

Nathalie Schieb-Bienfait  
IAE – Université de Nantes  
Laboratoire CRGNA

Hélène Journée - Michel  
Université de Nantes  
Laboratoires CRGNA -LAGON

Chemin de la Censive du tertre  
BP 62232 – 44322 Nantes cedex 3  
Email : [nathalie.schieb-bienfait@univ-nantes.fr](mailto:nathalie.schieb-bienfait@univ-nantes.fr)  
[helene.journe@univ-nantes.fr](mailto:helene.journe@univ-nantes.fr)

En collaboration avec Jean-Pierre Bréchet, Brigitte Charles-Pauvers, Emmanuel Chéné, Caroline Urbain

**14<sup>ème</sup> conférence internationale de l'AIMS,  
ANGERS juin 2005**

**La stratégie du potier revisitée  
Innovation et artisanat : propositions pour un programme de recherche**

**Résumé :**

La présente communication constitue un propos d'étape présentant les résultats d'un travail exploratoire engagé auprès de dirigeants artisans et dresse plusieurs propositions d'un programme de recherche sur l'innovation et la conception dans les entreprises artisanales.

L'artisanat est réputé s'inscrire dans la tradition par la maîtrise technique de savoir-faire et l'importance de l'apprentissage du « tour de main », mais force est de constater que les représentations sociales de l'artisan l'associent plus rarement à l'innovation et à la créativité. Notre recherche a pour objectif d'apporter un éclairage nouveau sur cette question de la conception et de l'innovation dans les entreprises artisanales et de proposer un cadre d'analyse pour s'en saisir.

Ainsi, l'innovation dans les entreprises artisanales semble s'inscrire dans un rapport complexe entre tradition et modernité, étant donné l'importance de l'héritage lié au métier, des savoir-faire existants et du portefeuille de compétences de l'artisan. Elle appelle donc un cadre d'analyse spécifique, où les variables relatives à l'entrepreneur, à l'univers de métier et à l'environnement apparaissent très structurantes. Nous privilégions une approche processuelle de l'innovation par l'analyse de la dynamique d'apprentissage, des ressources et des réseaux mobilisés par les artisans.

**Mots clefs :** artisanat, innovation, service, métier, ressources, entrepreneur.

## La stratégie du potier<sup>1</sup> revisitée

### Innovation et artisanat : propositions pour un programme de recherche

Secteur à la fois hétérogène et complexe, l'artisanat demeure encore un univers trop méconnu. Avec plus de 845 000 entreprises, près de trois millions d'actifs, réalisant plus de 120 milliards d'euros de chiffre d'affaires, cet espace économique représente un tiers du nombre total des entreprises françaises<sup>2</sup>. Depuis quelques années, les mutations de notre société (Piore & Sabel 1984) favorisent un regain d'intérêt pour ce secteur, créateur de richesses, pourvoyeur d'emplois et vecteur de valeurs professionnelles (Fourcade & Marchesnay 1997). Le maintien voire le développement d'entreprises artisanales apparaît également comme un enjeu fort du développement économique des territoires notamment dans les zones rurales. Or la vitalité du secteur des métiers dépend largement de leur capacité à innover, à affirmer leur singularité face à la grande entreprise et également à intégrer les nouvelles technologies.

L'artisanat s'inscrit dans la tradition mais la plupart des métiers ont connu des évolutions voire révolutions technologiques telles que les savoirs mobilisés n'ont plus rien de commun avec ceux des anciens. C'est dans une savante combinaison de tradition et d'innovation que la boulangerie-pâtisserie artisanale a su trouver un nouveau souffle face à la concurrence de la grande distribution. L'innovation dans les entreprises artisanales ne se réduit pas à l'analyse du caractère innovant ou non d'une entreprise artisanale donnée mais s'inscrit à la fois dans une dynamique de métiers et de filière.

L'innovation dans l'artisanat prend des formes variées qui dépassent le cadre des innovations technologiques de produits et de procédés. La dimension de service apparaît comme un levier d'innovation, un fort gisement d'innovations spécifique aux entreprises artisanales quel que soit le métier.

L'objet de l'article n'est pas de discuter des définitions de l'artisanat (Richomme 2000, Pacitto & Richomme, 2004), mais notre étude porte sur les entreprises artisanales définies par leur appartenance au secteur des métiers. Ce dernier comprend 250 métiers comprenant des activités de production, de transformation et des prestations de service. Depuis le décret de

---

<sup>1</sup> Les auteurs se sont permis cet emprunt à Henry Mintzberg en référence également à ses travaux sur l'activité artisanale de Madame Raku.

<sup>2</sup> Les entreprises de moins de 20 personnes représentent près de 95% des entreprises françaises. Les entreprises artisanales représentent près de 35% des entreprises et 10% du PIB. Elles occupent aujourd'hui 36% de l'effectif salarié contre 12% pour les entreprises de 500 salariés et plus.

1962, des critères de taille (moins de 10 salariés) et d'indépendance viennent compléter le critère d'activité.

La complexité de ce secteur nous invite à réfléchir aux différents modèles de conception et d'innovation dans les entreprises artisanales et d'en souligner les particularités au regard des très nombreuses recherches sur l'innovation dans la grande entreprise. La spécificité de la TPE (Marchesnay 1985, Marchesnay, 2003, Pacitto & alii 2002) nous pousse à nous saisir de l'innovation dans sa globalité, à la fois sur le plan stratégique et également sur le plan opérationnel en adoptant une lecture dynamique des processus de conception à l'œuvre dans les entreprises artisanales.

Aussi, souhaiterions nous apporter un nouveau regard sur l'innovation en milieu artisanal car les spécificités de l'innovation dans ce secteur conduisent à une sous-évaluation du phénomène dans la TPE (Pacitto 1995).

Enfin, comme le souligne la plupart des recherches sur la TPE artisanale (Julien & Marchesnay 1987, Polge 1996, Simeoni 1999, Loup 2003) le profil de l'entrepreneur est un facteur déterminant des stratégies poursuivies par les entreprises artisanales et donc de la dynamique d'innovation. L'arrivée de nouveaux entrepreneurs (Sweeney 1981) animés d'une nouvelle capacité à entreprendre, suscite de nouvelles démarches d'innovation. En 1987, Julien et Marchesnay constataient que ces nouveaux entrepreneurs ont une attitude renouvelée à l'égard de l'environnement, qu'ils peuvent percevoir comme une source d'opportunités du fait de son désordre et non de sa régulation forte. Le système de buts de ces nouveaux entrepreneurs repose sur des valeurs moins homogènes qu'autrefois et parfois en dysharmonie avec la logique institutionnelle du secteur des métiers. Ainsi, au gré des opportunités environnementales, mais aussi des turbulences technologiques du secteur d'activité et des différents acteurs de la filière, ces entrepreneurs peuvent développer des attitudes opportunistes, qui sont génératrices d'innovations tout en favorisant un surcroît de compétitivité pour leur entreprise. Cet effet générationnel souligne l'influence exercée par la forte personnalisation de la gestion de l'entreprise artisanale. Dès lors, la prise en compte du profil de l'artisan nous semble indispensable pour comprendre les processus d'innovation et les choix de management qu'ils suscitent en matière de mobilisation des ressources et de compétences internes mais aussi externes. Selon la capacité entrepreneuriale de l'artisan, et son univers d'activité (métier, étape dans la filière, poids des services, influence du méso-système artisanal), le système de management de l'innovation pourra se révéler très différent. Cette recherche, inscrite dans le cadre d'un partenariat avec l'Institut Supérieur des Métiers (ISM), l'Union professionnelle artisanale régionale (UPAR) et la Chambre Régionale des

Métiers, émane d'une demande des milieux professionnels. En effet, à l'issue de réunions de travail avec les trois structures ci nommées et des entrepreneurs artisanaux de la Région Pays de la Loire<sup>3</sup>, la question de la conception – innovation est apparue comme un trait marquant et revendiqué par ces différents univers de métiers. En effet, les chefs d'entreprise ont fortement insisté sur leur volonté d'accorder une part importante à la conception et à l'innovation dans l'exercice de leur métier : ainsi, imaginer, concevoir de nouveaux modèles, lancer des produits ou services différents, mettre en œuvre de nouvelles manières de travailler...., voici autant de préoccupations majeures, qui les guident dans leurs orientations et décisions. Selon leurs dires, l'entreprise artisanale constituerait en quelque sorte un « *laboratoire d'idées et de pratiques nouvelles* »<sup>4</sup>, dans lequel l'entrepreneur se refuse à séparer conception et exécution. Si l'objectif ultime de ce programme de recherche est d'aboutir à l'identification des variables spécifiques et communes au milieu artisanal, afin de construire des modèles d'innovation, nous avons été confrontés au dilemme récurrent en sciences de gestion : la construction de ces modèles devait-elle partir du terrain et privilégier une voie empirique (approche taxinomique) ou au contraire bâtir a priori, en accentuant certaines variables par rapport à d'autres (approche typologique).

