.



# Introduction

Les Très Petites Entreprises ont le vent en poupe ! Dans un contexte économique qui ne cesse de rappeler aux entreprises la nécessité de réagir en temps réel aux évolutions de la demande, de transformer continûment leurs organisations, de reconfigurer périodiquement les alliances qu'elles nouent avec leurs partenaires, les petites structures pourraient bien détenir un potentiel spécifique. Par comparaison avec les grandes entreprises qui possèdent d'abondantes ressources mais font preuve d'une inévitable inertie dans la capacité à se réformer et à coller au marché, les TPE semblent bien placées pour relever les défis d'une économie reposant toujours plus sur la flexibilité et l'innovation. Le rôle social de ces acteurs économiques paraît d'autant plus important qu'ils représentent l'immense majorité des entreprises, et qu'ils font travailler, dans les grands pays d'Europe, entre un tiers et la moitié de la population active.

La sociologie s'est peu intéressée à ces entreprises. Elle y aurait pourtant intérêt, car l'observation des TPE porte le regard au carrefour de deux grandes réalités auxquelles elle a consacré beaucoup de son temps et de son énergie : l'organisation – qu'elles réduisent à sa plus simple expression – et le marché – dans lequel elles sont en quelque sorte plongées. Bien sûr, les sociologues n'ont pas complètement ignoré le champ que recouvre la Très Petite Entreprise, et ils ont effectué des recherches qui en éclairent des réalités partielles ou connexes : par exemple l'artisanat, l'entrepreneur, ou les professionnels. Ces travaux nous apprennent beaucoup de choses sur le monde de la petite entreprise, mais ils ratent d'une certaine façon ce qui en fait l'unité et qui, par là même, excite la curiosité pour ce qu'elle représente : la petitesse face au marché. Le présent ouvrage développe une recherche consacrée à cette figure particulière de l'action économique organisée, et mobilise un matériau empirique qui permet d'en apercevoir toute la richesse. On proposera une exploration des univers socio-économiques des TPE qui en montre à la fois l'originalité et l'hétérogénéité. On s'attachera à mettre en évidence les mécanismes au travers desquels ces micro-organisations appréhendent leurs marchés et se construisent une place dans leurs écosystèmes propres.

## COMMENT LES SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES APPRÉHENDENT LES TPE

Comme le rappellent André Letowski et Philippe Trouvé (2004a), il n'existe pas en France de définition légale, au sens strict du terme, des Très Petites Entreprises. Une des définitions que l'on rencontre le plus couramment est celle des recommandations émises par la Commission Européenne (Union Européenne, 2006) : les TPE représentent l'ensemble des entreprises employant

de 0 à 9 salariés<sup>1</sup>. On intègre donc dans cette catégorie à la fois les travailleurs indépendants et des micro-organisations employant plusieurs personnes. La statistique enseigne que la part de ces entreprises dans l'économie globale peut varier, mais qu'elle est toujours considérable. Les TPE constituent en Europe 92 % de l'ensemble des entreprises avec de faibles différences d'un pays à un autre – par exemple 88 % des entreprises en Allemagne, 96 % en Italie et 93 % en France (Union Européenne, 2006). Les disparités concernant l'emploi total porté par les TPE dans les économies nationales sont beaucoup plus fortes : selon la même source, elles emploieraient près de 7 millions de personnes en France, c'est-à-dire 37 % de la population active du secteur marchand, tandis que cette proportion s'élèverait à 57 % en Italie.

Au-delà de la catégorie statistique qu'elles incarnent<sup>2</sup>, les TPE correspondent à une réalité qui reste difficile à cerner, de par la diversité des activités qu'elles recouvrent. Le « petit professionnel », cette figure générique que l'on convoque traditionnellement pour désigner le responsable d'une micro-organisation, a en fait de multiples visages : le personnage pourra correspondre tour à tour au pâtissier du quartier, au jeune chercheur créant son entreprise pour commercialiser le produit de sa recherche, au patron d'une petite entreprise artisanale, au notaire ou au médecin, à l'ingénieur informatique quadragénaire qui monte son affaire après 20 ans d'exercice dans une grande entreprise, à l'agriculteur, etc.

Face à ces activités si diversifiées, les sciences économiques et sociales ont porté un intérêt prudent, mais qui s'est tout de même accru dans la période récente. En effet, si tant est qu'on puisse mesurer l'importance d'un objet à la visibilité dont il dispose dans les revues scientifiques, il apparaît alors que les TPE atteignent un stade intermédiaire. On ne trouve pas encore de revues scientifiques qui leur soient spécifiquement dédiées, mais elles ont fait au cours des vingt dernières années l'objet de publications assez nombreuses, principalement dans des revues centrées sur les petites entreprises et inscrites dans les domaines de l'économie, des sciences de gestion et du management.<sup>3</sup> Par ailleurs, des ouvrages (Ferrier,

---

<sup>1</sup> La Commission Européenne définit deux autres frontières permettant de se repérer dans l'univers des entreprises de petite taille : les petites entreprises (PE) ont de 10 à 49 salariés, et les moyennes entreprises, (ME) ont de 50 à 499 salariés. (Union Européenne, 2006). Une autre définition que l'on rencontre parfois dans les travaux sur les TPE fait référence à un seuil de taille supérieure de 19 salariés.

