Les conférences

Les PME, le tiers-état permanent Olivier Torres : Université de Montpellier 3

Olivier Torres est un PMiste depuis plus de 20 ans à l'Université de Montpellier. Il a consacré tous ses travaux à la recherche en PME. Il a consacré et a publié plusieurs ouvrages dans ce domaine dont « les PME3 chez Flammarion, « PME : de nouvelles approches » chez Economica, « les TPE : un management de proximité », chez Lavoisier... Depuis 2008, il a fondé AMAROK, le premier observatoire de la santé des dirigeants de PME, commerçants, artisans et professions libérales. Cette initiative est à l'origine de la création de la chaire sur la santé des entrepreneurs au sein du LABEX Entreprendre. Il vient de publier avec son équipe "La santé des dirigeants : de la souffrance patronale à l'entrepreneuriat salubre" chez De Boeck.

Quelques chiffres sur les PME : 99,8 % des entreprises sont des pme, elles créent 2 emplois sur 3 et il existe 3 millions d'entrepreneurs, elles représentent 55 % du PIB de la France et 60% des ETI ont moins de 1000 salariés.

Même phénomène dans le monde, les pme sont partout mais manque la présence des pme dans les théories or la théorisation permet la généralisation + effet prédictif de la théorie + théorie donne un effet de pouvoir (Bourdieu)

En management, il y a des hiérarchies et spécialisations (stratégie financière, grh,...) or en pme il n'y a pas de spécialités.

Les théories du management excluent les pme (ex : Fayol, Taylor, Webber et Mayo ont tous travaillé dans de grandes entreprises). Il existe de plus un effet Gulliver : représentation du monde à partir du monde des géants et on l'applique en généralisant (ex l'ancien ministre du travail Xavier Bertrand estimait qu'il n'y avait pas de dialogue social dans pme car pas de CHSCT, on part de la TGE pour appliquer à TPE), peu d'historiens travaillent sur les pme

En conclusion la pme n'est pas étudiée en tant que stratégie comme si la pme ne faisait que subir.

Il faut théoriser sur la pme afin que les modèles de représentation englobent les pme

Une PME face à la mondialisation : Armor Lux

Grégoire Guyon est titulaire d'une maîtrise en droit public (Rennes 1), diplômé de l'École de Management de Marseille et Auditeur SA8000. Son parcours professionnel l'a successivement à assurer des missions d'encadrement au CFO France 98 (Site de Saint-Denis / Stade de France) ; ITM Entreprises (Holding du groupe Intermarché) et depuis 2004 dans l'entreprise Armor Lux dont il occupe actuellement le poste de directeur de la communication et du développement.

Dans l'entreprise Amor Lux, il a contribué

- à mettre en place des actions destinées à promouvoir l'image du groupe et de ses marques de prêt-à-porter : création des outils de communication, relations publiques.....
- au lancement de la gamme de produits en coton équitable labellisés Max Havelaar en 2005 : définition du marketing-mix, référencement et certification des fournisseurs ;
- au développement de l'activité vêtements d'image : rédaction des dossiers de réponse aux appels d'offres, suivi des contrats et relations clients La Poste, SNCF, Mairie de Paris, Carrefour
- à l'élaboration et au pilotage de la démarche de responsabilité sociétale de l'entreprise relations avec les ONG, organismes de certification, gestion des labels (Max Havelaar, Ecocert).

Armor Lux :

- ETI de 600 personnes fonctionnant comme une PME qui existe depuis 80 ans dans le textile avec fabrication intégrée, logistique et certification qualité.
- Distribution : 3000 clients et 50 boutiques
- Stratégie : développer CA et préserver l'emploi en se spécialisant dans le vêtement professionnel (permet une vision à 3 ou 5 ans dans un environnement mouvant car fin des quotas textiles, marché mondialisé)
- Environnement : Depuis 30 ans, chute ininterrompue de l'emploi dans le textile car l'Asie représente 55 % des importations (concurrence sur les coûts salariaux)

Comment faire dans cet univers :

- produits de qualité
- protéger les emplois
- développer les collections + innovation
- exportations
- marché professionnel (snf...)

