

Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat rural par la perspective du Capital Social

Essay on the singularity of rural entrepreneurship based on Social Capital perspective

Naoufal Belrhazi, (Docteur en Sciences Economiques et Gestion)
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Fès
Université Sidi Mohammed Ben Abdellah, Fès, Maroc

Asmae Diani, (Professeur de l'Enseignement Supérieur)
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Fès
Université Sidi Mohammed Ben Abdellah, Fès, Maroc

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales Université Sidi Mohammed Ben Abdellah - Fès naoufal.belrhazi@usmba.ac.ma
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	Belrhazi, N., & Diani, A. (2021). Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat rural par la perspective du Capital Social. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 2(4), 517-529. https://doi.org/10.5281/zenodo.5148401
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

DOI: 10.5281/zenodo.5148401

Received: July 06, 2021

Published online: July 30, 2021

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 2, Issue 4 (July, 2021)

Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat rural par la perspective du Capital Social

Résumé

Le présent travail de recherche a pour objectif la caractérisation de l'entrepreneuriat rural à travers une approche centrée sur le capital social, et ce en s'ouvrant sur d'autres disciplines à l'instar de la sociologie économique, notamment via les travaux de Bourdieu, Putnam, Coleman, Granovetter et autres. Certes, le développement et l'amélioration des conditions de vie de la population vulnérable sont aujourd'hui une préoccupation centrale des populations et des pouvoirs publics. L'entrepreneuriat rural constitue alors une forme de réponse à cette préoccupation. Dans notre analyse, nous avons essayé de montrer que l'innovation sociale dans cette pratique par la mobilisation du capital social est une solution aux problématiques sociales et économiques de l'entrepreneur rural. Autrement dit, cet article tente de combler les manquements existants en modélisant le processus entrepreneurial en milieu rural par la perspective du capital social. Dans cette perspective, l'emprunt du courant de l'entrepreneur « encastré » nous permet de rapprocher le processus entrepreneurial au processus de construction et de mobilisation du capital social. C'est ainsi que pour déployer cette vision au niveau empirique, nous avons mobilisé les travaux de la sociologie économique, les études sur les réseaux sociaux et la construction et mobilisation du capital social (Bourdieu, 1980), et la théorie de la force des liens et celle de l'encastrement économique dans le social (Granovetter, 1973, 1985). Et ce via une logique abductive soutenue par une analyse qualitative longitudinale.

Mots clés : “Entrepreneuriat rural – capital social – réseau – Développement socio-économique”

Classification JEL : Q22, Q130, R1

Type de l'article : Recherche appliquée

Abstract

This research studies rural entrepreneurship in Morocco, its central objective is to characterize this phenomenon through an approach based on social capital, indeed, other disciplines were used, such as economic sociology (Bourdieu, Putnam, Coleman, Granovetter and others). However, developing the living conditions of the vulnerable population is becoming a central objective of populations and public authorities. Rural entrepreneurship is therefore a response to this objective. In our research project, we have tried to demonstrate that mobilizing social capital is a solution to the social and economic problems in rural area. In other words, this article tries to penetrate the existing gaps by modeling the entrepreneurial process in rural areas. From this point of view, the current of the "embedded entrepreneur" facilitate the analysis of entrepreneurial process through the building and mobilizing social capital process. Therefore, to deploy this reflection at the empirical part, we have mobilized studies on sociology of social networks and the social capital design (Bourdieu, 1980), the strength of relations theory and social economic embeddedness (Granovetter, 1973, 1985). This via an abductive logic with a longitudinal qualitative analysis.

Keywords: “Rural entrepreneurship - social capital - network – socioeconomic development”

JEL Classification : Q22, Q130, R1

Paper type : Empirical research

Introduction :

Le présent article a pour objectif l'investigation du champ de l'entrepreneuriat rural à partir d'une approche basée sur le capital social.

Cette approche est empruntée des travaux sur « l'encastrement social », mais également des nouvelles recherches en entrepreneuriat et nous permet ainsi de mettre en épigraphe l'impact de la mobilisation du capital social sur la mise en perspective du modèle entrepreneurial en milieu rural. Dans ce sens, notre travail a mobilisé deux approches : l'approche de l'entrepreneur « encadré » et l'approche « intégrée ».

Pour cristalliser ce corpus sur le plan empirique, nous avons interpellé les concepts de la sociologie économique à savoir la théorie de la force des liens (Granovetter, 1973), la composition du réseau et particulièrement les ressources sociales comme théorie sociologique du capital social décrivant les actions individuelles dans un contexte structural (Lin, 1995).

