

Martyne Perrot

Centre Edgar Morin, Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain (IIAC),  
UMR 8177 CNRS – EHESS, 105, boulevard Raspail, 75006 Paris, France

Adresse e-mail : [perrot@ehess.fr](mailto:perrot@ehess.fr)

Disponible sur Internet le 17 juillet 2015

<http://dx.doi.org/10.1016/j.soctra.2015.06.023>

**Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, P.-M. Chauvin, M. Grossetti, P.-P. Zalio (Eds.). Presses de Sciences Po, Paris (2014). 640 pp.**

Cet ouvrage dirigé par Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti et Pierre-Paul Zalio est une somme qui réunit 32 notices consistantes (15 pages en moyenne), rédigées par 33 contributeurs, et complétées par une bibliographie de 83 pages. Chaque entrée propose une synthèse problématisée, présente une revue de la littérature sociologique, retrace l'histoire de la notion et rend compte des controverses qu'elle a pu susciter. Les textes sont parsemés de renvois à d'autres notices, ce qui renforce la cohérence de l'ensemble.

Le projet d'un dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat peut sembler risqué, parce que son objet est fuyant, rendant délicate la délimitation claire d'un périmètre pertinent. En effet, les entrepreneurs ne correspondent pas à une catégorie statistique clairement établie, qui permettrait de dénombrer cette population et de la caractériser par quelques traits saillants. Ils forment tout au plus un ensemble par défaut, défini par l'absence de lien de subordination juridique à l'égard d'un employeur ou d'un donneur d'ordre. Dès lors, l'extériorité par rapport au statut salarial, dominant dans le monde du travail contemporain, risque d'être le seul point commun à cet agglomérat. Les usages sociologiques les plus courants de la notion d'entrepreneur ne proposent guère de solution à ce problème. Ils pointent dans d'autres directions et en élargissent l'extension à travers des expressions comme : entrepreneurs de morale, de cause, de politique publique, de réputation, de mémoire, etc. Paradoxalement, dans le domaine de la sociologie des activités économiques et du travail le recours aux catégories d'entrepreneur ou d'entrepreneuriat est plus parcimonieux. Sans doute suscitent-elles, comme le suggèrent les directeurs de l'ouvrage, une certaine méfiance, parce qu'elles sont volontiers associées à des perspectives analytiques individualisantes, qui mettent exclusivement l'accent sur les engagements entrepreneuriaux, sur les dispositions individuelles à entreprendre.

Dans un tel contexte, ce dictionnaire trace les contours d'un programme de travail sociologique original et fructueux, qui définit l'activité entrepreneuriale comme une logique d'action économique dont les propriétés sont pointées, interrogées, débattues. Au fil des notices, l'entrepreneuriat apparaît ainsi comme une activité tournée vers des intérêts particuliers, orientée vers l'avenir et la transformation du présent, organisée en séquences d'action plus ou moins planifiées, confrontée à des formes variées d'imprévisibilité et d'incertitude, jouant des ressources et contraintes propres aux contextes particuliers dans lesquels elle est conduite, destinée à dégager des écarts d'évaluation et de prix en vue d'en extraire un profit plus ou moins sécurisé. Partant de cette définition, le programme proposé dans ce livre vise à rendre compte de la variété des conditions sociales (configurations relationnelles, cadrages organisationnels, dispositifs normatifs, frontières réticulaires, institutions marchandes, etc.) dans lesquelles sont déployées les activités entrepreneuriales. Celles-ci sont renseignées à travers une variété d'acteurs (chômeurs créateurs, femmes, intermédiaires de marché, etc.), de dimensions (famille, financement, pluriactivité, recru-

tement, secteur informel, etc.), de figures (auto-entrepreneurs, capitaines d'industrie, créateurs d'entreprise, patrons du CAC 40, travailleurs indépendants, etc.), de mécanismes d'appui (innovation, marché, réputation, réseaux, etc.), ou d'autres entrées analytiques encore (l'entrepreneur chez Max Weber, singularisation, subordination, etc.).

L'apport de cet ouvrage ne se limite pas au domaine de la sociologie économique, dans lequel il est inscrit de plain-pied. Car l'entrepreneur y apparaît aussi, au fil des pages, comme une catégorie d'action publique, tant les dispositifs visant à favoriser la création ou la reprise d'entreprises se sont multipliés dans les dernières décennies, en vue d'encourager, soutenir, conseiller ou accompagner les candidats à l'entrepreneuriat. Celui-ci est aussi considéré, plus largement, comme un mouvement culturel ou normatif valorisant l'esprit d'entreprise et enjoignant salariés comme chômeurs à être autonomes dans la conduite de leur carrière, à se muer en entrepreneurs d'eux-mêmes. Dans le prolongement de ces ouvertures, cet ouvrage invite à d'autres extensions encore. Car l'entrepreneuriat est aussi une action collective et politique, dotée de ses organisations pérennes (le Medef parmi une myriade d'autres) et démultipliée en mouvements protestataires moins institués — les mouvements récents qui se sont auto-baptisés avec des noms d'oiseaux tels que pigeons, moineaux ou poussins. On sort ici du périmètre revendiqué de ce dictionnaire, mais on peut se demander si l'intégration des dimensions politiques de l'entrepreneuriat ne permettrait pas d'enrichir encore les stimulantes analyses de sociologie économique qui y sont proposées.

Didier Demazière

*Centre de sociologie des organisations (CSO), UMR 7116 CNRS–Sciences Po,  
19, rue Amélie, 75007 Paris, France*

Adresse e-mail : [didier.demaziere@sciencespo.fr](mailto:didier.demaziere@sciencespo.fr)

Disponible sur Internet le 29 juin 2015

<http://dx.doi.org/10.1016/j.soctra.2015.06.005>

**Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries, A. Rona-Tas, A. Guseva. Stanford University Press, Stanford (2014). 318 pp.**

*Plastic Money* est l'œuvre de deux sociologues de l'économie, spécialistes des pays post-communistes, Alya Guseva et Akos Rona-Tas. Cet ouvrage, qui prolonge l'étude sur la Russie menée dans *Into the Red* (Guseva, 2008), analyse la mise en place du marché des cartes de crédit dans huit économies post-socialistes en Europe centrale (Pologne, Hongrie, République Tchèque), en Europe orientale (Bulgarie, Russie, Ukraine) et en Asie (Chine et Vietnam). À travers des études de cas menées en dix chapitres, les auteurs questionnent l'énigme de la diffusion à l'ex-bloc de l'Est d'un système de paiement propre au capitalisme nord-américain et abordent des questions essentielles : comment s'opèrent, en deux décennies, des bouleversements sociaux et économiques aussi radicaux que la dématérialisation des règlements, le changement du rapport à l'argent des consommateurs, l'introduction du crédit bancaire, ou encore l'adhésion des commerçants au paiement électronique ? La perspective adoptée, insistent les auteurs, est généalogique et historique et non pas fonctionnelle : elle consiste à observer les modalités de construction du marché des cartes de crédit dans ces pays.

Emprunté à l'économie institutionnaliste, le postulat de départ établit que le marché ne s'impose pas de façon spontanée : sa genèse et son expansion requièrent nombre d'arrangements institutionnels, tels que la standardisation des réseaux de cartes bancaires pour atteindre un seuil critique,