

L'équipe GEM France

Responsables scientifiques

Frank Lasch, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Karim Messeghem, Université de Montpellier, Montpellier Management, LabEx Entreprendre

Responsable de l'étude APS (Adult Population Survey)

Justine Valette, Université de Montpellier, Montpellier Management, LabEx Entreprendre

Responsable de l'étude NES (National Expert Survey)

Sophie Casanova, Université de Montpellier, Montpellier Management, LabEx Entreprendre

Contributeurs

Jean-Marie Courrent, Université de Montpellier, Montpellier Management, LabEx Entreprendre

Walid Nakara, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Sylvie Sammut, Université de Montpellier, Montpellier Management, LabEx Entreprendre

Roy Thurik, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Olivier Torrès, Université de Montpellier, Montpellier Management, LabEx Entreprendre

Contact

Pour plus d'informations à propos de ce rapport, veuillez contacter :

Karim Messeghem : karim.messeghem@umontpellier.fr

Frank Lasch : f.lasch@montpellier-bs.com

Pour plus d'informations sur les rapports mondiaux du GEM et sur le GEM, vous pouvez contacter la directrice exécutive du GEM : Aileen Ionescu-Somers (asomers@gemconsortium.org) ou consulter le site web de GEM : <https://www.gemconsortium.org/>.

Bien que les données du GEM aient été utilisées dans la préparation de ce rapport, leur interprétation et leur utilisation relèvent de la seule responsabilité des auteurs et de l'équipe GEM France.

La collecte des données a été réalisée par le groupe de recueil et de traitement des données Le Terrain : www.leterrain.fr

Veillez citer ce rapport ainsi :

Messeghem K., Lasch F., Valette J., Casanova S., Courrent J-M., Nakara W., Sammut S., Thurik R., Torrès O. (2023), Situation de l'activité entrepreneuriale en France : Rapport 2022 du Global Entrepreneurship Monitor, LabEx Entreprendre, Montpellier.

Le LabEx Entreprendre

Le LabEx Entreprendre est un laboratoire d'excellence créé en 2011 à l'Université de Montpellier dans le cadre du Programme Investissements d'Avenir (PIA). La mise en place des LabEx avait pour objectif de doter de moyens significatifs quelques unités de recherche ayant une visibilité internationale pour leur permettre de construire une politique intégrée de recherche, de formation et de valorisation de haut niveau.

Le LabEx Entreprendre est le seul laboratoire d'excellence en France dans le domaine « Droit, Economie, et Gestion », spécialisé en entrepreneuriat, PME et TPE. Il regroupe quelque 200 chercheurs, issus de six laboratoires dans ces trois disciplines, dans le cadre d'un partenariat entre plusieurs établissements d'enseignements supérieur et de recherche (Université de Montpellier, Montpellier Business School, institut Agro Montpellier, AgroParisTech, Centre international de hautes études agronomiques méditerranéennes) et organismes de recherche (Centre national de la recherche scientifique, Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives, Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement).

Le LabEx Entreprendre a pour mission de produire de la connaissance sur l'acte d'entreprendre et la gestion des entreprises de petite taille. Il s'intéresse à l'ensemble

des acteurs de l'écosystème entrepreneurial et en particulier aux structures dédiées à l'accompagnement de la création d'entreprises. La thématique Entreprendre est intimement liée aux questions de l'innovation, de la croissance et de la performance durable. Pour répondre à ces questions, deux grands axes de recherche sont privilégiés, l'un orienté vers l'émergence et l'innovation, l'autre vers l'entrepreneuriat durable.

Les travaux du LabEx Entreprendre se développent dans le cadre de programmes de recherche, dont la mission est de produire des connaissances, ainsi que de chaires, qui contribuent à l'impulsion et à la coordination des actions de recherche et sont chargées de la formation et de valorisation. Les chaires facilitent la mise en relation avec les acteurs régionaux, à travers l'organisation de rencontres ou de formations. Elles concourent également au rayonnement international du LabEx.

Depuis 2021, le LabEx Entreprendre a été sélectionné pour représenter la France dans le Global Entrepreneurship Monitor.



L'entrepreneur du Futur c'est l'entrepreneur d'aujourd'hui qui prépare demain pour des entreprises qui ont de l'avenir.

La Fondation MMA des Entrepreneurs du Futur accompagne les dynamiques entrepreneuriales dans les territoires auprès d'entreprises responsables et engagées.

Créée en 2015, la Fondation MMA a pour champs d'action et de réflexion la personne de l'entrepreneur, sa forme physique et mentale et les interactions qu'il entretient avec son entreprise, son territoire et la société.

« Comprendre aujourd'hui pour réussir demain »

Notre promesse ne pourrait pas être tenue si nous n'accompagnions pas non plus la recherche autour de l'entrepreneuriat. C'est donc avec fierté et conviction que nous soutenons l'étude GEM et sa déclinaison du rapport national français réalisées par l'équipe du Labex Entreprendre de l'Université de Montpellier.

La Fondation MMA va s'employer à communiquer largement autour du rapport 2023 afin que ses enseignements soient connus du maximum d'entrepreneurs et décideurs. C'est une formidable source de connaissance pour aider les entrepreneurs et les territoires à tirer parti des grandes mutations, de mieux comprendre leur environnement, et ainsi de mieux préparer l'avenir.

Sylvie Bonello

Déléguée Générale de la Fondation MMA des Entrepreneurs du Futur



UNIVERSITÉ DE
MONTPELLIER

**MONTPELLIER
MANAGEMENT**



en savoir plus

www.montpellier-management.fr

Montpellier Management est un acteur incontournable de la formation en management, solidement implanté au sein de l'Université de Montpellier et dans son écosystème. Montpellier Management forme des managers de haut niveau dotés de compétences solides et capables d'entreprendre, d'inventer et d'innover dans un environnement international.

Les cursus de formation variés, de la licence au doctorat, permettent à chacune et chacun de trouver sa voie : Audit-Comptabilité-Contrôle-Finance, Entrepreneuriat et PME, Management Public, Management-Stratégie, Marketing-Vente.

Montpellier Management accueille en 2023 près de 4000 étudiantes et étudiants de 81 nationalités différentes en formation initiale, continue et en alternance. Un cursus complet de formation est proposé totalement à distance et ouvert à l'alternance.

L'excellence académique de son corps professoral permet de répondre parfaitement à l'évolution des métiers et aux attentes des entreprises. Près de 90 enseignants et enseignants-chercheurs diffusent aux étudiants leurs savoirs fondamentaux et leurs expertises en recherche. Montpellier Management héberge Montpellier Recherche en Management (MRM), l'un des plus grands laboratoires de management en France et le Laboratoire d'Excellence «Entreprendre», seul LabEx en entrepreneuriat en France.



**# MAKING
A DIFFERENCE**

en savoir plus

www.montpellier-bs.com

Grande école de management engagée et inclusive, MBS (Montpellier Business School) forme les précurseurs de la transition économique responsable.

Sa gamme de formations s'étend de Bac+3 à Bac+6 : Bachelor, Grande Ecole, Masters of Sciences, Exécutive MBA, Exécutive DBA.

Grande école parmi les grandes, MBS appartient au cercle des 1 % de business schools moniales détentrices des trois plus prestigieuses accréditations AACSB, EFMD-EQUIS, AMBA.

Grande par son ouverture internationale, MBS accueille 80 nationalités, et propose près de 200 destinations internationales à ses étudiants.

Grande école qui donne les plus grandes chances, pionnière de l'ouverture sociale et leader de l'alternance, MBS est la grande école de management experte de la professionnalisation.

Grande par ses engagements, codétentrice des labels Diversité® et Egalité professionnelle femmes-hommes®, MBS intègre la RSE (responsabilité sociale et environnementale) dans tous ses enseignements.

Sommaire

Le LabEx Entreprendre	4
La fondation MMA des Entrepreneurs du Futur	5
Partenaires académiques	6
Sommaire	7
Liste des tableaux et figures	8
Executive Summary	9
Écosystème entrepreneurial	9
Les déterminants de l'acte d'entreprendre	10
L'activité entrepreneuriale	11
Une diversité de profils.....	12
L'entrepreneuriat durable.....	13
Propositions	14
Introduction	16
Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	17
La méthodologie du GEM	19
L'écosystème français : un contexte favorable à l'entrepreneuriat.....	22
Les déterminants de l'acte d'entreprendre	28
La valorisation de l'entrepreneuriat par la société	29
Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat.....	30
Le sentiment de compétences : une donnée importante pour le passage à l'action	33
Les motivations entrepreneuriales : le sens de l'engagement.....	35
L'activité entrepreneuriale en France	38
Le processus entrepreneurial	39
L'intention entrepreneuriale	40
L'activité entrepreneuriale émergente et établie	41
La sortie entrepreneuriale	43
Une diversité de profils d'entrepreneurs	48
L'entrepreneuriat féminin.....	49
L'entrepreneuriat selon l'âge	56
L'entrepreneuriat durable	60
Un écosystème favorable à l'entrepreneuriat durable.....	61
Les trois piliers de l'entrepreneuriat durable.....	62
Le gap entre intentions et réalisations.....	63
Conclusion et propositions	68
1. Renforcer la promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire	69
2. Accélérer l'entrepreneuriat féminin	70
3. Faciliter l'accès aux marchés.....	70
4. Réduire le gap entre intentions actions en termes de développement durable.....	71
Remerciements	72
Références	73

Liste des tableaux et figures

Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor	17
Figure 2. Étapes du processus entrepreneurial	20
Figure 3. Index du contexte entrepreneurial - score NECI des 22 pays les plus riches de l'étude GEM	22
Figure 4. Les 13 facteurs contextuels du NECI - France vs G7	23
Figure 5. Évolution du contexte entrepreneurial français.....	24
Figure 6. Évolution du contexte entrepreneurial français suite à la pandémie de Covid-19	25
Figure 7. Évolution de la santé perçue au sein de la population générale.....	26
Figure 8. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs émergents.....	26
Figure 9. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs établis.....	26
Figure 10. La valorisation de l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable.....	29
Figure 11. La valorisation de l'entrepreneuriat comme statut social élevé.....	29
Figure 12. La valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias	29
Figure 13. La facilité perçue de démarrer une entreprise	30
Figure 14. La connaissance d'entrepreneurs autour de soi	31
Figure 15. Les opportunités perçues autour de soi	31
Figure 16. La peur de l'échec comme frein à la dynamique entrepreneuriale.....	32
Figure 17. Le sentiment d'être compétent pour entreprendre.....	33
Figure 18. Le talent entrepreneurial ou les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial.....	35
Figure 19. Les motivations pour entreprendre – Gagner sa vie car les emplois sont rares.....	36
Figure 20. Les motivations pour entreprendre – S'enrichir.....	36
Figure 21. Les motivations pour entreprendre - Perpétuer une tradition familiale.....	36
Figure 22. Les motivations pour entreprendre – pour faire une différence/avoir un impact dans le monde.....	37
Figure 23. Évolution de l'intention entrepreneuriale (2021-2022).....	40
Figure 24. L'intention entrepreneuriale parmi les pays membres du G7.....	41
Figure 25. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE).....	41
Figure 26. Le taux d'activité entrepreneuriale parmi les pays membres du G7	42
Figure 27. Le taux d'entrepreneurs établis parmi les pays membres du G7.....	42
Figure 28. La sortie entrepreneuriale avec et sans poursuite de l'activité parmi les membres du G7.....	44
Figure 29. Les raisons à l'origine de la sortie entrepreneuriale - Évolution 2021-2022	44
Figure 30. Le pourcentage d'investisseurs informels parmi les pays membres du G7	45
Figure 31. Le montant moyen investi par les investisseurs informels parmi les pays membres du G7	45
Figure 32. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du G7	46
Figure 33. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du G7	46
Figure 34. La valorisation de l'entrepreneuriat en fonction du genre.....	49
Figure 35. La faisabilité perçue de l'acte d'entreprendre en fonction du genre.....	50
Figure 36. Les déterminants de l'acte d'entreprendre	50
Figure 37. Le talent entrepreneurial en fonction du genre.....	51
Figure 38. Les motivations à entreprendre des entrepreneurs émergents en fonction du genre.....	52
Figure 39. L'activité entrepreneuriale en fonction du genre	52
Figure 40. Les entrepreneurs émergents, répartition en fonction du genre - comparaison avec les pays membres du G7	53
Figure 41. Les entrepreneurs établis, répartition en fonction du genre - comparaison avec les pays membres du G7	54
Figure 42. Évolution des conditions institutionnelles en faveur de l'entrepreneuriat féminin	55
Figure 43. La valorisation de l'entrepreneuriat en fonction de l'âge.....	56
Figure 44. Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat en fonction de l'âge.....	57
Figure 45. Le talent entrepreneurial en fonction de l'âge.....	57
Figure 46. L'activité entrepreneuriale en fonction de l'âge	58
Figure 47. Les motivations à entreprendre des entrepreneurs émergents en fonction de l'âge.....	59
Figure 48. Les facteurs contextuels liés à l'entrepreneuriat durable.....	61
Figure 49. L'attitude des entreprises face aux enjeux du développement durable - une évaluation par les experts.....	62
Figure 50. Entrepreneurs donnant la priorité à l'impact social et/ou environnemental avant la rentabilité ou la croissance – évolution 2021-2022 ..	63
Figure 51. Entrepreneurs donnant la priorité à l'impact social et/ou environnemental avant la rentabilité ou la croissance - comp. pays du G7	63
Figure 52. La prise en compte des enjeux environnementaux par les entrepreneurs - le gap entre intention et réalisation.....	64
Figure 53. La prise en compte des enjeux sociaux par les entrepreneurs - le gap entre intention et réalisation.....	65
Figure 54. La prise en compte des enjeux sociaux par les entrepreneurs - comparaison avec les membres du G7.....	66
Figure 55. La prise en compte des enjeux environnementaux par les entrepreneurs - comparaison avec les membres du G7	67
Tableau 1. Les facteurs contextuels en matière d'entrepreneuriat (EFC).....	21
Tableau 2. Liste des principales mesures utilisées concernant le processus et l'activité entrepreneuriale.....	39
Tableau 3. Liste des conditions institutionnelles à évaluer pour l'entrepreneuriat féminin.....	54
Carte 1. TEA par par région et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2022 (ensemble des activités marchandes non agricoles).....	43

Executive Summary



Ce deuxième rapport rédigé par le Labex Entreprendre s'inscrit dans un contexte différent. Si les effets de la crise sanitaire ont été moins marqués en 2022, les entrepreneurs ont fait face aux conséquences de la guerre en Ukraine avec notamment une crise énergétique et des difficultés d'approvisionnement. La situation économique peut sembler ambivalente avec d'une part une augmentation spectaculaire du nombre de défaillances (49,9% entre 2021 et 2022, Cabinet Altares, 2023), une accélération de l'inflation et une remontée des taux d'intérêts ; et d'autre part une croissance significative du PIB (2,6%), un taux de chômage le plus faible depuis 14 ans (7,2%) et un nombre de créations d'entreprises record (1 071 900, INSEE, 2023).

Ce nouveau rapport nous permet de comprendre comment ont évolué l'activité entrepreneuriale et ses déterminants et plus largement l'écosystème entrepreneurial. Il s'appuie sur deux études, l'une menée auprès de la population française de 18 à 64 ans (étude APS) et l'autre auprès d'un panel d'experts (étude NES). Au-delà de l'analyse des déterminants et des effets de l'activité entrepreneuriale, nous avons souhaité mettre en lumière trois grands enjeux : la parité, la jeunesse et le développement durable.

Pour la majorité des indicateurs, une comparaison est faite avec les résultats de l'année 2021 afin d'identifier les tendances et évolutions de l'activité entrepreneuriale en France. Une comparaison est également réalisée avec les autres pays du G7 (à l'exception de l'Italie, absente de l'enquête APS en 2022) et les 22 économies les plus riches parmi les 51 pays ayant participé à l'étude GEM en 2022.

L'écosystème entrepreneurial

UN CONTEXTE ENTREPRENEURIAL ASSEZ FAVORABLE

En France, les experts estiment que le contexte entrepreneurial est resté stable entre 2021 et 2022 avec une appréciation de 5,1/10 (score NECI : National Entrepreneurship Context Index), une valeur au-dessus de la moyenne du G7 (4,88/10) et quasiment égale à celles des Etats-Unis, du Canada et de l'Allemagne mais en dessous de la moyenne des 22 pays les plus riches (5,2/10). Si l'on raisonne parmi les 51 pays qui ont participé à l'étude NES, la France occupe la 18^e place (13^e en 2021).

QU'EST-CE QUI DIFFÉRENCIE LA FRANCE ?

Sur les 13 indicateurs de l'index du contexte entrepreneurial, parmi les 22 pays les plus

riches de l'étude, la France se distingue positivement pour la promotion et le support de l'entrepreneuriat par le gouvernement (5/22), pour l'accès aux financements (6/22) et pour la promotion de l'entrepreneuriat dans les études supérieures. En revanche, sa position est moins favorable pour la promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (17/22), le transfert de R&D (19/22), le dynamisme des marchés (21/22) et la culture et les normes culturelles et sociales propices à l'entrepreneuriat (17/22).

VERS UN RETOUR À LA NORMALE ?

Selon les experts interrogés, la France a retrouvé le même niveau d'activité économique qu'avant la pandémie. Pour autant, si la santé des entreprises ne semble que peu avoir été affectée, il n'en va pas de même pour celle des entrepreneurs. Une proportion grandissante d'entrepreneurs émergents et établis constate une dégradation de leur niveau de santé, à l'image de celle observée dans la population des 18-64 ans.

Les déterminants de l'acte d'entreprendre

UNE VALORISATION DE L'ENTREPRENEURIAT PAR LA SOCIÉTÉ

L'étude APS confirme l'évolution favorable des représentations de la population française vis-à-vis de l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat est perçu comme un choix de carrière souhaitable pour 67,8% des personnes interrogées et comme un statut social élevé pour 55,4%. Le rôle des médias et des réseaux sociaux est mis en avant pour expliquer la diffusion de la culture entrepreneuriale. Une large majorité de répondants considèrent que l'entrepreneuriat

est valorisé dans des médias (74,9%). A côté de la désirabilité perçue, la faisabilité perçue a également progressé. La perception de la facilité de démarrer une entreprise a progressé entre 2021 et 2022 (52,0% à 55,4%) et se situe aujourd'hui au-dessus de la moyenne du G7 (52,0%).

UNE DÉMOCRATISATION DE L'ENTREPRENEURIAT

Le nombre de personnes qui affirment connaître un entrepreneur est en forte progression (46,3% à 59,6%). L'existence de rôle modèle renforce sans doute l'acuité entrepreneuriale et la capacité à percevoir des opportunités. La France, avec 52% de personnes qui estiment qu'il y a de bonnes opportunités d'affaires pour eux dans les six mois à venir, se situe à la deuxième place des pays du G7. Parmi ces personnes, seules 41% affirment ne pas créer d'entreprises par peur d'échouer. L'entrepreneuriat semble ainsi davantage accessible. En effet, une personne sur deux se sent capable d'entreprendre.

UNE MOTIVATION ÉCONOMIQUE

Si le principal moteur de l'entrepreneuriat est la recherche d'autonomie et d'indépendance, l'étude GEM cherche à apprécier d'autres motivations. En France, les principales motivations sont d'ordre économique. Les deux premières sont « pour gagner sa vie, car les emplois sont rares » (42,6%) et « pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé » (42,3%). La France se distingue par le faible pourcentage d'entrepreneurs motivés par la volonté de faire une différence dans le monde (23,7%), la classant en dernière position des pays du G7. La motivation pour « perpétuer

une tradition familiale » est la plus faible pour la France (22,2%). Ce résultat est révélateur de la démocratisation de l'entrepreneuriat.

L'activité entrepreneuriale

UNE PLUS GRANDE CONFIANCE EN L'AVENIR

L'intention entrepreneuriale, c'est-à-dire l'intention de créer une entreprise dans les trois prochaines années connaît une progression entre 2021 et 2022 (16,9% à 18,8%). Cette évolution favorable est à mettre en relation avec l'image positive de l'entrepreneuriat mais aussi avec l'amélioration de la facilité perçue qui tient notamment aux actions mises en œuvre par les pouvoirs publics pour simplifier le processus entrepreneurial. Ce taux place la France en 3^e position des pays du G7 derrière les Etats-Unis (22,5%) et le Canada (20,1%).

UNE FORTE PROGRESSION DU TAE

Le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE), qui correspond au pourcentage de personnes qui se sont engagées récemment dans le processus entrepreneurial par rapport à la population adulte, a connu une forte progression, passant de 7,7% en 2021 à 9,2% en 2022. L'engagement entrepreneurial n'a pas été affecté par le contexte d'incertitude. Ce taux situe la France dans la moyenne des pays du G7 mais très en retrait par rapport aux Etats-Unis (19,2%), au Canada (16,5%) et au Royaume-Uni (12,9%). Au niveau régional, il existe des disparités. Les quatre régions les plus dynamiques en termes de TAE sont également celles qui ont connu selon l'INSEE la plus forte progression du nombre de créations d'entreprises entre 2021 et 2022 : PACA (12,63%), Bretagne (9,73%), Ile de France (9,33%) et Auvergne-Rhône-Alpes (9,33%).

UN FAIBLE TAUX DE SORTIE ENTREPRENEURIALE

Si le nombre de défaillances d'entreprises a connu un fort rebond en 2022, le nombre de sorties entrepreneuriales demeure très mesuré. Le pourcentage de personnes confrontées à une sortie entrepreneuriale avec un arrêt d'activité est de 2,2%. Ce pourcentage de sortie entrepreneuriale avec continuité d'activité est stable entre 2021 et 2022 autour de 1,4%. Avec un taux total de sortie de 3,6%, la France se situe en dessous de la moyenne du G7 (5,1%), loin derrière les Etats-Unis (9,1%) et le Canada (8,2%).

Les motifs de sortie entrepreneuriale ont en revanche changé. La crise sanitaire n'est mise en avant que par 5,6% des personnes interrogées contre 18,0% en 2021. Le principal motif est le fait que l'entreprise ne soit pas rentable. Les raisons personnelles restent au cœur des décisions de sortie entrepreneuriale, qu'il s'agisse d'une opportunité d'emploi ou d'investissement (20%), de raisons familiales ou personnelles (16%) ou d'un départ à la retraite (7%).

UNE IMPORTANCE MESURÉE DE L'INVESTISSEMENT INFORMEL

La part des investisseurs informels dans la population de 18 à 64 ans est en augmentation : 5,3% contre 4,8% en 2021. Ce type d'investissement correspond au fait d'investir personnellement dans le lancement d'une nouvelle entreprise initiée par quelqu'un d'autre. Il peut s'agir de la famille, des amis (love money) ou encore de Business Angels. La France se situe dans la moyenne des pays du G7. Cette augmentation en volume est compensée par une baisse en valeur du montant des investissements. Avec

un investissement moyen de 8 317 €, la France se classe en avant dernière position des pays du G7.

Une diversité de profils

L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ : UN CHANGEMENT DE REPRÉSENTATION

Les femmes et les hommes partagent la même représentation positive de l'entrepreneuriat. Cette forte désirabilité s'accompagne pour les femmes d'une progression dans la facilité perçue pour démarrer une entreprise (50,3% en 2021 et 53,4% en 2022). Les déterminants de l'acte d'entreprendre évoluent également très favorablement. Le capital social, les opportunités perçues ou encore le sentiment de compétences progressent et l'écart avec les hommes a tendance à se réduire. Cet écart diminue également pour la peur de l'échec (42,5% pour les femmes vs 39,7% pour les hommes). Au niveau du talent entrepreneurial l'écart en fonction du genre dans les capacités perçues a tendance également à diminuer.

Cette évolution favorable est confirmée par les experts mobilisés dans le cadre de l'étude NES. Ils considèrent que la culture nationale, les conditions en termes de soutien, d'accès aux marchés et aux financements sont favorables. Ils sont toutefois un peu plus réservés quant à la réglementation encourageant l'entrepreneuriat féminin. Plus largement, ils ont le sentiment que l'augmentation du télétravail suite notamment à la pandémie a amélioré l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée pour les femmes. Ces facteurs positifs semblent avoir eu un effet très positif sur l'intention entrepreneuriale qui a

progressé de 4 points entre 2021 et 2022, passant de 14,7% à 18,6%. En revanche, le total de l'activité entrepreneuriale émergente reste stable (7,2%) alors qu'il a fortement progressé pour les hommes (8,4% à 11,1%). Néanmoins, sur ce point, la France reste un des pays où la différence entre femme et homme est la plus faible. En revanche, en termes de volume, la France est très en retrait par rapport aux pays anglo-saxons qui affichent des taux deux à trois fois supérieurs. La France occupe même la dernière position du G7 pour les entrepreneures établies. Si les représentations évoluent positivement, cela ne se traduit pas encore dans les comportements.

L'ENTREPRENEURIAT DES JEUNES : FAIRE UNE DIFFÉRENCE DANS LE MONDE

Nous avons souhaité explorer cette année cette forme d'entrepreneuriat qui joue un rôle croissant. La part des créateurs d'entreprises individuelles de moins de 30 ans a en effet fortement augmenté en 10 ans passant de 31,2% à 38,5% (INSEE, 2023). Les moins de 35 ans ont une vision plus positive de l'entrepreneuriat que ce soit en termes de carrière souhaitable (72,3% vs 65,2% pour les + de 35 ans) ou de statut social (59,3% vs 53,4% pour les + de 35 ans). Il est surprenant de noter que le pourcentage des moins de 35 ans qui affirment connaître des entrepreneurs est plus élevé que celui des plus de 35 ans (63,9% vs 57,4%). La démocratisation de l'entrepreneuriat et le fort degré d'ouverture des jeunes favorisent ces interactions.

Les plus jeunes ont également tendance à percevoir davantage les opportunités (55,5% vs 50,7% pour les + de 35 ans), en revanche ils sont un

peu plus nombreux à déclarer ne pas s'engager dans l'entrepreneuriat par peur de l'échec (43,1% vs 39,7% pour les + de 35 ans). Par ailleurs, les plus jeunes ont tendance à évaluer plus positivement leur capacité à percevoir et à saisir des opportunités et à innover. En conséquence, le niveau d'intention entrepreneuriale est beaucoup plus fort chez les plus jeunes (26,7% vs 14,7% pour les + de 35 ans). La classe d'âge qui exprime la plus forte intention est composée des 25-34 ans (28%) suivie des 18-24 ans (24%). Le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE) est de 11,4% pour les moins de 35 ans et de 8% pour les plus de 35 ans.

Les différences observées au niveau international se retrouvent pour les plus jeunes. Parmi les pays du G7, la France se situe en avant dernière position pour le TAE, juste devant le Japon (6,1%) et proche de l'Allemagne (13,9%) mais très en retrait par rapport aux pays anglo-saxons (Canada, 24,4% ; Etats-Unis, 27,0% ; Royaume-Uni, 15,9%). La hiérarchie entre les motivations pour entreprendre est la même quelle que soit la classe d'âge. Pour autant, on observe des différences de niveau importantes. Les entrepreneurs émergents de moins de 35 ans mettent en avant plus que leurs aînés l'envie de s'enrichir (50,8% vs 36,0% pour les + de 35 ans) et la volonté de faire une différence dans le monde (31,53% vs 24,4% pour les + de 35 ans). Les moins de 25 ans sont beaucoup plus attachés à leur volonté de faire une différence dans le monde (42%).