Enjeux : pérenniser la culture d'entreprise et savoir-faire malgré génération vieillissante --> formation avec pôle emploi / développer boutiques et export / engagement RSE élément de différenciation notamment dans milieu professionnel avec un système décisionnel dans la PME qui est dans l'immédiateté et sans appel

Une PME au statut coopératif

Marc MOUSLI, consultant en prospective, administrateur de la SCOP Alternatives Economiques.

Marc Mousli a enseigné le management et la prospective, notamment au CNAM. Consultant, il accompagne des démarches de prospective dans des organisations. Il a dirigé une PME et des services de la SNCF, dans les secteurs du marketing des ventes et des RH. Il collabore régulièrement au magazine Alternatives économiques.

Publications récentes : « Stratégie, prospective et management » et « Prospective et action publique » in la Prospective stratégique en action, (P. Durance, dir.), ed. Odile Jacob, (2014), Le Management de A à Z, HS poche, Alternatives économiques (2013), Alternatives économiques, une réussite qui ne doit rien au hasard, in Bonnes Nouvelles des conspirateurs du futur, (M. Godet, dir.) ed. Odile Jacob, 2011 et 2012, les grandes figures du management ed. Les petits matins (2010), Créativité et Innovation dans les territoires, (avec M. Godet et Pierre Durance), La Documentation française (2010).

Alternatives Economiques

Alternatives économiques est une scop dont plus des 3/4 des salariés sont des sociétaires. Elle est née en 1980 grâce à Denis Clerc pédagogue militant. Le premier salarié sera embauché 5 ans après. Née sous le statut associatif, elle est devenue une scop dont les principes sont les suivants :

- Le capital apporté à la scop n'appartient à personne.
- La part du capital d'un associé qui s'en va est remboursée à la valeur nominale
- la gouvernance en ag 1 personne = 1 voix
- révocation en ag du dirigeant

Une scop est une société commerciale (ex scop sa) : au quotidien, le dirigeant prend des décisions comme dans n'importe quelle PME. Le revenu est fixé par conventions collectives contrat de travail et une part sur les bénéfices.

Pour les scop, la difficulté est de s'ouvrir à l'extérieur. Le gros avantage est que les salariés sont informés en temps réel même en dehors des AG.

Problème d'Alternatives Economiques : poursuivre l'aventure dans le futur / mieux associer le numérique (profiter du fonds pour l'innovation de la presse numérique aidé par Google) / capital insuffisant à injecter / difficulté à remplacer un dirigeant

Les ateliers

L'innovation dans les PME

Jérémie LEGARDEUR, professeur chercheur a l'ESTIA dans le cadre de la chaire «Innovation et PME 3.0 »

Jeremy Legardeur est professeur HDR a l'ESTIA (Ecole Supérieure des Technologies Industrielles Avancées - Biarritz/Bidart) et titulaire des chaires «Créativité et Innovation responsable» ainsi que de la chaire «Innovation et PME 3.0 » créées en partenariat avec AGEFA PME. Il est également membre du laboratoire IMS (UMR CNRS 5218 - Bordeaux). C'est avec une approche sociotechnique basée sur la recherche-action qu'il s'intéresse au domaine de la conception innovante et plus particulièrement aux processus de créativité, d'émergence et de maturation des nouvelles idées lors des phases amont de développement de produits et de services innovants. Ses travaux visent à montrer l'enjeu d'hybrider les approches issues des SPI (Sciences pour l'Ingénieur) et des SHS (Sciences Humaines et Sociales) afin de développer de nouvelles théories modèles et outils dans le but d'accompagner les entreprises dans leurs phases collectives et créatives, de l'idée à l'usage et vice-versa. Il a également créé en 2007, «les 24h de l'innovation » (www.24h.estia.fr) et fondé le réseau de recherche ERIMA (European Research on Innovation Management (www.eriina.estia.fr)).

Jérémie FAHAM, doctorant a l'ESTIA

Jérémie Faham est doctorant de la chaire "Les PME 3.0 agiles et collaboratives : créativité et innovation durable en réseau". Titulaire d'un master en management international et commerce franco-latino-américain de l'IAE de Bayonne (Université de Pau et des Pays de l'Adour). Il développe actuellement le projet WeKeyInnovation, un portail dédié aux entreprises pour favoriser le partage des dispositifs d'aide à la créativité et à l'innovation.