A l'issue d'un premier travail exploratoire<sup>5</sup>, nous avons choisi de privilégier une démarche empirico inductive fondée sur des entretiens semi directifs approfondis. La présente communication constitue donc un propos d'étape s'appuyant sur nos premiers entretiens et proposant un cadre d'analyse de l'innovation dans les entreprises artisanales. Dans une première partie, il nous est apparu pertinent de montrer que les recherches actuelles nous renseignent mal sur ce phénomène dans la mesure où elles se focalisent sur la grande entreprise et sur l'innovation technologique. Nous présenterons, dans un second temps, les principaux résultats de l'enquête TIME, qui révèlent combien la question de l'innovation dans l'artisanat demeure une question insuffisamment explorée. Ces constats soulèvent plusieurs interrogations quant au périmètre pertinent pour se saisir de l'innovation. Enfin, nous terminerons sur la présentation du positionnement de la recherche en présentant notre modèle d'analyse, les objectifs de l'approche empirique et nos outils d'investigation.

---

<sup>3</sup> Ces entrepreneurs travaillent dans différents secteurs de métier : boulangerie, gravure sur verre, carrosserie, menuiserie, papeterie, sculpture, réparation automobile, photographie, esthétique, boucherie.

<sup>4</sup> Entretiens journée 1.

<sup>5</sup> Ce travail exploratoire a été mené à travers l'analyse de données secondaires (revue de la littérature sur l'innovation, analyse d'articles de presse) et l'exploitation d'entretiens individuelles et collectifs auprès d'une dizaine d'entrepreneurs et de responsables d'organismes professionnels. (UPAR et Chambre régionale des Métiers).

# 1. Focalisation des recherches sur la grande entreprise et l'innovation technologique

## 1.1 L'évaluation de l'innovation

Les statistiques économiques se focalisent sur les dépenses de Recherche et Développement et donc sur l'activité d'innovation des grandes entreprises industrielles. Les grandes entreprises (plus de 1000 salariés) réaliseraient plus de 70 % de la recherche industrielle en France<sup>6</sup>. Cet indicateur a tendance à masquer le fort dynamisme en matière de recherche et d'innovation des petites et moyennes entreprises surtout dans le domaine des hautes technologies. L'indicateur de R&D exclut quasiment toutes les entreprises artisanales dans la mesure où la grande majorité d'entre elles n'ont pas de service de R&D (enquête TIME sur les entreprises artisanales de production, 1995, 2000). L'activité d'innovation des TPE est assez diffuse dans l'organisation et provient essentiellement des savoir-faire internes, des nouvelles matières et des nouvelles machines.

Les indicateurs de résultat ne laissent pas plus de chance à la valorisation de l'innovation dans les petites entreprises et les entreprises artisanales en particulier. Les deux indicateurs privilégiés sont le dénombrement des entreprises innovantes à partir d'enquêtes ou le dénombrement des brevets déposés dans une période. Or, la majorité des enquêtes ignorent les très petites entreprises et ces dernières ont très peu recours au dépôt de brevets. Pour exemple, les « enquêtes innovation » réalisées en France par l'INSEE ne concernent que les entreprises de plus de 20 salariés. Seules sont enquêtées les firmes employant au moins un chercheur équivalent temps plein. Les entreprises artisanales ne rentrent donc pas dans ces statistiques, dans la mesure elles ne répondent pas aux critères d'enquête.

Le SESSI (Service des Statistiques industrielles du ministère de l'Industrie) donne une définition de l'innovation technologique qui privilégie les innovations de produits et de procédés : « *un produit est considéré comme technologiquement innovant s'il donne lieu à la création d'un nouveau marché ou s'il peut se distinguer substantiellement de produits précédemment fabriqués d'un point de vue technologique ou par des prestations rendues à l'utilisateur. Un procédé est considéré comme technologiquement innovant quand il met en œuvre de nouvelles techniques pour la production de produits innovants, mais aussi pour la production de produits déjà existants dans l'entreprise* ». Sont considérées comme innovantes les entreprises qui ont introduit un produit nouveau ou mis en œuvre un procédé nouveau au

---

<sup>6</sup> Dominique Guellec, *Economie de l'innovation*, Repères, la découverte, 1999

cours d'une période. Or comme nous le verrons dans la partie suivante, les entreprises artisanales se distingueraient par leur capacité d'innovation en matière de services.

Comme le montre D. Guelma (1999), les études se sont concentrées sur les innovations technologiques, elles ont donc sorti du champ de recherche d'autres formes d'innovation. Pendant longtemps, on a considéré que le secteur des services n'était pas innovant. « C'est principalement avec la diffusion des technologies de l'information et de la communication que les services sont devenus plus actifs en matière d'innovation ». L'INSEE a cependant lancé en 2001-2002 une enquête sur l'innovation générale dans les services. Les études statistiques commencent à s'y intéresser et cherchent à définir l'innovation de service plus subjective et difficile à saisir que les innovations technologiques de produits et de procédés. Les entreprises artisanales sont présentes dans le secteur des services et nous disposons de très peu d'informations sur ce secteur. En effet, l'enquête TIME<sup>7</sup> ne portait que sur l'analyse de l'innovation technologique dans les entreprises artisanales industrielles (c'est-à-dire exclusivement sur les métiers dits de production).

## **1.2. Innovation, progrès technique et dynamique économique**

En économie, les mécanismes de production de l'innovation et la manière dont celle-ci est source de croissance ont fait l'objet de modélisations variées, et ceci dans la lignée des travaux pionniers de Schumpeter (1912, 1939) sur l'évolution économique (Foray & Mairesse 1999). Depuis une vingtaine d'années, le progrès technique est présenté comme un facteur endogène à l'économie, au cœur de l'innovation (Arrow 1962, Mansfield 1968, Nelson 1987); de nombreux travaux analytiques et/ou prescriptifs investiguent ce thème à partir des données statistiques disponibles sur l'innovation. Cette lecture micro-économique privilégie la mesure de l'innovation technologique dans les grandes et moyennes entreprises ainsi que l'analyse des politiques publiques en faveur de l'innovation ce qui tend naturellement à exclure l'univers de l'artisanat du champ d'observation.

Si un ensemble de travaux<sup>8</sup> (Amable et Guellec 1992, Guellec 1993) confirment la thèse de Schumpeter liant la dynamique économique, aux niveaux micro et macro, à l'innovation technologique, certains résultats (Crépon 1993) vont à l'encontre d'une conjecture de Schumpeter, attribuant le rôle essentiel dans l'innovation technologique aux grandes

---

<sup>7</sup> L'enquête TIME a été lancée en 1994, puis réactualisée en 2002. Elle a été réalisée dans le cadre d'une collaboration avec l'Institut Supérieur des Métiers et l'INSEE. Elle portait sur plusieurs secteurs d'activité, du plus traditionnel (travail du bois) au plus technologique (biens professionnels).

<sup>8</sup> Etudes réalisées dans le cadre des enquêtes INSEE Méthodes.

entreprises. Au delà de la Recherche et Développement, menée majoritairement par les grandes entreprises ou par les organismes publics, d'autres sources de l'innovation existent, avec l'expertise des individus et des collectifs, qui leur permet de maîtriser, d'adapter et d'améliorer les techniques et qui résulte notamment d'un apprentissage par la pratique (Guellec 1993). Ces travaux trouvent un écho particulier dans l'entreprise artisanale.

Autre limite, les études disponibles, dans la mesure où elles sont fondées sur une assimilation innovation technologique/ dépenses de R&D, offrent une vision réductrice de l'innovation et masquent une composante essentielle, à savoir la diffusion de l'innovation entre entreprises, au sein d'une même filière, mais aussi entre secteurs voire entre pays.

