

MILIEU INNOVATEUR, DÉVELOPPEMENT LOCAL ET PME QUÉBÉCOISES INNOVANTES¹

André JOYAL*

Université du Québec à Trois-Rivières

RÉSUMÉ

Depuis quelques années, autant dans le domaine du management que dans celui du développement économique, il est beaucoup questions des réseaux d'information. On se rapporte ici à l'influence exercée par les acteurs socio-économiques sur les stratégies adoptées par les dirigeants d'entreprise. Cet article s'inspire des travaux du Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs (GREMI) pour vérifier dans quelle mesure, dans le Québec non-métropolitain, le milieu environnant l'entreprise influence les décisions de celle-ci. À la faveur d'une enquête effectuée auprès de 45 PME réparties dans des environnements identifiés comme étant rural, semi-rural et urbain, nous montrons, contrairement aux résultats affichés par le GREMI, que les entreprises font peu appel aux ressources de leur milieu. Ce résultats, du moins en ce qui regarde la réalité québécoise, obligent à nuancer les positions véhiculées par les plus chauds partisans du développement local.

Mots-clés: Partenariat — Stratégie de développement économique — Comportement des entrepreneurs.

Introduction

Dans le numéro thématique «La création des milieux innovateurs» de la Revue canadienne des Sciences régionales (Vol. XV:2, 1992), les travaux du Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs (GREMI) se sont mérité une attention toute particulière avec surtout les contributions de Perrin et de Maillat. Plus récemment, ces travaux ont également fait l'objet d'une présentation synthétique de la part de B. Lecoq (1995) et à nouveau sous la plume de Maillat (1995a, 1995b). Ils ont en plus inspiré une contribution de Héraud et Nanopoulos (1994) lesquels se sont également référé à l'importante contribution de Raillet dans un numéro thématique similaire de la Revue d'économie régionale et urbaine (1993). A elles seules, ces quelques références font comprendre la place accordée à l'environnement de l'entreprise et plus particulièrement à celui de la PME. On se rapporte ici à l'influence susceptible d'exercer les acteurs d'un espace d'intervention donné que l'on désignera ici comme étant le *milieu* ou le territoire d'appartenance de l'entreprise. Il s'agira, dans cet article, sur la base de nos travaux les plus récents, de vérifier l'affirmation d'Aydalot (1986), pour qui l'entreprise n'est pas un agent innovateur isolé mais se présente comme une émanation du milieu qui la fait agir.

¹ Résultat d'une recherche effectuée avec le soutien financier du Conseil de recherche en sciences humaines du Canada.

* André Joyal est professeur d'économie à l'Université du Québec à Trois-Rivières et membre du Groupe de recherche en économie et gestion des PME (GREPME)

La référence au *milieu* évoque inévitablement les réseaux d'acteurs par lesquels véhicule l'information. Considéré comme la «découverte du siècle» par Zarka (1990) le concept de réseau auquel on se rapporte de plus en plus au Québec avec la notion d'entreprise-réseau, a déjà été vérifié empiriquement par les travaux de Proulx (1991, 1995). Pour leur part, Cooke et Morgan (1993) s'y réfèrent en évoquant ce qu'ils considèrent comme étant rien de moins que le «paradigme de réseau». L'attention récente accordée aux réseaux d'information à l'intérieur d'un lieu donné laisse croire en l'occurrence de comportements nouveaux de la part de divers acteurs économiques et plus particulièrement de la part des dirigeants de PME. Or, en réalité, le *réseautage*, i.e. les interrelations hors marché entre les entrepreneurs locaux entre eux et avec tout autre agent d'information pouvaient très bien exister sans que l'on s'interroge sur leurs manifestations ou sur leur importance.

G. B. Richardson (1972) fut parmi les premiers chercheurs à développer le concept de réseau de coopération dont bénéficient les entreprises. Depuis, de nombreux auteurs ont poursuivi dans cette voie tel B. Johannisson (1986) pour qui les réseaux entrepreneuriaux peuvent être plus ou moins secrets selon les normes culturelles en vigueur. En relation avec l'innovation, les différentes enquêtes du GREMI (Maillat et Perrin, 1992 et Maillat et al 1993) montrent les effets d'interdépendance susceptibles de propager des informations ayant pour conséquence d'apporter des innovations à la fois dans les procédés de fabrication et dans les produits mis en marché. Malgré les mises en garde contre une trop rapide association entre le territoire et le *milieu*, nous verrons qu'en général, autant par les chercheurs intéressés par les phénomènes régionaux que par les praticiens du développement régional, la référence au *milieu* évoque un territoire, une zone, un espace d'intervention consacré souvent par les délimitations administratives et surtout par les traditions susceptibles d'engendrer un sentiment d'appartenance au sein de sa population et de ses principaux acteurs.

Sur la base d'une recherche auprès d'entreprises innovantes localisées à l'extérieur des grands centres urbains québécois, nous voulons ici confirmer une observation déjà signalée dans une contribution au numéro thématique sur les milieux innovateurs : on peut supposer que la grande majorité des PME préfèrent travailler seules ou recherchent de l'aide de façon très irrégulière ou occasionnelle (Deshaies, Julien, et Joyal, 1992: 245). Cette observation recueillie à la faveur d'une recherche sur l'impact de l'accord de libre-échange sur les PME québécoises en région (Julien, Joyal, et Deshaies, 1994) a conduit par la suite à vérifier l'hypothèse à la base des travaux du GREMI. Cette fois, de façon explicite, il s'agissait d'entreprendre une recherche auprès de PME innovantes et exportatrices en mettant l'accent sur le rôle exercé par les agents économiques appartenant à leur milieu environnant.