<sup>2</sup> Quel que soit le seuil de taille supérieure que l'on adopte (9 ou 19 salariés), les chercheurs reconnaissent généralement que la TPE renvoie à une réalité économique et organisationnelle qui en fait autre chose qu'un artefact de la statistique nationale. En particulier, la différence entre les Très Petites Entreprises et les Petites Entreprises (plus de 9 ou 19 salariés, moins de 50 salariés) semble faire sens pour un certain nombre d'analystes (Bentabet, 2008).

<sup>3</sup> Dans l'univers anglo-saxon, on trouvera des publications sur les TPE notamment dans les revues suivantes : *Small Business Economics*, *Journal of Small Business Management*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *American Journal of Small Business*, *International Small Business Journal*, *Journal of*

2002) et des colloques (par exemple le congrès du CIFPME qui s'est tenu en 2004 à Montpellier)<sup>4</sup> lui ont été spécifiquement consacrés récemment.

Malgré cette relative notoriété, le chercheur désireux de dresser un état des savoirs dont on dispose aujourd'hui sur ces acteurs économiques rencontrerait les difficultés auxquelles on est typiquement confronté lorsqu'on s'intéresse à un sujet récent, qui a fait l'objet de diverses investigations menées elles-mêmes selon des perspectives différentes, qui est documenté par des savoirs produits sur d'autres objets voisins, mais qui n'est finalement pas encore considéré comme un objet de recherche homogène et légitime. Autant dire qu'il n'existe pas véritablement de moyen complètement satisfaisant de faire le tour des connaissances constituées autour de l'objet TPE ! Dans un tel contexte, parcourir les trois champs disciplinaires que sont la sociologie, l'économie et les sciences de gestion, est sans doute une bonne façon de repérer les savoirs sur les TPE qui s'y trouvent dispersés.

### **Les connaissances sociologiques sur les TPE**

Comme on l'a dit en ouverture, la sociologie s'est généralement peu intéressée aux entreprises de petite taille. Qu'elle ait pris pour objet le travail, les organisations ou les entreprises (selon les trois traditions différentes que l'on peut repérer dans l'univers français), la taille n'aura que rarement constitué un critère d'analyse et de différenciation. Ce qui revient à dire que les contextes productifs spécifiques aux TPE ou même aux PME n'auront pas particulièrement été explorés par la sociologie. C'est en effet majoritairement par le biais d'enquêtes conduites dans des administrations ou dans des grandes entreprises que les sociologues ont développé, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, les grands paradigmes au travers desquels ils appréhendent le monde professionnel.

Si on excepte ceux que nous avons coordonnés,<sup>5</sup> les seuls travaux français portant à proprement parler sur la TPE et menés par des sociologues semblent être ceux d'André Letowski et Philippe Trouvé (Letowski et Trouvé, 2004a, 2004b). Ces travaux s'alimentent en fait de nombreux éclairages économiques et gestionnaires. Ils ont été conduits dans le cadre de programmes de recherche visant à définir les politiques de formation professionnelle, et avaient pour objectif d'identifier les spécificités du public que représentent en la matière les Très Petites Entreprises,

---

*Small Business and Entrepreneurship*. Dans l'univers francophone, la *Revue Internationale PME* (Presses de l'Université du Québec) est l'une des plus actives en la matière.

<sup>4</sup> Voir <http://www.erfi-management.net/cifepme/pages/appelcommunication.html>

<sup>5</sup> Dans le cadre d'un programme de recherche développé à la Division Recherche et Développement de France Télécom, nous avons coordonné la réalisation d'une série d'enquêtes à caractère sociologique sur la population des petits professionnels. Ce travail a donné lieu à la publication d'un numéro de la revue *Réseaux* (Mallard, 2003a). Les travaux publiés portent sur le rapport des TPE au marché (Dubuisson-Quellier, 2003), l'utilisation d'Internet à l'international (Cochoy, 2003), les pratiques de téléphonie (Mallard, 2003b), la mobilité (Dhaleine et Largier, 2003) et l'utilisation des TIC dans la relation au client (Denis, 2003).

partant du constat d'une inadaptation des systèmes de formation traditionnels à ce contexte particulier (Bentabet et al, 1999). Observant l'extrême hétérogénéité des activités appartenant au secteur des TPE, ces recherches se sont attachées à les différencier. La typologie proposée par Letowski et Trouvé (2004b), établie à partir de critères hétérogènes<sup>6</sup> distingue 4 types d'entreprises.

