

Une interprétation des stratégies artisanales à partir des trajectoires professionnelles dans le secteur des métiers

Katia Richomme-Huet

Volume 19, numéro 3-4, 2006

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1008501ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1008501ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (imprimé)

1918-9699 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Richomme-Huet, K. (2006). Une interprétation des stratégies artisanales à partir des trajectoires professionnelles dans le secteur des métiers. *Revue internationale P.M.E.*, 19(3-4), 51–76. <https://doi.org/10.7202/1008501ar>

Résumé de l'article

Cette recherche a pour objectif d'aborder les stratégies d'entrée et de sortie d'un secteur économique en observant les trajectoires théoriques et pratiques réelles suivies par les différents groupes composant l'artisanat. Après une modélisation du secteur des métiers et des populations référentes, il s'agit de proposer une démarche exploratoire afin de comprendre les trajectoires des artisans et donc de saisir leur comportement. Dans cette perspective méthodologique qualitative, nous procédons à la réalisation d'entretiens sous la forme de récits de vie et à une étude documentaire, bénéficiant d'un corpus de 24 entreprises artisanales. L'analyse de contenu dévoile une validation empirique de notre cadre conceptuel sous la forme d'une typologie, dont chacun des « idéaux-types » (artisan traditionnel de succession, artisan traditionnel de promotion sociale, artisan d'installation en logique entrepreneuriale et artisanat d'installation en logique d'insertion sociale) met en exergue l'histoire de leur trajectoire telle qu'ils la racontent, une interprétation et une modélisation de leur parcours passé, présent et futur. Les trajectoires professionnelles illustrent parfaitement les stratégies des artisans. Il apparaît notamment une prééminence des stratégies réactives lors de la création ou de la reprise de l'entreprise, phase cruciale pour un changement de secteur ou de statut.

Une interprétation des stratégies artisanales à partir des trajectoires professionnelles dans le secteur des métiers

Katia RICHOMME-HUET
Institut d'administration des entreprises
Université du Sud Toulon-Var

MOTS CLÉS

**Artisanat traditionnel – Artisanat d'installation
Trajectoire professionnelle – Classification – Stratégie**

L'AUTEURE

KATIA RICHOMME-HUET est maîtresse de conférences en sciences de gestion à l'Institut d'administration des entreprises de l'Université du Sud Toulon-Var et chercheuse à ERMES. Ses recherches portent, d'une part, sur l'entrepreneuriat et en particulier sur l'artisanat et, d'autre part, sur la transmission d'entreprises et le transfert de capital social dans les entreprises familiales. Adresse : Université du Sud, B.P. 20 132, 83 957 La Garde Cédex, France. Courriel : <katia.richomme-huet@univ-tln.fr>.

RÉSUMÉ

Cette recherche a pour objectif d'aborder les stratégies d'entrée et de sortie d'un secteur économique en observant les trajectoires théoriques et pratiques réelles suivies par les différents groupes composant l'artisanat. Après une modélisation du secteur des métiers et des populations référentes, il s'agit de proposer une démarche exploratoire afin de comprendre les trajectoires des artisans et donc de saisir leur comportement. Dans cette perspective méthodologique qualitative, nous procédons à la réalisation d'entretiens sous la forme de récits de vie et à une étude documentaire, bénéficiant d'un corpus de 24 entreprises artisanales. L'analyse de contenu dévoile une validation empirique de notre cadre conceptuel sous la forme d'une typologie, dont chacun des « idéaux-types » (artisan traditionnel de succession, artisan traditionnel de promotion sociale, artisan d'installation en logique entrepreneuriale et artisanat d'installation en logique d'insertion sociale) met en exergue l'histoire de leur trajectoire telle qu'ils la racontent, une interprétation et une modélisation de leur parcours passé, présent et futur. Les trajectoires profes-

sionnelles illustrent parfaitement les stratégies des artisans. Il apparaît notamment une prééminence des stratégies réactives lors de la création ou de la reprise de l'entreprise, phase cruciale pour un changement de secteur ou de statut.

ABSTRACT

This research aims to approach the strategies of entry and exit of an economic sector by observing the theoretical and practical trajectories followed by the various groups composing the craft industry. After modelling the sector of trades and its populations, it is a question of proposing an exploratory step in order to understand the trajectories of the craftsmen and thus their behaviour. From this qualitative methodological point of view, we interviewed a corpus of 24 craft companies. The analysis of data reveals an empirical validation of our conceptual framework in the form of a typology, of which each "ideal-type" (traditional craftsman of succession, traditional craftsman of social advancement, installation craftsman in entrepreneurial logic and installation craftsman in logic of social integration) put forward the history of their trajectory such as they tell it, an interpretation and a modelling of their career passed, present and future. The professional trajectories illustrate the strategies of the craftsmen perfectly. It appears in particular a pre-eminence of the reactive strategies during the creation or of the buyout of the company, crucial phase for a change of sector or statute.

RESUMEN

Punterías de esta investigación para acercarse a las estrategias de la entrada y de la salida de un sector económico observando el verdadero teórico y práctico de la trayectoria seguido por los varios grupos que componen la industria de la artesanía. Después de que el modelar del sector de los comercios y de sus poblaciones, él sea una cuestión de proponer un paso exploratorio para entender la trayectoria de los artesanos y así de su comportamiento. De este punto de vista metodológico cualitativo, hacemos a la realización de decir historias y un estudio documental, beneficiándose de una recopilación de veinticuatro compañías del arte. El análisis del contenido revela una validación empírica de nuestro marco conceptual bajo la forma de tipología, de la cual cada "ideal-tipo" (artesano tradicional de la sucesión, artesano tradicional del adelanto social, artesano de la instalación en lógica emprendedora y artesano de la instalación en lógica de la integración social) propone la historia de su trayectoria tal como ellas dice la, una interpretación y modelar de su curso pasado, presentes y futuros. La trayectoria profesional ilustra las estrategias de los artesanos perfectamente. Aparece particularmente una superioridad de las estrategias reactivas durante la creación o de la compra de la compañía, de la fase crucial para un cambio del sector o del estatuto.

ZUSAMMENFASSUNG

Diese Forschung hat zum Ziel, die Markteintritts- und Austrittsstrategien in einem Wirtschaftszweig zu thematisieren. Dabei werden die theoretischen und realisierten Werdegänge der verschiedenen Gruppen von Handwerksbetrieben analysiert. Nach

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n^{os} 3-4, 2006

einer modellhaften Darstellung der entsprechenden Berufsgruppen und Akteure des beobachteten Wirtschaftszweiges, wird eine explorative Methodik definiert, die zum Verständnis der verschiedenen Werdegänge und Verhaltensweisen der Handwerker führt. Bei dieser qualitativen Vorgehensweise wurde bei insgesamt 24 Betrieben die notwendigen Daten mittels Lebenslauf und Studie von Dokumenten erhoben. Die Inhaltsanalyse dieser Daten validiert insofern unseren konzeptuellen Rahmen, indem sämtliche identifizierten Handwerker-Typologien (traditioneller Handwerker durch Nachfolge, traditioneller Handwerker durch sozialen Aufstieg, unternehmerischer Handwerker und Handwerker durch soziale Eingliederung) ihre spezifische Handschrift bezüglich der Geschichte ihres Werdeganges, der Interpretation ihrer Vergangenheit und der Modellierung der Gegenwart und Zukunft hinterlassen. Die beruflichen Werdegänge illustrieren ausgezeichnet die Strategien der Handwerker. Dabei kann festgestellt werden, dass reaktive Strategien bei der Gründung oder Übernahme, entscheidend sind, um in einen neuen Wirtschaftszweig einzutreten oder den beruflichen Status zu ändern.

Introduction

L'artisanat suscite tous les 20 ans, avec une précision à séduire un horloger suisse, un regain d'intérêt dans la communauté scientifique. Dans la période des années 1980 fleurissaient les études par le biais du Commissariat général du Plan (Marchesnay, 1986; Zarca, 1986), du CNRS (Auvolat, Lavigne et Mayère, 1985), des rapports (Haby, 1981; Mignot, 1980) et de quelques thèses éparses dans les sciences humaines (Louart, 1980; Jaeger, 1978; Letowski, 1987). Les années 2000 voient à nouveau se développer les recherches avec un pic pour le changement de siècle notamment au niveau des travaux de doctorat (Siméoni, 1999; Picard, 2000; Richomme, 2000; Loup, 2003) et des institutionnels (création des Club des dirigeants par l'Institut supérieur des métiers et d'un Observatoire national des entreprises artisanales par l'Assemblée permanente des Chambres de métiers).