Certes, depuis longtemps, le modèle référent de développement socio-économique de chaque pays reposait nécessairement sur l'approche entrepreneuriale en tant que vecteur économique fondamental à part entière. Au Maroc, l'entrepreneuriat est une « carrière » relativement récente dans le milieu rural, en effet, nous avons attendu la fin des années 90 pour assister au développement des entreprises rurales de différentes formes organisationnelles. Selon *The Entrepreneurial Spirit Index*¹ du *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2020/2021), le Maroc est classé 39^{ème} parmi 43 pays (Global Entrepreneurship Monitor, Global Report, 2020/2021, p.182), le nombre des entrepreneurs, et en particulier en milieu rural, reste en deçà des perspectives et enjeux du pays.

Cependant, sur le plan pratique, il est à noter que la qualité du réseau joue un rôle de taille sur le succès des relations d'affaires. Ainsi, la mobilisation du capital social qui en résulte est une solution face aux difficultés vécues par les entrepreneurs.

Autant d'arguments qui nous ont encouragés à adopter la perspective du capital social, comme angle d'attaque, pour essayer de caractériser la singularité de l'entrepreneuriat rural au Maroc.

De ce fait, l'objet de notre recherche est d'étudier le rôle du capital social de l'entrepreneur rural, dans un contexte socio-économico-culturel particulier. De façon plus précise, cet objet de recherche se traduit par la question suivante :

Dans quelle mesure le capital social de l'entrepreneur rural favorise l'accès aux ressources stratégiques entrepreneuriales ?

La réponse à cette question est déclinée vers 2 objectifs principaux :

Objectif 1 : Définir les ressources entrepreneuriales auxquelles peut accéder l'entrepreneur rural à travers son capital social.

Objectif 2 : Identifier la configuration du capital social qui favorisent l'accès aux ressources relationnelles et entrepreneuriales pour l'entrepreneur rural.

Par ce travail de recherche, nous entendons faire une double contribution théorique et pragmatique :

Sur le plan théorique, nous envisageons de présenter une nouvelle approche sociologique, basée sur le capital social, pour étudier un phénomène économique à savoir « la singularité de l'entrepreneuriat rural au Maroc ». Sur le plan pratique, et dans un contexte économique mondial assez délicat, l'entrepreneuriat rural représente un cheval de bataille pour l'ensemble des acteurs (gouvernements, acteurs institutionnels et économiques, ONG...), dans la mesure où l'entrepreneuriat constitue une des solutions aux problématiques dans le monde rural en particulier et une plateforme de création de valeur socioéconomique. Laquelle pratique demeure un passage stratégique dans le cadre des chantiers de réformes engagées par les pays en voie de

¹The index is based on a combination of three questions related to entrepreneurial awareness, opportunity perception, and entrepreneurial self-efficacy and is comparable across countries.

développement tel que le Maroc, un pays à tradition agricole, où l'entrepreneuriat rural joue un double rôle économique et social, mais également reflète des indicateurs de développement territorial.

En outre, et entre autres, s'intéresser au capital social entrepreneurial permet d'orienter l'appui des acteurs institutionnels et les politiques des organismes d'incubation et d'accompagnement des porteurs de projets en milieu rural en soulignant la singularité de l'entrepreneuriat rural au Maroc et fournit de même aux entrepreneurs ruraux des outils spécifiques et adaptés aux différentes pratiques entrepreneuriales en milieu rural par cette perspective du capital social.

1. Revue de la littérature :

C'est dans les années 80 que l'entrepreneuriat a émergé comme un champ de recherche et a commencé à susciter l'intérêt des chercheurs (Ahl et al. 2015), pour arriver à une reconnaissance académique sans précédent, surtout avec le grand nombre d'articles référencés (plus de 630 entre les années 1975 et 2012), de revues spécialisées et également les rapports annuels de *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (21 versions, dernière version publiée le 03 juin 2021).

Par ailleurs, au cours des dernières années, l'approche par le capital social est proposée comme un concept d'une importance cruciale dans le champ des sciences sociales et de gestion. Il s'agit ainsi d'étudier et d'analyser les phénomènes économiques à travers une approche multidimensionnelle et « interactionniste » qui scrute les relations entretenues par les acteurs et met au centre les phénomènes collectifs par l'étude des interactions sociales.

Cette approche centrée sur le capital social est caractérisée par une pluralité de disciplines, ce qui l'a rendue attractive aux débats autour, notamment, des thématiques de l'entrepreneuriat et du management, notamment : les problématiques de développement professionnel, de la gouvernance des entreprises, les sujets par rapport au changement organisationnel, et questions sur le management des équipes et la gestion des ressources humaines, Chauvet et Chollet (2010).

En effet, et dans un premier temps, nous allons délimiter les contours de la notion du capital social, en commençant par un focus sur le courant de l'entrepreneur « encastré » pour aboutir à l'apport de cette approche pour l'entrepreneuriat rural. Toutefois, et en faisant référence aux travaux sur la nouvelle sociologie économique, principalement les travaux de Polanyi et de Granovetter², le concept de l'encastrement (« *embeddedness*³») a été introduit dans le champ de l'entrepreneuriat grâce aux travaux des pionniers de courant Aldrich et Zimmer (1985) sur les réseaux communautaires et par la suite Johannisson (1986) sur le réseau personnel.

