11ème
CIFEPME
Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME

Sébastien GEINDRE

IAE de Grenoble

Bernard DUSSUC

IAE de Lyon

Capital social, théorie des réseaux sociaux et recherche en PME : une revue de la littérature.

Résumé

La communication présentée porte sur une revue de la littérature sur le thème du capital social à partir de 75 articles publiés lors de la décennie écoulée (2002-2011) dans les principales revues dédiées à la recherche en PME et en entrepreneuriat. Le capital social est souvent considéré comme une ressource clé pour la PME, source de performance et d'efficacité dans la démarche entrepreneuriale. Nous montrons que les problématiques envisageables à partir du concept de capital social sont particulièrement nombreuses et diverses mais que toutefois elles reposent sur des constructions théoriques et des démarches méthodologiques très hétérogènes. Le capital social est le plus souvent utilisé comme une variable explicative de la performance de la PME ou de la démarche entrepreneuriale. Ce champ de recherche s'il peut toujours être complété parait cependant moins nécessaire aujourd'hui. Par contre, les recherches émergentes sur le capital social où celui-ci est appréhendé non plus comme une cause mais comme le résultat d'un processus managérial du dirigeant de PME ou de l'entrepreneur, s'avèrent, selon nous, plus pertinentes et porteuses de perspectives pour notre champ. Les travaux sur les effets négatifs et sclérosants du capital social sont également des pistes à creuser en matière de recherche sur les PME.

Mots clés : capital social, PME, réseaux, entreprenariat, revue de littérature.

Capital social, théorie des réseaux sociaux et recherche en PME : une revue de la littérature

Sébastien Geindre
MCF IAE Grenoble,
CERAG, Université de Grenoble

Sebastien.geindre@iae-grenoble.fr

Bernard Dussuc
MCF IAE Lyon
Magellan, Université de Lyon

bernard.dussuc@univ-lyon3.fr

Résumé la communication présentée porte sur une revue de la littérature sur le thème du capital social à partir de 75 articles publiés lors de la décennie écoulée (2002-2011) dans les principales revues dédiées à la recherche en PME et en entrepreneuriat. Le capital social est souvent considéré comme une ressource clé pour la PME, source de performance et d'efficacité dans la démarche entrepreneuriale. Nous montrons que les problématiques envisageables à partir du concept de capital social sont particulièrement nombreuses et diverses mais que toutefois elles reposent sur des constructions théoriques et des démarches méthodologiques très hétérogènes. Le capital social est le plus souvent utilisé comme une variable explicative de la performance de la PME ou de la démarche entrepreneuriale. Ce champ de recherche s'il peut toujours être complété parait cependant moins nécessaire aujourd'hui. Par contre, les recherches émergentes sur le capital social où celui-ci est appréhendé non plus comme une cause mais comme le résultat d'un processus managérial du dirigeant de PME ou de l'entrepreneur, s'avèrent, selon nous, plus pertinentes et porteuses de perspectives pour notre champ. Les travaux sur les effets négatifs et sclérosants du capital social sont également des pistes à creuser en matière de recherche sur les PME.

Mots clés : Capital social, PME, Réseaux, Entreprenariat, revue de littérature

Capital social, théorie des réseaux sociaux et recherche en PME : une revue de la littérature

Depuis une trentaine d'années, la recherche sur le rôle des réseaux sociaux de l'entrepreneur ou du dirigeant de PME a émergé et est devenue un champ important d'investigation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la recherche en PME (Birley, 1985 ; Aldrich et Zimmer, 1986 ; Johanisson et Nowicki, 1992 ; Zhao et Aram, 1995 ; Greve et Salaff, 2003). Plus spécifiquement, et plus récemment, les travaux sur le capital social des entrepreneurs et/ou des dirigeants de PME prend de l'importance au sein de ce champ de recherche (Lin, 1999 ; Alder et Kwon, 2002 ; Bauernschuster, Falck et Heblich, 2010 ; Pirolo et Presutti, 2010 ; Alexy, Block, Sandner, et Ter Wal, 2011, n° spécial JSBM 2007, n° Spécial ISBJ 2011).

Qu'est ce que le capital social ? En quoi contribue t-il à la recherche en entrepreneuriat et sur les PME ? Quelles perspectives offrent ce champ de recherche ? Afin de dresser un bilan des travaux accumulés sur le lien entre capital social et PME nous proposons une revue de la littérature dans la lignée de travaux similaires portant sur les réseaux (Hoang et Antonic, 2003 ; Street et Cameron, 2007) ou sur la PME (Julien 2008 ; Marchesnay, 2008).

Nous faisons le choix de limiter la période d'analyse et nous nous fixons comme point de départ l'année 2002. Au-delà de la dimension symbolique de revenir sur une décennie de travaux, celle-ci nous permet de prendre comme point de départ une publication importante, reconnue et influente sur les travaux postérieurs, à savoir les travaux d'Adler et Kwon (2002) « *social capital: prospects for a new concept* », publié dans *Academy Management Review*.

Le second cadre que nous nous sommes fixé concerne le choix des revues retenues pour nourrir notre réflexion, celle-ci étant ciblée sur la recherche en entrepreneuriat et sur la PME. Ainsi, nous avons retenu les publications suivantes : ETP, IEMJ, IJESB, ISBJ, JBV, JIE, JSBM, RIPME, SBE[1]. Nous avons ainsi identifié 75 articles sur lesquelles porte notre analyse. Nos travaux se présentent comme complémentaires à ceux de Payne, Moore, Griffis et Autry (2011) « *Multilevel Challenges and Opportunities in Social Capital Research* » dont le propos traite de l'apport du concept de capital social pour le management en général.

Nous montrons que les problématiques envisageables à partir du concept de capital social sont particulièrement nombreuses et diverses mais que toutefois elles reposent sur des constructions théoriques et des démarches méthodologiques très hétérogènes. Le capital social est le plus souvent utilisé comme une variable explicative de la performance de la PME ou de la démarche entrepreneuriale. Ce champ de recherche, s'il peut toujours être complété, parait moins nécessaire aujourd'hui. Par contre, les recherches émergentes sur le capital social où celui-ci est appréhendé non plus comme une cause mais comme le résultat d'un processus managérial du dirigeant de PME ou de l'entrepreneur, s'avèrent, selon nous, plus pertinentes et porteuses de perspectives. Les travaux sur les effets négatifs et sclérosants du capital social sont également des pistes à creuser en matière de recherche sur les PME.

Après avoir présenté le concept de capital social à partir des auteurs de référence, nous présentons les choix méthodologiques qui nous ont guidés pour délimiter notre base de données articles et pour conduire notre analyse. Enfin nous présentons les principaux résultats limites et perspectives de recherche dans le champ du capital social.

[1] Entrepreneurship Theory and Practice, International Entrepreneurship and Management Journal (depuis 2005), International Journal of Entrepreneurship and Small Business (depuis 2004), International Small Business Journal, Journal of Business Venturing, Journal of International Entrepreneurship, Journal of Small Business Management, Revue internationale PME, Small Business Economics

1. Le capital social : définitions

1.1. Les auteurs de référence du capital social

Plusieurs travaux de synthèse de référence permettent à tout néophyte de s'initier rapidement aux origines du concept de capital social (CS) et à sa diversité. Citons notamment les travaux de Portes, sociologue à Princeton (1998), Lin (1999), sociologue à Duke et Adler et Kwon (2002), professeurs de management à l'université de Californie du sud. Ces lectures liminaires mettent au jour trois auteurs de fond en la matière : Bourdieu, Coleman et Putnam.

Selon Portes (1998, p. 3), Bourdieu a produit la première analyse systématique contemporaine du concept de CS. Selon Bourdieu, (1980, p. 2) *« Le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter reconnaissance ; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe (...) d'agents (...) dotés de propriétés communes (...) aussi unis par des liaisons permanentes et utiles. ».* Le CS est donc un stock de ressources réelles ou potentielles disséminées dans un réseau relationnel. Ce réseau se fonde sur des échanges matériels et symboliques entre les agents et dépend de la qualité (au sens de caractéristique) et de la taille de la structure relationnelle d'un individu donné. Cette qualité n'est pas indépendante du capital économique et culturel de l'individu mais résulte d'un investissement social conscient ou non de l'intéressé. En ce sens, c'est un actif sur lequel un individu peut influer[2]. Le CS devient aussi un élément identitaire, structurant du groupe, générant de la réciprocité et donc de la dette. Il demeure pour autant un actif individuel.

Par opposition, pour Coleman (1988) le CS relève avant tout de la communauté. Le capital est dans les liens qui unissent les membres d'une structure sociale (« *le CS ne se loge ni dans les acteurs eux même ni dans les instruments de production* » p. 99) alors qu'il est plutôt dans les nœuds du réseau chez Bourdieu. Coleman (1988, p.119) identifient trois formes de CS: « *des obligations et des attentes, qui dépendent à la fois du degré de confiance qu'on accorde à son environnement sociale, [et] de la capacité de circulation de l'information au sein de la structure sociale, et des normes accompagnées par des sanctions*. ». En ce sens le CS est un actif collectif. Il est d'autant plus fort que la structure sociale est fermée (« *closure » of social networks*). Cette fermeture caractérise les réseaux densément tissés de telle sorte que les normes sont respectées du fait de l'intensité du contrôle social (exemple est pris au sein de la communauté des diamantaires juifs new yorkais).

