

9ème congrès CIFEPME du 28 au 31 octobre 2008 - LOUVAIN
Organisé par l'IAG - Louvain School of Management de l'Université catholique de Louvain.
L'ENTREPRENEUR ET LA PME, VECTEURS DE CHANGEMENT ET D'INNOVATION

PARCOURS D'INNOVATEURS :

COMMENT DEVIENT-ON « INNOVATEUR » ?
ETUDE EXPLORATOIRE
SUR UNE POPULATION DE CHERCHEURS-ENTREPRENEURS

Isabelle MICAËLLI

Assistante de recherche - Doctorante HEC PARIS

1 Bat B, Av. des Etats-Unis
78000 VERSAILLES

☎ : 06 63 11 21 06.

isabelle.micaelli@mailhec.net / micaelli.i@free.fr

Thèmes de la communication :

- 1 - L'entrepreneur (théories, caractéristiques)
- 22 - Épistémologie et Méthodologie

Résumé :

Le cadre opératoire de cette recherche exploratoire de nature inductive porte sur la création d'entreprise innovante par des chercheurs du secteur public (appartenant à un Institut spécialisé dans le domaine des STIC) qui souhaitent valoriser le résultat de leurs travaux de recherche par la diffusion commerciale d'une innovation.

Afin de mieux comprendre ces acteurs (CEI*), analyser ce qui anime leur démarche et les pousse à sortir d'un statut de chercheur pour se lancer dans l'incertain de la création d'entreprise, nous avons retenu une démarche d'analyse des parcours biographiques qui a donné lieu à la production d'un « schème de synthèse » (C. DUBAR, 1997).

Ce dernier nous a permis de préciser les « mondes sociaux », les systèmes de valeurs et les logiques d'action des chercheurs-entrepreneurs afin de mettre en lumière ce qui se joue au moment de l'émergence de l'idée et de sa transformation en un projet de création d'entreprise.

Mots Clés : « Innovateur », Entrepreneuriat, identité, parcours biographiques, sensemaking.

* « Chercheurs-Entrepreneurs-Innovateurs » (CEI)

L' « Entrepreneur-Innovateur » constitue aujourd'hui une référence majeure du développement économique et il semble même qu'il soit devenu un véritable enjeu pour les Directions des Ressources Humaines qui ont pour mission d'attirer, développer et retenir les talents dont l'entreprise a besoin pour conforter et accroître sa compétitivité. Ainsi, les organisations cherchent-elles de plus en plus à insuffler le goût de l'exploration et à distiller en leur sein, un état d'esprit où les idées, les comportements innovateurs, l'« entrepreneuriat » sont mis à l'honneur et les innovations valorisées. L'Entreprise se doit de « saisir les opportunités » en développant des projets innovants et en multipliant les tentatives pour inciter « ses acteurs » à devenir innovateur et à s'engager dans une démarche entrepreneuriale¹ sans que l'on sache très bien finalement ce que recouvre ce qualificatif. En effet, trop souvent réduit à la figure emblématique de l'innovateur Schumpétérien, cet acteur gagnerait pourtant à sortir de l'imagerie commune pour se situer davantage dans le champ d'une connaissance plus pragmatique de « l'action d'innover ». Car si la « Figure » de l'Entrepreneur-Innovateur² constitue aujourd'hui une référence majeure du développement et de la prospérité des organisations, le repérage et l'accompagnement de ces individus innovants au delà d'une simple « injonction paradoxale »³ restent problématiques. De même s'il apparaît de plus en plus clairement que les ressources humaines sont au cœur du processus d'innovation, rares sont les recherches qui abordent directement la compréhension de l'acteur qui impulse le projet (identité, motivation, engagement)⁴... De l'individu qui, s'emparant d'une « idée innovante » pour en faire un projet agit pour construire l'innovation. Cette absence de l'innovateur dans les études scientifiques va curieusement de paire avec l'existence systématique dans la littérature managériale et économique, d'une figure héroïque de celui-ci ; et les représentations et mythes qui nourrissent en filigrane les travaux sur l'entrepreneuriat et l'innovation contribuent à développer cette image stéréotypée. *Mais que sait-on en réalité de l'Entrepreneur-Innovateur, de son parcours et des circonstances qui le font agir ?*

De façon plus précise, notre travail de recherche a pour objectif d'apporter un éclairage sur le phénomène de l'innovation par la création d'entreprise dans le domaine scientifique et technologique. Pour cela, nous avons fait le choix d'une étude centrée sur l'individu qui effectue le passage à l'acte de la création d'entreprise innovante, tout en intégrant dans un second temps le contexte de l'écosystème au sein duquel se produit ce passage à l'acte. Ce focus progressif nous permettra de faire émerger des propositions de réponses aux questions suivantes : Comment devient-on innovateur ? Quels sont les éléments (contextuels, organisationnels, culturels, symboliques et biographiques) explicatifs du passage à l'acte d'entreprendre ? En effet, la création d'entreprise innovante s'inscrit dans un parcours personnel mais aussi dans un contexte particulier (écosystème) et il s'agira donc d'identifier et de comprendre la place de chaque élément explicatif du passage à l'acte. Ainsi, le premier volet exploratoire de la recherche que nous présentons dans ce papier sera complété ultérieurement par une étude de cas en profondeur de l'Institut d'accueil au sein duquel le projet d'innovation a été amorcé (écosystème). Dans le cadre de cette communication nous nous proposons plus spécifiquement de préciser quelques repères permettant de mieux comprendre cet acteur en procédant à un travail de déconstruction d'une image idéalisée (ou parfois diabolisée) de celui-ci, réalisée à partir d'une étude empirique des individus innovateurs. En axant le premier volet de cette recherche sur l'individu, nous avons souhaité contribuer à la connaissance sociologique et managériale de l'entrepreneuriat et de l'innovation en apportant une connaissance de l'entrepreneur-innovateur et de son parcours, obtenue à partir de méthodologies d'enquête mettant en lumière le « Je » de l'innovation.

Cette orientation s'appuie sur le fait que notre compréhension du passage à l'acte entrepreneurial relève plus de l'apprentissage, et donc du parcours personnel, que d'éventuels traits « hérités » par celui qui innove. C'est pourquoi nous cherchons à identifier les

« systèmes » identitaires en œuvre et à mettre en lumière leurs interactions avec l'écosystème dans lequel l'innovation prend source, afin de comprendre le mécanisme de création de sens (Weick, 1995) qui *-nous semble-t-il-* permet à l'innovation de se réaliser. Pour cela, nous avons retenu dans un premier temps, une démarche d'analyse des parcours biographiques d'un certain type d'acteur de l'innovation, les chercheur- innovateurs créateurs d'entreprise.

1. L'individu innovateur - étude exploratoire

Historiquement, la notion d'entrepreneur est communément rattachée aux propositions de Cantillon (1755) et Say (1803) pour lesquels l'entrepreneur est un « preneur de risque » qui se saisit d'une opportunité en vue de réaliser un profit. Say précisera cependant la notion d'entrepreneur en établissant une différence entre le capitaliste preneur de risque et l'entrepreneur qu'il associera à l'innovation en le qualifiant « d'agent de changement ». Schumpeter (1935) à son tour mettra en avant cette association entre l'entrepreneuriat et l'innovation en insistant sur le fait que les entrepreneurs constituent le moteur du processus de « destruction créatrice » qui caractérise l'innovation. Ainsi, même si l'innovation n'est pas uniquement le fait des entrepreneurs nous pouvons, en nous appuyant sur la pensée de Schumpeter, envisager que ceux-ci introduisent des innovations de rupture plus fréquemment que les grandes entreprises qui chercheront plutôt à améliorer leurs produits et leurs processus (donnant ainsi lieu à des innovations plus incrémentales). Cette proximité des concepts d'entrepreneuriat et d'innovation nous conduit à envisager d'analyser l'individu innovateur au travers du « passage à l'acte » entrepreneurial. En effet nous souhaitons, dans le cadre de cette recherche, amorcer une réflexion sur ce qui « pousse » certains individus à « passer à l'acte » d'innover au travers de la création d'entreprise, afin d'en tirer d'éventuelles propositions ou pistes d'actions permettant d'identifier et d'encourager l'innovation et l'esprit d'entreprendre à l'extérieur ou au sein même des organisations. Il nous apparaît à l'issue d'une première phase de revue de la littérature de gestion que celle-ci s'intéresse essentiellement aux processus d'apparition et de développement d'une innovation, en prenant en compte les multiples facteurs (techniques, organisationnels, processuels, configurationnels, financiers, juridiques, économiques,...) influant sur sa réussite ou son échec ; ce qui conduit généralement à « diluer » ou ignorer le rôle de l'individu dans l'innovation. Il est peu fréquent en effet de trouver explicitement les facteurs liés à l'analyse de la « personne qui innove » au sein des recherches sur l'innovation : son parcours, son identité, les « conditions/explications » de son impulsion à innover... ; et les recherches qui abordent directement la compréhension de l'acteur lui-même sont rares ⁴. Par ailleurs, l'individu innovant lorsqu'il est mobilisé et décrit doit composer avec un second paradoxe car il apparaît soit :

- sous la forme d'un archétype un peu « fantasmagorique », une sorte de héros magnifique bravant l'adversité ;
- soit, à l'inverse, sous une forme totalement désincarnée puisqu'il ne peut pas – si l'on en croit certains auteurs- exister en tant qu'individu (Callon, 1994) mais uniquement sous la forme d'un « collectif ».