Présentation de l'atelier

Les processus de créativité et d'innovation sont des phénomènes complexes fonction des conditions intrinsèques et extrinsèques aux entreprises. Cet atelier vise à montrer comment les processus d'émergence, de confrontation et de maturation des idées lors des toutes premières phases de développement des produits et services innovants peuvent être étudiés, encouragés et accompagnés selon différentes modalités. Pour cela, une présentation sera faite sur les activités de recherches qui portent sur l'accompagnement des processus créatifs et d'innovation. L'atelier visera également à présenter aux participants de manière interactive certains outils et méthodes d'aide à la créativité et a l'innovation. Quelques exemples d'applications en entreprise seront présentés afin d'illustrer comment ces dispositifs peuvent permettre aux entreprises de dégager de nouvelles pistes d'exploration à partir de leurs problématiques ou de leur offres actuelles.

Créativité et innovation dans les pme
Kalahara noboyuki poupée qui tourne

Créativité et innovation

2 exemples :

Post it : 1968 mélange chimique raté (colle qui ne colle pas vraiment). Recherche application

1974 : Fry papiers collants sur partition - 3m ne voit de potentiel marché - refus marketing / enrôlement

des secrétaires approvisionnées en papier collant puis pénurie d'approvisionnement en demandant de tel service marketing / même stratégie lors du pré lancement

Mr Diesel : invention moteur 1895 brûlant tout type de carburants

Prototype avec problème fiabilisation - il commence seul satisfait ou remboursé, il ne concurrence pas la vapeur meurt pauvre. 1925, naissance pompe à injection et en 39-45 succès

Bilan : innovation

- vient d'une nouvelle idée mais avec idée de départ loin du produit commercialisé
- souvent à partir de petits groupes ou individuel
- processus économique technique et social
- tout le monde peut être créatif mais seules quelques entreprises sont innovantes
- mettre en place méthodes hybrides

Innovations sur offre / processus/ business model sur usages, technologie ou les 2

Le manque d'innovation ne vient pas d'un problème de financement d'ou des recherches transversales avec entreprises à l'aide de différents outils de créativité (diviser forme en parties égales) ex cube en 5 parties = tranches

La créativité n'est pas forcément complexe et différents outils peuvent stimuler la créativité

- utiliser outil des 9 écrans de Triz (vision historique et systémique croisés ancien présent futur : récupérer idées du passé et réfléchir sur futur pour fixer un horizon)
- Méthode de Kipling quoi comment ou pourquoi quand qui
- Brainstormings (osborn)
- Les 6 chapeaux (e de Bono)
- Scénario catastrophe afin prendre contrepied
- World café (permutations de groupes)
- scamperr (osborn elberne) --> concassage d'idées
- matrices de découvertes
- s intéresser au non clients (3 cercles de non clients)

Pme 3.0

créativité fondamentale

Multitude d'approches

Méthodes classiques apportent des limites (questions redondantes)

Bilan : appréhender besoins entreprises sans passer par ces outils. Travailler sur comment aider à s y retrouver et fixer des stratégies

Mise en place d'un outil collaboratif (croudsourcing)

Le développement des compétences et la formation dans les PME en croissance

Brigitte DUBREUCK, présidente de la société COHeRenS, spécialisée dans le développement du leadership et de la gouvernance RH.

Diplômée d'HEC, Brigitte Dubreucq a un parcours professionnel dédié aux ressources humaines. Elle a successivement été adjointe du directeur des ressources humaines d'un groupe de la métallurgie puis responsable RH du site d'Aulnay-sous-Bois du groupe pharmaceutique Guerbet avant d'être nommée en 1998 DRH du groupe puis membre du directoire.

En 2011, elle crée sa propre structure, COHeRENS. Elle réalise des missions de DRH part time et propose aux entreprises et associations de développer un leadership et une gouvernance RH fondés sur une vision et des valeurs partagées.

Françoise CHEVALIER Professeure associée en Management et Ressources Humaines à HEC Paris

Françoise Chevalier est professeure associée à HEC Paris où elle coordonne le département management et ressources humaines. Titulaire d'une habilitation à diriger les recherches, elle est diplômée de La Sorbonne (Ms en Littérature), de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris (Ms en Sociologie) et de HEC (Doctorat). Ses domaines de recherche concernent le changement opérationnel, la gestion des ressources humaines, la créativité et la pédagogie. Elle est spécialisée dans les méthodes de recherche qualitatives et longitudinales. Elle a été professeure invitée à l'université de Berkeley et délivre régulièrement son enseignement dans plusieurs pays.