Les « TPE indépendantes traditionnelles » correspondent à des entités de petite taille qui ont une approche gestionnaire peu développée, proposent des produits garantis par la tradition, et se développent dans un cadre familialiste voire domestique. Le rapport salarial y est peu formalisé, et les conditions d'exercice privilégient l'apprentissage « sur le tas » par rapport au recours aux dispositifs de formation professionnelle. Les « TPE managériales » ont des dirigeants plus jeunes et plus formés, qui recourent naturellement à une certaine instrumentation gestionnaire les conduisant à rechercher la standardisation des processus et la compétitivité par les coûts. Ils ont une appétence plus forte pour les prestations de formation. Les « TPE de type entrepreneurial » s'inscrivent dans des dynamiques de rupture et d'innovation dans les produits ou services proposés, les processus mis en œuvre, l'organisation interne ou le type de clientèle visé. Leurs dirigeants se perçoivent comme de véritables chefs d'entreprise, cherchant à se positionner sur un marché concurrentiel accepté en prenant des risques financiers parfois élevés. Enfin, la catégorie des TPE du « double modèle libéral ou flexible » rassemble les professions libérales et les sociétés de services intellectuels (sociétés Internet, conseil, ingénierie, etc.). Ces entreprises pourraient théoriquement rentrer dans l'une des trois premières catégories mais témoignent en fait de comportements distinctifs en matière de gestion des ressources humaines (recrutement, formation, évolution des carrières, etc.), de par le degré élevé de compétence et de formation de leurs membres.

Comme on le voit, cette typologie constitue une manière intéressante d'éclairer la diversité que recèle la population des Très Petites Entreprises. Comme c'est toujours le cas en matière de classification, il ne faut pas en oublier les objectifs et les fondements, au risque de naturaliser des catégories qui ont été élaborées à partir d'hypothèses et de variables très particulières. C'est bien ici le rapport à la formation professionnelle qui structure les différences produites, et on peut penser que la typologie ne peut rester opératoire que pour des usages proches de cette problématique<sup>7</sup>. D'autres travaux réalisés dans le champ de la sociologie apportent des éléments de connaissance de l'objet TPE, même lorsqu'ils ont porté sur des réalités connexes. Evoquons ici trois pistes possibles.

<sup>6</sup> Les auteurs mentionnent ainsi le secteur ou filière, le statut juridique et la place de la TPE dans la chaîne de valeur, les ancrages territoriaux, le degré de structuration des professions exercées, les orientations stratégiques prises, la trajectoire et le profil des dirigeants. (Letowski et Trouvé, 2004, p. 91)

<sup>7</sup> Même si elle a dans le cas présent été utilisée pour d'autres objectifs, à savoir la définition des dispositifs d'aide publiques aux TPE (Mulliez, 2004) ou le diagnostic sur la pénétration des Technologies d'Information et de Communication dans ce secteur (Midière, 2006).

La première est celle des recherches qui ont porté sur des métiers ou des professions dont les conditions d'exercice sont traditionnellement celles de l'indépendance ou des entreprises de petite taille. On peut par exemple avancer que les travaux que Karpik (1995) a menés sur la profession d'avocat documentent la problématique du travail d'une partie des « petits professionnels », même s'il s'intéresse tout autant aux avocats indépendants qu'aux avocats travaillant dans de grands cabinets. La figure qui préside implicitement à la construction du modèle de l'économie de la qualité (Karpik, 1989) semble être celle d'un avocat indépendant qui collecte des informations sur le marché non pas en consultant des informations que lui fournirait un service gestionnaire ou des collègues travaillant dans le même cabinet, mais en parcourant les divers lieux de socialisation professionnelle où ce type d'information s'échange. De la même façon, les recherches de Comet (2007) sur les artisans du bâtiment fournissent des éléments particulièrement éclairants concernant la manière dont des petites entreprises construisent leur place dans l'environnement économique. Dans la suite de cet ouvrage, nous croiserons à de multiples reprises des profils qui rappellent les avocats de Karpik et les professionnels du bâtiment de Comet. Un inventaire resterait à faire des travaux français et anglo-saxons, menés dans le champ de la sociologie des professions ou dans d'autres champs, permettant d'alimenter ainsi la connaissance sociologique d'activités appartenant typiquement à l'univers des TPE.