Cette dimension publique (par opposition à privée c'est-à-dire individuelle) du CS est encore accentuée avec la position de Putnam. En ce sens, elle partage beaucoup avec l'approche de Coleman (Westlund et Bolton 2003). Pour Putnam, le CS fait référence aux caractéristiques de l'organisation sociale comme les réseaux, les normes, les valeurs partagées, la confiance qui facilitent la coordination et la coopération pour un bénéfice mutuel (cité par Adler et Kwon, 2002, Westlund et Bolton 2003 ou Bamford, Bruton, et Hinson, 2006). Le CS est clairement un bien collectif (Lin, 1999). Putnam centre donc ses travaux sur les relations internes à un groupe social donné (*bonding forms of social capital*), à l'instar de Coleman (1988).

[2] Pour Bourdieu, cet investissement est largement conditionné par la structure sociale de l'individu.

Cette forme de CS se distingue des travaux centrés sur les relations qu'un acteur entretient avec son environnement (et donc sans considération d'appartenance à une communauté donnée) et qui dresse des *ponts* entre divers groupes sociaux. Les travaux de Bourdieu s'inscrivent dans cette veine. On parle alors de « *bridging forms of capital* » (que nous traduirons par « approche externe du CS »). Ces ponts ainsi formés permettent à l'individu focal de faciliter la réalisation de ses objectifs grâce à l'obtention d'informations utiles et/ou l'identification d'opportunités. Ils le mettent dans une situation favorable pour négocier en accroissant son pouvoir et son influence (Adler et Kwon, 2002). Putnam, cité par Molina-Morales et Martínez-Fernández (2010), définit l'approche externe du CS comme des connexions[3] qui sont formées entre divers groupes sociaux alors que le « *bonding social capital* » (approche interne du CS) cimente les groupes homogènes et favorise la formation de réseau au sein d'un groupe : famille ou organisation. Ces réseaux aident à construire de la confiance, de la cohésion, de la solidarité dans la poursuite de buts communs (Coleman, 1988). Pour Molina-Morales et Martínez-Fernández (2010) alors que l'approche externe favorise la croissance des entreprises, l'approche interne inhibe la sociabilité à l'extérieur du groupe. Adler et Kwon (2002) proposent une synthèse de principaux travaux selon l'approche interne, externe ou mixte des auteurs (p. 20).

Parmi les auteurs intégrateurs, Nahapiet et Goshal (1998) sont particulièrement reconnus (Adler et Kwon, 2002 ; Paynes et al., 2011 ; cf infra, p. 9). Les auteurs définissent le CS comme « *la somme des ressources actuelles et potentielles encastrées au sein du réseau de relations possédé par un individu ou une groupe social, disponibles à travers lui et retirés de ce réseau* ». Cette approche dépasse donc la stricte approche interne ou externe du CS et par ailleurs, « *comprend à la fois le réseau et les actifs qui peuvent en être retirés* » (p. 243). Les auteurs insistent donc autant sur la ressource qui peut être obtenue par le biais de la structure que sur la structure elle-même, celle-ci étant en soi une ressource.

Cette conception du CS en management dresse donc un pont entre les travaux de sociologie classique et les travaux de la sociologie structurale ou des réseaux sociaux (Granovetter, 1973 ; Burt, 1992) permettant de développer une théorie des réseaux du capital social (Lin, 1999). Les apports des théories des réseaux sociaux sont significatifs sur plusieurs points :

D'une part, ces travaux distinguent les différentes forces des liens qu'un individu est susceptible d'entretenir avec son environnement ou au sein d'un groupe. Granovetter (1973) met notamment en évidence l'importance des liens faibles dans l'obtention d'une ressource particulière. La distinction entre lien faible / fort étant généralement définie en fonction de la fréquence, de la régularité des contacts, de leur caractère plus ou moins impersonnel ou du degré d'encastrement de la relation (voir Pirolo et Presutti, 2010 pour une application récente). La notion d'encastrement (notamment dans sa dimension structurelle) est liée à d'autres travaux de Granovetter (1985, 1992). Pour Granovetter (1992, p. 4), l'encastrement fait référence « *au fait que l'action économique et ses conséquences, comme toute action sociale et ses conséquences, sont influencées par les relations dyadiques que les acteurs entretiennent et par la structure de l'ensemble du réseau de relations* ». L'auteur défend la thèse selon laquelle l'action

[3] *bonds of connectedness*, p. 261

économique est encastrée dans des structures de relations sociales qu'il convient de prendre en compte pour comprendre la réalité des interactions entre acteurs.[4].
D'autre part, les travaux de Burt (1992, 1995) sur les trous structuraux et par extension tous les travaux qui mobilisent des notions de mesure de la position d'un acteur donné au sein d'une structure sociale (Degenne et Forsé 1994 ; Lazega, 1998) ont souvent été intégrés dans les travaux relatifs au capital social en management en général et aux recherches sur les PME ou les entrepreneurs en particulier. Burt (1992) définit les trous structuraux comme des contacts non redondants. C'est « *un tampon, comme un isolant dans un circuit électrique. Du fait du trou qui les sépare, deux individus procurent des bénéfices de réseau qui s'additionnent plus qu'ils ne se recouvrent* » (Burt 1995, p. 603). Comme le montre Burt, la présence de trous structuraux à la faveur d'un individu lié à une taille importante du réseau (un nombre significativement supérieur de relations par rapport aux pairs) génèrent du capital social et favorisent l'évolution de l'individu (Burt 1995). Le capital social, selon Burt, est lié à la structure du réseau d'un individu et notamment à la place et au nombre de ses contacts dans cette structure sociale.

A ce stade, les travaux précédemment présentés posent selon nous plusieurs questions en matière de recherche sur les PME :

- Dans quelle mesure, les approches individuelle ou collective du CS d'une part, et internes, externes ou mixtes d'autre part sont adaptées à ce champ ?
- Dans l'hypothèse où ces différentes approches seraient mobilisables, quels types de problématique sont adaptés à chaque approche ?
- Comment opérationnaliser les mesures du capital social notamment à partir des développements de la sociologie structurale ?

1.2. Le CS concept unidimensionnel vs concept multidimensionnel

Au trois questions précédentes pourrait s'ajouter celle de savoir si le CS ne peut pas être abordé à partir d'autres dimensions que la seule dimension structurale ? En effet, le lien qui a été fait entre les concepts et outils mis à disposition par la sociologie structurale et les travaux pionniers (Bourdieu, Coleman, Putnam) a notamment surligné cette dimension du CS. Or si on s'intéresse au concept, proche, *d'encastrement*, on observe que celui-ci est aujourd'hui appréhendé de manière multidimensionnelle. Granovetter (1992) distingue ainsi l'encastrement structural qui concerne les propriétés du système social et le réseau de relations dans leur ensemble de l'encastrement relationnel qui correspond à la nature des relations personnelles que les acteurs ont développé dans le temps. L'encastrement relationnel est donc lié à des liens particuliers (affectif, de confiance, de respect, d'estime, etc) et qui influence leur comportement. De même, Zukin et DiMaggio (1990, p. 15) distinguent l'encastrement cognitif qu'ils définissent comme « *les processus mentaux qui produisent des régularités structurées dans le raisonnement économique* », l'encastrement culturel (p. 17) défini comme « *les croyances partagées qui dessinent les buts et stratégies économiques* », l'encastrement politique qui fait référence à la manière dont les acteurs économiques et les institutions non marchandes (comme l'état ou les classes sociales) luttent pour le pouvoir et

[4] Granovetter, (1992) met en avant trois limites à la conception économique « sous-socialisée » des échanges :
1. la poursuite de buts économiques est toujours accompagnée de buts non économiques comme la sociabilité, l'approbation, le statut ou le pouvoir ;
2. l'action économique ne s'explique pas que par des motivations individuelles ;
3. les institutions économiques n'émergent pas automatiquement et indépendamment des acteurs qui les utilisent ; elles sont socialement construites.

dessinent les décisions et les institutions économiques (p. 20), de l'encastrement structural qui renvoie à la position qu'un acteur (une firme) occupe dans la structure globale au sein de laquelle il opère (p. 18).

Progressivement, le même phénomène de « multi-dimensionnalisation » du concept de CS s'est développé. Les travaux de référence en la matière sont ceux de Nahapiet et Goshal (1998) qui établissent trois dimensions : structurale, relationnelle et cognitive. Le CS structural « *fait référence à l'architecture générale des connections entre les acteurs* » (Nahapiet et Goshal, 1998, p. 244). Cela fait référence aux questions du type : qui est relié à qui et par quel moyen (Burt, 1992) ? Le CS relationnel renvoie aux actifs créés ou obtenus par le biais de ces relations et aux conditions de leur accès : confiance, obligations, attentes, normes, sanctions, processus identitaire (Nahapiet et Goshal, 1998, p. 244). La dimension cognitive du CS renvoie aux ressources structurant les représentations, les interprétations et les systèmes de construction de sens entre les parties.

