



La construction sociale des activités économiques : entrepreneurs, qualifications et normalisation dans le secteur des énergies renouvelables

Hubert AMARILLO, Annie LAMANTHE

Laboratoire d'Economie et de Sociologie du Travail (LEST/UMR 6123)

La construction sociale des activités économiques : entrepreneurs, qualifications et normalisation dans le secteur des énergies renouvelables

Hubert AMARILLO, Annie LAMANTHE, Laboratoire d'Economie et de Sociologie du Travail (LEST/UMR 6123) 35, avenue Jules Ferry, 13626 Aix-en-Provence Cedex

Résumé

En invitant à appréhender l'activité économique et les marchés à partir des multiples encastresments sociaux dans lesquels ils s'insèrent, les développements récents de la sociologie économique ont contribué à renouveler le regard porté sur ces objets. Dans ce cadre de pensée, l'émergence de nouvelles activités et de marchés potentiels peut être considérée comme le fruit d'une construction sociale mettant en relation des acteurs différenciés. C'est dans ce processus d'ensemble que nous proposons de situer l'entrepreneuriat, considéré ici comme le résultat de décisions, d'actions et de relations se déployant au sein d'un champ économique en construction. La communication s'appuie sur le cas des énergies renouvelables (installation d'équipements solaire), activité en plein essor. Une recherche réalisée à un niveau territorial montre que trois types d'entrepreneurs se positionnent pour saisir le vaste marché qu'elles sont susceptibles d'ouvrir. La définition des règles et normes professionnelles à travers le travail de labellisation et d'agrément, d'une part, la définition des compétences et qualifications à travers la construction des formations, de l'autre, sont l'objet de tout un jeu d'oppositions et d'alliances entre les acteurs sociaux parties prenantes. C'est ce double jeu qui contribue à donner ses formes et ses règles à cette nouvelle activité et à son marché, ouvrant des opportunités pour certains types d'organisation et fermant la porte à d'autres.

Mots clés : l'entrepreneur, sociologie économique de l'entrepreneuriat, activités nouvelles, énergies renouvelables, qualifications.

1. Introduction

La communication s'intéresse aux figures de l'entrepreneuriat qui émergent en relation avec les perspectives de développement économique ouvertes par les problématiques environnementales. Les différentes approches développées au sein de la sociologie économique ces dernières années peuvent être utilement mobilisées pour appréhender les dynamiques entrepreneuriales en cours dans ce contexte où de nouveaux marchés se constituent.

En premier lieu, la sociologie économique nous invite à sortir d'une conception schumpétérienne qui voit dans l'entrepreneur un individu isolé et atomisé, « héros singulier » se caractérisant par ses capacités à l'innovation, à la prise de risque, à la maîtrise de l'incertitude et en état de se saisir d'opportunités nouvelles pour faire du profit. Elle le réinscrit dans un ensemble d'appartenances et de relations sociales : l'entrepreneur, et l'activité économique qu'il réalise, peuvent alors être saisis dans les multiples encastresments

sociaux dans lesquels ils se déploient (Zalio, 2009). L'encastrement de l'entrepreneur dans des réseaux relationnels et la position qu'il y occupe, par exemple, apparaissent comme autant de supports à sa performance économique même (Granovetter, 2003). Par ailleurs, l'entrepreneur doit lui-même être considéré comme le fruit d'une construction, d'un travail social, qui tiennent au fait que certaines conditions, à la fois sociales, culturelles, organisationnelles et juridiques, doivent être réunies pour rendre possible son engagement dans l'activité économique. C'est pour cela qu'il faut prendre acte de l'hétérogénéité de cette catégorie et de la différenciation sociale qui la traverse, perceptible entre autres à travers la diversité des carrières et des trajectoires (Zalio, 2007).

En second lieu, la sociologie économique invite à penser l'activité économique et le marché lui-même comme des constructions sociales. Il ne s'agit donc plus de considérer l'entrepreneur comme un agent rationnel agissant sur un marché pur et parfait. L'émergence d'activités et de marchés nouveaux sont des révélateurs privilégiés des processus sociaux qui se jouent. Neil Fligstein (1996, 2005) insiste particulièrement sur le rôle des Etats et des gouvernements dans l'émergence et la structuration de nouveaux débouchés économiques. A travers la loi et les règles, les politiques fiscales..., ils orientent les conditions de l'activité entrepreneuriale (définition des conditions de la concurrence et des conduites stratégiques compétitives). Par là, ils donnent aux nouveaux marchés les structures qui sont en mesure de leur fournir la stabilité et la régularité nécessaires pour que les entreprises puissent s'y engager. Les entrepreneurs eux-mêmes essaient de participer à ce processus et d'en influencer les issues dans leur sens. Pierre Bourdieu (2000) y voit l'occasion d'une lutte au cours de laquelle les entreprises concernées cherchent à occuper des positions qui leur soient favorables dans les champs économiques ou sectoriels en formation. En occupant les positions dominantes, certaines sont en capacité de définir les régularités et les règles du jeu dans le sens le plus favorable à leurs intérêts.

L'installation d'équipements en énergie solaire observée à l'occasion de deux recherches récentes correspond bien à ce cas de figure d'un marché en construction que l'on peut appréhender au croisement des carrières et profils des entrepreneurs qui s'y positionnent et des luttes et alliances qui se nouent pour le structurer. Ces recherches montrent que, au niveau territorial étudié (voir encadré ci-dessous pour la présentation de ces recherches), trois types d'entrepreneurs se positionnent pour saisir le vaste marché qui s'ouvre potentiellement avec la problématique des énergies renouvelables. La définition des règles et normes professionnelles à travers le travail de labellisation et d'agrément, d'une part, la définition des compétences et qualifications à travers la construction des formations, de l'autre, sont l'objet de tout un jeu d'oppositions et d'alliances entre les acteurs sociaux parties prenantes.

Cette communication est issue de deux recherches différentes, réalisées dans la même région : la première (2009) cherchait à analyser le rôle des qualifications dans les dynamiques économiques de plusieurs territoires de cette région. Les observations sur les énergies renouvelables ont été faites au niveau d'une Communauté d'agglomération, particulièrement active dans ce domaine. La seconde (2009) étudiait la question des rapports entre qualifications et nouvelles techniques énergétiques, thermiques et environnementales dans le bâtiment, à l'échelle d'un département. Elle s'est intéressée au gros œuvre comme au second œuvre, au sein duquel l'accent a été mis sur la situation dans l'installation solaire.

La méthodologie suivie a été la même dans les deux cas : entretiens semi-directifs auprès des entrepreneurs et des salariés, des organisations professionnelles (FRB, CAPEB), des acteurs locaux de la formation et de l'emploi (GRETA), des représentants des collectivités locales; documentation.