La deuxième piste est celle des recherches de sociologie sur l'artisanat (Zarca, 1986, 1988 ; Letowski, 1987). Les artisans constituent bien une partie de la population des Très Petites Entreprises. Il faut noter d'emblée que l'identification du périmètre que couvre l'artisanat constitue elle-même une question ardue (voir plus bas la façon dont des chercheurs en gestion s'y sont attaqués). Zarca aborde cet ensemble complexe comme une classe sociale et s'efforce d'en faire une sociologie contemporaine et historique. Il met en évidence les identités hétérogènes qui la composent, la conscience partagée qui caractérise ses membres d'appartenir à un même groupe, l'idée d'une place spécifique de l'homme par rapport à la machine dans les univers de production modernes. Il s'intéresse également aux processus par lesquels de telles caractéristiques se sont construites historiquement, mêlant les dynamiques de structuration identitaire et culturelle à des logiques plus socio-politiques, notamment au travers de la double émergence, au XX<sup>e</sup> siècle, d'un syndicalisme artisanal et d'institutions consulaires (chambres du commerce et d'industrie, chambres des métiers) mises en place par la puissance publique afin de coordonner un important secteur de l'économie nationale (David, 1998). Les travaux de Zarca abordent peu la dimension organisationnelle de l'artisanat en tant que telle, une dimension qui sera explorée de façon plus systématique par les travaux plus récents en sciences de gestion qui eux-mêmes reprendront les apports de la réflexion sociologique sur ce secteur économique.

La troisième piste, enfin, est celle de l'entrepreneuriat. Bien entendu, il ne s'agit pas du tout d'un objet de recherche appartenant en propre à la sociologie.

La réflexion sur la nature de l'action entrepreneuriale est certes au cœur des analyses de Weber (1905) dans son étude sur l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme – c'est dire son importance dans la sociologie économique. Mais c'est sans doute à partir des travaux de Schumpeter (1911) et de l'école autrichienne que s'est structurée une pensée de l'entrepreneuriat qui a donné lieu à des théories modernes dans le domaine de l'économie (Kirzner, 1973 ; Casson, 1982). La thématique de l'entrepreneuriat est aujourd'hui largement investie par les sciences de gestion. C'est donc dans un champ de recherche très convoité que les travaux sur la sociologie des entrepreneurs se sont développés (Swedberg, 2000 ; Zalio, 2009). L'étude des réseaux sociaux constitue l'une des entrées privilégiées par les sociologues, dans les travaux de Burt (1992, 1995) et de Granovetter (2003)<sup>8</sup>. D'autres approches de sociologie plus récentes, dans l'univers français notamment, mettent l'accent sur l'importance des appuis sociaux (Zalio, 2004, 2007) et socio-techniques (Giraudeau, 2007) de l'action entrepreneuriale<sup>9</sup>.

La sociologie de l'entrepreneuriat a naturellement vocation à alimenter la recherche sur l'activité économique des Très Petites Entreprises mais les deux problématiques ne se recoupent pas complètement, au moins pour trois raisons. Tout d'abord l'entrepreneuriat ne s'intéresse pas qu'aux petites entreprises – il examine par exemple aussi l'histoire des capitaines d'industries, ou le comportement des cadres « intrapreneurs » à l'intérieur des grandes organisations. En deuxième lieu, l'entrée par l'entrepreneuriat met l'accent sur des phénomènes dynamiques de transformation (création d'entreprise, innovation, croissance, etc.) qui ne suffisent sans doute pas à circonscrire l'intégralité d'une sociologie des pratiques marchandes dans les TPE : toute une partie de ces pratiques se joue dans des mécanismes d'ajustement à l'univers économique qui procèdent d'autres dynamiques plus incrémentales et peu marquées par des phénomènes de rupture. Enfin, la réflexion de l'entrepreneuriat tend à braquer le projecteur sur des personnes particulières – même lorsqu'elle s'intéresse à la façon dont leurs

---

<sup>8</sup> Dans ce texte passionnant, Granovetter s'appuie sur une comparaison entre différentes configurations d'entrepreneuriat ethnique pour montrer notamment que contrairement à ce que pourrait laisser penser une lecture simpliste de la théorie des réseaux sociaux, les effets de l'encastrement social de l'action entrepreneuriale peuvent être positifs ou négatifs : l'encastrement construit la confiance et permet à l'entrepreneur d'accéder à un certain nombre de ressources mais il peut aussi conduire à le rendre très dépendant de ses communautés d'appartenance, avec les dangers et les risques que cela comporte. L'équilibre entre couplage et découplage est donc délicat.

<sup>9</sup> Les recherches de Pierre-Paul Zalio soulignent ce que les facultés entrepreneuriales doivent à la diversité des scènes sociales que sont amenés à traverser les entrepreneurs, notamment à partir d'une étude de leurs trajectoires biographiques. Martin Giraudeau a pour sa part analysé le travail d'encadrement du processus de création d'entreprise dans le dispositif d'aide français aux chômeurs créateurs ou repreneurs d'entreprises. Il montre non seulement l'importance de l'assistance aux créateurs apportée par les conseillers dans les chambres de commerce, mais aussi le rôle des instruments administratifs concrets (notamment le dossier de création) qui mettent largement en forme le processus de création.

compétences et leurs dispositions sont forgées par l'environnement social – et à laisser dans l'ombre les phénomènes organisationnels.