L'approche multidimensionnelle apporte un enrichissement conceptuel indéniable à la recherche sur le capital social. Or, si de nombreux travaux récents s'inscrivent dans cette tendance (Liao et Welsh, 2005 ; Samuelson et Davidson, 2008 ; Molina-Morales et Martínez-Fernández, 2010 ; Fornoni, Arribas et Vila, 2011), la question de la fiabilité de la mesure se pose. Ainsi d'autres travaux se limitent à la mesure d'une ou deux dimensions. Ramos-Rodríguez, Medina-Garrido, Lorenzo-Gómez et Ruiz-Navarro (2010) mesurent le capital social à partir de l'existence ou pas d'un type de lien particulier (dimension structurale. L'entrepreneur est-il en relation avec au moins un autre entrepreneur ?). Coviello et Cox (2007) centrent aussi leur étude sur la dimension structurale mais avec une mesure plus détaillée ; ils évaluent la gamme des différents liens, la taille du réseau ou le nombre total de liens directs que possède l'entreprise. Lee et Jones (2008) après avoir identifié la structure relationnelle de chefs d'entreprise dans le secteur informatique concentrent leur étude sur la dimension cognitive de leur CS à travers l'analyse de leurs stratégies de communication et leurs expériences d'apprentissage. De même, Rodriguez et Santos (2007) étudient les dimensions cognitives et structurales.

Au final, la question qui se pose en matière de recherche sur les PME est de savoir s'il est possible d'appréhender de front les trois dimensions du capital social au niveau d'une entreprise, si petite soit-elle. Et si oui, comment s'opérationnalise ce type d'étude ?

2. Méthodologie de la recherche

Afin de délimiter notre champ d'investigation nous avons posé les limites suivantes à notre revue de la littérature : une date, un champ, la présence visible du concept à étudier.

Comme nous l'avons indiqué en introduction, notre revue couvre la période 2002/2011 soit 10 années de publications. Le choix de 2002 est en référence à la publication centrale d'Adler et Kwon publiée cette même année. Originellement, nous avions envisagé de couvrir une période plus longue et de démarrer à partir de 2000. Au-delà de la dimension symbolique, cela nous permettait de prendre comme borne de départ deux autres publications majeures : celle de Portes (1998) qui dressait un bilan de la recherche en matière de capital social (dans un cadre générique, non spécifique aux sciences de gestion et celle de Lin (1999) qui visait à construire une théorie des réseaux à partir du concept de capital social. Cette extension s'est en fait avérée inutile, notre recherche ne révélant aucune publication sur la période 2000/2001

dans le champ nous intéressant. Au final notre revue est donc « triplement » bornée à partir des trois références évoquées précédemment.

Afin d'identifier les publications traitant des recherches sur les PME et l'entrepreneuriat, nous avons ciblé 9 revues, toutes classées soit par l'AERES, soit dans la liste CNRS 2011. Seule une revue ne figure que dans une seule liste (IJESB). Nous avons conscience que d'autres revues pourraient compléter cette liste[5]. Le travail entrepris sera poursuivi en ce sens. Le nombre de revues s'approche de celui de Paynes et al. (2011) (12 revues). Deux revues nous sont communes (ETP et JBV).

Enfin, nous avons extrait sur la période concernée et parmi les revues identifiées, les articles incluant le terme « capital social » dans le titre de publication, dans la liste des mots clés ou dans le résumé de l'article. Notre démarche est analogue à celle suivie par Paynes et al. 2011 et conduites à partir d'outils similaires pour l'obtention des publications (EBSCO/BiblioSHS).

A partir de ces trois critères, nous avons identifié 75 articles (tableau 1) traitant du capital social dans des recherches portant sur les PME ou l'entrepreneuriat. La recherche de Paynes et al. (2011) sur une période double (1989-2008) les a conduits à identifier 109 articles (soit 9,08 articles par revue en moyenne). Par comparaison, notre revue de la littérature révèle une moyenne proche de 8,33 articles par revue (sachant toutefois que deux revues ont démarré leur publication en cours de période et que les périodes ne sont pas exactement comparable).

Tableau 1 : les publications sur le thème du capital social par revue

Revues	Classement CNRS	Classement AERES	Période couverte	Nombre d'articles
Entrepreneurship Theory and Practice	1	Oui	2002-2011	14*
International Entrepreneurship and Management Journal	4	Oui	2005-2011	4
International Journal of Entrepreneurship and Small Business	4	Non	2004-2011	15
International Small Business Journal	2	Oui	2002-2011	12*
Journal of Business Venturing	1	Oui	2002-2011	5
Journal of International Entrepreneurship	3	Oui	2002-2011	8
Journal of Small Business Management	2	Oui	2002-2011	4
Revue internationale PME	4	Oui	2002-2011	3
Small Business Economics	2	Oui	2002-2011	10
* n° spécial 2011, ** n° spécial 2007				**75**

La répartition des publications sur la période concernée tend à mettre en évidence une tendance légèrement croissante du nombre de publication en rapport avec le thème. Notons que les deux pics évidents (2007, 2011) s'expliquent en partie du fait de deux numéros spéciaux publiés par ETP et ISBJ (voir graphique n°1). La moyenne annuelle des publications calculée à partir des travaux de Paynes et al. (2011) indique 5,45 / article par an (109/20). Cette moyenne est toutefois trompeuse car l'article le plus ancien dans leur revue de littérature est daté de 1996, ce qui ramène la période étudiée à 13 années, soit un nombre

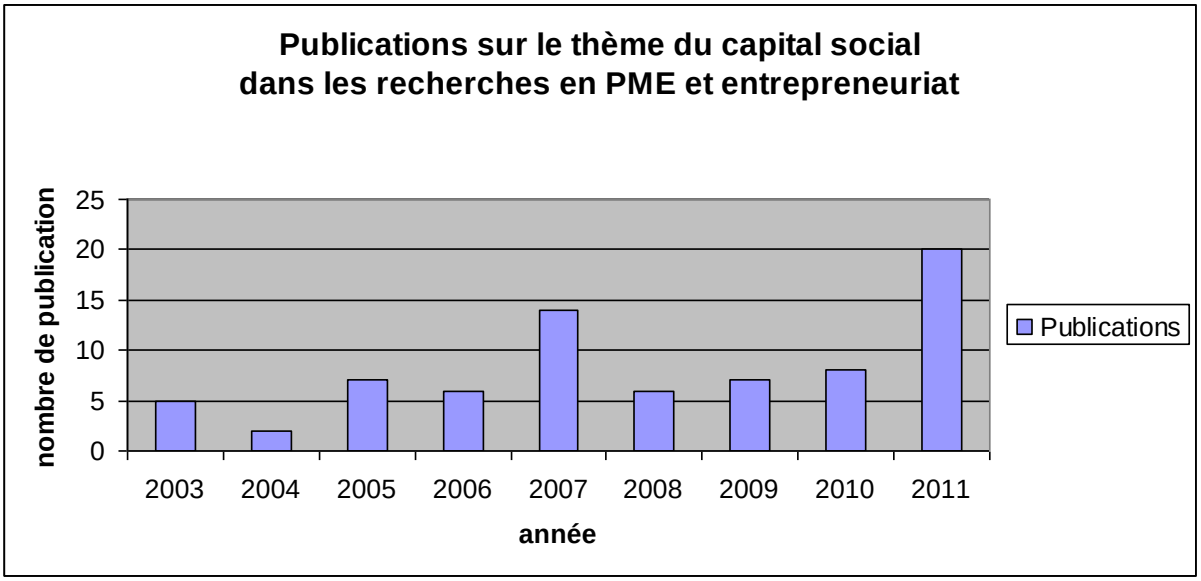
[5] Entrepreneurship and Regional Development, International Journal of Entrepreneurship and Innovation, International Journal of Entrepreneurial Behaviour, Journal or Small Business and Enterprise Development

moyen annuel de publications sur période de 8,4 articles par an. La moyenne observée sur notre base de données est de 7,5 (75 / 10 années) ; cette moyenne étant calculée à partir du nombre de revues moindre.

Si on compare les publications / an / revue pour les deux bases de données, on obtient les données suivantes : Paynes et al. ont recensé 109 articles dans 12 revues chacune parue sur une période couverte de 13 années (en retentant la date de l'article le plus ancien comme point de départ objectif), soit 109 / (12 X 13) = 0,698 article / revue / an. Notre base de données fait ressortir 75 travaux sur 10 ans pour 7 revues, et respectivement 8 ans pour IJESB et 7 ans pour IEMJ soit 75 / (7X10 + 8 + 7) = 0,88 article / revue / par an. Cette différence peut selon s'expliquer de deux façons : d'une part, le thème du capital social est plus spécifique et pertinent pour les recherches sur la PME et l'entrepreneuriat, d'autre part, le décalage dans le temps des périodes couvertes traduit un renforcement de l'intérêt pour la problématique (ce que montre la répartition des publications sur les deux bases de données (voir graphique n°1 et Paynes et al. 2011). Si ces deux explications sont plausibles, aucune en l'état ne peut être validée.