Auteur de nombreux articles pour des revues scientifiques et professionnelles, elle a également écrit et collaboré à de nombreux ouvrages, dont «GRH et mondialisation, nouveaux contextes, nouveaux enjeux» publié chez Vuibert en 2011, «GRH, une approche internationale» chez de Boeck la même année et a dirigé l'ouvrage collectif à paraître fin 2014 chez le même éditeur «Des PME aux ETI-questions de dirigeants».

Jean-Marie JESTIN, docteur-ingénieur en agronomie et en écologie

Jean-Marie Jestin, est docteur-ingénieur dans le domaine de l'agronomie et de l'écologie, formation qu'il a complétée par un executive MBA. Il est aujourd'hui président du directoire du groupe SUPRATEC. Supratec apporte ses solutions innovantes au tissu industriel français dans le cadre de six grands pôles de compétence répartis sur les métiers de la mécanique, des colles et étiquettes, de l'électronique, de l'environnement, de l'aéronautique et du bâtiment.

Présentation de l'atelier

La notion d'entreprises en croissance, des PME aux ETI, recouvre des réalités diverses et les pratiques de management des ressources humaines (RH) y sont variées. Elles sont le plus souvent liées à la taille de l'entreprise, à la vision entrepreneuriale du dirigeant et au caractère plus ou moins patrimonial ou familial de l'entreprise. Certaines entreprises en croissance sont plus outillées que d'autres dans le domaine des RH. S'il n'y a pas de pratique unique mais des pratiques différentes ancrées dans des contextes singuliers, les dirigeants partagent toutefois un certain nombre de questions et de constats.

L'objectif de cet atelier est de mettre l'accent sur quelques-unes de ces questions et sur les éléments de réponses susceptibles d'y être apportés, tout en gardant à l'esprit l'originalité des démarches mises en œuvre sur le terrain. Le propos sera enrichi d'exemples et de témoignages issus de travaux de recherche documentaire et d'enquêtes terrain, d'actions de formation et d'intervention.

L'internationalisation des PME

Joseph Puzo, ingénieur en électronique INSA, MBA-INSEAD, est PDG depuis 1980 de l'ETI Axon'Cable Montmirail (Maine), président depuis 2011 du pôle de compétitivité Materiala et membre de l'Académie des technologies

Stephan Guinchard, fondateur et dirigeant d'HERAXIS, est co-auteur avec Hermann Simon, de l'ouvrage « les champions cachés du XXIème siècle. Stratégies à succès » (Economica, 2012) et lauréat du prix Zerilli-Martino 2013, prix d'économie de l'Académie des sciences morales et politiques,

ainsi que du Prix de la Fondation Manpower Group pour l'emploi Elèves HEC.

Présentation de l'atelier

La mondialisation est un défi pour les PME ambitieuses. Il leur faut être compétitives face à l'ensemble des concurrents qu'elles peuvent rencontrer. A l'exception des activités des secteurs protégés, la confrontation est désormais européenne, voire mondiale. Stephan Guinchard a montré que les "champions cachés" (souvent des entreprises oeuvrant dans le B2B, donc peu connues du grand public), ont des stratégies visant à être leaders mondiaux. Cela suppose pour ces PME de définir des marchés de niche et d'être toujours soucieuses de leur compétitivité, comme de la qualité et du caractère innovant de leurs produits. Il leur faut enfin imaginer des modalités d'internationalisation originales pour être présentes dans le monde entier sans disperser leurs forces, comme le montre le cas d'Axon.

Champions cachés : terme de H Simon qui permet d'identifier 3000 entreprises dont 300 en France. C'est un leader, qui a un ca <3 milliards et souvent méconnu (portrait-robot : 326 millions de ca, 2000 employés et 2/3 à l'export). Ex : axon'cable / araymond (inventeur bouton pression) clextrol rossignol technology.....