C'est ainsi que le courant de l'entrepreneur « encastré » trouve ses racines dans la thèse de l'encastrement « *embeddedness* », fondatrice de la nouvelle sociologie économique. Le concept d'encastrement est aussi un héritage de Polanyi qui évoquait la notion d'encastrement de l'économie dans le social dans le cas des sociétés primitives, ce phénomène ayant selon lui disparu dans l'économie de marché.

L'encastrement relationnel complet constitue la somme de trois types d'encastrement : Latent, fonctionnel et isolé Saleilles (2007) :

²« Pour Polanyi, l'économie recouvre l'ensemble des activités dérivées de la dépendance de l'homme vis-à-vis de la nature et de ses semblables. Par encastrement, il désigne l'inscription de l'économie ainsi définie dans des règles sociales, culturelles et politiques qui régissent certaines formes de production et de circulation des biens et services.

³Plusieurs traductions du concept d'« *embeddedness* » ont été proposées : « ancrage », « intégration », « enracinement », « imprégnation ». « Encastrement » est le terme le plus utilisé car il est représentatif de la complexité des liens (Saleilles, 2007)

- L'encastrement « latent » : combinaison entre l'encastrement vain (capital social, confiance sociale, réputation...) et l'encastrement personnel (relation personnelle, bienveillance...);
- L'encastrement « fonctionnel » : intersection entre l'encastrement vain et l'encastrement de compétence (relation économique, valeur de l'histoire de la relation);
- L'encastrement « isolé » : croisement de l'encastrement personnel et l'encastrement de compétences.

En effet, la façon dont Pierre Bourdieu, Mark Granovetter, Ronald Burt, James Coleman, et Robert Putnam ont développé leurs analyses aux États-Unis à partir des années 60', puis en Europe dans les années 80', met en évidence des points de vue assez distincts sur le capital social.

Dans son fameux article « La force des liens faibles » (2000 [1973]), M. Granovetter raisonne en termes de réseaux sociaux et non de capital social. Il s'agit cependant d'une contribution majeure à la problématique du capital social. Le sociologue américain distingue les liens forts qui désignent des relations régulières comme les relations familiales, amicales, voire professionnelles, aux liens faibles qui concernent des relations occasionnelles.

Pierre Bourdieu (1980) définit le capital social comme étant la somme des ressources actuelles et/ou potentielles qui sont capitalisées à travers la possession d'un réseau de relations durables plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interreconnaissance. Bourdieu privilégie parmi les formes sociales créatrices de capital social des institutions, des lieux et des pratiques exemplaires de ce qu'il nomme « les échanges légitimes ».

Coleman (1988) définit le capital social comme des ressources des individus qui facilitent leur action au sein des structures dans lesquelles ils prennent place. Il s'inscrit explicitement dans le courant du choix rationnel tout en soulignant que le capital social est tout autant la propriété des acteurs que la caractérisation d'une structure de relations.

Tout en se référant à Coleman, le politologue comparatiste Robert Putnam redéfinit et approfondit considérablement les dimensions individuelle et collective, privée et publique de la notion de capital social qui « *se rapporte aux relations entre individus, aux réseaux sociaux et aux normes de réciprocité et de confiance qui en émergent* » (2000). Il abandonne une vision strictement individuelle et utilitariste des relations, il appréhende le capital social avant tout comme une ressource collective, un mécanisme qui a le pouvoir d'assurer le consentement, la conformité avec le comportement collectif désirable (Putnam, 2000).

C'est ainsi qu'on peut en déduire que le concept du capital social a permis de déclencher une série de problématiques et par conséquent des réflexions et idées sur la construction de la relation entre le social et l'économique et a instauré le lien manquant entre ces deux mondes, antérieurement disjoints (Imikirene, 2008). C'est bien cette relation qui représente la colonne vertébrale du concept et qui l'a rendu captivant aux yeux des chercheurs du domaine.

L'intention entrepreneuriale, comme étant le point de déclenchement du processus entrepreneurial d'un individu, s'établit également à partir du réseau social qui est constitué de la famille, les amis et les connaissances de l'entrepreneur. L'apport du capital social est de devancer la simple étude de la structure du réseau de l'entrepreneur et de prendre ainsi en considération les configurations relationnelles et cognitives, ce qui constitue un apport important aux modèles de l'intention entrepreneuriale (Gharbi, 2020).

Selon Saleilles (2007), le capital social est ainsi le résultat de s'inscrire dans le cadre d'un processus de mobilisation des ressources à travers un réseau tout en respectant les règles de participation à savoir : la mutualisation des intérêts au sein du réseau, la maîtrise des normes, la traduction du marché, etc. Ce processus décrivant ainsi un enchaînement entre le réseau de l'acteur (entrepreneur dans notre cas), les ressources déployées, et la (es) performance (s) qui en découle (nt).