En l'état des données disponibles nous retenons toutefois que le thème s'inscrit durablement comme un centre d'intérêt pour les chercheurs en management et plus spécifiquement ceux travaillant dans le champ de la PME et de l'entrepreneuriat. De surcroît, cette tendance semble aller *crescendo*.

Graphique 1 : les publications sur les thèmes du capital social sur la période 2002-2011



3. Résultats et discussion sur la recherche en matière de capital social en PME/entrepreneuriat

En écho aux questions de recherche formulées dans la partie 1, nous avons retenu les catégories d'analyse suivantes : d'abord, nous avons recensé les auteurs et définitions de référence et caractérisé les positionnements retenus dans les publications. Ces éléments sont déterminants car ils structurent le champ de recherche (approche interne, externe ou mixte d'une part, individuel ou collective du capital social d'autre part). Ensuite, nous avons identifié les différents thèmes et problématiques posés par les chercheurs et, enfin, nous avons

analysé les méthodologies qui ont été employées. Les différents articles identifiés apparaissent dans le tableau n°2.

3.1. Auteurs de référence et positionnements des articles

L'analyse des articles étudiés met en évidence une assez grande homogénéité en termes de références aux auteurs clés. Toutefois, l'analyse de leur bibliographie met en évidence que les trois auteurs mis en avant dans les travaux de Lin (1999) et Portes (1998) et que nous avons présenté comme fondateurs, s'il demeurent assez abondamment cités, se retrouvent cependant relégués au second plan par rapport à des travaux plus contemporains mais dont le rayonnement est plus nette sur les travaux relatifs à la PME.

Tableau 2 les recherches sur le capital social dans les principales publications relatives à la PME et l'entrepreneuriat

Entrepreneurship Theory & Practices

1. Aarstad J, Haugland SA, Greve A. 2010
2. Carney M. 2005
3. Carr JC, Cole MS, Ring JK, Blettner DP. 2011
4. De Carolis DM, Litzky BE, Eddleston KA. W 2009
5. De Carolis DM, Saparito P. 2006
6. Greve A, Salaff JW. 2003
7. Jones CD, Makri M, Gomez-Mejia LR. 2008
8. Lester RH, Cannella Jr AA. 2006
9. Long RG. 2011.
10. Morse EA, Fowler SW, Lawrence TB. 2007
11. Mosey S, Wright M. 2007
12. Packalen KA. 2007
13. Pearson AW, Carr JC, Shaw JC. 2008
14. Sharma P. 2008

International Entrepreneurship and Management Journal

15. Fornoni M, Arribas I, Vila JE. 2011
16. Presutti M, Boari 2007
17. Rodríguez MJ, Santos FJ. 2007
18. Runyan RC, 2006

International Journal of Entrepreneurship and Small Business

19. Clarke R, Chandra R. 2011
20. Gurau C, Dana LP, Lasch F. 2010
21. Hughes M, Morgan R, Duane Ireland R, Hughes P. 2011
22. Iakovleva T, Kickul J. 2011
23. Kansikas J, Murphy L.. 2011
24. Lasch F. 2011
25. Mosek L, Gillin M, Katzenstein L. 2007
26. Ronning L. Social 2009
27. Ronning L. 2011
28. Schwarz EC. 2009
29. Tata J, Prasad S. 2008
30. Tata J, Prasad S. 2010
31. Torri MC. 2011
32. Uhlaner L, Ulijn J, Jenniskens I, Groen 2011
33. Verhoeff A, Menzel H. 2011

International Small Business Journal

34. Anderson A, Park J, Jack S. 2007
35. Audretsch DB, Aldridge TT, Sanders M. 2011
36. Bowey JL, Easton G. 2007
37. Casson M, Giusta MD.. 2007
38. Cope J, Jack S, Rose MB. 2007
39. Deakins D, Ishaq M, Smallbone D, Whittam G, Wyper J. 2007
40. Fang S-C, Tsai F-S, Lin JL 2010
41. Jansen RJG, Curseu PL, Vermeulen PAM, Geurts JLA, Gibcus P. 2011
42. Katila S, Wahlbeck O. 2011
43. Lee R, Jones O. 2008
44. Totterman H. 2005
45. Ramos-Rodriguez A-R, Medina-Garrido J-A, Lorenzo-Gomez J-D, Ruiz-Navarro J. 2011

Journal of Business Venturing

46. Baron RA, Markman GD. 2003
47. Bhagavatula S, Elfring T, Van Tilburg A, Van De Bunt GG. 2010
48. Bøllingtoft A, Ulhøi JP. 2005
49. Davidsson P, Honig B. 2003
50. Kwon SW, Arenius P. 2010

Journal of International Entrepreneurship

51. Arenius P. 2005
52. Coviello NE, Cox MP. 2007
53. Evald MR, Klyver K, Christensen PR. Th 2011
54. Han M. 2007
55. Kontinen T, Ojala A. 2011
56. Papagiannidis S, Li F, Etzkowitz H, Clouser M. 2009
57. Prashantham S. 2005
58. Salaran MM, Maritz 2009

Journal of Small Business Management

59. Bamford CE, Bruton GD, Hinson YL, 2006
60. Liao J, Welsch H. 2005
61. Molina-Morales FX, Martínez-Fernández MT 2010
62. Pirolo L, Presutti M. 2010

Revue internationale PME

63. Chabaud D, Ngijol. L; 2005
64. Geindre S. 2009
65. Suire R. 2004

Small Business Economics

66. Alexy OT, Block JH, Sandner P, Ter Wal A.L.J., 2011
67. Bastié F, Cieply S, Cussy P., SBE, 2011
68. Bosma N, Van Praag M, Thurik R, De Wit G. 2004
69. Honig B, Lerner M, Raban Y. 2006
70. Mueller P. 2006
71. Ravasi D, Marchisio G. Going public and the enrichment of a supportive network. 2003
72. Samuelsson M, Davidsson P. 2008
73. Uhlaner LM, Floren RH, Geerlings JR. 2007
74. Verheul I, Carree M, Thurik R. 2009
75. Westlund H, Bolton R. 2003

Ainsi, l'article de Nahapiet et Goshal (1998) est celui qui est le plus abondamment référencé (50% des articles), suivi par les travaux de Burt (1992) cités dans 46% des cas. Les deux références ne sont toutefois communes que dans un article sur deux (soit environ un quart des articles totaux donc). Le lien le plus fort est repérable entre les publications de Burt et Granovetter (1992) dont le travail est cité dans 34% des articles. Le lien entre les travaux liés à la structure du capital social (Burt) d'une part et la dimension relationnelle de celle-ci (Granovetter, 1992) préfigurent assez bien de la tendance à « multi-dimensionnaliser » la notion de capital social, soulignant ainsi la pertinence de la synthèse proposée par Nahapiet et Goshal. Ceci en fait aujourd'hui une publication difficile à contourner dans le champ qui nous intéresse. Parmi les travaux pionniers, ceux de Coleman sont abondamment repris également (44%). Bourdieu et Putnam étant cités plus marginalement (26% et 20%).

Parmi les travaux de synthèse sur le concept que nous avons mis en avant dans la première partie, Portes (1998) est référencé dans 20% des cas, Lin (1999) dans 14% des cas. Les travaux de Adler et Know sont beaucoup plus significativement repris ce qui s'explique en partie du fait du canal de diffusion (Academy Management Review) dont le rayonnement est sans doute plus fort auprès des chercheurs en sciences de gestion ou en économie que l'Annual Review of Sociology ou Connections.

Concernant le positionnement des publications étudiées relativement au caractère individuel ou collectif du capital social d'une part, et interne ou externe d'autre part (*bonding vs bridging*), nous observons qu'en matière d'études relatives à l'entrepreneur et/ou à la PME les caractères individuels et externes sont dominants.

Le caractère collectif du capital social est mis en avant dans un quart des publications seulement. Il concerne principalement les études relatives aux entreprises familiales (Carney 2005, Lester et al. 2006, Jones et al. 2008, Pearson et al. 2008, Carr et al. 2011) le CS étant abordé comme un actif collectivement construit et détenu par les membres de famille ; Cette approche est également déterminante pour les travaux intégrant une dimension géographique et identitaire (type culture nationale ou culture locale d'un district) (Kwon et Arenius, 2010 ; Molina Moralès et Martínez-Fernández, 2010). Nous n'avons recensé qu'une dizaine d'articles où le CS est abordé sous un angle intra-organisationnel. On retrouve dans ces études celles portant sur l'entreprise familiale, mais aussi des recherches liées à la reprise d'entreprise et à la difficulté de maintenir le capital social dans l'organisation lorsque le dirigeant se retire (Tata et Prasad, 2010). Cette dimension donnant toutefois souvent lieu à une double approche intra et inter-organisationnelle (Bamford, 2006 ; Geindre, 2009).

