

Position Paper :

Vers une définition et un positionnement de
l'entrepreneuriat populaire

Introduction

Les débats sur l'efficacité des politiques publiques en matière d'entrepreneuriat oscillent entre deux visions. D'un côté, Shane (2000) met en question le rôle d'un soutien public généralisé dans la stimulation de l'activité entrepreneuriale. De l'autre, plusieurs travaux insistent sur l'importance de l'entrepreneuriat pour lutter contre la pauvreté extrême (Sutter, Bruton & Chen, 2019). Dans cette optique, Banerjee et Jackson (2017) proposent de renverser la perspective habituelle : plutôt que de focaliser l'analyse sur les institutions de financement (Institutions de microfinances, ONG...), il convient d'observer les acteurs concernés (caractéristiques, expérience, besoins, capacité à agir avec les freins rencontrés et les leviers activés) eux-mêmes, prioritairement ceux en précarité ou en grande précarité, mais aussi ceux poursuivant des objectifs de développement personnel ou de recherche d'autonomie par rapport au monde du salariat.

Si les dynamiques d'entrepreneuriat social (Dees, 1998) et d'entrepreneuriat de territoire (Slitine, Chabaud & Richez Battesti, 2024) et bien sûr de création d'entreprises classiques ou de start up font l'objet de nombreux travaux académiques, l'entrepreneuriat populaire est encore peu présent dans la littérature scientifique.

Ce concept pourrait désigner un entrepreneuriat **« par » et, par moments, « pour » les personnes, plus ou moins acculturées à la gestion, rencontrant une difficulté**. On pourrait alors parler d'un entrepreneuriat de « nécessité », plus ou moins choisi selon le niveau et la nature des contraintes pesant sur l'entrepreneur. Au-delà ce concept pourrait recouvrir d'autres acteurs qui répondront à des besoins de développement personnel d'autre nature que le strict revenu financier. S'il peut s'accompagner d'une finalité sociale affirmée, ce n'est pas systématiquement le cas. Ce type d'initiative se caractérise également par son ancrage territorial et sa capacité à mobiliser des ressources locales, même dans des contextes marqués par une forte marginalisation.

Les briques de l'entrepreneuriat populaire

Pour mieux comprendre l'entrepreneuriat populaire, il est utile d'identifier ses composantes essentielles:

1. Origine et Acteurs

L'initiative émane des personnes qui évoluent dans des contextes difficiles. Ces acteurs, qui souffrent principalement d'un déficit de capital financier et/ou académique et/ou social pour des raisons structurelles ou conjoncturelles, sont souvent issus de milieux marginalisés. Ils mettent en œuvre leurs projets de manière autonome, même s'ils peuvent bénéficier de dispositifs d'accompagnement. Ils agissent principalement « par » eux-mêmes, et parfois « pour » leurs pairs, afin d'améliorer leurs conditions de vie mais aussi éventuellement afin de favoriser l'inclusion des plus démunis dans le cadre d'entreprises mises en place pour eux .

2. Ancrage Territorial

Une caractéristique déterminante est **l'ancrage fort dans un territoire**. Qu'il s'agisse d'un quartier urbain défavorisé ou d'un milieu rural isolé, l'entrepreneuriat populaire se développe en lien étroit avec le contexte local. Cette proximité permet d'adapter les initiatives aux spécificités du terrain et de favoriser la cohésion sociale. Ce développement peut passer par des approches informelles comme des démarches formalisées et juridiquement structurées.



3. Finalité

L'initiative peut viser des objectifs économiques immédiats (création de revenus, survie) , des objectifs de développement personnel ou intégrer une ambition sociale marquée (amélioration des conditions de vie, transformation sociale).

✓ **Finalité "sociale", c'est-à-dire au service d'un objectif d'intérêt général ou collectif :**
L'initiative tend alors vers l'entrepreneuriat social (cf. Dees, 1998 ; Mair & Marti, 2006), mettant en avant des impacts sociétaux et environnementaux positifs.