Nous souhaitons, pour notre part, solliciter cet individu innovateur afin de mettre l'accent sur *ce que sont* les acteurs d'un changement remarquable plutôt que sur *ce qu'ils font*. Ceci étant, poser la question « Qui est l'innovateur ? » peut conduire à enquêter uniquement sur la « figure de l'innovateur » et à positionner la question à un niveau très général et métaphorique. C'est pourquoi nous nous attacherons, non pas à définir précisément les caractéristiques de l'innovateur-entrepreneur (déjà longuement décrites dans le cadre des travaux réalisés à l'aide d'approches par les traits psychologiques ⁵), mais plutôt à préciser les

éléments structurants de la socialisation de l'« Innovateur ». Il nous semble plus pertinent, en effet, de nous interroger sur le « Parcours de l'Innovateur », « D'où vient-il ? », « Pourquoi oriente-t-il sa carrière vers l'innovation et la création d'entreprise ? » ... de façon à éclairer les conditions du « passage à l'acte » et les modalités du choix d'engagement dans une carrière entrepreneuriale liée à l'innovation. Ainsi, le travail exploratoire que nous présentons dans le cadre de cet article est-il axé essentiellement sur la question : « Comment devient-on Innovateur ? » - question qui se décline en termes de construction identitaire de l'individu innovateur et qui nous permet d'engager une réflexion sur l'influence du parcours personnel et professionnel dans le « passage à l'acte » d'innover par la création d'entreprise.

Pour répondre à cette question nous avons choisi de suivre une catégorie d'acteurs qui présente une forte correspondance avec l'« idéal-type schumpétérien » : le « chercheur-innovateur » créateur d'entreprise (Chercheur-Entrepreneur-Innovateur : CEI). Comme le précise P. Mustar : « ... la création [d'entreprise] par un chercheur est celle où le processus d'innovation (au sens schumpétérien d'introduction réussie d'un nouveau produit ou d'un nouveau procédé sur le marché) est le plus ramassé, celle où le passage du laboratoire à l'utilisateur, au consommateur ou au client est le plus immédiat. L'opposition science/marché n'est plus seulement un discours : elle est gérée dans un même lieu et par une même personne. » (Mustar, 1994, *Gérer et Comprendre*). Ce choix intervient en réponse à la nécessité de focaliser cette première partie de la recherche sur un acteur clairement identifié et reconnu comme étant innovateur. C'est le cas du [Chercheur-Entrepreneur-Innovateur] (CEI) qui est doublement inscrit dans l'innovation ou la « création de quelque chose de nouveau », puisqu'il invente un bien ou service nouveau et crée une nouvelle structure organisationnelle pour diffuser cette innovation. D'autre part, il permet également de tracer le passage d'une profession « identifiée » de chercheur au sein d'un Institut reconnu, à celle beaucoup plus ambiguë d'Entrepreneur ou d'Innovateur.

En orientant la recherche sur l'individu nous souhaitons développer des propositions qui pourraient constituer des apports managériaux permettant de mieux identifier, accompagner et gérer les entrepreneur-innovateurs. Il nous semble en effet que les résultats de la recherche devraient nous permettre d'apporter quelques éléments de réponse aux questions suivantes :

- ➔ *Les entrepreneur-innovateurs constituent-ils un groupe homogène, possédant des caractéristiques communes ainsi qu'une identité propre ? Existe-t-il ou peut-il exister une identité professionnelle de l'innovateur ?...*
- ➔ *Est-il possible d'organiser et de systématiser une démarche de formation et d'accompagnement permettant de générer des entrepreneur-innovateurs au travers d'un processus de socialisation ?*
- ➔ *Ceux-ci ont-ils besoin d'être gérées différemment des autres catégories de personnel ? Si oui, dans quelle mesure ? Comment organiser la gestion des parcours professionnels des « innovateurs » ?*
- ➔ *Comment favoriser le « passage à l'acte » de la création d'entreprises innovantes ? Quelles sont les conditions les plus favorables ? Comment entretenir et stimuler l'innovation ? Quels leviers – organisationnels, culturels...- sont identifiables pour essayer d'y parvenir ? Sur quelle durée sont-ils mobilisables ? Sont-ils valides dans tous les secteurs d'activité employant des Personnes Innovantes ?*

2. Méthodologie de la recherche

Notre volonté de comprendre le phénomène particulier du passage à l'acte d'innover oriente fortement la recherche vers une démarche inductive dans laquelle la préoccupation essentielle du chercheur est la découverte de régularités dans l'analyse de « données » issues du terrain. Pour faire émerger cet « ordre caché », nous souhaitons utiliser un mode de raisonnement proche de la démarche proposée par Glaser et Strauss dans le cadre de la Grounded Theory.

« La théorie découle inductivement de l'étude du phénomène qu'elle présente. C'est-à-dire qu'elle est découverte, développée et vérifiée de façon provisoire à travers une collecte et une analyse systématique des données relatives à ce phénomène. Donc collecte des données, analyse et théorie sont en relations réciproques étroites. On ne commence pas avec une théorie pour la prouver par la suite. On commence plutôt avec un domaine d'étude et on cherche à faire émerger ce qui est pertinent pour ce domaine. » (Corbin, Strauss, 1990).

Il nous semble par ailleurs que les parcours biographiques de ces acteurs -sorte d'idéal-type de l'Innovateur Schumpétérien- questionnent tout particulièrement la figure de l'innovateur telle qu'elle apparaît dans la littérature de gestion depuis les écrits de Schumpeter, et sont susceptibles d'apporter quelques réponses à la question des « motivations » liées à la création d'entreprise innovante. C'est pourquoi avons choisi d'articuler notre protocole d'enquête autour d'une démarche d'analyse des parcours biographiques. Celle-ci a notamment donné lieu à la production d'un « schème de synthèse » (C. DUBAR, 1997) des valeurs et représentations constitutives du système identitaire des CEI. Nous nous proposons de compléter ultérieurement ce premier niveau de questionnement par une étude en profondeur de l'écosystème au sein duquel se produit le passage à l'acte d'innover.

2.1. Utilisation des entretiens biographiques en sciences de gestion

Notre choix d'utiliser une méthode biographique dans le cadre de ce premier volet de la recherche est fondé sur la volonté de répondre à une problématique liée à la notion d'identité des innovateurs et sur la nécessité de procéder, faute de connaissances disponibles, à une phase exploratoire afin de mieux cerner notre objet d'étude.

Peneff (1990) souligne qu'au travers de l'histoire de vie, ce n'est pas la reconstitution de la mémoire qui est l'objectif mais un recueil d'informations sur l'environnement social immédiat de l'individu. Il s'agit de comprendre un fragment de la réalité sociale, en se penchant sur l'articulation des liens et rapports sociaux, sur les mécanismes, les processus et les logiques d'action qui la caractérise (Bertaux, 1997). En s'appuyant sur les informations issues des entretiens biographiques, le chercheur tente de proposer une lecture de la société et du vécu des acteurs. Par ailleurs, l'intérêt de cette méthode de recueil des données réside également dans le fait qu'elle est parfaitement adaptée à la production de représentations symboliques ou de faits et d'opinion, et qu'elle permet d'amener la personne interviewée à s'interroger et à réfléchir sur ce qu'elle dit... *« Le sujet ne raconte pas sa vie, il réfléchit sur elle tout en la racontant »* (Bertaux, 1980). Les allers-retours fréquents entre les différents épisodes biographiques, les liens réalisés entre ceux-ci lors de l'entretien, sont particulièrement à même de susciter *« une auto-analyse provoquée et accompagnée »* (Bourdieu, 1993). En effet, tout au long de l'entretien, l'innovateur raconte ses expériences, exprime son ressenti, ses sentiments, appréhende ses modèles intériorisés (familiaux ou autres...), ses valorisations, ses habitudes, ses règles sociales, ses codes symboliques ... ; Ce qui, comme l'affirment les psychologues (Blanchet, 1983, 1986), les sociologues (Maitre, 1975 ; Michelat, 1975 ; Beaud, 1996) et les chercheurs en gestion (Wacheux, 1996 ; Thietart, 1999), permet d'avancer dans la compréhension des comportements sociaux des acteurs.