Ngon et Andjongo (2019) repoussent la réflexion à travers l'idée que: « *Même si la théorie admet de plus en plus les relations sociales des réseaux des entrepreneurs comme partie intégrante de l'activité entrepreneuriale, leur permettant ainsi d'accéder plus facilement aux ressources dont ils ont besoin, cette plus-value n'est valable que lorsque l'on prend en compte les motivations entrepreneuriales de départ selon qu'elles soient Pull (entrepreneur d'opportunité) ou Push (entrepreneur de nécessité)* ». Les réseaux de l'entrepreneur, l'accompagnement et la formation constituent, non seulement des facteurs clés de succès, mais aussi bien un moyen de rompre avec l'isolement de l'entrepreneur (Hélène, 2016).

Ainsi, on peut rebondir sur le fait que les entreprises soient d'autant plus performantes qu'elles sont soutenues par un plus grand nombre de personnes à statut social élevé (Maaroufi et al., 2019). Selon Geindre et Dussuc (2015), « *le capital social est souvent considéré comme une ressource clé pour la PME, source de performance et d'efficacité dans la démarche entrepreneuriale* ».

Laghrissi et Achour (2020) confirme que l'environnement de l'entrepreneur et de ses spécificités sociales joue un rôle direct et important dans la réussite entrepreneuriale, l'entrepreneur est ainsi considéré comme l'acteur social qui mobilise son réseau et qui agit selon une référence sociale bien connue, et il doit avoir les compétences pour s'imposer notamment son encastrement social et son capital social, lequel constitue un atout vital pour la dynamique entrepreneuriale.

À partir de notre revue de littérature et en vue d'atteindre les objectifs fixés, notre travail de recherche examinera les propositions suivantes :

1. Les liens forts de l'entrepreneur rural constituent la source principale du financement.
2. Les trous structuraux constituent le lieu idéal pour accéder aux informations entrepreneuriales.
3. Les liens entre l'entrepreneur rural et les acteurs du réseau impactent directement ou indirectement la visibilité et la crédibilité de son projet.

2. Méthodologie de la recherche

Un total de 30 entretiens a été développé lors de cette recherche, plusieurs furent menés avec un ou divers membres du réseau de chaque organisation. Chaque entretien ayant un code d'identification qui commence par « ER ». Le choix de ces entretiens a été fait sur la base d'un échantillonnage raisonné permettant de couvrir plusieurs cas d'acteurs qui partagent le souci de la mise en marché d'un produit/service en milieu rural et de saisir ainsi les diverses perspectives sur sa trajectoire et mis en valeur à travers la mobilisation positive ou négative des réseaux disponibles. Cependant, il est à noter qu'il n'est pas possible d'affirmer que l'échantillon soit un choix fait uniquement par le chercheur, il obéit aussi à la disponibilité des acteurs et leur ouverture à des entretiens pour parler de leur expérience, relations et vie entrepreneuriale.

Tableau 1 : Caractéristiques des interviewés

Caractéristiques	Moyenne		
Nombre d'observations	30		
Caractéristiques	Moyenne	Minimum	Maximum
Age	40	25	55
Caractéristiques	Fréquence		Pourcentage
Sexe			
• Homme	26		87%
• Femme	4		13%
Situation matrimoniale			
• Marié(e) polygame	-		
• Marié(e) monogame	21		70%
• Divorcé (e)	-		
• Célibataire	7		23%
• Veuf (ve)	2		7%
Niveau d'Instruction			
- Alphabétisé en arabe	22		73%
- Primaire	5		17%
- Secondaire	2		7%
- Supérieur	1		3%
Formation agricole			
- Pas de formation	19		63%
- Formation non diplômante	5		17%
- Formation diplômante	6		20%
Membre GIE			
- Oui	26		87%
- Non	4		13%

Source : Auteurs

La réflexion qualitative que nous envisageons, avec une analyse longitudinale, se joint à l'étude des phénomènes dans toute leur complexité. Le recours à cette méthodologie nous a permis d'accéder d'une manière concise et précise aux pratiques de réseautage des acteurs et de mieux empoigner le contexte et ainsi l'analyser en profondeur, chose qui n'est pas permise en adoptant une démarche quantitative.

C'est ainsi que nous considérons la méthode qualitative comme « une stratégie pertinente de recherche imaginative et flexible », tout en respectant un minimum de rigueur scientifique⁴. Certes, elle a fait l'objet de certaines critiques, principalement par rapport aux difficultés de collecte des données, d'analyse et d'interprétation des données.

Nous partons alors du postulat que les représentations sociales et l'appartenance à des réseaux d'acteurs influent fortement les attitudes et les comportements des individus en matière de réseautage, et l'exploitation du capital social par conséquent, mais aussi sur la nature des ressources entrepreneuriales qui en découlent.