L'entrepreneuriat durable

Face à l'urgence climatique et aux nombreux défis

du développement durable, les entrepreneurs ont un rôle à jouer. L'étude NES nous permet d'apprécier si l'écosystème est favorable à l'entrepreneuriat durable et l'étude APS permet de cerner les intentions et les comportements des entrepreneurs émergents et établis.

UN ÉCOSYSTÈME FAVORABLE À L'ENTREPRENEURIAT DURABLE

Selon les experts interrogés (étude NES), la France arrive en tête des pays du G7 pour les réglementations spécifiques mises en place par le gouvernement pour soutenir les startups orientées vers la durabilité (score de 5,8/10). De même, ils estiment que les investisseurs sont particulièrement intéressés par le financement des entreprises orientées RSE (score de 6/10 pour une moyenne de 5,7/10 pour les pays du G7). La France se classe également au 1^{er} rang des pays du G7 selon les experts concernant l'intégration des principes de la RSE par les entreprises nouvelles et en croissance dans leurs activités commerciales. Il est intéressant de constater que les experts de l'écosystème considèrent que la plupart des entreprises voient les problèmes environnementaux comme une opportunité potentielle (score de 6,6/10, le plus élevé des pays du G7).

UN GAP ENTRE INTENTIONS ET ACTIONS

Plus d'un entrepreneur sur deux (57% des entrepreneurs émergents et 50% des entrepreneurs établis) répond donner la priorité à l'impact social et/ou environnemental de leur entreprise avant la rentabilité ou la croissance. Près des trois quarts des entrepreneurs émergents (74%) affirment prendre en compte

les implications sociales et environnementales des décisions qu'ils prennent pour leur entreprise. Les entrepreneurs établis sont un peu plus mesurés (60% pour les implications sociales et 64% pour les implications environnementales). Il existe un écart très marqué entre ces intentions et les réalisations, écart que l'on retrouve dans tous les pays du G7 mais qui est le plus fort en France. Ce gap est bien plus fort chez les entrepreneurs émergents que chez les entrepreneurs établis, et plus présent sur les questions environnementales que les questions sociales.

Propositions¹

1

RENFORCER LA PROMOTION DE L'ENTREPRENEURIAT AU PRIMAIRE ET SECONDAIRE

L'étude NES met de nouveau en avant la faiblesse de la France par rapport aux autres pays les plus riches en termes de promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (elle est classée 17/22). L'enjeu est d'une part d'établir un panorama des pratiques et une évaluation de leur impact et d'autre part de concevoir un dispositif permettant une meilleure coordination au niveau local et national à l'image des PÉPITE qui ont fait leur preuve dans l'enseignement supérieur. L'organisation d'assises de l'éducation entrepreneuriale au niveau du primaire et du secondaire permettrait de réunir les acteurs de l'écosystème de l'éducation entrepreneuriale pour construire une stratégie nationale ambitieuse visant à renforcer l'esprit d'entreprendre chez les plus jeunes.

2

ACCÉLÉRER L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

Les résultats des études NES et APS sont très encourageants. Ils mettent en évidence à la fois un contexte plus favorable et une évolution des représentations. L'intention entrepreneuriale progresse ainsi fortement chez les femmes. Pour autant, la question du passage à l'acte se pose. L'enjeu est de construire une stratégie nationale pour faire progresser le total de l'activité entrepreneuriale émergente des femmes. Elle peut s'inscrire dans les politiques en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. L'objectif pourrait être un TAE de 10% en 2025, en poursuivant les efforts engagés pour mieux comprendre les facteurs qui freinent le passage à l'acte et en repensant l'accompagnement.

¹ Ces propositions sont développées dans la Conclusion.

3

FACILITER L'ACCÈS AU MARCHÉ

Selon l'étude NES, les conditions d'accès aux marchés seraient plus difficiles en France que dans les autres pays. Si les pouvoirs publics ont adopté des mesures ces dernières années pour faciliter l'accès à la commande publique des TPE/PME, des mesures spécifiques doivent également être prises en faveur des entreprises les plus jeunes. Par ailleurs, les nouveaux entrepreneurs doivent bénéficier d'une formation et d'un accompagnement pour les aider dans leur stratégie marketing et commerciale. Cette proposition peut être mise en relation avec l'un des engagements pris par le collectif Cap Créa visant à « doubler collectivement d'ici à 5 ans le nombre de créateurs et créatrices accompagnés, afin de générer un million d'emplois pérennes supplémentaires ». L'atteinte de cet engagement suppose en effet un meilleur accès aux marchés.

4

RÉDUIRE LE GAP ENTRE INTENTIONS ET ACTIONS EN TERMES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le constat est de nouveau encourageant quant à l'intérêt marqué par les entrepreneurs émergents et établis pour le développement durable. Pour autant l'écart entre intentions et actions que ce soit sur le volet social ou environnemental reste très marqué. L'enjeu est d'accompagner les entrepreneurs émergents et d'intégrer le plus tôt possible les objectifs du développement durable. Il ne s'agit pas d'un travail de sensibilisation mais bien d'accompagnement à l'adoption d'actions concrètes. Cela suppose que les acteurs de l'accompagnement entrepreneurial renforcent leurs connaissances des 17 objectifs du développement durable et les actions à mettre en œuvre.

Introduction



Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) est un projet scientifique qui vise à mieux comprendre la dynamique entrepreneuriale dans le monde. Il repose sur une modélisation qui met en relation l'activité entrepreneuriale avec ses déterminants et ses effets. L'accent est notamment mis sur le contexte social, culturel politique et économique. L'étude NES qui mobilise des experts nationaux permet d'apprécier les écosystèmes entrepreneuriaux de chaque pays et de réaliser des comparaisons internationales utiles pour définir des axes d'amélioration. L'étude APS est fondée sur les représentations et les comportements d'un échantillon représentatif

de la population française de 18 à 64 ans. Elle permet notamment de comprendre les motivations et attitudes de la population vis-à-vis de l'entrepreneuriat, mais aussi de mesurer l'activité entrepreneuriale, de l'intention à la sortie. Toutes ces informations sont très utiles pour les décideurs économiques et politiques pour répondre aux crises et aux transformations majeures auxquelles nos sociétés et économies sont confrontées. L'entrepreneuriat est en effet de plus en plus perçu comme une solution pour répondre à ces grands défis. Les politiques entrepreneuriales se sont imposées dans le monde pour favoriser la croissance économique à travers notamment l'innovation et la création d'emplois. Elles se nourrissent de données comme celles issues des recherches du GEM. Ces données permettent d'alimenter des débats et d'orienter l'action sur des sujets majeurs comme la diversité ou le développement durable.

Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

UN PEU D'HISTOIRE

Le programme de recherche du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) est une initiative commune des universitaires de la London Business School et du Babson Collège aux Etats-Unis, dont on situe le lancement en 1999. Il a pour objectif d'explorer et d'analyser le rôle que joue l'entrepreneuriat dans la croissance économique des pays par la création d'une base de données annuelle, harmonisée et incluant de nombreux pays. La France fait partie du consortium depuis 1999.

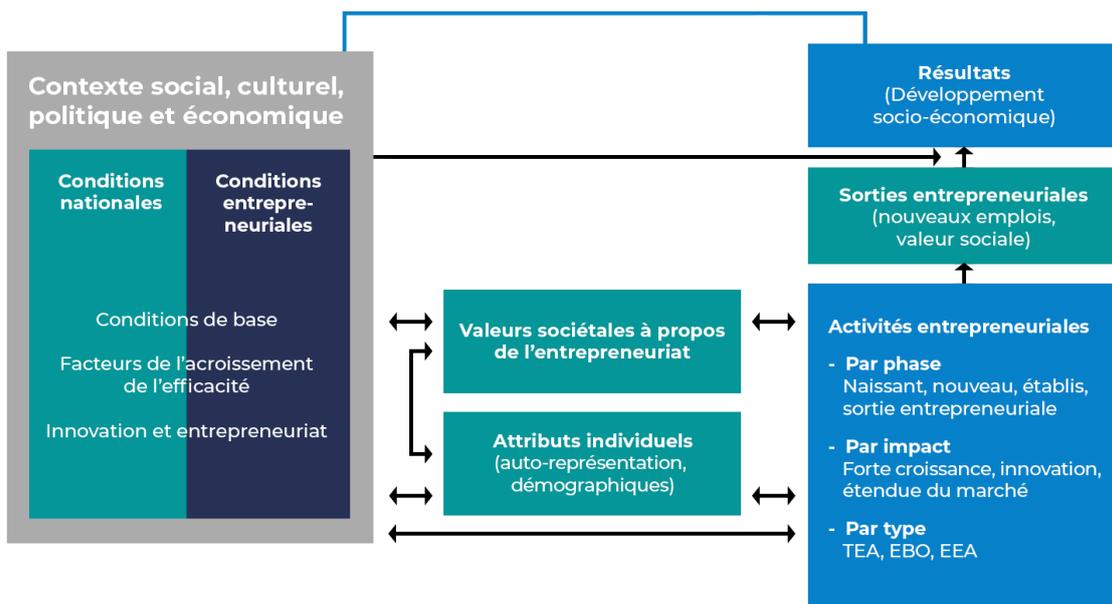


Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor (Source : GEM 2022/2023 Global report, p.28)

GEM EN BREF



24 ans de données, permettant une analyse longitudinale dans et à travers les géographies à plusieurs niveaux.



Plus de 3 600 000 personnes de la population active interrogées depuis 1999 (Enquête APS).



173 000 entretiens APS en 2022.



Depuis 1999, des données provenant de plus de 120 économies sur tous les continents à travers le monde.



Des collaborations avec plus de 370 experts de la recherche en entrepreneuriat (équipes nationales GEM).



La participation de plus de 300 établissements universitaires et de recherche.



Le soutien de plus de 200 institutions de financement.



Plus de 1000 publications dans des revues scientifiques.

Plus d'informations sur www.gemconsortium.org

L'ÉTUDE ANNUELLE DU GEM

La première étude annuelle du GEM couvrait 10 pays ; depuis lors, quelque 120 pays des quatre coins du monde ont participé aux recherches du GEM. L'étude du GEM explore le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique nationale en mettant en lumière les particularités nationales et les caractéristiques associées à l'activité entrepreneuriale. Il s'agit de la plus grande étude en cours sur la dynamique entrepreneuriale dans le monde. Les données collectées sont recueillies par une équipe centrale d'experts, garantissant la qualité et facilitant les comparaisons entre nations.

Le GEM est unique puisqu'il se concentre sur les attitudes, aspirations et activités des individus en lien avec la carrière d'entrepreneur, à la différence d'autres bases de données qui s'orientent vers la création d'entreprises. Cette approche procure un portrait plus détaillé de l'activité entrepreneuriale que ce qui se retrouve dans les registres officiels des pays.

Essentiellement, le modèle du GEM postule qu'au travers de différentes institutions et caractéristiques socioéconomiques (éducation, lois, infrastructure, technologie, finance, R&D, etc.), l'environnement social, culturel et

politique influence les attitudes, les aspirations et l'activité entrepreneuriale (Figure 1). Cela a un effet sur la création d'entreprises et la croissance économique.

La méthodologie du GEM

Les données du GEM reposent sur deux grandes enquêtes annuelles : une enquête auprès de la population adulte (Adult Population Survey - APS) et une autre auprès d'un échantillon d'experts (National Expert Survey - NES). Ces enquêtes procurent une photographie de la situation entrepreneuriale sur le territoire à un moment précis dans le temps.

L'ENQUÊTE AUPRÈS DE LA POPULATION ADULTE (APS)

Chaque pays membre du consortium GEM mène une enquête annuelle auprès d'un échantillon aléatoire d'au moins 2 000 personnes, représentatif de sa population adulte (personnes âgées entre 18 et 64 ans). Les enquêtes sont réalisées, pour tous les pays, à la même période de l'année (généralement entre avril et juin) en utilisant un questionnaire standard fourni par le consortium du GEM. Afin d'assurer la rigueur et l'uniformité de la démarche, l'équipe internationale GEM collabore avec un enquêteur désigné par

L'ENQUÊTE APS 2022 EN FRANCE

Au total, **3 830 personnes** ont répondu à l'enquête française 2022 du GEM. Celle-ci s'est déroulée en partie par téléphone (60 %) et en partie via un panel de répondants en ligne (40 %). Une pondération a été appliquée sur les répondants obtenus pour tenir compte de la répartition de l'âge, du genre et de la situation géographique.

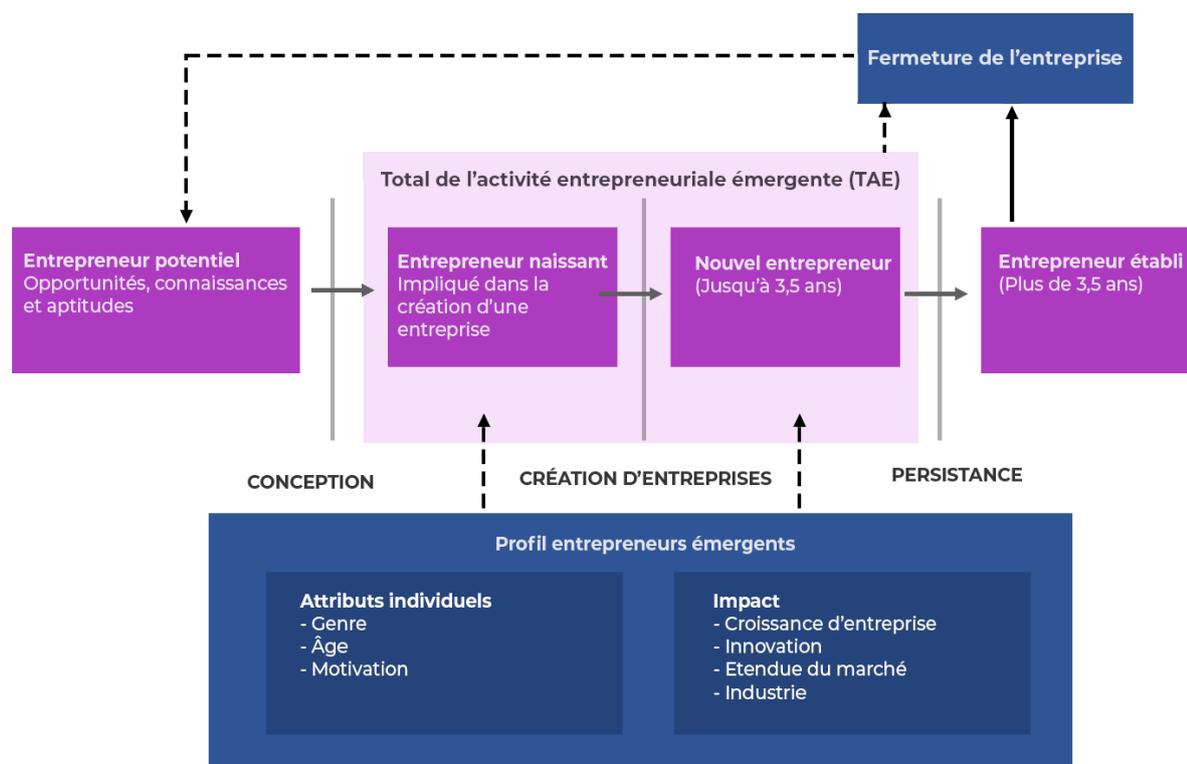


Figure 2. Etapes du processus entrepreneurial (Source : GEM 2022/2023 Global report, p.30)

chaque équipe nationale et l'institut de sondage partenaire du projet, s'il y en a un. Les données brutes sont ensuite envoyées aux analystes du consortium GEM pour vérification, uniformisation et génération des indicateurs statistiques avant de les rendre disponibles pour les équipes nationales.

La Figure 2 illustre comment les réponses au questionnaire APS sont utilisées pour décrire les différentes étapes du parcours entrepreneurial. En amont du processus entrepreneurial, il y a les attitudes de la population en général à l'égard de l'entrepreneuriat. Il s'agit, en quelque sorte, d'indicateurs de la culture entrepreneuriale du pays ou du territoire. Le processus entrepreneurial débute par l'intention d'entreprendre, pour ensuite être constitué

d'entrepreneurs naissants qui deviennent des nouveaux entrepreneurs et, ensuite, des entrepreneurs établis (Figure 2). L'indicateur principal est le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE), soit toutes les personnes de la population interviewée engagées dans le processus entrepreneurial (entrepreneurs naissants et nouveaux). Évidemment, certains entrepreneurs vont également fermer leur entreprise pendant que d'autres choisiront de transférer leur entreprise à une relève entrepreneuriale ou à d'autres entrepreneurs établis.

L'ENQUÊTE AUPRÈS DES EXPERTS NATIONAUX (NES)

L'enquête auprès des experts nationaux est une composante importante de la base de

A1. Finance d'entreprise : Il y a suffisamment de fonds pour les nouvelles startups.

A2. Facilité d'accès au financement entrepreneurial : Ces fonds sont faciles d'accès.

B1. Politique gouvernementale : Soutien et pertinence Les mesures favorisent et soutiennent les startups.

B2. Politique gouvernementale : Impôts et bureaucratie Les nouvelles entreprises ne sont pas sur-chargées.

C. Programmes gouvernementaux d'entrepreneuriat : Des programmes de soutien de qualité existent largement.

D1. L'éducation entrepreneuriale à l'école : Les écoles introduisent les idées d'entrepreneuriat.

D2. Éducation entrepreneuriale Post-scolaire : Les universités et écoles post-bac offrent des cours sur la création d'entreprise.

E. Transferts de recherche et développement : La recherche peut facilement être transférée aux nouvelles entreprises.

F. Infrastructure commerciale et professionnelle : Des infrastructures de qualité sont disponibles et abordables.

G1. Facilité d'entrée : Dynamique des marchés : Les marchés sont libres, ouverts et en croissance.

G2. Facilité d'entrée : lourdeur et réglementation : Les réglementations encouragent au lieu de freiner l'entrée.

H. Infrastructure physique : Des bonnes infrastructures sont disponibles et abordables.

I. Normes sociales et culturelles : La culture encourage et met en avant l'entrepreneuriat.

Tableau 1. Les facteurs contextuels en matière d'entrepreneuriat (EFC)

données du GEM. Elle porte sur les conditions entrepreneuriales dans l'économie nationale. Le GEM définit le contexte entrepreneurial d'une économie donnée en fonction d'un certain nombre de caractéristiques, connues sous le nom de facteurs contextuels (EFC, pour Entrepreneurial Framework Conditions), résumées dans le Tableau 1. Elles sont au nombre de 13, regroupées autour de 9 thématiques (de A à I). L'état des EFCs peut encourager et permettre, ou décourager et limiter, à la fois la création et la croissance des entreprises.

Il n'existe pas de mesure objective de la qualité ou du niveau de ces facteurs contextuels (EFCs), étant donné que chacun d'entre eux comporte de multiples dimensions. L'approche du GEM pour les évaluer consiste à mettre en commun

le jugement subjectif d'un certain nombre d'experts nationaux identifiés et sollicités par les équipes nationales en raison de leur expertise. Chacun d'entre eux remplit une enquête nationale (NES) en ligne et évalue un certain nombre d'énoncés qui constituent les EFCs. L'évaluation est réalisée à l'aide d'échelles de Likert en 11 points, allant de 0 (l'énoncé semble totalement faux) à 10 (l'énoncé semble tout à fait vrai).

Les mêmes questions étant posées dans toutes les économies chaque année, les résultats peuvent être comparés d'une économie à l'autre et d'une année sur l'autre. En faisant des comparaisons internationales, une mise en garde s'impose tout de même : ces évaluations peuvent elles-mêmes dépendre du contexte de sorte que, par exemple, les points de vue des

L'ENQUÊTE NES 2022 EN FRANCE

Lors de l'enquête 2022, nous avons interrogé **43 experts français** sur les neuf thématiques récurrentes. Deux thématiques spéciales sont venues agrémenter le questionnaire : l'impact de la pandémie et le développement durable et nous avons fait le choix de maintenir également la thématique autour de l'entrepreneuriat féminin.

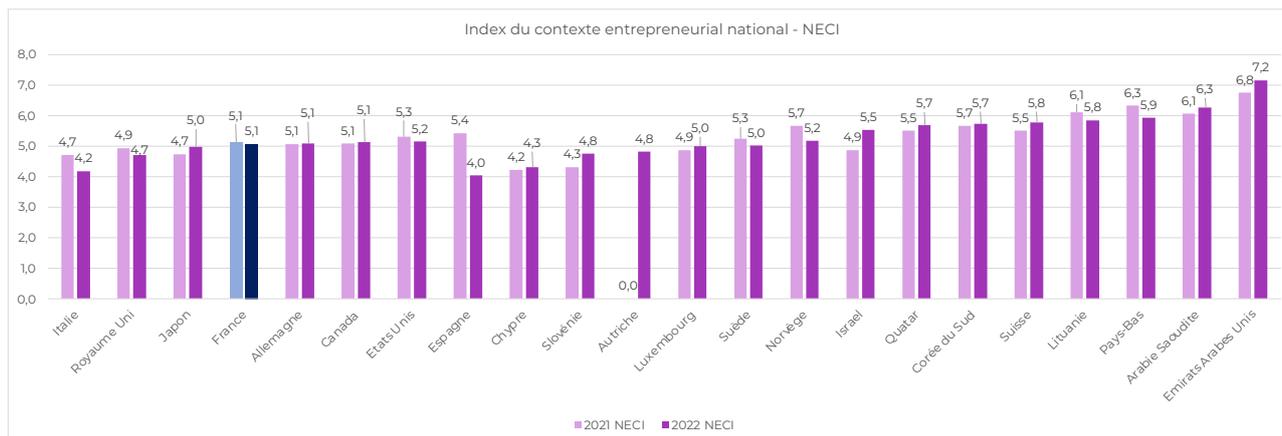


Figure 3. Index du contexte entrepreneurial - score NECI des 22 pays les plus riches de l'étude GEM

experts sur la facilité d'accès au financement peuvent varier en fonction du niveau de développement de l' conomie.

L'écosystème français : un contexte favorable à l'entrepreneuriat

Avec 1 071 900 créations d'entreprises en 2022 (INSEE, 2023), la France connaît un nouveau record, même si le rythme ralentit par rapport à 2021, passant de 17% à 2%. Cet engouement pour l'entrepreneuriat ne se d ment pas. La part du micro-entrepreneuriat reste dominante et représente à elle seule 61% des cr ations². Cette progression de la dynamique entrepreneuriale en France laisse penser que le contexte et les conditions offertes aux porteurs de projets sont favorables.

L' tude NES auprès de 42 experts de l'écosystème entrepreneurial nous permet d'apprécier la qualité de l'environnement de la création d'entreprises à travers l'index du contexte entrepreneurial national, appelé NECI (National

Entrepreneurial Context Index) et exprimé par une note sur 10.

Chaque pays est caractérisé par un écosystème entrepreneurial plus ou moins favorable à l'engagement et au succès entrepreneurial. Les conditions culturelles, sociales et matérielles influencent le processus de décision des entrepreneurs naissants et plus largement les comportements entrepreneuriaux. L'index du contexte entrepreneurial national comprend 13 indicateurs qui permettent une comparaison et un classement par rapport aux 22 pays les plus riches (Figure 3). Nous proposons de les regrouper autour de cinq grands domaines³ et d'indiquer le rang de la France pour chacun des critères :

- **Politique et Accompagnement** : Promotion et support de l'entrepreneuriat par le gouvernement (5/22), Lourdeur administrative et fiscale (13/22), Programmes publics en faveur de l'entrepreneuriat (11/22) ;
- **Finance** : Existence de financements (8/22), Accès aux financements (6/22) ;

2 Les entreprises individuelles hors micro-entrepreneurs représentent 11% des créations et les sociétés 27% (INSEE, 2023).

3 Ce découpage peut être mis en relation avec la représentation simplifiée de l'écosystème entrepreneurial proposée par Isenberg (2011) sous forme de six domaines (Politique, finance, accompagnement, culture, capital humain et marchés).

- **Marchés et infrastructures** : Dynamisme des marchés (21/22), Barrières à l'entrée (16/22), Infrastructures commerciales et professionnelles (11/22), Infrastructures physiques (12/22) ;
- **Education et recherche** : Promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (17/22), Promotion de l'entrepreneuriat dans les études supérieures (7/22), Transfert R&D (19/22) ;
- **Culture** : Normes culturelles et sociales (17/22).

L'index du contexte entrepreneurial national est resté stable entre 2021 et 2022 (5,06/10). Pour autant, la position de la France est moins favorable, passant de la 13^e à la 18^e place (16^e ex aequo avec le Canada avec un score de 5,13 et l'Allemagne avec 5,10). Les autres pays ont continué à progresser en offrant de meilleures

conditions aux porteurs de projets et aux entrepreneurs. Pour les pays les plus riches, la moyenne se situe à 5,24/10, avec l'index le plus élevé pour les Emirats Arabes Unis (7,24/10) et le plus faible pour l'Espagne (4,04/10). Si l'on raisonne par rapport uniquement aux pays du G7, la France se situe au-dessus de la moyenne (4,88/10), devant l'Italie (4,19/10), le Royaume-Uni (4,71/10), le Japon (4,97/10) et derrière les Etats-Unis (5,16/10).

L'analyse détaillée des 13 indicateurs (Figure 4), montre que la France est en retrait par rapport aux pays les plus riches et par rapport aux pays du G7 pour six d'entre eux et en avance pour sept. Si l'on raisonne par rapport aux cinq grands domaines énoncés précédemment, la position de la France est globalement plus favorable dans deux et moins favorables dans trois. Il est également intéressant d'analyser l'évolution des indicateurs entre 2021 et 2022 (Figure 5).