Nous présentons ici les résultats que dégage l'étude de 29 PME sélectionnées en vertu du caractère innovateur de leurs opérations ou de leurs produits qu'elles exportent². Leur analyse s'est effectuée avec pour toile de fond les travaux du GREMI qui ont servi d'inspiration autant pour le champ de préoccupation que pour l'approche méthodologique. En plus, étant donné le lien inévitable avec ce que l'usage convient de désigner comme étant des stratégies de développement local, nous évaluons la pertinence du discours associé à la vision d'un développement par le bas ou endogène tel que propagé au Québec

² Mis à part une entreprise qui n'exportait pas au moment de l'étude.

depuis le début des années 80 et auquel nous avons contribué (Joyal, 1987). A la lumière des faits observés, nous montrons que l'acteur économique numéro un, le créateur d'emploi, i.e. l'entrepreneur, par habitude ou par tempérament se tient à l'extérieur des stratégies marquées du sceau de la concertation et du partenariat, à savoir les deux mamelles du développement local. Étant donné que le développement local, par définition, s'exerce à l'échelon d'une zone bien spécifique, il importe de s'attarder d'abord sur le concept de *milieu*, d'en voir la portée et la signification pour, plus loin, considérer comment il intervient dans la décision des dirigeants d'entreprises innovantes.

Milieu et territoire

Pour une entreprise, la référence au *milieu* fait penser aux différents acteurs qui composent son environnement. C'est un espace qui se distingue par son histoire, sa géographie, ses traditions, les ressources patrimoniales et parfois par des comportements sociaux particuliers. Des intervenants économiques appartenant à cet espace sont mandatés à intervenir auprès des entreprises qui s'y trouvent. Il peut s'agir de représentants d'agences gouvernementales, d'une corporation de développement économique ou de tout organisme mis sur pied pour assister les entrepreneurs, nouveaux ou bien établis. Ou encore, dans une moindre mesure pour le Québec, il peut s'agir de représentants d'une chambre de commerce. Mais le *milieu* pour un entrepreneur c'est plus que cela, c'est surtout les autres entrepreneurs. L'hypothèse que soutient le GREMI s'appuie précisément sur l'influence qu'exerceraient les entrepreneurs les plus dynamiques au sein leur entourage. Par effet de démonstration, les innovations plus particulièrement se propageraient par une sorte d'osmose quasi inévitable à l'intérieur de ce que l'on désigne comme étant un système de production local. Il apparaît évident qu'il peut en être ainsi pour toute stratégie adoptée par une entreprise en relation avec ses diverses fonctions. Dans le cas présent, la fonction «exportation» fut privilégiée. Nous verrons dans quelle mesure les PME étudiées tirent profit des ressources de leur milieu autant pour innover que pour exporter le fruit de leurs innovations.

Alors que Rallet (1993) invite à ne pas confondre *lieu* et *territoire*, Héraud et Nanopoulos (1994), pour leur part, précisent que le territoire ne doit pas être donné au départ de l'analyse économique, mais observé comme un produit des acteurs et des réseaux que ces derniers construisent. Les acteurs sont d'un lieu mais les entreprises tout en ayant une adresse en ce lieu n'appartiennent pas nécessairement à ce territoire dans leurs multiples relations avec l'extérieur. Ceci étant admis, force est de reconnaître la connotation territoriale de la vision généralement admise du *milieu* où se trouve une entreprise. Au Québec, ce *milieu* peut être une Municipalité régionale de comté, une sous-région administrative (la Mauricie, les Bois-Francs), une région administrative (Lanaudière, Chaudière-Appalache) ou une région définie de façon plus générale: la Beauce, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte Nord, l'Estrie, etc.

Le *milieu* peut aussi être une ville de dimension moyenne (Victoriaville, Drummondville, Joliette) avec ses satellites ou encore un regroupement de petites villes sur un espace bien délimité auquel se conforment ici et là des divisions administratives. A cet échelon se dessinent des plans stratégiques de la part d'acteurs précisément mandatés à mettre de

l'avant une dynamique susceptible de conduire à la consolidation ou à une diversification des activités productrices.

Les trois composantes principales mises en évidence par les travaux du GREMI suscitent fortement la liaison entre le *milieu* et un espace précis et limité d'intervention, à savoir ce que l'usage convient de considérer comme étant le territoire où se trouve l'entreprise. Ainsi, Maillat (1994) dégage trois dimensions du *milieu* :

- _ une dimension micro-analytique (une structure du marché qui facilite la réduction des coûts de transaction);
- _ une dimension cognitive (les savoir-faire locaux);
- _ une dimension organisationnelle (interdépendance entre les acteurs locaux).

Dans une certaine mesure, on retrouve ici les caractéristiques retenues (Maillat et Perrin, 1992) pour identifier un *milieu* : un **cadre localisé** où l'on observe une certaine homogénéité dans les comportements et dans la vision pour affronter les problèmes économiques. A ceci s'ajoute une **logique d'organisation** permettant aux acteurs de collaborer entre eux en vue de l'innovation. Enfin, le *milieu* se caractérise par une **dynamique collective d'apprentissage** favorisant les modifications de comportements suivant l'évolution de l'environnement dans lequel baignent les entreprises.

Ces diverses composantes se rapportent à une espace d'intervention de niveau régional ou micro-régional. Maillat lui-même suscite l'association entre concepts de *milieu* et de *territoire* en écrivant que ce dernier se distingue par des coopérations directes entre les acteurs locaux, privés, publics et collectifs (1994: 259). Les remarques de Planque (1988) vont dans le même sens. Le *milieu* est vu comme un système formé de l'ensemble des éléments capables de fournir à l'entreprise innovante les éléments différenciés qui lui sont indispensables. Une telle représentation évoque les phénomènes de *synergies locales* ou *territoriales*. Ce qui conduit au concept de *milieu innovateur*.

Le *milieu innovateur* se définit comme un ensemble territorialisé dans lequel les interactions entre agents économiques se développent par l'apprentissage qu'ils font de transactions multilatérales génératrices d'externalités spécifiques à l'innovation et par la convergence des apprentissages vers des formes de plus en plus performantes de gestion en commun des ressources (Maillat et al., 1993). Ceci étant admis, nous vérifions plus loin la pertinence d'une remarque voulant que l'entreprise ne soit pas un agent innovateur isolé. Tel que précisé plus haut, elle est partie du *milieu* qui agit comme incubateur de l'innovation. Ainsi, les territoires se présentent comme des milieux actifs au sein desquels naît l'innovation. Cette dernière résulterait, en effet, de la mise en valeur d'un savoir-faire et d'une culture technique à l'aide de la dynamique interne d'un milieu donné.