Ce type d'entretien, en faisant appel au point de vue de l'acteur, à sa logique subjective, à sa rationalité, permet d'explorer les systèmes de représentations de l'innovateur au travers d'un discours riche, nuancé et argumenté, grâce auquel il explicite pour lui-même autant que pour l'enquêteur ce qui fait le sens de son action. Ainsi cette approche permet-elle de préciser les logiques d'action des innovateurs bien mieux que ne pourraient le faire des « représentations intellectualisées » issues de la littérature théorique que l'on aurait « coincées » dans des critères prédéfinis et évaluées via un questionnaire retraité statistiquement. En effet, comme le précise Michelat, *« ce qui n'est qu'intellectualisé, ce qui n'est pas pris en charge affectivement par la personnalité n'a qu'une signification faible et une relation réduite avec le comportement de l'individu »* (Michelat, 1975). Construire un questionnaire supposerait que l'on connaisse d'avance et de façon certaine le monde de référence et le système de cohérence interne de l'innovateur, et que l'on soit en mesure de réaliser des choix et classements préalables des facteurs discriminants de l'identité de l'innovateur. En synthèse, on peut préciser que ce type d'entretien biographique s'impose chaque fois que *« l'on ignore le monde de référence de l'interviewé ou que l'on ne veut pas décider à priori du système de cohérence interne des informations recherchées »* (P. Paillot, 2003). L'utilisation de la méthode biographique nécessite d'accepter des questionnements transversaux aux problématiques traditionnelles des sciences de gestion. Comme le précise Bertaux (1997), elle implique l'analyse et la compréhension de situations à partir du vécu des individus. Cependant, il ne s'agit pas d'une reconstitution du passé mais d'un récit qui prend en compte le contexte et les objectifs de la recherche en sciences de gestion.

Ceci étant, en sciences de gestion, c'est traditionnellement l'organisation qui est au centre des préoccupations pour expliquer les résultats de l'unité d'analyse. Or, il n'est pas possible dans le cadre de cette étude, de réduire uniquement le vécu et le passé de nos innovateurs à un lien avec l'entreprise car cela ne nous donnerait qu'une vision partielle et n'expliquerait pas les conditions du « passage à l'acte d'innover » : en effet, l'acteur appartient à plusieurs groupes ou entités et son histoire ne se réduit pas à son lien avec l'entreprise. Il est donc nécessaire d'élargir le champ des « observations » afin de mettre en évidence des points communs, des catégories de sens, qui peuvent expliquer ce passage à l'acte tout en conservant une approche cohérente avec le cadre des sciences de gestion. Wacheux (1996), précise que l'utilisation de cette méthode en sciences de gestion doit donner lieu à un ajustement des quatre niveaux d'analyse des récits de vie décrit par Peneff (1990) (parvenir à la connaissance des caractéristiques sociales d'un individu; obtenir un instrument de documentation historique par des données jusque-là négligées; confronter le passé d'un individu avec la reconstitution verbale qu'il en présente; ou (exceptionnellement) connaître les convictions et les opinions d'un individu). Cet ajustement, dont l'objectif est d'éviter d'aboutir à des problématiques de sociologie du travail (ce qui n'est pas l'objet des sciences de gestion), se traduit par la nécessité de s'attacher à connaître les faits humains au travers de l'une et/ou l'autre des trois niveaux d'analyse suivants : 1) les questions de recherche qui appréhendent le sentiment et la relation de l'acteur avec l'entreprise à partir des trajectoires et de l'appartenance à plusieurs groupes : social, familial et ethnique / 2) les protocoles de recherche qui définissent l'organisation comme une collection d'individus uniques. L'identité, l'appartenance et la cohésion sont basés sur le construit individuel et collectif / 3) les résultats attendus qui repèrent les conséquences des discours managériaux et des pratiques d'entreprise sur les constructions verbales des acteurs.

Ce travail se situe essentiellement dans le cadre du premier et du second niveau.

2.2. Présentation du protocole de recherche

2.2.1. Modalités de mise en œuvre

La mise en œuvre de la méthode de recherche correspond à une construction incrémentale qui -dès le début de l'enquête- intègre, au fil de l'eau, les résultats directement au niveau des modalités de la recherche et de son exécution opérationnelle. Seuls, l'unité de l'objet d'analyse (les CIE), le choix de l'univers de cas et la formulation de la consigne de départ, restent constants. La phase d'analyse débute dès le premier entretien puisque celui-ci donne lieu à un brief de synthèse qui sert de base à la mise à jour du « guide » d'entretien et à l'élaboration d'une première grille des points intéressants et questions soulevées. Il donne également lieu, comme les entretiens suivants, à un « débrief à chaud » effectué immédiatement après l'entretien et consigné dans le journal de recherche. Les entretiens étant particulièrement riches et longs (6h en moyenne sur un ou plusieurs rendez-vous), il nous a semblé préférable de procéder à une première « retranscription » rapidement après les entrevues de façon à conserver l'imprégnation du discours de l'interviewé. C'est aussi une bonne façon de mieux décoder les discours lors des prochains entretiens.

Tous les entretiens se sont déroulés sur le lieu de travail des personnes interrogées et ont duré 6h en moyenne. Ils ont été enregistrés puis partiellement retranscrits. Ils ont tous été conduits de façon semi-directive selon les mêmes modalités. Après une présentation rapide et l'explication des raisons de notre visite (thème d'intérêt et importance de leur propre témoignage), l'entretien démarrait sur une seule et unique question : *« qu'est ce qui vous a amené à travailler dans le domaine de l'innovation ... ? »*, et le chercheur intervenait volontairement le moins possible dans la suite de l'entretien. Ceci étant, comme le précise Rispal, la démarche qualitative *« doit chercher à saisir la manière dont chaque personne fait face à la situation étudiée et à ses contraintes (...) et le rôle du chercheur n'est pas d'adopter une attitude passive et indifférente au cours d'un entretien. Il lui faut créer, imaginer des « clefs » pour ouvrir la ou les serrures qu'elles sont supposées ouvrir. Cette capacité consiste en un questionnement pertinent des personnes, puis des données recueillies »* (Rispal, 1994). On peut résumer cette posture en précisant que le chercheur -possédant une maîtrise théorique de l'objet de recherche grâce à ses lectures- définit une thématique centrale sans intervenir dans l'orientation du propos. Dès lors, le guide d'entretien n'est pas un questionnaire mais plutôt une liste de thèmes que le chercheur a préalablement identifiés, en lien avec son sujet d'étude, les modes de fonctionnement et les contextes d'action de celui-ci (Bertaux, 1997). Par ailleurs, celui-ci n'est pas utilisé directement au cours de l'entretien mais permet de revenir en fin d'entretien sur des points importants qui n'auraient pas été couverts. Ce guide est évolutif et il est adapté lors des différentes phases de terrain. En effet, si l'on identifie des aspects ou mécanismes particuliers chez certains individus il faut être en mesure de les appréhender et de les décoder à nouveau lors des entrevues suivantes avec d'autres CIE. Plus précisément, nos entretiens ont été élaborés et analysés autour de quatre thèmes essentiels :

- structure familiale et parcours scolaire de l'innovateur
- orientation professionnelle (pourquoi choisir d'orienter sa carrière vers la recherche ?)
- pourquoi la création d'entreprise innovante ? Comment en sont-ils arrivés à travailler dans le domaine de l'innovation
- quel est le sens de leur action,
- la définition d'eux-mêmes (chercheur, ingénieur, entrepreneur, innovateur) et de leurs « valeurs » et « compétences »

Ces thèmes n'ont pas été communiqué aux CEI même si il est précisé, avant l'entretien (prise de contact et présentation réciproque au début du rendez-vous avant de « lancer » l'entretien), que la recherche porte sur le parcours personnel et professionnel qui les a conduit à être aujourd'hui désignés comme innovateur par leur ancien ou actuel (selon leur statut à l'époque

de l'entretien) Institut de recherche. Aucun sujet ou agenda d'entretien (ordre des sujets) ne leur était indiqué et chacun commençait spontanément l'entretien par le moment de son parcours qu'il souhaitait aborder. Dans le cas très rare où l'ensemble des thèmes souhaités n'avait pas été abordé, nous relançons l'entretien par une question générale concernant le thème non abordé. Dans le cas où l'interviewé abordait de lui-même les thèmes souhaités, notre intervention se bornait à des marques d'intérêt (gestuelle, concentration, sourire ...) et à la reformulation neutre de certaine phrase pour inviter l'interlocuteur à clarifier ou à maintenir la production du discours.