La prédominance des travaux portant sur les caractéristiques individuelles du capital social et inter-organnisationnelles sont assez évidentes lorsqu'il s'agit d'entrepreneuriat ou de PME. En effet, la PME étant par nature un « espace de transaction » (Marchesnay et Julien, 1990), elle impose à son dirigeant de nouer des relations externes. Ce point étant encore plus saillant pour un entrepreneur.

3.2. Thèmes et problématiques de recherche

Les thèmes et problématiques des publications analysées se regroupent autour de trois sous-thèmes principaux. On distinguera une première catégorie de travaux cherchant à comprendre le rôle du CS en matière de création d'entreprise. Dans le prolongement, de nombreuses recherches étudient les effets du CS sur la performance de la PME. Dans les deux cas, le CS est traité comme une variable indépendante ou explicative. La création d'entreprise ou les

indicateurs de performance de la PME sont alors appréhendées comme des variables dépendantes ou expliquées. La troisième catégorie de travaux s'intéresse au processus de construction du CS, celui-ci étant alors traité comme une conséquence de diverses variables.

3.2.1 Thème 1 : CS et création

D'une manière générale, la littérature tend à démontrer que le CS favorise la création car il permet une meilleure reconnaissance d'opportunités et facilite l'accès à d'autres ressources. En ce sens, ces recherches renforcent la pertinence des apports de Bourdieu (1980) qui indique que les différentes formes de capital ne sont pas indépendantes.

Pour Mueller (2006, p. 55), le « *CS est un stimulus important pour les entrepreneurs naissants* (c'est-à-dire ceux dont le projet est encore en gestation) » plus important encore que le capital financier (p. 56). Pour Davidsson et Honig (2003), le CS favorise la progression du processus entrepreneurial (p. 320). La connaissance en la matière parait suffisamment stabilisée pour générer des recherches sur des catégories toujours plus spécifiques. Ainsi, Rodríguez et Santos (2007) étudient le cas des femmes entrepreneurs en Espagne soulignant ainsi qu'elles souffrent d'un déficit de CS qui limite leur capacité à obtenir des financements institutionnels. Ce résultat sur le genre reste toutefois ouvert. En effet, Runyan et al. (2006 p. 471) affirment que les femmes disposent de niveaux élevés de CS et ce, du fait de leur qualité supérieure de réseautage et de meilleures capacités à établir des consensus (Daniel 2004 cité par Runyan et al.). Divers travaux s'intéressent plus spécifiquement au rôle du CS pour les minorités ethniques : Deakins et al. (2007).étudient différentes minorités ethniques en Ecosse, Clarke et Chandra, (2011) s'intéressent ainsi à la communauté hispanique aux Etats Unis, et Katila et Wahlbeck (2011) se concentrent sur les entrepreneurs chinois et turques en Finlande. A des degrés divers, ces études mettent en évidence le rôle positif du CS en matière de création mais soulignent également que celui-ci peut avoir des effets inhibiteurs. « *Le CS peut être une aide ou une entrave* » (Deakins et al., p. 320).

Le CS s'avère utile aux entrepreneurs car il favorise la reconnaissance d'opportunités (Chabaud et Ngijol, 2005 ; Bhagavatula et al. 2010 ; Audretsch et al. 2011). De Carolis et al. (2009) montrent notamment que le CS impacte favorablement l'illusion de contrôle que développent les entrepreneurs tout en améliorant leur propension à prendre des risques. En outre, Bhagavatula et al. (2010) observent qu'un accès supérieur à du CS facilite l'accès aux ressources financières dans l'industrie du tissage en Inde. Les travaux de Samuelsson et Davidsson (2008) montrent que les effets (favorables) du CS sont observables dans le cas de création d'entreprise innovante (*innovatives*) ou suiveuses (*imitative*).

Si le CS semble être une condition nécessaire du succès (en tout cas favorable) du processus entrepreneuriale, elle n'est cependant pas suffisante si on en croit les résultats de Liao et Welsh (2005). En effet, ces auteurs concluent leur analyse comparative en affirmant que « [les] *résultats* [indiquent] *qu'il n'y a aucune différence significative en ternes de capital social entre le public général (groupe de contrôle) et les entrepreneurs naissants. En fait, les non entrepreneurs ont un niveau de capital social cognitif supérieur à celui des entrepreneurs naissants* » (Liao et Welsh, 2005, p. 358). Plusieurs études soulignent notamment que le CS s'avère utile en complément d'autres formes de capital et notamment le capital humain (CH) (éducation, expérience, compétences). L'expérience professionnelle passée augmente la taille du réseau relationnel des individus et favorise leur destin d'entrepreneur (Mosey et Wright, 2007). Packalen (2007) souligne de son côté l'effet légitimant de l'expérience. La relation favorable entre CH et CS n'est pourtant pas univoque. En effet, des résultats contradictoires

sont à relever dans la littérature. Ainsi, Bhagavatula et al. 2010 soulignent que l'expérience augmente le niveau de contrainte agrégée (mesure inversement proportionnelle à la présence de trous structuraux, Burt, 1992) et le niveau de fermeture de leur réseau (*closure*). Or, « *ceci a un effet négatif sur la reconnaissance d'opportunités* » (Bhagavatula et al. 2010, p. 258). Dans le même ordre d'idée, Ronning (2011) met en évidence le rôle modérateur (négatif) du CH sur l'activité entrepreneuriale. Pour Davidson et Honig (2003, p. 324), c'est l'expérience entrepreneuriale qui est valorisable alors que l'expérience managériale est effectivement de nature à « *favoriser les routines qui ne facilitent pas la reconnaissance d'opportunité et/ou des procédures d'acquisition ou d'allocation des ressources qui ne sont pas adaptées pour une exploitation entrepreneuriale efficace* ».

Le débat sur l'efficacité du CS reste donc en partie ouvert, notamment sur des problématiques traitant de l'adéquation de cette forme de capital avec d'autres formes de capital immatérielles (capital humain, culturel ou réputationnel).

Une autre sujet émergeant selon nous en matière d'entrepreneuriat porte sur les questions relatives au rôle du CS lors de reprises / transmissions d'entreprise (familiale ou non). Nous avons relevé seulement quatre études. Une étude concerne le choix du mode d'entrée de l'entrepreneur (Bastié et al., 2011) alors que les trois autres s'intéressent au processus de changement de dirigeant. Ainsi, Bamford et al. s'intéressent à la déperdition de CS lors du départ du chef d'entreprise et souligne le risque associé. Geindre (2009) met en évidence la difficulté de transférer le CS lors d'un projet de reprise et souligne la nécessité de passer d'un CS individuel à un CS organisationnel du point de vue du cédant et propose des tactiques à mettre en place pour le repreneur. Tata et Prasad (2010) développent un modèle théorique pour agréger le CS du sortant et du successeur dans le cas des entreprises familiales.

3.2.2 Thème 2 CS et développement de la PME

La deuxième thèse largement défendue dans la littérature concerne les effets positifs du CS sur la croissance ou la performance en général de la PME. Bosma et al. (2004) montrent notamment le lien existant entre CS et survie ou croissance (en termes d'emploi) de l'entreprise. Pour Mosek et al. (2007) la confiance sociale (reconnue comme un indicateur de CS) influence la pérennité de l'entreprise et sa croissance. Le lien entre CS et performance financière a également donné lieu à plusieurs études que ce soit en termes de revenus des entrepreneurs (Baron et Markmann, 2003 ; Runyan et al. 2006) ou de chiffres d'affaires de l'entreprise (Baron et Markmann, 2003 ; Honig et al, 2006) ou de résultat net (Bosma et al., 2004). Selon nous, cet effet positif sur la performance est indirect et doit s'entendre comme un effet du CS sur différentes variables intermédiaires comme l'innovation, la productivité ou les opportunités de développement stratégique.

Ainsi, Salaran et Maritz (2009) montrent l'impact favorable du CS sur l'activité de recherche et la productivité de la recherche. Molina-Morales, et Martínez-Fernández (2010) confirment cette idée et mettent en évidence que des niveaux supérieurement significatifs de CS influent favorablement l'innovation (mesurée à partir des innovations de processus et du nombre de produits nouveaux mis sur le marché). Les travaux de Pirolo et Presutti (2010) confirment cet effet positif à partir de la mesure du nombre de nouveaux produits, de nouveaux services ou technologies mis sur le marché. Toutefois, leurs travaux indiquent des effets ambivalents selon la nature forte ou faible des liens des dirigeants. Alors que les liens faibles sont sources d'opportunité et favorisent l'innovation, les liens forts enferment dans des routines et réduisent les capacités innovatrices des entreprises.