Question de recherche

Dans quelle mesure, l'assertion voulant que l'innovation résulte de la dynamique interne d'un *milieu* se vérifie-t-elle dans le Québec non métropolitain? Nous répondrons à cette interrogation à partir d'une recherche sur la contribution des acteurs du milieu environnant

auprès des PME innovantes et exportatrices dont la majorité se trouvent en milieu rural³ ou semi-rural dans certaines sous-régions centrales du Québec. Les PME manufacturières considérées font partie de ce que l'on peut associer au *manufacturier complexe* en distinction d'avec le manufacturier de type de traditionnel générant peu de valeur ajoutée. La complexité, ici, fait référence à différentes considérations: le recours à des procédés de fabrication assistés par ordinateur, l'importance du personnel de direction, les efforts de R&D conduisant à la mise en marché de produits nouveaux ou améliorés, et la présence de travailleurs qualifiés. Bien sûr, toutes ces caractéristiques ne se vérifient pas en totalité à l'intérieur de chacune des entreprises faisant partie de l'échantillon étudié, mais toutes en contiennent un minimum de deux.

A la lumière des observations effectuées auprès de telles PME, nous présentons des données sur l'interrelation entre les entreprises et leur milieu. Nous avons cherché à connaître dans quelle mesure les dirigeants d'entreprise recourent aux ressources de leur milieu dans l'élaboration de leur stratégie autant en vue d'exporter que pour mieux remplir les fonctions se rapportant à la mise en marché, à la R&D, à la gestion du personnel, au financement, etc.

C'est donc le concept de *milieu* vu comme un espace de soutien (Ratti et Ambrogio, 1988) à la PME innovante dont il est question ici. L'hypothèse retenue, au point de départ, veut qu'à l'instar de l'innovation, l'exportation ne demeure pas un geste isolé de la part de l'entreprise. Il s'agissait donc de vérifier jusqu'à quel point un milieu donné exerce une influence sur l'engagement des PME en vue de la conquête d'un marché étranger. Ce faisant, il fut possible d'évaluer la portée de la contribution du milieu sur les différentes facettes du fonctionnement d'une entreprise.

Méthodologie d'enquête

Quarante-cinq entreprises situées dans le Québec dit central (Lanaudière et Mauricie/Bois-Francs) ont fait l'objet d'une visite qui a donné lieu à chaque occasion à un entretien dont la durée variait entre 90 et 120 minutes. Les rencontres se sont déroulées dans la majorité des cas avec le propriétaire de l'entreprise ou avec un adjoint responsable des exportations. Le schéma d'entretien comportait des questions sur: l'historique de l'entreprise, les principales étapes de son évolution, les efforts en matière de formation de main-d'oeuvre et de veille technologique, le recours aux programmes d'aide gouvernementale, la R&D, la stratégie adoptée au début des exportations et développée depuis lors, l'apport du milieu à travers les différentes étapes de l'évolution de l'entreprise avec une attention particulière sur tout ce qui se rapporte à l'exportation. A ces études de cas s'ajoutent une demi-douzaine d'entretiens avec des agents de développement oeuvrant à l'intérieur de structures d'appui aux entreprises.

Le tableau 1 donne une vue d'ensemble de l'échantillon. On voit que 31 entreprises se situent dans un environnement rural ou semi-rural alors que les 9 autres entreprises se trouvent dans une ville d'importance moyenne (population d'environ 20 000 à 30 000 ha) le

³ A l'instar de certaines études de l'OCDE, nous considérons qu'une municipalité de moins de 3 000 ha appartient à un milieu rural. Une entreprise fut considérée en milieu semi-rural lorsqu'elle se trouve dans une municipalité dont la population varie entre 3 000 et 6 000 ha.

reste étant situé en milieu dit semi-rural. Avec 13 entreprises, le secteur du bois oeuvré et du meuble sont particulièrement bien représenté. Il s'agit, dans tous les cas, d'entreprises qui ont réussi leur implantation sur le marché étranger autant par l'innovation dans leur production que par le recours à des technologies modernes afin d'améliorer à la fois la productivité et la qualité.

TABLEAU 1
Caractéristiques des entreprises de l'échantillon

Secteur d'activité	Année de fondation	Nombre d'employés	Chiffres d'affaires M	Début des exportations	% des exportations dans le C.A.	Type de milieu*
La machinerie	1950	21	3,3	1981	1	1
Le meuble	1980	20	2,0	1983	38	3
Ind. chimiques	1985	20	1,5	1992	15	1
Le meuble	1983	150	15,0	1992	13	1
La machinerie	1974	5	0,7	1993	25	3
La machinerie	1974	57	5,0	1985	60	1
Industrie du bois	1946	112	15,0	1946	25	1
industrie du bois	1984	49	7,0	1984	95	3
Prod. métalliques	1959	85	15,0	1980	5	2
La machinerie	1969	65	6,0	1988	18	2
La machinerie	1988	9	3,0	1989	75	1
Matériel transp.	1956	150	20,0	1976	40	2
Le meuble	1969	49	3,0	1985	33	1
Ind. chimiques	1969	60	18,0	1973	10	3
Produits électriques et électroniques	1989	5	1,0	1989	10	3
Matériel transp.	1976	70	12,0	1987	35	1
Autres	1989	5	0,5	1989	90	3
Le meuble	1961	60	9,0	1970	55	2
L'habillement	1986	81	5,0	1987	60	1
Prod. métalliques	1970	40	3,0	1978	30	1
Produits minéraux non-métalliques	1963	50	3,0	1970	1	1
Papier et produits connexes	1972	62	30,0	1972	1	1
Le meuble	1990	40	2,5	1991	85	1
La machinerie	1989	3	0,25	1992	5	1
Fabrication métal.	1985	165	18,0	1988	14	1
Industr. machinerie	1969	50	3,0	1990	7	1
Matières plastiques	1903	9	15,0	1940	5	1
Autres	1988	90	15,0	1990	80	1
Industrie du bois	1993	10	1,5	**	80	1
Autres	1969	50	3,0	1990	7	1
Produits matières plastiques	1903	9	15,0	1940	5	1
Autres	1988	90	15,0	1990	80	1
Industrie du bois	1993	10	1,5	.	80	1
Industrie du bois	1988	25	2,0	1987	1	1
Industrie du bois	1956	113	15,0	1956	80	1
Fabrication métal.	1985	35	3,0	1985	50	1
Fabrication métal.	1979	30	4,5	1990	4	1
Fabrication métal.	1976	20	2,8	1985	10	1
Matières plastiques	1991	16	2,8	.	6	1
Industrie du bois	1988	63	1,5	1994	5	1
Industrie du bois	1953	10	0,43	1995	50	3
Industrie des aliments	1980	50	30,0	1991	50	1
Autres	1987	15	7,0	1994	5	3
Fabrication métal.	1950	5	6,5	1993	70	3
	1980	3
Industrie du bois	1908	136.	31,0	1992	30	2