Dès le second entretien, qui remet en question les croyances que l'on commençait à élaborer sur l'objet de recherche, la démarche d'analyse systématique se met en place en intégrant au fur et à mesure les résultats des entretiens dans le modèle en cours d'élaboration et en venant compléter le « guide » d'entretien évolutif. C'est ainsi que le modèle se consolide au fil de l'eau. Cette démarche qui plonge d'emblée le chercheur dans l'analyse permet, en réécoutant les discours narratifs, d'identifier des structures, des modèles et des logiques d'action non décodées lors de la rencontre. Nous avons choisi d'enregistrer numériquement les entretiens et de procéder à un codage « oral » avec séquençement précis des « moments » de chaque entretien. Ce choix présente un avantage certain puisqu'il permet de procéder à une analyse à partir de matériaux plus riches que le simple texte retranscrit, en disposant des nuances de tonalités, hésitations, embarras, silences... constitutifs du discours de l'interviewé qui restent toujours difficiles à formaliser à l'écrit. Cependant, certains passages identifiés comme étant pertinents pour une analyse comparative ont été entièrement retranscrits. A ce stade un premier niveau de verbatim est ainsi relevé et une première formalisation est effectuée, donnant lieu à un schème provisoire pour chacun des entretiens au fur et à mesure de leur réalisation. Puis, une première phase de consolidation a été réalisée pour définir la version initiale du schème de synthèse, consolidant l'ensemble des schèmes provisoires des entretiens. L'étape suivante consista à « recruter » un « équipier second codeur » pour procéder à une deuxième analyse des entretiens recueillis, afin d'augmenter la pertinence de l'analyse. L'intégration d'un « équipier » est une expérience intéressante qui permet incontestablement d'enrichir la démarche d'analyse et de limiter les biais subjectifs de codage. Cette seconde phase donna lieu à un travail d'analyse en profondeur. Les séances de travail en équipe ont permis d'élaborer une seconde version du schème de synthèse ; assez proche en définitive du schème initial mais proposant une articulation plus fine. Cette seconde phase a été organisée de la façon suivante :

- 3 Workshops d'initiation à la méthode biographique sur la base de la méthode d'analyse structurale développée par Claude DUBAR au cours desquels les modalités d'analyse et le mode opératoire général de traitement des données ont été défini. Aucun retour sur la 1ère phase d'analyse ni sur les choix théoriques formulés en phase 1 n'ont été communiqué au 2d codeur. Nous l'avons volontairement laissé dans une situation de découverte personnelle du problème en ne lui communiquant pas –ou peu- d'informations en dehors des éléments relatifs à la méthode biographique et à quelques éléments de contexte concernant les personnes interviewées. Ces Workshops ont été suivis d'une phase d'analyse des entretiens réalisée en solo par le second codeur à l'aide du mode opératoire défini précédemment (étalée sur deux à trois semaines).
- 4 Workshops de mise en commun autour de l'analyse croisée des données.
- 2 Workshops de Partage des résultats, discussion et formalisation du schème de synthèse.

2.2.2. Description de la Population

Au total nous avons rencontré huit personnes lors de ce premier volet dont quatre CEI qui correspondent à notre cœur de cible. La vocation exploratoire de cette étude nous a conduit à élargir notre cœur de cible (les chercheurs innovateurs ayant créé une entreprise pour diffuser une innovation) à des acteurs exerçant un métier de support à l'innovation au sein de l'organisme de recherche ainsi qu'à des chercheurs « innovants » non investis dans un projet d'entreprise. Ainsi nous avons rencontrés trois catégories d'individus tout en conservant une unité de contexte (l'Institut de recherche sélectionné) :

- 1) Des chercheurs qui ont créé leur propre structure avec le soutien d'investisseurs pour diffuser leurs travaux sur le marché.
- 2) Des chercheurs qui travaillent au sein de l'institut et n'ont pas créé de structure innovante mais sont désignés comme des scientifiques innovant dans leur domaine.
- 3) Des individus appartenant à l'institut qui participent en tant que support au processus d'innovation (RH, Dir du Transfert et de l'innovation).

Ceci étant, l'analyse et les résultats proposés dans le cadre de cette communication ne reposent au final que sur les éléments concernant les CEI. Les entretiens réalisés « hors cible » ont permis rechercher les éventuels points communs entre la population des CEI et les populations 2 et 3 qui pourraient être structurellement liés au choix du secteur professionnel, au contexte de l'Institut et au processus d'innovation technologique. Par ailleurs, il nous a semblé judicieux durant la phase de recueil des données, d'ajouter à notre protocole de recherche un nouvel entretien avec un « acteur témoin » qui correspond globalement au « profil » de l'échantillon cible des CEI mais qui est externe au contexte de la recherche (individu n'étant pas CEI et ne faisant pas partie de l'Institut) de façon à rechercher d'éventuels éléments liés uniquement aux caractéristiques de profil de la population étudiée (âge, secteur d'activité, structure familiale, niveau d'étude, niveau de revenus, ...). (Cf. Tableau 1).

La « catégorie cible » des CEI sur laquelle repose l'analyse présentée dans le cadre de cette communication, appelle néanmoins quelques précisions. Il s'agit d'une population :

- de chercheurs (le plus souvent en mathématique et physique appliqués à l'informatique et à l'automatique),
- désignés comme étant des innovateurs par la structure de valorisation de la recherche d'un grand institut de recherche publique spécialisé dans l'informatique et l'automatique.
- ayant créé une entreprise innovante.

Dans la mesure où cette étude a été menée selon une approche très qualitative, en procédant à des entretiens biographiques en profondeur (inspirée des travaux de C. Dubar), il est possible de considérer qu'une cinquantaine d'heures d'entretien constitue un matériau permettant une étude exploratoire de qualité. Cette première phase exploratoire nous a permis de préciser les « mondes sociaux », les logiques d'action et les aspects symboliques et intentionnels (sens) du passage à l'acte d'innover, afin de mettre en lumière ce qui se joue au moment de l'émergence de l'idée et de sa transformation en un projet de création d'entreprise innovante.

Tableau 1 : Tableau de synthèse de la population étudiée :

Type Population	Description	Entretiens réalisés
<u>Cœur de Cible :</u> (1)	Individus exerçant ou ayant exercé le métier de chercheur avant de créer et/ou participer à une entreprise destinée à « passer » une invention sur le marché (entreprise innovante) ; désignés par leurs pairs et/ou leur structure de recherche et/ou les experts du milieu de l'innovation comme étant des innovateurs.	4 entretiens – 6h en moyenne
<u>Population secondaire :</u>	Individus exerçant le métier de chercheur mais ne participant pas à une entreprise destinée à « passer » une invention sur le marché (entreprise innovante) ; désignés par leurs pairs et/ou leur structure de recherche et/ou les experts du milieu de la recherche comme étant des « innovateurs » dans leur domaine.	2 entretiens – 6h en moyenne
<u>Population transverse :</u>	Individus, ayant ou non été chercheur, exerçant un métier de support (décisionnel) au sein du processus d'innovation.	2 entretiens – 7h en moyenne
<u>Acteur Témoin</u> (2)	Individu correspondant au « profil » de la population (39 ans, niveau d'étude, sexe masculin, travaillant dans l'informatique) n'ayant jamais été ni chercheur, ni innovateur, ni entrepreneur. Il exerce aujourd'hui la profession de consultant système d'information dans une grande multinationale internationale.	1 entretien – 4h 30

- (1) [La plupart ont gagné des prix de l'innovation en France ou dans le monde (Par exemple : lauréats du concours national d'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes d'OSEO-ANVAR en France, Top 100 des innovateurs mondiaux de moins de 35 ans décernée par la Technology Review aux Etats-Unis, Médaille d'argent des "Innovation Awards" du Wall Street Journal Europe ...)].
- (2) L'objectif de ce « recrutement » était de vérifier les similitudes ou divergences entre la population cible en introduisant un acteur extérieur à la population. Celui-ci nous a permis de préciser en quoi certains aspects étaient bien propres à la population cible.

2.3. Méthode d'analyse des entretiens biographiques

Les transformations identitaires décrites par les CEI traduisent l'exigence du sujet de se situer entre des engagements (personnels, sociaux, professionnels, familiaux...) dont la compatibilité n'est pas évidente. Ces transformations dépendent fortement des significations et des valeurs que l'acteur attribue à chacun de ces engagements. Elles dépendent également des représentations de soi qu'il cherche à faire prévaloir dans les milieux de sa socialisation et du processus de construction identitaire dans lequel il est engagé.

Ceci étant, l'utilisation de la notion d'identité impose quelques précisions. En effet, l'identité est un concept polysémique qui se situe au carrefour de plusieurs champs disciplinaires (psychologie, psychanalyse, anthropologie et sociologie) et qui peut se définir à partir de conceptions fondamentalement opposées selon que l'on considère l'acteur comme étant libre ou contraint. Dans le cadre de cette recherche, nous nous inscrivons dans la tradition de Goffman et de Strauss en tentant d'intégrer le « psycho-sociologique » à l'analyse de la « réalité sociale » des organisations. Plus précisément, ce sont les travaux des sociologues « interactionnistes », dont la perception de l'identité se situe dans la droite ligne de la conception objectiviste (mettant en avant le rôle d'autrui dans la construction de l'identité), que nous retenons dans le cadre de ce travail. Contrairement aux approches déterministes ou fonctionnalistes, l'approche interactionniste met en avant un acteur non contraint. Dans ce cadre conceptuel, le processus de construction identitaire résulte d'après C. Dubar (1991,1992) d'un processus historique qui articule deux types de transactions : une transaction « relationnelle » des acteurs en interaction dans un contexte d'action (les « identités pour autrui ») et une transaction « biographique » des acteurs engagés dans une

trajectoire sociale (« les identités « pour soi » à travers l'interprétation subjective de son histoire personnelle socialement construite).

Ces transactions peuvent être précisées de la façon suivante :

- transaction relationnelle (résultat de la négociation avec tous les partenaires de l'activité considérée) aboutissant à une « classification officielle » :
 - rapport au travail et à l'activité
 - relations entre pairs et rapports d'autorité
- transaction biographique : il s'agit d'une véritable « négociation avec soi-même » au sens de Strauss (1959) aboutissant à une revendication identitaire, à une mise en intrigue de son parcours passé, débouchant sur la formulation de perspectives d'avenir (ce que je me sens capable de faire compte tenu de la façon dont je lis mon passé).