Dans certains cas, l'information rare et précoce accessible grâce à la qualité du CS du dirigeant est à la base même de l'activité de l'entreprise. C'est une source d'avantage concurrentiel dans le processus productif d'un promoteur immobilier (Geindre 2009). Aarstad et al. (2010) montrent que la productivité de micro-producteurs d'électricité en Norvège s'améliore lorsque des entreprises souffrant d'un déficit de CS se rapprochent de concurrents plus richement dotés en CS. Salaran et Maritz (2009) mesurent dans un contexte très différents (des chercheurs universitaires australiens) l'effet positif de leur CS sur leurs productions (publications) : « *les résultats indiquent qu'il y a une relation entre les interactions sociales* [ce qui prend en compte la fréquence des interactions et la proximité émotionnelle] *et la productivité* » (p. 276).

La qualité du CS agit également sur les opportunités de développement stratégique. Carla et al. (2008) montrent ainsi que, dans le cas des groupes familiaux, un CS fort facilite la confiance entre les membres dirigeants de la famille et leurs directeurs de filiales ce qui améliore la circulation de l'information et légitime leurs propositions de développement de type diversification. Les effets du CS sur l'internationalisation ont également donné lieu à plusieurs publications. Celles-ci tendent à corroborer les travaux spécifiques aux processus d'internationalisation qui soulignent le rôle clé des réseaux (Johanson et Vahlne, 2009). Han (2007) démontre théoriquement que le CS est de nature à favoriser l'internationalisation ce que tend à confirmer les études de cas réalisées par Coviello et Cox (2007) sans toutefois présenter de données empiriques susceptibles d'être généralisées (faible validité externe de l'étude). Plusieurs travaux complémentaires apportent des arguments de nature à corroborer l'effet favorable en matière d'internationalisation. Arenius (2005) met ainsi en évidence que le capital social créé avec des partenaires étrangers « *modère la relation négative entre la distance psychique* [définie comme « *les facteurs tels que les différences linguistiques, culturelles et de pratiques des affaires qui inhibent et perturbent le flux d'information entre une entreprise et un marché* », p. 115) *et la vitesse de pénétration d'un marché* » (p. 127). Par ailleurs, Evald et al. (2011) montrent que le fait de connaître un autre entrepreneur ayant créé dans les deux dernières années, quelque part dans le monde, impacte positivement l'intention du dirigeant d'exporter dès la première année de création de son entreprise. Les effets du CS sont également mesurés localement, dans la mesure où un niveau de CS élevé au sein d'un territoire est de nature à réduire les coûts de contrôle et de coordination, à favoriser la confiance et la reconnaissance entre partenaires d'affaires (Presutti et Boari, 2008).

D'autres études plus isolées s'intéressent à des effets spécifiques du CS également de nature à améliorer la performance de la PME et/ou son développement. Ainsi, Packalen (2007) montre que le CS renforce la légitimité des équipes de créateurs et facilite leur accès aux ressources financières. Jansen et al. (2011) soulignent les effets favorables du CS sur les processus de décisions au sein des firmes.

Globalement, la mesure des *effets* permet de révéler la pertinence de la ressource CS dans le processus de création et de management de la PME. Toutefois, ces résultats permettent peu de créer des connaissances actionnables pour les praticiens (sauf à souligner la nécessité de forger des relations avec son environnement avec ses pairs). Ce constat doit donc conduire les chercheurs à s'interroger sur les modalités d'accumulation de capital social et donc, de poser des hypothèses où le capital social n'est plus traité comme une variable explicative mais comme une variable expliquée. Une analyse en termes de processus d'accumulation de capital social est, selon nous, susceptible de produire des connaissances actionnables fortement valorisables pour des entrepreneurs, des dirigeants ou des structures d'accompagnement.

3.3.3 Le CS comme finalité de la recherche

Les recherches qui contribuent à mieux comprendre comment se construit le CS de l'entrepreneur ou de la PME s'organisent autour de deux questions de recherche principales : d'une part, quels sont les facteurs qui agissent sur le CS (logique causale) ? Et quels sont les processus de construction / d'accumulation du CS ? Ces recherches sont beaucoup moins nombreuses. Nous avons recensé quatre études où le CS est appréhendé explicitement comme une variable expliquée (Greve et Salaff, 2003, Totterman, 2005, Presutti et Boari, 2007, Lee et Jones 2008). Dans deux recherches, le CS est une variable intermédiaire (Ravasi et Marchisio, 2003 ; Bhagavatula, 2010). Enfin, trois recherches empiriques s'intéressent à la dimension processuelle d'accumulation du CS (Bøllingtoft, et Ulhøi, 2005 ; Bowey, J. L. & Easton, 2007 ; Geindre, 2009). A ces travaux, s'ajoutent plusieurs modèles conceptuels (Lester et Cannella, 2006 ; Han, 2007 ; Morse et al., 2007 ; Papagiannidis et al., 2009 ; Long 2011) proposant des éléments théoriques sur les fondations du CS.

Un des enjeux de ces travaux est de mieux comprendre l'interaction entre les trois dimensions du capital social (relationnel ou CSR, cognitif ou CSC et structural ou CSS). Pour Lee et al (2010) le CS cognitif (Vision partagée, langage partagé, connaissance commune et cohésion) est la base du CS relationnel (p. 584) (confiance, attentes, obligations, normes, identification). En ce sens, ce résultat prolonge les résultats de Liao et Welsch (2005) qui suggèrent que le CSS (nombre et structure des liens) influence CSR et CSC. On retrouve cette même idée dans le modèle conceptuel de Han (2007) ou celui de Long (2011). Paradoxalement pourtant, Fornoni et al. (2011) mesurent une absence de corrélation entre CSS et CSR dans leurs travaux méthodologiques (proposition d'échelle de mesure). Ce résultat montre donc que la recherche en la matière nécessite encore des approfondissements.

Concernant le processus, comme le note Bowey et Easton (2007, p. 280) « *le développement de CS est un processus complexe qui requiert du temps du contenu économique et social et un contexte favorable* ». Le peu de travaux en la matière, notamment empirique, est de nature à susciter un large intérêt pour les chercheurs en entrepreneuriat ou traitant des PME. L'angle choisi par Baron et Markman (2003), repris par Geindre (2009) relatif à la compétence sociale des dirigeants nous parait particulièrement adapté pour développer des connaissances actionnables pour les dirigeants et entrepreneurs.

3.3. Choix méthodologiques des auteurs

L'analyse des choix méthodologiques des articles met en évidence une grande variété d'approches de la part des chercheurs. En effet, parmi les articles de notre base nous identifions 14 articles purement conceptuels (développement de modèles ou propositions sur la base d'une revue de la littérature), 36 articles testent des hypothèses à partir d'échantillons (approches confirmatoires principalement), 12 articles sont fondés sur des études de cas (approches processuelles). Le reste des articles se répartit entre des approches mixtes de type étude de cas et questionnaires (Ravasi et Marchisio, 2003 ; Deakins et al. 2007) plutôt exploratoires ou des articles méthodologiques (développement d'échelles de mesure : Carr et al. 2011 ; Fornoni et al. 2011). Un certain nombre d'articles n'ont pas été classés du fait de leur caractère atypique (introduction de numéro spécial, articles où le concept de CS malgré le filtre de tri initial est une notion marginale de la recherche).

L'analyse des recherches utilisant une méthodologie d'échantillonnage avec test d'hypothèses met en évidence une grande diversité dans la mesure de la variable CS. Ainsi le nombre

d'items mesurant le capital social varient avec un minimum de une ou deux questions : connaissez-vous personnellement quelqu'un qui a créé une affaire dans les deux dernières années ? (Evald et al. , 2011) Est ce qu'un de vos parents était entrepreneur ? Votre conjoint est-il partie prenante de votre affaire ? (Mueller, 2006) ; Connaissez-vous des personnes ayant créé une affaire dans les deux dernières années ? Avez vous fourni du capital à un créateur d'entreprise dans les trois années passées ? (Ramos-Rodriguez et al., 2011). A l'opposé, Presutti et Boari (2007) utilisent 18 items pour mesurer les trois dimensions du capital social. Fang et al. (2010) en utilisent 13, Liao et Welsh, 10. Selon nous, ces travaux sont riches pour mettre en exergue le rôle positif du CS. Toutefois, elles ne permettent que rarement de comprendre comment s'est construit cet actif valorisable. A l'inverse, les différentes recherches fondées sur une stratégie de type étude de cas rendent possible l'accès à ce type de connaissance (Adler et Kwon, 2002 ; Mosey et Wright, 2007). Le nombre de cas étudiés varient du cas unique (Bøllingtoft, A., et Ulhøi, 2005 ; Geindre, 2009) abordé de manière longitudinal à 24 cas (Mosey et Wright, 2007). En moyenne, les chercheurs travaillent à partir de 6 cas environ (moyenne = 6,33, écart-type = 6,77).