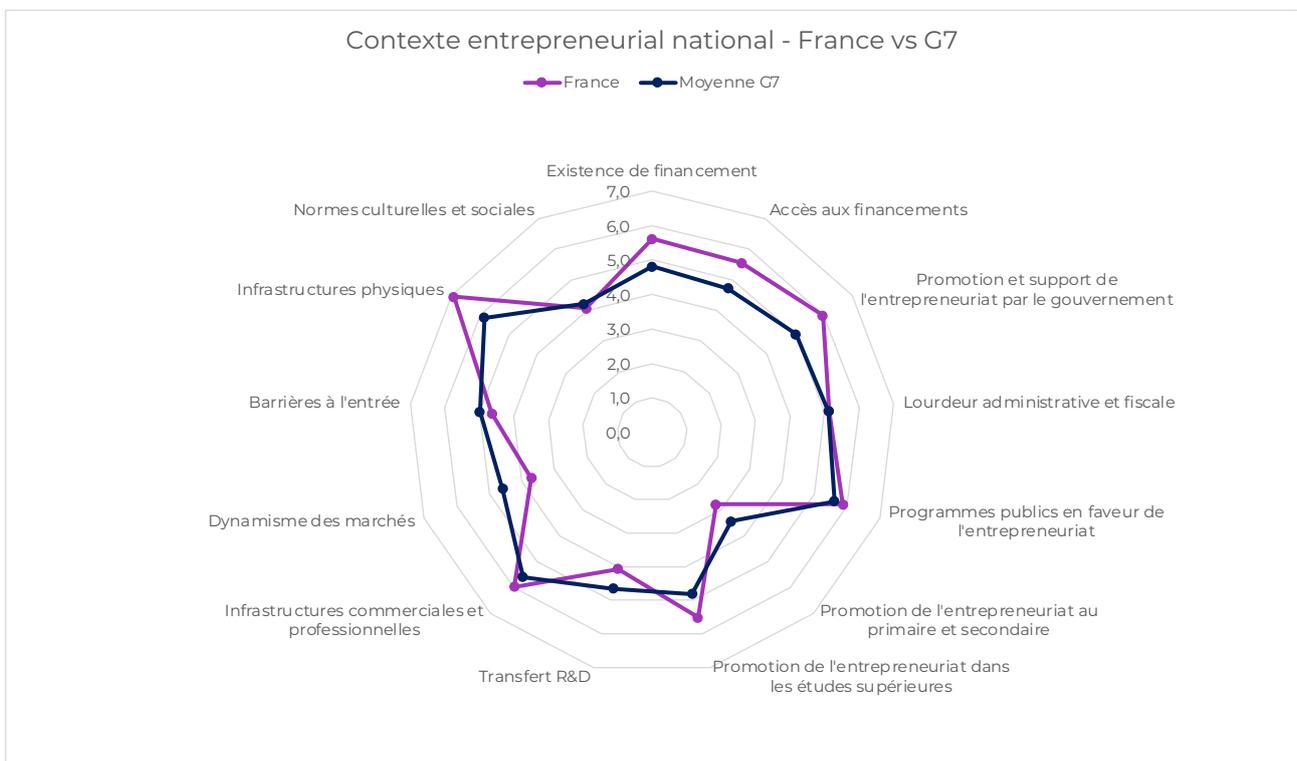


Figure 4. Les 13 facteurs contextuels du NECI - France vs G7

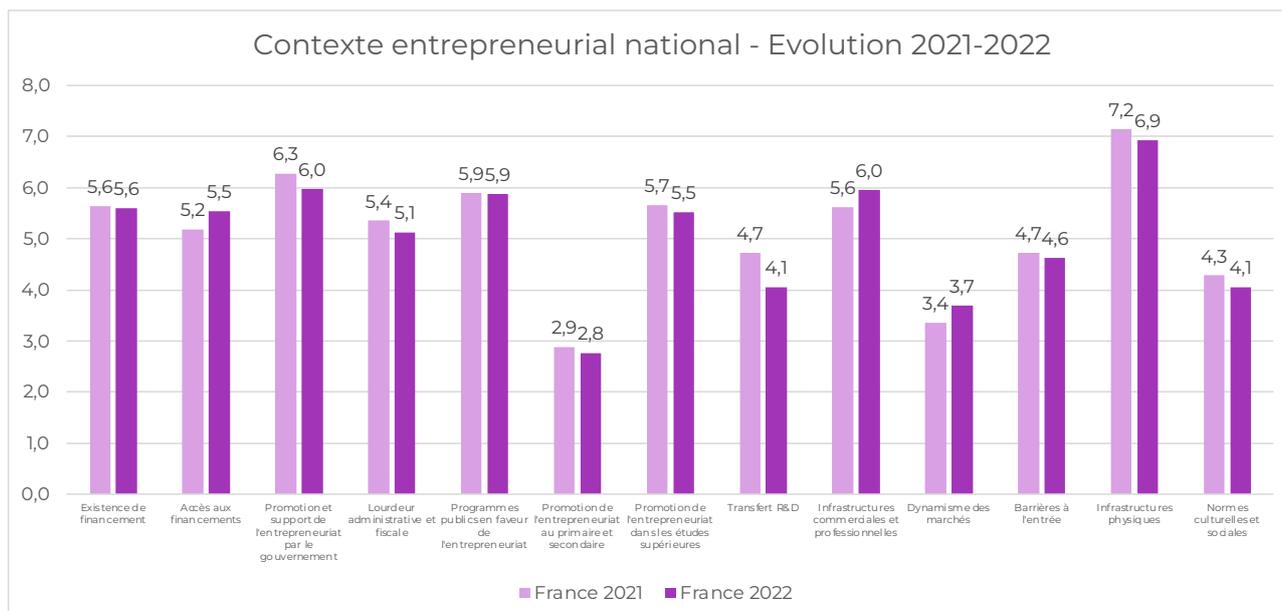


Figure 5. Évolution du contexte entrepreneurial français

Par rapport aux pays du G7 la France se démarque positivement pour les politiques de soutien à l'entrepreneuriat et le financement :

- Les efforts engagés par les pouvoirs publics depuis une vingtaine d'années pour faire émerger une société entrepreneuriale sont reconnus. Les entrepreneurs disposent d'un réseau de structures d'accompagnement très dense et marqué par une forte diversité. Par rapport à 2021, on note toutefois, selon les experts interrogés, une légère dégradation pour les questions « Promotion et support de l'entrepreneuriat par le gouvernement » (5,97/10 en 2022 vs 6,27/10 en 2021) et « Lourdeur administrative et fiscale » (5,13/10 en 2022 vs 5,35/10 en 2021).

- La question du financement ne semble plus être un frein aujourd'hui à l'engagement entrepreneurial. Les porteurs de projets ont accès à une variété de sources de financement en fonction de la nature de leur projet. On note même selon les experts interrogés une amélioration dans l'accès au financement (5,55/10 en 2022 vs 5,19/10 en 2021).

En revanche, la position de la France se révèle moins favorable concernant le capital humain, l'accès aux marchés et la culture :

- Les experts mobilisés dans l'étude NES sont très critiques quant à la promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire, et on note même une dégradation dans leur évaluation (2,89/10 en 2021 vs 2,77/10 en 2022). Toutefois, leur évaluation est beaucoup plus favorable pour la promotion de l'entrepreneuriat dans les études supérieures et place la France au-dessus de la moyenne des pays du G7 (5,52/10 vs 4,82/10), même si on note un léger recul (5,66/10 en 2021). À travers leurs actions de sensibilisation, de formation et d'accompagnement, les dispositifs comme PÉPITE ou les incubateurs étudiants contribuent à favoriser l'entrepreneuriat étudiant. Les experts considèrent en revanche que les conditions pour le transfert de R&D sont très défavorables. Si des efforts importants ont été consentis ces dernières années pour encourager notamment le transfert de connaissances des universités et des centres de recherche publics aux entreprises nouvelles ou en croissance, avec notamment la mise en

place des SATT, les experts sont très réservés et considèrent même que la situation s'est dégradée entre 2021 et 2022 (4,72/10 en 2021 vs 4,06/10 en 2022).

- La question de l'accès aux marchés pour les nouvelles entreprises reste problématique selon les experts interrogés. S'ils soulignent la qualité des infrastructures commerciales et professionnelles (5,96/10 vs 5,59/10 pour la moyenne du G7) et des Infrastructures physiques (6,93/10 vs 5,86/10), ils sont plus réservés quant aux dynamismes des marchés (3,70/10 vs 4,59/10) et l'existence de barrières à l'entrée (4,63/10 vs 4,99/10).

- Selon les experts interrogés, les normes culturelles et sociales en France ne sont pas très propices à l'entrepreneuriat (4,06/10 vs 4,21/10 pour la moyenne du G7), et on note même une légère dégradation (4,28/10 en 2021). Malgré les transformations sociétales de ces dernières années et l'augmentation significative du nombre de créations d'entreprises, les experts ont toujours le sentiment que la culture nationale ne valorise pas suffisamment la réussite individuelle et n'encourage pas l'initiative individuelle, la prise de risque entrepreneuriale ou encore l'innovation.

Il est intéressant de s'interroger sur les conséquences de la pandémie sur l'écosystème entrepreneurial. Au sein des pays du G7, les experts ont été amenés à se prononcer sur la reprise de l'activité économique au sein de leurs pays. Il leur a notamment été demandé si l'activité économique et l'embauche étaient revenues à leur niveau d'avant crise, si les entreprises avaient entrepris une transformation de leurs chaînes d'approvisionnement pour favoriser le local et si elles avaient augmenté leurs capacités numériques pour tenter de se remettre de la pandémie (Figure 6).

Les experts français ont été les plus positifs du G7 sur les deux premiers points, attribuant la note de 6,1/10 pour la reprise de l'activité (moyenne G7 : 5,2/10) et 6,7/10 pour le niveau d'embauche (moyenne G7 : 5,6/10). Ces chiffres sont en phase avec les données économiques. La France a connu une croissance de 2,6% de son PIB et le taux de chômage a atteint les 7,2% en fin d'année, ce qui représente le taux le plus faible depuis 14 ans (deuxième taux le plus bas depuis 40 ans). Concernant la transformation des chaînes d'approvisionnement, les experts français ont attribué la note de 5,1/10, plaçant la France en deuxième position derrière l'Italie

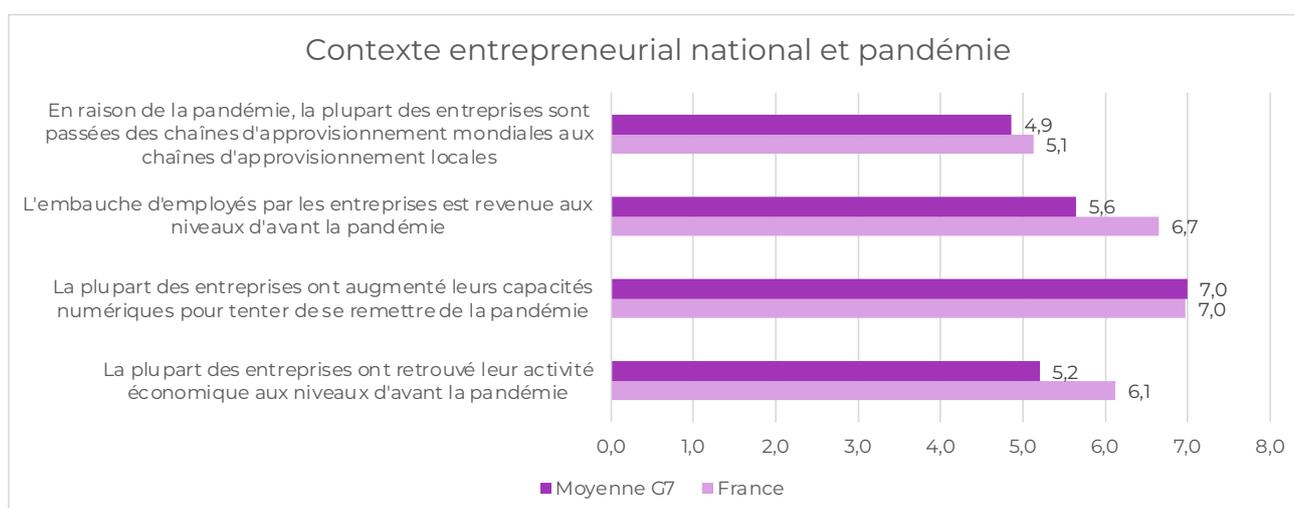


Figure 6. Évolution du contexte entrepreneurial français suite à la pandémie de Covid-19

(moyenne G7 : 4,9/10). Enfin, les experts attribuent la note de 7/10 à la France sur la hausse de l'utilisation du numérique, classant la France 3^e des pays du G7 (moyenne G7 : 6,5/10).

Pour conclure ce panorama sur l'écosystème entrepreneurial, nous proposons d'apprécier la santé des entrepreneurs émergents et établis, en nous appuyant sur le « self rated health », l'échelle de mesure de santé perçue la plus couramment utilisée en santé publique. Selon cet indicateur, la santé s'est dégradée aussi bien au niveau de la population que des entrepreneurs émergents et établis. En 2021, 16,7% de la population s'estimait en mauvaise santé tandis qu'en 2022, ce chiffre s'élève à 25,1% (Figure 9). La dégradation semble la plus marquée pour les entrepreneurs émergents (13,1% en 2021 vs 24,5% en 2022 ; Figure 7). Pour les entrepreneurs établis, cette dégradation est moins marquée (14,2% en 2021 vs 18,9% en 2022 ; Figure 8).

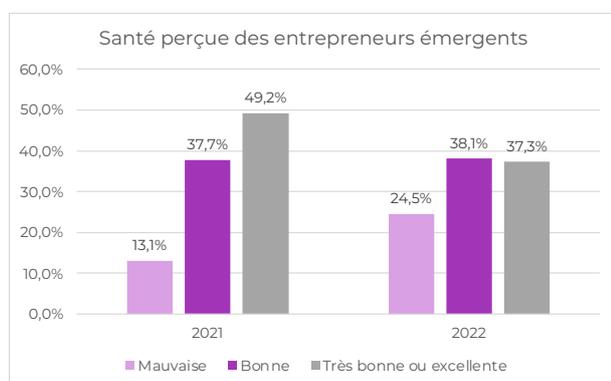


Figure 7. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs émergents

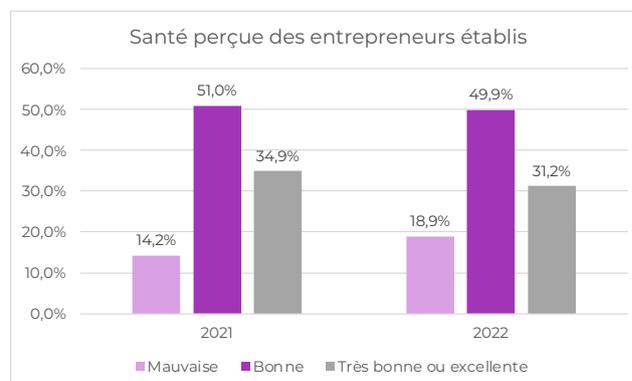


Figure 8. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs établis

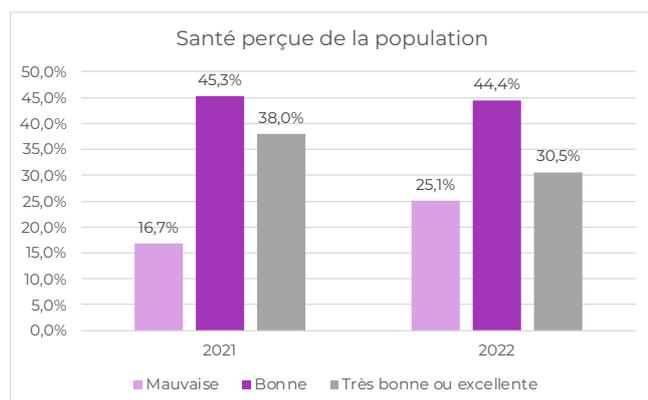


Figure 9. Évolution de la santé perçue au sein de la population générale

Les déterminants de l'acte d'entreprendre



En 2022, le contexte semble favorable à l'activité entrepreneuriale selon les experts interrogés dans l'étude NES. L'Étude APS permet de mettre en lumière les représentations de la population française de 18 à 64 ans vis-à-vis de l'entrepreneuriat, et ainsi de mieux comprendre les déterminants de l'intention et de l'action entrepreneuriale. Parmi ces déterminants, l'accent est mis sur la désirabilité sociale, la faisabilité perçue, les attitudes, les perceptions et les motivations. Les résultats révèlent une évolution qui va dans le sens d'une démocratisation de l'entrepreneuriat dans la société française.

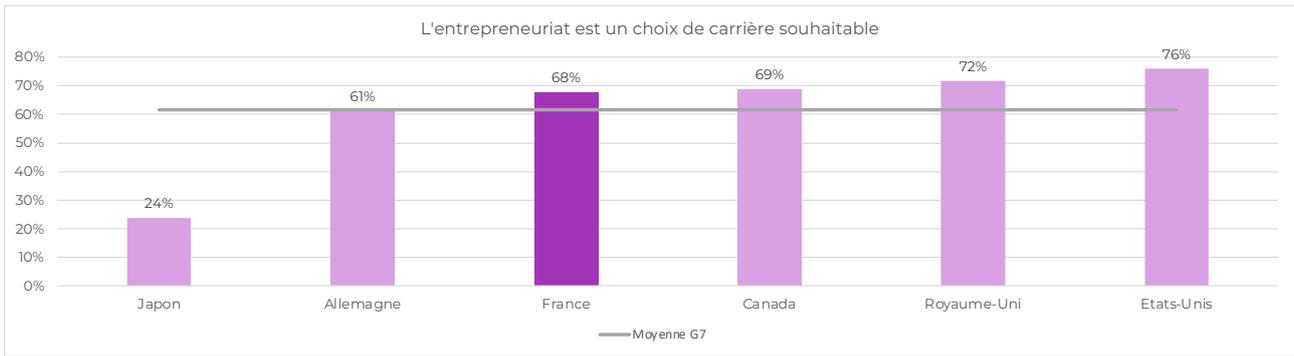


Figure 10. La valorisation de l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable

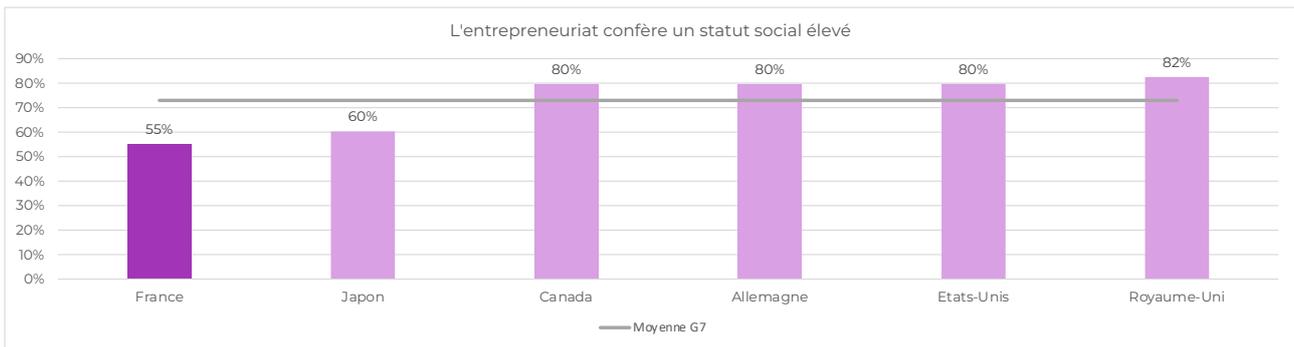


Figure 11. La valorisation de l'entrepreneuriat comme statut social élevé

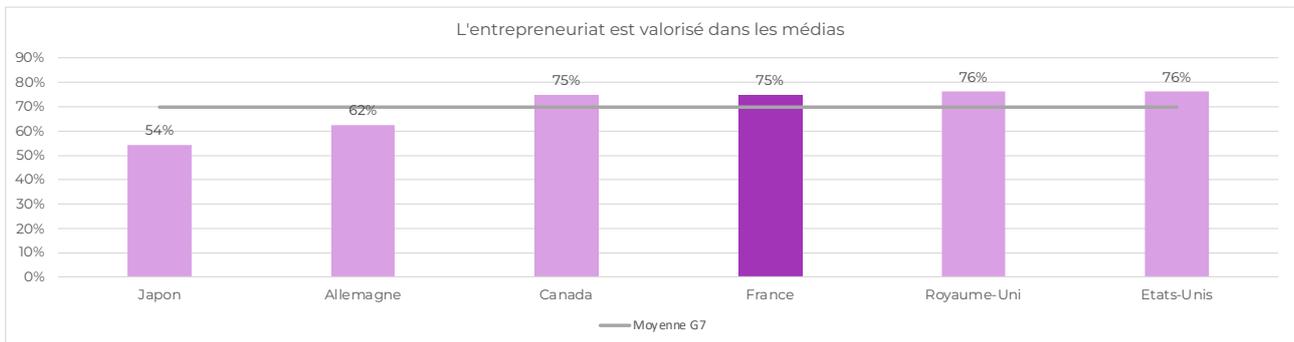


Figure 12. La valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias

La valorisation de l'entrepreneuriat par la société

Cette valorisation détermine fortement l'intention et l'engagement entrepreneurial. Elle permet d'apprécier la désirabilité sociale de l'entrepreneuriat et la faisabilité. La valorisation peut être mise en relation avec les normes, les valeurs, les récits qui forment ce que l'on peut appeler la

culture entrepreneuriale. Cette culture est plus ou moins développée selon les pays. Pour apprécier la désirabilité sociale de l'entrepreneuriat, trois indicateurs sont retenus : choix de carrière souhaitable (Figure 10), statut social élevé (Figure 11) et valorisation dans les médias (Figure 12). La faisabilité est évaluée à travers la facilité d'entreprendre en France (Figure 13). Ces quatre indicateurs sont relativement stables par rapport à l'année précédente à l'exception de la facilité de démarrer une entreprise. Si l'on compare la

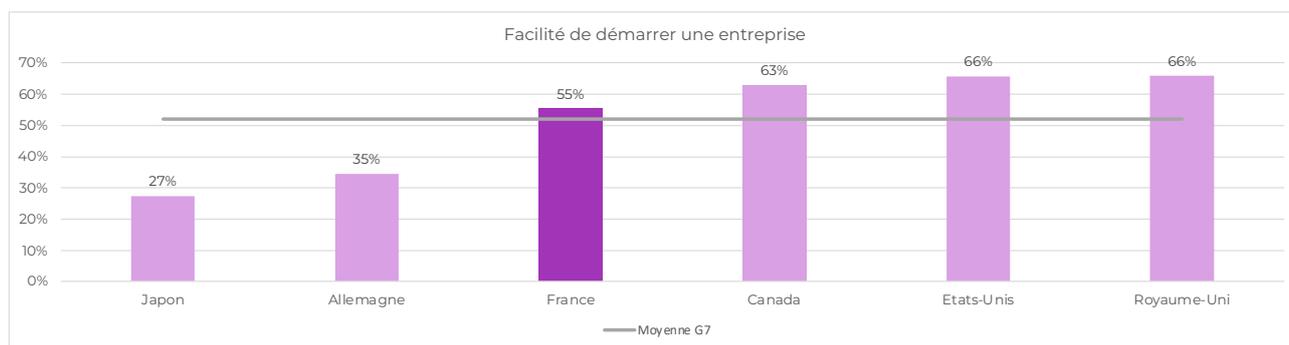


Figure 13. La facilité perçue de démarrer une entreprise

France par rapport aux économies du G7⁴, elle se situe au-dessus de la moyenne pour 3 indicateurs sur 4.

La désirabilité sociale exprime les représentations sociales de l'entrepreneuriat. Si l'entrepreneuriat est un choix de carrière souhaitable en France avec 67,8% contre 61,5% pour la moyenne des pays du G7 ; paradoxalement l'entrepreneuriat est beaucoup moins perçu comme un statut social élevé (55,4% contre 72,9% pour le G7). Cette représentation reste toutefois positive. Elle révèle une évolution de la culture entrepreneuriale qui est notamment influencée par les réseaux sociaux et les médias. Ces derniers diffusent une image favorable de l'entrepreneuriat en mettant en scène les entrepreneurs et l'écosystème, en particulier dans des programmes de télé-réalité (« Qui veut être mon associé » sur M6). Les personnes interrogées considèrent très majoritairement que l'entrepreneuriat est valorisé dans les médias (74,9% vs 69,8% G7). Cette image est très proche de celle observée dans les pays anglo-saxons (Canada : 74,8%, Etats-Unis : 76,3%, Royaume-Uni : 76,2%).

La faisabilité perçue est un indicateur important de l'intention et du comportement entrepreneurial. Elle dépend des barrières perçues qui tiennent à la facilité d'enregistrement ou encore au poids de la bureaucratie. La perception de la **facilité de démarrer une entreprise** a progressé en passant de 52,0% à 55,4% et se situe aujourd'hui au-dessus de la moyenne du G7 (52,0%). Les efforts des pouvoirs publics depuis une vingtaine d'années pour simplifier la création d'entreprise semblent porter leurs fruits. Il existe de fortes disparités entre les pays du G7 avec deux blocs, l'un très en retrait (Japon : 27,4%, Allemagne : 34,6%) et l'autre très en avance (Canada : 62,9%, Etats-Unis : 65,8%, Royaume-Uni : 65,9%), la France se situant entre les deux.

Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat

Les attitudes, perceptions et appréhensions des individus vis-à-vis de l'entrepreneuriat influencent leur intention de s'inscrire dans le processus entrepreneurial et ensuite de passer

4 Les données ne sont pas disponibles pour l'Italie en 2022.

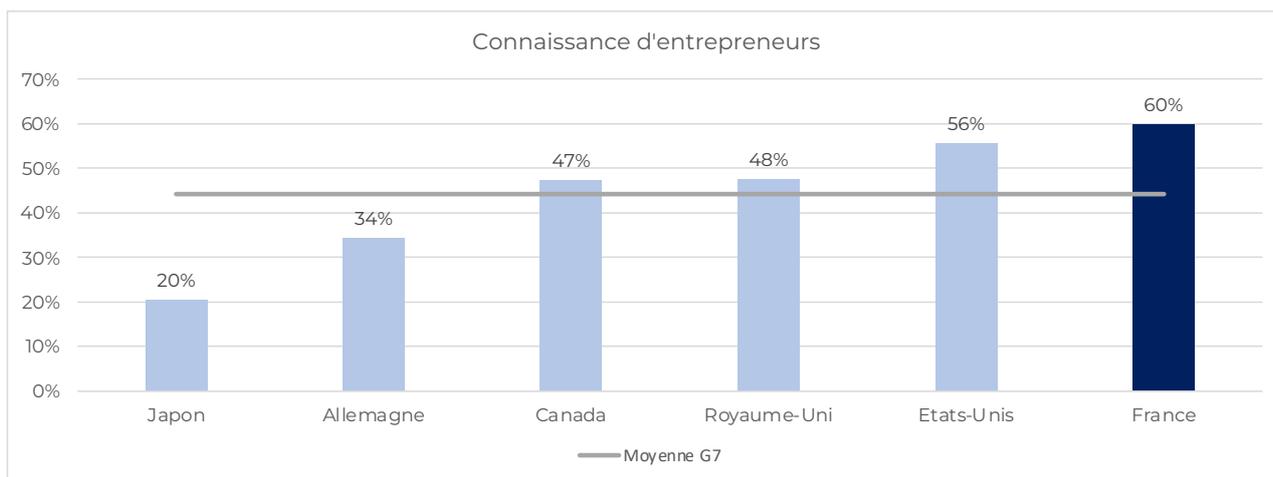


Figure 14. La connaissance d'entrepreneurs autour de soi

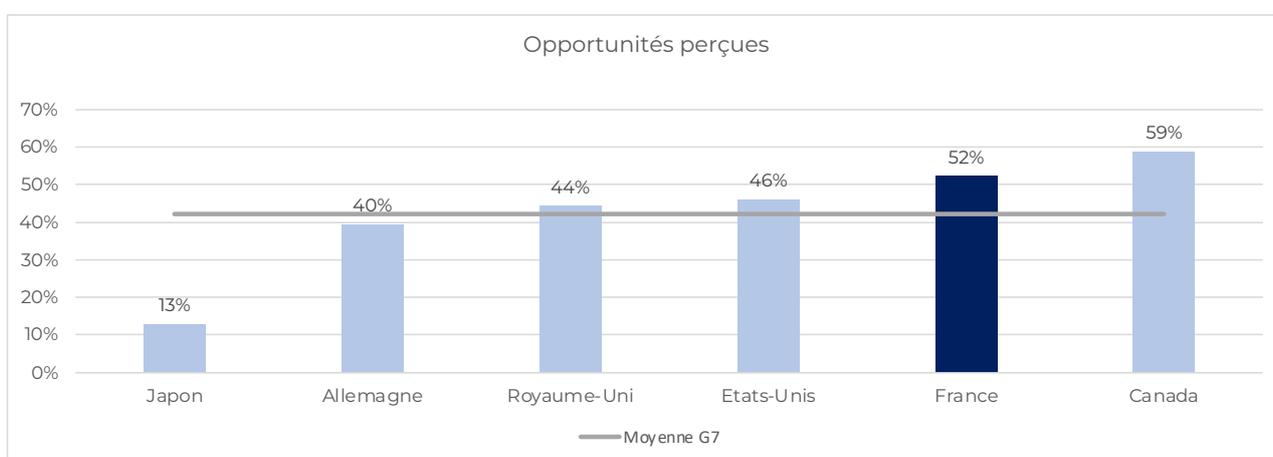


Figure 15. Les opportunités perçues autour de soi

à l'acte ou non. L'enquête APS du GEM permet de construire des indicateurs du potentiel entrepreneurial d'une population et d'éclairer les déterminants de l'acte d'entreprendre qu'il reste à développer.