Ces tendances ne doivent rien au hasard, mais plus à des renversements de conjoncture économique et à l'attrait soudain pour un secteur formé pour absorber les volontaires à l'indépendance comme réponse aux échecs salariaux (Richomme, 2000), bien que peu enclin à l'ouverture à tout va. « Il est vrai que lorsque le capitalisme va mal, l'artisanat va mieux. Dans le long terme, on le repère à des ruptures de tendances: le nombre de travailleurs indépendants qui avait constamment baissé en France depuis le début du siècle (XX^e), a crû entre 1931 et 1936, dans ces mauvaises années où sévissait le chômage. Le nombre d'entreprises inscrites au répertoire des métiers n'a cessé d'augmenter de 1972 à 1982, dans une nouvelle conjoncture de crise, alors que le nombre d'artisans avait progressivement diminué au cours des 20 années précédentes » (Zarca, 1986, p. 1).

Ainsi, nous assistons actuellement à un renouveau de ferveur pour l'artisanat et l'artisan, bien qu'englobés dans une conception plus large d'entrepreneur et de TPE. Force est alors de constater qu'au sein même de ces champs, les 818 000 entreprises artisanales (DCASPL, 2005) restent encore les parents pauvres des sciences de gestion. Alors que les pouvoirs publics multiplient les ouvertures vers la création ou la reprise d'entreprise (lois pour l'Initiative économique n° 2003-721 du 1^{er} août 2003 et n° 2005-882 du 2 août 2005), l'artisanat tente de répondre à ces multiples missions tout en conciliant des activités et des populations hétérogènes au sein d'un secteur polymorphe qui se doit (selon ses détracteurs) d'être un incubateur de PME (sous peine d'inutilité et de disparition annoncée).

Cette recherche a pour objectif d'aborder les stratégies d'entrée et de sortie d'un secteur économique en observant les trajectoires théoriques et pratiques réelles suivies par les différents groupes composant l'artisanat.

De façon plus précise, il s'agit de répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi les créateurs/repreneurs d'entreprise se tournent vers l'artisanat ? Est-ce une volonté délibérée, une compétence acquise, une décision mûrement réfléchie ou le couple prédéterministe taille-activité qui conduit le porteur de projet vers ce secteur ?
- Comment faire pour repérer parmi les chefs d'entreprise artisanale les motivations, les objectifs, les buts et les compétences de chacun et ainsi prédire leur trajectoire ?

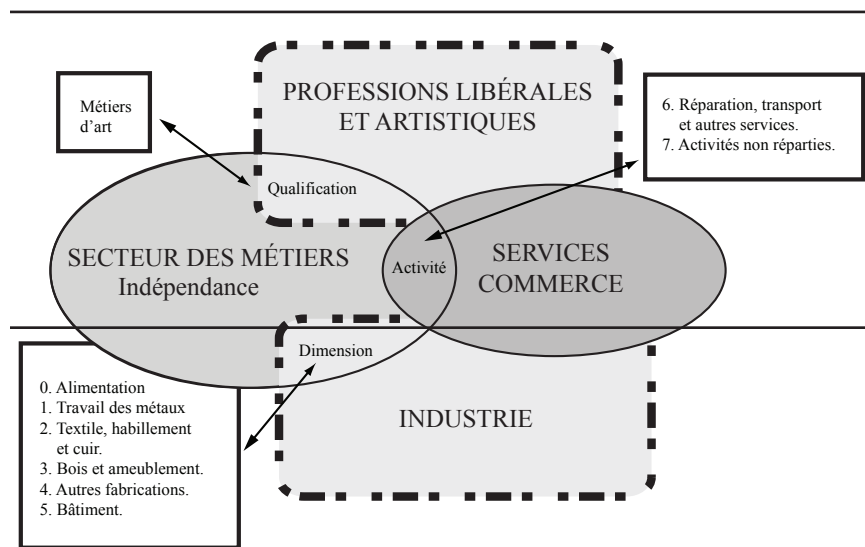
Ces questions présentent un intérêt fondamental compte tenu des variations cycliques qui conduisent à ouvrir et fermer un secteur au gré des besoins de renouvellement du tissu productif français. Notre étude cherche ainsi à apporter un éclairage différent afin d'améliorer la compréhension des stratégies utilisées par les créateurs/repreneurs au sein de l'artisanat. Partant, nous justifierons de l'imbrication de l'entreprise et de son dirigeant, la relation symbiotique au sens de Verstraete (2000), en analysant leur trajectoire commune. Ce terme sera utilisé à la fois pour qualifier le parcours professionnel du chef d'entreprise et sa représentation stratégique à travers l'évolution de sa firme. À cet effet, nous proposerons une dimension dynamique formalisée grâce à la création d'une grille d'analyse. L'analyse qualitative et interprétative des discours favorisant la compréhension des logiques sous-jacentes à chaque trajectoire, nous étudierons successivement et séparément les groupes constituant l'artisanat. Enfin, nous tenterons de trouver des correspondances dans leur choix de trajectoire, à partir des objectifs du dirigeant.

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n^{os} 3-4, 2006

1. Proposition d'un cadre conceptuel pour aborder les trajectoires professionnelles à l'intérieur et à l'extérieur du secteur des métiers

Le décret de 1962, non démenti par ses successeurs, détermine le secteur des métiers à partir de trois critères essentiels, à savoir la nécessité d'indépendance, le seuil dimensionnel et la correspondance de l'activité avec l'une des 250 activités recensées comme artisanales. Les critères d'immatriculation sont motivés pour délimiter une frontière par rapport aux autres secteurs de l'économie. De plus, le secteur des métiers, défini comme une activité indépendante par obligation juridique, se décline en neuf secteurs d'activité dont la séparation avec le commerce, l'industrie ou les autres professions indépendantes n'est pas toujours évidente. Cependant, il nous est possible de proposer une représentation du secteur des métiers à partir de sa définition, modélisée dans la figure 1.

FIGURE 1
Critères d'immatriculation visant à délimiter un secteur

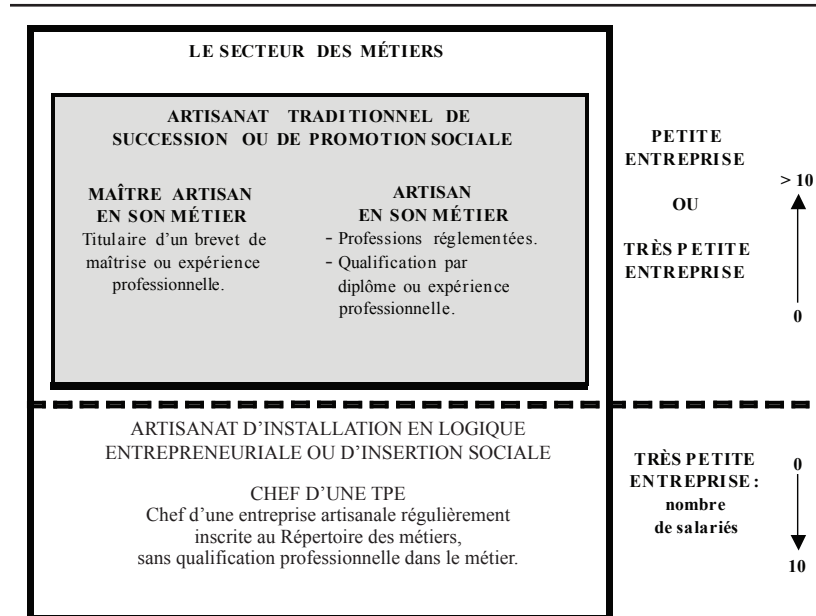


Source : Richomme, 2000.

Le secteur des métiers ou artisanat est donc transversal aux secteurs économiques. La plupart des tentatives de classification de l'artisanat s'attache à différencier les activités en s'appuyant notamment sur le contenu technique (Louart, 1980; Barthélémy, 1986). Cependant, cette approche reste à la fois statique et descriptive, ne se légitimant que par la constitution d'une base de données, se voulant exhaustive et représentative. Elle apparaît nécessaire dans cette finalité, mais superficielle en termes de compréhension du secteur. Afin de mieux cerner la composition du secteur des métiers, nous sommes proposée de le modéliser dans un deuxième temps à partir des populations qui le composent, tout en conservant les critères juridiques.

Délimiter les populations du secteur des métiers soulève un certain nombre de difficultés. Il a donc fallu établir l'importance de la définition de la qualification professionnelle dans le métier, comme critère de segmentation entre les artisans et les chefs d'entreprise artisanale. En nous appuyant sur le modèle de Zarca (1986), nous avons pu déterminer deux types de population, selon la filière de formation et les conditions d'acquisition de leur savoir-faire: un artisanat traditionnel, formé en apprentissage et un artisanat d'installation, ayant suivi un parcours scolaire plus classique. Pour une meilleure représentation, nous proposons un cadre conceptuel (figure 2) permettant de classer les groupes évoqués dans la littérature, en intégrant les éléments typologiques énoncés par leurs auteurs (Jaeger, 1978; Marchesnay, 1985; Letowski, 1987; Richomme, 1998; Loup, 2003).

