



Centre Entrepreneuriat du Littoral – C.E.L.

Centre de Recherche en entrepreneuriat du Littoral (Laboratoire CEL.LAB), Dunkerque France

**12^{ème} Forum Annuel de la Création et de l'Innovation du Littoral
(FACIL11)
9 et 10 Février 2012**

Appel à communication

**« Quels leaders territoriaux pour le développement de la création
d'entreprise? »**

Nature de la Manifestation Scientifique : Colloque International

Responsable du colloque : Gérard Kokou DOKOU, Directeur du CEL

Directeur du comité scientifique : Jean-Pierre DEBOURSE, Professeur Emérite, Directeur du CEL.LAB
280, Avenue de l'Université, 59140 Dunkerque, France

I Esprit général

Le X^{ème} FACIL, « Territoire et Entrepreneuriat » a montré que l'entrepreneur et la création d'entreprise n'étaient pas évidemment répandus sur l'ensemble des territoires. Maintenant et autrefois des villes portent une efficacité entrepreneuriale bien supérieure à d'autres. Cela repose sur des facteurs économiques, sociaux et culturels.

Cette conjonction de facteurs peut être permanente ; elle peut aussi apparaître à l'instigation de créateurs apporteurs d'opportunités et d'initiatives pour d'autres créateurs ; elle peut dépendre des effets de grappe ; elle peut résulter d'un certain volontarisme de décideurs économiques et/ou politiques.

Inversement, l'efficacité entrepreneuriale peut s'atténuer voire s'éteindre et l'on connaît toutes les destructions de districts industriels. Il est apparu que si le premier acteur du développement entrepreneurial était l'entrepreneur lui-même, il n'est pas (ou ne devait pas être) seul à agir pour la création d'entreprise.

Progressivement dans l'économie française, différents acteurs se sont emparés de cet impératif entrepreneurial. L'Etat depuis toujours et quelle que soit sa forme, ne fut-ce que pour des raisons militaires, encourage des créations sectorielles ; que l'on se souvienne de la fondation de Saint Gobain pour contourner le monopole Verrier de Venise, Merano ou Napoléon encourageant l'entreprise de Benjamin Delessier de produire du sucre de betterave au moment où les Anglais avec le blocus continental empêchaient l'approvisionnement en sucre de canne des Iles.

D'autres acteurs s'y sont joints plus ou moins rapidement. Les chambres de commerce, les collectivités locales, avec plus ou moins d'implication et avec plus ou moins d'intensité en ont aussi développé des stratégies d'aide à la création d'entreprise, notamment à partir des années 60-70.

L'université a-t-elle été absente de ce mouvement ? Cette mission pour nombre d'entre elles est fort récente même s'il est plaisant de citer le doyen de la Faculté des sciences de Lille Louis Pasteur pour le développement des brasseurs et des vinaigriers ou plus récemment P. Laffitte dans la création de Sophia Antipolis. Une telle mission confère au 12^{ème} FACIL des objectifs et des thèmes de communication incontournables

II Objectifs du Colloque et Thématiques des Communications

La recherche en entrepreneuriat peut se déterminer en deux grandes orientations.

- Celle qui concerne l'entrepreneur et son processus de création jusqu'à une nouvelle entreprise établie.
- Celle qui concerne le contexte, l'environnement dans lequel s'effectue la création.

Evidemment, de fortes interactions existent entre ces deux orientations.

Si l'on considère l'approche en termes de contexte ou d'environnement, toute création est située, localisée dans une famille, une population, un territoire urbain ou campagnard, une économie et des activités, des revenus, des réseaux sociaux, des institutions politiques, économiques, financières, sociales et culturelles, etc.

Au travers de notions telles que le capital économique et social, cet environnement multiple est un facteur de la création, qu'il la favorise ou qu'il en soit un obstacle.

Désormais, la recherche en entrepreneuriat, au travers de sa dimension spatiale, qui est en soi un résumé de tant de facteurs, développe de plus en plus des analyses de corrélation entre la création, son abondance et les caractéristiques de l'environnement où elle naît. A la préoccupation d'investigation scientifique, s'adjoint très souvent celle de guide pour une action politique en faveur de la création.

Dans quelles conditions optimales d'environnement s'effectuent le mieux la création d'entreprise et est-il possible de les reproduire et comment ? Parmi ces facteurs, l'effet d'agglomération ou de métropole a souvent été distingué ; rappelons que c'était le thème du Colloque FACIL X dont l'essentiel des contributions est publié sous forme d'ouvrage collectif chez L'Harmattan en avril 2011 sous le titre de : « Territoires et Entrepreneuriat – Les expériences des villes entrepreneuriales ». Les expériences prises en compte prouvent que dans nos économies, la création d'entreprise est majoritairement et plus que proportionnellement un phénomène urbain, métropolitain et même territorial.

Dans l'environnement de la création d'entreprise, quels acteurs et quelles actions interviennent qui favorisent la génération d'entrepreneurs et le succès de leurs projets ?

Les interventions locales en faveur de la création d'entreprise se développent de plus en plus, parce que celle-ci est vécue comme une reviviscence d'un tissu économique et porteuse d'une pérennité.