### **L'approche économique des TPE : de la création au développement et à la disparition de l'entreprise**

À première vue, la discipline économique a porté sur les TPE un regard paradoxal : elle les appréhende dans le cadre d'un débat, déjà assez ancien, sur la place des petites structures dans l'économie qui se focalise traditionnellement sur l'énigme de leur survivance dans des environnements dominés par ces acteurs puissants et organisés que sont les grandes entreprises. Dans le paradigme classique en micro-économie, la seule existence des entreprises de petite taille constitue en effet une réalité à expliquer en tant que telle : de par les économies d'échelle ou les économies de champ qu'elles pourraient faire en croissant en taille, les petites entreprises constituent des structures productives sous-optimales. Poussées à diviser le travail et à accumuler le capital, ces firmes devraient enclencher un processus de concentration qui déboucherait mécaniquement sur l'émergence de grandes entreprises. Au total, les petites entreprises apparaissent ici soit comme des structures inadaptées à l'économie, soit comme des formes transitoires, condamnées à grossir ou disparaître (Wtterwulghe, 1998).

Des approches alternatives ont donc dû être construites pour justifier l'existence *de facto* et la relative prospérité de ce secteur de l'économie. Une des plus célèbres est la « théorie des interstices » avancée par Penrose (1959), qui met en avant des ressorts de performance spécifiques pour les Très Petites Entreprises. Selon cette approche, l'économie globale comporte des espaces de marché très petits, sur lesquels seules de petites structures peuvent ou ont intérêt à s'investir : soit parce que les économies d'échelles n'y ont pas de prise (biens spécifiques ou sur mesure), soit parce que les grandes entreprises ne disposent pas du niveau d'information requis, soit parce qu'il leur est structurellement impossible d'adresser tous les créneaux existants dans l'économie.

Au-delà de l'intérêt théorique de ce débat de micro-économie, c'est la nécessité de comprendre les rouages de la croissance des entreprises pour élaborer les politiques publiques en matière d'emploi notamment, qui motive les analyses de démographie des entreprises auxquelles se livrent les économistes. Les statistiques macro-économiques indiquent que les dynamiques d'évolution dans le temps des TPE sont plurielles, et ne répondent pas à l'alternative entre croissance ou disparition que prévoient les approches néo-classiques. Si les chiffres montrent bien par exemple que la moitié seulement des entreprises créées existent encore 5 ans après la date de création, bon nombre de celles qui survivent ne connaissent pas une dynamique de croissance et n'ont pas réellement vocation à le faire (Ferrier, 2002, chapitre 3). Dans le rapport public réalisé récemment pour l'intégration des TPE à l'économie numérique, les auteurs estiment que les trois quarts d'entre elles n'ont pas, à proprement parler, vocation à grandir en taille (Midière, 2006, pp. 10-12).

Les études détaillées ont montré par ailleurs que la contribution directe des petites entreprises à la croissance de l'emploi est plus modeste que ne le suggère le discours qui, à partir des années 1980, valorisait leur dynamisme dans l'économie globale<sup>10</sup>. Au-delà du mythe, la croissance des TPE dans l'économie que l'on peut lire dans les statistiques<sup>11</sup> résulterait moins de différentiels de performance économique et d'augmentation en taille des entités organisationnelles concernées que de variations de la structure du tissu industriel : désintégration verticale des grandes entreprises intervenue depuis une vingtaine d'années (Boccaro, 1998), montée d'une structuration en groupe dont les effets se manifestent diversement dans les différents secteurs économiques (Picart, 2004).

En contrepoint des débats sur la croissance des firmes et sur l'emploi, un autre sujet de préoccupation pour l'économie des TPE concerne la problématique de l'innovation. On sait que l'approche classique en économie rencontre des difficultés à interpréter le fait même de l'innovation. C'est avec Schumpeter que viendront les premières analyses de cette dynamique de changement économique et du rôle qu'y joue une figure particulière, celle de l'entrepreneur. Schumpeter (1911) reconnaît pour cela l'importance des logiques de destruction créatrice et de déséquilibre comme facteurs structurants l'évolution de l'économie. L'important courant de recherche en économie – et en sociologie (Mustar, 2003) – qui s'intéresse à la création des entreprises par les chercheurs a fourni des exemples vivaces de petites structures situées à l'avant-garde de l'innovation, et vouées par là-même à de fortes dynamiques de croissance. Pour autant, de tels exemples ne peuvent être généralisés et on peut sans doute appliquer à une bonne partie de la population des TPE la thèse schumpetérienne selon laquelle, par rapport aux grandes entreprises, elles accusent des difficultés inhérentes à leur petite taille vis-à-vis de l'innovation, qu'il s'agisse de leur faible pouvoir de marché, de leurs ressources limitées pour investir en recherche et développement, ou des problèmes que pose la gestion des risques financiers associés.