Ces transactions passent par une double identification faisant appel à des mécanismes différents : être identifié par autrui n'est pas la même chose que se définir soi-même. Ainsi l'identité pour autrui résulte d'un processus relationnel essentiellement synchronique (ce que les autres disent de vous dans un contexte particulier). Elle dépend de la « position objective » de l'individu dans ce système d'action mais aussi de ses relations de travail et de leur appréciation par les autres ; et l'identité pour soi correspond à l'« histoire que chacun se raconte à lui-même sur ce qu'il est ». Elle résulte du processus biographique diachronique et dépend de la façon dont l'individu s'apprécie et se présente lui-même à un moment donné de son parcours (professionnel) et à ce qu'il prétend être (et pouvoir faire).

En définitive, ces transactions mettent à jour le processus « relativement stable » de la construction de soi et de la reconnaissance de soi par les autres (approche interactionniste) et permettent ainsi de saisir la cohérence dans le temps du parcours d'un individu qui tente de maîtriser le cours de son existence. C'est cette cohérence qui définit l'identité d'un individu ou plutôt, comme l'exprime C. Dubar, les « formes identitaires » qu'un individu déploie tout au long de son existence (Dubar, 1991, 1992 ; Dubar et Demazière, 1997 ; Dubar et Tripiër, 1998 ; Dubar, 2000). C'est-à-dire, comme l'exprime Ricoeur (1990) :

- de mettre de la cohérence entre les dimensions : ipsité à recherche d'une spécificité dans la définition de soi.
- et d'établir des continuités entre des épisodes : mêmeté à recherche d'une permanence de soi-même dans le temps.

Cette notion de « formes identitaires » est issue du Projet de Dubar de « Mieux définir les différentes formes que peuvent prendre les identités professionnelles saisies non pas à partir des catégories statistiques « officielles » mais des pratiques et discours « indigènes » ... « recueillies via les enquêtes de terrain en situation ». De façon à « constituer des types-idéaux dégagés inductivement de nombreuses enquêtes portant sur des groupes et des contextes d'activité très divers. » Ainsi ces « formes identitaires » correspondent-elle à « des types-idéaux reconstruits à partir de récits de parcours professionnels, permettant d'identifier des « identités typiques » ». L'adhésion à une forme identitaire résulte d'une forme de transaction passée dans un contexte précis et à un moment particulier du cycle de vie.

Pour construire ce schème de synthèse nous nous sommes appuyées sur une démarche itérative d'analyse structurale des récits de vie -« bricolées » au sens de Becker, 2002- à partir de l'approche biographique de C. Dubar qui postule que le « tissu narratif » recueilli permet de saisir les principes organisateurs sous-jacents de l'itinéraire biographique des CEI par l'intermédiaire de leur sens pour les acteurs. Cette démarche postule également que l'acteur est « porteur de structures » et que l'on peut donc proposer une analyse structurale des significations et valeurs qui constituent son identité professionnelle sous la forme d'un schème de synthèse. Pour la réalisation de celui-ci nous avons procédé à trois étapes d'analyses successives pour lesquelles il n'existe aucune procédure automatique (Dubar et Demazières, 1997). La première étape (étape descriptive) est constituée de trois phases : la

Phase 1 qui consiste à découper le discours en segments décrivant les temps de l'entretien au sein desquels sont identifiées les unités par niveaux de discours. La Phase 2 consiste à regrouper les unités puis à procéder à leur codage : en séquences types, en actants du récit et en classes d'arguments. La Phase 3 consiste à dessiner le schème provisoire de l'entretien. La Deuxième étape est une étape de production des catégories. Cela revient à mettre à jour des unités de sens en identifiant *via* des relations de disjonctions et de conjonctions les significations des séquences, des actants et des arguments. La Troisième étape correspond à la comparaison entre les différents cas (Trois CEI « cœur de cible »). Les catégories produites sont comparées pour faire émerger les logiques sous-jacentes aux acteurs ce qui permet de produire un schème de synthèse.

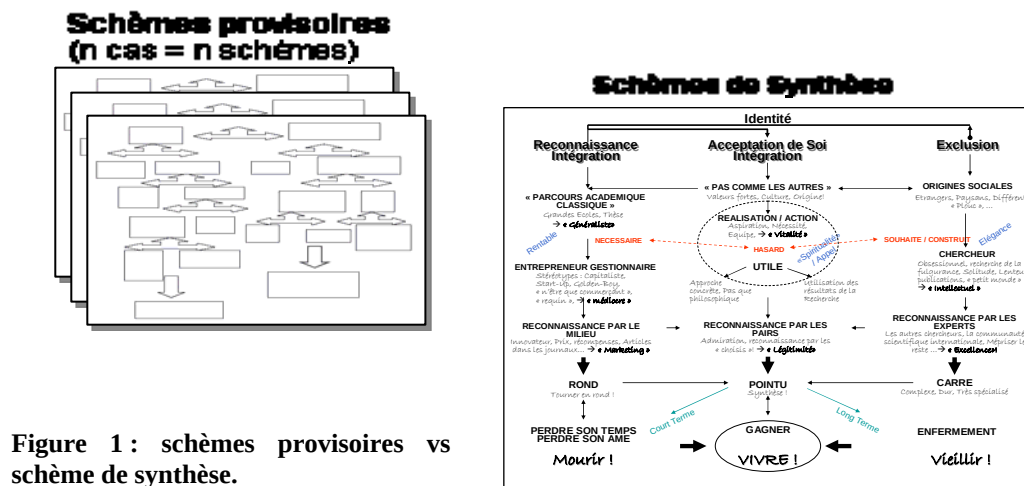


Figure 1 : schèmes provisoires vs schème de synthèse.

Les significations (sensemaking) et valeurs du CEI représentées de façon disjonctives sur ce schème de synthèse illustrent parfaitement le fait que l'acteur est tiraillé entre des « pôles de signification » contraires.

3. Premiers résultats : Etude biographique des CEI.

L'analyse de l'histoire de vie des CEI dans ses aspects socio-symboliques (famille, éducation, expériences vécues, etc.) permet de repérer l'influence des multiples répertoires de schèmes d'action incorporés et intériorisés par l'acteur au cours de ses expériences sociales. Cela permet également de définir des catégories de sens qui apportent une meilleure connaissance de l'innovateur.

3.1. Schème de synthèse : le CEI un individu à la recherche de lui-même.

La construction du schème de synthèse met ainsi en lumière un certain nombre d'items-noyaux qui éclairent les conditions du passage à l'acte d'innover dans le contexte particulier de valorisation d'un Institut de recherche.