* 1 = rural 2 = semi-rural 3 =urbain ** Pas d'exportation en 1995

Le chiffre d'affaires moyen est légèrement inférieur à 8 millions de \$can avec une part destinée à l'exportation qui équivaut, en moyenne, à 34,4% du chiffre d'affaires. Vingt-quatre de ces entreprises comptent moins de 50 employés et sont ainsi qualifiées de petites entreprises alors que la moyenne de l'échantillon se situe à 47 employés, cadres et travailleurs à la production confondus. Aucune différence significative ne s'observe quant à la localisation des entreprises et l'importance du chiffre d'affaires consacré à l'exportation. Les entreprises en milieu rural ne sont pas moins innovantes que leurs homologues appartenant à un environnement plus urbanisé.

Le rôle du milieu auprès des entreprises

Le tableau 1 montre que certaines entreprises en milieu rural, généralement la principale, sinon la seule entreprise d'un village, ont un chiffre d'affaires plus élevé que la moyenne de l'échantillon. Il en est ainsi pour le nombre d'employés. Seize d'entre elles ont été créées depuis le début des années 80 ce qui démontre l'existence d'une certaine vitalité à l'intérieur des milieux concernés. En effet, le tableau 2 fait voir que les milieux ruraux n'ont rien à envier aux milieux urbains quant au dynamisme industriel. Le chiffre d'affaires moyen des entreprises (8,1M\$) se situe nettement au-dessus de celui des milieux semi-ruraux ou urbains. La localisation des entreprises n'a pas d'effet déterminant sur sa vitalité si on en veut pour preuve la part des exportations dans le chiffre d'affaires⁴. L'éloignement n'est pas un obstacle majeur à la création et à la consolidation d'entreprises exportatrices et innovantes en milieu rural.

TABLEAU 2
Relations entre les types de milieu et quelques caractéristiques des entreprises

	Types de milieu		
	Rural	Semi-rural	Urbain
Âge moyen des entreprises	20	46	18
Nombre moyen d'employés	56	72	22
Chiffres d'affaires moyen en millions	7,6	1,6	3,6
Nombre d'années moyen d'expérience dans l'exportation	14	15	8
Proportion moyenne des exportations dans le chiffre d'affaires	31,9%	29,6%	38,7%

Cependant, l'objectif premier de la recherche consiste à évaluer le degré d'importance des réseaux locaux ou la nature de l'influence des acteurs du milieu d'appartenance des entreprises sur leurs stratégies. Le tableau 3 montre que les entreprises font un faible usage

⁴ Le coefficient de corrélation entre le pourcentage des exportations dans le chiffre d'affaires et la distance d'une grande agglomération (> 100 000 ha.) est seulement de -,4349 (p=,038).

des réseaux existants, formels ou informels de leur environnement immédiat. Le questionnaire portait sur le lien des entreprises avec quatre types d'acteurs;

- _ d'autres entreprises de leur environnement immédiat;
- _ le commissariat industriel le plus rapproché;
- _ les organismes gouvernementaux les plus rapprochés;
- _ les organismes socio-professionnels régionaux.

TABEAU 3
Importance des contacts avec les acteurs des différents milieux

Acteurs contactés	Fréquence 0 1 2 3 4	Moyenne de points obtenus selon le milieu* (maximum = 4)		
		Rural	Semi-rural	Urbain
Entreprises locales	26 2 1 9 6	1,4	1,0	1,6
Commissariats industriels	26 5 4 7 2	0,65	0,8	1,75
Services gouvernementaux	18 5 8 10 3	1,26	0,25	2,1
Organismes socio-professionnels	19 10 4 9 0	1,19	0,5	1,0

0 = aucun contact

1 = contacts très rares

2 = contacts peu fréquents

3 = contacts occasionnels

4 = contacts réguliers et soutenus

* Cet indice se calcule ainsi: pour chacun des milieux, une entreprise, pour chaque type de contact, reçoit un nombre de points correspondant à la fréquence des contacts (maximum quatre points), l'ensemble des points obtenus est divisé par le nombre d'entreprises du milieu donné. Ainsi, trois entreprises du milieu urbain ont des contacts occasionnels avec les services gouvernementaux (3X3=9), deux autres ont des contacts peut fréquemment (2x2=4), et une entreprise n'entretient aucun contact avec ce type d'acteurs (0). On a donc $9+4/6=2.1$. Si les six entreprises entretenaient de contacts réguliers on aurait l'indice moyen suivant: $6X4/6= 4$.

On voit que pas moins de 26 entreprises n'entretiennent aucun contact auprès d'autres entreprises environnantes. Alors qu'un nombre équivalent d'entreprises ignorent totalement les services du commissariat industriel (corporation de développement économique) le plus rapproché. On enregistre aucun contact régulier ou fréquent avec l'un et l'autre des différents types d'acteurs. En relation avec le type de milieu, la fréquence des contacts des entreprises en milieu urbain est très légèrement supérieure à ce que l'on observe pour les entreprises en milieu rural et semi-rural. Ceci peut s'expliquer par des effets de proximité surtout en ce qui regarde les services gouvernementaux. Cependant, il faut reconnaître qu'un indice de 2,1 (le plus élevé obtenu) sur un maximum possible de 4 fait la preuve de la faiblesse de l'influence des acteurs socio-économiques faisant partie de l'environnement des entreprises considérées. Le tableau 4 montre la faiblesse du degré d'importance du rôle des acteurs appartenant aux quatres catégories mentionnées dans le tableau précédent.