En sus de l'identification des ressources, la première phase (à visée exploratoire) de l'étude qualitative nous permet de vérifier l'origine du capital social mobilisé : hérité ? (Lee et Tsang (2001) ou bien construit ? (Uzzi et Dunlap, 2005). La réponse à ces questions conduira notre analyse des origines et des effets du capital social entrepreneurial construit ainsi que le comportement de l'acteur dans le processus de mobilisation.

⁴ "Science is a conversation between rigor and imagination. What one proposes, the other evaluates." Andrew Abbott (Andrew Delano Abbott est un sociologue américain et théoricien des sciences sociales travaillant à l'Université de Chicago. Ses domaines de recherche vont des métiers et professions à la philosophie des méthodes, à l'histoire des disciplines universitaires, à la sociologie de la connaissance. « Wikipédia »)

Par conséquent, cette phase nous permet de construire des propositions, en vue d'une démarche ultérieure d'analyse et de vérification.

C'est ainsi que les entretiens sur le terrain portent sur des questions qui ont accompagné notre recherche, tout en traitant des enjeux à travers lesquels émergent des bases conceptuelles comme étant les rubriques phares du capital social entrepreneurial à savoir : les compétences des entrepreneurs, les ressources déployées, les réseaux, la réciprocité, l'opportunité et l'esprit entrepreneurial.

Tableau 2 : Unités d'analyse

COMPÉTENCES DE L'ENTREPRENEUR
À votre avis, quels sont les principaux atouts (compétences) qui vous ont permis de développer votre projet, produit et/ou service que vous êtes en train de mettre sur le marché ?
RESSOURCES
Qu'est-ce qui a rendu possible le développement de votre meilleure idée de projet ?
RÉSEAU OU RÉSEAUX
Quelles sont les personnes qui ont été les plus influentes dans le succès ou la mise en valeur de votre projet ? (Communauté ou des communautés ?)
RÉCIPROCITÉ
Tout au long de ce processus, y avait-il des personnes envers lesquelles vous vous sentez plus redevable ?
OPPORTUNITÉ
Pourquoi votre intuition et idée de départ a pu finalement se concrétiser ? Quelles situation, conjoncture ou action vous avez exploitées ?
ESPRIT ENTREPRENEURIAL
Quelle sorte d'attachement personnel avez-vous envers votre projet (produit et/ou service ?) Qu'est-ce qui vous a permis de vous investir autant dans ce projet ?

Source : Auteurs

3. Résultats et discussions :

Dans le cadre de cette recherche, nous avons maintenu trois principales ressources : le financement, l'information stratégique et la visibilité-crédibilité. Du point de vue qualitatif, ces ressources ont une influence directe sur les performances et par conséquent sur le succès de l'entrepreneur rural. Tandis que du point de vue quantitatif, ces ressources sont les plus évoquées au niveau de la littérature et également par les entrepreneurs interviewés.

3.1. Accès au financement :

Au Maroc, nous avons constaté une attitude de prudence et de réticence, de la part des entrepreneurs, vis-à-vis des prêts bancaires en faveur du recours aux liens forts, notamment l'aide financière de l'entourage familial. Ce constat a été confirmé lors des premières étapes de notre recherche qui confirme qu'au départ, presque la totalité des entrepreneurs interviewés (plus de 90%) a fait recours au réseau personnel (famille et amis), le reste a investi leurs propres ressources.

Tableau 3 : Financement et structure du capital

Cas	Mode de financement	Structure du capital	Verbatim
ER1	Financement par réseau formel (PJE⁵)	Associé unique avec l'appui d'un réseau formel	«...t'as besoin d'accompagnement et de financement on est là (Programme PJE), et on part quand tu n'auras plus besoin de nous ...le temps que l'activité soit lancée..»
ER2	Emprunt auprès du père	Associé avec frère avec appui du père	« Mon père m'a octroyé un petit capital, il voulait bien m'aider, mais à condition d'impliquer mon frère dans notre projet... »
ER3	Fonds propres	Associé unique	« J'ai assuré le financement du lancement de ma structure avec mes propres fonds... le projet étant de petite taille et ne permettait pas le recours à des emprunts bancaires... »
ER4	Fonds propres	Associé unique	« de par la nature de mon projet, je n'ai pas un besoin énorme en capital, du coup moi-même j'assure le financement ... je compte sur mon réseau pour me faciliter l'accès à d'autres ressources ... »
ER5	Fonds propres	Associé avec frère	« Mon financement est basé essentiellement sur les fonds propres... aussi un financement de mon père qui opérait déjà dans le domaine, il nous a prêté de l'argent ... il faut le dire les 5 premières années étaient difficiles... »

Source : Auteurs

C'est ainsi que nous formulons les propositions de notre recherche en matière de mobilisation du capital social par l'entrepreneur rural, ce dernier se positionne dans un premier temps du côté des liens forts, comme l'atteste Chollet (2005), « *chaque littérature s'ordonne suivant ce qu'elle défend ou pas* ».