Les limites énoncées dans cette partie, nous encouragent à aborder la question de l'innovation dans l'entreprise artisanale de façon différente. Ces limites nous ont également confortés dans le choix d'adopter une démarche empirico-inductive (Thiétart et alii 1999) basée sur une approche qualitative, en réalisant des entretiens semi-directifs approfondis auprès d'entrepreneurs artisans et de leurs organismes professionnels et institutionnels<sup>9</sup>. Parallèlement, à partir d'une revue de la littérature, notre recherche s'est efforcée d'identifier les dimensions pertinentes pour définir les contours de l'innovation dans l'entreprise artisanale et ainsi proposer une façon renouvelée de se saisir de la question.

## **2. Innovation et artisanat : une question insuffisamment explorée**

Nous nous appuyerons dans cette partie d'une part sur les principaux résultats de l'enquête TIME (janvier 2002) et l'exploitation de la précédente enquête par Kaminski et Pacitto (2000) et Pacitto (1995). Nos premiers entretiens exploratoires réalisés dans des entreprises artisanales de métiers variés nourriront la deuxième sous-partie.

### **2.1 Les principaux résultats de l'enquête TIME (Technologie et innovation dans les entreprises artisanales – 2<sup>ème</sup> édition)**

L'enquête TIME, réalisée en 1997 auprès d'un échantillon de plus de 1000 entreprises par le milieu professionnel artisanal et réactualisée en 2002, a permis de mieux cerner certains facteurs qui favorisent l'innovation dans l'artisanat de production mais également les freins à

---

<sup>9</sup> A partir d'un guide d'entretien construit sur des questions ouvertes sur la conception – innovation, les artisans et les responsables institutionnels ont été interrogés : ce guide comportait quatre volets , le premier volet visait à leur faire définir leur métier et ses perspectives d'évolution dans le futur, le deuxième volet portait sur la

l'innovation. En ayant recours aux critères habituels d'analyse de l'innovation, cette enquête a révélé l'existence d'un potentiel d'innovation important : près de 30% des entreprises enquêtées réalisent plus de 20% de leur chiffre d'affaires avec des produits innovants. Au cours des trois dernières années, 14% des entreprises déclarent avoir mis sur le marché un produit technologiquement innovant et 12% d'entre elles ont mis au point de nouvelles techniques de fabrication. Néanmoins, l'analyse des processus d'innovation et la question de l'innovation dans les services n'ont pas été abordées dans cette enquête.

L'entreprise artisanale est poussée à la modernisation pour des raisons concurrentielles de survie (ce que nous avons pu confirmer dans l'imprimerie et la photographie) et pour s'adapter aux demandes de la clientèle (réponses la plus fréquemment invoquées). L'innovation est issue de la pratique, en effet, le savoir-faire interne est la première source d'innovation, tous secteurs confondus, pour les entreprises artisanales loin devant les autres sources. Le R&D interne n'arrive qu'en 5<sup>ème</sup> position. 5% des entreprises exercent régulièrement pour leur propre compte des activités R&D ce qui confirme que ce critère est inadapté pour se saisir de l'innovation en milieu artisanal. Enfin, Pacitto (1995) montre que « les entreprises les plus innovantes sont beaucoup plus enclines à lier des liens avec des organismes institutionnels et autres structures que les moins innovantes ». Or l'étude montre que plus de la moitié des entreprises apparaissent totalement repliée sur elles-mêmes. Causes ou effets du manque d'innovation ? L'ouverture sur l'environnement nous paraît être une variable clé de l'innovation dans l'entreprise artisanale.

## **2.2 Spécificités de l'innovation dans les entreprises artisanales**

Les questions qui restent en suspens et nos premières observations nous amènent à proposer une approche élargie de l'innovation en milieu artisanal.

Dubuisson et Kabla (1999) rappellent qu'il existe une diversité de définitions de l'innovation, qui tient moins à une variété de conception qu'aux différents angles sous lesquels on peut l'appréhender. Nous avons choisi d'aborder l'innovation sous l'angle des connaissances et savoir-faire qui en sont à l'origine. Le processus d'innovation se fait alors par accumulation de connaissances et d'apprentissages qui se développent à l'intérieur de la firme mais aussi à travers le réseau qui la relie à d'autres organisations. Dans l'entreprise artisanale, c'est en général le chef d'entreprise qui impulse le processus d'innovation mais celui-ci s'appuie sur

---

présentation de leur entreprise et de leur stratégie, le troisième concernait l'innovation dans leur entreprise et enfin le dernier était consacré à l'organisation du travail et à la transmission des savoir faire.

les savoir-faire collectifs des membres de l'organisation, mais également des fournisseurs et des clients et plus largement les différentes parties prenantes du système d'offre (Bréchet 1995, Koenig 1996).

Par ailleurs, les entreprises n'innovent pas toujours en développant elles-mêmes les technologies dont elles se servent pour produire. Pour les entreprises artisanales, l'innovation passe également par l'intégration des nouvelles technologies pour améliorer leurs procédés de production. Qu'est-ce qu'une imprimerie d'aujourd'hui utilisant les procédés de l'offset et du numérique au regard de la typo d'autrefois ? L'importance de l'évolution des métiers et de la révolution des technologies ont encouragé le développement de travaux sur les processus de transferts de technologie (Eric Gallais<sup>10</sup>) et expliquent les initiatives des chambres des métiers, des organisations professionnelles et de l'Institut Supérieur des Métiers à travers par exemple la mise en place d'un réseau de diffusion des innovations dans l'artisanat et les pôles d'innovation<sup>11</sup>. Les entreprises artisanales ne sont que rarement à l'origine d'innovations radicales mais intègrent et combinent différentes ressources en s'appuyant sur les savoir-faire internes, l'acquisition de nouvelles machines, l'utilisation de nouveaux matériaux et des informations informelles.

Les innovations s'orientent assez nettement pour les artisans interrogés sur des services, compétences réellement distinctives par rapport à l'industrie. Dans la carrosserie par exemple, l'innovation est une condition de survie. La pression des assureurs, donneurs d'ordre dans l'activité la plus importante, la réparation de véhicules accidentés, est telle que les standards de temps et de coût sont incompatibles avec un travail de qualité. Les carrossiers indépendants cherchent donc à se différencier par la qualité du travail et de nouvelles prestations afin d'attirer le client final, le propriétaire du véhicule. Les innovations principales portent sur le nettoyage systématique du véhicule, le prêt de véhicules, le service après vente ... Une enquête a été réalisée sur les pratiques d'innovation des entreprises de moins de 20 salariés du département du Rhône en 2001<sup>12</sup>. L'innovation de service intervient en première position devant les autres catégories d'innovation (produits, procédés et organisation) et l'étude montre également une forte augmentation de ce type d'innovation depuis 1995.

---

<sup>10</sup> L'université Paris 7 Denis Diderot, et notamment Eric Gallais, a mis en place un atelier Ethnologie et Technique, où une équipe de chercheurs travaille sur l'étude de la vie professionnelle, des rapports des hommes à la technique, de l'innovation, en partenariat avec la Chambre de Métiers de Paris

<sup>11</sup> Les pouvoirs publics ont souhaité, avec le réseau des chambres consulaires et des organisations professionnelles, mettre en place un réseau de compétences opérationnelles et pragmatiques au service des petites entreprises de manière à révéler leur potentiel d'innovation et les accompagner dans leurs démarches de développement technologique.

<sup>12</sup> Enquête TPE innovation réalisée par les CCI de Lyon, de Villefranche et du Beaujolais et la Chambre des Métiers du Rhône auprès de 12 500 entreprises du département du Rhône, mars 2001

Par ailleurs, comme nos premiers entretiens exploratoires en témoignent, les stratégies de sur-mesure intégral ou de confection sur-mesure, (Mintzberg, 1990, 1995) sont encore les stratégies privilégiées par les artisans qui valorisent la flexibilité et l'adaptation aux demandes de leurs clients. L'artisan construit une réponse aux besoins individuels, spécifiques du client dans une forte interaction avec ce dernier. Djellal et Gallouj (2000) parle dans le secteur des services d'« innovation ad hoc ». La réponse faite aux clients peut être très créative et permet d'expérimenter de nouveaux procédés, de nouvelles matières... Comme le précisent Auvolat, Lavigne et Mayere (1985), « *Le secteur des métiers met en avant le savoir faire, la maîtrise des processus de production qui permettent aux artisans de s'adapter à toutes les situations et à toutes les formes de la demande* ».