TABLEAU 4
Degré d'importance des acteurs selon le milieu et l'activité exportatrice

	Rural	Milieu semi-rural	Urbain
Expérience dans l'exportation			
• Moins de 10 ans	0,9	0,5	1,11
• Plus de 10 ans	0,88	0,17	1,5
Proportion des exportations dans les chiffres d'affaires			
• Moins de 30%	0,9	0,125	1,62
• Plus de 30 %	0,9	0,42	0,96

* Maximum = 4. Comme pour le Tableau 3, la fréquence des contacts avec les quatre catégories d'acteurs, pour chacune des situations, fut prise en compte. La somme des points obtenus fut divisée par le nombre d'entreprises afin d'obtenir le degré d'importance moyen.

On peut voir que les entreprises, qu'elles soient engagées dans l'exportation depuis moins ou plus de dix ans, entretiennent peu de contacts avec les acteurs de leur milieu. Aucune différence sensible se perçoit également suivant que les entreprises comptent dans leur chiffre d'affaires une proportion de moins ou plus de 30%. Ces résultats forcent la réflexion sur la place qui revient aux stratégies de développement local dans l'essor des PME.

Quelle relation avec le développement local?

Depuis une dizaine d'années l'expression *développement local* tend à se substituer à celle de *développement régional*. Les articles ou numéros spéciaux (RCSR, 1989) ou volumes (cf recension dans RIPME, 1990) se sont multipliés à un rythme soutenu. Et ce, à un point tel, que l'on peut se questionner sur l'adéquation entre l'importance qu'occupe ces écrits sur le développement local et ce que révèle l'observation des faits. Ainsi, sur la base de nos travaux auprès de PME en milieu non-métropolitain, nous reprenons le questionnement de Polèse (1995) sur la raison d'être de l'engouement continue pour le développement local. Lui-même, un des pionniers au Québec avec Coffey (1982, 1985) à avoir plaidé en faveur d'un «autre paradigme de développement» étiqueté, entre autres, *développement endogène, par le bas, autocentré, ou communautaire*, constate, tout compte fait, que les choses n'ont pas beaucoup changé depuis vingt ans en matière de développement régional. Il n'y aurait donc pas lieu de parler de vague de fond concernant la prise en main de leur destin de la part des collectivités locales comme le soutiennent certains observateurs (Télé-Université, 1994). Pour y voir clair il importe de bien s'entendre sur la portée du concept de développement local.

Dans les écrits sur le sujet, un mot revient constamment : **partenariat**. Il est fait allusion aux efforts conjugués de différents acteurs (entreprises privées, corporations de développement économique, organismes socio-économiques, médias d'information, maisons d'enseignement, institutions financières) où se retrouvent les fameuses *forces vives* sur les épaules desquelles repose la responsabilité de mettre de l'avant une stratégie de développement. Les initiatives en vue de promouvoir l'emploi prennent l'essentiel de leur appui sur des ressources locales i.e. à l'intérieur même de l'espace d'intervention auquel s'identifie les différents acteurs (*stakeholders*). Malgré le recours à des programmes

gouvernementaux émanant des paliers supérieurs, les maîtres-d'oeuvre du plan d'action appartiennent au milieu concerné. C'est pourquoi au concept de partenariat, la **participation** s'ajoute comme autre mot clé. En fait, Bryant (1992) évoque une approche faisant appel aux quatre «P» : planification, partenariat, processus et projets. Le tout se situant à l'échelon local, lequel comme le signale Derycke (1993) se rapporte à des entités spatiales aux contours plutôt flous comme le «pays» tel que suggéré au siècle dernier par Elisée Reclus à partir de l'exemple des *pagus* du temps des Romains (Sciences Humaines, 1995). Le concept de bassin d'emploi ou la structure administrative associée à la plupart des Municipalités régionales de comté du Québec font habituellement référence à l'espace d'intervention lié au «local».

En anglais, l'expression *community economic development* décrit l'approche à laquelle se rapporte le développement local. Deux publications récentes montrent la relation existante. Nutter et McKinight (Gallaway et Hudson, 1994) font allusion à une stratégie mise en oeuvre par une collectivité désireuse de jouer un rôle plus actif dans la prise de décision concernant son avenir économique. Pour sa part, Douglas (1994), après une revue exhaustive de la documentation anglophone souligne les éléments suivants: leadership, information, communications et développement organisationnel.

Ces considérations font mieux comprendre la portée du questionnement sur la place qu'occupe au Québec le développement local comme stratégie économique. Elles permettent de tenir compte de la remarque de Jean (1989) pour qui tout développement prenant place en un point donné, la référence au développement local risque de donner lieu à un pléonisme de mauvais goût. En effet, par exemple, en relation avec les entreprises considérées dans cet article, il faut se mettre en garde d'associer ces initiatives *localisées* en un lieu particulier à des retombées d'une quelconque stratégie de développement local. La création et la consolidation des entreprises étudiées dans le cadre de notre recherche ne s'explique nullement par une éventuelle mise en oeuvre d'une telle stratégie. On en veut pour preuve le fait qu'aucun de leur dirigeant n'a eu vent de l'élaboration d'un plan stratégique à l'échelon de leur MRC ou de leur région administrative comme le souhaite la politique régionale mise en oeuvre en 1992 par le gouvernement du Québec.

Initiatives locales et développement local : à ne pas confondre

Si les écrits sur le développement local se présentent en grand nombre depuis le début des années 80, il en va ainsi pour les témoignages de *success stories* de certains villages québécois. Leur notoriété s'explique par des initiatives de création d'emplois qui leur permettent de connaître des taux d'activité que leur envie la grande majorité des collectivités territoriales. Le dernier rapport de l'ex-Conseil des affaires sociales du Québec (1992) se consacre presque en totalité à de telles réalisations. Ici, deux types de questionnement s'imposent. En premier lieu, ces initiatives, auxquelles se rapportent des PME innovantes semblables à celles dont il est question dans cet article, émanent-elles d'une démarche associée au développement local? Ensuite, advenant une réponse positive, étant donné leur nombre quand même restreint, ne serait-il pas pertinent de reconnaître leur caractère marginal à l'intérieur de l'ensemble de l'économie?