Deux approches ont été mises en évidence : l'approche communautaire, bien représentée par Bengt Johansson, où l'ensemble de la communauté se donne pour mission un développement de la création, et l'approche politique où les institutions politiques (voire économiques) se définissent une stratégie d'aide à la création et déterminent des moyens à en mettre. Les institutions ne sont pas des entités désincarnées ; elles sont composées de femmes et d'hommes qui agissent, qui interagissent avec leur environnement et qui sont insérées dans des réseaux de pouvoir. A la tête de ces institutions, se trouvent des leaders territoriaux, et c'est à leur position et à leur rôle pour la création d'entreprise que le Colloque FACIL XII veut s'attacher. D'où les **thématiques suivantes pour les Communications.**

- 1- Que sont ces leaders territoriaux, agissant pour le développement de la création d'entreprise? Quelles sont leurs motivations, leurs stratégies et comment ces stratégies s'intègrent à la fois dans leurs politiques de développement économique et dans l'ensemble des autres politiques ?
- 2- Qu'est-ce qui les qualifie de leaders ? quelle fut leur évolution ? Que nous enseignent leur biographie, leurs modes d'action et quelles conséquences pour une stratégie liée à la création d'entreprise?
- 3- Avec qui et comment agissent-ils ? Quels sont leurs réseaux ? internes dans leurs institutions et externes dans leur environnement proche et au-delà ? L'analyse des réseaux s'appuie souvent sur les réseaux forts ; il n'est pas négligeable d'étudier les réseaux faibles. La sociométrie peut être appelée pour affiner l'analyse.
- 4- Quelles sont les politiques de développement de la création d'entreprise sont-elles mises en œuvre ? Quel est l'impact des dispositifs d'aides mis en œuvre ?
 - **Aides directes** : Actions sur les facteurs de production de la jeune entreprise ; Constitution de structures d'accueil ; Renforcement des bases technologiques (espérant des effets de « Knowledge Spillover ») ; Etc.
 - **Actions indirectes** : Facteurs d'éducation et de R&D ; Equipements ; Evénements ; Embellissement du territoire ; Etc.
- 5- Culture régionale et relation avec la culture nationale
- 6- Image propre du leader, ses valeurs, son audience ; Etc. L'analyse de Max Weber pourrait être utilisée dans une perspective charismatique.
- 7- Comment peut-on mesurer l'efficacité de l'action des leaders ?
 Il ne faut jamais oublier que c'est toujours l'entrepreneur qui est le créateur, lorsqu'est abordée la problématique de la mesure des effets d'une action politique de partenaires externes.
 Mais toute action politique peut (doit) être soumise à une évaluation en prenant une approche diachronique.
 Cette évaluation est d'abord quantitative : Nombre de créations avant et après la mise en œuvre de politiques ; Pérennité des créations ; Etc.
 Les mesures peuvent aussi être qualitatives : Evolution de la culture entrepreneuriale ; évolution de l'image du créateur pour son environnement ; évolution de l'image de la création au sein de la population, Etc.
- 8- Cette recherche sur le rôle des leaders territoriaux quant à la création d'entreprise se prête à beaucoup d'analyses comparatistes :
 - Evolution des politiques avec le temps
 - Comparaison de l'action des leaders d'un même pays

- Différenciation nationale et internationale selon les caractéristiques socio-économiques et quant à la création : Régions en munificence de création ; Régions en restructuration et en transition ; Régions en déclin
- Analyse selon les caractéristiques du pays : Pays occidentaux ; Nouveaux pays capitalistes de l'Est ; BRIC ; Pays en voie de développement.
- Analyse selon des profils des leaders.
- Etc.

Ces items peuvent évidemment être développés dans une approche comparatiste ; en différents territoires, en différents pays ; en différentes cultures. Il n'est pas interdit non plus de plonger un peu dans la théorie : théorie de l'accompagnement et de coaching, théorie des réseaux et théorie des effets publics-privés, théorie de la biographie, du leadership, du charisme, etc.

III Délais et Présentation

Les communications sont à envoyer avant le 15 Décembre 2011 à l'attention de Gérard Kokou Dokou à l'E mail suivant : gdokou@nordnet.fr.

La réponse d'acceptation du comité scientifique sera donnée le 5 Janvier 2012

Un abstract (800 mots maximum) sera apprécié avant l'envoi de la communication définitive.

Les communications seront rédigées en français ou en anglais et présentées dans l'une ou l'autre langue lors du colloque.

Les meilleures communications seront sélectionnées pour l'édition d'un ouvrage des Editions L'Harmattan Paris.

L'organisation des communications est la suivante : Texte : 30 pages maximum, hors références et annexes éventuelles ; Times New Roman 12, interligne simple, marges 2.5 ; hiérarchie des titres simple : 1., 1.1., 1.1.1.,

Bibliographie : Normes Les Editions L'Harmattan.

Toutes les informations peuvent être obtenues auprès de :

- Gérard Kokou Dokou, Directeur du CEL, ULCO (gdokou@nordnet.fr)
- Jean-Pierre Debourse, Directeur du CEL.LAB (jeanpierredebourse@yahoo.fr)