### **Les recherches en gestion : la TPE est-elle une « petite PME » ?**

Les sciences de gestion sont le troisième domaine auquel on peut se reporter pour repérer des études sur les Très Petites Entreprises. On les trouve notamment au sein du champ de recherche francophone<sup>12</sup> dans lequel ont été menés, depuis plus

<sup>10</sup> Le discours public sur ce sujet a pu légèrement varier et les spécialistes se montrent désormais prudents, mais il était dans les années 1980 assez prégnant, en France comme dans d'autres pays : ainsi, Kinsey (1987) évoque déjà le fait que pour le gouvernement Britannique, les TPE étaient vues comme des solutions possibles aux problèmes macro-économiques que connaissait le pays.

<sup>11</sup> Entre 1985 et 1997, la répartition des effectifs salariés dans les entreprises de 1 à 20 personnes passe par exemple en France de 23% à 29%, au détriment des entreprises de plus de 500 salariés (Moatti, 2001).

<sup>12</sup> On n'a pas pu procéder, dans le cadre de cette recherche, à une recension systématique des travaux anglo-saxons sur les TPE qu'on pourrait identifier dans les domaines de la gestion et du

de 25 ans, des travaux très riches et très nombreux sur la PME et l'entrepreneuriat (Torrès, 1998). Dans ce champ, qui est bien structuré autour de l'AIREFPME (Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME), la TPE constitue un intérêt nouveau. La *Revue française de gestion* a réalisé en 2003 un dossier sur la petite entreprise, et le congrès du CIFPME (congrès de l'AIREFPME) de 2004 à Montpellier a été consacré aux TPE. Le titre de l'article de Marchesnay (2003) dans le dossier coordonné pour la *Revue française de gestion*, « La petite entreprise : sortir de l'ignorance », traduisait bien les enjeux associés au développement de recherches sur ce qui apparaissait comme un nouvel objet : les petites entreprises témoignent de spécificités qui limitent l'application à leur propre cas des savoirs de sciences de gestion disponibles. D'une certaine façon, les recherches qui ont été menées dans ce cadre déclinent et confrontent aux contextes des TPE des questions et des problématiques qui sont traditionnelles dans l'étude des modes de gestion de la PME : le système de décision et de gestion (Richomme, 2000), le rapport à l'environnement (Gueguen, 2004), la mise en œuvre de la démarche marketing (Pacitto, 1998), l'inscription dans le terroir (Polge, 2003), les stratégies d'alliance (Jaouen, 2006)<sup>13</sup> ou de développement (Polge, 2008), etc.

Si on le compare aux approches sociologiques ou économiques évoquées plus haut, ce courant apporte les éléments les plus distinctifs dans la compréhension du système de gestion et de la réalité organisationnelle de la TPE. L'analyse traditionnelle sur le cas des PME montre que le système de gestion, est marqué par l'importance de la figure du « propriétaire-dirigeant » : à la différence des grandes entreprises, la même personne cumule ici les rôles de l'entrepreneur, du manager, de l'organisateur, et parfois du propriétaire.<sup>14</sup> Pour des raisons qu'on imagine, cette dimension est encore exacerbée dans le cas des TPE. Dans sa réflexion sur la « loi proxémique » et son application au monde de la TPE, Torrès (2003) tire ainsi toute une série de conséquences de la petitesse de l'entreprise sur

---

management dans la période récente (les 5 dernières années). Une telle recension serait nécessaire pour confirmer l'hypothèse implicite que l'on fait ici, à savoir que les recherches francophones traduisent correctement l'état des savoirs dans ce domaine.

<sup>13</sup> L'analyse des stratégies d'alliance dans les PME a fait l'objet d'important travaux en sciences de gestion (Puthod, 1995)

<sup>14</sup> La thématique des conséquences du caractère central de ce personnage dans la gestion de la firme de petite taille constitue une topique récurrente dans les débats des chercheurs en sciences de gestion et en management. Dans son ouvrage consacré à la PME, Robert Wtterwulge (1998) indique ainsi que s'il n'y a pas de superposition conceptuelle parfaite entre les notions d'entrepreneur et de propriétaire dirigeant, il y a souvent correspondance dans les faits. Une étude réalisée en 1994 montre ainsi que pour 80% des entreprises moyennes en Belgique, le capital est détenu par le dirigeant ou sa famille. De la même façon, les enquêtes réalisées par Ducheneaut (1996) sur la France indiquent que 44% des dirigeants de PME maîtrisent directement plus de 50% du capital de leur entreprise. Si l'on s'en tient à la seule fonction de direction, les recherches montrent généralement que l'empreinte de la personne du chef d'entreprise est prédominante. Ce débat est bien entendu lié à celui portant sur l'importance du facteur taille, qui est lui-même controversé (Torrès, 1998).