Dans le secteur artisanal, où cohabite une multiplicité de métiers, d'activités, dans des conditions hétérogènes d'environnements technologique, économique et social, l'innovation se déploie selon des modalités et des formes très différentes. De l'artisan créatif et inventif notamment dans les métiers d'art à l'artisan confronté à l'adoption de nouvelles technologies, l'innovation est en marche mais les trajectoires d'innovation sont très diverses.

Nous avons cependant pu repérer des caractéristiques spécifiques à l'entreprise artisanale quel que soit le métier. Les distinctions classiques entre les formes d'innovation sont souvent difficiles à mettre en oeuvre et finalement peu pertinentes. Une innovation de produit porte bien souvent également une innovation de procédés. Les contraintes de ressources et notamment la difficulté à se dégager du temps mettent l'innovation organisationnelle au coeur de toutes les innovations dans les entreprises artisanales. L'innovation nécessite de sortir de ses routines et de prendre du temps pour développer de nouvelles compétences en interne ou en collaboration avec des acteurs externes. Comme dans les services, les innovations sont souvent faciles à imiter ce qui participe à dynamiser certains métiers par le phénomène de diffusion mais qui peut également poser des problèmes particulièrement aigus de protection de l'innovation pour la petite entreprise. Enfin, les innovations ne sont, la plupart du temps, pas planifiées mais émergentes : l'artisan propose une réponse innovante à une demande d'un client, il est inspiré par ce qu'il a vu sur un salon en France ou ailleurs...

Ces premiers constats des pratiques d'innovation des entreprises artisanales étudiées nous invitent à proposer une approche systémique de la dynamique d'innovation prenant en compte le métier, l'artisan et la filière (ou le méso-système) comme nous le développerons dans la troisième partie.

### 3. Le périmètre pertinent pour se saisir de l'innovation

La plupart des enquêtes sur l'innovation sont centrées sur l'entreprise : innove-t-elle, quelles en sont les formes, les sources ?... Nous développerons dans cette partie les raisons qui amènent à proposer un cadre élargi pour comprendre les processus d'innovation dans l'artisanat.

En effet, l'étude de l'innovation est un produit de l'activité des entreprises dont les caractéristiques dépendent tout autant de leur structure interne que des incitations produites par leur environnement (Abecassis et alii 2004). On peut donc s'interroger sur les réponses « construites » par les acteurs. S'agit-il de réponse construite de manière isolée par un artisan « farouchement » indépendant ? Ou bien de réponses collectives, construites avec d'autres acteurs ? Lesquels ? Le métier, la filière et l'artisan apparaissent très structurants pour l'innovation dans les entreprises artisanales.

#### 3.1 Le métier

Nos entretiens ont montré que les métiers ont beaucoup évolué à la fois en terme de savoir-faire mobilisé, de technologie mais également souvent sous la pression de l'environnement. Dans certains métiers, des techniques anciennes ont pu être redécouvertes. Une esthéticienne<sup>13</sup> affirme, malgré l'utilisation d'un matériel à la pointe de la technologie récemment acquis souhaiter revenir à des techniques manuelles. Même phénomène dans la boulangerie avec la redécouverte de techniques traditionnelles combinées à l'utilisation de pétrins modernes.

La liste NAFA (Nomenclature d'Activités Française Artisanale) des 250 métiers artisanaux permet une première distinction entre les métiers anciens, que Le Tallec (1974) estime « *liés à un stade technologique dépassé, sans possibilité de transformation* » et les métiers modernes liés à l'évolution des techniques. Sur cette base, Le Tallec classe les entreprises par rapport à deux critères économiques très imbriqués qui sont : l'accès au marché et le degré de dépendance par rapport au mode de production industriel.

Une première lecture pourrait hâtivement nous conduire à conclure que l'innovation ne touche pas les métiers qualifiés d'anciens, mais des recherches récentes (Loup 2003) et nos travaux exploratoires nous amènent à fortement nuancer ce constat. En effet, les entretiens exploratoires conduits auprès d'artisans d'art révèlent une capacité d'innovation insufflée par une forte créativité et l'utilisation de nouveaux matériaux. La plupart des métiers se

---

<sup>13</sup> Entretiens journée 2.

modernisent tout en restant ancrée dans la tradition, valeur forte et distinctive du milieu artisanal.

### **3.2 Les acteurs de la filière (ou du méso-système)**

Le critère d'indépendance ajouté par le décret de 1962, souligne que l'artisan n'est pas dépendant juridiquement d'une autre entreprise. Or nous pouvons distinguer deux formes d'indépendance : l'indépendance technique et l'indépendance économique. Bien que la représentation d'un artisanat indépendant demeure dominante, la réalité se révèle bien différente dans certains secteurs (comme le bâtiment, par exemple). En effet, l'inscription de l'entreprise artisanale dans une filière de production ou encore les situations de sous-traitance artisanale façonnent les processus d'innovation, en fonction du degré de dépendance technique et de la stratégie des acteurs.

Nos premières investigations empiriques laissent entrevoir une large palette de situations : ainsi, pour certains artisans rencontrés, la conception et mise au point de produits/ services nouveaux se réalisent essentiellement dans l'entreprise. D'autres s'appuient sur le métier pour contrer et détourner le lien de dépendance qu'essayent d'imposer les fournisseurs. Certains autres innoveraient mais cette innovation est complètement « poussée » par les fournisseurs qui ont des services de R&D, de marketing et plus généralement des ressources supérieures. Dans la boulangerie, l'innovation est à la fois le fait des meuniers qui diversifient leur offre de farine et de certains artisans boulangers qui ont réagi contre cette domination des meuniers et développent leurs nouveaux produits seuls ou avec d'autres artisans. La dynamique d'innovation est complexe et ne concerne pas uniquement les entreprises artisanales prises isolément. D'un point de vue méthodologique, nous envisageons à la fois les processus d'innovation des entreprises artisanales et la dynamique d'innovation de la filière par des entretiens auprès des fournisseurs, des fédérations professionnelles et de données secondaires sur les filières qui viendront compléter l'approche plus traditionnelle d'entretien auprès des entreprises. Enfin, l'innovation dans le secteur des métiers est très liée à son dirigeant c'est-à-dire au profil de l'artisan même si le processus d'innovation est une œuvre collective.

### **3.3 Le profil de l'artisan**

On ne peut que souligner le rôle déterminant de l'entrepreneur artisanal dans le processus d'innovation. Le système de gestion de l'entreprise artisanale est hautement régulé, centré sur

une personne, décideur unique, l'artisan (Julien, Marchesnay 1987). D'après l'enquête TIME (Kaminski et Pacitto 2000), le statut de l'innovation diffère selon les catégories et les caractéristiques de l'entrepreneur notamment son niveau de formation. Ainsi les entrepreneurs les plus diplômés ont une démarche d'innovation plus réactive voire pour certains proactive que les entrepreneurs les moins diplômés. Pour ces entrepreneurs, l'innovation apparaît comme une nécessité liée à leur survie ce qui n'est pas vrai pour les entrepreneurs les moins diplômés.

Là encore, la diversité des figures d'entrepreneur laisse supposer que selon leur système cognitif, conatif et affectif, le rapport à l'innovation peut être différent.

L'entreprise artisanale apparaît en effet très marquée par l'indépendance inhérente à la personnalité de son dirigeant et aux valeurs qui l'animent, voire à son projet de vie. Son approche du risque, voire du profit, sa représentation de son univers institutionnel, sa niveau de formation, son besoin d'indépendance constituent des éléments susceptibles d'expliquer l'attitude du dirigeant artisanal vis à vis de l'innovation.