LE RAPPORT PERSONNEL AVEC L'EXPÉRIENCE ENTREPRENEURIALE

Depuis une quinzaine d'années, les chiffres de la création d'entreprises battent des records. Le nombre de créateurs a dépassé en 2022 le million. Cette démocratisation de l'entrepreneuriat augmente les possibilités de côtoyer et d'interagir avec des entrepreneurs.

Cette évolution marque ainsi un changement dans l'accès au capital social. Si par le passé, les créateurs avaient tendance à être issus en grande majorité de familles d'entrepreneurs, cela est moins vrai aujourd'hui. Par ailleurs, ils sont beaucoup plus fréquemment exposés à des expériences entrepreneuriales, que ce soit au travers des médias traditionnels ou des réseaux sociaux. En particulier, les jeunes suivent et s'inspirent d'influenceurs qui sont eux-mêmes très souvent des entrepreneurs. Forbes consacre d'ailleurs un classement de ces influenceurs⁵ en retenant trois critères : les revenus, l'influence et l'entrepreneuriat.

5 Les 50 meilleurs créateurs ont réuni 1,9 milliard d'abonnés sur Instagram, TikTok et YouTube. Ils ont gagné 570 millions de dollars en 2021. Leur âge moyen est de 31 ans.

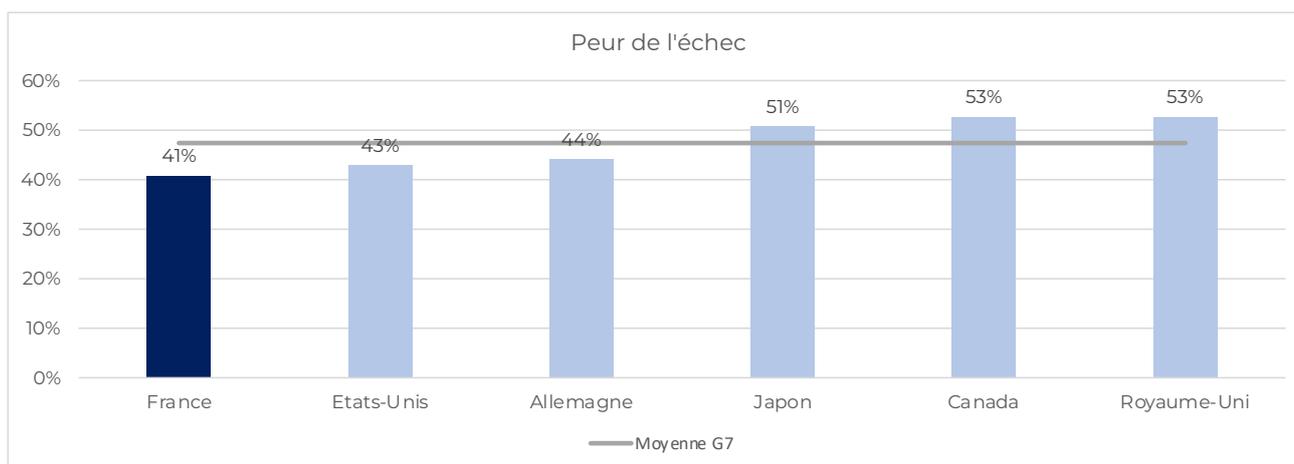


Figure 16. La peur de l'échec comme frein à la dynamique entrepreneuriale

En France, le nombre de répondants qui affirment **connaître au moins un entrepreneur** connaît une forte progression en passant de 46,3% à 59,6% (Figure 14). Cette progression importante est révélatrice de la démocratisation de l'entrepreneuriat en France. Il existe à nouveau de fortes disparités entre les pays du G7. La France se situe en tête suivie des pays anglo-saxons (Canada, 47,3% ; Etats-Unis, 55,6% ; Royaume-Uni, 47,6%). L'Allemagne (34,2%) et le Japon (20,4%) sont beaucoup plus en retrait.

L'EXISTENCE D'OPPORTUNITÉS AUTOUR DE SOI

Au-delà de la connaissance d'entrepreneurs et de la possibilité de s'identifier à un rôle modèle, l'engagement entrepreneurial peut être facilité si les porteurs de projets ont le sentiment d'avoir accès dans leur environnement à des opportunités d'affaires. Il s'agit de situations désirables, faisables et créatrices de valeur. Les « **opportunités perçues** », au sens du GEM, renvoient au pourcentage de personnes qui estiment qu'il y a de bonnes opportunités d'affaires pour eux dans les six mois à venir dans la région où ils habitent (Figure 15).

Les chiffres relatifs aux opportunités perçues sont stables sur les deux dernières années, autour de 52%. Ainsi, une majorité des personnes interrogées considèrent que le contexte est favorable en termes d'opportunités d'affaires. Cette représentation optimiste classe même la France en deuxième position après le Canada (58,8%) et devant les Etats-Unis (46,0%) et le Royaume-Uni (44,4%). L'Allemagne (39,6%) et le Japon (12,6%) sont beaucoup plus en retrait.

LA PEUR DE L'ÉCHEC : UN FREIN À LA DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE

La culture française est souvent associée à une peur de l'échec, mais les mentalités changent peu à peu, avec l'augmentation très significative du nombre de créateurs. Si la France semble cultiver un terrain fertile pour l'entrepreneuriat et faire évoluer doucement sa culture, qu'en est-il de la **peur de l'échec** (Figure 16) ? L'étude GEM se centre sur les personnes qui ont perçu des opportunités mais qui déclarent ne pas s'engager dans l'entrepreneuriat par peur de l'échec. Il ne s'agit donc pas d'une évaluation globale portant sur l'ensemble de la population⁶.

⁶ A titre d'information, 49,6% de la population totale interrogée ont indiqué qu'ils ne se lanceraient pas une entreprise par peur d'échouer.

Cette perception diminue légèrement en 2022 avec 41% des personnes interrogées ayant perçu des opportunités déclarant qu'elles ne lanceraient pas une entreprise de peur d'échouer (contre 44% en 2021). Cela place la France en 1^{re} position des pays du G7, devant les États-Unis où 43% des personnes qui ont perçu des opportunités déclarent ne pas s'engager dans l'entrepreneuriat par peur de l'échec.

Le sentiment de compétences : une donnée importante pour le passage à l'action

L'engagement dans le processus de création dépend de la faisabilité entrepreneuriale qui peut être appréciée par le sentiment de compétences. Le fait d'avoir le sentiment de maîtriser les compétences nécessaires au processus entrepreneurial peut inciter les personnes à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Le GEM propose d'analyser le sentiment de compétences et introduit la notion de talent entrepreneurial.

LE SENTIMENT DE COMPÉTENCES

D'après le consortium GEM, le sentiment de compétences mesure comment un individu perçoit ses compétences, connaissances et son expérience pour démarrer une nouvelle entreprise. Dans la mesure où la formulation est générale (pas de précisions sur les compétences ou les connaissances requises, ni sur le type d'expérience à valoriser), il s'agit davantage d'une auto-évaluation subjective et de l'idée que les personnes interrogées se font de la création d'entreprise ou des aptitudes nécessaires à la formalisation d'un projet entrepreneurial. Cette statistique (Figure 17) pourrait alors davantage refléter une croyance personnelle en des aptitudes plutôt qu'une évaluation impartiale.

Une personne interrogée sur deux (49,8%) se sent capable d'entreprendre, ce résultat est très proche de celui observé l'année dernière (48,6%). De nouveau la France se situe entre les deux blocs des pays du G7, avec une proximité plus marquée pour le bloc des pays anglo-saxons (Canada, 55,4% ; États-Unis,

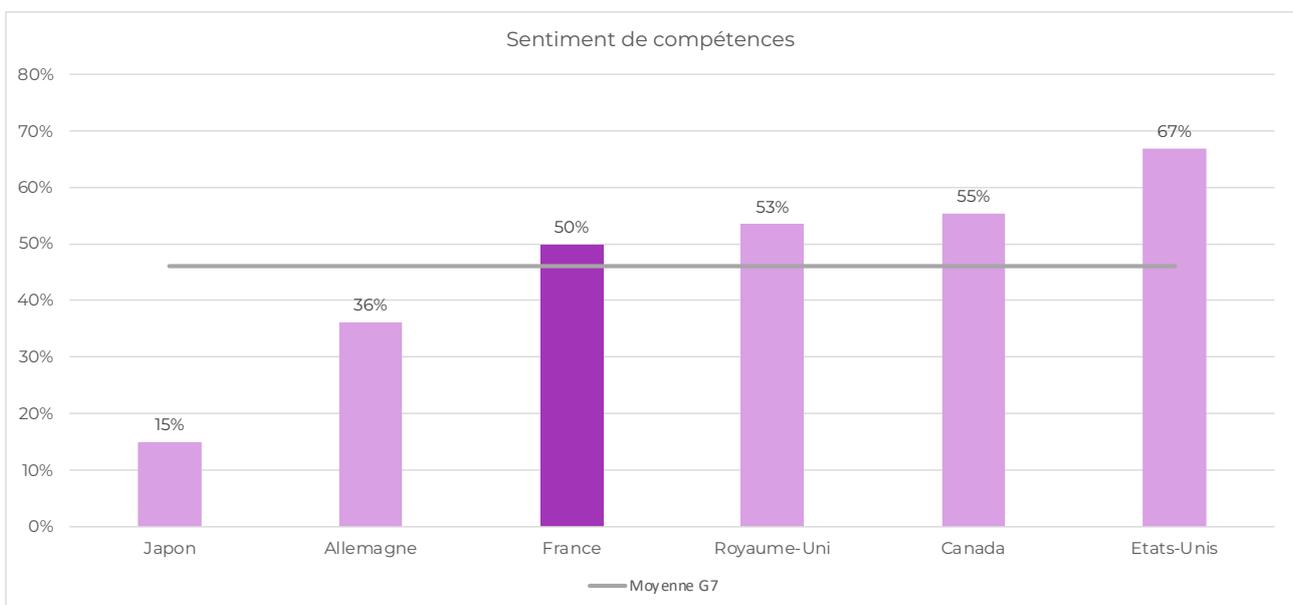


Figure 17. Le sentiment d'être compétent pour entreprendre

66,8%; Royaume-Uni, 53,5%). Les chiffres pour l'Allemagne (36,2%) et le Japon (14,9%) sont beaucoup moins favorables.

LE TALENT ENTREPRENEURIAL

Le talent entrepreneurial vise à apprécier de façon plus précise les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial. L'accent est mis sur la poursuite d'opportunités, l'innovation et la vision à long terme. Le GEM mesure, depuis 2019, le « **talent entrepreneurial** » (Figure 18) au travers de quatre dimensions issues de la littérature. Un peu moins de la moitié de la population se déclare capable de voir des opportunités et/ou d'agir de façon proactive, c'est-à-dire de les saisir (Figure 14).

En revanche, près de 60% de la population se déclare en capacité d'innover et plus de 65% de la population considère que ses actions s'inscrivent dans une vision de long terme, c'est-à-dire qui peut être créatrice de valeur tout au long de la carrière entrepreneuriale.

Les résultats sont très proches de ceux observés en 2021. Près d'un répondant sur deux se déclare en capacité de voir les opportunités (46,4%) et de les saisir (45,0%). Les capacités à innover (58,2%) et à avoir une vision à long terme (64,1%) se situent à un niveau beaucoup plus élevé. La comparaison internationale est limitée par l'absence de données pour l'Allemagne, les Etats-Unis et le Royaume-Uni.

Les 4 dimensions du talent entrepreneurial



CAPACITÉ À VOIR LES OPPORTUNITÉS

Vous voyez rarement des opportunités d'affaires, même si vous êtes très bien informé dans ce domaine.



CAPACITÉ À SAISIR LES OPPORTUNITÉS

Même lorsque vous repérez une opportunité rentable, vous agissez rarement en conséquence.



CAPACITÉ À INNOVER

Les autres personnes pensent que vous êtes très innovant.



CAPACITÉ À AVOIR UNE VISION À LONG TERME

Chaque décision que vous prenez fait partie de votre plan de carrière à long terme.

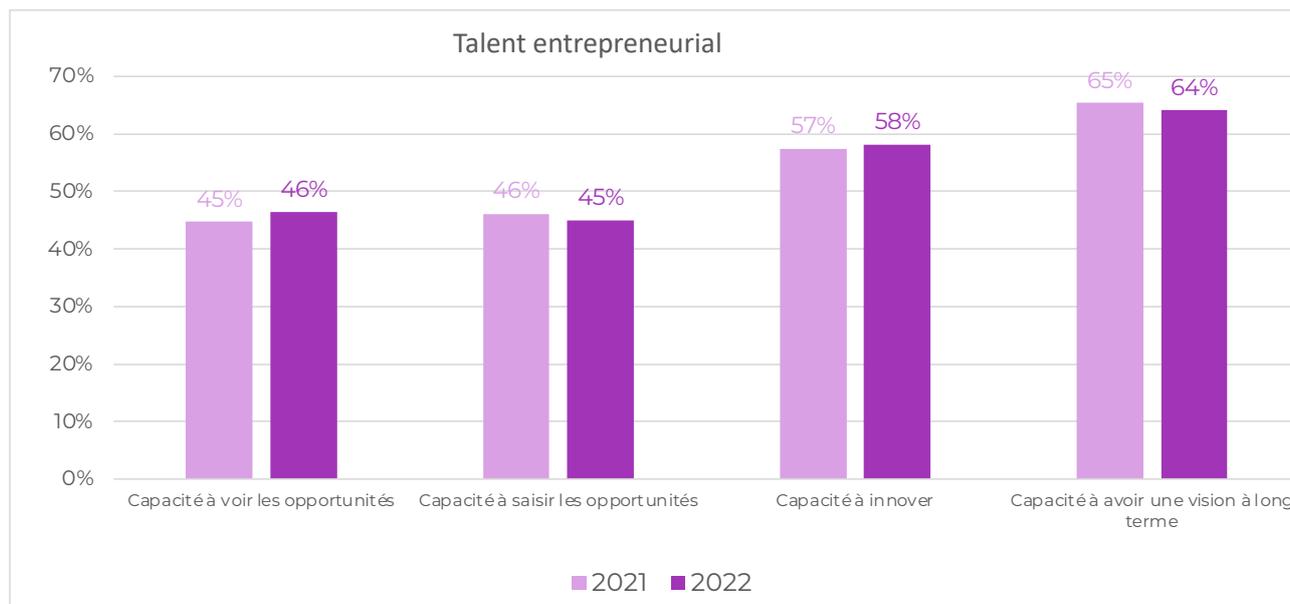


Figure 18. Le talent entrepreneurial ou les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial

Les motivations entrepreneuriales : le sens de l'engagement

La principale motivation pour créer une entreprise est la recherche d'autonomie et d'indépendance. Étant partagée par la quasi-totalité des entrepreneurs émergents, elle n'est pas incluse dans l'étude. Par ailleurs, le GEM a abandonné en 2020 la dichotomie entre entrepreneuriat d'opportunité et de nécessité, car jugée réductrice. Quatre motivations pour créer une entreprise sont aujourd'hui retenues. Il a été demandé aux entrepreneurs naissants et nouveaux d'exprimer leur degré d'accord sur quatre affirmations reflétant les raisons pour lesquelles ils se sont engagés dans la création d'entreprise :

- Pour gagner sa vie car les emplois sont rares (Figure 19)
- Pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé (Figure 20)
- Pour perpétuer une tradition familiale (Figure 21)

- Pour faire une différence dans le monde (Figure 22)

Entre 2021 et 2022, les motivations des entrepreneurs émergents sont relativement stables en France. La hiérarchie n'est pas modifiée même si la motivation « **pour gagner sa vie, car les emplois sont rares** » a fortement diminué passant de 51,2% à 42,6%. Ce résultat peut s'expliquer par la bonne tenue du marché du travail marquée par une diminution du taux de chômage (ce taux a atteint 7,2% selon l'INSEE fin 2022). Paradoxalement, dans les autres pays du G7 où les taux de chômage, observés sur la même période, sont beaucoup plus faibles (entre 2,6% et 4,9% ; OCDE, 2023), cette motivation est plus élevée à l'exception du Japon (37,1%).

En France, la deuxième motivation la plus importante est « **pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé** » avec un taux de 42,3% (39,1% en 2021) est très proche de la précédente. Pour les autres pays du G7, les entrepreneurs émergents anglo-saxons se démarquent avec des pourcentages beaucoup

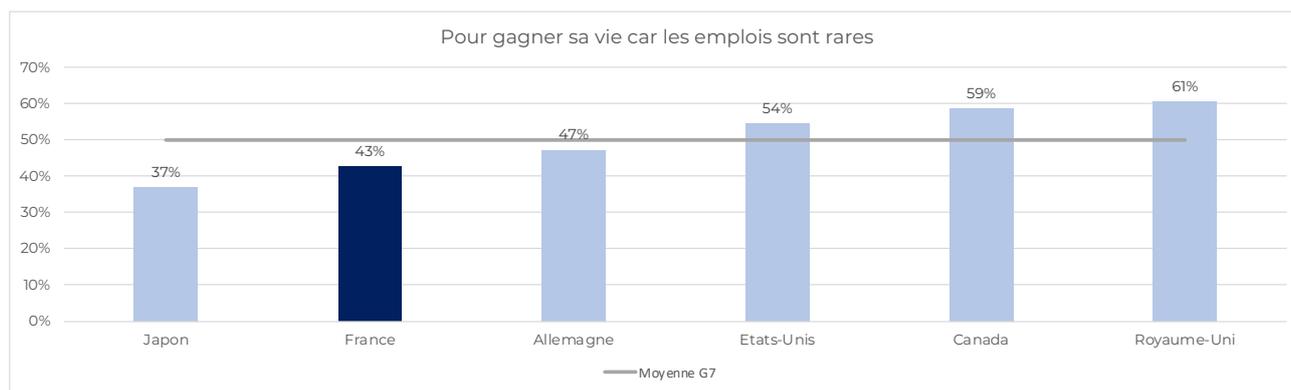


Figure 19. Les motivations pour entreprendre – Gagner sa vie car les emplois sont rares

plus élevés (Canada, 65,8% ; Etats-Unis, 70,8% ; Royaume-Uni, 61,1%). Les taux pour l'Allemagne (47,8%) et le Japon (41,1%) apparaissent moins élevés.

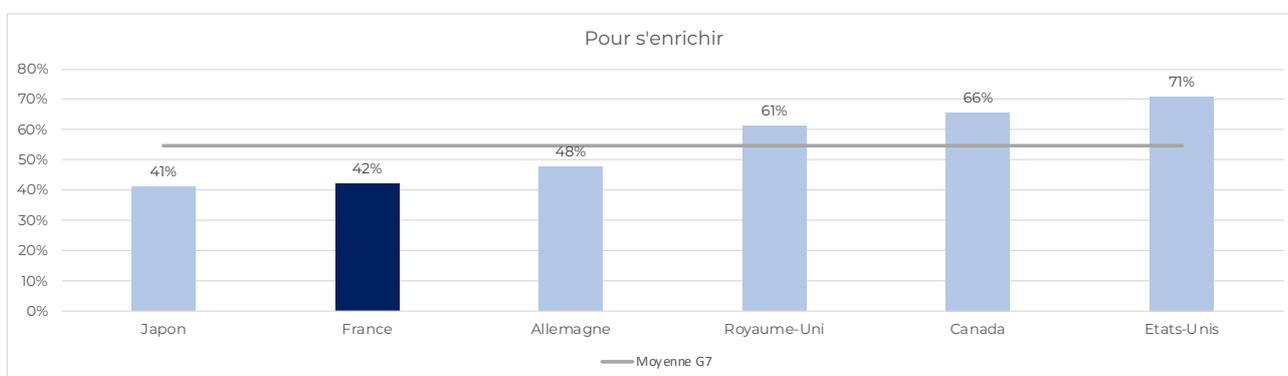


Figure 20. Les motivations pour entreprendre – S'enrichir

Les deux autres motivations sont beaucoup plus en retrait pour la France. La motivation pour « **perpétuer une tradition familiale** » est la plus faible pour la France (22,2% contre 22,9% en 2021). Ce résultat est révélateur de la démocratisation de l'entrepreneuriat. Dans les pays ayant une tradition d'entreprise familiale comme le Canada (38,1%), les Etats-Unis (36,5%), l'Allemagne (32,9%) et le Japon (26,5%) ces pourcentages sont beaucoup plus élevés, même s'ils sont en baisse à l'exception de l'Allemagne.

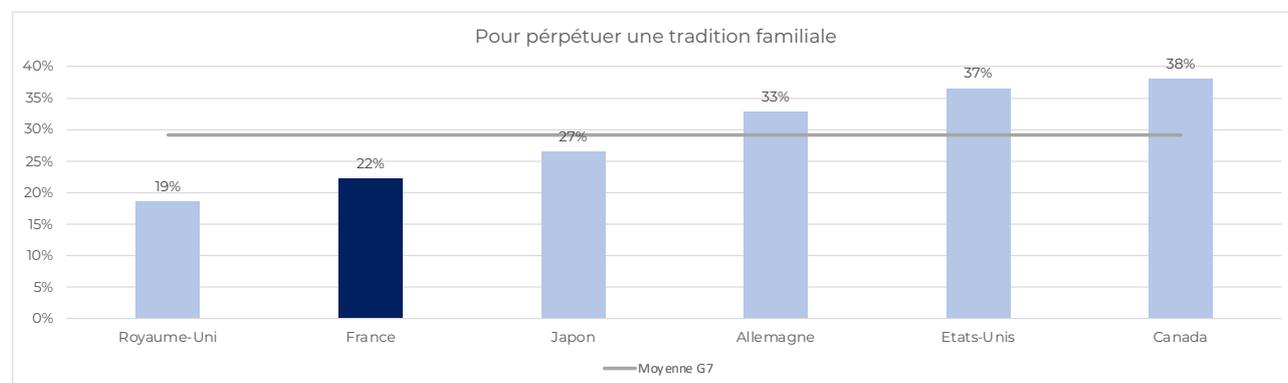


Figure 21. Les motivations pour entreprendre - Perpétuer une tradition familiale

La création d'entreprise motivée par la **volonté de faire une différence dans le monde** n'est exprimée que par 23,7% des entrepreneurs interrogés, en légère diminution par rapport à 2021 (25,8%). Cette légère diminution s'observe également pour les autres pays du G7. Pour autant, elle reste beaucoup plus élevée pour les pays anglo-saxons (Canada, 64,0% ; Etats-Unis, 69,3% ; Royaume-Uni, 51,9%) ainsi que pour l'Allemagne (42,8%) et le Japon (31,9%). Ce résultat pour la France interroge et doit être mis en perspective avec la volonté des entrepreneurs à donner la priorité à l'impact social et/ou environnemental.

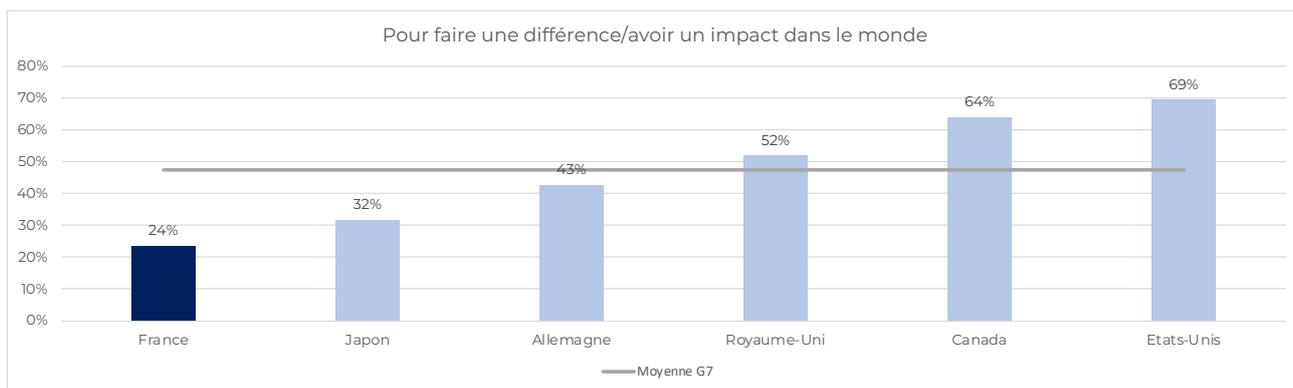


Figure 22. Les motivations pour entreprendre – Pour faire une différence/avoir un impact dans le monde

L'activité entrepreneuriale en France



L'activité entrepreneuriale est au cœur du modèle développé par le Global Entrepreneurship Monitor. Elle est modélisée sous la forme d'un processus qui va de l'intention à la sortie entrepreneuriale. Deux indicateurs jouent un rôle majeur pour apprécier la dynamique entrepreneuriale d'un pays, l'intention et le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE). Pour ces deux indicateurs, les résultats en 2022 sont très encourageants. L'activité entrepreneuriale est également analysée sous l'angle des investissements informels et de l'international.

Le processus entrepreneurial

Le GEM conçoit le modèle entrepreneurial comme un processus en plusieurs phases : d'abord **l'intention entrepreneuriale**, puis la **naissance** de l'activité entrepreneuriale, **l'établissement effectif de l'entreprise** et enfin, la **sortie entrepreneuriale**.

Dans cette conception, l'intention entrepreneuriale (*personne déclarant avoir l'intention de créer une entreprise dans les 3 prochaines années*) est retenue comme facteur principal d'influence de la création d'une activité entrepreneuriale. Se poser la question de créer une entreprise constitue une étape déterminante, bien souvent une première marche vers la naissance effective de l'activité entrepreneuriale. La mesure, perfectible, est néanmoins un déterminant intéressant de la création d'activité.

La création effective de l'activité entrepreneuriale se matérialise par le **total de l'activité**

entrepreneuriale émergente (TAE) et correspond à la dynamique entrepreneuriale d'un pays. En effet, le TAE représente le % d'entrepreneurs naissants et de jeunes/nouveaux entrepreneurs. Cet entrepreneuriat émergent se traduit par un engagement concret dans l'activité entrepreneuriale et se matérialise par le nombre de mois de salaires versés depuis le démarrage de l'activité (Tableau 2) :

- Entrepreneur naissant : personne ayant créé une entreprise et versé entre 0 et 3 mois de salaires ;
- Entrepreneur nouveau : personne ayant créé une entreprise et versé entre 4 et 41 mois de salaires ;
- Entrepreneur établi : personne ayant créé une entreprise et versé au moins 42 mois de salaires.