Selon Laghrissi et Achour (2020), le capital social est vital pour l'acquisition des ressources financières et le financement, l'acquisition des clients et la commercialisation des produits.

Et c'est à partir de là que nous validons la première proposition suivante :

P.1. : L'accès au financement est favorisé par la mobilisation efficace des liens forts de l'entrepreneur.

3.2. Accès à l'information stratégique

Pour arriver à faire face aux difficultés de la création, la gestion et le développement de son projet, l'entrepreneur fait appel à des informations issues, directement ou indirectement, du réseau d'acteurs, lui permettant ainsi de connaître son environnement, anticiper les attentes des partenaires, et aussi être informé des opportunités d'affaires et des menaces à éviter.

À travers l'analyse des cas, il ressort que les entrepreneurs ruraux approchés se basent majoritairement sur le réseau des relations fortes pour arriver à des informations pertinentes pour eux en rapport avec les opportunités d'affaires, ou bien des informations d'ordre technique ou à visée commerciale comme les informations sur les clients et les fournisseurs.

⁵ Programme des Jeunes Entrepreneurs Agricoles, initiative de l'Agence de Développement Agricole à laquelle nous avons participé en tant que porteur de projet pendant 4 sessions (une semaine chacune) de formation et d'accompagnement.

Tableau 4 : Extrait de verbatim

Verbatim	Nature du lien
« J'ai développé mon projet en collaboration avec un ami, j'avais besoin d'informations, des idées, machines... il opère déjà depuis 10 ans dans le domaine, tout naturellement il m'a renvoyé l'ascenseur ». ER2	Ami Il opère dans le terrain depuis 10 ans.
ER4 « on a eu des formations pendant le lancement du projet, mon ami était salarié chez une multinationale, donc on s'échangeait des idées et des informations au sujet de gestion des projets en matière de production, de distribution et de commercialisation aussi bien au niveau du marché local qu'international..., avec cette relation et les idées échangées, j'ai décidé de développer mon projet et d'envisager l'importation de mes produits (déjà biologiques) après leur certification "Bio" ».	Ancien client

Source : Auteurs

Par rapport à la structure du réseau de l'entrepreneur, Burt (1995) témoigne de l'effet indiscutable que joue un réseau riche de trous structuraux, facilitant ainsi l'accès à l'information « *Les bénéfiques en information concernent l'accès, la synchronisation et les renvois d'opportunités. Un réseau de directeurs donne accès à bien plus d'informations que ce qu'un seul individu peut obtenir* (Burt, 1995) ».

Une densité faible (le cas où les acteurs du réseau ne se connaissant pas entre eux) fournira une position de contrôle à l'entrepreneur, dans la mesure où il sera le point focal entre les différents acteurs. De ce fait l'entrepreneur pourra atteindre des informations fortunées en opportunités et mieux encore avec des interprétations personnalisées.

P.2. : les trous structuraux dans le cadre du processus de mobilisation du capital social favorisent l'accès aux informations entrepreneuriales (informations sur le marché par exemple).

3.3. Visibilité à l'égard de l'environnement

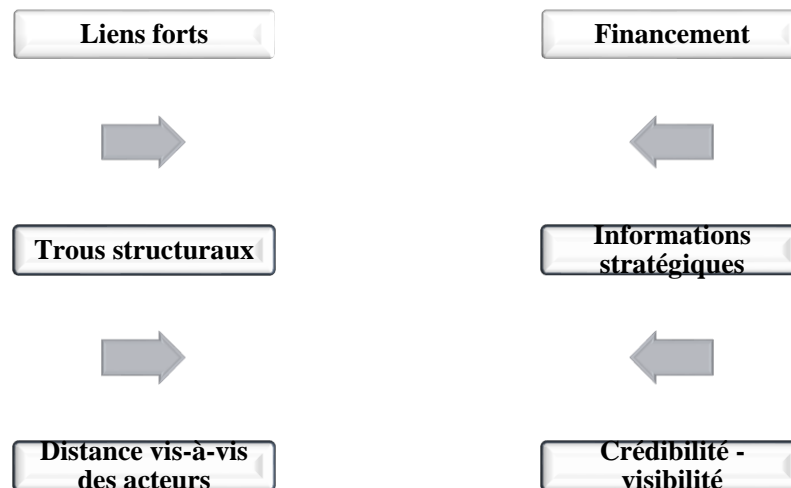
La visibilité, contrairement à l'information stratégique (que l'entrepreneur cherche à acquérir à travers la mobilisation de son capital social), est le résultat positif d'une bonne mobilisation des flux d'informations au sein du réseau, Chollet (2005). Cependant, à travers son capital social, l'entrepreneur rural examine et exploite les informations disponibles à travers son capital social pour développer une certaine légitimité auprès de son réseau et environnement (Seibert et al., 2001). C'est ainsi que l'entrepreneur s'attend à plus de visibilité et pourquoi pas de crédibilité auprès de sa mitoyenneté et par conséquent, à se faire recommander.