Sur le plan théorique, les repères sont rares et souvent contradictoires. Si initialement, Schumpeter (1912) a d'abord émis l'hypothèse que l'audace individuelle est le fondement des innovations : auquel cas, l'innovation serait plutôt le fait d'entreprises de petite taille. Il est par la suite (1942) revenu sur cette idée, avançant l'argument selon lequel les grandes entreprises sont plus innovantes, par la masse des compétences rassemblées et par la diversité de leurs activités (qui limite le risque entraîné par chacune d'entre elles), et par un accès plus aisé au marché des capitaux (Crépon 1993).

Depuis une vingtaine d'années<sup>14</sup>, plusieurs travaux ont cherché à dresser des typologies plus nuancées des divers profils d'entrepreneur, en étudiant leurs aspirations, leurs logiques d'action (Filion 1997, Marchesnay 1998) pour dégager des profils types. Dans une première version stéréotypée, l'entrepreneur artisan présentait des aspirations de pérennisation, cette pérennisation étant synonyme de reproduction sociale. Il axait ses buts sur la reproduction, la conservation voire la fructification du patrimoine familial<sup>15</sup>. Les recherches les plus récentes introduisent une lecture typologique plus dynamique. Ainsi la capacité à entreprendre de l'artisan se trouverait définie à partir de plusieurs variables qui délimitent la nature de cette

---

<sup>14</sup> Ces travaux s'inscrivent dans la continuité de la typologie classique la plus connue, celle de Norman Smith (1967), basée sur le niveau d'éducation et la formation des entrepreneurs. Cette typologie est très dichotomique, simpliste et statique. Elle distingue l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste. Le portrait type de l'entrepreneur artisan est celui d'un individu peu instruit, peu sociable, avant tout technicien, propriétaire d'une toute petite entreprise.

<sup>15</sup> Le profil PIC (pérennité, indépendance, croissance) proposé par Marchesnay.

capacité, à savoir : ses aspirations, son profil, ses buts et logiques d'action mais aussi sa légitimité (Julien et Marchesnay 1996, Marchesnay 1998).

En matière d'innovation, on peut aussi se référer aux travaux de R. Miles et C. Snow, qui ont classé les entrepreneurs en fonction de leur stratégie face à l'innovation, distinguant les innovateurs pionniers, les innovateurs par réaction, les adaptateurs suiveurs et les prospecteurs. Cohen Hadria (1980) a proposé une classification des PME en fonction de leur perception de l'innovation et de leur implication dans le processus : il distingue l'innovation pour justifier sa propre existence, l'innovation par nécessité, l'innovation comme élément de la politique marketing, l'innovation par opportunisme. Bien que ces différentes recherches ne portaient pas sur la seule population des entrepreneurs artisans, elles soulignent le manque d'homogénéité dans le processus d'innovation et la nécessité d'écarter des lectures simplificatrices, à partir d'un profil unique de l'entrepreneur artisanal.

Plus récemment, des travaux (Pacitto 1997, Loup 2003, Richomme 2002) ont montré que l'artisan n'innove pas forcément selon les modalités habituellement connues : ainsi les très petites entreprises artisanales présentent des spécificités managériales liées notamment à leur très petite dimension ainsi qu'à l'omniprésence de l'artisan, dirigeant une entreprise indépendante détenant une qualification et permettant un accomplissement personnel.

Les choix stratégiques sont formulés par une seule personne, l'entrepreneur artisan, de manière le plus souvent intuitive et informelle. Pour Henry Mintzberg, « *l'artisan est à lui seul une organisation, on s'aperçoit qu'il lui faut résoudre l'un des grands problèmes se posant aux responsables de la stratégie dans l'entreprise : connaître suffisamment les capacités de cette dernière afin de déterminer sa trajectoire future* ». Si sa démarche stratégique apparaît plus émergente, faite d'ajouts et petits pas successifs, débouchant sur des stratégies entrepreneuriales<sup>16, 17</sup> individuelles mais aussi collectives, notre travail exploratoire révèle une large diversité de pratiques managériales de l'innovation chez les artisans rencontrés.

---

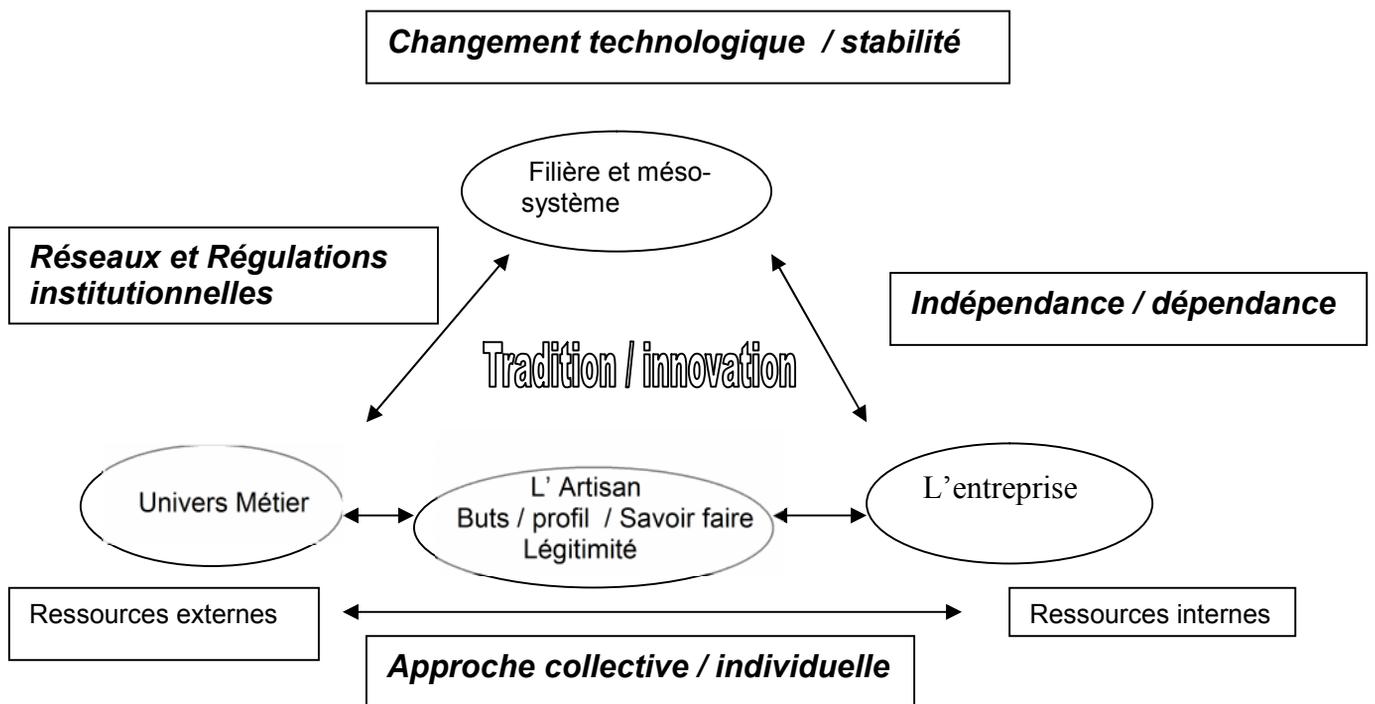
<sup>16</sup> Est qualifiée d'entrepreneuriale, une stratégie ayant pour but de saisir une opportunité jusqu'alors inexploitée (Hitt, Ireland, Camp et Sexton 2001) ou d'éviter une menace de l'environnement jusqu'alors inexistante (Torrès 2002) afin de prendre ou de conserver un avantage compétitif.

<sup>17</sup> Des travaux récents (Verstraete, 2002, Kuratko & Hodgetts 2001) recensent quatre types d'innovations : l'invention, l'extension, la duplication et la synthèse. Ainsi, l'invention constitue une rupture fondamentale par la proposition d'une nouvelle combinaison ; l'extension consiste à trouver de nouvelles applications à une combinaison déjà exploitée ; la duplication reproduit une combinaison existante mais avec « la touche personnelle » de celui qui la met en œuvre ; enfin la synthèse utilise les concepts de différentes combinaisons pour en trouver de nouvelles utilisations

## 4. Cadre théorique et propositions de recherche

Au delà du périmètre choisi pour se saisir de l'innovation, nous avons cherché à identifier les variables pertinentes pour expliquer les dynamiques d'innovation du secteur des métiers. En effet, nous proposons une approche systémique permettant d'identifier les liens entre les acteurs et leur influence sur l'innovation. Nous présenterons dans cette partie les variables et le cadre théorique retenu pour caractériser les modèles d'innovation dans l'artisanat.