25 entretiens ont été menés avec des dirigeants d'entreprises, dans des établissements en majorité artisanaux (moins de 10 salariés). Des questions ont été posées sur l'ancienneté dans l'activité, le parcours de formation et professionnel, les choix économiques et techniques, les critères de recrutement et les relations interentreprises. Elles ont permis de dégager les trois principaux types d'entrepreneurs composant le secteur de l'installation solaire.

2. Trois types d'entrepreneurs concurrents pour l'accès à un marché en train de se constituer

Les préoccupations environnementales et leur prise en compte dans le secteur de la construction font espérer dans les années qui viennent le développement de tout un marché dans lequel des entreprises tentent de trouver une place¹. Des dispositions législatives et réglementaires ont ouvert de nouvelles opportunités économiques à travers un double processus : un ensemble d'obligations réglementaires et un système d'incitations financières, qui sont associés. Ce processus trouve son origine en partie avec le lancement par le gouvernement français à la fin de l'année 2007 du « Grenelle de l'environnement ». Initié à partir de rencontres multipartites, ce dispositif a pour ambition de prendre d'importantes décisions en matière d'environnement et de développement durable. En août 2009, il débouche sur une loi, dite « Grenelle 1 »². Dans le secteur de la construction, ses grands objectifs concernent notamment l'accélération de la rénovation thermique des bâtiments et le développement des énergies renouvelables. Dans ce sens, sont redéfinies les normes en matière de dépenses énergétiques des bâtiments. L'éco-prêt à taux zéro est une des principales mesures financières incitatives en direction des particuliers. Il permet d'emprunter sans intérêts pour réaliser des travaux d'isolation, puis rembourser son prêt grâce aux économies réalisées sur sa facture de chauffage. Par ailleurs, le législateur réclame des professionnels de la construction une vision globale des bâtiments et, pour obtenir l'éco-prêt, les particuliers doivent réaliser un « bouquet de travaux », c'est-à-dire deux types d'amélioration (par exemple : isoler les murs + poser un chauffe-eau solaire). De plus, il est cumulable avec un dispositif antérieur, le crédit d'impôt développement durable, qui permet de déduire de l'impôt à payer entre 25 et 50 % du coût de certains équipements. Selon le gouvernement, le cumul des deux dispositifs permettrait de subventionner les travaux des particuliers à hauteur de 50 %. Il existe une aide de l'Etat, qui peut être abondée par certaines collectivités locales. C'est le cas par exemple du Conseil régional et de la Communauté d'agglomération sur laquelle nous avons réalisé notre recherche. Ces aides au total permettent de couvrir entre 40 et 50% du coût de l'installation. Pour pouvoir bénéficier de cette aide, les particuliers doivent cependant s'adresser à des entreprises qui possèdent un agrément spécifique. Enfin, l'installation de panneaux photovoltaïques en toiture en vue de la revente à EDF est une incitation supplémentaire qui leur est faite, fortement encouragée par les pouvoirs publics elle vise à accroître la part des énergies renouvelables dans la consommation globale.

Sur les terrains que nous avons étudiés, plusieurs types d'entreprises se positionnent sur ce marché potentiel. Dans une activité qui est en train d'émerger et de se structurer, les visions et les pratiques de l'activité sont diversifiées et en concurrence. Trois types ont été repérés : les « solaristes », les « traditionnels » et les « poseurs » sous-traitants. On retrouve ici une typologie proche de celle identifiée dans le secteur du bâtiment par Pillemont et *al.* (1987, cité par Comet, 2007) qui distinguait : les entrepreneurs traditionnels positionnés sur des

¹ Dans son rapport de début 2010, le Conseil d'orientation pour l'emploi prévoit que la « croissance verte » permettra la création ou le maintien de 600 000 emplois, dont la moitié dans le secteur du bâtiment.

² Loi n°2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement

domaines classiques, les précaires travaillant essentiellement en sous-traitance, les modernistes et les émergents positionnés sur des créneaux innovants. Nous observons que, à chaque type, correspond un profil d'entrepreneur : trajectoire et formation, conception de l'activité associée à des visions différenciées des qualifications pertinentes.

2.1. Les « solaristes »

Les « solaristes » regroupent des entreprises nouvelles créées sur le créneau des énergies renouvelables. Ici, pour les entrepreneurs, il s'agit de faire du solaire une activité spécifique et à part entière. L'installation solaire est souvent la seule activité exercée par l'entreprise (pas de pompes à chaleur ou de climatiseurs), même s'il lui arrive de proposer des équipements pour d'autres énergies considérées comme plus écologiques, chauffage au bois ou géothermie, par exemple. En outre, les solaristes proposent une solution énergétique et environnementale d'ensemble pour leurs clients (« approche globale ») comme des travaux de rénovation thermique à faire avant de procéder à la pose d'une installation solaire. Enfin, les solaristes ne se limitent pas à installer des équipements, ils cherchent généralement à travailler à la fois sur la phase de conception et sur la réalisation du projet.

Nous avons affaire là à de nouveaux profils d'entrepreneurs, venant d'autres secteurs, de formation supérieure et ayant souvent occupé des postes de haut niveau dans de grandes entreprises de l'industrie et des services (ingénieur télécommunication, ingénieur systèmes de production, etc.). Ils s'inscrivent dans des trajectoires de reconversion ou de rupture professionnelle. Ici se combine un projet professionnel avec une posture militante (écologie, choix du solaire) ; l'orientation de l'activité est à la fois nourrie par cette posture militante et par la trajectoire des chefs d'entreprises. Dans leur stratégie commerciale, ils mettent en avant leur profil d'ingénieurs, de techniciens et leur positionnement en tant que professionnels du solaire : capacité à adapter les équipements aux besoins des clients ; capacité à offrir un service global allant du projet jusqu'à l'installation, capacité à évoluer avec les technologies. Mais ces chefs d'entreprise sont aussi de nouveaux arrivés dans le secteur. Ils doivent acquérir les compétences techniques spécialisées qu'ils ne possèdent pas, d'une part sur le solaire lui-même et, d'autre part, sur différents aspects techniques connexes, comme la plomberie, le chauffage, la couverture, l'étanchéité... Ils acquièrent ces connaissances par différentes voies : stages chez des fabricants, des bureaux d'études spécialisés, des centres de formation, recours à des réseaux familiaux et amicaux, collaborations avec d'autres entreprises, embauche de stagiaires et de salariés qui possèdent ces qualifications.

Un chef d'entreprise en énergies renouvelables

Après des études supérieures dans le domaine des télécommunications, il travaille pendant onze ans dans une société de micro-électronique dans laquelle il connaît une évolution de carrière très rapide. Ne se « retrouvant plus » dans le mode d'évolution de l'entreprise (logique financière suite à son intégration dans un groupe nord-américain), il décide de profiter d'un plan social pour se reconvertir. Il suit alors une formation supérieure en administration de l'entreprise puis décide de créer sa propre structure en janvier 2006. Il bénéficie du soutien de la plate-forme d'initiative locale, de prêts, d'un accompagnement particulier. Il acquiert les compétences techniques spécialisées qu'il ne possède pas, selon des modalités différenciées : stage chez un fabricant, recours à la famille (un cousin plombier), stage Afpa pour l'obtention de l'agrément... L'entreprise est installée dans les locaux de la pépinière d'entreprise de la Communauté d'agglomération.