Perspectives, limites et conclusion

Selon nous, la mise en perspective des différents travaux de recherche portant sur le capital social en matière d'entrepreneuriat et de PME permet à la fois de dresser un bilan sur cet actif immatériel particulier et d'identifier des pistes de prolongement de ces résultats. Cette approche pourrait être complétée par une analyse bibliométrique à l'instar des travaux de Castagnos, Boissin et Guieu (1997) réalisés grâce au logiciel sampler (mesure de co-occurrences de citations). La démarche, vise à mettre au jour des réseaux d'auteurs à partir des bibliographies avec pour objectif d'identifier des régularités thématiques et/ou théoriques et, le cas échéant, de souligner des manques dans la littérature susceptibles d'orienter la recherche à venir. Ces travaux sont donc naturellement complémentaires aux nôtres.

D'une manière générale, le capital social est un actif valorisable pour l'entrepreneur et le dirigeant de PME. Il est vecteur de croissance, et *in fine*, de performance pour l'entreprise. Ce point doit toutefois être nuancé : lorsque le capital social est un élément de différenciation, c'est-à-dire une ressource accessible de manière privilégiée par rapport à ses pairs alors il est susceptible d'enrichir les processus de réflexion ou de décisions du fait de l'obtention d'informations rares et/ ou précoces. C'est donc d'autant plus vrai que l'individu bénéficie de trous structuraux, qu'il maîtrise un nombre important de liens faibles et bénéficie donc d'une structure relationnelle susceptible d'offrir l'opportunité de développer des relations plus encastrées et donc de migrer vers un CS cognitif et relationnel. En ce sens, le capital social est donc surtout externe (*bridging*) et plutôt individuel (cas de figure n°1). A l'inverse, lorsque l'acteur est contraint par un capital social normalisant les pratiques (poids des normes, des contraintes de réciprocité, des enjeux en matière de réputation) au sein du groupe, alors il inhibe la différenciation, la création, l'innovation (cas de figure n°2). Paradoxalement pourtant un des effets attendus de l'accumulation de capital social dans ses différentes dimensions (notamment à partir de sa base structurale) est de nature même à faire migrer un acteur du cas n°1 au cas n°2. Ce paradoxe illustre selon nous, la nécessité de développer des travaux sur la dynamique de l'accumulation, de l'utilisation mais aussi de l'effet du capital social pour les entrepreneurs et dirigeants de PME à l'instar de ceux conduits par Greve et Salaff, (2003), Coviello et Cox (2007) ou Pirolo et Presutti (2011).

Une autre voie de développement liée aux effets négatifs du CS sur le développement des PME est selon nous, une seconde piste digne d'intérêt, dans la mesure où la littérature actuelle

souligne des relations parfois contrastées entre la variable CS et les indicateurs de performance. En effet, comme le note Portes (1998) le CS peut générer l'exclusion *d'outsiders*, des réclamations excessives des membres du groupe, des restrictions sur les libertés individuelles ou l'émergence de normes nivelant par le bas. Ce constat réalisé au niveau sociétal, affecte probablement les entrepreneurs et dirigeants de PME. La structuration actuelle des territoires notamment par la mise en place de pôles de compétitivité dans le cas français peut dans une certaine mesure faire apparaître ce type de phénomène.

bibliographie

Aarstad, J., Haugland, S. A., & Greve, A. (2010). Performance Spillover Effects in Entrepreneurial Networks: Assessing a Dyadic Theory of Social Capital. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *34*(5), 1003–1019.

Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of management review*, 17–40.

Aldrich, H. E. and Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through Social Networks', in D. Sexton and R. Smilor (eds) *The Art and Science of Entrepreneurship*, New York: Ballinger, 3–23.

Alexy, O. T., Block, J. H., Sandner, P., & Ter Wal, A. L. J. (2011). Social capital of venture capitalists and start-up funding. *Small Business Economics*.

Anderson, A., Park, J., & Jack, S. (2007). Entrepreneurial Social Capital: Conceptualizing Social Capital in New High-tech Firms. *International Small Business Journal*, *25*(3), 245–272.

Arenius, P. (2005). The psychic distance postulate revised: from market selection to speed of market penetration. *Journal of International Entrepreneurship*, *3*(2), 115–131.

Audretsch, D. B., Aldridge, T. T., & Sanders, M. (2011). Social capital building and new business formation: A case study in Silicon Valley. *International Small Business Journal*, *29*(2), 152–169.

Bamford, C. E., Bruton, G. D., & Hinson, Y. L. (2006). Founder/chief executive officer exit: a social capital perspective of new ventures. *Journal of Small Business Management*, *44*(2), 207–220.

Baron, R. A., & Markman, G. D. (2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, *18*(1), 41–60.

Bastié, F., Cieply, S., & Cussy, P. (2011). The entrepreneur's mode of entry: the effect of social and financial capital. *Small Business Economics*.

Bauernschuster, S., Falck, O., & Heblich, S. (2010). Social capital access and entrepreneurship. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 821–833.

Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A., & Van De Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, *25*(3), 245–260.

Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 3(1), 107-117.

Bøllingtoft, A., & Ulhøi, J. P. (2005). The networked business incubator—leveraging entrepreneurial agency? *Journal of Business Venturing*, *20*(2), 265–290.

Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R., & De Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, *23*(3), 227–236.

Bourdieu, P. (1980). Le capital social, notes provisoires., *31*, 2–3.

Bowey, J. L., & Easton, G. (2007). Entrepreneurial Social Capital Unplugged: An Activity-based Analysis. *International Small Business Journal*, *25*(3), 273–306

Burt, R. S. (1995). Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur. *Revue française de sociologie*, 599–628.

Burt, Ronald S. (1992), *Structural holes. The Social Structure of Competition*, Cambridge, Harvard University Press, 310 p.

Carney, M. (2005). Corporate Governance and Competitive Advantage in Family-Controlled Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *29*(3), 249–265.

Carr, J. C., Cole, M. S., Ring, J. K., & Blettner, D. P. (2011). A Measure of Variations in Internal Social Capital Among Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *35*(6), 1207–1227.

Casson, M., & Giusta, M. D. (2007). Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective. *International Small Business Journal*, *25*(3), 220–244.

Castagnos, J-C, Boissin J-P, & Guieu, G., (1997). « Revues francophones et recherche en stratégie », *Économies et Sociétés*, tome XXXI, n° 7-8, série Sciences de gestion n° 23, pp. 37-63

Chabaud, D., & NGIJOL, J. (2005). La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités de marché. *Revue internationale P.M.E.*, *18*(1).

Clarke, R., & Chandra, R. (2011). Bridging voids: constraints on Hispanic entrepreneurs building social capital. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *14*(2), 286.

Coleman, J., S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, *94*, 95–121.

Cope, J., Jack, S., & Rose, M. B. (2007). Social Capital and Entrepreneurship: An Introduction. *International Small Business Journal*, *25*(3), 213–219.

Coviello, N. E., & Cox, M. P. (2007). The resource dynamics of international new venture networks. *Journal of International Entrepreneurship*, *4*(2-3), 113–132.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, *18*(3), 301–331.

De Carolis, D. M., & Saparito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *30*(1), 41–56.

De Carolis, D. M., Litzky, B. E., & Eddleston, K. A. (2009). Why networks enhance the progress of new venture creation: The influence of social capital and cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *33*(2), 527–545.

Deakins, D., Ishaq, M., Smallbone, D., Whittam, G., & Wyper, J. (2007). Ethnic Minority Businesses in Scotland and the Role of Social Capital. *International Small Business Journal*, *25*(3), 307–326.

Degenne, A., & Forsé, M. (1994). *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin, 288p.

Evald, M. R., Klyver, K., & Christensen, P. R. (2011). The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions. *Journal of International Entrepreneurship*, *9*(1), 1–19.

Fang, S.-C., Tsai, F.-S., & Lin, J. L. (2010). Leveraging tenant-incubator social capital for organizational learning and performance in incubation programme. *International Small Business Journal*, *28*(1), 90–113.

Fornoni, M., Arribas, I., & Vila, J. E. (2011). Measurement of an individual entrepreneur's social capital: a multidimensional model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *7*(4), 495–507.

Geindre, S. (2009). Le transfert de la ressource réseau lors d'un processus de reprise. *Revue internationale P.M.E.*, *22*(3-4), 109–137.

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. – *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure : the problem of embeddedness. – *American Journal of Sociology*, 91 (3), 481-510.

Granovetter, M. (1992). Problems of explanation in economic sociology, In : *Networks and organizations : structure, form and action*, Edited by N. Nohria et R. Eccles. 25-56.

Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, *28*(1), 1–22.

Gurau, C., Dana, L. P., & Lasch, F. (2010). Human capital for successful entrepreneurial ventures: the profile of the top management team (TMT) in UK biopharmaceutical SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *11*(4), 436

Han, M. (2007). Developing social capital to achieve superior internationalization: A conceptual model. *Journal of International Entrepreneurship*, *4*(2-3), 99–112.

Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship:: A critical review. *Journal of business venturing*, *18*(2), 165–187.

Honig, B., Lerner, M., & Raban, Y. (2006). Social Capital and the Linkages of High-Tech Companies to the Military Defense System: Is there a Signaling Mechanism? *Small Business Economics*, *27*(4-5), 419–437.