FIGURE 2
Cadre conceptuel simplifié du secteur des métiers



Source : Richomme, 2000.

La littérature entrepreneuriale insiste sur l'imbrication de l'entreprise et de son chef (Julien et Marchesnay, 1988 ; Bruyat, 1993 ; Verstraete, 1999, 2000, 2003). Ainsi, Bruyat (1994) décrit une relation dialogique entre l'entrepreneur et l'organisation qu'il crée (ou qu'il reprend selon Paturel, 2005), expliquant l'influence de la logique du créateur (ou successeur/repreneur) sur le projet de création (succession/reprise) et inversement. En conséquence, nous parlerons de trajectoire professionnelle autant pour qualifier le cheminement de l'entreprise et de son dirigeant. L'intérêt de ce projet de description des rapports entre structure sociale et parcours individuel (Passeron, 1991), tient, entre autres, à ses multiples déclinaisons : nous pouvons ainsi situer une trajectoire individuelle professionnelle, scolaire, familial, etc. (Chaudron, 1999). De plus, les auteurs se référant à ce concept (Bourdieu, 1986) insistent sur la nécessité d'inscrire les parcours individuels dans la spécificité de l'espace dans lequel ils s'insèrent faute de quoi nous ne pouvons les comprendre vraiment

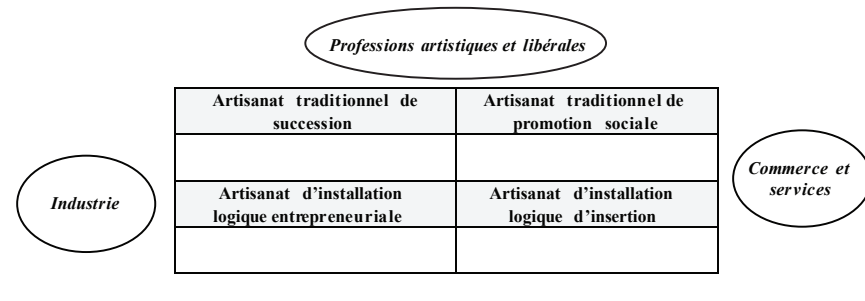
Revue internationale P.M.E., vol. 19, n^{os} 3-4, 2006

(Schotté, 2006). Les sociologues s'attardent plus facilement sur les conditions socio-historiques particulières qui relient, à un moment donné de l'histoire, une population à un secteur d'activité (Passeron, 1989).

Dans cette perspective, nous souhaitons ajouter une dimension dynamique au cadre conceptuel de classification des populations du secteur des métiers. La présentation précédemment modélisée ne propose qu'une coupe instantanée de la trajectoire professionnelle du chef d'entreprise. Pourtant, la richesse de nos données nous conduit à dépasser l'intérêt statique de notre outil, par une projection de ces trajectoires, afin de comprendre la logique de comportement stratégique du dirigeant et le système de gestion des entreprises (Julien et Marchesnay, 1988; Richomme, 2000). Nous reprendrons le découpage de notre corpus en positionnant les artisans traditionnels de succession, les artisans traditionnels de promotion sociale et les chefs d'entreprise artisanale.

À cet effet, nous utiliserons une combinaison des figures 1 et 2, afin de proposer une visualisation plus large, puisque les entreprises artisanales peuvent sortir du secteur des métiers pour rejoindre un autre secteur de l'économie. Les précédents outils sont alors simplifiés, dans un souci de clarté et schématisés dans le cadre suivant (figure 3).

FIGURE 3
**Cadre d'analyse des trajectoires professionnelles
des artisans et des chefs d'entreprise artisanale**



Les zones intermédiaires ne sont pas représentées, toujours pour éviter la complexification de l'outil. Les trajectoires seront symbolisées par une flèche, pour mieux illustrer leur aspect dynamique.

2. La méthodologie de la recherche

Toute recherche nécessite l'utilisation de «procédés opératoires rigoureux, bien définis, transmissibles, susceptibles d'être appliqués à nouveau dans les mêmes conditions, adaptés au genre de problèmes et de phénomènes en cause» (Grawitz, 1996, p. 318).

D'un point de vue scientifique, notre étude cherche à produire une explication raisonnée sur une situation complexe. Il s'agit alors de proposer une démarche exploratoire afin de comprendre les trajectoires des artisans et donc leur comportement. Selon Thiétart (1999, p. 24), la compréhension, définie comme une interprétation des comportements, «implique nécessairement de retrouver les significations locales que les acteurs en donnent, c'est-à-dire des significations situées (dans l'espace) et datées (dans le temps)». Dans cette approche, les études de cas acquièrent une place particulière dans la communauté de recherche entrepreneuriale et sur les PME (Perren et Ram, 2004). Ces derniers proposent une carte des paradigmes tout en s'appuyant sur la dichotomie des perspectives de Burrell et Morgan (1979). La première dimension considère la nature du monde social et peut être divisée en deux perspectives (objective et subjective). Pour Burrell et Morgan (1979), la perspective objective voit le monde social comme si c'était une réalité dure, extérieure et donc objective, tandis que la perspective subjective s'intéresse à la compréhension de la façon dont l'individu crée, modifie et interprète le monde. Pour eux, il n'existe pas d'environnement séparé de son interprétation. La seconde dimension dépend de l'endroit où se place la frontière entre une forme de milieux d'acteurs sociaux ou un entrepreneur individuel/un propriétaire-dirigeant. Ainsi, l'exploration de l'histoire personnelle de l'entrepreneur permet de prendre en compte la compréhension des comportements de leur point de vue, selon leur interprétation, leurs dynamiques, contextualisée avec leurs mots (Pailot, 2003).

Cette démarche va nécessiter la mise en place d'une méthodologie qui présente conjointement l'analyse des données et le contexte de collecte (Beaud et Weber, 1998). En ce qui concerne le choix des sources de données dans une méthodologie qualitative, les entretiens, les observations et l'étude de documents internes ou externes sont les sources les plus communément utilisées. Cependant, dans le cadre de notre étude, l'observation directe ou participante doit être rejetée (notamment pour une simple question de dimension des locaux ou d'imbrication de l'habitation et de l'atelier). Partant, nous nous sommes concentrée sur une déclinaison des deux autres types de techniques.

D'une part, l'utilisation d'entretiens sous la forme de récits de vie présente un intérêt certain pour connaître les logiques des acteurs (Mouline,

1999; Pailot, 2003), puisqu'elle permet de répondre aux difficultés de mesure des situations de gestion. L'histoire de vie est une technique dans laquelle le chercheur souhaite comprendre le milieu social, les processus sociaux à partir des expériences d'une personne, mais aussi d'un groupe ou d'une organisation (Deslauriers, 1991).

Les principes de cette méthodologie « ne sont rien d'autre que la formalisation d'un savoir-faire concret issu du terrain, qui est un savoir-faire personnel » (Kaufmann, 1996, p. 9). Le modèle idéal en est défini par Mills (1967) : c'est celui de « l'artisan intellectuel », qui construit lui-même sa théorie et sa méthode en les fondant sur le terrain. En ce qui concerne la définition de la population, elle repose sur la sélection d'acteurs capables de produire des réponses aux questions que l'on se pose, les critères de choix étant liés aux questions de recherche (Blanchet et Gotman, 1992). Subséquemment, nous avons défini notre échantillon selon le principe de la diversification, résultant d'une sélection de composantes non strictement représentatives mais caractéristiques. En corollaire, cette constitution est le résultat d'un compromis entre une double contrainte de contraste maximal des individus et des situations, ainsi que d'une nécessité d'obtention d'unités d'analyse suffisantes pour être significatives (Blanchet et Gotman, 1992). Dans le contexte de notre recherche, le réseau sollicité nous a fourni un effectif de six entreprises, dont les entretiens sont partiellement retranscrits dans les résultats.

D'autre part, l'étude documentaire nous permet d'effectuer une sélection des données à partir de notre propre intérêt, de notre interprétation et/ou de la comparaison afin d'opérationnaliser les matériaux. Nous avons sélectionné une source originale, permettant de disposer de l'esprit d'une promotion entière de diplômés du brevet de collaborateur de chef d'entreprise artisanale (gestion). À la fin de la formation, les collaborateurs doivent présenter un rapport de synthèse à partir d'une action menée dans le cadre de l'entreprise. Il s'agit donc d'un dossier écrit, produit par des personnes privées. « [Ces données] n'ont pas été recueillies pour répondre aux besoins spécifiques du chercheur, mais elles constituent de véritables sources de données secondaires » (Baumard *et al.*, 1999, p. 251). Ainsi, le chercheur effectue une sélection des données à partir de son propre intérêt, de son interprétation et/ou de la comparaison qu'il réalise, afin d'opérationnaliser les matériaux. En second lieu, la littérature tend à considérer les données issues de documents écrits comme des informations secondaires, c'est-à-dire qu'elles résultent de l'accumulation de connaissances antérieures au problème étudié (Giannelloni et Vernet, 1995).