l'influence qu'y exerce le dirigeant, par exemple le fait que « la petitesse confère au fonctionnement de l'entreprise un caractère domestique où les normes relèvent directement de l'autorité du chef d'entreprise et sont plus rarement soumises au principe d'un tiers extérieur » ou encore que l'entreprise est affectée par le capital relationnel du chef d'entreprise « qui joue souvent un rôle-clef au travers de ses participations publiques professionnelles, sociales ou politiques ». La TPE pourrait donc être vue comme une « mégapersonne par opposition à la grande entreprise mégastructure » (Torrès, 2003, p. 127).

Il faut cependant avec Marchesnay (2003) nuancer et préciser ce diagnostic : dans les petites entreprises à caractère familial, le conjoint peut jouer un rôle très fort pour toutes les décisions comportant un caractère patrimonial, et dans certaines entreprises artisanales le patron n'engage pas des décisions d'investissement importantes sans avoir l'appui de ses ouvriers principaux. Si l'on ajoute à ces configurations les situations collégiales (type bureau d'étude), les franchises (où le responsable de la TPE doit appliquer de multiples règles de gestion imposées par le franchiseur) et les entreprises dépendantes de leurs gros clients, on peut effectivement conclure que « la centralisation de la décision apparaît comme une assertion héroïque et simplificatrice » (Marchesnay, 2003, p. 113).

Une seconde entrée concerne l'inscription de la firme de très petite taille dans son environnement. La façon dont l'insertion dans l'environnement économique est appréhendé par les TPE est encore marquée par une faible formalisation et une faible appropriation des outils du marketing (Pacitto et Julien, 2006), un point sur lequel on reviendra longuement dans le cours de cet ouvrage. Mais de manière générale, si l'idée traditionnelle selon laquelle l'environnement constitue un lieu d'incertitude majeur pour les TPE est confirmée, on ne considère plus aujourd'hui que ces entreprises y sont strictement soumises : l'attitude purement réactive tend à être resituée comme une attitude possible au sein d'un ensemble de postures qui n'exclut pas la pro-activité.<sup>15</sup> Comme l'indique Marchesnay (2003), l'ère des « trois hyper »<sup>16</sup> qui caractérise l'économie actuelle a fortement rebattu les cartes du rapport de force entre petits et grands acteurs : d'une part la montée de l'économie des qualités et des variétés – montée caractéristique des évolutions qu'a connues le capitalisme dans les cinquante dernières années – aura favorisé des petites structures qui sont susceptibles de s'adapter de façon flexible aux évolutions de la demande économique ; mais d'autre part, les grandes entreprises

<sup>15</sup> Par exemple, Gueguen (2004) a examiné le lien existant entre stratégie, performance et caractéristiques de l'environnement. Les résultats de son enquête tendent à montrer, sur le secteur de l'informatique, que les TPE sont attentives aux caractéristiques de leur environnement, et qu'elles parviennent à un meilleur niveau de performance lorsqu'elles adaptent leurs stratégies en fonction de l'environnement.

<sup>16</sup> Marchesnay identifie comme typique de la « révolution tranquille des années 1990 » trois transformations importantes de l'économie de marché, ce qu'il appelle les « trois hyper » (hypersegmentation, hyperspécialisation, hypercompétition) » (Marchesnay, 2003, p. 115).

disposent d'atouts forts pour adresser des marchés de niches que l'on pouvait penser autrefois réservés à des petites entreprises.

Au sein des recherches menées dans ce courant, les entreprises artisanales ont fait l'objet d'une focalisation plus importante, peut-être parce qu'elles renvoient à un type d'entreprise qui est le plus éloigné de l'archétype moyen de la PME décortiqué dans des recherches anciennes et nombreuses du domaine. L'artisanat lui-même ne constitue pas un ensemble d'activités facile à cerner, et le numéro récent de la *Revue internationale PME* qui s'y est intéressé était inscrit lui aussi sous le signe de la diversité (Fourcade et Polge, 2006). Le travail mené par Richomme (2000, 2006) autour de l'identification du secteur des métiers, secteur qui délimite l'activité artisanale dans le dispositif juridique français, montre toute la complexité de cette construction<sup>17</sup> – il permet d'ailleurs de voir, par ricochet, que l'univers des TPE recouvre globalement le secteur des métiers (artisanat), le secteur du commerce, les professions libérales, auxquels il faut adjoindre les très petites entreprises industrielles et de services (Richomme, 2006, p. 55).