La dernière catégorie qui correspond au pourcentage d'entrepreneurs établis dans leur activité n'est pas prise en compte dans le calcul du TEA.

Processus entrepreneurial	
Entrepreneur naissant	Personne qui a créé une entreprise et versé jusqu'à 3 mois de salaires
Entrepreneur nouveau	Personne qui a créé une entreprise et versé entre 4 et 41 mois de salaires
Entrepreneur établi	Personne qui a créé une entreprise et versé au moins 42 mois de salaires
L'activité entrepreneuriale	
TAE (Total de l'activité entrepreneuriale émergente)	Toutes les personnes engagées dans le processus entrepreneurial soit les entrepreneurs naissants et les nouveaux entrepreneurs

Tableau 2. Liste des principales mesures utilisées concernant le processus et l'activité entrepreneuriale

Enfin, le modèle GEM intègre la fin du processus entrepreneurial à travers la sortie entrepreneuriale. Celle-ci peut prendre la forme d'une fermeture ou d'une vente de l'entreprise; La vente constituant une voie vers un possible nouveau développement entrepreneurial.

L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale est un indicateur intéressant mettant en évidence la volonté et le désir d'entreprendre. Le taux d'intention entrepreneuriale en France est en hausse : 18,8% des personnes interrogées en 2022 déclarent leur intention d'entreprendre contre 16,9% en 2021, soit une augmentation de 1,9 points (Figure 23).

Qu'est-ce qui peut expliquer cette hausse de l'intention entrepreneuriale ? Même si elle n'est pas représentative de l'activité entrepreneuriale effective, l'intention entrepreneuriale témoigne néanmoins d'une envie et d'une volonté qui pourront se matérialiser dans les années à venir.

Avec un taux d'entrepreneurs naissants de 7,2%, on estime à un peu plus de 38% la concrétisation de ces intentions entrepreneuriales (35% en 2021).

Cette évolution de l'intention entrepreneuriale bien que difficile à interpréter est certainement le résultat de politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat, des dispositifs d'accompagnement, de la valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias ainsi que des formations à l'entrepreneuriat qui se multiplient.

Enfin, le taux d'intention entrepreneuriale français figure parmi les plus élevés des pays du G7 (Figure 24). Avec un taux de 18,8%, il est juste derrière les Etats-Unis (22,5%) et le Canada (20,1%). Toutefois, à l'inverse de ces deux pays, la transformation de cette intention entrepreneuriale reste relativement faible : taux d'entrepreneurs émergents de 9,2% contre 19,2% aux Etats-Unis et 16,5% au Canada (Figure 26).

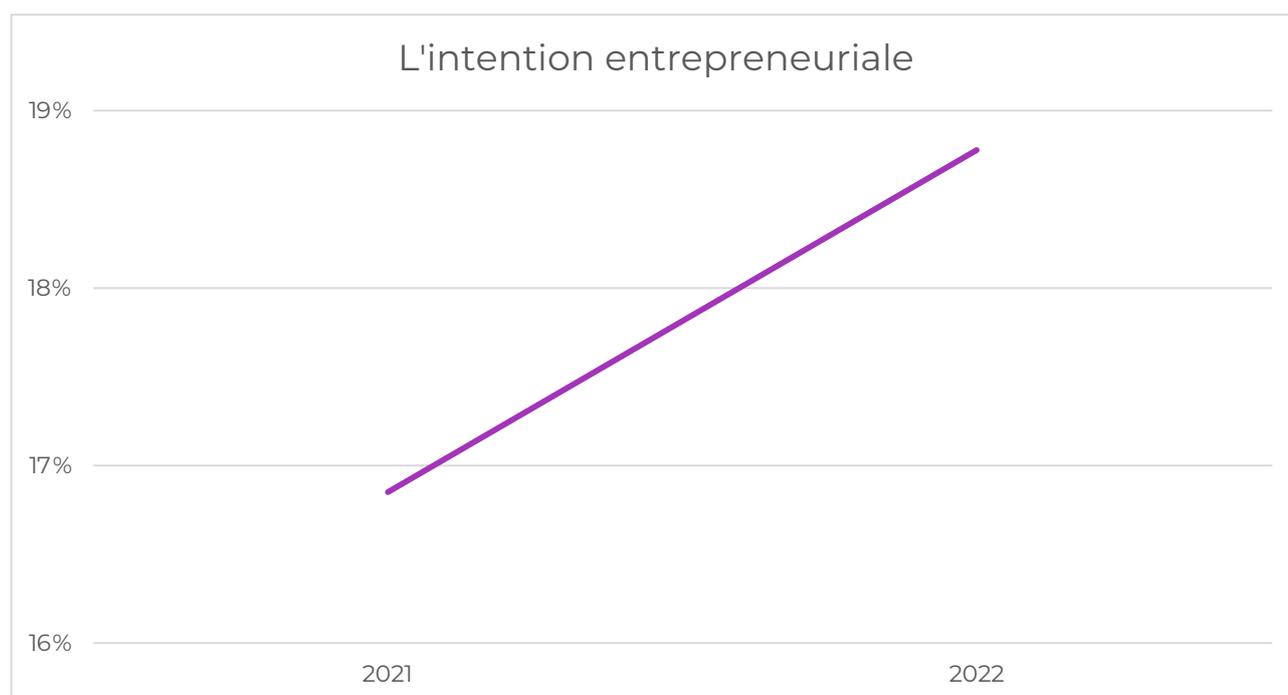


Figure 23. Évolution de l'intention entrepreneuriale (2021-2022)

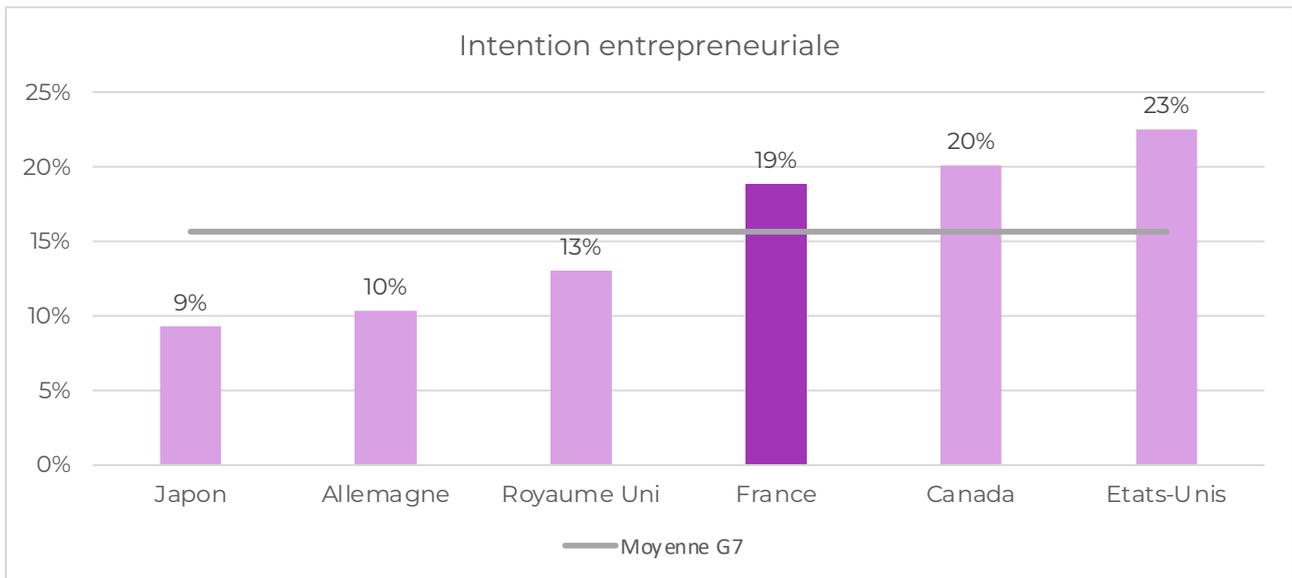


Figure 24. L'intention entrepreneuriale parmi les pays membres du G7

L'activité entrepreneuriale émergente et établie

Le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE) correspond au pourcentage de personnes qui se sont engagées récemment dans le processus entrepreneurial rapporté à la population adulte. Cet indicateur est l'un des indicateurs qui traduit la vitalité entrepreneuriale d'un pays. En France, celui-ci est en constante

évolution depuis 10 ans (Figure 25) : 5,2% en 2012, 7,7% en 2021, 9,2% en 2022. On peut noter l'évolution importante de ce taux entre 2021 et 2022 : +19% d'augmentation. L'incertitude liée à la pandémie Covid-19 en 2021 semble s'estomper. Par ailleurs, ce taux reste relativement élevé, au regard du contexte géopolitique et économique difficile sur l'année 2022 (crise énergétique, inflation).

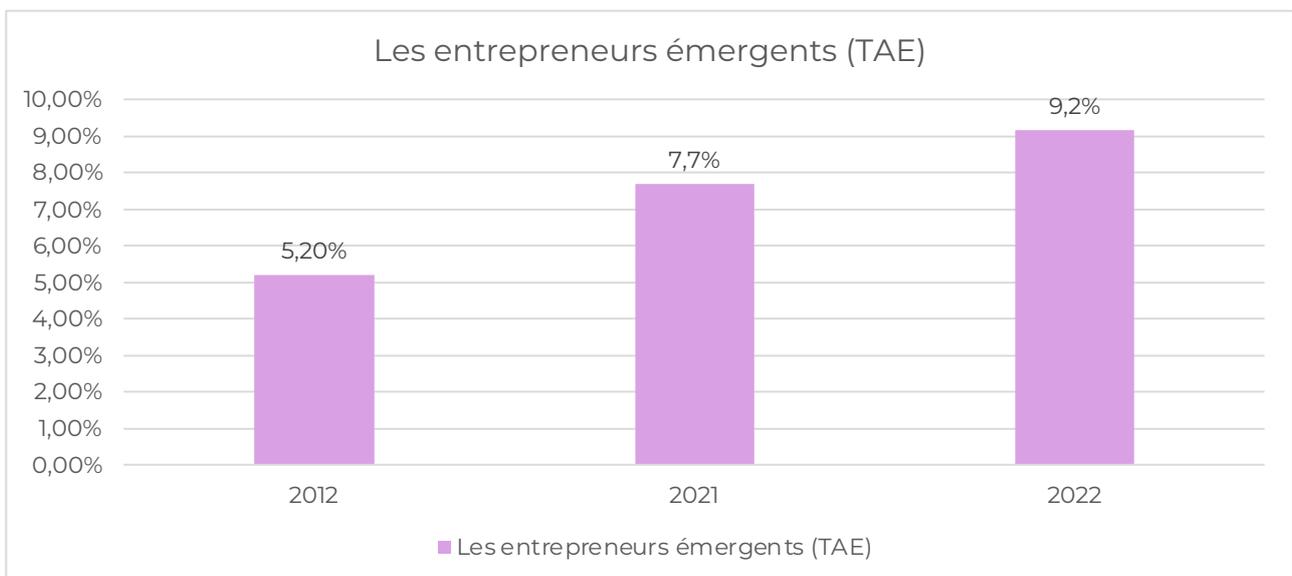


Figure 25. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE)

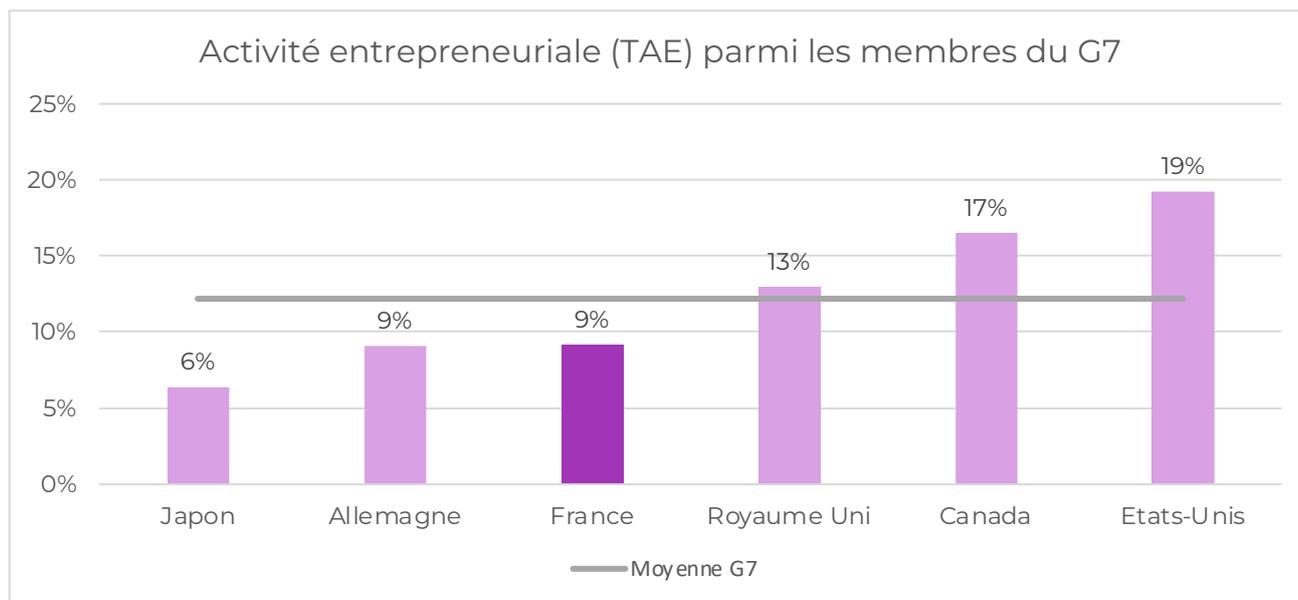


Figure 26. Le taux d'activité entrepreneuriale parmi les pays membres du G7

Néanmoins le taux d'entrepreneurs émergents de 9,2%, situe la France dans le milieu du classement international des pays du G7 (Figure 26) derrière les Etats-Unis, (19,2%), le Canada (16,5%) et le Royaume-Uni (12,9%).

Toutefois, si le dynamisme français au démarrage est notable, le pourcentage d'entrepreneurs établis dans le classement international classe la France en dernière position des pays du G7

(Figure 27). Avec un taux d'entrepreneurs établis s'élevant à 2,9 %, la France se situe encore loin des pays anglo-saxons (Etats-Unis en 1^{ère} position avec un taux de 9,2%, Canada avec un taux de 6,2% et Royaume-Uni avec un taux de 6,8%); La prise en compte des entrepreneurs établis permettant à certains pays comme l'Allemagne (3,6%) et le Japon (6,2%) de remonter dans le classement général.

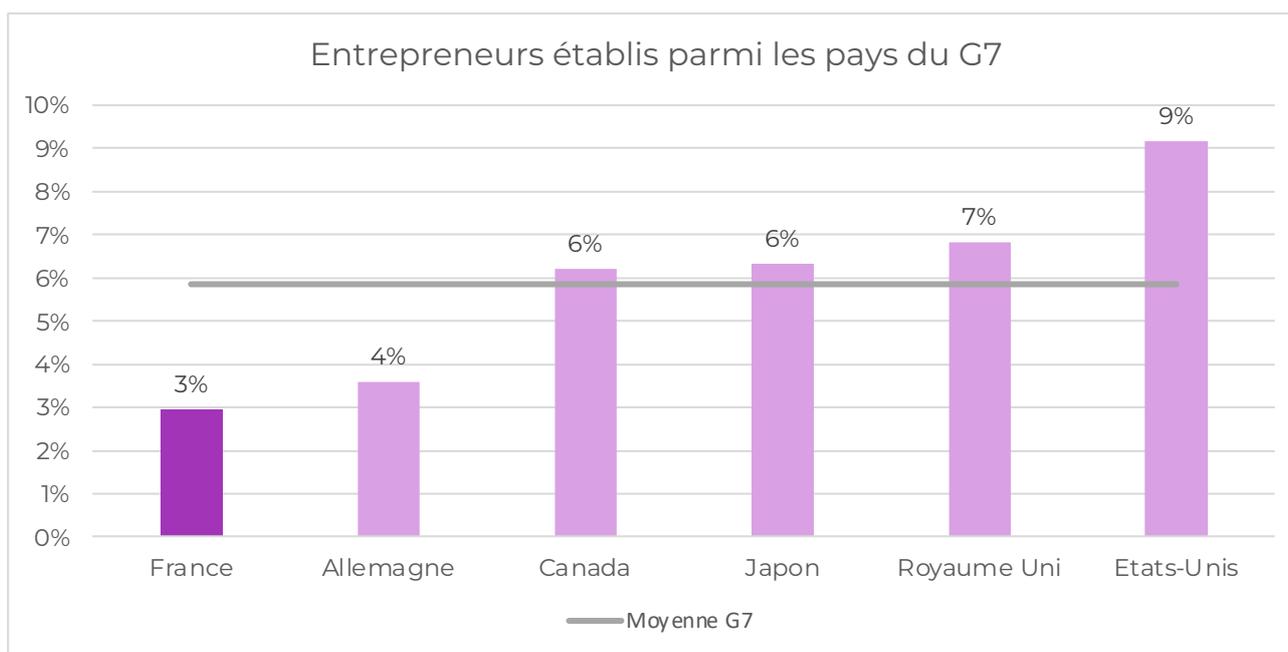
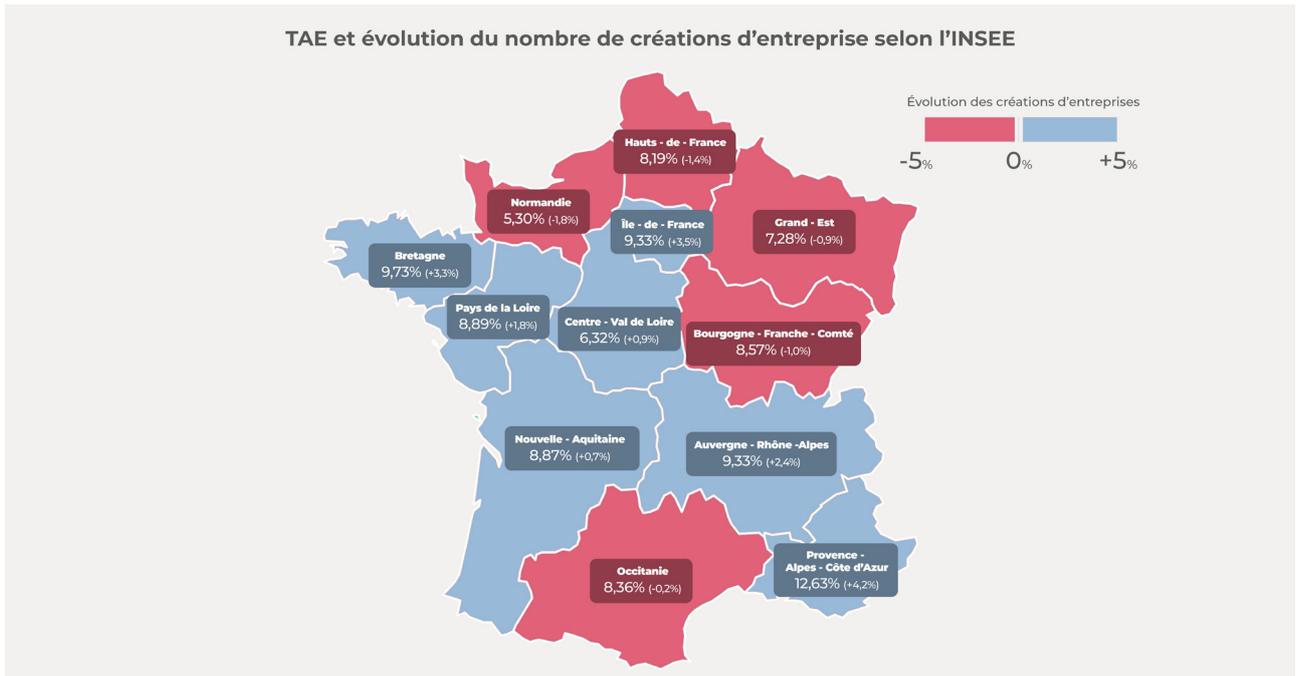


Figure 27. Le taux d'entrepreneurs établis parmi les pays membres du G7



Carte 1. TAE par région et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2022 (ensemble des activités marchandes non agricoles.)

Lecture - Les vignettes se lisent de la façon suivante : Nom de la région, TAE régional et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2022 (entre parenthèses) - Ex : En 2022 en Île de France, le taux d'activité entrepreneuriale (TAE) est de 9,33% et le nombre de créations d'entreprise augmente de 3,5%

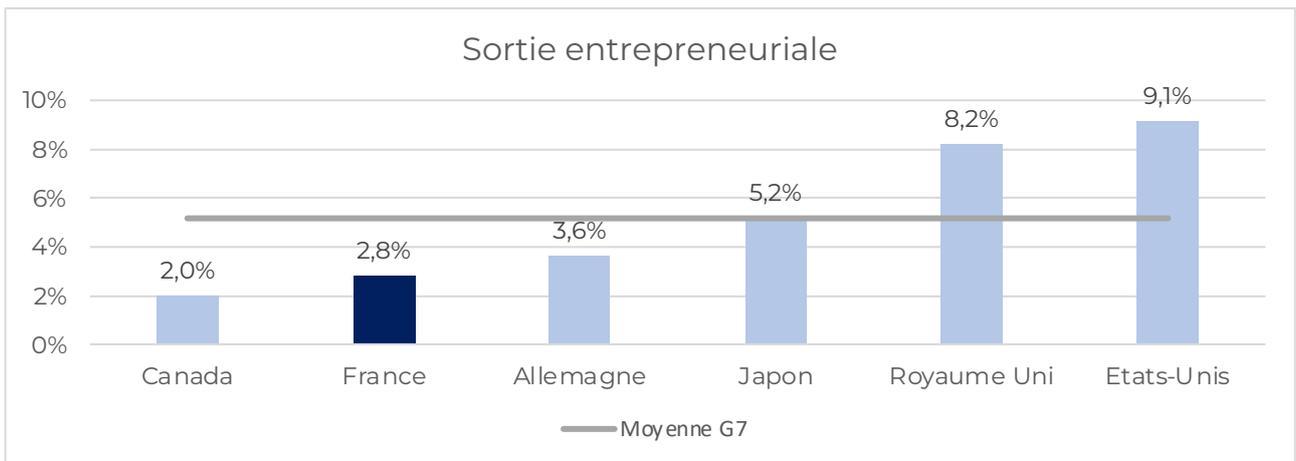


Figure 28. La sortie entrepreneuriale avec et sans poursuite de l'activité parmi les membres du G7

Il peut être intéressant d'analyser le TAE au niveau régional⁷ en le mettant en relation avec l'évolution du nombre de créations par région (INSEE, 2023). Les quatre régions les plus dynamiques en termes de TAE sont également celles qui ont connu selon l'INSEE la plus forte progression du nombre de créations d'entreprises entre 2021 et 2022 : PACA (12,63%), Bretagne (9,73%), Île de France (9,33%) et Auvergne-Rhône-Alpes (9,33%).

La sortie entrepreneuriale

La sortie entrepreneuriale marque la fin de l'aventure entrepreneuriale pour le dirigeant mais pas forcément la fin de l'activité de l'entreprise. En 2022, le pourcentage de personnes confrontées à une sortie entrepreneuriale avec un arrêt d'activité est de 2,2% contre 2,5% en 2021. Ce pourcentage de sortie entrepreneuriale avec

⁷ Les DOM/TOM et la Corse ne sont pas pris en compte en raison d'un manque de représentativité statistique.

continuité d'activité est stable entre 2021 et 2022 autour de 1,4%. Avec un taux total de sortie de 3,6% (Figure 28), la France se situe en dessous de la moyenne du G7 (5,1%), loin derrière les Etats-Unis (9,1%) et le Canada (8,2%).

La sortie entrepreneuriale présente un caractère ambivalent car elle peut s'inscrire dans une démarche proactive comme réactive. En effet, les raisons d'une sortie entrepreneuriale sont multiples. Elles peuvent être liées à la situation personnelle de l'entrepreneur (départ à la retraite, raisons familiales et personnelles, etc.), de l'entreprise (activité non rentable, opportunité d'emploi ou d'investissement, difficulté de financement, etc.) ou encore au contexte économique et à l'environnement (pandémie, contexte inflationniste, mesures fiscales ou gouvernementales, etc.). La sortie entrepreneuriale n'est donc pas forcément le révélateur d'une situation d'échec. Celle-ci peut par exemple permettre la poursuite de l'activité de l'entreprise par une cession à un repreneur.

Dans un contexte de vieillissement de la population, la question de la transmission/reprise d'entreprise constitue un enjeu majeur. La reprise peut être interne (salarié ou membre de la famille) ou externe. Cette stratégie de reprise peut être réalisée par de nouveaux entrepreneurs ou des entrepreneurs établis. Ce phénomène de la sortie entrepreneuriale peut être révélateur de trajectoires personnelles marquées par des exigences économiques, voire existentielles. Certains entrepreneurs en série (serial entrepreneurs) sont à la tête d'un portefeuille d'entreprises et n'hésitent pas à se séparer d'entreprises pour saisir de nouvelles opportunités. La distinction entre trajectoire de l'entreprise et de l'entrepreneur fait sens, dans la mesure où dans 38,2% des cas (44% en 2022), ces sorties se sont accompagnées d'une continuité d'activité.

Examinons maintenant plus en détails les motifs de sortie entrepreneuriale (Figure 29). La pandémie a eu des conséquences directes sur l'activité des entreprises, elle constituait

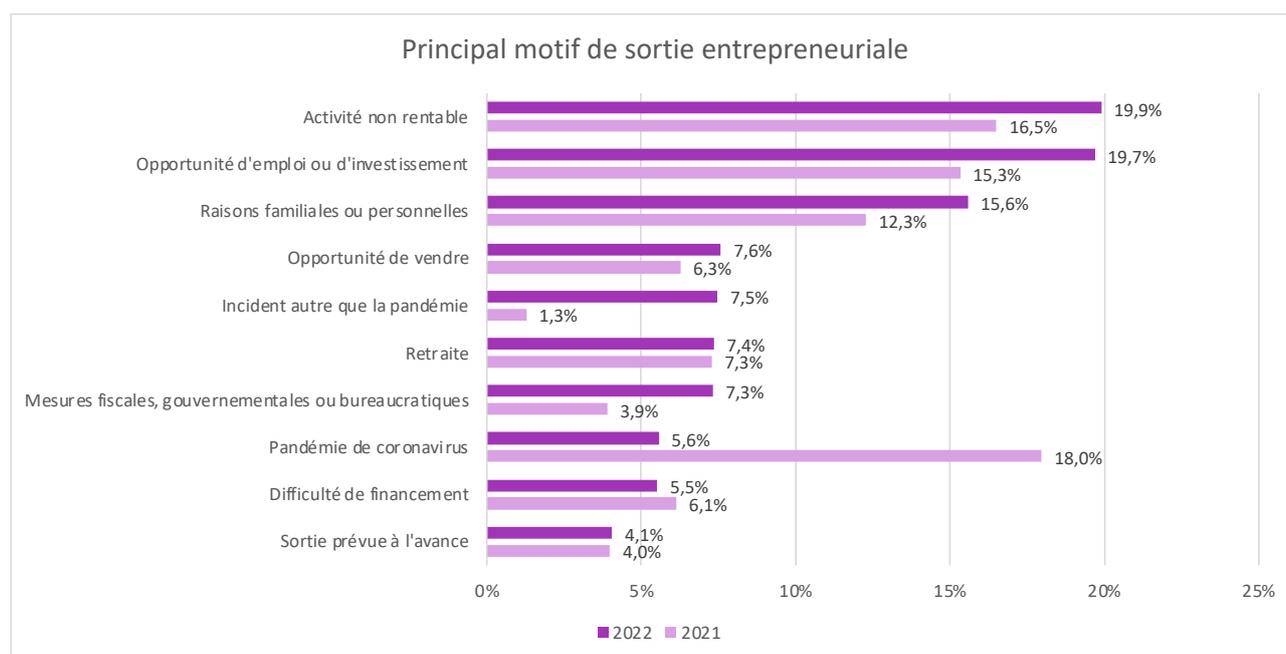


Figure 29. Les raisons à l'origine de la sortie entrepreneuriale - Évolution 2021-2022

en 2021 l'un des principaux motifs de sortie entrepreneuriale (18,6%). En 2022, ce n'est plus le motif de sortie principal (seuls 5,6% des répondants). Les conséquences de la crise sanitaire sur 2020 et 2021 ont pu être atténuées notamment par des dispositifs de soutien des pouvoirs publics.