Il apparaît que l'utilisation des données secondaires entraîne un certain nombre de contraintes dans le processus de recherche. Il convient

de préciser que nous sommes parfaitement consciente que la triangulation des échantillons de récits de vie et de rapports de synthèse aurait permis une augmentation des validités externe et interne de notre étude. Cependant, comme il ne nous a pas été possible d'effectuer cette triangulation de données, nous estimons que dans une phase exploratoire, la complémentarité externe de ces données peut nous permettre de diversifier notre échantillon et de laisser une plus grande part au hasard dans la sélection. Cette complémentarité des données primaires et secondaires nous autorise à penser que les biais de chaque méthode peuvent être neutralisés par une utilisation conjointe, sachant que l'inverse est aussi probable. En conséquence, nous présentons l'ensemble de notre corpus empirique issu des récits de vie (RV) et des rapports des collaborateurs de chef d'entreprise artisanale (RS), dans le tableau suivant.

TABLEAU 1
Présentation synoptique du corpus empirique

Technique	Activité	Entreprise	Effectif	Date de création
RV n° 1	Boulangerie	N° 1	140	1982
RV n° 2	Nettoyage	N° 2	10	1999
RV n° 3	Menuiserie/Ébénisterie	N° 3	1	1982
RV n° 4	Menuisier	N° 4	7	1970
RV n° 5	Plombier	N° 5	9	1969
RV n° 6	Électricien	N° 6	4	1980
RS n° 1	Menuiserie	N° 7	3	1982
RS n° 2	Réparation automobile	N° 8	4	1992
RS n° 3	Tuyauterie-chaudronnerie	N° 9	7	1983
RS n° 4	Menuiserie, pompes funèbres, marbrerie	N° 10	6	1912, 1993
RS n° 5	Prothèse dentaire	N° 11	2	1967
RS n° 6	Bijouterie, joaillerie	N° 12	2	1981
RS n° 7	Peinture en bâtiment	N° 13	3	1986
RS n° 8	Menuiserie	N° 14	4	1981
RS n° 9	Ferronnerie	N° 15	1	1989
RS n° 10	Menuiserie	N° 16	4	1984
RS n° 11	Bâtiment en général	N° 17	14	1947
RS n° 12	Boulangerie	N° 18	6	1984
RS n° 13	Plomberie, zinguerie	N° 19	4	1986
RS n° 14	Électricité, plomberie	N° 20	6	1984
RS n° 15	Maçonnerie	N° 21	6	1981
RS n° 16	Bâtiment en général, rénovation	N° 22	4	1990
RS n° 17	Maçonnerie, rénovation	N° 23	15	1978
RS n° 18	Maçonnerie	N° 24	4	1991

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n^{os} 3-4, 2006

Nous avons donc retenu un ensemble de 24 entreprises artisanales, dont 6 ont été étudiées en profondeur par entretien avec le dirigeant et son collaborateur, et 18 rapports de synthèse, l'utilisation conjointe de ces techniques assurant une diversification de notre échantillon. Afin d'analyser la teneur des matériaux, nous avons choisi d'effectuer des analyses de contenu (Huberman et Miles, 1991).

Celles-ci nous permettent de nous distancier de la singularité du discours telle qu'elle peut être exprimée dans notre corpus empirique. De plus, elles autorisent un découpage transversal et cohérent des entretiens par un référencement thématique (Blanchet et Gotman, 1992). Enfin, elles sont en adéquation avec la mise en œuvre de modèles explicatifs de pratiques ou de représentations, ce qui correspond parfaitement à notre problématique de recherche. Cependant, dans une perspective de validation au sens de Glaser et Strauss (1967), nous avons vérifié notre processus de recherche pour chaque critère de validité et de fiabilité (acceptation interne et externe, saturation des données, complétude et cohérence interne) afin de circonscrire le biais de subjectivité inhérent aux analyses qualitatives.

3. Les résultats empiriques

Nos résultats sont présentés sous la forme d'une typologie, dont l'intérêt méthodologique « consiste à mieux comprendre les points d'ancrage, l'ensemble du système de valeurs et de pensée et à pouvoir se donner des repères pour comprendre la cohérence d'ensemble du comportement d'un acteur » (Filion, 2000, p. 8). De plus, pour Ansart (1999), les taxonomies sont épistémologiquement indispensables puisqu'elles rendent possibles les interprétations, à condition d'être régulièrement critiquée pour être scientifiquement opératoires. En conséquence, nous décrivons pour chacun des « idéaux-types » contextuels l'histoire de leur trajectoire telle qu'ils la racontent, une interprétation et une modélisation de leur parcours passé, présent et futur.

3.1. Les artisans traditionnels de succession (ATS)

Notre corpus fait apparaître quatre entreprises qui se situent dans cette catégorie, les entreprises n° 2, n° 3, n° 10 et n° 17. La particularité de ces quatre entreprises repose sur une logique de succession. Les quatre chefs d'entreprise étaient fils d'artisan; ils ont tous repris l'entreprise familiale (Handler, 1989) et, au-delà, ils souhaitent la transmission.

La trajectoire la plus linéaire est celle de l'entreprise n° 10, l'actuel dirigeant étant le deuxième successeur d'une firme de menuiserie, ébénisterie et pompes funèbres. Les activités étaient les mêmes depuis 1919; la direction a

opté pour un abandon quasi total de l'ébénisterie au profit du développement de la «branche pompes funèbres». Ainsi, ils ont ouvert un point de vente supplémentaire de cette activité, au demeurant, commerciale.

Il apparaît une modification de trajectoire, plus axée vers le commerce et qui tend, à terme, à les radier de l'artisanat. « Nous avons décidé [...] l'abandon quasi total de l'ébénisterie au profit des pompes funèbres, activité que nous comptons développer. [...] *Auparavant, la menuiserie était notre activité principale (70 % du chiffre d'affaires).* [...] Les années passant, nous avons quelque peu délaissé la menuiserie au profit des pompes funèbres, car notre *objectif est d'inverser la situation, soit 70 % du chiffre d'affaires en pompes funèbres*, ce que nous avons pu réaliser avec l'ouverture du magasin » (entreprise n° 10). Dans ce cas, la sortie du secteur des métiers semble préméditée en tant que stratégie pour l'entreprise et les nouveaux dirigeants.

Malgré le refus des enfants de l'entreprise n° 3, le dirigeant (héritier de deuxième génération) a persévéré dans cette démarche de transmission en conservant une **logique paternaliste**. Il choisit la cession à un salarié actionnaire et actionne le levier de la promotion sociale mais de façon presque népotique (Barach et Ganitsky, 1995). « J'ai des employés qui ont 20 ans de boîte. Gilles, celui avec qui je viens de m'associer, lui, il a trois ans dans l'entreprise. Quand il est venu dans l'entreprise, il y avait déjà une anguille sous roche. *Je lui avais laissé entendre que si on s'entendait bien, on pouvait l'associer, [...]* pour travailler ensemble. Bon, ça vient de se concrétiser. *Parce qu'il y avait des affinités!* C'est comme l'association, c'est comme dans le mariage ou dans un couple, c'est exactement pareil. Si vous n'aimez pas, ce n'est pas la peine de faire quelque chose avec quelqu'un. Il y a parfois les compétences professionnelles qui sont là, mais *il faut plus que des compétences professionnelles, il faut autre chose* » (entreprise n° 3). Cette trajectoire illustre la fin de l'entreprise familiale avec une sortie de l'artisanat traditionnel de succession pour une promotion sociale d'un salarié, le but étant la pérennité de l'organisation (Mignon, 2002).