« On voit arriver de nouveaux profils dans la profession, avec les énergies renouvelables. Des personnes qui viennent à cette activité pour des convictions écologistes, souhaitant se mettre à leur compte, avec la volonté d'être autonomes, tout en étant en accord avec ses idées et en ayant l'impression de faire quelque chose, d'apporter une petite contribution, ce qui fait que l'activité n'est pas purement commerciale ».

Dans ces entreprises, le niveau de formation des salariés est globalement plus élevé que la moyenne observée dans le second œuvre : beaucoup détiennent un niveau supérieur ou égal au baccalauréat. Pour comparaison, rappelons que selon l'INSEE³, 55,6 % des ouvriers qualifiés actifs du second œuvre du bâtiment possèdent un diplôme de niveau V (CAP, BEP), et seulement 12,1% un titre de niveau supérieur à celui-ci. Les salariés sont eux aussi porteurs de valeurs écologiques, ce qui induit certains rapports au travail et à l'emploi. Ils font preuve d'une importante mobilité professionnelle, motivés par la recherche de l'emploi qui finira par satisfaire leurs exigences (écologie, indépendance, réflexion). Ils valorisent un travail où ils passent du temps à apprendre, ils refusent parfois d'entrer dans une logique carriériste. Enfin, leur rapport à la formation est particulièrement intéressant à observer. Ils expriment une volonté d'apprendre par eux-mêmes, que nous pouvons analyser comme une manifestation actuelle d'un phénomène connu depuis longtemps, celui de l'autonomie ouvrière. Cette motivation militante peut expliquer le fait que les solaristes déclarent ne pas connaître les difficultés de recrutement auxquelles font face la plupart des entreprises du bâtiment.

2.2. Les « traditionnels »

Nous appelons « traditionnels » les dirigeants d'entreprises dont l'activité principale est située dans un corps de métier du bâtiment et qui tentent de développer une activité supplémentaire dans les énergies renouvelables. On trouve ici différents cas de figure. Se positionnent sur ce marché nouveau les entreprises du bâtiment, qu'elles soient artisanales ou de grande taille, implantées de longue date ou de création récente. Il s'agit d'intégrer cette problématique dans leur cœur de métier, qui peut être le chauffage, la plomberie, l'électricité, de façon complémentaire... et dans une continuité avec celui-ci. Elle est intégrée dans la logique du métier traditionnel. Ces entreprises et les organisations professionnelles du bâtiment défendent le point de vue selon lequel les énergies renouvelables doivent s'appuyer sur les métiers existants plutôt que d'en susciter de nouveaux. Cette position est aussi motivée par la prudence : le marché apparaît à la fois porteur de développement mais il est récent, incertain, et fragile (forte dépendance vis-à-vis des aides publiques).

« On fait pas de la pub, ni d'annonces à la radio, donc, on dit aux gens, ben, voilà, il y a plein de gens qui se sont créés là-dessus [sic], parce que c'est à la mode, et puis c'est un marché porteur, nous, on a une autre activité à côté qui fait, que, ben, quand le solaire marchera plus, on sera encore là ; c'est ça... en fait, c'est ça qu'on dit, on dit pas qu'on va faire du solaire ad vitam aeternam, s'il n'y a plus de marché, on n'en fera plus. En revanche, si vous faites une installation avec nous, dans 20 ans, nous, on a plus de chances d'être là que le type qui fait que ça... Enfin, on espère, on touche du bois » (responsable secteur solaire, entreprise d'électricité).

Un artisan récemment installé

Il s'est installé comme artisan électricien il y a 11 mois. Cette installation fait suite à un plan social dans l'entreprise qui l'employait et aux difficultés qu'il a rencontrées, à 51 ans, pour

³ Recensement Général de la Population de 1999 au niveau régional.

retrouver un emploi. Il a au départ un CAP-BEP en électricité puis a passé différents diplômes, jusqu'au BTS électrotechnique. Il a travaillé dans plusieurs grandes entreprises, a été cadre. Il a passé les qualifications qui lui ont permis d'obtenir l'agrément (formation dans un centre émanant des organisations professionnelles du génie électrique et énergétique). Il réalise à la fois des chantiers en électricité et des chantiers en installations photovoltaïques. Pour lui, le photovoltaïque « *ça fait partie de l'électricité* ». Il travaille seul. Il voit dans les énergies renouvelables un secteur plus porteur que le seul domaine de l'électricité, et à même de lui apporter travail et revenu.

Une grande entreprise spécialiste en électricité

Cette entreprise qui existe depuis 10 ans (reprise d'une structure pré-existante) emploie 140 salariés. Elle répond à des appels d'offre émanant de promoteurs immobiliers. Elle vient de créer en son sein un secteur solaire en vue de se positionner sur ce nouveau créneau. Le fils du dirigeant en a été nommé responsable. Un commercial a été embauché, il travaillait précédemment dans une entreprise spécialisée dans les énergies renouvelables. Quatre salariés ont été formés à l'installation du matériel à l'occasion de formations organisées pour l'obtention de l'agrément, ils ont suivi des formations en couverture et en charpente. Ils bénéficient aussi d'un support de la part des fabricants de matériel. Pour l'instant, ces ouvriers ne sont pas spécialisés, ils partagent leur travail entre les chantiers d'électricité et ceux d'installation solaire.

« Ben, nous, justement, on va se différencier sur le fait qu'on est une société où le cœur de métier c'est l'électricité, donc ça, ça fait partie d'une de nos activités ; donc, ça, c'est important, contrairement à d'autres sociétés qui ne font que ça ; donc, ça veut dire que nous, on a un savoir faire, qui est vraiment de, on est des électriciens, le photovoltaïque, c'est produire de l'électricité, donc, ça fait vraiment partie de notre métier... » (commercial).

Ces traditionnels se caractérisent par un niveau de formation « plancher » des salariés - CAP/BEP – dans les métiers du bâtiment. Dans le même temps, le développement d'une activité dans le domaine des énergies renouvelables nécessite l'acquisition de nouvelles connaissances et compétences : sur le matériel, notamment, et dans d'autres spécialités du bâtiment (par exemple en couverture et étanchéité pour les électriciens ou les chauffagistes). Celles-ci ne sont cependant pas vues comme spécifiques ou spécialisées, mais s'intègrent aux métiers de base.