Toutefois, 2022 correspond à l'arrêt d'un certain nombre de ces dispositifs, comme le PGE (Prêt garanti par l'Etat). Il est intéressant de noter que l'arrêt de ces dispositifs de soutien est concomitant avec l'augmentation de sortie pour raisons « fiscales, gouvernementales ou bureaucratiques ». En effet, on constate une hausse de 87% des sorties sur ce motif entre 2021 et 2022 (avec un taux de 7% en 2022 contre 4% en 2021).

Tout comme les années précédentes, les raisons personnelles restent au cœur des décisions de sortie entrepreneuriale qu'il s'agisse d'un départ à la retraite (7%), d'une opportunité d'emploi ou d'investissement (20%) ou de raisons familiales ou personnelles (16%). Les difficultés rencontrées par l'entreprise expliquent également en grande partie la sortie entrepreneuriale. Le fait que l'entreprise ne soit pas rentable reste l'un des principaux motifs de sortie entrepreneuriale (20%).

LES INVESTISSEURS INFORMELS EN SOUTIEN DE L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE

Les fonds investis sont souvent décisifs pour propulser le projet entrepreneurial à l'état d'entreprise. Le *love money* est une source de financement particulière qui répond à une logique mêlant confiance et proximité. Celui-ci est souvent décisif en phase d'émergence, il peut notamment montrer aux investisseurs que l'entrepreneur a déjà pu convaincre son entourage de la crédibilité du projet et donc jouer comme effet de levier pour de nouvelles sources de financement.

C'est pourquoi il est intéressant d'apprécier le nombre d'investisseurs informels dans l'échantillon. Être un investisseur informel signifie avoir personnellement investi dans le lancement d'une nouvelle entreprise initiée par quelqu'un d'autre (hors achats d'actions ou de fonds communs de placement). Il peut s'agir de la famille, des amis ou encore de *Business Angels*.

En France, le nombre d'investisseurs informels est en augmentation, 5,3% contre 4,8% en 2021. Elle se situe dans la moyenne des pays du G7 (Figure 30). Cette augmentation en volume est compensée par une baisse en valeur du montant des investissements (Figure 31).

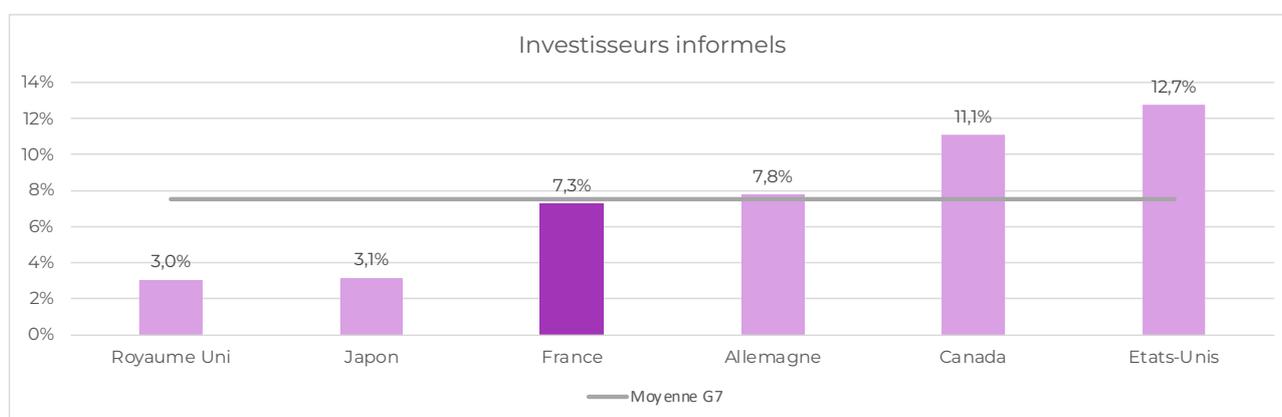


Figure 30. Le pourcentage d'investisseurs informels parmi les pays membres du G7

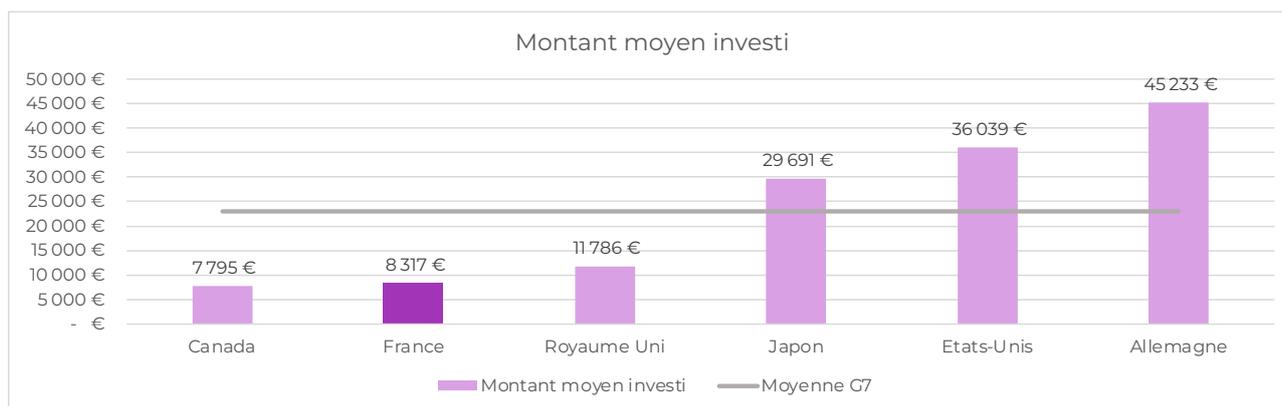


Figure 31. Le montant moyen investi par les investisseurs informels parmi les pays membres du G7

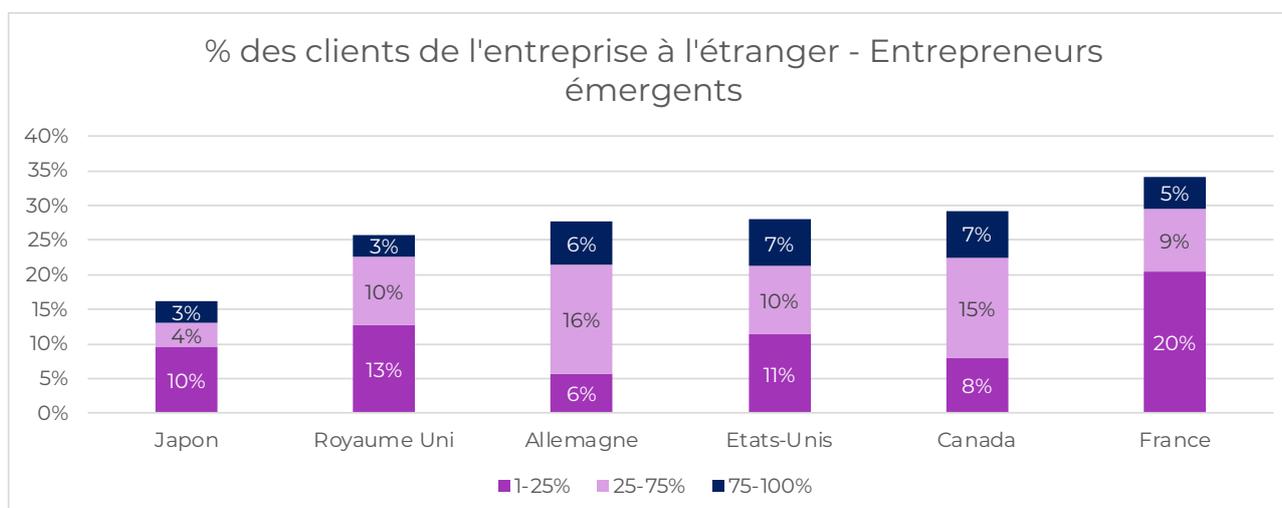


Figure 32. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du G7

Avec un investissement moyen de 8 317€, la France se classe dans les montants investis les plus faibles en comparaison de l'Allemagne (45 233€), des Etats-Unis (39 039€) ou encore du Japon (29 691€).

L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE TOURNÉE VERS L'INTERNATIONAL

L'orientation vers l'exportation est reconnue comme un indicateur de l'entrepreneuriat productif, de l'innovation et de la performance d'une économie. L'enquête APS du GEM permet d'apprécier l'internationalisation des entreprises émergentes et établies au travers de deux indicateurs : l'existence de clients à l'étranger et la part de l'export dans le chiffre d'affaires.

En France, plus d'un tiers des entrepreneurs émergents (34%) indiquent avoir des clients à l'étranger (Figure 32), ce qui fait de la France le 1^{er} pays du G7 où ces entrepreneurs exportent le plus, suivi par le Canada (29,1%) et les Etats-Unis (28%). Pour autant, pour une large majorité des entrepreneurs émergents disposant de client à l'étranger, cette part n'excède pas 25%.

Pour les entreprises établies, les résultats sont globalement plus faibles, en effet l'activité tournée vers l'international descend à 23,8% et perd un peu plus d'une dizaine de points (Figure 33). En comparaison, l'Allemagne (37%) et le Canada (36%) sont beaucoup plus performants à l'export.

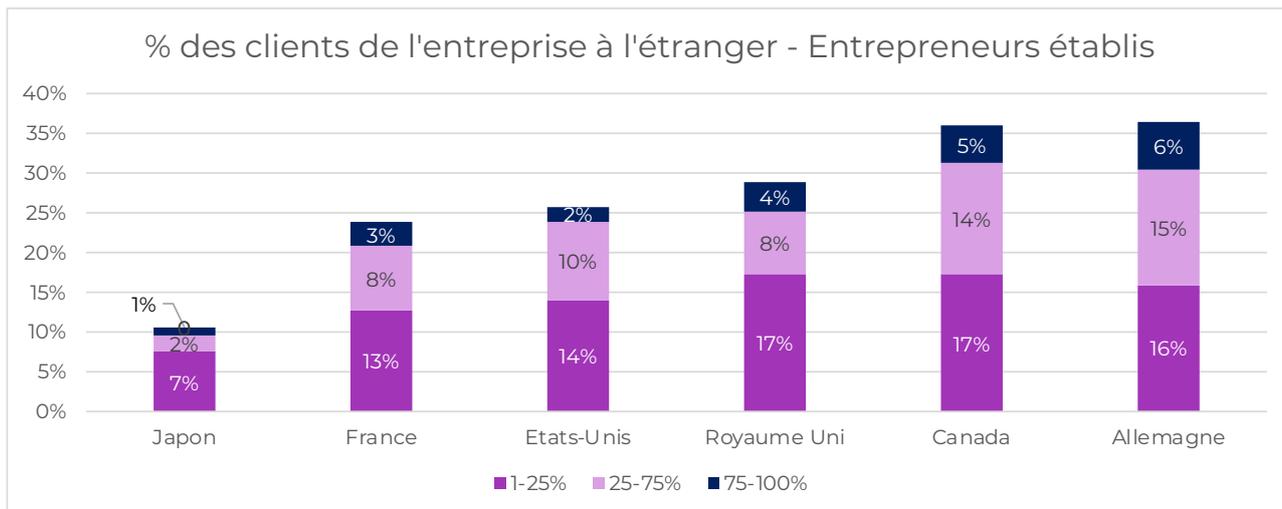


Figure 33. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du G7

Une diversité de profils d'entrepreneurs



Le GEM s'intéresse à la question de la diversité notamment sous l'angle du genre et de l'âge. Il est en effet important de savoir si toutes les personnes disposent des mêmes chances pour lancer une activité. Nous proposons de nous centrer sur l'activité entrepreneuriale et ses déterminants en mettant successivement en lumière les différences en fonction du genre et de l'âge. L'analyse portera principalement sur l'étude APS. Nous nous appuyerons également sur l'étude NES auprès des experts nationaux pour étudier les conditions institutionnelles de l'entrepreneuriat féminin.

L'entrepreneuriat féminin

En France, l'entrepreneuriat féminin a progressé au fil du temps sans pour autant atteindre à ce jour une parité femme/homme. Comment les femmes perçoivent-elles l'acte d'entreprendre et comment jugent-elles leurs capacités à l'initier ?

LA VALORISATION DE L'ENTREPRENEURIAT

La valorisation de l'entrepreneuriat varie peu en fonction du genre (Figure 34). Les écarts entre femmes et hommes sont assez faibles en ce qui concerne l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable (68,5% vs 67,0%) et l'entrepreneuriat confère un statut social élevé (54,6% vs 56,2%). Ces chiffres sont relativement stables entre 2021 et 2022. Cette désirabilité sociale peut s'apprécier également par la valorisation dans les médias. Tant les femmes que les hommes la perçoivent très positivement (73,8% vs 76,1%). Globalement, il semble possible d'affirmer qu'il n'existe pas d'effet genre concernant la désirabilité sociale.

En revanche, il semble exister un effet de genre pour la faisabilité perçue (Figure 35). Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à déclarer qu'il est facile de démarrer une entreprise (53,4% vs 57,1%). Pour autant, entre 2021 et 2022, la perception de la facilité pour démarrer une entreprise a nettement progressé quel que soit le genre. Cette tendance favorable peut s'expliquer par un contexte plus favorable notamment d'un point de vue sanitaire.

LES DÉTERMINANTS DE L'ACTE D'ENTREPRENDRE

Le GEM identifie quatre éléments déterminants de l'acte d'entreprendre : la présence d'entrepreneurs dans l'entourage, la perception de ses propres compétences, la perception des opportunités et la peur de l'échec (Figure 36). Entre 2021 et 2022, la plus forte progression s'observe pour la connaissance d'entrepreneurs tant pour les femmes (44,1% vs 57,5%) que pour les hommes (48,6% vs 61,8%). Ce renforcement du capital social est à mettre

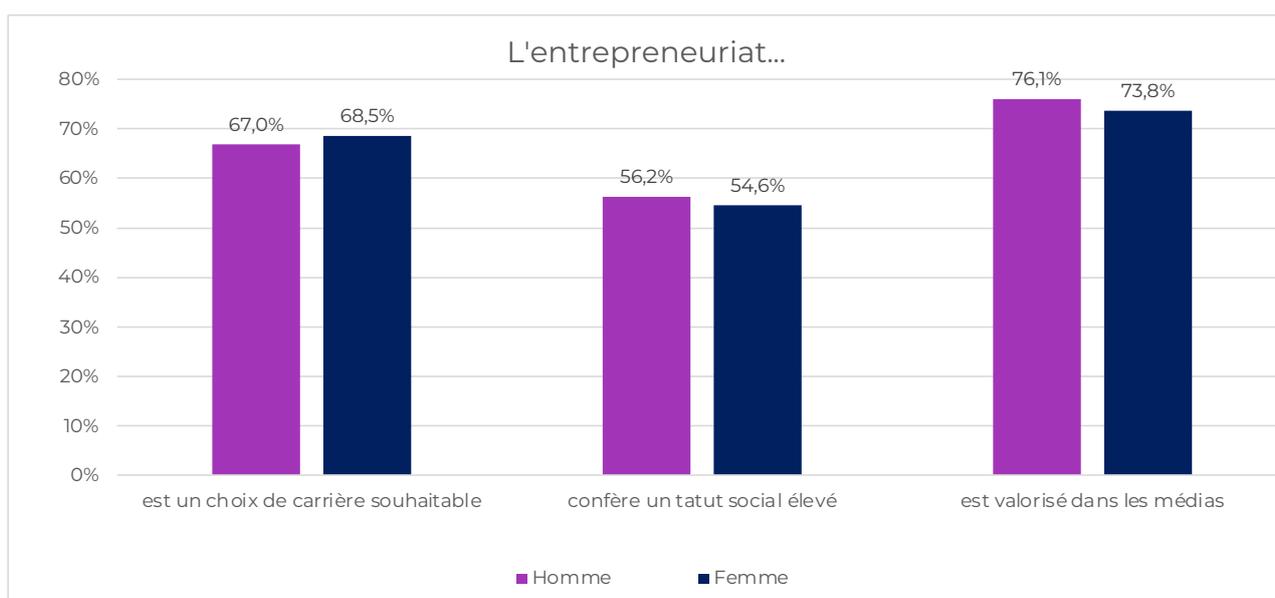


Figure 34. La valorisation de l'entrepreneuriat en fonction du genre

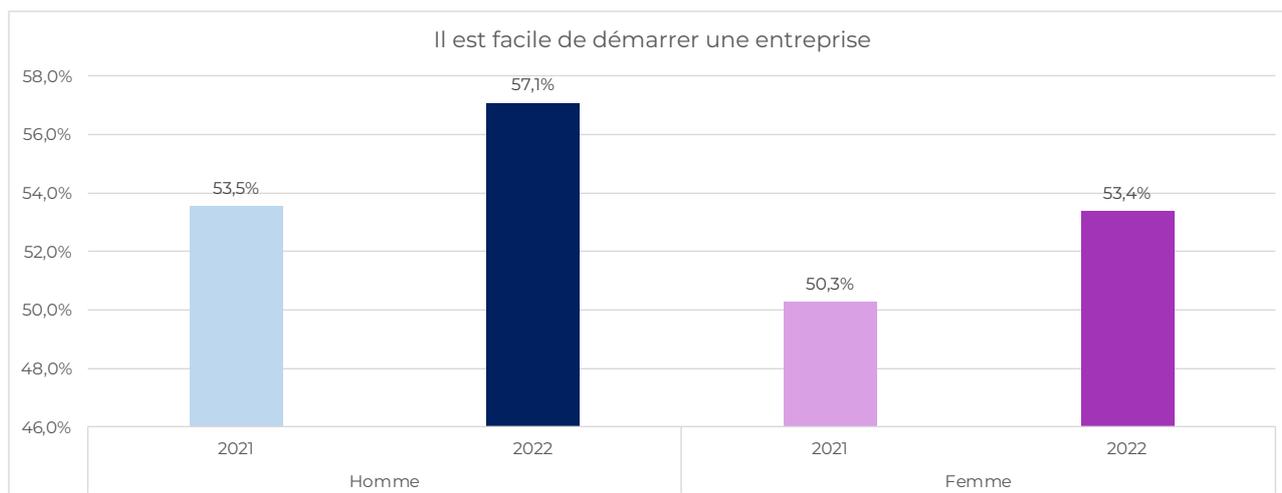


Figure 35. La faisabilité perçue de l'acte d'entreprendre en fonction du genre

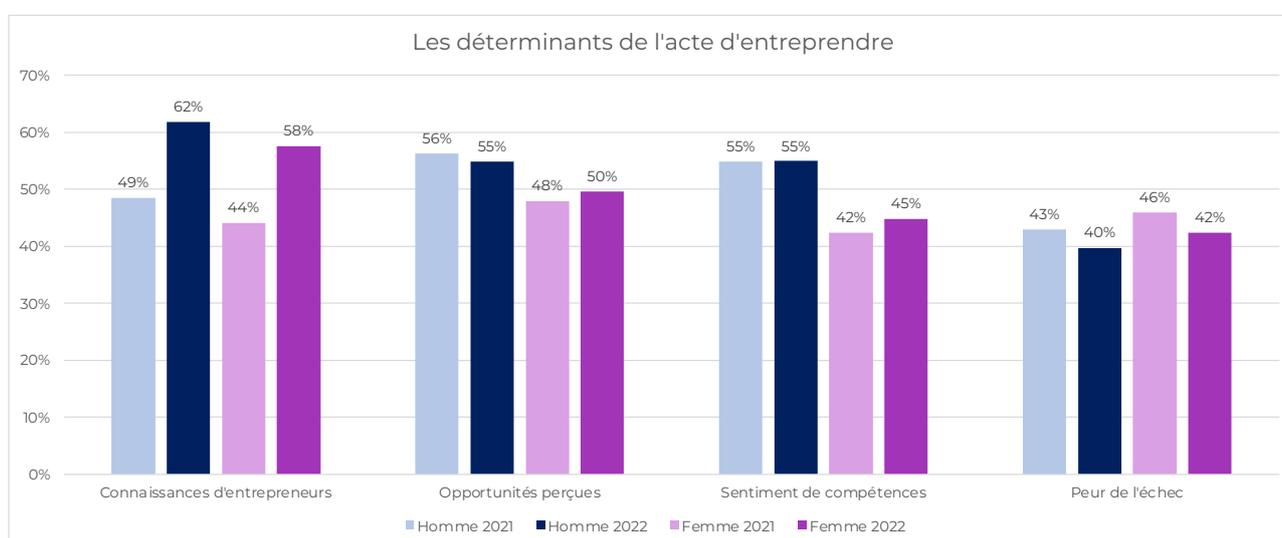


Figure 36. Les déterminants de l'acte d'entreprendre

en relation avec l'augmentation du nombre de créations d'entreprises et plus largement avec la démocratisation de l'entrepreneuriat.

En 2022, la question des compétences perçues révèle de nouveau un écart selon le genre. Les femmes expriment dans une moindre mesure leurs compétences pour démarrer une nouvelle entreprise (44,8% vs 55,0%). En revanche, ce pourcentage a progressé pour les femmes de 2,5 points, alors qu'il est resté identique pour les hommes (+ 0,1 point).

On peut noter également une progression favorable dans la perception des opportunités, de 47,9% en 2021 à 49,7% en 2022, alors que dans le même temps elle diminue légèrement pour les hommes (56,3% vs 54,9%). L'écart reste en revanche stable entre hommes et femmes en ce qui concerne la peur de l'échec : environ 3 points de plus pour les femmes (42,5% pour les femmes vs 39,7% pour les hommes).

Le « talent entrepreneurial » vise à analyser le sentiment de compétences de façon détaillée. Il s'apprécie par rapport à la poursuite

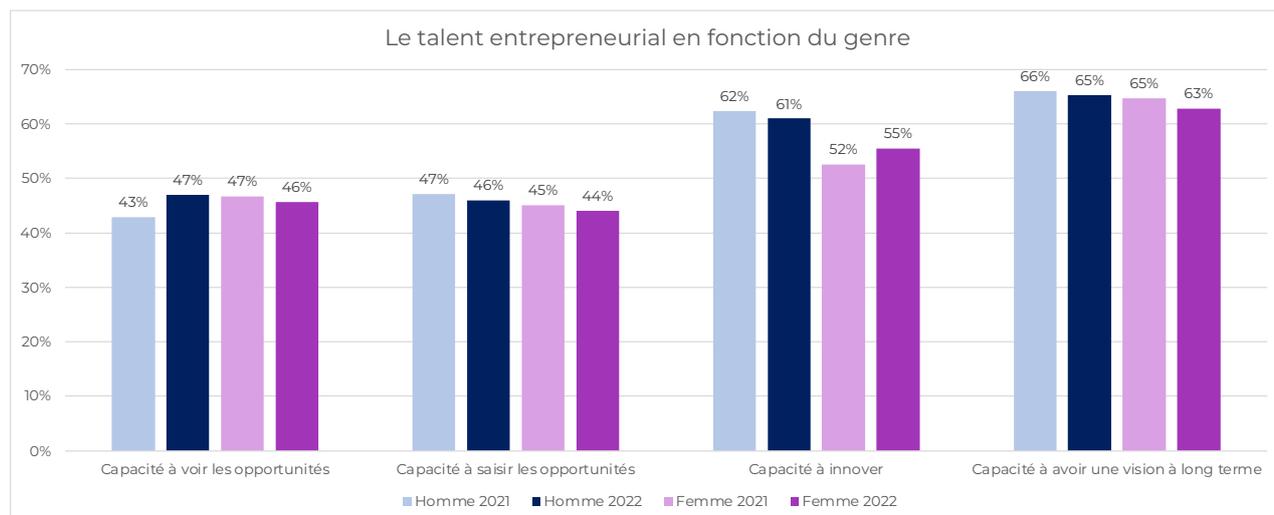


Figure 37. Le talent entrepreneurial en fonction du genre

d'opportunités (détection et saisie), l'innovation et la vision à long terme (Figure 37).

Les résultats sont relativement stables par rapport à 2021. On peut noter une proximité entre les hommes et les femmes dans leur capacité à voir des opportunités (47,0% vs 45,7%) et à les saisir (46,0% vs 44,0%). Les femmes affichent le plus fort niveau de confiance dans leur capacité pour l'innovation (55,4%) et la vision à long terme (62,8%). Pour autant, ces pourcentages ont tendance à être plus élevés pour les hommes (61,0% pour l'innovation et 65,3% pour la vision à long terme).

Le constat que nous avons fait en 2021 concernant l'accompagnement des femmes est le même en 2022. Même si des évolutions favorables sont perceptibles, des efforts sont encore nécessaires pour renforcer la valorisation de leurs compétences et ainsi réduire les barrières perçues dans la création d'entreprises.

LES MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES

Comme en 2021, la principale motivation des

femmes est « pour gagner sa vie car les emplois sont rares » (44,5% en 2022 vs 49,5% en 2021), suivie de « pour s'enrichir » (36,9% en 2022 vs 41,5% en 2021). Pour un quart des femmes, l'engagement entrepreneurial vise à faire une différence dans le monde (26%) et à perpétuer une tradition familiale (25,1%). La hiérarchie est légèrement différente chez les hommes (Figure 38).

L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE

Si l'intention entrepreneuriale est restée stable pour les hommes, autour de 19%, elle progresse fortement pour les femmes passant de 14,7% à 18,6% (Figure 39). Ce résultat est à mettre en perspective avec la progression du sentiment de compétences. Pour autant, le passage à l'acte chez les femmes est stable (7,1% en 2021 et 7,2% en 2022) alors qu'il connaît une forte progression pour les hommes (8,4% en 2021 et 11,1% en 2022). Il faut être prudent dans l'interprétation de ce résultat car l'intention s'apprécie sur les trois années à venir. On pourrait donc s'attendre dans les années à venir à une progression de l'activité entrepreneuriale (TAE) pour les femmes.