✓ **Finalité "individuelle" :** Principalement tournée autour de la notion d'empowerment de l'entrepreneur avec la recherche d'autonomie, d'indépendance et de valorisation de soi. L'objectif principal est économique, sans pour autant renier un impact social positif sur le territoire (la recherche d'indépendance ou la valorisation de soi peut aussi constituer un levier social).

Positionnement par rapport aux concepts proches

Bien que l'entrepreneuriat populaire partage certaines caractéristiques avec l'entrepreneuriat informel – qui est souvent défini de manière négative ou en creux par rapport à l'entrepreneuriat formel (Portes, 2000) –, il se distingue nettement en tant que concept à part entière. En effet, l'entrepreneuriat informel se réfère essentiellement aux activités non régulées ou non déclarées, servant, le plus souvent, de substitut dans des contextes d'exclusion du système officiel. À l'inverse, l'entrepreneuriat populaire peut être formel ou informel et s'articule autour d'une dynamique propre en relation avec les personnes marginalisées ou qui ne trouvent plus leur place dans le salariat (comme entrepreneur ou éventuellement comme bénéficiaires).

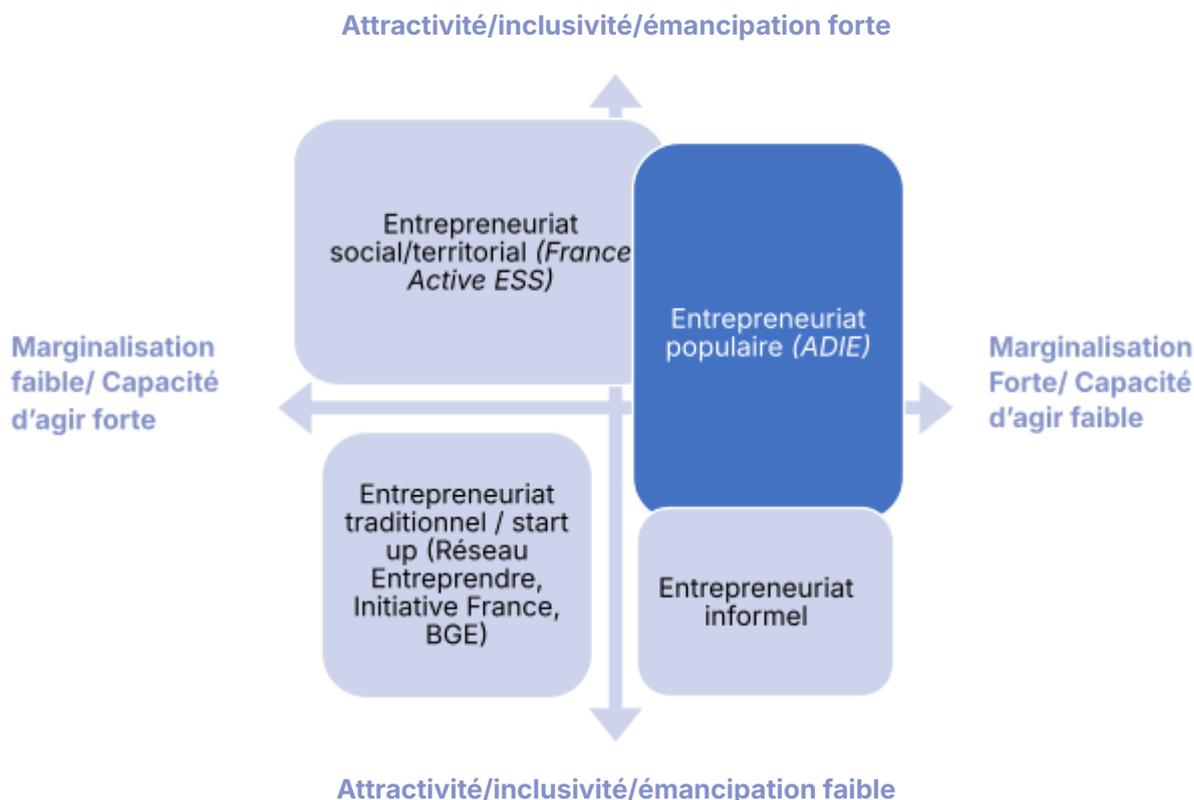
Par ailleurs, alors que l'entrepreneuriat social et l'entrepreneuriat de territoire (Slitine et al. 2024) mettent en avant une finalité collective et des impacts sociétaux ou environnementaux clairement affirmés, l'entrepreneuriat populaire se caractérise par une finalité qui peut varier. Il peut être mené principalement « par » les habitants, et par moments « pour » les personnes en difficulté, ce qui lui confère une flexibilité dans ses objectifs. Cette diversité permet à l'entrepreneuriat populaire de transcender les oppositions simplistes entre finalité sociale forte et simple survie économique, en intégrant à la fois des initiatives économiquement pragmatiques et des démarches de transformation sociale.