Un chef d'entreprise chauffagiste

Il rentre en 1979 dans l'entreprise familiale créée en 1963 et prend la succession de son père en 1985. L'activité d'installation solaire débute dès les années 1980, elles représentent actuellement 4% de l'activité. L'entreprise emploie 17 permanents et 5 intérimaires. Il est membre de la Capeb et d'un regroupement d'entreprises (association de professionnels des énergies renouvelables). Il suit actuellement une formation mise en place par la Capeb devant déboucher sur le label Eco Artisan.

« Au début [les énergies renouvelables] c'était quelque chose de nouveau mais très proche de notre travail habituel. On faisait la même formation car on traitait la même chose, l'eau sanitaire, mais avec seulement le moyen qui changeait (le solaire). Il s'agissait aussi de ballons, mais qui utilisaient d'autres énergies. Aujourd'hui, ça reste très basique, seuls les capteurs et la régulation sont spécifiques au solaire. On a fait des formations seulement pour comprendre le fluide caloporteur (un type d'huile) ».

Dans son entreprise, le développement de ce marché s'appuie sur les qualifications et métiers traditionnels : recours à des chauffagistes (pour installer les ballons), plombiers-zingueurs (pour intervenir sur les toits, réaliser l'étanchéité), frigoristes (pompes à chaleur, climatisation), électriciens. Les modes d'acquisition des qualifications sont eux-mêmes traditionnels : apprentissage, embauche d'adultes qui sortent de l'Afpa et formation sur le tas dans l'entreprise. Le solaire nécessite cependant l'acquisition de nouvelles compétences : *« tous les gens qu'on a, ils l'ont acquis dans l'entreprise, la connaissance du solaire (...), ils sont allés chez des fabricants, ils sont allés faire des stages »*. Selon ce chef d'entreprise, le marché du solaire ne permet pas une spécialisation de l'activité sur ces technologies, il convient donc de maintenir une offre d'ensemble sur le chauffage. Dans ce sens, il insiste sur la capacité de son entreprise à traiter la plupart des questions de chauffage, et se prévaut d'une expérience de 20 ans : *« on a appris il y a longtemps, on a fait des stages Afpa d'Istres à la demande de EDF pour installer les premières pompes à chaleur »*.

2.3. Les poseurs sous-traitants

La perspective d'un marché porteur a fait émerger une offre commerciale émanant de sociétés qui n'ont pas de compétences techniques dans le domaine. Ces sociétés ne souhaitent pas acquérir ces compétences spécialisées car leur activité est purement commerciale et à d'autres moments, elles peuvent vendre d'autres produits, sans relation. Elles ont recours à des installateurs pour poser le matériel qu'elles vendent. Ces installateurs travaillent en sous-traitance pour elles. Ils sont spécialisés sur une tâche, un produit, un type d'équipement. En fait, ce sont des exécutants : ils réalisent l'installation prévue sur le bon de commande.

Une société commerciale

Elle compte 10 concessionnaires sur le pourtour méditerranéen. Son agence locale emploie une soixantaine de personnes, pour l'essentiel des techniciens conseil et des télévendeurs. Cette société sous-traite la majeure partie des installations des produits qu'elle vend. Ses installateurs n'emploient que ses produits. Il existe un responsable technique pour 7 installateurs. Ce responsable, rencontré, insiste sur l'importance de la possession de l'agrément QUALIPV pour le choix des installateurs même si, à ses yeux, elle n'est pas forcément synonyme de compétence professionnelle significative dans le solaire. Son rôle est de contrôler les installations et la qualité, sur la base d'un document rempli par le client.

Ces entreprises installatrices sont en position de subordination. Leurs salariés se contentent d'appliquer les décisions de l'entreprise donneuse d'ordre. Les qualifications attendues sont basiques, liées aux métiers traditionnels du bâtiment. Les entreprises emploient aussi du personnel non qualifié : manœuvres, manutentionnaires. Dans ce créneau, c'est la possession de l'agrément qui fait valeur. C'est une simple nécessité dans un contexte où le principal argument de vente porte sur les avantages financiers et fiscaux.

Trois types d'entreprises concurrentes pour l'accès à un marché en train de se constituer

Variables Entreprises	Chef d'entreprise	Activités	Salariés
Solaristes	Ingénieur, cadre; expérience de la grande entreprise Indépendance; construction de réseau professionnel	Concentrée autour de l'installation solaire; performance technique; association conception/installation	Niveau de formation supérieur à la moyenne du second œuvre; qualité de l'exécution; autonomie

Traditionnels	Ancienneté dans le secteur chauffage/plomberie Indépendance; appartenance à un réseau professionnel	Polyvalence; l'installation solaire est un complément à l'activité de chauffagiste/plombier	Niveau de formation traditionnel : CAP BEP; Qualité de l'exécution.
Poseurs sous-traitants	Anciens ouvriers récemment installés à leur compte Dépendance économique forte par rapport aux donneurs d'ordre	Concentrée autour de l'installation ; niveau de performance technique peu élevé	Salariés peu qualifiés; Présence de manœuvres

Une entreprise installatrice

Le gérant est d'origine étrangère. Il s'est installé en 2007. Electricien de formation, il a travaillé toute sa vie dans le secteur du bâtiment. Il été salarié pendant trois ans d'une entreprise où il a acquis une expérience dans le domaine du photovoltaïque. Il s'est lancé dans l'activité car il savait le secteur en croissance. Il a fait de la charpente et pour lui c'est un atout car la pose de panneaux induit des problèmes d'étanchéité.

« On travaille pour d'autres sociétés, qui, elles, vendent soit aux particuliers, soit aux professionnels. Et nous, on agit au niveau de l'installation, seulement. On commercialise pas le produit, on n'est que installateur... »

L'entreprise compte ce qu'il appelle deux « techniciens poseurs ». Leur compétence est étroitement centrée sur la pose. Elle emploie aussi un « manœuvre », alors que ce profil ne se retrouve pas chez les autres installateurs indépendants que nous avons rencontrés, les tâches de manutention étant réalisées par les ouvriers installateurs. Pour recruter, le gérant n'exige pas de titre professionnel particulier, l'expérience peut être suffisante. Par contre, il exige les titres nécessaires à certaines catégories d'installation : *« ... les qualifications qu'on demande pour travailler dans ce domaine, c'est des agréments, hein, tout simplement. C'est les QUALIPV, c'est le QUALIPV bâtiment et le QUALIPV électricité »*.

Il déclare sa situation peu avantageuse, d'un double de point de vue : financier, puisque ce sont les sociétés commerciales qui accaparent la plus grosse partie de la marge ; du fait de sa position d'intermédiaire entre le commercial et le client, qui nécessite des ajustements entre le matériel vendu et le besoin réel du client : *« le problème, c'est qu'il y a beaucoup de commerciaux qui, plus ou moins, vendent des produits, mais, on se rend compte, nous, quand on arrive, à la maison, pour poser ce qu'ils ont acheté, on constate qu'il y a beaucoup de problèmes (...) Il y beaucoup de choses qui sont pas... honnêtes, quoi, je veux dire, normalement, une installation elle doit être en plein sud, des fois, on arrive, la maison, le toit, il est en plein nord, donc, je veux dire... beaucoup de, les gens, ils sont pas... ils signent les bons de commande, mais bon, derrière, ils savent pas ce qu'y a »*.