*Schéma 1 : Modèle d'analyse des processus d'innovation*



### 4.1. Explicitation du modèle d'analyse

Le couple tradition / innovation est situé au cœur du modèle d'analyse proposé, constituant ainsi un axe charnière autour duquel s'articulent les processus d'innovation. A titre d'illustration, on peut observer le recours de plus en plus fréquent à des outils informatiques dans les petites entreprises artisanales, que ce soit la DAO (dessin assisté par ordinateur), la CAO (conception assistée par ordinateur)... ces outils ont introduit d'importants bouleversements dans les pratiques de métiers aussi divers que la menuiserie, l'ébénisterie, la menuiserie d'agencement d'intérieur ou encore la charpenterie de marine...

Ainsi, comme le rappelle Caron (2001), l'histoire économique des techniques nous montre que pour se développer les technologies nouvelles s'appuient sur les technologies antérieures, il n'y a donc pas remplacement mais greffe de la nouvelle technologie sur des pratiques anciennes. Dans cette perspective, les innovations s'appuient sur les savoir-faire déjà existants au sein de l'entreprise, mais aussi de sa filière métier : il n'y a donc pas rupture mais continuité. Une innovation s'insère en fait dans un « système technique » cohérent pré-existant, elle s'inscrit dans un phénomène cumulatif, elle est le produit d'un héritage. Dès lors, à toutes les étapes du changement technique, plusieurs solutions sont possibles ; elles évoluent en fonction du contexte initial, de l'univers d'activité, comme le montre le concept de dépendance de sentier (*path dependency*) de Paul David.

En privilégiant une approche processuelle de l'innovation (Van de Ven et alii 1989), les travaux du courant évolutionniste (Dosi et al 1994, Teece 1988, Nelson et Winter 1982) ont aussi mis un terme à la conception exogène de l'innovation technologique et de sa diffusion, pour mieux souligner l'influence des trajectoires, des routines ou des portefeuilles de compétences, qui constituent autant de « cadres » pour l'innovation. L'aptitude de l'entreprise à développer des innovations dépend donc de l'entretien d'un « capital humain », susceptible d'avoir cette capacité d'absorption de connaissances le plus souvent tacites (De Meyer et al.1999).

L'innovation dans l'artisanat ne se déploie pas « en apesanteur », elle est liée à un outil de production, à des prestations développées sur une échelle réduite, présentant une orientation qualitative et souvent personnalisée. Par ailleurs, l'innovation s'inscrit de manière plus ou moins explicite dans le cadre de structure de relations plus ou moins développées et formalisées (au sein de réseaux professionnels, par exemple, sur un territoire géographique donné), relations qui déterminent largement la nature des projets d'innovation et des choix retenus. Dans l'artisanat, cette structure est très « empreinte » du poids (de l'influence) d'une certaine tradition, de la présence de structures institutionnelles qui ont leurs propres régulations. Comment se gère cette tension tradition/innovation ? Cette question de l'expérimentation d'une diversité de solutions et de l'influence des facteurs matériels et humains (ressources et compétences au niveau de l'entreprise, mais aussi plus largement au niveau d'un métier) nous semblent pertinente à aborder dans l'univers artisanal, où le poids de la tradition et des savoir-faire « métiers » sont si prégnants, à travers notamment les pratiques d'apprentissage (avec le recours aux centres de formation des apprentis, le compagnonnage...). Elle laisse aussi supposer l'existence de différents modes de dynamiques d'innovation (diffusion) entre acteurs mais aussi intra et inter filières.

## 4.2. Innovation et mobilisation des ressources

De nombreux travaux en économie et en gestion ont porté sur les manières de gérer l'innovation dans le contexte organisationnel particulier de l'entreprise afin de l'aider à croître, à préserver sa position concurrentielle ou encore à pénétrer de nouveaux segments de marché. Ces travaux, en portant une attention particulière aux liens entre formes d'organisation et formes d'innovation, ont montré que l'entreprise innovatrice cherche à accéder à des actifs complémentaires pour mener à bien son projet (Teece, 1988). Sur la question des acteurs, les travaux du Centre de Sociologie de l'Innovation (Alkrich et alii 1988, Alkrich 1991, Callon et alii 1995) ont attiré l'attention vers l'étude des interactions sociales, afin de nourrir une analyse plus fine du processus d'innovation, en s'intéressant aux différents acteurs impliqués et plus généralement aux réseaux de relations. Les recherches sur les milieux innovateurs, sur la prise en compte de la dynamique spatiale (Aydalot 1986, Arocena 1986, Benko 1990, Fourcade 1991) nous semblent susceptibles d'apporter un éclairage théorique intéressant sur cette question de la mobilisation des ressources pour innover. L'innovation, l'invention et la création prennent leurs racines tout autant dans l'enchevêtrement des données sociales et psychologiques qui caractérisent une société ou un individu, que dans des facteurs liés au marché et aux techniques. Ainsi, la vigueur des petites entreprises artisanales est d'autant plus marquée qu'elles se trouvent dans un environnement favorable, disposant d'infrastructures propices (culture technique, savoir-faire, traditions et comportements...) susceptible de favoriser une fermentation créative.

Certes, l'enquête TIME a mis en évidence les difficultés d'ouverture des entreprises artisanales sur le monde technico-économique, qui se trouvent isolées dans un environnement économique évolutif. Mais bien qu'elles estiment manquer généralement de moyens pour innover, s'appropriier les progrès technologiques et pour s'adapter aux évolutions réglementaires, un certain nombre d'entre elles trouve des réponses adaptées à leur contexte. Enfin de par sa taille (taille moyenne 2,6 salariés par entreprise), le chef d'entreprise artisanale doit assumer un très grand nombre de tâches différentes et le temps lui fait défaut.

Il nous paraît donc intéressant de chercher à savoir comment l'entreprise artisanale est amenée à intégrer dans son projet des détenteurs de ressources et compétences pour former ainsi une véritable « communauté d'innovation » (Reddy 1989, Laban & alii 1995, Loillier & Tellier 1999). Ce modèle peut constituer une grille de lecture intéressante car elle permet de prendre en compte le niveau individuel (l'artisan), le niveau interindividuel (l'artisan et son entreprise)

et le niveau collectif (le métier). Quel est son degré / sa forme d'isolement ? En matière d'innovation, quelles sont les régulations / dynamiques institutionnelles (impulsées par les fédérations, chambre de métiers, syndicats professionnels...) et dans quelle mesure l'artisan y est acteur ?

Précisément, l'activité artisanale implique une interaction externe forte avec son environnement : ainsi on peut d'emblée penser à l'interaction entre le producteur (l'artisan) et son univers professionnel, où il peut mobiliser des ressources ; mais il y a aussi l'interaction entre l'artisan et le client à travers des relations personnalisées, qui est ici certainement la plus spécifique, car elle est liée à l'étroitesse du marché de l'entreprise artisanale. En fait, l'artisan traite plus avec une clientèle qu'avec un marché (Julien & Marchesnay 1987). Cette interaction est aussi liée à la nature des métiers : le savoir-faire implique généralement une aptitude à s'adapter à des exigences particulières, spécifiées, à fournir des services personnalisés souvent innovants. L'artisan s'inscrit en quelque sorte dans un processus de « construction » créatrice.

L'approche par les ressources (Wernerfelt 1984, Barney 1991, Teece et alii 1997) nous amène à prendre en compte des capacités et compétences distinctives de l'artisan et du collectif qu'il dirige mais aussi du collectif dans lequel il s'inscrit (« son univers Métier »), tout en nous intéressant aussi au « contrainte de sentier » (« path dependency », Teece et alii 1997), car son métier s'inscrit dans une tradition et des savoir-faire anciens. Selon les secteurs d'activité et le profil de l'entreprise, le caractère idiosyncratique des ressources et le degré de mobilisation des ressources des partenaires peuvent être variables ainsi que le poids de la tradition et du passé.