La réponse à la première interrogation attire précisément l'attention sur la confusion entre les initiatives *localisées* et celles issues d'une démarche associée au développement local.

Une autre série de documents audio-visuels constitue une démonstration, parmi d'autres, de la confusion qui entoure le concept de développement local (Fondation de l'entrepreneurship, 1994). Les témoignages sur telles municipalités *vedettes* du Québec rural (Saint-Cyprien, La Guadeloupe, Saint-Narcisse) ne manquent pas d'intérêt étant donné le dynamisme qui les caractérise. Mais dans la majorité des cas, à l'instar de ce que nos travaux révèlent, on se trouve en présence d'initiatives beaucoup plus individuelles que partenariales. Si une corporation de développement économique ou un programme gouvernemental peut avoir joué un rôle non négligeable dans la réalisation d'un projet, presque jamais l'on se trouve en présence d'un processus bien appuyé sur une démarche stratégique faisant appel à la contribution d'un éventail des diverses forces vives du milieu. Encore moins trouve-t-on des initiatives issues d'une vision à moyen terme élaborée par ces mêmes acteurs. Bien sûr, au Québec comme ailleurs, on observe des réalisations à l'échelon local, que ce soit en vue de la reconversion des anciens quartiers urbains ou du maintien en vie de certains villages de régions centrales ou périphériques. Ce constat conduit à la deuxième interrogation: ces réalisations sont-elles suffisamment nombreuses pour vraiment parler d'un nouveau modèle de développement susceptible de conduire à l'induction d'une véritable théorie du développement local?

Les Corporations de développement économique communautaire de Montréal (CEDC) ainsi que les comités d'aide au développement des collectivités (désignés depuis 1994 comme étant des Sociétés de développement des collectivités avec pour acronyme: SADC) ont fait couler beaucoup d'encre. Les premières jouent pour la plupart un excellent rôle de courroie de transmission entre les divers paliers de gouvernement et les populations des quartiers défavorisés. Il faut, cependant, se garder de surévaluer l'importance économique des retombées de leurs interventions. L'intérêt que les chercheurs y portent reflètent avant tout un préjugé favorable envers une approche qui se situe dans la mouvance associée au développement local en opposition à un mode de développement qui échappe aux décisions des populations concernées. Le même constat vaut pour les SADC même si elles émanent sans contredit du meilleur programme gouvernemental (fédéral) mis en oeuvre pour aider les collectivités à mieux maîtriser leur devenir économique. Partout, à l'intérieur des deux cents et quelques sociétés, *a mare usque ad mare*, quelques milliers d'emplois ont été créés ou maintenus au fil des ans. Mais, encore une fois, dans l'ensemble de l'économie nationale, leur poids ne pèse pas bien lourd sur le plateau de la balance. Pour certains de ces organismes, la bonne volonté ne compense pas l'absence de porteurs de projets de création d'emplois. Les appuis financiers sont disponibles mais les entrepreneurs font trop souvent défauts. En fait, en milieu rural l'argent, contrairement aux projets, ne constitue pas vraiment la ressource la plus rare.

Quelque soit l'environnement considéré, l'acte d'entreprendre résulte d'une démarche essentiellement individuelle. Tout au plus, comme c'est le cas dans les régions où domine l'entreprise locale - au Québec, la Beauce et les Bois-Francs en sont des exemples - trouve-t-on des effets de démonstration susceptibles de stimuler les initiatives. Avec ou sans appui, le véritable entrepreneur est celui qui, tôt ou tard, donne suite au projet qu'il a en tête. Bien souvent, il aurait, d'une façon ou d'une autre, créé son entreprise même en l'absence d'une assistance financière. En fait, les individus les plus entreprenants se dispensent des appuis de leur communauté.

Un tel comportement caractérise la plupart des dirigeants d'entreprises ayant collaboré à cette recherche. Ce qui confirme l'opinion de certains agents de développement voulant que des propriétaires-dirigeants d'entreprises, voisines de quelques mètres, se connaissent à peine.

Pour la majorité des entreprises observées, les relations avec le milieu se limitent à des contacts occasionnels auprès d'une corporation de développement économique ou de leur association professionnelle dont le siège est à l'extérieur de leur région. Et pourtant le *maillage*, c'est-à-dire l'échange d'informations entre les entreprises, est un concept dont on entend de plus en plus parler. Il y avait donc tout lieu de croire que, de plus en plus, pour consolider, entre autres, leurs activités d'exportation, les entreprises s'engagent dans des activités de maillage à l'aide de réseaux territoriaux d'information formels ou informels. Un tel engagement ne se vérifie pas pour les entreprises étudiées dans le cadre de notre recherche. L'observation des faits conduit à des constats assez similaires suivant que les entreprises soient des exportateurs professionnels ou occasionnels ou encore en transition suivant la typologie tracée lors de travaux antérieurs (Joyal et al., 1996). Les contacts avec d'autres entreprises de leur environnement ou avec divers autres acteurs locaux ne sont mentionnés que par une minorité de dirigeants d'entreprise comme on l'a vu dans la section précédente.

En prenant en compte l'interrelation entre différents acteurs donné et la dynamique d'apprentissage, Maillat (1992a, 1995 et 1995a) distingue quatre types de situations : 1- pas de milieu, pas d'innovation; 2- milieu potentiellement innovateur; 3- innovation sans milieu; 4- milieu innovateur. Même si la technopole de Sofia-Antipolis illustre une situation avec innovation sans milieu, c'est bien la troisième situation qui caractérise l'environnement des entreprises de notre échantillon. Elles sont innovantes sans que les acteurs de leur milieu ait joué un rôle déterminant dans leur orientation ou dans leur choix se rapportant à leurs techniques de production ou à leurs produits.