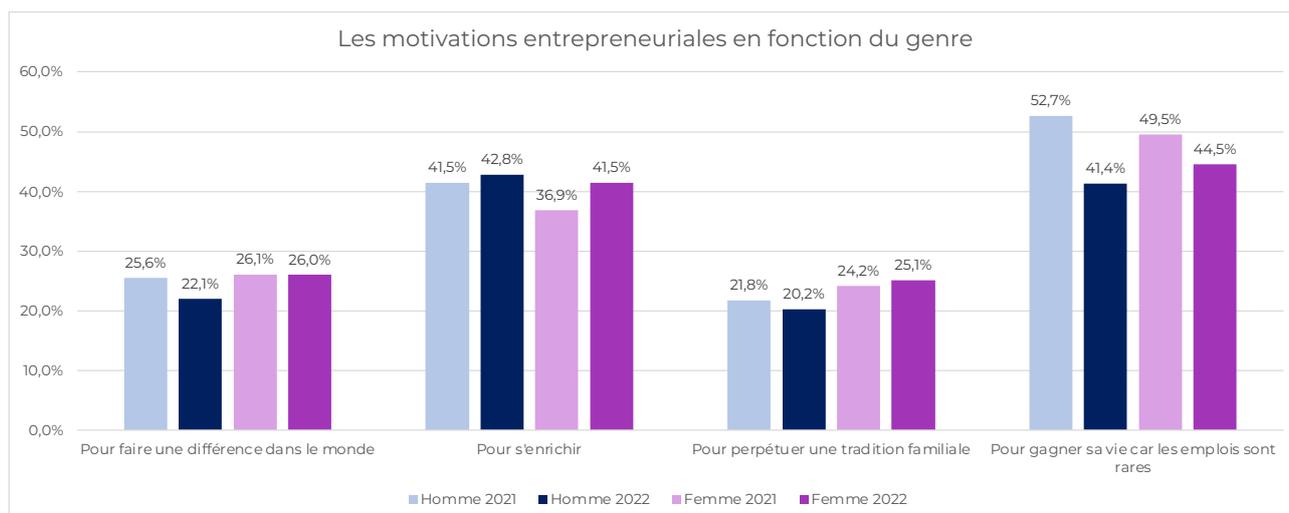


Figure 38. Les motivations à entreprendre des entrepreneurs émergents en fonction du genre

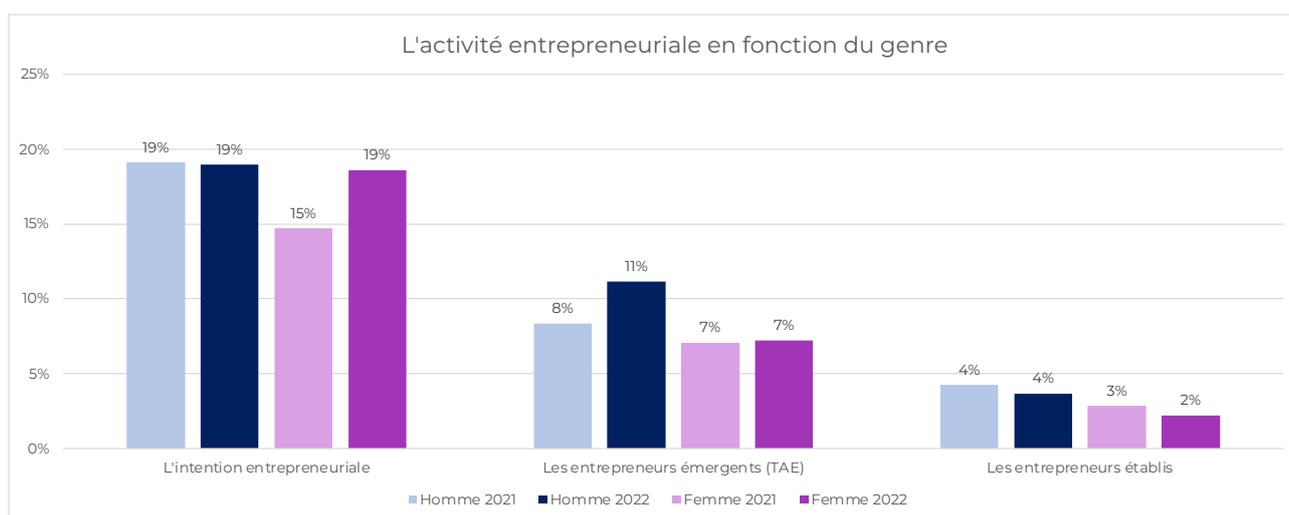


Figure 39. L'activité entrepreneuriale en fonction du genre

Entre 2021 et 2022, la diminution du nombre d'entrepreneurs établis s'observe aussi bien chez les femmes que chez les hommes (2,9% à 2,2% vs 4,3% à 3,7%). Cette tendance peut s'expliquer en partie par la remontée en 2022 du nombre de défaillances d'entreprises en France. Selon la Banque de France, ce nombre s'élève à 41 020, ce qui est inférieur aux chiffres observés avant la crise sanitaire, mais avec des disparités selon la taille des entreprises. L'augmentation du nombre de défaillances est particulièrement marquée pour les PME (+48,7%), surtout les très petites entreprises (+95,8%) et les petites entreprises (+92,2%) (Banque de France, 2023).

Au niveau international, pour le TAE féminin, la France affiche un taux comparable à celui de l'Allemagne autour de 7%. Ce taux est presque deux fois plus élevé que pour le Japon, mais toujours très en retrait par rapport aux pays anglo-saxons qui affichent des taux deux à trois fois supérieurs (Figure 40). En 2021, l'écart entre les hommes et les femmes était le plus faible pour la France au sein des pays du G7 (1,4 points). En 2022, la France se situe exactement dans la moyenne des pays du G7 (3,9 points), avec un écart proche de celui observé en Allemagne (3,9 points), au Canada (3,6 points) et aux Etats-Unis (2,2 points), pays pour lesquels cet écart est le plus faible, même s'il a eu tendance à se creuser.

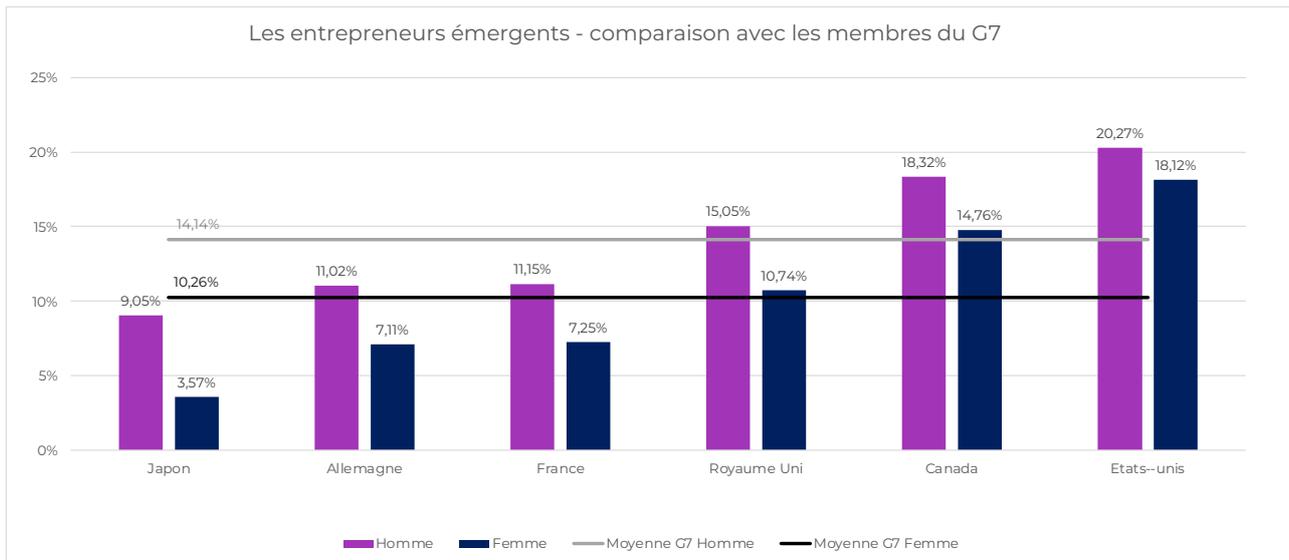


Figure 40. Les entrepreneurs émergents, répartition en fonction du genre - comparaison avec les pays membres du G7

En 2022, la France est classée dernière pour les entrepreneurs établis (Figure 41) avec un taux proche de l'Allemagne (2,6%), en retrait par rapport aux Japon (4%) et aux pays anglo-saxons (4,3% pour le Royaume Uni à 7,9% pour les Etats-Unis). Si les efforts pour favoriser l'entrepreneuriat féminin semblent porter leurs fruits concernant l'évolution des représentations (sentiment de compétences et intentions), ils ne se traduisent toujours pas en termes de comportements (entrepreneurs émergents et établis).

LES CONDITIONS INSTITUTIONNELLES EN FAVEUR DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

L'activité entrepreneuriale des femmes restant à ce jour encore inférieure à celle des hommes, nous avons questionné (dans le cadre de l'étude NES) les experts nationaux sur les conditions institutionnelles en faveur de l'entrepreneuriat féminin pour déterminer où se situent les points d'amélioration. Les évaluations des experts portent sur 6 thèmes : soutien extra-professionnel, réglementation, culture nationale, accès aux marchés publics, accès au financement, articulation vie privée et professionnelle (Tableau 3). Pour chaque

affirmation les experts nationaux devaient indiquer leur degré d'accord sur une échelle de Likert en 10 points (1 = pas du tout d'accord / 5 = ni d'accord ni en désaccord / 10 = tout à fait d'accord).

En 2021, c'était en France, en comparaison avec les autres pays du G7, que les femmes entrepreneures semblaient disposer de conditions plus favorables (garde d'enfants, services à domicile, etc.) pour gérer plus sereinement leur entreprise (Figure 42). En 2022, l'évaluation des experts va dans le même sens avec un niveau moyen (5,05/10 contre 5,0/10 en 2021).

En 2021, dans l'ensemble des pays du G7 il existait une perception plutôt défavorable vis-à-vis des facteurs réglementaires qui motiveraient les femmes à devenir entrepreneures en comparaison avec l'opportunité d'un travail en tant que salariée. En 2022, la France ne fait toujours pas exception même si l'on peut noter une légère amélioration (3,72/10 en 2022 vs 3,15/10 en 2021). Il reste ainsi un travail de fond à mener pour que les conditions réglementaires soient plus favorables à la carrière entrepreneuriale pour les femmes.

<i>Soutien extra-professionnel</i>	En France, il existe suffisamment de services de soutien abordables (garde d'enfants, services à domicile, programmes extrascolaires...) pour que les femmes puissent continuer à gérer leur entreprise même après avoir fondé une famille.
<i>Réglementation</i>	En France, les réglementations pour les entrepreneurs sont si favorables que les femmes préfèrent devenir entrepreneures plutôt que salariées.
<i>Effet de la culture nationale</i>	En France, la culture nationale encourage les femmes, au même titre que les hommes, à devenir indépendantes ou à créer une nouvelle entreprise.
<i>Accès aux marchés publics égalitaire</i>	En France, les marchés et les marchés publics sont accessibles de façon égale aux femmes et aux hommes entrepreneurs.
<i>Accès au financement</i>	En France, l'accès au financement est accordé de manière égale aux femmes et aux hommes entrepreneurs.
<i>Articulation entre vie privée et vie professionnelle</i>	En France, suite à la pandémie, l'augmentation du télétravail a amélioré l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée pour les femmes.

Tableau 3. Liste des conditions institutionnelles à évaluer pour l'entrepreneuriat féminin

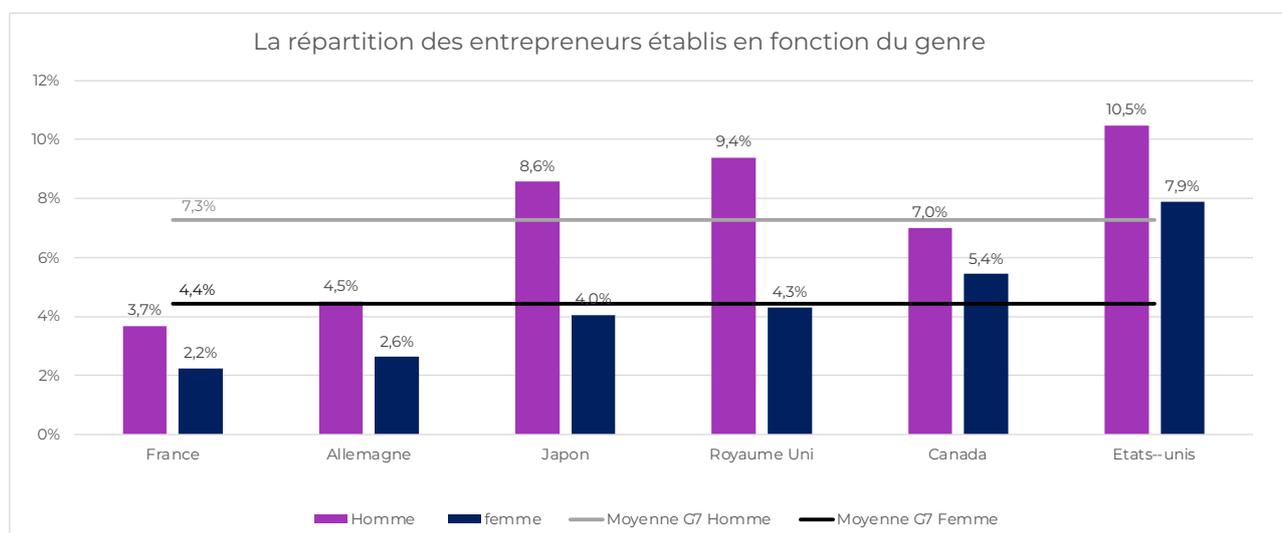


Figure 41. Les entrepreneurs établis, répartition en fonction du genre - comparaison avec les pays membres du G7

La culture nationale est un élément central pour favoriser l'entrepreneuriat. En 2021, au sein des pays du G7, c'était en Allemagne que la perception de l'effet de la culture nationale sur l'entrepreneuriat féminin était la plus favorable ; la France se situant en milieu de classement. En 2022, cette perception progresse fortement pour la France (5,93/10 en 2022 vs 4,47/10). Un changement culturel semble se dessiner avec une évolution de la représentation de l'entrepreneuriat féminin de plus en plus favorable dans les médias et plus

largement dans la société.

En 2022, l'accès aux marchés est jugé très favorablement. Les experts considèrent que les marchés, qu'ils soient privés ou publics, sont accessibles de façon égale aux femmes et aux hommes entrepreneurs. On note une forte progression entre 2021 (6,13/10) et 2022 (7,49/10). Les pouvoirs publics mettent l'accent depuis de nombreuses années sur la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes. Par exemple, depuis 2022, le guide sur les aspects

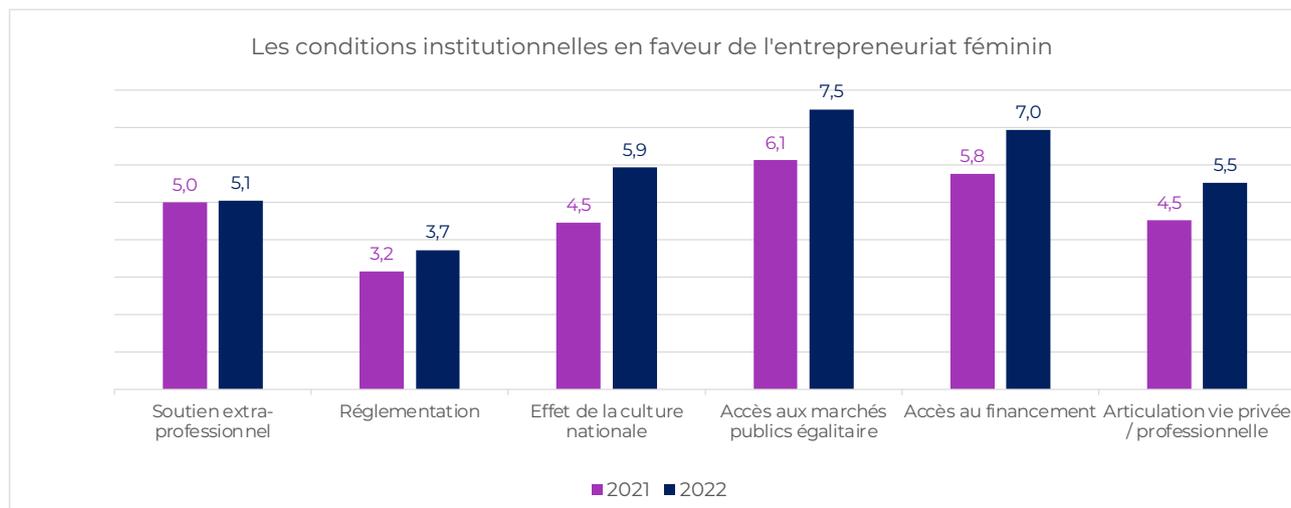


Figure 42. Évolution des conditions institutionnelles en faveur de l'entrepreneuriat féminin

sociaux de la commande publique comprend une nouvelle thématique sur les modalités de promotion de l'égalité femmes-hommes.

Les conditions d'accès au financement sont un déterminant important de la décision d'entreprendre et de son succès. Il est établi que les inégalités de revenus et de patrimoine constituent un biais en défaveur de l'entrepreneuriat féminin. Les fonds d'investissement semblent également plus réticents à financer les startups ou les sociétés dirigées par des femmes⁸. Néanmoins, il est possible que l'accès au financement bancaire soit devenu plus aisé du fait des obligations de mise en place d'un suivi statistique de la répartition des financements octroyés entre femmes et hommes entrepreneurs. Selon les experts, la situation en France progresse fortement avec une évaluation passant de 5,77/10 en 2021 à 6,95/10 en 2022.

La crise sanitaire a conduit la société à s'interroger davantage sur l'articulation entre vie privée et vie professionnelle. En 2021, la

France était très en retard par rapport aux pays du G7 sur la relation entre l'augmentation du télétravail et l'amélioration de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée pour les femmes. En 2022, la situation évolue de manière positive pour la France. Selon les experts, le télétravail contribue à cet équilibre pour les femmes. Si la perception en 2021 était légèrement défavorable (4,47/10), en 2022 elle devient favorable (5,93/10). Ce résultat est révélateur d'une plus grande acceptation sociale du télétravail à la suite de la pandémie.

Selon les experts, l'écosystème entrepreneurial féminin français semble aujourd'hui beaucoup plus favorable. Les conditions de soutien, d'accès aux marchés et aux financements connaissent une nette amélioration. Une transformation culturelle et sociétale est en marche. Pour autant, ses conséquences sur l'activité entrepreneuriale tardent à se faire ressentir. Le total de l'activité entrepreneuriale émergente reste stable pendant que celui des hommes progresse.

8 CESE, Femmes et entrepreneuriat, étude, rapporteur : Eva Escandon, Octobre 2020 : https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Etudes/2020/2020_24_femmes_entrepreneuriat.pdf

L'entrepreneuriat selon l'âge

La part des entrepreneurs de moins de 30 ans a fortement augmenté en 10 ans passant de 31,2% à 38,5% (INSEE, 2023). Ce rajeunissement est à mettre en relation avec les efforts des pouvoirs publics pour encourager l'entrepreneuriat des jeunes et en particulier des étudiants. Les transformations sociétales, digitales et environnementales expliquent sans doute également cette évolution favorable. Les données du GEM nous permettent de mieux comprendre l'activité entrepreneuriale et ses déterminants. L'étude se concentre sur les tranches d'âge des 18 à 24 ans et des 25 à 35 ans.

LES DÉTERMINANTS DE L'ACTE D'ENTREPRENDRE SELON L'ÂGE

La perception de l'entrepreneuriat par les jeunes est plutôt favorable (Figure 43). La désirabilité sociale et la faisabilité perçue sont les plus fortes pour les moins de 35 ans. Pour la désirabilité qui est appréciée par rapport au

choix de carrière souhaitable, au statut social élevé et à la valorisation dans les médias, les pourcentages sont plus élevés pour les deux premières questions (72,3% vs 65,2%) et (59,3% vs 53,4%) et similaires pour la dernière (74,7% vs 75%).

Il est intéressant de noter que les moins de 25 ans soulignent davantage que l'entrepreneuriat est un choix de carrière souhaitable (77%) et confère un statut social élevé (64%). Cette vision plus positive de l'entrepreneuriat s'accompagne d'une faisabilité perçue plus élevée. 59,0% des moins de 35 ans considèrent qu'il est facile de démarrer une entreprise contre 53,3% pour les plus de 35 ans. En revanche, les moins de 25 ans sont beaucoup plus réservés (51%).

Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat sont également sensibles à l'âge des répondants (Figure 44). Le capital social est souvent considéré comme un déterminant majeur de l'acte d'entreprendre. Les jeunes sont censés disposer de moins de ressources et en particulier de moins de réseaux.

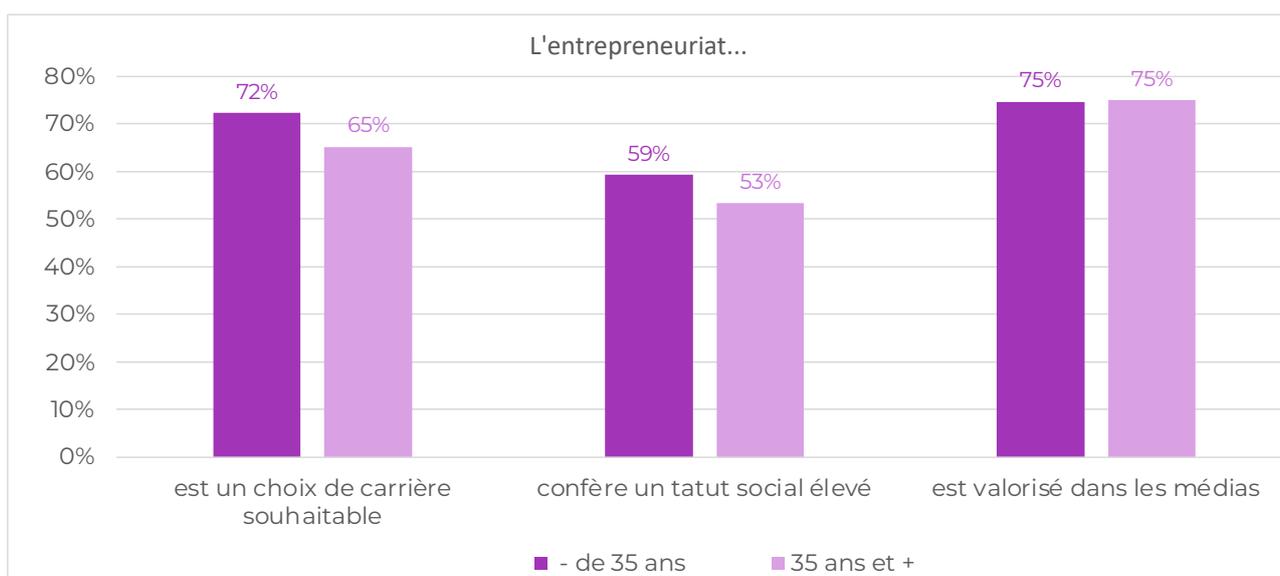


Figure 43. La valorisation de l'entrepreneuriat en fonction de l'âge

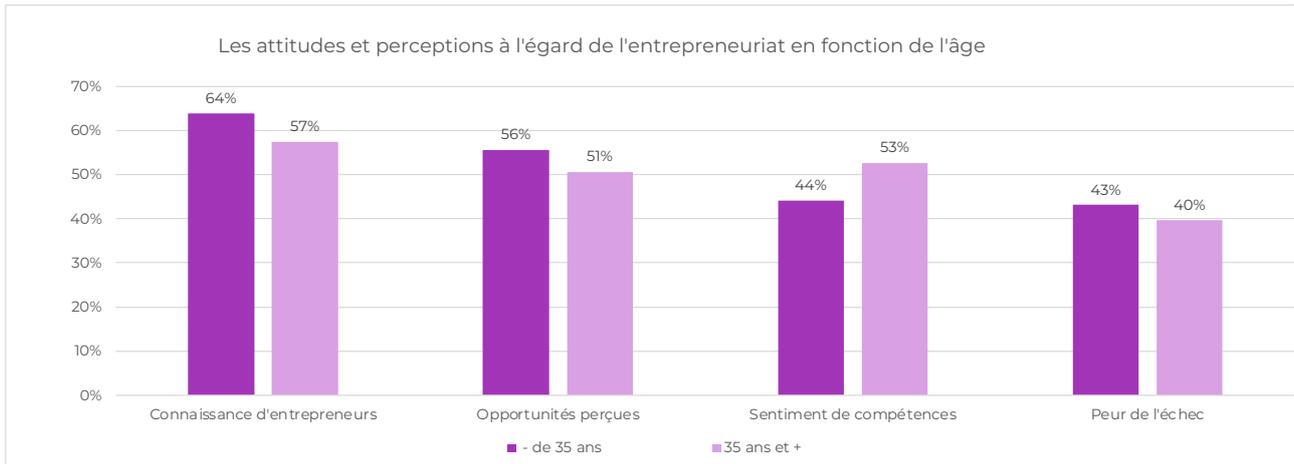


Figure 44. Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat en fonction de l'âge

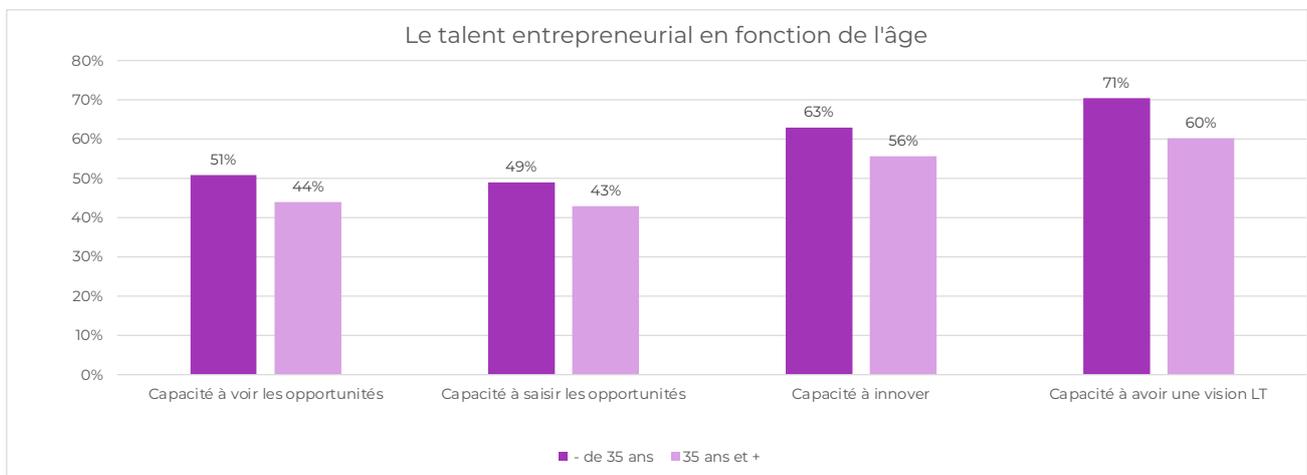


Figure 45. Le talent entrepreneurial en fonction de l'âge

Il est surprenant de noter que le pourcentage des moins de 35 ans qui affirment connaître des entrepreneurs est plus élevé que celui des plus de 35 ans (63,9% vs 57,4%). La démocratisation de l'entrepreneuriat et le fort degré d'ouverture des jeunes favorisent ces interactions. Les plus jeunes ont également tendance à percevoir davantage les opportunités (55,5% vs 50,7%). En revanche, les moins de 35 ans ont tendance à avoir un sentiment de compétences moins marqué (48,3% vs 50,2%). Ce sentiment a tendance à croître avec l'âge. Il n'est que de 34% pour les moins de 25 ans. De même, le pourcentage de personnes qui ont perçu des opportunités mais qui déclarent ne pas s'engager dans l'entrepreneuriat par peur de

l'échec est un peu plus élevé (43,1% vs 39,7%) chez les jeunes.