### **4.3. Pratiques de management et logiques d'action**

L'hétérogénéité du monde artisanal nous incite à introduire une dimension d'analyse relative aux pratiques de management de l'innovation mises en place par l'artisan, en s'appuyant sur le cadre théorique des profils d'entrepreneurs et de leurs logiques d'action<sup>1819</sup> (Marchesnay 1998, Amblard et alii 1996). Il s'agit ici de mettre à jour les « raisons d'agir » des individus

---

<sup>18</sup> Les logiques pouvant évoluer en fonction des actions envisageables et non être définies à partir des acteurs pris en eux mêmes ; la logique d'action se définit comme la rencontre entre un acteur saisi dans toute son épaisseur sociale et une situation mise en forme par le poids des institutions, les rapports de pouvoir...

<sup>19</sup> Avec les logiques de l'action, l'ambition est de dépasser les deux approches unidirectionnelles de l'action sociale : la tradition déterministe et l'approche rationaliste.

en prenant en compte la diversité des mobiles et des rationalités et en tenant compte des discours que tiennent les acteurs de l'artisanat sur leur propre conduite.

En effet, les questions induites par le modèle de la communauté d'innovation nous renvoient in fine à l'entrepreneur, et notamment à la question de la capacité de l'artisan à mobiliser et à gérer de tels actifs auprès des six acteurs génériques constitutifs de cette communauté : à savoir, les détenteurs de compétence métier, les détenteurs de ressources managériales, les facilitateurs institutionnels, les clients pilotes, les leaders d'opinion, les distributeurs.

Plusieurs dimensions liées à la problématique managériale semblent intervenir dans le processus d'innovation : L'artisan prend-il en charge cette activité managériale ? De quelle manière ? La réponse apparaît liée à la manière dont l'artisan conçoit sa position/fonction de chef d'entreprise : est-il plutôt un manager / un homme métier « artisan traditionnel » ? Comment organise-t-il le travail à partir des contraintes de taille, telles que la taille de son équipe, les pratiques de délégation, la participation du propriétaire dirigeant au cycle productif ? Quel rôle d'impulsion peuvent jouer les structures professionnelles ?

Là encore, selon les transformations du système productif artisanal et les bouleversements provoqués sur le méso-système de l'artisan, nos premiers entretiens montrent que les pratiques diffèrent. Toutefois, l'interaction externe avec le client est non seulement perçue par les artisans comme une activité sociale mais aussi comme une activité productive à part entière. Tous les artisans interviewés<sup>20</sup> considèrent cette dimension de service comme une activité essentielle, créatrice de valeur et génératrice de différenciation, où ils cherchent continuellement à innover.

Parallèlement à cette interaction avec le client, d'autres formes d'interaction sont mobilisées par le dirigeant artisanal pour innover et par voie de conséquence développer de nouvelles bases de compétitivité : interaction avec les autres artisans de la profession, interaction avec d'autres métiers (recherche de complémentarité pour développer une offre globale sur un même territoire, une même commune ou bien autour d'une mission fédératrice – développer l'habitat en bois<sup>21</sup>-). La recherche d'interactions individuelles fortes nous semble constituer une dimension discriminante pour caractériser les pratiques du dirigeant.

---

<sup>20</sup> Entretiens journée 2

<sup>21</sup> Entretien journée 2

## Pour conclure

Pour conclure, plusieurs propositions peuvent être avancées pour notre programme de recherche sur la caractérisation des modèles d'innovation dans l'artisanat. Nous retiendrons une acception large de l'innovation de façon à saisir les évolutions notamment dans les innovations de service et les dynamiques d'innovation à l'oeuvre.

Au delà de la diversité du secteur des métiers, et de la disparité des évolutions technologiques et commerciales, plusieurs dimensions communes aux différents univers de métier semblent être pertinentes et structurantes dans l'élaboration d'une taxonomie des modèles d'innovation :

- Le savoir-faire artisanal, parce qu'il appartient, dans une proportion importante, à l'implicite à l'informel (Simeoni 1999) est difficilement observable et codifiable, mais néanmoins toujours présent. Il entretient des relations étroites avec l'innovation, qu'il peut susciter, intégrer voire déformer. Cette interaction entre tradition et innovation apparaît comme un élément central de notre système d'analyse (schéma 2). Cette importance du rapport à l'histoire et au passé, qui guide en quelque sorte l'entreprise « par une contrainte de sentier », à travers les ressources accumulées, souligne l'intérêt de recourir à une analyse par les ressources ; elle permettra aussi de prendre en compte la spécificité de chaque organisation (son caractère idiosyncratique) et de s'éloigner d'une analyse uniquement sectorielle.
- L'évolution des microfilières, le développement de nouvelles formes de coopérations (découlant de nouvelles relations entre filières), l'introduction de nouvelles technologies constituent autant d'éléments qui nous incitent à appréhender l'innovation au niveau de l'entreprise artisanale mais aussi du méso-système dans lequel elle évolue, en s'intéressant non seulement aux acteurs présents, mais aussi aux logiques dominantes (logique de régulation, logique institutionnelle, logique d'évolution). Selon les territoires et les professions, la dynamique communautaire semble présenter des facettes différentes.
- Enfin, la place du dirigeant artisanal et la prise en compte de son projet de vie. Partant de la définition de l'entreprise comme mise en œuvre d'un projet (Bréchet 1996, 1994), le contexte de l'entreprise artisanale conduit à privilégier les liens entre projet de vie, projet d'entreprendre et projet d'entreprise, pour comprendre comment les entrepreneurs artisanaux délimitent leurs espaces de soi et déterminent leurs interrelations avec les sujets et objets pertinents de leur système d'activité (Filion

2000). L'importance de la personnalité du dirigeant dans le projet artisanal, l'implication de la famille (conjoint / conjointe, enfant) ainsi que l'étroite imbrication de sa vie personnelle et professionnelle nous incitent à aborder cette question de l'articulation entre projet personnel et projet d'entreprise.

## **Bibliographie :**

- Abernathy W.J., Clark K.B. (1985), « Innovation : mapping the winds of creative destruction », *Research Policy*, vol.14, pp. 3-22.
- Abecassis-Moedas C., Ben Mahmoud-Jouini S., Paris T.(2004), «Savoirs d'interaction et recomposition des filières de conception», *Revue Française de Gestion*, volume 30, n° 149, mars/avril, pp 69-84
- Akrich M., Callon M. & Latour B., « A quoi tient le succès des innovations ? premier épisode : l'art de l'intéressement» ; *Annales des Mines, Gérer & Comprendre*, septembre 1988, pp. 14-29.
- Akrich M. (1991) « L'analyse socio-technique », *Gestion de la recherche, Nouveaux problèmes, nouveaux outils*, coordination D. Vinck, De Boeck Professional Publishing, pp. 339-353.
- Alter N. (1995), « Peut-on programmer l'innovation ? », *Revue Française de Gestion* , n°103, mars-avril-mai 1995, pp. 78-86.
- Amable B. et Guellec D. (1992), « Un panorama des théories de la croissance endogène », *Revue d'Economie politique*, 102 (3).
- Amblard H., Bernoux Ph., Herreros G., Livian Y.-F., (1996), *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Seuil.
- Arocena J. (1986), *Le développement par l'initiative locale*, Paris L'Harmattan.
- Arrow K. (1962), « Economic Welfare and the Allocation of Ressources for Invention », in R.R. Nelson eds, *The Rate and Direction of Inventive Activity* , Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Auvolat M., Lavigne J.C. & Mayere A.(1985), *L'artisanat en France, réflexion générale et prospective*, La documentation française, Cepam, Paris, Avril.
- Aydalot P. (1986), *Les milieux innovateurs en Europe*, Economica, Paris.
- Ballay J.F. (1997), *Capitaliser et transmettre les savoir-faire de l'entreprise*, Eyrolles, Collection de la direction des études et recherches d'électricité de France, Paris.
- Barney J.B. (1991), « Firms resources and sustained competitive advantage », *Journal of Management*, vol. 17, n°1, pp.99-120.
- Benko G.B. (ed.) (1990), *La dynamique spatiale de l'économie contemporaine*, Paris, Editions de l'Espace Européen.
- Berret P., Pietry-Bessy P. (2004) « Les entreprises de services innovent aussi », *INSEE première*, n°982, Août.
- Bréchet J.P. (1995), *Gestion stratégique, du projet d'entreprendre au projet d'entreprise*, Eska.
- Bréchet J.P. (1994), « Du projet d'entreprendre au projet d'entreprise », *Revue Française de Gestion*, juin-juillet 1994.
- Cluzel J. (1982), *Les pouvoirs publics et l'artisanat*, Collection de la législation contemporaine, Librairie générale de droit et jurisprudence, Paris.