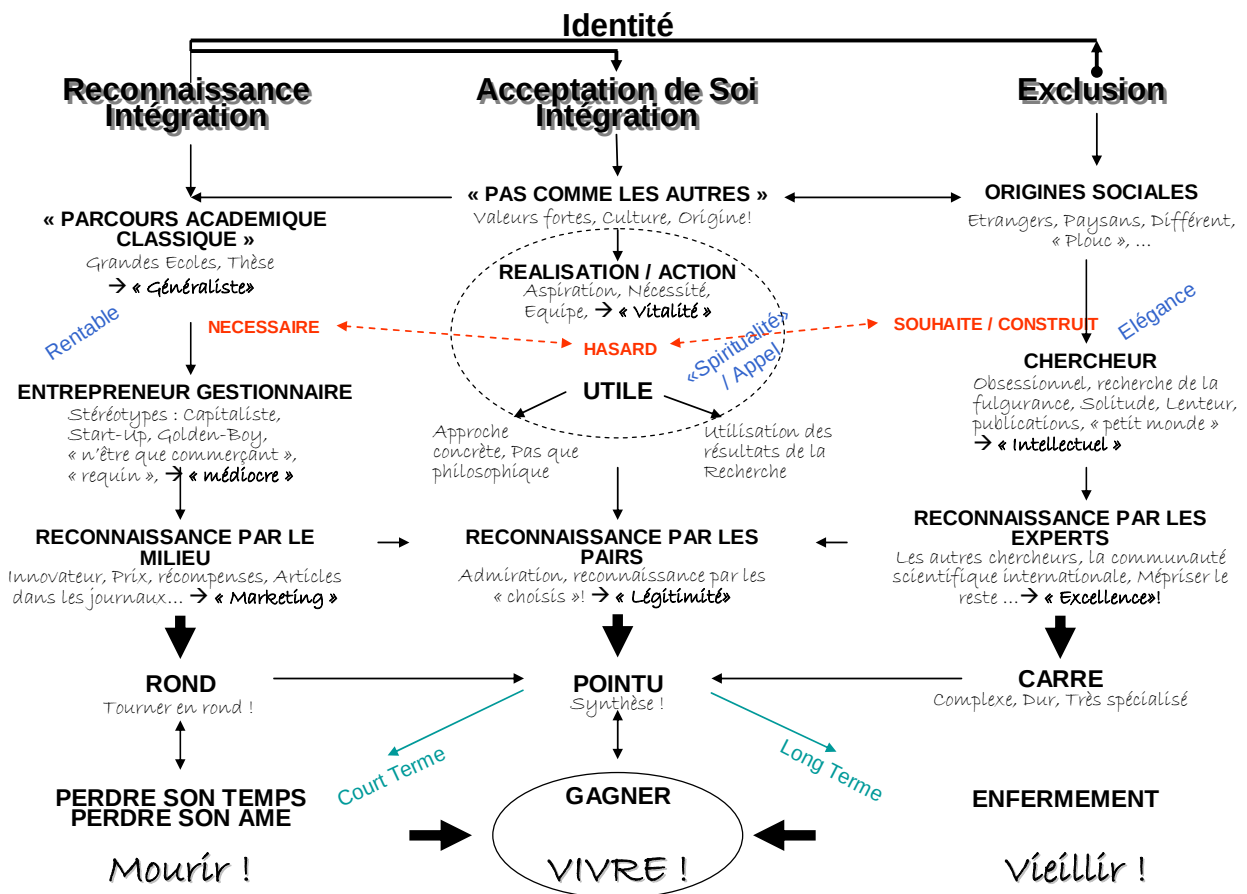


Figure 2 : Schème de Synthèse des CEI

Ainsi la production de ce schème de synthèse (première étape dans la réalisation d'une typologie inductive) a mis en avant un certain nombre d'éléments caractéristiques des CEI. Par exemple, elle a permis d'identifier systématiquement chez tous les CEI l'existence d'une « rupture » familiale et culturelle précoce qui conduit les CEI à se considérer comme n'étant pas comme les autres et qui les pousse à chercher à s'intégrer via un parcours académique qu'ils décrivent comme « classique » (en réalité il s'agit d'un parcours d'excellence !).

→ « ...j'ai eu toute l'enfance dans mon pays d'origine ...très choyée, une famille chaleureuse, ... qui m'a donné une certaine force pour la suite... J'avais cette force-là... / et puis après... En France j'étais un peu sans filet ... dans la nature ... tout seul avec ma sœur un peu plus âgée... mais ça s'est bien passé... »

→ « je venais d'un univers à des années lumière... j'étais très « plouc »... un peu caricatural... chez moi c'était la campagne... je ne savais pas trop comment me poser... / ... Mais je travaillais bien... »

→ « C'est vrai, il y a eu un avant/après... la vie en Asie c'est très différent...ce ne sont pas les mêmes repères... ».

→ « ... c'est moi qui ai rempli le dossier d'inscription pour faire la 6ème dans une école à Paris... j'étais en Afrique à ce moment là... ». « ... je suis venu habiter en France seul sans mes parents... il y avait des gens qui m'ont aidés... ». « ...un an après j'ai aussi rempli tout seul le dossier pour Henri IV... »

Le regroupement des items a également mis en avant l'importance pour le CEI d'inscrire sa démarche dans une dimension d'UTILITE qui motive la « diffusion » des résultats de leur travail de recherche vers la société.

→ «... être utile : c'est super important ... je ne sais pas à quel point c'est pas narcissique cette envie d'être utile... je me pose cette question aujourd'hui que ...Enfin, je me dis ça parce que... au final on peut être humble... et se dire voilà j'ai ma vie...je ne suis pas forcément utile ! Mais...par exemple, je suis cadre dans le multimédia... ..et cela suffit bien. Cette idée d'être utile je pense que c'est un élément... très sincèrement... pour vouloir laisser une trace ... de vouloir être altruiste aussi... sans doute... ! mais aussi ... malheureusement... un certain narcissisme... parce que être utile ça veut dire que je vais être connu comme tel ... Encore une fois... j'ai jamais, vous l'avez compris... j'ai jamais été... enfin couru derrière la reconnaissance de je sais pas quoi ... les récompenses, les médias ou que sais-je ... Mais juste... par contre être aimé par les proches... mes collaborateurs... ou d'autres qui comptent... »

→ « ça compte pour moi d'être apprécié ... alors dans la vie économique ça s'appelle ... être utile ... peut-être », « en tout cas avoir l'impression qu'on compte...»

→ « C'est important de me dire que mes petites équations développées dans un coin... vaguement... à l'Institut ... ici (dans l'entreprise) avec mon équipe ... allaient un jour devenir utiles...impacter... laisser une trace j'ai envie de dire... j'ai toujours eu par mon background peut être un peu intellectuel, cette ambition modestement personnelle... cette idée aussi que la vie est courte ... que le temps passe ... qu'on meurt. Je ne suis pas croyant donc je pense que juste... il n'y a rien après, c'est le néant et donc... Ce qui comptait pour moi finalement dans cette entreprise ... dans tous les sens du terme, ... Avec aussi le sens de s'engager dans L'ACTION.... Bref, dans cette entreprise ...c'est ... c'était la trace que je pouvais laisser... beaucoup plus que l'argent. »

Cette forte motivation s'inscrit, un peu « par hasard », dans un projet concret de mise en œuvre, parce que le CEI se trouve tout à coup –sans qu'il le veuille vraiment- au centre d'un ensemble relationnel qui le désigne comme légitime pour porter le projet. Il y a alors nécessité de créer une entreprise et de la diriger, même si cela ne correspond pas tout à fait à son « projet de vie ». Cette situation de « réussite » l'inscrit dans un univers de reconnaissance qui ne lui parle pas vraiment même s'il est gratifiant (Reconnaissance par le milieu) et surtout finit par le frustrer, voire l'insécuriser par son coté trop ROND (trop généraliste).

→ « On m'a nommé innovateur dans les classements mondiaux cette année là... C'était super bizarre... j'ai trouvé ça un peu... comme une imposture... j'ai pas du tout un ego autour de ça... en fait, je me suis dit que c'était peut-être parce que j'étais un ancien du MIT »

→ « ...cette impression d'avoir été expert dans quelque chose de pointu ... d'avoir eu une espèce de performance forte autour de quelque chose de pointu et d'avoir perdu un petit peu cette expertise au profit d'une connaissance plus générale ...un peu ...ronde.. Je me souviens ... C'est un peu comme à la sortie du bac... On connaît plein de trucs ... bon c'est un peu rond tout ça et après... on enchaîne ... expertise intelligence artificielle traitement du signal... etc... ça devient passionnant... ».

→ « Parce que en sortant de polytechnique on a l'impression de rien connaître... je me suis ennuyé là-bas... », « Maintenant de nouveau je suis un peu rond et parfois on se sent un peu bizarre sur cet aspect là des choses... »

→ « ...c'est du zapping il n'y a pas de profondeur... »

→ « ...on perd son temps... »

« Les gens me disent... on a l'impression que... te connaissant ... connaissant ton CV... on peut penser que ce n'est que des angles droits dans ton cas... et on se rend compte qu'il y a beaucoup de rondeurs aussi ... quand on te connaît un peu mieux... »

→ « Ce n'est pas moi... je me suis un peu perdu là- dedans »

→ « ... mais maintenant je sais que ... que cette rondeur là ... enfin que c'est utile à d'autres échelles ... »

Par ailleurs, le statut d'Entrepreneur ne correspond pas réellement à leurs aspirations même si cela leur permet de s'inscrire dans un mouvement de REALISATION et d'ACTION qui leur convient particulièrement.

→ « Je saurais remonter une entreprise... c'est sûr, je pourrais le faire dès maintenant... en investissant juste ce qu'il faut, ça marchera très bien... C'est une idée qui me tente parfois et en même temps ... non ! Vraiment.»

→ « Parfois me dire que oui c'est facile finalement... je peux continuer. Si je continue dans la société ...je continue avec « mon bébé » ... que j'ai crée, que je connais bien ... Mais ... »

→ « Bon là je suis à 200% ... mais si cela ne marche pas je vais peut être monter un restaurant ou enseigner ! ... » // « En fait cela n'a pas trop d'importance... je ne suis pas matérialiste... ce qui compte... c'est... ... Enfin c'est intéressant de travailler avec une équipe... de faire attention à ce qu'ils soient bien... qu'on fasse quelque chose de bien... c'est moi qui suis responsable de ça... alors... Manager ? , Chercheur ? Ingénieur ... ? ou c'est peut-être Entrepreneur ... ? Franchement ... ! »

→ « Est-ce que Je suis un entrepreneur ?... je ne sais pas trop si on peut dire ça... parce que ... c'est un jeu... enfin, je saurai le refaire ... je pense... je pourrais le refaire... et je trouverais même que c'est plutôt excitant de le refaire à l'occasion... ce serait probablement différent, c'est sûr ... mais j'ai tellement appris que oui... je sais le refaire ... Mais... Je ne suis pas sûr d'en avoir envie ! Je réfléchis... Non ! je ne crois pas que cela soit moi...».