Toutefois, il est jugé pertinent de souligner le poids des caractéristiques du réseau d'acteurs de l'entrepreneur, qui emboîtent autant les échanges d'expertises et des idées ainsi que les effets de recommandations ambitionnés par l'entrepreneur, notamment, la réputation, la légitimité et la crédibilité dont jouissent les acteurs au sein du réseau. Il s'agit, en effet, des caractéristiques en lien avec les liens hiérarchiques, organisationnels, géographiques, fonctionnels et sectoriels. Dans le même sens de réflexion, nous confirmons la proposition suivante :

P.3. : les liens géographiques, organisationnelles, fonctionnels et sectoriels vis-à-vis des acteurs du réseau de l'entrepreneur rural misent en avant la visibilité-crédibilité de son projet.

Dans cette perspective, selon Benarfi et Hikkerova (2018), consolider son capital social et s'entourer par des experts dans différents domaines (finance, accès au marché, transfert de technologies, etc.) contribue pertinemment à l'enrichissement du parcours de l'entrepreneur et ainsi au développement et à la croissance de son entreprise.

Figure 1 : Liens entre les dimensions du capital social et les ressources entrepreneuriales



Source : Auteurs

4. Conclusions :

Les contributions qui ont été dégagées à partir des niveaux d'analyse suscités (tableau 2) composent un modèle proposé plausible de l'entrepreneuriat rural au Maroc aux étapes qui précèdent la mise en marché d'un artefact (produit ou service). Ainsi, cette étude avait une double réflexion, d'abord nous avons scruté l'origine et l'originalité du capital social afin cristalliser sa constitution et sa mobilisation (à travers le réseautage) dans une logique d'action stratégique. Nous avons déduit alors que le capital social reflète un caractère « évolutif » en avançant dans le processus entrepreneurial et par rapport à chaque cycle de vie de l'entreprise. C'est ainsi que les entrepreneurs ruraux mobilisent au début les relations fortes (famille et amis), et par la suite, ils essaient de diversifier leur réseau pour profiter aussi des liens faibles (banques, ONG...) qui se transforment avec le temps en liens forts et pertinents à exploiter. Et par la suite, creuser l'impact des représentations sociales sur le capital social de l'entrepreneur. Nous avons déduit que les entrepreneurs font face à des contraintes socio-économiques et culturelles, qui impactent négativement leurs activités entrepreneuriales, d'où la construction et la mobilisation du capital social sont fortement recommandées, et ce sous trois angles d'analyse :

- Les relations fortes (*Amical capital*),
- Les trous structureaux, le niveau de densité du réseau et les informations stratégiques,
- Les distances vis-à-vis des acteurs du réseau, et leur impact sur les caractéristiques du réseau en particulier les caractéristiques socioprofessionnelles.

Le capital social de l'entrepreneur rural qui permet l'accès aux ressources entrepreneuriales (Information stratégique, financement, légitimité, crédibilité et visibilité) de manière efficace est un « lubrifiant » pour lequel : les liens entre l'entrepreneur et le réseau sont forts, le réseau d'acteurs de l'entrepreneur est très dense (l'information est par conséquent non redondante) et représentent des caractéristiques différentes et pertinentes pour l'entrepreneur.

En effet, nos résultats ont permis de proposer un modèle permettant de bien comprendre la singularité de l'entrepreneur rural par cette perspective du capital social. Toutefois, ce travail comporte un certain nombre de limites. Tout d'abord, une étude longitudinale sur plus de cas en croissance et par cycle de vie de l'entreprise permettrait de mieux appréhender l'orientation entrepreneuriale de l'entrepreneur rural via son capital social et sa démarche. Aussi, il serait pertinent d'élargir la présente étude via une analyse quantitative et à travers des traitements statistiques qui peuvent consolider la généralisation des résultats. Enfin, une analyse plus fine des trajectoires entrepreneuriales en milieu rural peut également permettre de mieux creuser le

processus de l'entrepreneur rural et ainsi d'étudier plus finement la question de mobilisation du capital social de la part des entrepreneurs ruraux via le réseau.

Ainsi, il est possible d'identifier plusieurs thèmes aussi séduisants qui, parallèlement à la construction et la mobilisation du capital social pour l'entrepreneuriat rural, peuvent être ainsi des pistes de futures recherches à scruter :

- L'approche genre ;
- Les traits psychologiques ;
- La croissance économique et le développement territorial ;
- Les mesures politiques et l'appui des acteurs institutionnels.