Si occasionnellement ces PME exportatrices tirent profit d'un programme gouvernemental (plus souvent qu'autrement pour participer à un salon international), la démarche individuelle s'impose comme étant la règle. Diverses initiatives des dirigeants ont donné lieu aux premiers contacts sur un marché étranger lesquels furent par la suite entretenus et diversifiés. Ainsi, souvent au milieu des années 80, c'est en misant essentiellement sur eux-mêmes que les entrepreneurs ont gagné leurs premiers galons d'exportateurs. Sans en être conscients, ils pavaient ainsi la voie aux nouveaux exportateurs qui s'apprêtent à suivre leur trace. En effet, cette fois, en conformité avec les implications d'une stratégie faisant appel aux ressources du milieu, il se crée ici et là des clubs de nouveaux exportateurs. Également, des agents de développement spécialement mandatés à encadrer les nouveaux exportateurs prennent place dans certaines régions. L'on évoque ainsi l'existence possible de *milieux exportateurs*. (Perreault, et Mantagori, 1994). Les pionniers pourront ainsi faire bénéficier de leur expérience aux exportateurs en potentiel qui, à leur tour, pourront mettre à profit leur savoir-faire au-delà des frontières. Un savoir-faire qui se retrouve à l'intérieur du Québec non-métropolitain.

Conclusion

Le slogan *Miser avant tout sur ses propres ressources*, malgré son utilisation fréquente en relation avec les collectivités territoriales, s'applique essentiellement au niveau de l'entrepreneur. A défaut de refuser différentes formes d'assistance en vue du démarrage de son entreprise, le créateur, de façon générale tire son épingle du jeu en misant avant tout sur lui-même. Une fois son entreprise appuyée sur une base solide, ses quelque vingt ou trente emplois étant créés, il est vain de compter sur la participation du dirigeant d'une PME à un processus de mise en commun des énergies locales dans le cadre qu'une quelconque stratégie de développement économique.

Cet autre slogan, tout autant utilisé, voulant que : *La population se prenne en main* risque de demeurer vide de sens en l'absence d'une véritable prise de conscience des possibilités et surtout des limites des présumées retombées des différents acteurs locaux. Le développement économique ne se réalise pas en présence de tout le monde et de son père. S'il peut trouver son amorce à la faveur d'une assemblée dans une salle d'école, ce n'est pas la répétition de telles rencontres communautaires qui favorisent l'éclosion de son processus. L'observation des comportements des divers acteurs oblige à reconnaître que seule une très faible proportion d'une population donnée (mis à part des situations de prélèvements de fonds) est en mesure de s'engager de façon soutenue à l'intérieur d'une stratégie de développement local. S'il est ici possible de miser sur l'implication de certains créateurs de petites entreprises, à moins d'un changement radical des us et coutumes, les entrepreneurs déjà bien établis demeureront toujours à l'écart de toute démarche collective.

Est-ce à dire que le concept de *milieu innovateur* tel que développé par le GREMI perd de son intérêt? C'est ce que croit Polèse (1995) qui l'associe à un raisonnement tautologique : *On attribue le succès économique des régions au facteur «A»; si bien que lorsque nous observons des succès nous en concluons que cela est attribuable au facteur «A»*. Associer les causes d'échecs ou de succès d'une région au comportement de ses agents économiques ne ferait guère avancer l'état des connaissances. De plus, l'expérience heureuse d'une région comme celle de l'Arc jurassien, aussi intéressante soit-elle, ne serait pas transposable selon Polèse. Ceci étant admis, la pertinence du concept de *milieu innovateur* ne peut faire l'objet d'une complète remise en cause tant il est vrai que le *milieu* peut favoriser la propagation de l'information et par la suite, faciliter l'adoption d'innovations.

La critique de Polèse invite surtout à la prudence dans l'interprétation des faits observés et elle incite à poursuivre les efforts en vue de mieux saisir la nature et la portée des intervenants appartenant à un espace économique donné. D'ailleurs, Héraud et Nanopoulos (1994), sur la base de leurs propres observations auprès de PME alsaciennes, signalent que, aussi bien pour les réseaux de partenariat formel que pour les relations informelles, la proximité géographique ne semble pas toujours jouer un rôle de premier plan, ou du moins, les *effets de proximité* varient suivant les aspects considérés. Un constat qui correspond à ce que d'autres auteurs ont signalé en relation avec la faible importance des réseaux d'information sur la performance des entreprises (Carsrud, Gaglio et Olhm, 1986, Fillion, 91, OCDE, 1993).

En ce qui regarde nos propres observations, l'absence d'*effet milieu* trouve une double explication. D'abord, il faut reconnaître l'habitude des dirigeants d'entreprise d'agir sur une

base individuelle. Autant pour l'acquisition de nouveaux équipements que pour sonder les possibilités d'un nouveau marché outre-frontière, ils misent sur l'existence de réseaux extérieurs à leur milieu d'appartenance et qu'ils ont eux-mêmes créés et entretenus. Vient ensuite la géographie. La faible densité de la population du Québec non-métropolitain évite la présence d'une masse critique suffisante pour donner lieu à un véritable *milieu*. A cet effet, Vaessen et Wever (1993) montrent bien que, dans un tel environnement, les entreprises n'ont d'autres choix que de faire appel à des ressources très éloignées de leur lieu d'implantation.

Cependant, en présence de l'urgence d'une situation (fermeture de la seule entreprise importante d'un village ou d'une petite ville) les comportements peuvent évoluer. Quand un regroupement de maires d'une Municipalité régionale de comté s'interrogent sur leurs responsabilités dans le devenir économique de leurs villages, il peut s'agir d'un signe annonciateur d'attitudes nouvelles. Pour que le développement local ne demeure pas une simple vue de l'esprit de ses plus chauds partisans, il faut que les éléments les plus actifs parmi les populations concernées apprennent à faire oeuvre commune. Il faut admettre que l'on en est encore bien loin. Polèse (1995) a raison d'écrire que les appels à la solidarité et à l'entraide iront bien dans certains cas et pas dans d'autres et qu'il n'existe donc pas de modèle généralisable de développement local.

À défaut de pouvoir tout prendre en main à l'intérieur d'un plan d'action bien garni, on imagine certains acteurs locaux exercer un rôle de facilitateur ou d'initiateur. Les structures d'appui aux initiatives locales, il faut bien l'avouer, ne constituent en rien une panacée. Tout au plus elles peuvent contribuer à l'essor d'une culture entrepreneuriale susceptible de donner lieu, le temps aidant, à des initiatives de création d'emplois. Mais il faudra tenir compte du fait que l'acte d'entreprendre est essentiellement un geste individuel.