3. Concurrence et luttes pour la définition de l'activité

Ces trois types d'entreprises sont en concurrence pour se positionner sur le marché. Elles sont aussi en concurrence pour accéder, dans une activité en train de se constituer, aux instances qui vont contribuer à structurer le marché, à lui donner un cadre normatif et réglementaire. Il s'agit d'orienter les décisions dans un sens qui leur soit favorable et, par là, de limiter l'accès de l'activité aux concurrents potentiels. Cette lutte s'exprime de différentes manières : à

travers les critiques que les uns et les autres s'adressent, à travers les luttes pour la définition des agréments et des labels, à travers l'insertion dans des réseaux permettant la captation de ressources, à travers la construction de l'offre de formation.

3.1. Des critiques croisées

Les trois types d'entrepreneurs ont des visions différenciées de l'activité et des positionnements différenciés. Leurs points de vue et pratiques s'opposent, ce dont rendent compte les entretiens à travers les critiques que les uns et les autres s'adressent mutuellement et qui sont aussi l'occasion de justifier leurs propres positionnements et pratiques.

Les solaristes sont de nouveaux entrants dans un secteur, le bâtiment, dominé par les artisans traditionnels. Ils s'opposent sur leur conception de l'activité, sur les qualifications et compétences légitimes : activité à part entière et spécifique versus intégration dans un cœur de métier traditionnel. Nouveaux venus dans le domaine, les solaristes importent de nouvelles pratiques qui viennent perturber les routines des artisans. Se joue aussi entre eux une concurrence sociale : les solaristes ont un niveau d'éducation supérieur ; ingénieurs, ils ont occupé des postes à responsabilité dans de grandes entreprises des secteurs de pointe.

Critiques adressées aux solaristes par un artisan traditionnel :

« ... C'est que nous, le client, on lui propose de faire du solaire, on lui propose de changer sa chaudière, on lui propose de mettre une pompe à chaleur, on lui propose un éventail de possibilités, et nous ne sommes partisans d'aucune ; quand les entreprises ne font que du soleil (...) Ils incitent à faire du soleil, même quand ça ne ressemble à rien ; quand vous avez des capteurs au nord, hein, d'accord ? Voilà ».

« Ce qu'on reproche aux entreprises nouvelles : ils restent entre eux. Ils disent que, eux, ils savent faire du solaire et que nous, nous sommes des bricoleurs, que eux ce sont des pros ».

Critiques adressées aux artisans traditionnels et à leurs organisations par un solariste :

« Les artisans traditionnels n'ont rien fait pour développer ce marché, ils s'y mettent maintenant et avec une approche protectionniste, label, restriction du marché à un petit groupe d'entreprises. Ils ont un gros problème de qualification car ils ne sont pas tous capables d'évoluer vers ces technologies, qui sont plus fines. Il existe de gros décalages entre la réglementation technique et les pratiques sur le terrain, des difficultés à appliquer les normes, à les contrôler... ».

Par contre, solaristes et traditionnels s'entendent pour dénoncer les pratiques des sociétés commerciales et des fabricants qui eux-mêmes se positionnent dans un optique essentiellement commerciale. Ces pratiques représentent un danger pour l'activité, elles risquent de décrédibiliser l'ensemble des entreprises aux yeux des clients et de faire périr le marché.

Critique des sociétés commerciales

« Dans l'activité, il y a maintenant des 'vendeurs d'aspirateurs' qui représentent un danger pour nous. Ils ont les dents longues et ce qu'ils veulent c'est vendre du matériel et des

équipements aux particuliers, peu importe si ce sont ces équipements qui conviennent à leurs besoins » (chef d'entreprise solariste).

« Quand une entreprise a ratissé la zone marseillaise, qu'ils peuvent plus intervenir dans la zone marseillaise, ils vont attaquer le 04, quand ils peuvent plus faire le 04, ils vont faire le 06, quand ils peuvent plus rien faire, ils vont monter plus haut ; c'est-à-dire, c'est des gens qui vendent du solaire parce qu'ils vendent du solaire ; même, ils vendent des fenêtres, maintenant ; donc, c'est le marché porteur, on vend du solaire... c'est pas la volonté de faire une installation chez un client, que le client soit content, satisfait, et qui vous mène d'autres clients, et qui viennent vous voir pour autre chose, de garder son client... » (chef d'entreprise traditionnel).

Critique des poseurs sous-traitants

« ... ils ne savent pas vendre, ils ne savent pas concevoir, ils ne savent rien faire, ils posent des capteurs ; ils posent des capteurs, donc, ils ne sauront jamais se détacher de lui [du fabricant]... » (chef d'entreprise traditionnel).

Critiques des fabricants

« Il y a aussi sur le marché des sociétés qui recherchent des marchés porteurs. Comme J. Au départ, c'était un fabricant et un jour il a dérapé. Il s'est mis à agréer des gens, des installateurs, avec l'idée de vendre son matériel. Ça a ouvert la porte à des gens qui sont des vendeurs, des commerciaux qui sont des tueurs. Ils vendent du matériel et après il cherchent qui va le poser. Comme ils ne trouvent pas, ils ont maintenant des gens qui interviennent pour eux, sur toute la France, il s'agit soit de leurs employés, soit de sous-traitants » (chef d'entreprise traditionnel).

L'appât du gain que ce nouveau marché fait espérer est critiqué par tous, y compris par des poseurs sous-traitants, au nom de la pérennité de l'activité, du respect du client et des convictions.

« Il y a beaucoup de sociétés qui respectent pas les clients, hein, ils gagnent, ils veulent gagner de l'argent à tout prix, mais... le problème, c'est que ça va pas durer, tout ça... » (poseur sous-traitant).

« Moi, je suis pas, je fais pas partie de la vague de ceux qui se sont intégrés dans le solaire, au moment où y a eu les aides, et où y a eu ce fameux rush, où les gens ont plutôt vu ça comme un appât d'argent, que comme une conviction personnelle » (chef d'entreprise traditionnel).

3.2. Agréments, labels et réseaux

La création d'une norme, tels qu'un label, une certification ou un agrément, a généralement pour objectif d'unifier les choix économiques des entreprises, en les incitant à produire des biens et des services qui répondent à un standard commun. Elle aurait tendance à réduire les désaccords portant sur la qualité de ces biens et services et sur la définition des critères qui permettent de l'établir. Pourtant, nos observations de terrain nous permettent de dire que les normes existantes sont loin de faire taire les querelles autour de ces critères de qualité. Les différents segments de l'installation solaire contestent la validité des normes existantes (voir

encadré) et, le plus souvent, cherchent à faire valoir d'autres critères. En fait, les normes tendent à cristalliser les luttes entre les différentes catégories d'entreprises autour d'intérêts sociaux, économiques et symboliques. Ici aussi, le processus normatif s'encastre dans la construction sociale de l'activité économique.