En ce qui concerne l'entreprise n° 17, nous retrouvons un processus de sélection démontré par Ward (1988) : le dirigeant intermédiaire est une alternative intéressante lorsque le successeur éventuel est trop jeune pour assurer la succession. La désignation de l'intérimaire permet de parfaire les connaissances et d'acquérir la maturité nécessaire. Dans notre cas, il s'agit de l'épouse qui s'oriente naturellement vers ce rôle (Richomme, 1999). Cette solution a également été mise en évidence empiriquement (Mouline, 1999). « On m'a nommée au poste de DG en 1988 en attendant que mon fils finisse ses études. Il a rejoint la société en mai 1991. Fin 1992, au cours d'une assemblée générale, nous lui avons attribué les fonctions de DG et, quant à moi,

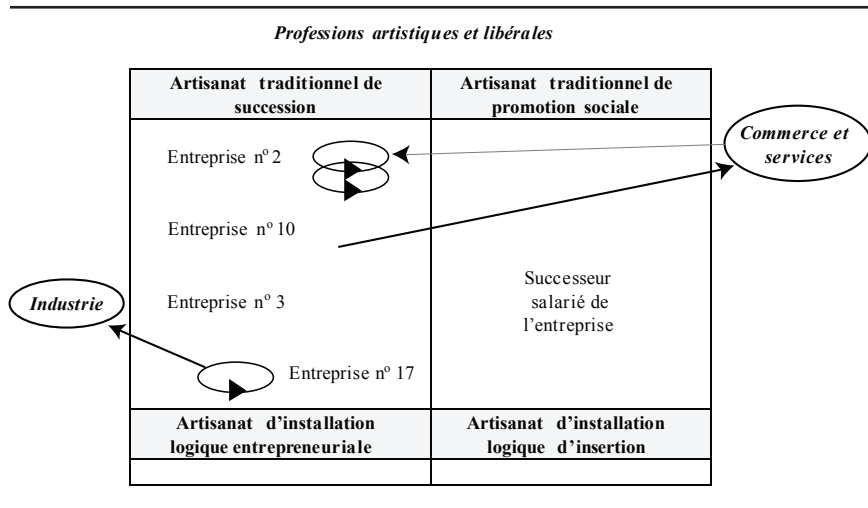
je suis devenue PDG par obligation. Depuis son arrivée, c'est lui qui dirige le personnel. Il a la responsabilité globale des chantiers et du démarchage commercial, etc. Actuellement, je n'ai plus qu'une fonction administrative » (entreprise n° 17). Dans ce cas, le successeur pressenti suit une formation dans le but de reprendre la structure familiale et, avec l'aide des prédécesseurs, il va la développer, quitte à sortir du secteur des métiers.

L'entreprise n°2 suit une trajectoire plus classique : la famille se compose de deux enfants, un garçon et une fille nous proposant une triade père-fils-fille (De Freyman et Richomme-Huet, 2005). Cette dernière a fait des études d'histoire, elle est mariée à un militaire (instabilité du lieu de travail et de vie) ; elle n'a pas le profil idéal du successeur. Ainsi, son insertion dans l'entreprise paraît compromise, et ce, pour trois raisons : les raisons personnelles que nous venons d'évoquer, le fait qu'elle serait plutôt destinée à la reprise du commerce de sa mère et, enfin, une incompatibilité entre les deux couples d'enfants. En définitive, le père s'est tourné vers le reprenneur le plus évident, qu'il forme sur le terrain depuis son plus jeune âge et qui a suivi des études supérieures dans le métier de l'entreprise. « Elle nous a remplacés huit jours en juillet et puis trois semaines au mois d'août. [...] Et puis, elle a une maîtrise d'histoire, ce n'est quand même pas son job. Et puis, elle est mariée avec un militaire, alors. [...] Ni travailler avec son frère dans l'entreprise, je ne pense pas. Il y a aussi les pièces rapportées, le mari et l'épouse. [...] Ils ne pourraient pas. Ça risquerait de ne pas aller. C'est pour cela qu'on veut sauvegarder le métier de l'un et donner autre chose à la fille, pour qu'il n'y ait pas de problème plus tard. C'est pour cela qu'on en est venu déjà à la société. C'est une façon de mettre le fils dedans » (entreprise n° 2). Ce dernier cas de succession démontre, d'une part, la difficulté pour les filles de s'imposer dans l'organisation familiale (Dumas, 1989 ; Barbot et Bayad, 2002) et, d'autre part, la nécessité de préparer la succession en amont (Barbot et Richomme-Huet, 2006).

Il apparaît ainsi une véritable intemporalité de la dimension successorale dans le cadre de l'artisanat traditionnel de succession. Il semble que les artisans qui ont repris une entreprise familiale souhaitent la transmettre non seulement en tant que patrimoine mais surtout comme mémoire familiale et comme héritage. Pourtant, les situations précédentes montrent que cette succession n'est pas toujours voulue au départ. Nous remarquons ainsi que la cause de la reprise non délibérée repose généralement sur un événement grave, voire dramatique, touchant le dirigeant actuel et qui bouleverse la stratégie personnelle du successeur potentiel (Barbot et Richomme-Huet, 2003).

En conséquence, nous pouvons représenter, dans la figure 4, les trajectoires de ces quatre entreprises d'après leur évolution temporelle.

FIGURE 4
Trajectoires professionnelles des artisans traditionnels de succession (ATS)



L'entreprise n° 10, artisanale en activité principale (menuiserie et ébénisterie) et commerciale en activité secondaire (pompes funèbres), poursuit une trajectoire qui la conduit à sortir du secteur des métiers pour rejoindre le commerce et les services, ou tout au moins, à inverser la prépondérance des métiers dans son activité. Inversement, l'entreprise n° 2, issue aussi d'un complément d'activité entre artisanat et commerce, tend à se recentrer sur l'activité artisanale, la mère conservant son commerce jusqu'à sa retraite. Il s'agit donc d'un artisanat traditionnel de succession (ATS) en boucles, l'entreprise ayant fêté son siècle d'existence. Cependant, la stratégie des dirigeants est restée axée essentiellement sur la pérennité et l'indépendance, dans une logique patrimoniale.

Cette constatation s'applique aussi aux deux autres firmes. Néanmoins, le successeur de l'entreprise n° 3 est issu de l'artisanat traditionnel de promotion sociale, ne faisant ainsi que reprendre une entreprise existante, sans connotation familiale : sa trajectoire personnelle modifie celle de l'entreprise, comme indiquée sur la figure 24. Enfin, l'entreprise n° 17, après une première succession qui a modifié son statut juridique et sa structure organisationnelle, tend à continuer son processus d'évolution (GREPME, 1994).

Cela nous conduit à envisager deux hypothèses : soit elle conserve une taille limite pour rester dans le secteur des métiers, soit elle dépasse le

stade artisanal pour préparer un passage vers la PME. L'analyse des données collectées laisse plutôt envisager une évolution vers l'industrie, sachant qu'ils travaillent déjà avec les marchés publics et qu'ils restructurent encore leur entreprise. « La restructuration de notre entreprise a permis de nous recentrer face à notre marché et à notre clientèle. »

L'artisanat traditionnel de succession apparaît comme un groupe particulièrement attaché aux valeurs du milieu socioprofessionnel, à la tradition familiale et à une logique patrimoniale de transmission d'héritage, plus que de valeur financière du fonds artisanal. Nous retrouvons ainsi la logique de création/reprise liée à l'origine des parents mise en évidence par de nombreux auteurs et notamment la notion d'héritier (Birley, 1986), avec une population de reproducteurs de modèles familiaux. La projection envisageant la sortie du secteur des métiers apparaît liée à deux causes :

- la formation scolaire de l'héritier, initié à la gestion (entreprise n° 17) ;
- une différence dans la culture initiale du conjoint ou de la conjointe par rapport à son épouse ou à son époux et une prise de décision de reprendre l'entreprise contre sa volonté qui la conduisent à modifier la trajectoire de l'entreprise (entreprise n° 10).

3.2. Les artisans traditionnels de promotion sociale (ATPS)

La littérature nous avait permis d'établir un indicateur d'accès au statut d'indépendant : l'âge moyen. Effectivement, les artisans traditionnels de promotion sociale de notre corpus démontrent parfaitement la nécessité de la hiérarchie linéaire des qualifications (Zarca, 1986) et essentiellement dans sa phase de salariat, que ce soit dans l'artisanat ou dans l'industrie. Cette étape préalable permet l'acquisition de l'expérience professionnelle et l'épargne des capitaux familiaux requis pour l'installation.

De plus, nous mettrons en évidence, lorsqu'il le sera possible, les mobiles, motivations et profils des dirigeants (Marchesnay, 1997) pour caractériser les populations du secteur des métiers. Notre corpus fait donc état de 16 entreprises se situant dans la catégorie de l'artisanat traditionnel de promotion sociale. L'analyse interprétative de leur discours permet à nouveau de mettre en évidence leurs trajectoires professionnelles et de prévoir leur stratégie à partir du profil du dirigeant.

Il semble que la majorité de notre échantillon ne souhaite pas sortir du secteur des métiers, comme le prouve leur gestion du personnel. Ils embauchent peu en contrat à durée indéterminée, préférant recourir à la sous-traitance, à l'intérimaire ou à tout type de possibilités de courte durée,

généralement en adéquation avec le carnet de commandes. Nous avons retenu deux indices qui nous paraissaient pertinents : les conditions d'installation (Shapero, 1975) et la distinction entrepreneur / propriétaire-dirigeant (Carland *et al.*, 1984; Kemelgor, 1985).