De même, le statut de chercheur qu'ils ont quitté ne leur correspond pas tout à fait non plus même s'ils ont construit durant plusieurs années leur carrière dans ce sens. Par ailleurs, ils s'intéressent à plusieurs domaines : musique, art, littérature, philosophie ou même spiritualité... ; et ne souhaitent plus s'enfermer dans une seule chose. Ils n'hésitent pas à « creuser » ces nouveaux domaines avec assiduité et s'organisent même (pour deux d'entre eux) des « programmes de lecture » pour construire sérieusement leur progression. Certains vont jusqu'à investir en réalisant des acquisitions de tableaux ou d'objets d'art. De même, ils ont tous réellement cherché à comprendre ce qu'était le management, l'économie, le marketing, la finance ... domaines qu'ils ne connaissaient pas du tout avant de se lancer dans la création d'entreprise.

→ « et puis j'ai appris ... des trucs nouveaux... je connaissais rien ... C'était un mystère la bourse et tout ça... je comprenais rien... Un casse-tête ... et au final apprendre cette vie économique dans laquelle on vit ça m'a beaucoup intéressé... »

→ « ... plutôt que de dire je ne comprends pas... je vis en marge et je méprise... c'est justement cette attitude un peu post-adolescente que je trouve aujourd'hui méprisante : je ne comprends pas je méprise... je m'isole, je vis en ermite... dans mon monde scientifique parfait ! ... Non... Je veux comprendre... Moi je vis dans ce monde-là... au XXI^e siècle... donc j'étais content de le faire ... quitte à... quitte ... à éprouver mes repères... ».

L'isolement, le caractère obsessionnel de la recherche n'est pas en adéquation avec leurs aspirations plus « spirituelles », qui les conduisent à une plus grande ouverture. Le management, qu'ils découvrent souvent avec la création d'entreprise, est justement une activité qui leur permet d'exprimer une « dimension plus humaniste » en accord avec leurs aspirations.

→ « ...je ne pouvais pas supporter d'être comme certains ...// d'être dédaigneux et de traiter les gens comme des objets... ça ce n'était pas mon éthique donc j'ai fait de la pédagogie ... j'ai expliqué... »

→ « J'ai découvert que je suis plutôt un bon manager et que peut-être ... enfin, que je ferai toujours ... quelque part du management ... »

→ « ... je suis persuadé que certaines de mes qualités dont je ne me rendais pas vraiment compte en tant que chercheur... j'ai pu les mettre en valeur ... en tout cas les exploiter ... dans le cadre de l'entreprise. Je m'en suis rendu compte plus tard. J'ai jamais su que j'étais un bon négociateur ... en fait il se trouve que je suis un très bon négociateur. J'ai jamais su que j'étais un bon manager... je suis plutôt pas mal ... du style main de fer dans un gant de velours ... en fait en voyant vivre les gens je me suis rendu compte à quel point moi j'avais une capacité... finalement... à être apprécié tout en faisant passer le message... ce qui était souvent très compliqué pour les autres. »

De même l'importance de faire quelque chose de POINTU qui apporte une synthèse utile est une motivation particulièrement importante pour eux. Par ailleurs, même si rétrospectivement ils peuvent qualifier leur démarche de « folie » au regard des difficultés rencontrées, ils insistent sur le fait qu'ils ne sont pas particulièrement intéressés ou attirés par le risque. On constate du reste à la « lecture » des phases de leur parcours -antérieures à la création d'entreprise innovante- qu'il n'y a effectivement pas spécialement d'attraction pour le risque chez eux : pas de pratiques sportives ou attitudes risquées, pas de valorisation particulière de la prise de risque dans leur propos, pas de ruptures brutales de parcours jusque là. En revanche, il existe incontestablement chez chacun d'entre eux, une forte volonté de repousser les limites, ce qui a pour effet de les conduire vers des situations potentiellement plus risquées. On peut supposer en écoutant les innovateurs, qu'il n'y a pas, de leur part, de jeu volontaire avec le risque, mais qu'ils ont la faculté d'agir dans des situations que l'on peut qualifier –suivant en cela Michel Berry- d'extrêmes. Cette faible, voire inexistante, acceptation de la limite est plus « interprétable » en termes de capacité ou de sens de l'effort plutôt qu'en terme de goût pour le risque. On rejoint en cela l'analogie faite par Schumpeter avec le sportif et son goût pour la performance qui peut conduire à un certain dépassement de soi.

3.2. Principales Unités de sens : « Vivre ou laisser mourir »

Par ailleurs, nous avons systématiquement relevé dans les propos de ces innovateurs une forte récurrence de la thématique vie/mort. Ce thème s'exprimant systématiquement sous une même forme quel que soit l'interlocuteur. On peut résumer cela à une sorte de nécessité symbolique de repousser la mort : il faut que leur « idée » continue de vivre. Ils ne peuvent pas envisager de la laisser mourir et c'est pourquoi la démarche d'innovation (le passage vers le marché) est une nécessité. Ils n'ont pas le choix. L'essentiel de leur système est axé sur la nécessité de « faire vivre » le projet... ainsi que sur la nécessité de s'inscrire en permanence dans l'action. Cette polarisation extrême sur la VIE, sur « l'action qui éloigne la mort » est ressortie très fortement au travers de l'ensemble des entretiens réalisés avec les CEI.

→ « ...J'aurais cru qu'il aurait dit quelque chose de musclé ou ... ce qu'il veut ... mais qu'il ne me dise pas lâche tout ... il n'y a pas de solution... il faut mourir ! ... je trouvais ça lamentable ! Ca a été un déclic... »

→ « ... la vie est ponctuée par des petites ou des grandes morts... »

→ « Si j'avais lâché... on serait mort plein de fois... ce n'était pas possible ! »

→ « Ca m'intéresse d'accoucher le projet... mais après si c'est OK, ... qu'il est vivant ... alors... on n'a plus besoin de moi.... // ... je ne me vois pas continuer longtemps.... ».

De façon générale on peut dire que le CEI s'appuie sur un système de sensemaking pour confirmer l'impulsion vers la création d'entreprise innovante. Ce système met en avant deux pôles de signification majeurs :

- la dissonance permanente du CEI qui cherche à tout prix à ne pas « laisser mourir » une « idée »

- l'engagement fort dans l'action (« vitalité ») qui s'explique par le fait de devoir « justifier » son appartenance « au monde » et défendre ses valeurs (et également par le fait que, les vécus antérieurs de réussite encouragent -un peu comme une boucle de rétroaction- ce passage à l'action). Nous avons pu constater lors de cette première partie d'enquête que la phase de création d'entreprise par le CEI se révèle être particulièrement propice à l'analyse des processus psychosociaux de construction et de transformation de l'identité. En effet, durant cette période de transition, l'acteur est en quelque sorte « mis en demeure » de redéfinir ses liens d'appartenance et de revisiter son parcours existentiel en fonction de projets qui, à la fois, le prolongent et le contredisent. Il est ainsi contraint de trouver un positionnement face aux divergences de ses engagements de vie (actuels, passés ou en projet) et doit absolument donner un sens à son action pour échapper aux tensions contradictoires.

	ACTUEL / TRANSITION		PASSE
Statut	« Innovateur »	Entrepreneur	Chercheur
Mode	Synthèse Pointue	Rond	Carré
Unité de sens	VIE	MORT	
	Utile	« perdre son temps »	« système fermé »



Figure 3 : Synthèse : Principales unités de sens et disjonctions du discours des CEI :

4. Conclusion

Cette première étude exploratoire nous a permis de tester et de préciser notre démarche de recherche (méthodologie, méthode, outils de recueil et de codage). Elle a également permis de réaliser un point d'étape formalisé qui a contribué à confirmer le design de recherche avant de lancer la phase suivante qui complètera ce premier volet de la recherche en intégrant de nouveaux cas en vue de définir une typologie inductive des constituants du passage à l'acte de la création d'entreprise innovante ; et qui se poursuivra au travers d'une analyse de l'écosystème Institut au sein duquel se produit le passage à l'acte.

Ainsi, les premiers résultats obtenus concernant l'individu innovateur constituent une étape de la compréhension du passage à l'acte d'innover, qui demande cependant à être approfondie et complétée par une étude en profondeur de l'écosystème au sein duquel se produit ce passage à l'acte. Il s'agit en réalité d'articuler deux types de transactions : une transaction « relationnelle » mettant en jeu des acteurs en interaction dans un contexte d'action (les « identités pour autrui ») et une transaction « biographique » de l'acteur-innovateur engagé dans une trajectoire sociale (« les identités « pour soi » que l'acteur « produit » à travers l'interprétation subjective de son histoire personnelle socialement construite). Ainsi convient-il, pour répondre à la question « comment devient-on entrepreneur-innovateur ? », de préciser comment le « savoir créer » de l'acteur se transforme -au travers des conditions favorables de l'écosystème dans lequel il évolue- en un « savoir innover » organisationnel ; ce qui permettra de disposer d'une visibilité plus précise des conditions favorisant la création d'entreprise et l'innovation.

1- Basso O. (2004), L'intrapreneuriat, Paris, Economica

2- Schumpeter J.A (1961), Capitalisme, Socialisme et Démocratie, Paris, Payot, 1961, trad. Gaël Fain.