Selon les solaristes et les artisans traditionnels, les principales certifications en vigueur dans le secteur solaire – QUALISOL et QUALIPV - n'apportent qu'une distinction très rudimentaire entre les services offerts par les différentes catégories d'entreprises. Pour ces deux segments, ces labels donnent une information sur un niveau plancher de qualité, et n'évaluent pas les différents niveaux de prestation. De concert, ils reprochent à la labellisation solaire d'être trop facilement attribuée aux entreprises. Par ailleurs, pour eux, elle renseigne mal les clients sur la qualité des installateurs. Cette certification ne résout donc pas la question de l'information des consommateurs, comme l'évoque ce solariste : « *QUALISOL c'est un coup de tampon obligatoire, qui n'a aucune valeur. Pour moi. Qui au contraire, est même gênant pour le client final, c'est-à-dire, on lui vend une étiquette...* ». Plus encore, il est parfois reproché une opacité dans l'évaluation des installations par les organismes certificateurs.

Les normes de qualité pour les énergies renouvelables

QUALIT'EnR : Association fondée début 2006, elle intervient pour promouvoir la qualité des prestations des installateurs des systèmes à énergie renouvelable. Elle gère les trois dispositifs de qualité suivants : QUALISOL, QUALI PV, QUALIBOIS. Ses fondateurs sont les cinq entités professionnelles nationales suivantes:

- CAPEB : Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment;
- ENERPLAN : Association professionnelle de l'énergie solaire;
- UCF - FFB : Union Climatique de France (Fédération Française du Bâtiment);
- UNCP - FFB : Union Nationale de Couverture Plomberie (Fédération Française du Bâtiment);
- SER : Syndicat des Energies Renouvelables.

QUALISOL : Norme de qualité solaire (solaire thermique).

QUALI PV : Norme de qualité photovoltaïque.

QUALIBOIS : Norme de qualité pour les installateurs de chaudière bois énergie.

Les entrepreneurs de ces deux catégories cherchent de nouvelles distinctions sur le marché. Ils participent à des initiatives ayant pour visée de construire de nouveaux labels et à les faire reconnaître. Les réseaux dans lesquels se déploient ces initiatives sont différents. Citons le cas d'un solariste qui est membre d'un dispositif initié par le Conseil régional concernant le bâtiment durable et dont une des actions prioritaires est la création d'un label à destination de l'ensemble du secteur de la construction. Ce dirigeant cherche ainsi à participer à sa définition afin de pouvoir l'orienter dans un sens favorable à sa propre représentation de l'activité. Ce label donnera une visibilité à la façon dont il conçoit son activité et en sanctionnera une forme de reconnaissance sur le marché. Plusieurs solaristes participent également à une initiative du Conseil régional en faveur des activités innovantes, que leur spécialisation dans les énergies renouvelables facilite. Le gérant d'une entreprise artisanale, quant à lui, suit la formation initiée par l'organisation professionnelle dont il est adhérent, la Capeb, en vue de l'obtention du label Eco Artisan qu'elle a créée et qu'elle réserve aux entreprises artisanales.

En revanche, pour les installateurs d'abord motivés par une stratégie commerciale, les agréments existants représentent une certification suffisante, qu'ils n'hésitent pas à mettre en

avant auprès de leur clientèle. Il s'agit souvent pour eux d'un niveau plafond de qualité, au-delà duquel l'entreprise ne compte pas aller. Ce niveau est d'ailleurs le plus souvent vécu comme une contrainte. Certaines stratégies de distinction peuvent cependant apparaître aussi dans ce segment. Citons la stratégie du dirigeant d'une petite entreprise au sein d'un réseau de franchisés qui trouve que l'agrément QUALIPV n'est pas suffisant pour lui permettre de mieux positionner l'offre spécifique qu'il fait sur le marché. A la différence d'autres franchiseurs, ce petit réseau propose une « offre globale » comprenant des appareils de chauffage et des produits de rénovation thermique (isolation des combles, double vitrage, etc.) dont l'installation est sous-traitée. Ce dirigeant souhaite recruter deux techniciens de l'installation solaire pour accroître l'expertise de son entreprise et former les poseurs sous-traitants afin d'améliorer leur qualification. L'ensemble de cette démarche devrait être validé par un label spécifique à ce réseau.

Ces stratégies de positionnement et de distinction sur le marché s'appuient sur la mobilisation de ressources et l'activation de réseaux et de relations différenciés. Les solaristes détiennent un capital culturel et social qui leur permettent, à la différence des artisans traditionnels, de nouer plus facilement des relations avec des acteurs publics auprès desquels ils captent les ressources qui leur manquent (financières notamment). Ils refusent d'adhérer aux organisations professionnelles du bâtiment. Ils s'inscrivent plus volontiers dans un réseau de pairs (entre entrepreneurs partageant un même type de parcours et une même vision de l'activité) au sein duquel ils mutualisent des ressources (locaux, chantiers, compétences, informations...). Les entreprises traditionnelles entretiennent une plus grande distance avec les acteurs publics et s'insèrent dans le réseau puissant des organisations professionnelles, qui leur assure la diffusion de l'information et l'accès à des formations conduisant à des labels spécifiques. Avec eux, ces organisations professionnelles tentent de mettre des barrières à l'entrée de nouveaux prétendants, dont les solaristes font partie. Par exemple, parce qu'il ne possède pas de CAP dans la spécialité, un entrepreneur solariste ingénieur de formation ne peut pas être inscrit au registre des métiers qui lui permettrait d'être reconnu en tant qu'artisan et, partant, d'accéder à certaines labellisations : « *Au début, quand je n'existais pas, et que je voulais créer mon entreprise, je suis allé à la Chambre des Métiers. Et là, très simple, j'ai fait mon mémoire de diplôme d'ingénieur sur la production des capteurs solaires... Et là, on me dit : non, vous n'êtes pas qualifié. Il faut qu'ils se remettent à jour, quoi!* ». Enfin, on observe la multiplication des réseaux de fabricants de matériel et de sociétés commerciales (franchises, concessions, labellisations privées...) dans lesquels s'insèrent les poseurs sous-traitants, les entrepreneurs les moins dotés en ressources. Ces réseaux offrent à la fois une possibilité de distinction sur le marché, l'accès à certaines ressources auxquelles seuls ils n'auraient pas accès (en matière d'accès au marché lui-même car ils ne disposent pas des capacités commerciales suffisantes) mais dont, en même temps, ils sont particulièrement dépendants et captifs.