Chine 70 % des exportations faites par pme / 68 % en Allemagne : si la France avait ce potentiel, création d'un million d'emplois

Analyse micro : nécessité d'ambition et marché de niche (point commun des champions cachés). La spécialisation nécessite une vision internationale pour la croissance

Pourquoi l'international :

- le monde c'est le marché
- accroître niches
- diversification géographique pour la croissance
- travailler avec clients plus exigeants
- stimuler innovation

Comment faire : une ambition forte (Moret industrie : pompes industrielles pme picarde partie tôt aux usa)/ responsabilité du dirigeant dans l'enjeu / se donner les moyens de réussir (trouver structure et se donner le temps) / garder la main sur son activité

Freins : la langue non maîtrisée / complexité d'aller à l'étranger / le financement sous-estimé /choix des clients à l'étranger / ambitions qui ne résistent pas aux difficultés

Le cas Axon'cable

Créée en 1965, câble standard vendue à Volvo en 1980. Crise en 1981 : montée en gamme et rachat par le dirigeant / entreprise patrimoniale de 200 personnes en 1990 et plafond de croissance sur marché de niche / en 2000, création d'usines low-cost / en 2014, 15 filiales --> construire une culture internationale

Succès : câblage A350 et satellites

Vision d'une entreprise pérenne :

Innovation + rapidité + marches en croissance

Les étapes :

1985 : exportation très brouillonne / 1990 : structurer exportation : filiales et vendeurs exclusifs - grands salons medtech electronica.... / brochures en anglais / vendeurs locaux mais techniciens français audits financiers

2000 : internationalisation et volonté d'accélérer car manque Asie

2015-2020 : animer culture mondiale séminaires mondiaux annuels / séminaires par filiale / cft meetings (cross functional team) / faire des actions en commun (ex : réduction obésité au Mexique en 4 mois / reconstitution bataille Montmirail 1814 /création d'un fablab café / portes ouvertes

Les atouts concurrentiels des PME

François Ghislain MORILLION, entreprise Veja

Suite à un tour du monde en 2003, durant lequel ils ont audité des projets liés au développement durable, Sébastien Kopp et Ghislain Morillion, créent Veja. Le label français propose aujourd'hui des baskets, ainsi que des sacs, des portefeuilles, de la petite maroquinerie pour homme et pour femme.

Réalisés dans des matériaux écologiques et issus du commerce équitable, les accessoires de mode Veja sont fabriqués au Brésil où le projet est ancré. Le coton biologique vient du Nordeste, le caoutchouc sauvage d'Amazonie, le cuir est tanné sans chrome à l'extrait d'acacia. La marque met en place des filières d'approvisionnement et entretient une relation directe avec les coopératives de producteurs. Veja contribue ainsi au développement local économique.

Martine BOUTARY, professeure à Toulouse Business School

Après un bac scientifique, une formation en école de commerce et une expérience de 15 ans en développement export de PME, Martine Boutary a préparé un doctorat sur la gestion de l'information dans les PME exportatrices, puis orienté sa carrière vers l'enseignement et la recherche. Elle enseigne à TBS le management International, et a orienté ses recherches sur l'internationalisation des PME avec un focus sur les questions d'organisation internationale (délocalisation et sous-traitance internationale). Elle est Conseiller du commerce extérieur de la France.

Présentation de l'atelier

L'intervention de Martine Boutary sera centrée autour des questions suivantes : qu'est ce qui fait la spécificité des PME ? Quels sont leurs modèles de développement ? Sont-elles vraiment différentes des grands groupes et jusqu'où ? Quels sont leurs atouts concurrentiels ? Peuvent-elles aller à l'international et pourquoi ne le font-elles pas plus ? Quel intérêt de se pencher sur les PME dans le cadre de l'enseignement ?

Quant à Ghislain Morillion, il évoquera tout d'abord le projet Veja de 2005 à aujourd'hui (story-telling de la création de l'entreprise, valeurs de veja, pourquoi le Brésil, les filières coton/caoutchouc/cuir, stratégie du zero-zero.). Puis il se concentrera sur l'évolution de l'entreprise pour évoquer ses atouts de croissance : structuration des services, facteurs clés de succès, recherche et développement et futurs projets.