Ainsi, nous avons déterminé les conditions d'installation selon quatre possibilités (Shapero, 1975), sachant que l'une n'exclut pas forcément l'autre :

- une discontinuité qui exprime une rupture dans la situation de l'individu : entreprises n° 7, n° 8, n° 12, n° 14, n° 16, n° 22, et n° 24 ;
- une disponibilité de ressources financières, humaines et professionnelles : entreprises n° 1, n° 9 et n° 18 ;
- une crédibilité de l'acte (qualité et insertion) : entreprises n° 4 et n° 11 ;
- aucune information, ni interprétation possible : entreprises n° 13, n° 19, n° 21 et n° 23.

En ce qui concerne la distinction entre entrepreneur et propriétaire-dirigeant, elle repose sur les profils psychologiques (McClelland, 1965 ; Rotter, 1966 ; Hornaday, 1982 ; Kets de Vries, 1986) et sociologiques (Cooper et Dunkelberger, 1981 ; Brockhaus, 1982 ; Shapero et Sokol, 1982), les motivations ou mobiles (Laufer, 1975 ; Julien et Marchesnay, 1988 ; Gasse et Carrier, 1992) ainsi que sur les caractéristiques inhérentes à chaque catégorie. Nous proposons une analyse rapide des trajectoires de chaque entreprise afin de les repositionner dans notre outil d'analyse.

Cas n° 1 : les trajectoires en boucle

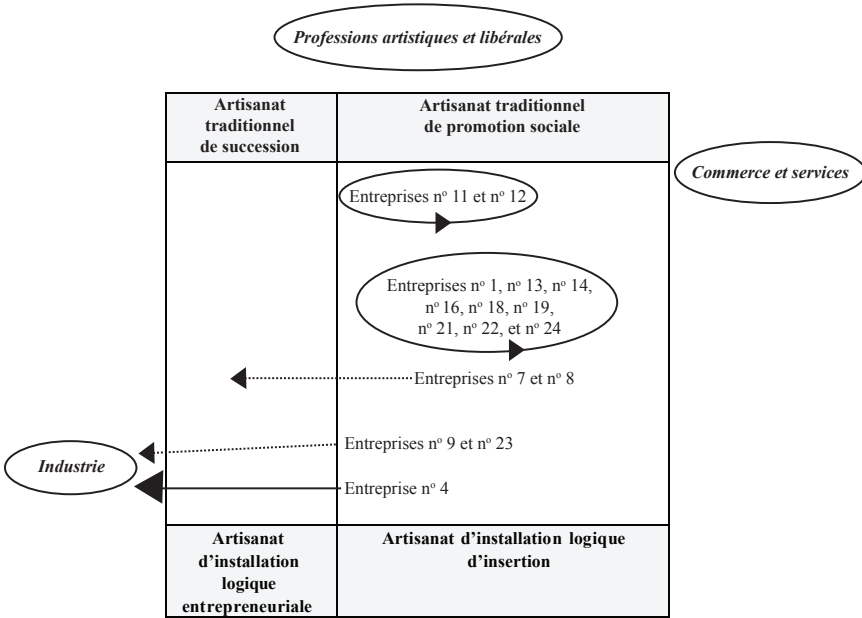
La stratégie du dirigeant est fondée sur un objectif de survie, voire de pérennité, de son entreprise, qu'il considère comme une extension de sa personnalité. Il préfère rester dans le cadre du secteur des métiers, exprimant un fort besoin de reconnaissance et d'appartenance, qu'il légitime par son professionnalisme. Nous constatons une imbrication totale entre l'entreprise et la famille, ainsi qu'une implication totale de son temps et de ses ressources. Cette trajectoire correspond à 94 % de notre échantillon.

Cas n° 2 : la trajectoire linéaire

Le dirigeant souhaite sortir du secteur des métiers. Dans notre corpus empirique, un seul possède cette stratégie de croissance. Ce cas repose sur un choix

de notre part, illustratif de ce que nous qualifions d'entrepreneuriat. Le chef d'entreprise est un visionnaire, démontrant des compétences entrepreneuriales, un goût pour la prise de risque calculé et l'innovation.

FIGURE 5
Trajectoires professionnelles
des artisans traditionnels de promotion sociale



Les entreprises n° 11 et n° 12 peuvent franchir le pas qui les sépare d'une conception totalement artistique de leur profession : le bijoutier entrant dans la catégorie des « artisans d'art » et le prothésiste s'orientant définitivement vers l'expertise, déléguant son entreprise à un salarié qualifié.

Les entreprises n° 7 et n° 8 envisagent une possibilité de succession par le fils, déjà embauché. En conséquence, ils réfléchissent au changement de forme juridique de l'entreprise, d'entreprise individuelle à SARL.

Les entreprises n° 9 et n° 23, dans le secteur du bâtiment, peuvent prétendre à un développement de leur activité, qui peut les conduire à rejoindre l'industrie. La croissance représente une récompense externe, au sens de Kuratko, Hornsby et Naffziger (1997).

Enfin, le reste de notre artisanat traditionnel de promotion sociale tend à demeurer dans le secteur des métiers, sans développer de logique entrepreneuriale. Il s'agit soit d'entreprises en phase de démarrage, soit de dirigeants qui estiment ne pas pouvoir maîtriser la croissance à leur avantage. En conséquence, ils préfèrent conserver une logique patrimoniale (Lafuente et Salas, 1989; Bauer, 1993).

3.3. Les artisans d'installation en logique entrepreneuriale et en logique d'insertion sociale (AILE et AILIS)

Notre échantillon ne reflète que très peu ce type d'artisan, généralement classifié dans les nouvelles populations du secteur des métiers et qui ne se reconnaît pas dans le qualificatif artisanal. De plus, le créateur d'installation en logique entrepreneuriale possède très souvent un diplôme supérieur à ceux des artisans traditionnels, et spécialisé dans un domaine particulier. Inversement, la création en logique d'insertion sociale dénote une absence de diplôme ou une qualification trop généraliste pour se substituer à la possession d'un métier. Globalement, les explorateurs s'installent pour survivre ou par insatisfaction dans leur situation professionnelle actuelle. Ils passent aussi par des phases de chômage, nécessitant une reconversion économique. En revanche, notre corpus empirique ne propose pas de cas d'entrepreneur répondant aux mutations technologiques par une activité nouvelle.

Cas n° 1 : une logique d'insertion sociale

Muni de son CAP de chaudronnier, Gilles, dès l'âge de 18 ans, entre comme ouvrier chez Nordon & Cie à Nancy, grosse entreprise de chaudronnerie et de tuyauterie. Décidé à gravir les échelons, il suit des cours du soir et obtient en 1980 son BEP de chaudronnier et un CAP de soudeur. Il devient « ouvrier chaudronnier P3 » en 1986. Gilles est licencié, parmi 150 autres collègues, en juin 1988. Il signe un plan de reconversion. Il profite de cette période de reconversion pour effectuer, du 9 novembre 1988 au 2 février 1989, un stage à ASFO EST, à Maxéville, de créateur d'entreprise. Simultanément, des démarches pour trouver un local furent entreprises. Un atelier à Einville était disponible. Le propriétaire, artisan en retraite, était heureux de louer son local à un jeune qui perpétuerait ainsi son savoir-faire. La prime de licenciement servit de garantie financière et la Banque populaire de Lorraine suivit et conseilla Gilles. L'investissement en matériel n'était pas très conséquent, Gilles possédant déjà poste à souder, outillage, etc., et l'atelier étant loué avec différentes machines et une forge.