Références :

- (1) Ahl et al. (2015), *Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approach*, International Small Business Journal 2016, Vol. 34(3) pp.217-241.
- (2) Aldrich H. E. et Zimmer C. (1985), *Entrepreneurship through Social Networks*, in The Art and Science of Entrepreneurship, edited by Raymond Smilor and Donald Sexton, Cambridge: Ballinger, pp.3-24.
- (3) Benarfi et Hikkerova (2018), *Capital social et vision stratégique du dirigeant : Quels impacts sur la croissance dans un contexte défavorable ?*, XXVIIe Conférence Internationale de Management Stratégique, MONTPELLIER, 6-8 juin 2018
- (4) Bien à Ngon J.E. et Andjongo E.M. (2019) « *Capital social et survie de la microentreprise: une analyse à partir de la motivation du jeune entrepreneur* », Revue de Contrôle, de la Comptabilité et de l'Audit, « Numéro 10 : Septembre 2019 / Volume 4 : numéro 2 », pp. 59 - 83
- (5) Bourdieu P. (1980), *Le capital social*, notes provisoires, Actes de la recherche en sciences sociales, 31, p. 23.
- (6) Burt, R. S. (1995). *Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur*. Revue française de sociologie, pp. 599-628.
- (7) Chauvet, V., & Chollet, B. (2010). *Management et réseaux sociaux*. Revue française de gestion, (3), pp.79-96.
- (8) Chollet B. (2005), *Le rôle du réseau personnel de l'ingénieur en R&D : le cas du secteur des micro et nanotechnologies*, Thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès-France Grenoble.
- (9) Coleman, J. S. (1988), *Social Capital in the Creation of Human Capital*, The American Journal of Sociology, Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure (1988), pp. S95-S120, Published by: The University of Chicago Press.
- (10) Geindre, S. & Dussuc, B. (2015). *Capital social et recherche en PME*. Revue internationale P.M.E., 28(1), 27-55.
- (11) Gharbi M. (2020), *Les Dimensions du capital social et l'intention entrepreneuriale des étudiants*, Creating Global Competitive Economies: 2020 Vision Planning & Implementation, pp.590-601
- (12) Granovetter, M. S. (2000). *Le marché autrement : les réseaux dans l'économie*. Paris: Desclée de Brouwer.
- (13) Granovetter, Mark (1973), *The Strength of Weak Ties*, American Journal of Sociology, Vol. 78, No. 6 (May, 1973), pp. 1360-1380, Published by: The University of Chicago Press, <https://www.jstor.org/stable/2776392>.
- (14) Granovetter, Mark (1985), *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. American Journal of Sociology 91 (November): pp. 481-510.

- (15) Granovetter, Mark (1994). « *Business Groups and Social Organization* » dans Neil J. Smelser et Richard Swedberg, *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton New Jersey, Princeton University Press et New York, Russel Sage Foundation, pp.429-448
- (16) Hélène, P. B. (2016), *L'isolement des entrepreneurs en milieu rural, et le rôle des réseaux d'entrepreneurs. Le cas d'une start-up en milieu agricole*, *Marché et organisations*, vol. 25, no. 1, pp. 147-161.
- (17) Imikirene, K. (2008). *Médiation et ressources sociales dans la création d'une spin-off universitaire : enquête exploratoire sur le processus d'incubation*. Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université de Nancy 2.
- (18) Johannisson, B. (1986). *Network strategies: Management technology for entrepreneurship and change*. *International Small Business Journal*, 5(1), pp. 19-30.
- (19) Laghrissi Z. et Achour F.Z. (2020), *Le capital social en entrepreneuriat : une introduction théorique et une délimitation contextuelle*, *International Journal of Advanced Research in Innovation, Management & Social Sciences* Volume 4 Issue 4, December 2020
- (20) Lee, D. Y., & Tsang, E. W. (2001). *The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth*. *Journal of management studies*, 38(4), pp. 583-602.
- (21) Lin N. (1995), *Les ressources sociales : une théorie du capital social*, *Revue Française de Sociologie*, XXXVI, pp. 685-704.
- (22) Maaroufi A., Tirou N., Mokhtari N.E (2019), *impact du capital social entrepreneurial sur la performance et l'accès aux ressources externes : revue des écrits*, *International Journal Of Economics and Management Research*, Volume 1, N°1, Janvier-Juin 2020 pp.102-127
- (23) Putman R.D., (2000), *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon and Shuster, 2000.
- (24) Saleilles Séverine (2007). *L'entrepreneur néo-rural et son réseau personnel : une étude exploratoire*. *Gestion et management*. Université Montpellier I, 2007. HAL Id : tel-00519243f.
- (25) Seibert, S. E., Kraimer, M. L., & Liden, R. C. (2001). *A social capital theory of career success*. *Academy of management journal*, 44(2), pp. 219-237.
- (26) Uzzi, B., & Dunlap, S. (2005). *How to build your network*. *Harvard Business Review*, december 2005, 83(12).