3.3. Une lutte pour la construction de l'offre de formation

Depuis deux ans au moment de l'enquête, une formation d'« installateur mainteneur en systèmes solaires et photovoltaïques » est dispensée par un Greta de la Communauté d'agglomération. Cette formation fait suite à une réflexion des acteurs locaux (élus, Mission locale, professionnels, Greta...) faisant le constat d'un manque en matière de formation et de la montée des besoins en main-d'œuvre pour faire face au développement de l'activité. Cette initiative se fonde sur le constat de l'absence, pour l'heure, d'une offre de formation qui réponde à ces besoins. La problématique est peu, voire pas du tout, prise en compte dans les appareils de formation et des tentatives commencent à voir le jour pour l'intégrer dans les

cursus existants : qu'ils s'agisse de la formation initiale à l'Education nationale ou de la formation pour adulte dispensée par l'Afpa qui est en train de revoir ses titres professionnels et de préparer ses formateurs.

La mise en place de cette formation révèle les tensions et oppositions entre des conceptions différenciées de l'activité et des qualifications. La concertation locale a fait ressortir des points de vue différenciés recoupant les positionnements des différents types d'entreprises.

Les différends ont porté sur le contenu de la formation. Il y a eu des discussions entre professionnels sur les objectifs et finalités à lui donner. Elles ont opposé un gros fabricant local avec des chefs d'entreprises solaristes et traditionnels : le premier défendait l'idée d'une formation basique à la pose de panneaux et de chauffe-eaux solaires, les deux autres défendaient une vision plus large, celle d'une formation de spécialistes capables de faire une installation complète.

« Nous, on s'est battu, lors des débats, pour que ces gens là aient une connaissance, derrière le capteur, c'est-à-dire, quand on met un capteur, on met une régulation et on branche sur quelque chose, savoir sur quoi on branche, savoir ce que c'est un réseau d'eau, parce qu'on prend des gens, qui viennent du chômage, qui sont à des années lumières ; donc, on a voulu leur donner la connaissance de la, de la 'plomberie', entre guillemets parce que pour installer un capteur correctement, il fallait qu'ils sachent tordre un tuyau. Après, on a dit, ça serait bien qu'ils connaissent un peu d'électricité, parce que les régulations, il faut les brancher, donc, on leur a donné une petite formation électrique, et lors des formations, comme on avait ouvert la porte aux formations, les formateurs sont allés jusqu'à leur expliquer ce que c'était une chaudière, maintenant parce que le solaire se branche sur des chaudières, pour que le gars, quand il va rencontrer une installation dans une entreprise, il va pas arriver : je sais poser que des capteurs... » (chef d'entreprise traditionnelle).

Ils ont ensuite opposé les solaristes aux traditionnels, sur le profil des personnes qui seraient admises à suivre cette formation (elle était prévue pour s'adresser à des demandeurs d'emploi). Les solaristes souhaitaient voir le recrutement pour cette formation le plus ouvert possible, occasion pour eux d'attirer de nouveaux profils dans le secteur : *« Les énergies renouvelables sont une opportunité fabuleuse pour attirer de nouvelles personnes dans le bâtiment, qui ont un niveau élevé de motivation pour les énergies renouvelables (...) Je n'adhère pas à tous les discours des organisations professionnelles, il faut s'ouvrir à des gens venant de l'extérieur, pour faire monter le niveau »* (chef d'entreprise solariste). A l'inverse les traditionnels souhaitaient réserver l'entrée de cette formation à des personnes ayant déjà une expérience de chauffagiste. Pour eux, une trop grande spécialisation en solaire ne permettrait pas aux personnes formées de trouver un emploi ou de s'installer dans des conditions optimales de réussite, et la polyvalence doit être privilégiée.

La formation a été ouverte en 2006, et accueille sa deuxième promotion au moment de l'enquête. Cette formation s'adresse à une population de demandeurs d'emploi ayant une expérience dans le bâtiment, souhaitant se convertir à l'installation d'équipements solaires ou créer une nouvelle activité. C'est la deuxième formation de ce type à voir le jour en France. La première année, il s'est agi d'une formation de niveau V, non diplômante, ouverte à des demandeurs d'emploi jeunes et adultes, financée par le Conseil régional : 15 personnes y ont participé. Pour la seconde promotion, l'ambition est plus élevée, notamment à la demande du Conseil régional qui l'a intégrée dans son Plan régional de formation. Il s'agit désormais d'une formation de niveau IV, diplômante. La question de la certification a posé problème : il

n'existe pas de diplôme de l'Education nationale dans le domaine, cette formation est donc validée par un CQP (Certification de qualification professionnelle) mis en place par l'Union climatique de France (organisation professionnelle de la branche). Après des réticences marquées par cette dernière pour labelliser cette formation, la possibilité qu'elle débouche sur sa certification a entraîné une refonte partielle de la formation, nécessitant d'intégrer le photovoltaïque non prévu au départ et d'augmenter sa durée (1200 heures, dont 686 en centre). La formation prépare en même temps les stagiaires au CAP thermique pour conforter leur positionnement sur le chauffage. Cette offre révèle ainsi les compromis qui ont pu s'établir entre les différentes parties prenantes.

Conclusion

Nos observations font ressortir la diversité sociale des entrepreneurs qui se situent sur le créneau de l'installation solaire dans un même espace géographique. L'entrepreneuriat s'ancre ici dans des mondes sociaux différents : celui des ingénieurs issus des grandes entreprises de technologies de pointe, celui des artisans expérimentés dans le chauffage et la climatisation, celui des ouvriers qualifiés en reconversion... Cette diversité rejaillit sur les conceptions de l'activité et les positionnements dans l'activité et sur la façon dont ils justifient leur engagement dans cette dernière (Boltanski et Thévenot, 1991). De ce point de vue, on observe que la recherche du profit n'est qu'une motivation parmi d'autres à l'entrée dans l'activité économique : pour certains elle correspond à un engagement militant, pour d'autres il s'agit de stabiliser un revenu et de se donner les moyens de poursuivre une activité... Et les réseaux sur lesquels ils s'appuient, marché du travail, fournisseurs et clientèles, autres entreprises coopérantes, acteurs publics, se déclinent tous de manière différente selon le monde social de chaque catégorie d'entrepreneurs. Plus largement, nous voyons comment la sociologie économique se conjugue à une sociologie des relations et des interactions.