L'entreprise Veja compte 25 personnes 5,8 millions de ca et s'est financée par prêt au départ. Cette marque de baskets repose sur des principes différents des concurrents. Le projet parti sur l'idée d'aller étudier le développement durable sur le terrain pendant un an. Le bilan est décevant car le développement durable ressemblait plus à du marketing. Un projet d'importation de coeurs de palmiers (alter eco) avec une association de petits producteurs semble impacter positivement le terrain. C'est ce projet qui inspire la création de Veja car la basket cristallise les différences nord sud. 70 % du coût d'une basket Nike est du marketing. Pour Veja, la volonté est de réintroduire un coût de production. Le caoutchouc est une production artisanale sans intermédiaires (prix d'achat du caoutchouc est trois fois plus cher que chez les autres concurrents pour valoriser artisans et préserver forêts car sinon retour à l'élevage et destruction forêts). Les artisans font donc des choix économiques. Même démarche avec les producteurs de cotons bio (pas de pesticides chimiques). L'usine d'assemblage au Brésil est installée dans un pôle industriel (droits du travail proches droit français). Succès en 2004 et le premier vecteur

d'achat c'est la mode et le côté cool (l'histoire du produit remplace le marketing). Coûts de production supérieurs aux autres marques mais moins de marketing (pas de publicité mais autres moyens de communication valorisant éthique : presse). Veja est une histoire réelle plutôt qu'une histoire inventée

Atouts concurrentiels des pme : comment dépasser ses concurrents

La performance dépend de l'efficacité / efficience / parties prenantes.

Pour les pme, il y a d'autres préoccupations que le défi du marché : préserver salariés et l'environnement

Années 80 : pme sous-produit de la grande entreprise. Des écoles au Québec prouvent que les pme existent et sont spécifiques et il faut les distinguer des grandes entreprises.

Années 90: première définition de la pme très centralisée avec des mécanismes informels. C'est le dirigeant qui maçonne l'entreprise. Les pme travaillent dans un temps court avec un mode d'action de proximité. Dans ce concept, une pme mondialisée, est une antipme. Or de plus en plus de pme se développent à l'international. Il devient donc difficile de définir une pme (remise en cause du pouvoir centralisé et on passe à une vision d'interactions avec son environnement : le dirigeant devient l'animateur, créateur de lien)

Les économistes s'intéressent de plus en plus aux pme, notamment un axe comment produire et un axe comment mettre sur le marché.

Bilan : les atouts concurrentiels sont très différents

- approches classiques fonctionnelles (produit savoir faire) insuffisantes
- flexibilité coût compréhension de marché.... Dépendante de la stratégie, quel type de stratégie
- évolution rapide des pme car plus en plus de jeunes pme dont la langue n'est plus un obstacle à l'internationalisation

Table ronde : Entreprendre, est ce que cela s'apprend ?

Intervenants :

Isabelle BARTH, directrice de l'EM Strasbourg

Après 10 années passées en entreprise à des postes de développement commercial, Isabelle Barth a rejoint l'université en 1994. Sa carrière s'est déroulée au sein de 4 universités où elle a toujours assuré des responsabilités et mené des projets de développement.

Professeure des universités en sciences de gestion depuis 2005, elle a été directrice de la recherche et du laboratoire HuManiS (EA 1347) durant deux ans avant de prendre la direction générale de l'Ecole de Management de Strasbourg en mai 2011. Ses travaux de recherche actuels s'organisent autour de trois thématiques : le management commercial, le management de la diversité et les comportements émergents de consommation, en mobilisant l'interdisciplinarité.

Elisabeth BELOIS-Fontex, DRH de la division Innovation Marketing et Technologies groupe Orange

Elisabeth Belois-Fontex est diplômée de l'université Paris I- Sorbonne (DESS de management des ressources humaines IAE) et de la faculté de droit de l'université de Poitiers (DESS en droit et Magistère en droit des techniques de communication). Elle est directrice des ressources humaines de la division Innovation Marketing et Technologies du groupe Orange qui rassemble plus de 7000 salariés majoritairement basés en France, aux compétences variées (chercheurs, chefs de projet, chefs de produit, experts en technologies, managers) dans les domaines du cœur de métier de l'opérateur de l'ère internet (IT, réseaux, marketing).

Elisabeth BELOIS-Fontex est particulièrement impliquée dans le programme de transformation de la chaîne de l'innovation, dans le programme «Orange expert » qui pour objectif de valoriser les communautés d'experts du groupe Orange dans les domaines technologiques et dans le programme d'aide à la création de start-up par les salariés du groupe Orange.