- Callon M., (1994), « L'innovation technologique et ses mythes », *Gérer & Comprendre, Annales des Mines*, mars, 1994.
- Callon M., Laredo P., Mustar P. (dir.) (1995), *La gestion stratégique de la recherche et de la technologie*, Economica, Paris.
- Caron F. (2004), « Diffusion du changement technique : le cas des révolutions industrielles », in *Cahiers Français, Croissance et Innovation*, n°323, novembre-décembre, pp. 74-78.
- Crepon B. (1993), « Taille des firmes et activité innovatrice : une analyse sur données individuelles », *Innovation et Compétitivité*, sous la coordination de D. Guellec, INSEE Méthodes, n°37-38, Economica.
- Daudé B. (1983), « L'innovation dans les services », *Revue française de Gestion*, mars-avril.
- De Meyer , Dubuisson S., Le Bas C. (1999), « La thématique des compétences : une confrontation de points de vue disciplinaires », in *Innovations et Performances*, Foray D. et Mairesse J. (dir), Editions EHESS.
- Djellal F, Gallouj F. (2000), « Le casse-tête de la mesure de l'innovation dans les services : enquête sur les enquêtes », in *Revue d'économie industrielle*, n°93
- Dosi G , Nelson R. (1994), An introduction to evolutionary Theories in Economics, *Journal of Evolutionary Economics*, 4,4, (153-172)
- Dubuisson S., Kabla I. (1999), « Compte rendu d'une réflexion collective », in Foray D. & Mairesse J. (dir.) (1999), *Innovations et Performances*, Editions EHESS.
- Filion L.J. (2000), « Typologies d'entrepreneurs, est-ce vraiment utile ? », *Histoire d'entreprendre*, EMS.
- Filion L.J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue Internationale PME*, vol. 10, n°2, (129-172).
- Fourcade C. (1991) (sous la dir.), *Petite entreprise et développement local*, Editions Eska, Paris.
- Fourcade C. & Marchesnay M. (1997), « Rationalités des politiques de développement local et PME », *Revue d'économie méridionale*, vol.45, n°180.
- Foray D. & Mairesse J. (dir.) (1999), *Innovations et Performances*, Editions EHESS.
- Julien P.A. & Marchesnay M. (1996), *L'entrepreneuriat*, Economica/Gestion Poche, Paris.
- Julien P.A. & Marchesnay M. (1987), *La petite entreprise, Principes d'économie et de gestion*, Vuibert gestion, Paris et Boucherville, Les Editions Vermette.
- Guellec D. (1999), *Economie de l'innovation*, Editions La Découverte, Repères.
- Guellec D. (1993) (sous la coordination), *Innovation et Compétitivité*, INSEE-méthodes, Economica
- Hitt M.A., Ireland R.D., Camp S.M. et Sexton D.L. (2001), Guest editors introduction to the special issue strategic entrepreneurship : entrepreneurial strategies for wealth creation, *Strategic Management Journal*, 22.
- Kaminski P. et Pacitto J.C. (2000), « Formation et innovation », AIREPME, Actes du 5<sup>ème</sup> Congrès International Francophone sur la PME (CIFPME), Lille 25-27 octobre.
- Koenig G. (1995), *Management stratégique*, Eyrolles.
- Lampel J. et Mintzberg H. (1996), « Customing customization », *Sloan Management Review*, automn.
- Laban J., Giovannelli D., Le Huchet A.S. (1995), « Le réseau dynamique d'innovation », *Etudes et documents, série de recherche*, IAE Aix Marseille, W.P., n°442, janvier.
- Le Tallec (1974), in Pacitto & Richomme (2004), "A la recherche de l'entreprise artisanale" AIREPME, Actes du 7<sup>ème</sup> Congrès International Francophone sur la PME (CIFPME), Montpellier, 27-29 octobre
- Loilier T. & Tellier A. (1999), *Gestion de l'innovation*, Editions Management, Caen.
- Loup S. (2003), "les petites entreprises des métiers d'art", *Revue française de gestion*, volume 29, numéro 144, mai/juin, pp 195-209

- Loup S. (2003), *Stratégies et identité de l'artisan d'art*, Thèse en Sciences de Gestion, Montpellier 1.
- Mansfield E. (1968), *Industrial Research and Technological Innovation : a Econometric Analysis*, New York, Norton.
- Marchesnay M. (2003), « La petite entreprise : sortir de l'ignorance », *Revue française de gestion*, volume 29, numéro 144, mai/juin, pp107-118
- Marchesnay M. (1998), « Confiances et logiques entrepreneuriales », *Revue Economies et Sociétés Sciences de Gestion*, Série S.G., n°8-9, (99-117).
- Marchesnay M. (1985), « L'artisanat, un monde en changement », *Enseignement et gestion*, nouvelle série, 35, 3, p.55-59.
- Mintzberg H., (1995) « Un tour d'horizon des vraies fonctions du dirigeant », *L'Expansion Management Review*, mars.
- Mintzberg H. (1990), *Le management voyage au centre des organisations*, les éditions d'organisation, Paris
- Nelson R. (1987), *Understanding Technical change as an evolutionary Process*, North-Holland, Amsterdam.
- Nelson R., Winter S.G. (1982), *An evolutionary Theory of Economic Change*, Cambridge, Press of Harvard University Press.
- Pacitto J.C. (1995), « le transfert de technologie vers la petite entreprise : conditions de réussite », *2<sup>ème</sup> congrès international francophone de la PME*, Paris, 25-27 octobre
- Pacitto J.C., Julien P.A., Meier O. (2002), Les TPE sont-elles spécifiques ? *Piccola Impresa*, n°2, P.35-63.
- Pacitto J.C., Richomme K. (2004), "A la recherche de l'entreprise artisanale" AIREPME, Actes du 7<sup>ème</sup> Congrès International Francophone sur la PME (CIFPME), Montpellier, 27-29 octobre.
- Piore M. & Sabel C. (1984), *The second industrial Divide*, Basic Book, N.Y.
- Reddy N. (1989), « The domain of technology diffusion : the concept of innovation community », *16<sup>ème</sup> séminaire international de recherche en marketing*, IAE Aix en Provence.
- Polge M. (1996), *L'avantage concurrentiel en petite entreprise*, Thèse en Sciences de Gestion, Montpellier 1.
- Richomme K. (2000), *Contribution à la compréhension du système de gestion des entreprises artisanales*, Thèse en Sciences de Gestion, Montpellier 1.
- Savoie B. (1992), Petites entreprises de l'artisanat, du commerce et des services, *INSEE Résultats*, n°185-186 Système productif, n°48-49, avril.
- Schumpeter J.A. (1912), *Theory of Economic development*, New York, Oxford University Press.
- Schumpeter J.A. (1939), *Business Cycles*, New York, Mac Graw Hill.
- Simeoni M. (1998), « Le rôle du savoir-faire dans l'organisation artisanale », AIREPME, Actes du 4<sup>ème</sup> Congrès International Francophone sur la PME (CIFPME), Nancy et Metz, 22-24 octobre.
- Simeoni M. (1999), *La stratégie de la firme artisanale : essai d'interprétation de sa conception et de sa mise en œuvre par la notion de savoir-faire*, Thèse en Sciences de Gestion, Montpellier 1.
- Sweeney P. (1981), *Les nouveaux entrepreneurs*, Editions d'organisation, Paris.
- Teece D., Pisano G., Shuen A. (1997), Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal* 18(7), pp.509-533).
- Teece D.J. (1988), "Technological change and the nature of the firm", in Dosi et al, *Technological Change and economic Theory*, FrancesPinter Publishers.
- Thiétart R.A. et coll. (1999), *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris.

Van de Ven A.H., Angle H., Poole M.S. (1989), *Research on the Management of Innovation : the Minnesota studies*, New York : Ballinger/Harper & Row.

Verstraete T. (2002), *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*, Les Editions de l'ADREG.

Wernerfelt B.(1984), « a resource-based view of the firm », *Strategic Management Journal*, vol.5, n°2, pp.171-180.