Le terrain de l'artisanat apparaît comme privilégié pour faire voir les spécificités des plus petites des PME vis-à-vis des pratiques économiques et de gestion. Par exemple, dans quelle mesure la notion de stratégie de développement a-t-elle un sens pour des entreprises artisanales ? Polge (2008) repère trois chemins possibles pour aller dans ce sens. Le premier est le développement interne, qui suppose souvent l'augmentation des effectifs, le changement des méthodes de travail et le remaniement de l'organisation existante – toutes raisons qui le rendent peu attractif pour nombre d'artisans qui peuvent souhaiter accroître leur chiffre d'affaires mais ne veulent pas forcément changer de métier et reconfigurer leur organisation. Le deuxième est celui du développement externalisé, par le biais de groupements et d'alliances avec des confrères. Cette solution pose les problèmes du partage et de la confiance dans la conclusion des alliances, un problème qui est en général prégnant dans cette population (Jaouen, 2006). La troisième solution de développement identifiée par Polge passe par le développement incrémental, dans lequel les systèmes de décision, de production et d'organisation évoluent constamment. Elle ne convient qu'à un type d'entreprise ou de projet particulier.<sup>18</sup> On aperçoit bien au travers de cet exemple les spécificités des TPE du point de vue des pratiques de gestion.

---

<sup>17</sup> Richomme (2000) repère trois types de conditions pour le rattachement d'une activité au secteur des métiers : un critère d'activité (250 métiers sont répertoriés dans une nomenclature spécifique), un critère de taille d'entreprise (pas plus de 10 salariés) et un critère de présomption d'indépendance (l'artisan ne doit pas être fortement lié à ses clients ou donneurs d'ordre).

<sup>18</sup> « Cette forme de développement est fréquente dans les travaux par projets (comme les travaux de grande ampleur dans le bâtiment), l'artisanat d'art ou encore les activités technologiquement innovantes (les technologies liées à la communication pour les électriciens). L'entreprise est mise dans une posture d'apprentissage permanent et de remise à plat des processus. » (Polge, 2008, p. 132).

## UNE SOCIOLOGIE DES TRÈS PETITES ENTREPRISES FACE AU MARCHÉ

### **Argument**

Nous avons commencé ce parcours en mettant en avant une série de caractéristiques spécifiques des organisations de petite taille face au marché. L'argument de la souplesse et de l'agilité paraissait alors simple et convaincant. Il en est désormais un peu différemment. Malgré leur caractère parcellaire et éclaté, les recherches que nous venons de balayer apportent suffisamment d'éléments pour inciter à la prudence. Derrière le terme générique de TPE, on est en fait confronté à la complexité d'un ensemble extrêmement hétérogène. Quel point commun existe-t-il entre les réalités marchandes et organisationnelles d'un boulanger, d'une start-up de l'Internet, d'un agriculteur, d'une entreprise familiale du bâtiment, d'un bureau d'étude en ingénierie, ou d'un petit garagiste ? Au-delà de la « petitesse », on est conduit à se demander s'il existe d'autres dénominateurs communs de toutes ces activités productives, qui permettraient de fonder une analyse intégrée des pratiques qu'elles mettent en œuvre pour assurer leur survie et leur développement économique.

Une sociologie de la micro-organisation face au marché est-elle donc possible ? Cet ouvrage fait le pari que cette question peut recevoir une réponse positive. Il propose d'esquisser les contours de cette sociologie à partir d'une investigation empirique des formes du rapport au marché dans les petites structures, investigation qui montre à la fois la forte unité problématique de cette question et la richesse des configurations pratiques sous lesquelles elle s'exprime. La démarche repose sur un postulat méthodologique qu'il faut d'emblée expliciter, concernant la façon d'aborder « l'objet TPE » : d'une part on s'en tiendra à la définition conventionnelle simple que l'on a évoquée jusqu'ici, celle des « entreprises comportant 1 à 10 personnes » ; d'autre part, on s'astreindra à circonscrire cet objet par une analyse systématique des diversités qu'il recouvre. Cerner l'univers des TPE, ce sera pour nous ici repérer la pluralité des positionnements que ces micro-organisations peuvent adopter dans l'univers économique, et décrire les axes de différenciation qui régissent cette pluralité.

Dès lors qu'on accepte la démarche consistant à partir de la définition minimaliste qu'on vient de donner, le secteur des Très Petites Entreprises apparaît en effet comme un laboratoire formidable pour explorer des modalités contrastées du rapport organisation/marché. Ce laboratoire invite à une sociologie de l'action marchande (micro-)organisée en contexte de « rareté variable » d'un certain nombre de ressources que l'on s'attachera à repérer. Une de ces ressources est par exemple la ressource humaine, et la possibilité de spécialiser son rôle : un axe de différenciation est ici celui qui oppose les entreprises où chacun (c'est-à-dire parfois une seule personne) fait tout et celles où chacun occupe un rôle distinct. Une autre ressource concerne la mise en œuvre de connaissances formalisées sur