Pierre VINARD, membre du groupe «économie et gestion» de l'IGEN

Agrégé d'économie et gestion, Pierre VINARD a intégré le groupe «économie et gestion» de l'IGEN en 2009 après avoir été IA-IPR à Toulouse, aux Antilles, à Versailles et à Paris II a en charge plus particulièrement les formations relevant du domaine du transport, de la logistique et pour partie du commerce. Il est par ailleurs responsable du comité éditorial de la revue « Economie et management ».

Jean Claude BOULY, Professeur du Cnam, titulaire de la Chaire Développement de la petite Entreprise et artisanat ; Directeur délégué du Cnam entrepreneur(s)

Après ses études en agronomie et sciences de l'éducation, Jean-Claude Bouly a consacré quelques vingt années de sa vie professionnelle à des missions et problématiques d'intérêt général, plus particulièrement aux questions liées au développement économique endogène et à la formation des adultes, particulièrement auprès des collectivités territoriales où il a été notamment le concepteur et l'animateur de politiques publiques au service de l'entrepreneuriat et de l'emploi dans les petites entreprises. Il a rejoint le Conservatoire national des arts et métiers (Cnam) en 1999, tout d'abord en tant que professeur associé à la chaire de prospective stratégique. Suite à la création de la chaire «Gestion de la Petite Entreprise et Artisanat", il a été nommé professeur du Cnam en juin 2010.

Depuis treize années, cette seconde « carrière » a été entièrement consacrée aux missions d'enseignement, de recherche et de diffusion de la culture scientifique et technique du Cnam, mais également au Cnam en tant qu'institution et à son réseau, par le biais de ses fonctions de pilotage de ses composantes et de ses instances.

Bart isabelle :

Apprendre à entreprendre : il n'y a pas de recette. Beaucoup de personnes veulent créer leur entreprise et ils le font sans cours d'entrepreneuriat et inversement. Beaucoup de fantasmes sur l'entrepreneuriat mais une bonne idée ne crée pas une bonne entreprise. Il faut donc fiabiliser le parcours. Il existe une vision très linéaire de l'entrepreneuriat, le but est de désapprendre pour sortir de cette vision trop linéaire (travail en groupes, langues). Le but est de créer un écosystème en cassant la salle de classe pour mettre en place créativité. Mise en place de cours à la demande, travail par projets à l'EM de Strasbourg.

Elisabeth Belois-Fontex: l'essaimage

Accompagner le salarié dans la création d'entreprises. 7 délégués essaimage accompagnent les salariés dès le début du projet. Aide de cabinets spécialisés, des formations pour aider le futur entrepreneur.

Quand le projet arrive à maturité, du temps libre est donné au salarié + aide financière et offre de retour au bout de 6 ans ou 2 pour le fonctionnaire.

L'objectif de l'essaimage pour orange est de :

- permettre une évolution professionnelle
- participer au développement économique
- exploiter des opportunités d'innovation d'orange que l'entreprise ne veut pas (ex projet français de big data)
- conviction que l'entreprise doit être ouverte

Jean Claude BOULY : Comment favoriser des comportements entrepreneuriaux en associant des compétences. Il y a un glissement sémantique entre création d'entreprise et entrepreneuriat alors que le deuxième est un processus.

Rien ne sert d'apprendre à entreprendre c'est en entreprenant qu'on apprend. Il faudrait passer de l'étude de cas aux études des cas.

Il faut recontextualiser les sciences de gestion + émergence du métier entrepreneur (c'est l'excellence professionnelle qui définit l'entrepreneur mais le temps où il reste en veille par rapport aux normes n'est pas mesuré)

Pierre VINARD : Comment l'éducation nationale peut aider à entreprendre (former des citoyens engagés) dans la vie privée, associative et publique. La filière économie gestion permet d'initier l'esprit d'entreprise (visites d'entreprises, stages...). Comment développer plus tôt l'esprit d'entreprendre dès le collège pour améliorer sa formation (parcours individuels de formation)

Directeur agefa pme : Un entrepreneur se définit comme quelqu'un de responsable / autonome / qui a la notion du risque / créatif. Il est aussi important de faire un business plan que de courir après le risque. Il faut changer certaines méthodes d'apprentissage : faire travailler leur imagination et développer l'éducation à l'imagination. Apprendre la rigueur dans l'imagination. Valoriser le travail collectif et l'émergence du collectif à partir du travail individuel. Il faut insister sur le volet technique au même titre que le volet gestion