3- Chevalier F. « Créativité et innovation : des compromis instables », LES ECHOS-l'art du management n°9 16/11/2004 p 8

4- On peut citer néanmoins les travaux de: Bruyat (1994), Fayolle (1994) ou de Fonrouge (2002)

5- Une partie importante de la littérature en entrepreneuriat – d'origine essentiellement anglo-saxonne – portant sur « la figure » de l'entrepreneur (Bygrave et Minniti (2000), Mc Clelland, (1961), Mc Clelland, Winter (1969), Hisrich, O'Brien (1981)) a contribué à réduire celui-ci à un ensemble de traits emblématiques (Gartner, 1988).

Bibliographie

- ALTER N., Dir., (2002), Les logiques de l'innovation (direction), Paris, La Découverte
- ALTER N., (2000), L'innovation ordinaire, Paris, Presses Universitaires de France,
- ALTER N., (1996), Sociologie de l'entreprise et de l'innovation, Paris, PUF
- AMABILE T., (1988), « A model of creativity in organizations », Research in Organizational Behavior, vol 10, JAI Press Inc.,
- BECKER H. S., "Biographie et mosaïques scientifiques", Actes de Recherches en Sciences Sociales, N° 62-63, juin, 1986, p. 105-
- BECKER H. S., (1963), Outsiders, Etudes de sociologie de la déviance, Ed. Métailié
- BECKER H. S., (1982), Les mondes de l'art, Champs - Flammarion
- BECKER H. S., (2002), Les ficelles du métier, Repères, La Découverte
- BERGER P., LUCKMANN T., (1986), La construction sociale de la réalité, Méridiens Klincksieck,
- BERTAUX D., (1997) Les récits de vie, Editions Nathan.
- BERTAUX D., (2005) L'enquête et ses méthodes - Le récit de vie, Armand Colin. 2^d édition.
- BLANC A. & PESSIN A. Dir., (2004), L'art du terrain, Mélanges offerts à Howard S. Becker, Ed. L'Harmattan
- BOUCHEZ J.P., (2006), Manager les travailleurs du savoir, Penser le management du futur, Ed. Liaisons
- BROUSTAIL J., FRERY F., (1993), Le Management stratégique de l'innovation, Dalloz
- BURGELMAN, R.A. et SAYLES, L. (1987), Les intrapreneurs : stratégie, structure et gestion de l'innovation dans l'entreprise, Mac Graw-Hill
- CALLON M., (1994), L'innovation technologique et ses mythes, Gérer et Comprendre, n° 34, mars, p. 5-17.
- CALLON M., LATOUR B., (1990), La science telle qu'elle se fait, La Découverte
- CARRIER C., (2001), De la créativité à l'intrapreneuriat, Presses de l'Université du Québec
- CHANLAT, (1990), L'individu dans l'organisation : les dimensions oubliées, ESKA
- CHEVALIER F., (2004). « Créativité et innovation : des compromis instables », LES ECHOS - Quotidien / l'art du management, n°9, 16/11/2004 - p. 8
- CHEVALIER F., (1996), "Recherches qualitatives et longitudinales : les relations entre sociologie et histoire", *Cahier de Recherche, HEC Montréal*, novembre 1996.
- CHOFFRAY (2000), « Innovation et entrepreneuriat : de l'idée au spin-off » dans De l'idée au marché, Vuibert
- CITEAU J-P. & ENGELHARDT-BITRIAN B., (1999), Introduction à la psychosociologie, A. Colin
- CLAPIER-VALLADON S., POIRIER J., RAYBAUT P., (1993.), Les récits de vie : théorie et pratique, P.U.F.
- COHEN S. Dir., (1999), L'art d'interviewer les dirigeants, PUF
- CORBIN J., STRAUSS A., Basics of qualitative research: grounded theory, procedures and technic, Newbury Park, Sage, 1990.
- CROZIER, M. (1963). Le Phénomène Bureaucratique (2^{ième} ed.: 1971), Paris, Le Seuil.
- CROZIER, M. & Friedberg, H. (1977). L'acteur et le système, Paris, Le Seuil.
- DENZIN (1978), The research act : a theoretical introduction to sociological methods, Mac Graw Hill
- DEMAZIERES D., DUBAR C., (1997), Analyser les entretiens biographiques : l'exemple des récits d'insertion, Nathan,
- DUBAR C., (1991) La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles, Colin.
- DUBAR C., (2005), « Quand les données empiriques incitent à l'élaboration théorique : une expérience singulière de la recherche » In L'analyse du social Sous la Dir. MERCURE D., Ed. Les Presses de l'Université de Laval
- DUBAR C., (1992), "Formes identitaires et socialisation professionnelle", Revue Française de Sociologie, 33, 4.
- DUBAR C., "La socialisation : paradigmes, méthodes et implications théoriques", dans FRANCO B., MAROY C. (eds), (1996), Formation et socialisation au travail, De Boeck Université.
- DUBAR C., TRIPIER P., (1998), La sociologie des professions, Armand Colin.
- DUPIN Y., « la création d'entreprises technologiques : organiser un environnement favorable », in La création d'entreprises technologiques, op.cit.

DRUCKER, P.F. (1985). Les entrepreneurs. Paris : Hachette/Editions J.-C. Lattes

EISENHARDT, K. M. (1988). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, Vol. vol 14(n°4).

FAYOLLE A. (dir.) (2007), L'art d'entreprendre, Village Mondial

FILLOUX J-C. Coord., (2005), Analyse d'un récit de vie, L'histoire d'Annabelle, PUF

GARTNER WB., (1988), "Who is an entrepreneur? Is the wrong question, in *American Journal of Small Business*.

GETZ I. Coord., (2002). Créativité organisationnelle – Regards sur l'individu, l'entreprise et l'économie, Vuibert

GAULEJAC V. de, (1984), "Approche socio-psychologique des histoires de vie", *Education Permanente*, N° 72-73.

GOFFMAN E., (1959), La mise en scène de la vie quotidienne, La présentation de soi, vol.1, Paris, Minuit, 1973

GOFFMAN E., (1988), Les moments et leurs hommes, Textes recueillis et présentés par Yves Winkin, Seuil/Minuit

HATCHUEL A., LE MASSON P., WEIL B., (2006), Les processus d'innovation- Conception innovante et croissance des entreprises", HERMES

HATCHUEL A., LE MASSON P., WEIL B., (2006), Repenser la R&D : les défis de l'innovation intensive, Les Echos,

HERNANDEZ E-M, MARCO L., (2006), Entrepreneur et décision, Eska

KAUFMANN J.-C., (1996), L'entretien compréhensif, Armand Colin

LAPPARENT de D. « La création d'entreprise de haute technologie », in *La création d'entreprises technologique* (Caisse des dépôts et consignations, 1999).

LAWRENCE & LORSCH. (1967). *Organization and environment*, Boston, Harvard Business School Press.

LESSOURNE J., BRAVO A. & RANDET D. Dir., (2004), Avenirs de la recherche et de l'innovation en France, La Documentation Française

MERTON R.K., (1957), *Eléments de théorie et de méthode sociologique*, Armand Colin.

MUCCHIELLI A. dir. (2004), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*, Armand Colin, 2^e éd.

MUSTAR P. & PENAN H., (2003), *Encyclopédie de l'innovation*, Economica

MUSTAR P., (2004), « Quand la recherche produit des jeunes pousses... », *L'Expansion Management Review*, (décembre 2004),

MUSTAR P., (2003), « Création d'entreprises à partir de la recherche », in MUSTAR P., PENAN H. (ed.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p.519-538.

PAILOT P., "La socialisation entrepreneuriale du chercheur-créditeur" dans VERSTRAETE T. (dir.), "La création d'entreprise par le chercheur de la fonction publique : exploration des dimensions appliquées par la loi sur l'innovation N° 99-587 du 12 juillet 1999", Rapport pour le CNRS, janvier 2003.

PONCET C., (2006), De l'académie vers le marché, *revue Française de Gestion*, Feb. 2006

SAPORTA B., (2003), « Préférences théoriques , choix méthodologiques et recherche française en entrepreneuriat : un bilan provisoire des travaux entrepris depuis dix ans », in *Revue de l'entrepreneuriat*, 2 (1), V-XVIII.

SAINSAULIEU R., (1977), *L'identité au travail*, P.F.N.S.P, 1993

SAINSAULIEU, R. (1992). *L'entreprise, une affaire de société*, Paris, Les presses de Sciences Po.

SAINSAULIEU, R. (1997). *Sociologie de l'entreprise*, Paris, Les Presses de Science Po.

SCHUMPETER J. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz.

STRAUSS A. & CORBIN J., (2003), « L'analyse de données selon la grounded theory. Procédures de codage et critères d'évaluation » In *L'enquête de terrain - Textes réunis, présentés et commentés par Daniel Céfaï*, Chap. 11, p363-378 Dir. MERCURE D., Ed. Les Presses de l'Université de Laval

VERSTRAETE T., (1999), *Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan

VERSTRAETE T., (2000), *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'entrepreneuriat*, EMS.

WEICK K.E., (1979), *The social psychology of organizing*, Mc Graw Hill Inc, New York

WEICK K.E., (1995), *Sensemaking in Organizations*, Sage Publications, Californie