Cas n° 2 : une logique entrepreneuriale

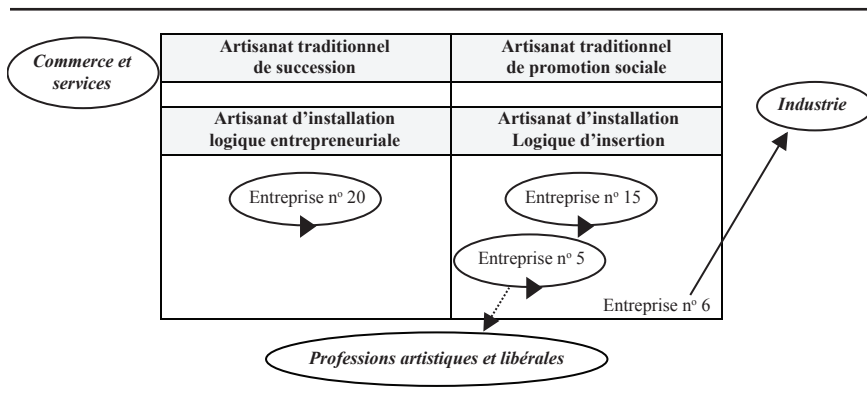
Sylvie ne souhaitait plus le salariat, elle estimait avoir des qualités et des compétences inexploitées. Elle s'est donc tournée vers le nettoyage industriel en créant une microentreprise. Tout s'est fait par étapes, les banquiers ne suivant pas au départ ; elle a développé SNI en faisant du commercial, de la prospection et du recrutement. SNI a eu sept ans au mois de mars 2006 : Sylvie continue de formaliser chaque stade. Elle se considère comme un créateur d'entreprise et un dirigeant d'entreprise ; elle veut croître jusqu'à un certain point, mais sans se donner de limites de taille malgré un effectif actuel de 15 salariés. Elle s'intéresse de très près aux pratiques de gestion pour dégager un maximum de bénéfices, car l'entreprise représente un investissement : « l'entreprise, je ne l'ai pas faite pour la léguer à mes enfants. Tout ce que je veux, c'est qu'ils ne la reprennent pas. Pour moi, c'est un investissement : elle tourne bien, quand je sentirai qu'elle est bien stable, c'est clair, je la revends. C'est un investissement, je vais la revendre, je referai autre chose. Parce que je crois que j'ai pris goût à la création d'entreprise. Je referai certainement autre chose dans une autre branche d'activité, mais plus avec le problème financier maintenant. »

L'analyse de ces trajectoires montre les différentes logiques selon le profil du dirigeant. Cependant, il est possible de noter une volonté commune : ne plus être salarié, être indépendant, être son propre patron et développer un autre type d'entreprise, motivations connues en entrepreneuriat et même validées empiriquement (Carter *et al.*, 2003). En revanche, les divergences s'accroissent dans la trajectoire de chacun.

Il apparaît des stratégies différentes, alors que trois des entreprises ont été créées dans une stratégie de survie (entreprises n° 5, n° 6 et n° 15). Seule l'entreprise n° 20 est issue d'une volonté initiale de croissance et le dirigeant manifeste un comportement innovant. Il invente régulièrement de nouveaux procédés dans son domaine, le bâtiment ; il cède les brevets à une coopérative dont il est le président et propose ses technologies sur Internet.

Les trajectoires probables de ces entreprises suivent la logique de leur dirigeant : l'entreprise n° 5 rejoindra très rapidement le secteur industriel (c'est d'ailleurs en bonne voie), l'entreprise n° 15 tente de redémarrer doucement, tandis que l'entreprise n° 6 est actuellement en statu quo (le chef d'entreprise ne sachant pas s'il se lance dans la menuiserie d'agencement, s'il reprend une activité plus artistique ou s'il reste dans sa situation actuelle, recourant temporairement à des aides extérieures). Nous représentons ces trajectoires dans la figure suivante.

FIGURE 6
Trajectoires des artisans d'installation dans les deux logiques



Conclusion

Les trajectoires professionnelles illustrent parfaitement les stratégies des artisans. Il apparaît notamment une prééminence des stratégies réactives lors de la création ou de la reprise de l'entreprise, moment propice à la réflexion et au modification de trajet.

Les ATS, dont la stratégie repose sur une pérennité de l'entreprise en vue de sa succession, démontrent l'intemporalité de la dimension successorale. La transmission concerne non seulement la firme en tant que patrimoine, mais aussi une mémoire familiale et un héritage. Pourtant, la succession n'est pas forcément voulue, la reprise non délibérée reposant généralement sur un événement physique touchant l'actuel dirigeant et modifiant la trajectoire initiale du successeur. La reprise est subie, mais dans une logique de survie de l'entreprise et du maintien du patrimoine familial (Barbot et Richomme-Huet, 2004, 2006).

Les ATPS, groupe majoritaire dans notre corpus, suivent une stratégie de survie au démarrage et de pérennité dans la phase de croisière. Ils ont tendance à considérer leur entreprise comme une extension de leur personnalité et non comme une unité extérieure. Ils expriment un fort besoin de reconnaissance et d'appartenance légitimé par la maîtrise de leur métier. Ils se considèrent comme des professionnels. Enfin, nous vérifions l'interrelation entre l'entreprise et la famille.

Les AILE et les AILIS démontrent des points communs autour du désir d'indépendance, la création étant ressentie comme une libération du

carcan salarial, que ce soit dans une logique d'insertion ou entrepreneuriale. La différence apparaît très nettement sur les objectifs poursuivis : certains souhaitent assurer la survie de leur entreprise et, subséquemment, de leur emploi, tandis que les autres se positionnent délibérément dans une stratégie de croissance, l'entreprise étant considérée comme un investissement.

En conclusion, nous retrouvons assez distinctement la typologie PIC et CAP (Marchesnay, 1988), les artisans se situant majoritairement dans une stratégie de pérennité, d'indépendance et d'une croissance modérée, c'est-à-dire maîtrisable. Leurs trajectoires restent majoritairement en boucle. Il serait pertinent de valider cette première recherche en élargissant notre échantillon pour comparer les entreprises artisanales aux entreprises familiales (notamment au regard de la succession) ou en les suivant de manière longitudinale pour enrichir leur trajectoire dans le temps, phénomène fondamental en entrepreneuriat (Paturel, Levy-Tadjine et De Freyman, 2005).

Bibliographie

- ANSART, P. (1999), *Dictionnaire de sociologie*, Paris, Le Robert, Seuil.
- AUVOLAT, M., J.C. LAVIGNE et A. MAYÈRE (1985), *L'artisanat en France, réflexion générale et prospective*, Paris, La Documentation française, CEPAM.
- BARACH J.A. et J.B. GANITSKY (1995), « Successful succession in family business », *Family Business Review*, vol. 8, n° 2, p. 131-155.
- BARBOT, M.C. et M. BAYAD (2002), « Proposition d'un modèle de succession dans les PME familiales : étude de cas exploratoire de la relation père-fille », *Actes du VI^e Congrès international francophone sur la PME*, HEC, Montréal.
- BARBOT, M.C. et K. RICHOMME-HUET (2003), « Le contexte successoral des PME familiales implique-t-il un processus entrepreneurial ? », *Actes du Colloque international AIREPME*, Agadir.
- BARBOT, M.C. et K. RICHOMME-HUET (2004), « Proposition d'un outil de pilotage pour la transmission des PME », *Actes du IV^e Colloque « Métamorphose des organisations »*, IAE-ICN, GREFIGE, Nancy.
- BARBOT, M.C. et K. RICHOMME-HUET (2006), « Proposition d'un outil de pilotage pour la transmission des PME », dans W. Azan, F. Bares et C. Cornolti (dir.), *Logiques de création, Enjeux théoriques et management*, Paris, L'Harmattan, p. 277-306.
- BARTHÉLÉMY, G. (1986), *Artisanat et développement*, Paris, GRET, coll. « Ateliers du développement », n° 8.
- BAUER, M. (1993), *Les patrons de PME entre le pouvoir, l'entreprise et la famille*, Paris, InterÉditions.
- BAUMARD, P., C. DONADA, J. IBERT et J.M. XUEREB (1999), « La collecte des données et la gestion de leurs sources », dans R.A. Thiétart (dir.), *Méthodes de recherche en management*, Paris, Dunod, p. 224-256.

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n°s 3-4, 2006

- BEAUD, S. et F. WEBER (1998), *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, coll. « Guides Repères ».
- BIRLEY, S. (1986), « Succession in the family firm: the inheritor's view », *Journal of Small Business Management*, vol. 24, n° 3, p. 36-43.
- BLANCHET, A. et A. GOTMAN (1992), *L'enquête et ses méthodes: l'entretien*, Paris, Nathan Université, coll. « Sociologie 128 », n° 19.
- BOURDIEU, P. (1986), « L'illusion biographique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°s 62-63, p. 69-72.
- BROCKHAUS, R.H. (1982), « The psychology of entrepreneur », dans C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, p. 39-56.
- BRUYAT, C. (1993), *Création d'entreprise: Contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre-Mendès-France, Grenoble.
- BRUYAT, C. (1994), « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n° 101, novembre-décembre, p. 87-99.
- BURRELL, G. et G. MORGAN (1979), *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, Londres, Heinemann Educational Books.
- CARLAND, J.W., F. HOY, W.R. BOULTON et J.A. CARLAND (1984), « Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization », *Academy of Management Review*, vol. 9, n° 2, p. 354-359.
- CARTER, N.M., W.B. GARTNER, K.G. SHAVER et E.J. GATEWOOD (2003), « The career reasons of nascent entrepreneurs », *Journal of Business Venturing*, vol. 18, p. 13-39.
- CHAUDRON, M. (1999), *Dictionnaire de sociologie*, Paris, Le Robert, Seuil.
- COOPER, A.C. et W.C. DUNKELBERGER (1981), « A new look at business entry: experiences of 1.805 entrepreneurs », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, p. 1-15.
- DE FREYMAN, J. et K. RICHOMME-HUET (2005), « La triade père-fils-fille dans la succession familiale: une approche par le récit de vie », *Actes du Colloque « Recherche en entrepreneuriat: des enjeux, des stratégies et des hommes »*, Brest.
- DESLAURIERS, J.P. (1991), *Recherche qualitative, guide pratique*, Montréal, Chenelière et McGraw-Hill.
- DIRECTION DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES SERVICES ET DES PROFESSIONS LIBÉRALES – DCASPL (2005), *Les chiffres clés de l'artisanat*, <<http://www.pme.gouv.fr/prestation/index.htm>>.
- DUMAS, C. (1989), « Understanding of father-daughter and father-son dyads in family owned businesses », *Family Business Review*, vol. 2, n° 1, p. 31-46.
- FILION, L.J. (2000), « Six types de propriétaires dirigeants de PME », *Organisations et Territoires*, vol. 9, n° 1, p. 5-16.

