

Résumé de l'HDR de Mme Annick Schott 13 septembre 2018 :

« *Stratégie de communication en PME : entre innovation et vulnérabilité - Approfondir la recherche en PME : un pont entre sciences de l'information et de la communication et sciences de gestion* ».

Comme le précisait Montaigne, c'est l'étonnement qui pousse les penseurs à formuler des spéculations théoriques. « *L'admiration [l'étonnement] est le fondement de toute philosophie, l'inquisition [la recherche] le progrès, l'ignorance le bout.*¹ »

Selon l'édition INSEE 2017², la France compte plus de 3,7 millions de PME³ et 5 322 ETI. Les PME font l'objet de nombre d'attentions, d'attentes, et parfois aussi de critiques, mais de peu de recherches.

Le contexte économique, technologique et social est particulièrement difficile pour ces entreprises, qui sont souvent plus durement touchées que les grandes entreprises.

Pourtant, les chefs d'entreprise des PME étudiées réussissent à prendre soin de leurs équipes, conjuguent performance économique et performance sanitaire et sociale. Comment font-ils/elles pour piloter positivement le « patrimoine et potentiel humain » de leurs entreprises ? De surcroît, ils/elles ont un rôle polyvalent de chef d'orchestre sur quasiment toutes les fonctions de leurs structures, comment font ils/elles pour faire face aux nouveaux enjeux - en termes de communication, de gestion et d'organisation - dans la relation au travail et face aux nouvelles attentes en qualité de vie, alors même que la compétition économique, commerciale, sociale et sociétale s'intensifie ?

Cette recherche questionne d'où vient cette résistance - versus résilience - et convoque l'habitus (socio-éducatif) des dirigeants des PME étudiées comme élément d'influence de la conduite de leur(s) entreprise(s).

Cette recherche en action hybride se centre sur « le savoir des gens ». Penser ce savoir avec le chef d'entreprise suppose une liberté que le chercheur doit concevoir et préserver. Il s'agit d'un savoir à produire mettant en évidence les scories des épreuves vécues et surmontées par le chef d'entreprise, de sa prise au monde à l'écart des normes du savoir standardisé.

Positionner à partir d'une intention constructiviste et d'inspiration socio-économique, cette forme de « Recherche-Action » de type militante, hybride et longitudinale tente de faire dialoguer notre compréhension respective (celle du dirigeant et celle de la chercheuse) afin, après un travail d'après-coup, d'accompagner le dirigeant vers l'élaboration de ses propres outils d'analyse et opératoires. La confrontation du chercheur aux transformations des enjeux socio-économiques multiples à surmonter par le chef d'entreprise de PME conduit à une remise en question permanente de notre recherche. Celle-ci s'inscrit de fait dans une démarche empirique, inductive, avec des mises en perspective abductive.

La visée des dirigeants des PME étudiées, puis leur engagement de rendre pérenne ce que l'on fait pour les générations futures, reposent sur une démarche de communication. Notre apport a été d'aider à mettre en place des dispositifs de synchronisation de la communication interne et des modalités négociés d'interactions entre les acteurs. Ce qui allie Description-Echanges-Solutions-Questions, puisque le savoir et le savoir-agir en situation sont avant tout ancrés dans les cerveaux des collaborateurs. Pour ce faire, des repères de lisibilité s'inscrivent à partir d'un collectif de sens, qui fait place aux temps sociaux et à la mise en reconnaissance de tous. En d'autres termes, l'entrepreneur de PME étudiées (niveau micro) n'existe que dans un cadre institué et ajusté (niveau macro) et qu'avec -et non contre- d'autres proches - ses collaborateurs (niveau méso).

Notre recherche en action hybride montre l'extrême richesse des ressources des chefs d'entreprise des PME étudiées leur permettant d'établir leur capacité de résilience.

Mots clé :

Dirigeants, PME, recherche en action hybride, sciences de l'information et de la communication, sciences de gestion, champ d'intention socio-économique

¹ MONTAIGNE (1572-1592 / 1941), *Essais* Livre III chapitre 11, Paris, Librairie Garnier

² Insee - Tableaux de l'économie françaises - édition 2017 - chiffres 2013 - <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2569436?sommaire=2587886>

³ Le décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008 définit quatre nouvelles « catégories » de taille d'entreprise. Pour cela, il s'appuie sur des critères portant à la fois sur les effectifs, le chiffre d'affaires et le total de bilan. Quatre catégories de taille sont donc distinguées : les microentreprises, les petites et moyennes entreprises (PME), les entreprises de taille intermédiaire (ETI) et les grandes entreprises. **Aux termes du décret, les PME incluent les microentreprises**

Abstract :

"SME communication strategy: between innovation and vulnerability - Deepening research in SMEs: a bridge between information and communication sciences and management sciences".

As Montaigne pointed out, it is the astonishment that drives thinkers to formulate theoretical speculations. "Admiration [is astonishment] is the foundation of all philosophy, the inquisition [the search] the progress, the ignorance the end.

According to the INSSE 2017 edition, France has more than 3.7 million SMEs and 5,322 ETIs. SMEs are the subject of many attentions, expectations, and sometimes criticism, but little research

The economic, technological and social context is particularly difficult for these companies, which are often hit harder than larger companies.

However, SME entrepreneurs manage to take care of their teams, combining economic performance with health and social performance. How do they manage positively the "heritage and human potential" of their companies? Moreover, they have a versatile role of conductor on almost all the functions of their structures, how do they do to face new challenges - in terms of communication, management and organization - in the relationship with work and the new expectations of quality of life, even as economic, commercial, social and societal competition intensifies?

This research questions where this resistance - versus resilience - comes from and summons the habitus (socio-educational) of SME managers as an element of influence in the conduct of their company (s). This research in hybrid action shows the extreme wealth of resources of entrepreneurs in SMEs allowing them to establish their resilience capacity.

Key words :

Leaders, SMEs, Research in Hybrid Action, Information and Communication Science, Management Science, Socio-Economic Intent