Hughes, M., Morgan, R., Duane Ireland, R., & Hughes, P. (2011). Network behaviours, social capital, and organisational learning in high-growth entrepreneurial firms. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *12*(3), 257–272.

Iakovleva, T., & Kickul, J. (2011). Beyond social capital: the role of perceived legitimacy and entrepreneurial intensity in achieving funding success and superior venture performance in women-led Russian SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *14*(1), 13.

Jansen, R. J. G., Curseu, P. L., Vermeulen, P. A. M., Geurts, J. L. A., & Gibcus, P. (2011). Information processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness. *International Small Business Journal*.

Johanisson, B., & Nowicki, K. (1992). Using networks to organize support for entrepreneurs – a graph analysis of swedish contexts. *Frontiers of Entrepreneurship Research.* Babson College. p. 645-661.

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership, *Journal of International Business Studies* vol. 40, n°9, p. 1411–1431

Jones, C. D., Makri, M., & Gomez-Mejia, L. R. (2008). Affiliate Directors and Perceived Risk Bearing in Publicly Traded, Family-Controlled Firms: The Case of Diversification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *32*(6), 1007–1026. Julien, P. A. (2008). Trente ans de théorie sur les PME: de l'approche économique à la complexité. *Revue internationale PME*, *21*(2), 119–144.

Julien, P. A. (2008). Trente ans de théorie sur les PME: de l'approche économique à la complexité. *Revue internationale PME*, 21(2), 119–144.
Kansikas, J., & Murphy, L. (2011). Bonding family social capital and firm performance. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *14*(4), 533.
Katila, S., & Wahlbeck, O. (2011). The role of (transnational) social capital in the start-up processes of immigrant businesses: The case of Chinese and Turkish restaurant businesses in Finland. *International Small Business Journal*.
Kontinen, T., & Ojala, A. (2011). Social capital in relation to the foreign market entry and post-entry operations of family SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, *9*(2), 133–151.
Kwon, S. W., & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, *25*(3), 315–330.
Lasch, F. (2011). Beyond the concept of human and social capital: the impact of the regional environment on high-tech venturing. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *14*(1), 56.
Lazega, E. (1998), *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, Paris, Presses universitaires de France, Collection, Que sais-je ?, 127 p.
Lee, R., & Jones, O. (2008). Networks, Communication and Learning during Business Start-up: The Creation of Cognitive Social Capital. *International Small Business Journal*, *26*(5), 559–594.
Lester, R. H., & Cannella Jr, A. A. (2006). Interorganizational Familiness: How Family Firms Use Interlocking Directorates to Build Community-Level Social Capital1. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *30*(6), 755–775.
Liao, J., & Welsch, H. (2005). Roles of Social Capital in Venture Creation: Key Dimensions and Research Implications*. *Journal of Small Business Management*, *43*(4), 345–362.
Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, *22*(1), 28–51.
Long, R. G. (2011). Commentary: Social Exchange in Building, Modeling, and Managing Family Social Capital. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *35*(6), 1229–1234.
Marchesnay, M. (2008). Trente ans d'entrepreneuriat et PME en France : naissance, connaissance, reconnaissance, *Revue internationale P.M.E*, 21 (2), 145-168
Marchesnay, M., & Julien, P.-A. (1990). The small business: as a transaction space. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2 (3), 267–278.
Molina-Morales, F. X., & Martínez-Fernández, M. T. (2010). Social networks: effects of social capital on firm innovation. *Journal of Small Business Management*, *48*(2), 258–279.
Morse, E. A., Fowler, S. W., & Lawrence, T. B. (2007). The Impact of Virtual Embeddedness on New Venture Survival: Overcoming the Liabilities of Newness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *31*(2), 139–159.
Mosek, L., Gillin, M., & Katzenstein, L. (2007). Evaluating the donor: enterprise relationship in a not-for-profit social entrepreneurship venture. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *4*(5), 586.
Mosey, S., & Wright, M. (2007). From Human Capital to Social Capital: A Longitudinal Study of Technology-Based Academic Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *31*(6), 909–935.
Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in the Region: Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs? *Small Business Economics*, *27*(1), 41–58.
Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 242–266.
Packalen, K. A. (2007). Complementing capital: The role of status, demographic features, and social capital in founding teams' abilities to obtain resources. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *31*(6), 873–891.
Papagiannidis, S., Li, F., Etzkowitz, H., & Clouser, M. (2009). Entrepreneurial networks: A Triple Helix approach for brokering human and social capital. *Journal of International Entrepreneurship*, *7*(3), 215–235.
Payne, G. T., Moore, C. B., Griffis, S. E., & Autry, C. W. (2011). Multilevel Challenges and Opportunities in Social Capital Research. *Journal of Management*, *37*(2), 491–520.
Pearson, A. W., Carr, J. C., & Shaw, J. C. (2008). Toward a theory of familiness: A social capital perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *32*(6), 949–969.
Pirolo, L., & Presutti, M. (2010). The Impact of Social Capital on the Start-ups' Performance Growth. *Journal of Small Business Management*, *48*(2), 197–227.
Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *American Review of sociology*, *24*(1), 1–24.
Prashantham, S. (2005). Toward a knowledge-based conceptualization of internationalization. *Journal of International Entrepreneurship*, *3*(1), 37–52.
Presutti, M., & Boari, C. (2007). Space-related antecedents of social capital: some empirical inquiries about the creation of new firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *4*(2), 217–234.
Ramos-Rodriguez, A.-R., Medina-Garrido, J.-A., Lorenzo-Gomez, J.-D., & Ruiz-Navarro, J. (2011). What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal*, *28*(6), 566–582.

Ravasi, D., & Marchisio, G. (2003). Going public and the enrichment of a supportive network. *Small Business Economics*, *21*(4), 381–395.

Rodríguez, M. J., & Santos, F. J. (2007). Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *5*(1), 45–64.

Ronning, L. (2009). Social capital: an asset or a liability to entrepreneurial activity? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *7*(2), 232.

Ronning, L. (2011). Social capital and new business start-ups: the moderating effect of human capital. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *12*(2), 207.

Runyan, R. C., Huddleston, P., & Swinney, J. (2006). Entrepreneurial orientation and social capital as small firm strategies: A study of gender differences from a resource-based view. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, *2*(4), 455–477.

Salaran, M. M., & Maritz, A. (2009). Entrepreneurial environment and research performance in knowledge-based institutions. *Journal of International Entrepreneurship*, *7*(4), 261–280.

Samuelsson, M., & Davidsson, P. (2008). Does venture opportunity variation matter? Investigating systematic process differences between innovative and imitative new ventures. *Small Business Economics*, *33*(2), 229–255. doi:10.1007/s11187-007-9093-7

Schwarz, E. C. (2009). Building a sense of community through sport programming and special events: the role of sport marketing in contributing to social capital. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *7*(4), 478.

Sharma, P. (2008). Commentary: Familiness: Capital Stocks and Flows Between Family and Business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *32*(6), 971–977.

Street, C. T., & Cameron, A. F. (2007). External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research*. *Journal of Small Business Management*, *45*(2), 239–266.

Suire, R. (2004). Des réseaux de l?entrepreneur aux ressorts du créatif : quelles stratégies pour les territoires? *Revue internationale P.M.E.*, *17*(2).

Tata, J., & Prasad, S. (2008). Social capital, collaborative exchange and microenterprise performance: the role of gender. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *5*(3/4), 373.

Tata, J., & Prasad, S. (2010). Social capital and next-generation succession in the family firm. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *11*(3), 322.

Torri, M. C. (2011). Livelihoods, social capital and small-scale indigenous enterprises in rural India: embeddedness or social exclusion? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *13*(4), 429.

Totterman, H. (2005). Start-ups: Business Incubation and Social Capital. *International Small Business Journal*, *23*(5), 487–511.

Uhlaner, L. M., Floren, R. H., & Geerlings, J. R. (2007). Owner Commitment and Relational Governance in the Privately-Held Firm: An Empirical Study. *Small Business Economics*, *29*(3), 275–293.

Uhlaner, L., Ulijn, J., Jenniskens, I., & Groen, A. (2011). Social, cultural and human capital in European SMEs: an introduction. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *14*(1), 1.

Verheul, I., Carree, M., & Thurik, R. (2009). Allocation and productivity of time in new ventures of female and male entrepreneurs. *Small Business Economics*, *33*(3), 273–291.

Verhoeff, A., & Menzel, H. (2011). Social capital to bridge the valley of death, simulating critical incidents in innovation. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *14*(1), 149.

Westlund, H., & Bolton, R. (2003). Local social capital and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 21(2), 77–113.

Zhao, L., & J.D. Aram. (1995). Networking and growth of young technology-intensive ventures in China. Journal of Business Venturing, 10, 349-370.

Zukin, S., & DiMaggio, P (1990). *Structures of Capital: The social organisation of the economy.* Cambridge: MA: Cambridge University Press. 471p.