Bibliographie

- Aydalot, P. (dir.) (1986), *Milieus innovateurs en Europe*, Paris, GREMI.
- Bryant, C., (1992) *Le développement communautaire durable, le partenariat et la préparation de propositions de projets réussis*, Stratec Communication Inc, Hudson, Qc.
- Carsrud, A.L., C.M. Gaglio et K.V. Olhm (1986), «Entrepreneurs-mentors networks and successful new venture development : an exploratory study», dans Ronstadt, R., Hornaday, J.A., Peterson, R., et Vesper, K.H, (E.D) *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Badson College.
- Collectif, (1992), Numéro thématique: «La création des milieux innovateurs», *Revue canadienne des sciences régionales*, Vol. XV:2.
- Collectif, (1989), Numéro thématique: «Le développement local. Perspectives québécoises», *Revue canadienne des sciences régionales*, Vol. XII:1, Printemps 1989.
- Conseil des affaires sociales, (1992) *Un Québec solidaire*, Gaëtan Morin, éd., Boucherville.
- Cooke, P., et Morgan, K., (1993), «The Network Paradigm: New Departures» in Corporate and Regional Development, *Environment and Planning, Society and Space*, 11.

- Derycke, P.-H., (1993), «Le «local» dans l'analyse économique», in *A la recherche du «local»*, Mabileau, A., sous la dir., L'Harmattan, Paris.
- Douglas, D., ed., (1994), *Community Economic development in Canada*, Vol.1-2, McGrawHill, Toronto.
- Deshaies, L, P. A. Julien, et A. Joyal, (1992).Le recours au milieu par les PME québécoises exportatrices, *Revue canadienne de sciences régionales*, op. cit.
- Filion, L.J. (1991), *Vision et relations: clefs du succès de l'entrepreneur*, Les éditions de l'entrepreneur, Montréal.
- Fondation de l'entrepreneurship, (1994), *L'emploi et le développement local*, six cassettes-vidéo.
- Galaway, B., et Hudson, J., ed., (1994), *Community Economic Development : Perspectives on research and Policy*, Thompson Educational Pu. Toronto.
- Héraud, J.-A. et C. Nanopoulos, (1994) «Les réseaux de l'innovation dans les PMI: illustration sur le cas de l'Alsace», *Revue internationale de PME* , Vol. 7, N^{os} 3-4 p.65-86.
- Jean, B., (1989),Développement régional et développement local, *Revue canadienne des sciences régionales*, Numéro thématique : Le développement local, op.cit.
- Joyal, A.,(1987), «Réflexions sur la question du développement local, *Revue économie régionale et urbaine*», N^o 5, p738-751.
- RIPME, (1990), «Le développement local; un intérêt qui n'en démord pas,» *Revue internationale PME*, Vol. 3, N^o 2, op.249-256.
- Joyal et all (1996) «Typologie des comportements stratégiques des PME exportatrices», *Gestion*, Vol. 21, Mars
- Julien, P. A., A. Joyal, L. Deshaies, (1994), SMEs and International Competition, *Journal of Small Business Management*, Vol. 32, N^o 3.
- Johannisson, B. (1986), Network Strategies: Management Technology for Entrepreneurial and Change, *International Small Businee Journal*, Vol. 5, N^o 1, p. 19-30.
- Lecoq , B. (1995), «La relation technologie-territoire et les milieux innovateur», *Revue internationale de PME* Vol. 8, N^o 1, p. 81-106.
- Maillat, D., et Perrin, J.-C., éd. (1992), *Entreprises innovatrices et développement territorial*, éd. GREMI, EDES, Neuchâtel.
- Maillat D., (1992) Milieux et dynamique territoriale de l'innovation, *Revue canadienne des sciences régionales* , op .cit.
- Maillat, D., et al.,(1993) *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional*, GREMI, éd. EDES, Neuchatel.
- Maillat, D., (1994), «Comportements spatiaux et milieux innovateurs», in *Encyclopédie d'économie spatiale, concepts, comportements, organisations* Sous la direction de J. P. Auray, A. Bailly, J. P. Derycke, J. M. Huriot. Economica, Paris.

- Maillat, D. (1995a) «Territorial dynamic, innovative milieus and regional policy», *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 7, p.157-165.
- Maillat, D. (1995) *Science humaines*
- OCDE, (1993) *Les petites et moyennes entreprises: technologie et compétitivité*, Paris.
- Perreault, J., et Mantagori, V., (1994), *Etude de faisabilité de l'implantation d'un cercle import-export*, Cahier de recherche du GREPME, UQTR, Trois-Rivières.
- Planque, B., (1998), «La PME innovatrice ; Quel est le rôle du milieu local?» *Revue Internationale de PME.*, Vol. 1, N° 2.
- Polèse, M. et W. Coffey, (1982), «Les politiques de développement local: éléments de définition», INRS-Urbanisation, *Etudes et documents*, N° 34, Montréal.
- Polèse, M., et W. Coffey, (1985), «Local Development: Conceptual Bases and Policy Implications», *Regional Studies*, Vol. 19, N° 2.
- Polèse, M. (1995), «Le développement local, revu et corrigé», Colloque *Avenir du Québec des régions*, ACFAS, 22-24 mai, Chicoutimi.
- Proulx, M. U. (1991), «Réseaux utilitaires spatialisés et dynamique économique», *Revue canadienne des sciences régionales*, vol. XIV, N° 1
- Proulx, M.U. (1995), *Réseaux d'information et dynamique locale*, GRIR, Université du Québec à Chicoutimi, Chicoutimi..
- Rallet, A. (1993),«choix de proximité et processus d'innovation technologique»*Revue d'économie régionale et urbaine*, N° 3.
- Richardson, G. B. (1972), The Organisation of Industry, *Economic Journal*, Septembre, p. 883-896.
- Ratti, R., F. D'Ambrogio, (1988) «Processus d'innovation et intégration au milieu local». Colloque GREMI II, Ascona.
- Szarka, J. (1990), «Networking and Small Firms», *International Small Business Journal*, vol. 8, n° 2.
- Télé-université, (1994), *Développement économique local*, (ECO 3007).
- Vaessen, P., E Wever, (1992) «Spatial Responsiveness of Small Firms», *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 8