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n°s 3-4, 2006

- GASSE, Y. et C. CARRIER (1992), *Gérer la croissance de sa PME*, Montréal, Les Éditions de l'Entrepreneur.
- GIANNELLONI, J.L. et E. VERNETTE (1995), *Les études de marché*, Paris, Vuibert.
- GLASER, B.G. et A.L. STRAUSS (1967), *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago, Aldine.
- GRAWITZ, M. (1996), *Méthodes des sciences sociales*, 10^e édition, Paris, Précis Dalloz.
- GREPME (1994), *Les PME, bilan et perspectives*, P.-A. JULIEN (dir.), Paris, Economica; Québec, Presses Inter Universitaires.
- HABY, C. (1981), *Le rôle de l'artisanat dans les secteurs de technologie avancée*, Paris, La Documentation française.
- HANDLER, W.C. (1989), « Methodological issues and considerations in studying family businesses », *Family Business Review*, vol. 2, n° 3, p. 257-276.
- HORNADAY, J.A. (1982), « Research about living entrepreneurs », dans C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, p. 20-34.
- HUBERMAN, A. et M. MILES (1991), *Analyse des données qualitatives*, Bruxelles, De Boeck Université.
- JAEGER, C. (1978), *Artisanat et capitalisme*, Thèse de doctorat d'État en sciences économiques, Université de Reims.
- JULIEN, P.A. et M. MARCHESNAY (1988), *La petite entreprise, principes d'économie et de gestion*, Paris, Éditions G. Vermette et Vuibert.
- KAUFMANN, J.C. (1996), *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan Université, coll. « 128 », n° 137.
- KEMELGOR, B.H. (1985), « A longitudinal analysis of the transitions from "organization man" to entrepreneur », *National Academy of Management Proceedings* (contribution ayant reçu un prix d'excellence).
- KETS DE VRIES, M.F.R. (1986), « Les problèmes personnels de l'entrepreneur », *Harvard-l'Expansion*, été, p. 17-26.
- KURATKO, D.F., J.S. HORNSBY et D.W. NAFFZIGER (1997), « An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship », *Journal of Small Business Management*, vol. 35, n° 1, p. 24-33.
- LAFUENTE, A. et V. SALAS (1989), « Types of entrepreneurs and firms: the case of new Spanish firms », *Strategic Management Journal*, vol. 10, p. 17-30.
- LAUFER, J. (1975), « Comment on devient entrepreneur », *Revue française de gestion*, n° 2, novembre, p. 11-23.
- LETOWSKI, A. (1987), *Les systèmes socio-culturels de l'artisanat face aux mutations*, Thèse de doctorat en sociologie des organisations, Université de Paris IV, Dauphine.
- LOUART, P. (1980), *L'artisan producteur et sous-traitant*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Lille.

- LOUP, S. (2003), *Stratégies et identités de l'artisan d'art*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Montpellier.
- MARCHESNAY, M. (1985), « L'artisan : un mutant ? », *Communication à l'atelier « L'artisanat dans un monde en évolution »*, Montpellier.
- MARCHESNAY, M. (1986), « Un nouvel artisanat : esquisse d'une problématique », Rapport pour le Commissariat général du Plan, Paris.
- MARCHESNAY, M. (1988), « La petite entreprise, acteur de la stratégie industrielle », dans P.A. Julien et M. Marchesnay (dir.), *La petite entreprise, principes d'économie et de gestion*, Paris, Éditions G. Vermette et Vuibert, p. 63-83.
- MARCHESNAY, M. (1997), « Petite entreprise et entrepreneur », dans Y. Simon et P. Joffre (dir.), *Encyclopédie de Gestion*, 2^e édition, tome 2, Paris, Economica, p. 2209-2219.
- MCCLELLAND, D.C. (1965), « Achievement and entrepreneurship: a longitudinal study », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 1, p. 389-392.
- MIGNON, S. (2002), « Pérennisation d'une PME », *Revue internationale PME*, vol. 15, n° 2, p. 93-118.
- MIGNOT, G. (1980), *Les perspectives de développement de l'artisanat et de la petite entreprise*, Paris, La Documentation française.
- MILLS, W. (1967), *L'imagination sociologique*, Paris, Maspéro.
- MOULINE, J.P. (1999), « Contribution à la compréhension du processus diachronique de la succession managériale dans l'entreprise familiale : une approche par les récits de vie », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Nancy II.
- PAILOT, P. (2003), « Méthode biographique et entrepreneuriat : application à l'étude de la socialisation entrepreneuriale anticipée », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 2, n° 1, p. 19-41.
- PASSERON, J.C. (1989), « Biographies, flux, itinéraires, trajectoires », *Revue française de sociologie*, vol. 31, p. 3-22.
- PASSERON, J.C. (1991), *Le raisonnement sociologique. L'espace non poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, coll. « Essais & Recherches ».
- PATUREL, R. (2005), « Pistes de réflexion en vue de l'élaboration d'une grille de positionnement des pratiques de l'entrepreneuriat », *Actes du IV^e Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat*, Paris.
- PATUREL, R., T. LÉVY-TADJINE et J. DE FREYMAN (2005), « Les conflits de temporalité dans le processus entrepreneurial », *Actes du Colloque international COM-ICI*, Brest.
- PERREN, L. et M. RAM (2004), « Case study method in small business and entrepreneurial research. Mapping boundaries and perspectives », *International Small Business Journal*, vol. 22, n° 1, p. 83-101.
- PICARD, C. (2000), *La dynamique d'évolution de l'entreprise artisanale à la PME : une analyse en termes de changement d'identité*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Annecy.

- RICHOMME, K. (1998), « Pour une adéquation entre la qualité et les entreprises artisanales », *Actes de la VII^e Conférence de l'AIMS*, Louvain-la-Neuve.
- RICHOMME, K. (1999), « The woman's role in craft businesses: a cornerstone of the firm », *Actes de la 2nd International Conference Entrepreneurship, Building for the Future*, EURO-PME, Rennes.
- RICHOMME, K. (2000), « Contribution à la compréhension du système de gestion des entreprises artisanales », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Montpellier.
- ROTTER, J.B. (1966), « Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement », *Psychological Monographs*, vol. 80, n° 1, p. 260-295.
- SCHOTTÉ, M. (2006), « Articulation des temporalités et description des trajectoires », Colloque « Travail et organisation, Recherches croisant ethnographie et histoire », Aix-en-Provence, mai.
- SHAPERO, A. (1975), « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *Psychology Today*, vol. 11, n° 7, p. 83-86.
- SHAPERO, A. et L. SOKOL (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », dans C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, p. 72-90.
- SIMÉONI, M. (1999), *La stratégie de l'artisan: Une étude de sa genèse et de son élaboration par l'analyse du savoir-faire*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Corte.
- THIÉTART, R.A. (1999), *Méthodes de recherche en management*, Paris, Dunod, coll. « Gestion supérieure ».
- VERSTRAETE, T. (1999), *Entrepreneuriat – Connaître l'entrepreneur*, Paris, L'Harmattan, coll. « Économies et Innovation ».
- VERSTRAETE, T. (2000), *Histoire d'entreprendre – les réalités de l'entrepreneuriat*, Paris, Éditions EMS.
- VERSTRAETE, T. (2003), *Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat: Ph $E=f [(CxPxS) \subset (E x O)]$* , Éditions de l'ADREG, <<http://www.editions-adreg.net>>.
- WARD, J.L. (1988), « The special role of strategic planning for family business », *Family Business Review*, vol. 1, n° 2, p. 105-117.
- ZARCA, B. (1986), *L'artisanat français, du métier traditionnel au groupe social*, Paris, Economica.