Les énergies renouvelables constituent pour l'heure un marché en construction. Les entreprises observées sont en concurrence dans le processus qui vise à structurer et stabiliser l'activité et pour l'orienter dans le sens correspondant le mieux à leur propre positionnement. De par les trajectoires et carrières qu'ils ont suivies, les solaristes, les traditionnels et les poseurs sous-traitants sont inégalement dotés des différents types de capital permettant d'influer sur ce processus (Bourdieu, 1980) Ils s'appuient sur des réseaux différents : réseau des acteurs publics locaux et des pairs pour les solaristes ; réseaux des organisations professionnelles pour les traditionnels ; réseaux d'installateurs des fabricants et des sociétés commerciales pour les poseurs. Dans cette lutte, nous l'avons vu, la participation à la définition des labels et agréments est un moyen pour chacun d'accéder à la définition des atouts qui font valeur dans le champ, et de se protéger en posant des barrières à l'entrée et des limites à l'exercice de l'activité pour les concurrents. L'offre de formation, l'accès aux qualifications et leur définition apparaissent eux-mêmes comme des enjeux importants dans cette construction, ce sont aussi des objets de lutte entre les parties prenantes.

Ces résultats permettent aussi de jeter un éclairage sur la construction sociale de la qualification de l'entrepreneur. La sociologie économique a parlé de l'encastrement du marché du travail dans les réseaux sociaux⁴, mais elle a moins exploré la question de l'encastrement de la qualification – c'est-à-dire du phénomène de production et de reproduction des qualités de la force de travail – dans des liens sociaux. Si certains auteurs en

⁴ Cf. Granovetter M. (1974) : *Getting A Job. A Study of Contacts and Careers*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

sociologie du travail (Naville, 1963 ; Reynaud, 1989) ont bien montré le caractère socialement construit, donc relatif et historique, de la qualification, ils ne l'ont pas défini de manière assez précise et opératoire. Or, la sociologie économique, en partant d'une conception relationnelle des acteurs, apporte une contribution intéressante à la définition de la qualification. Elle montre que la qualification n'est pas un bien « déjà là », dans lequel les entreprises « investissent » en fonction d'un calcul de rentabilité à venir – une vision largement diffusée depuis Becker. Les « investissements » sont souvent liés à des dispositions existantes, non délibérément choisies, qui déterminent des choix d'emblée à la fois sociaux et économiques. Dans ces choix, et notamment dans ceux des relations de partenaires économiques, le calcul de rentabilité pur fonctionne peu. Chacune des trois catégories d'entrepreneurs entretient des liens d'abord parce qu'ils se reconnaissent sur la base de valeurs communes : engagement écologique, savoir-faire traditionnel, adaptation à la demande. Les « solaristes » échangent entre eux car ils sont d'accord sur un certain nombre de grandeurs communes, et c'est cet accord qui supporte leur échange (Boltanski et Thévenot, 1991). Ces mêmes solaristes reflètent le mieux l'idéologie de l'entrepreneur « *connexionniste* » (Boltanski et Chiapello, 1999) de la cité par projets, à travers leur refus de la hiérarchie (pas de sous-traitance, refus d'entrer dans les organisations professionnelles traditionnelles et structurées) ou l'accent mis sur la capacité à travailler avec une multiplicité d'acteurs différents. Par ailleurs, ce sont les parcours professionnels dans la grande entreprise qui apportent les « *ressources* » utiles pour créer les compétences managériales utilisées sur la « *scène sociale* » du solaire écologique (Zalio, 2007). De ce point de vue, nous insistons sur le rôle des phénomènes de « découplage » (Grossetti et Bès, 2001), c'est-à-dire de création de nouveaux liens à partir d'un socle social initial dont ils se libèrent, pour générer de nouvelles sphères sociales de l'entrepreneuriat. Or, les moments et lieux d'apparition de ces découplages nous sont apparus peu nombreux, ce qui réduit sans doute les chances de diversification de ces sphères dans les énergies renouvelables en France.

Le rôle des pouvoirs publics est ici central (Bourdieu, 2000; Fligstein, 2005). L'Etat est un acteur principal de l'émergence et de la construction du secteur de l'énergie solaire : par la réglementation, il établit une obligation ; par les incitations fiscales, il stimule et solvabilise une demande. Ceci montre l'utilité de l'encastrement de type « *structural* » (Steiner, 2007), qui repose sur les réseaux construits, pour atteindre des objectifs précis. Au niveau territorial étudié, les collectivités locales ont aussi des capacités non négligeables d'intervention dans la construction de ce champ et dans sa structuration : mise en place de dispositifs de soutien aux entreprises, financement de la formation... Pourtant, la majorité des entrepreneurs interrogés jugent le système d'agrément actuel insuffisant, et recherchent une plus forte régulation de la qualité des produits. Cela indique que les réseaux sociaux offrent sans doute une structure pertinente pour développer un nouveau marché, mais que cette structure, encore atomisée et fragile, doit conduire à créer les nouvelles institutions nécessaires à une régulation de l'activité plus conforme aux attentes des différents types d'entrepreneurs.

Référence bibliographiques

- Boltanski Luc, Thévenot Laurent, 1991, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 485p.
 Boltanski Luc, Chiapello Eve, 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, 843p.
 Bourdieu Pierre, 1980, Le capital social : notes provisoires, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 3, pp. 2-3.
 Bourdieu Pierre, 2000, *Les structures sociales de l'économie*, Paris, Seuil, coll. Liber, 289 p.

- Comet Catherine, 2007, Capital social et profits des artisans du bâtiment : le poids des incertitudes sociotechniques, *Revue française de sociologie*, vol.48, n°1, pp.67-91
- Conseil d'orientation pour l'emploi, 2010, *Croissance verte et emploi*, rapport, 25 janvier, 24p.
- Fligstein Neil, 2005, States, Markets and Economic Growth, in Nee V., Swedberg R. (ed), *The Economic Sociology of Capitalism*, Princeton University Press, pp.120-143
- Fligstein Neil, 1996, Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions, *American Sociological Review*, vol.61, n°4, pp.656-673
- Granovetter Mark, 2003, La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs, *Terrains et Travaux*, vol.1, n°4, pp.167-206
- Grossetti Michel, Bès Marie Pierre, 2001, Encaastrements et découplages dans les relations science-industrie, *Revue Française de Sociologie*, vol. 42, n° 2, pp. 327-355.
- Naville Pierre, 1963, Réflexions à propos de la division du travail, *Cahiers d'étude des sociétés industrielles et de l'automation*, n° 5, pp. 232-244.
- Pillemont Jacques, Weisz Robert, Cazal D., Boucher C., 1987, Artisans du bâtiment : traditions et changements, étude Capeb
- Reynaud Jean-Daniel, 1989, *Les règles du jeu*, Paris, Colin.
- Steiner Philippe, 2007, *La sociologie économique*, Paris, La Découverte, coll. Repères.
- Zalio Pierre-Paul, 2007, Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : de l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneurial, *Sociétés contemporaines*, n°68, pp.23-81
- Zalio Pierre-Paul, 2009, Sociologie économique des entrepreneurs, in Steiner Ph., Vatin F. (dir), *Traité de sociologie économique*, Paris, Puf, coll. Quadrige Manuels, pp.573-607.