Ainsi, l'entrepreneuriat populaire se positionne comme une catégorie distincte et autonome : il n'est pas défini négativement par rapport à un modèle formel, mais se construit autour de ses propres « briques » offrant un prisme d'analyse riche pour comprendre les dynamiques locales et les réponses innovantes aux enjeux de marginalisation.



Schéma de Positionnement Conceptuel

Pour visualiser le positionnement de l'entrepreneuriat populaire par rapport à d'autres formes d'entrepreneuriat, nous proposons le schéma ci-dessous : ce schéma constitue une proposition de catégorisation avec des frontières qui ne sont pas étanches et repose sur la recherche de seuils pertinents :



Perspectives de recherche et questions à approfondir

- ✓ Quelles sont les conditions de réussite de l'entrepreneuriat populaire ? Comment les conditions d'accès au crédit bancaire influencent-elles la faisabilité et le succès des projets d'entrepreneuriat populaire ?
- ✓ Dans quelle mesure les spécificités des territoires (ex. QPV, ZRR) et des situations socio-professionnelles avant création ont-elles un impact sur les opportunités entrepreneuriales et les formes d'accompagnement nécessaires ?
- ✓ Comment développer l'entrepreneuriat populaire ? Comment créer un écosystème spécifique ? Quel dispositif d'accompagnement prévoir ?
- ✓ Jusqu'à quel point et dans quelle mesure, l'entrepreneuriat populaire correspond à un entrepreneuriat de nécessité ? Quelle est la place de l'entrepreneuriat par choix ?
- ✓ L'entrepreneuriat populaire est-il la réponse aux évolutions du monde du travail et à la remise en cause du salariat et des vertus de leur statut par un nombre de salariés de plus en plus nombreux ?
- ✓ Dans quelle mesure, les caractéristiques sociodémographiques de l'entrepreneur (âge, genre, origine, niveau de formation) ont-elles un impact sur sa capacité entrepreneuriale ?



- ✓ **Thierry Sibieude** : professeur et cofondateur de la chaire Innovation et Entrepreneuriat Social de l'ESSEC
- ✓ **Pauline Arnaud-Blanchard** : Fondatrice de h'up entrepreneurs (structure d'accompagnement pour les entrepreneurs handicapés)
- ✓ **Edouard Dequeker** : Professeur à la Chaire d'Economie urbaine de l'ESSEC - Spécialiste en développement territorial
- ✓ **Laurence Fontaine** : Historienne, Directrice de recherche au CNRS à Paris-Sciences et Lettres - Spécialiste de l'entrepreneuriat informel dans l'Europe préindustrielle
- ✓ **Françoise Lareur** : Administratrice Aéma Groupe et Fondation Macif
- ✓ **Valérie Lion** : Rédactrice en chef ViveS Media, média dédié à l'empowerment économique et financier des femmes
- ✓ **Thierry Racaud** : ex-Directeur des Études de l'Adie
- ✓ **Aziz Senni** : Président du réseau Quartiers d'Affaires (accompagnement à la croissance des entreprises installées dans les QPV)
- ✓ **Romain Slitine** : Professeur et chercheur à la Chaire ETI (Entrepreneuriat Territoire Innovation)