Pour autant, l'analyse du talent entrepreneurial montre que les plus jeunes ont tendance à percevoir plus positivement leur capacité (Figure 45). Cet écart est très marqué pour la capacité à voir les opportunités (50,9% vs 44,0%) et à les saisir (48,9% vs 42,9%). Il est même encore plus élevé pour la capacité à innover (63,0% vs 55,7%) et à avoir une vision à long terme (70,6% vs 60,4). Ce résultat est très encourageant sur la capacité des plus jeunes à penser le monde de demain et à développer des projets entrepreneuriaux ambitieux.

L'activité entrepreneuriale selon l'âge

L'intention entrepreneuriale est beaucoup plus forte chez les plus jeunes (Figure 46) : 26,7% vs 14,7%. La classe d'âge qui exprime la plus forte intention est composée des 25-34 ans (28%) suivie des 18-24 ans (24%). Ce résultat est cohérent avec le fait que cette classe d'âge considère très majoritairement que l'entrepreneuriat est un choix de carrière souhaitable. Le passage à l'acte est également différent selon les tranches d'âge. Le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE) est de 11,4% pour les moins de 35 ans et de 8% pour les plus de 35 ans. En moyenne un jeune sur trois de 18-24 ans qui exprime une intention entrepreneuriale s'engage dans l'aventure entrepreneuriale (8,3% vs 24,4%) alors que ce taux est d'un sur deux pour les 25-34 ans (13,6% vs 28,4%). Les différences observées au niveau international se retrouvent pour les plus jeunes. Parmi les pays du G7, la France se situe en avant dernière position pour le TAE, juste devant le Japon (6,1%) et proche de l'Allemagne

(13,9%) mais très en retrait par rapport aux pays anglo-saxons (Canada, 24,4% ; Etats-Unis, 27,0% ; Royaume-Uni, 15,9%).

La hiérarchie entre les motivations pour entreprendre est la même quelle que soit la classe d'âge (Figure 47). Pour autant, on observe des différences de niveau importantes. Les entrepreneurs émergents de moins de 35 ans mettent en avant plus que leurs aînés l'envie de s'enrichir (50,8% vs 36,0%) et la volonté de faire une différence dans le monde (31,53% vs 24,4%). Les moins de 25 sont beaucoup plus attachés que leurs aînés à leur volonté de faire une différence dans le monde (42%). A l'inverse, les entrepreneurs émergents de moins de 35 ans sont moins enclin à « perpétuer une tradition familiale » (19,4% vs 24,4%) et à chercher à « gagner leur vie car les emplois sont rares » (38,9% vs 45,4%), même s'il s'agit de leur deuxième motivation.

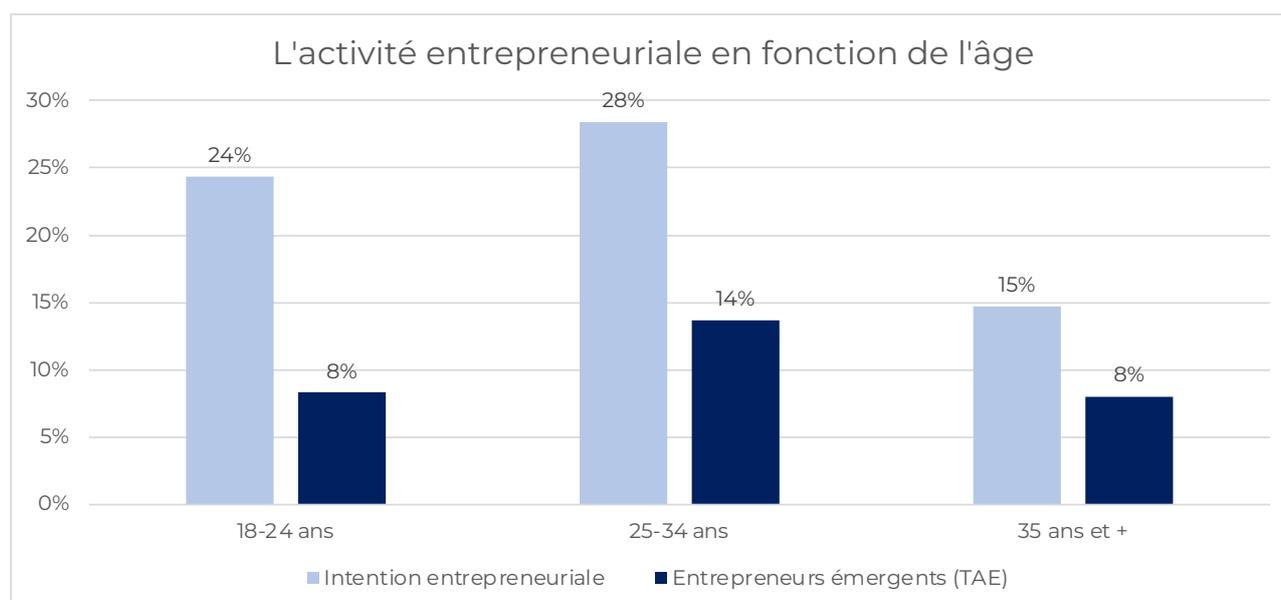


Figure 46. L'activité entrepreneuriale en fonction de l'âge

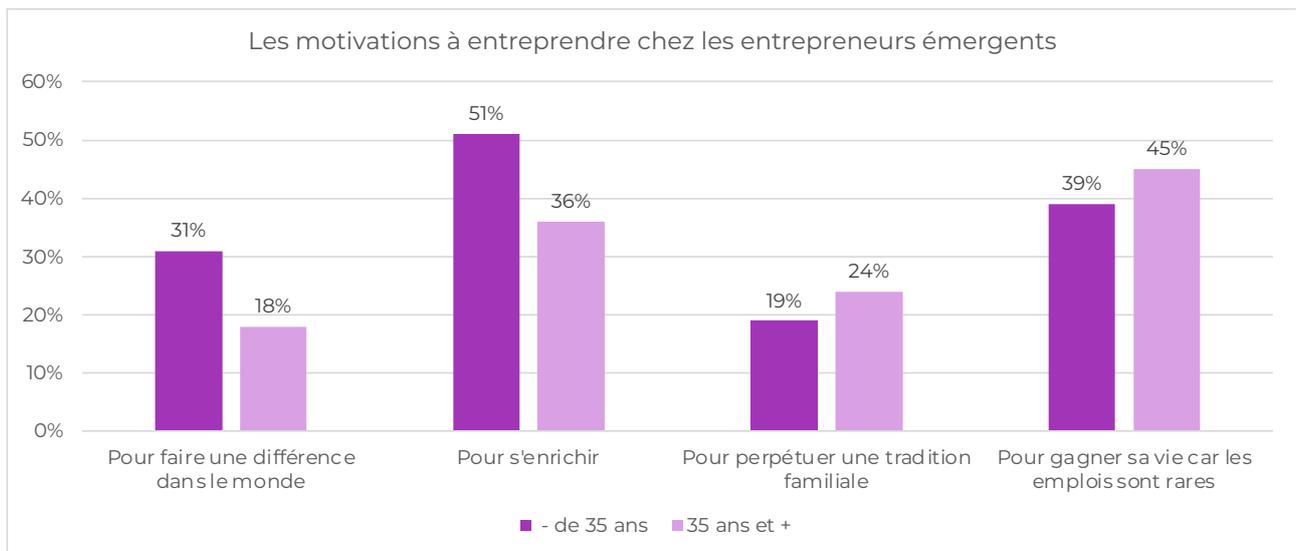


Figure 47. Les motivations à entreprendre des entrepreneurs émergents en fonction de l'âge

L'entrepreneuriat durable



Face à l'urgence climatique et aux nombreux défis du développement durable, les entreprises ont un rôle à jouer. La prise en compte, dans les entreprises ou dans les projets entrepreneuriaux, des enjeux du développement durable se fait au travers d'une politique RSE (responsabilité sociétale des entreprises), que la Commission Européenne définit depuis 2011 comme la « responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société ». Mais la reconnaissance croissante des enjeux sociaux et environnementaux n'a pas créé que des

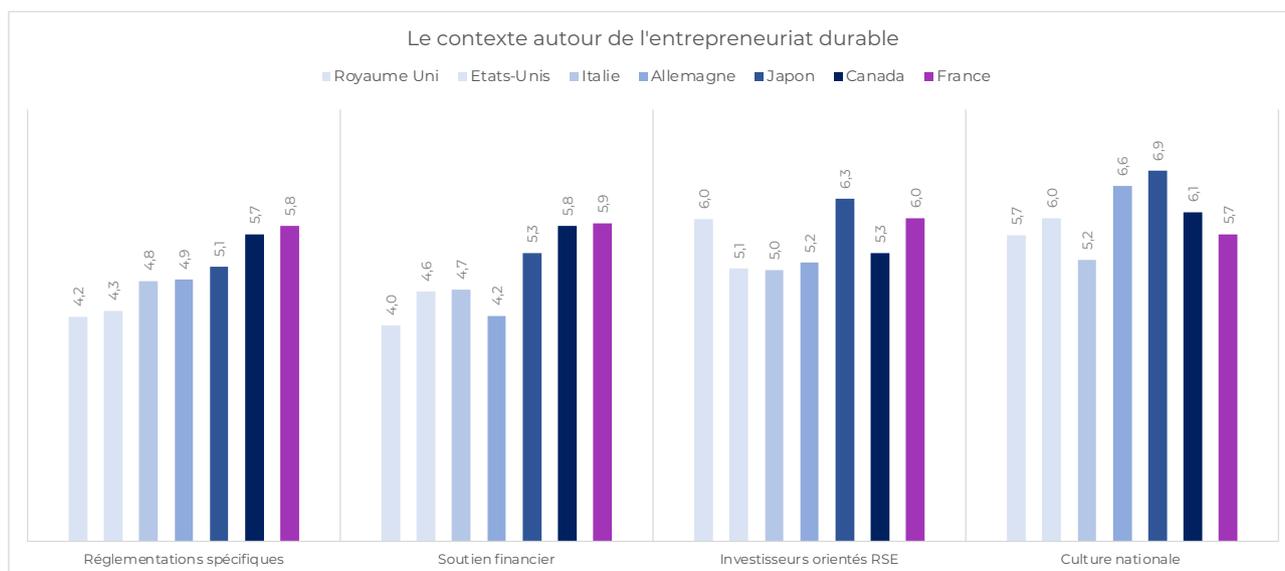


Figure 48. Les facteurs contextuels liés à l'entrepreneuriat durable

responsabilités contraignantes, au contraire ! L'urgence d'un développement durable est vue par de nombreux acteurs comme une opportunité pour penser de nouveaux modèles entrepreneuriaux. Les entrepreneurs deviennent des acteurs centraux, porteurs d'idées, d'initiatives, d'innovations, d'inspiration, etc., pour repenser le futur. Qu'en est-il en France ? L'écosystème favorise-t-il l'entrepreneuriat durable ? Les porteurs de projets se saisissent-ils des enjeux liés au développement durable ?

Un écosystème favorable à l'entrepreneuriat durable

Les experts français (étude NES) ont été interrogés sur les facteurs contextuels liés à l'entrepreneuriat durable. Dans un premier temps, ils ont évalué le contexte dans lequel les entreprises exercent leur activité (Figure 48). Ils considèrent que le gouvernement a mis en place des réglementations spécifiques qui soutiennent les startups orientées vers la durabilité (5,8/10) et qu'il leur alloue des

fonds sous forme de subventions, droits spéciaux, etc. (5,9/10). La France arrive sur ces points en tête des pays du G7, soulignant le dynamisme des incitations gouvernementales. De même, ils estiment que les investisseurs sont particulièrement intéressés par le financement des entreprises orientées RSE (6/10 pour une moyenne de 5,7/10 pour les pays du G7). L'environnement semble donc favorable pour les entreprises nouvelles et en croissance. En revanche, petit bémol, il semble que les pratiques de durabilité soient moins considérées en France comme importantes dans la culture nationale que dans les autres pays du G7 (5,7/10 contre 6 aux États-Unis, 6,1 au Canada, 6,6 en Allemagne et même 6,9 au Japon – le Royaume Uni est à 5,7 et l'Italie à 5,2).

Dans un second temps, les experts ont évalué l'attitude des entreprises face aux enjeux du développement durable (Figure 49). Les experts considèrent que les entreprises nouvelles et en croissance sont nombreuses à intégrer les principes de la RSE dans leurs activités commerciales. La France se classe d'ailleurs au

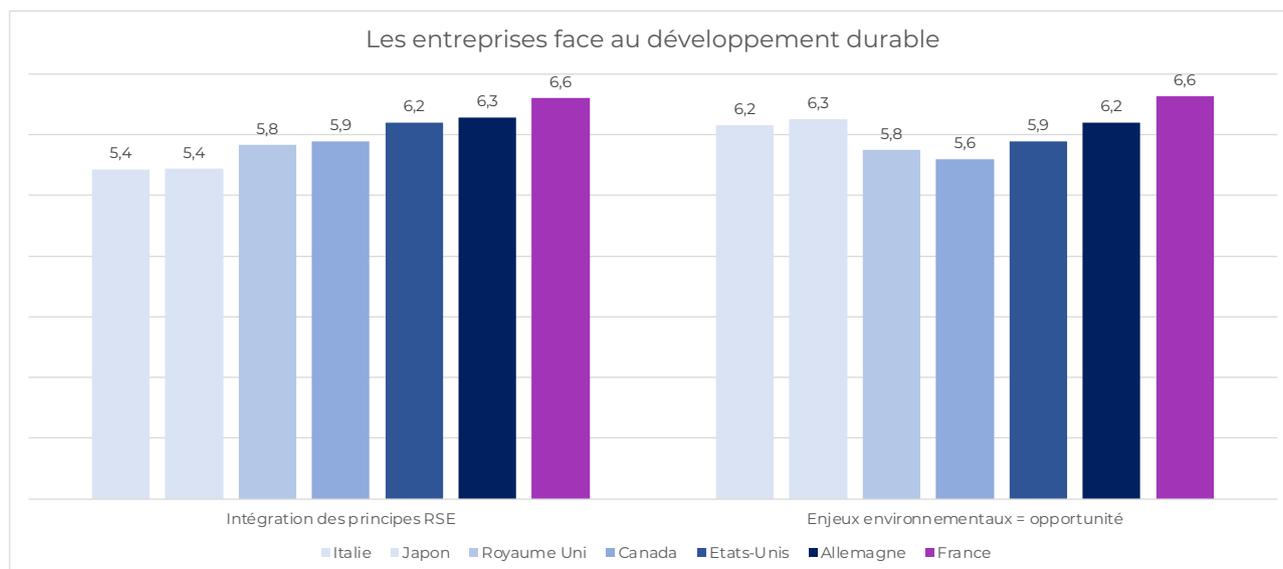


Figure 49. L'attitude des entreprises face aux enjeux du développement durable - une évaluation par les experts

1^{er} rang des pays du G7 sur ce point, avec un score de 6,6/10 (Allemagne 6,3 ; Etats-Unis 6,2 ; Canada 5,9 ; Royaume Uni 5,8 ; Italie et Japon 5,4). Pour eux, les entreprises voient les enjeux environnementaux comme une opportunité potentielle (6,6/10, le plus élevé des pays du G7), confirmant l'idée que l'entrepreneuriat durable n'est pas qu'une réponse contrainte aux défis climatiques et sociaux.

Mais qu'en est-il des entrepreneurs eux-mêmes ? Comment envisagent-ils les enjeux du développement durable ?

Les trois piliers de l'entrepreneuriat durable

Être un entrepreneur socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations légales et réglementaires applicables, mais aussi intégrer volontairement les préoccupations sociales et écologiques dans toutes les activités de l'entreprise et les relations avec ses parties prenantes. On parle alors de « *triple bottom line* » et l'objectif est de

concilier trois enjeux importants : performance économique, respect de l'environnement et des individus. Mais les considérations environnementales et sociales peuvent-elles prévaloir sur les considérations économiques ?

Plus de la moitié des entrepreneurs échantillonnés par l'enquête APS (57% des entrepreneurs émergents et 50% des entrepreneurs établis) répondent donner la priorité à l'impact social et/ou environnemental de leur entreprise avant la rentabilité ou la croissance (Figure 50). Ces chiffres, en légère hausse par rapport à 2021, confirment sans doute le souhait des répondants de s'inscrire dans une logique de performance globale avec une prise de conscience forte chez les entrepreneurs qui conduit à relativiser le critère financier dans la conception de la performance de l'entreprise.

Les entrepreneurs émergents sont plus nombreux que les entrepreneurs établis à déclarer donner la priorité à l'impact social et ou environnemental de leur entreprise et cela se retrouve dans les autres échantillons

nationaux des pays du GEM (Figure 51). Il est possible que, si l'intérêt pour les questions de développement est indéniable et en progression, il se heurte ensuite en pratique à la réalité du terrain, expliquant les réponses plus timorées des entrepreneurs établis. Au niveau du G7, les entrepreneurs émergents se classent 4^e, derrière les États-Unis (69%), le Canada (63%) et le Royaume Uni (59%). Les entrepreneurs établis font eux figure de bons élèves et se situent en deuxième position, juste derrière le Canada (57,8%).

Le gap entre intentions et réalisations

En grande majorité, les entrepreneurs échantillonnés par l'enquête GEM France déclarent toujours tenir compte des implications environnementales et sociales des décisions qu'ils prennent pour leur entreprise. Cependant, quand ils sont ensuite interrogés sur les actions concrètes mises en place au cours de l'année écoulée, il apparaît que les réalisations sont bien peu nombreuses. Il semble donc qu'un gap important existe entre intentions et réalisations.

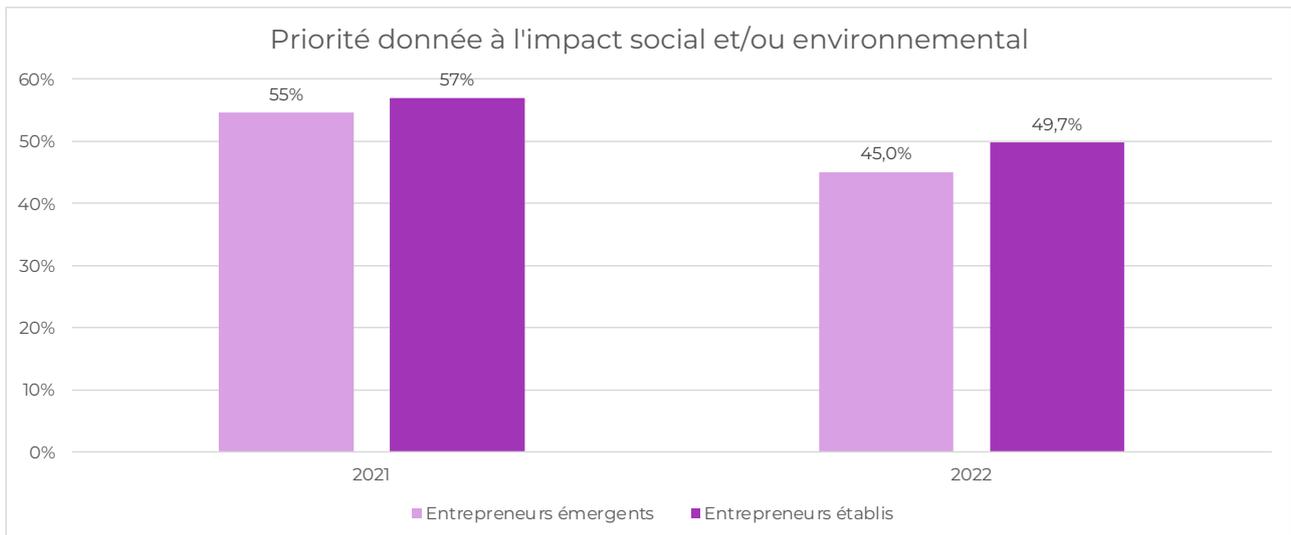


Figure 50. Entrepreneurs donnant la priorité à l'impact social et/ou environnemental avant la rentabilité ou la croissance – évolution 2021-2022

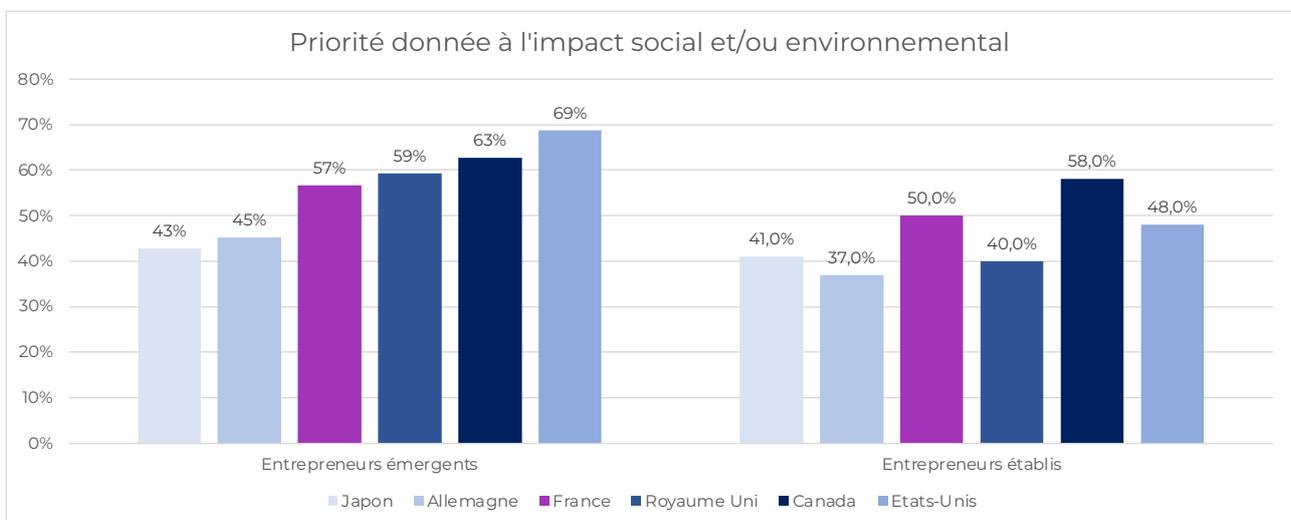


Figure 51. Entrepreneurs donnant la priorité à l'impact social et/ou environnemental avant la rentabilité ou la croissance - comparaison avec les pays du G7

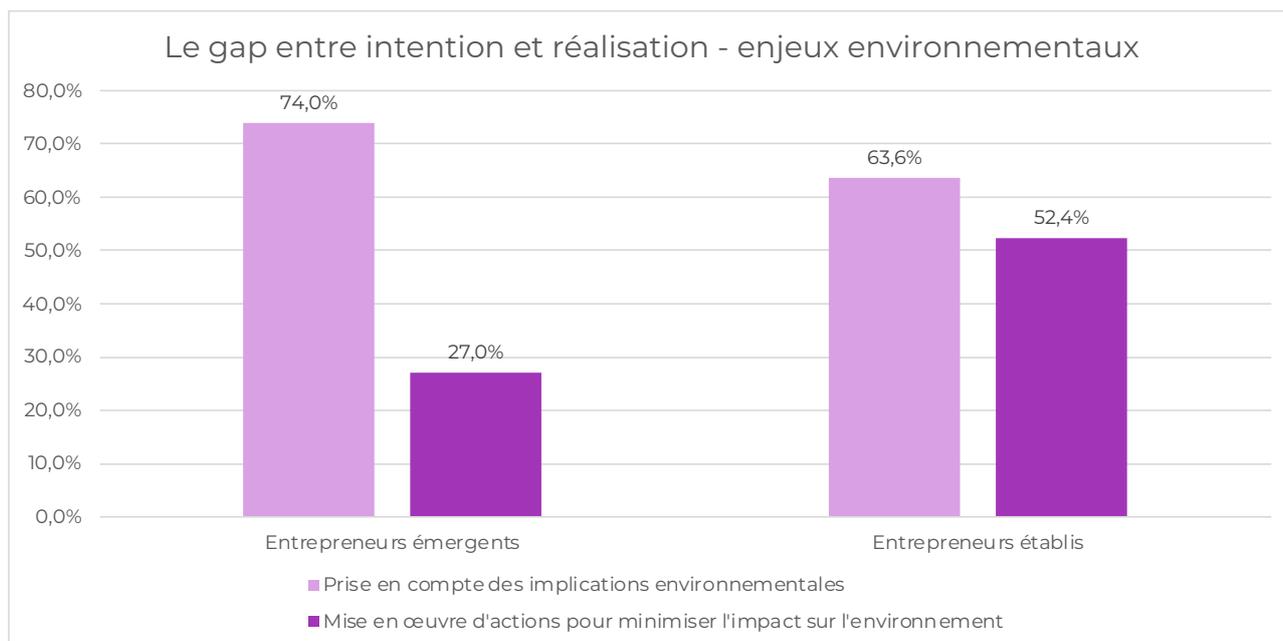


Figure 52. La prise en compte des enjeux environnementaux par les entrepreneurs - le gap entre intention et réalisation

LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

74% des entrepreneurs émergents déclarent toujours tenir compte des implications environnementales des décisions qu'ils prennent pour leur entreprise, contre 64% des entrepreneurs établis (Figure 52). Néanmoins, les entrepreneurs établis ont un taux de réalisation d'actions environnementales de 52% seulement, et les émergents de 27% ! Le gap entre intentions et actions est ainsi de 47% pour les entrepreneurs émergents, soit 3 points de plus qu'en 2021 et de 12% pour les entrepreneurs établis, soit 9 points de moins qu'en 2021.

On peut imaginer que, dès lors que le produit ou service n'a pas pour objectif de répondre à un enjeu environnemental, les entrepreneurs émergents ne sont que rarement confrontés rapidement et fortement à l'impact environnemental de leur activité. Les préoccupations économiques dominent dans cette phase de grande fragilité du projet entrepreneurial et les préoccupations et donc les actions environnementales viennent dans

un second temps. Elles ne sont ainsi pas toujours intégrées dès le départ du projet et peuvent surgir en fonction de la pression des parties prenantes, ce qui expliquerait le faible nombre d'actions mises en œuvre au cours de l'année écoulée.

Chez les entrepreneurs établis, la différence entre intention (64%) et action (52%) sur les actions environnementales, bien que plus faible, n'est pas à négliger et révèle peut-être le besoin d'accompagnement des entrepreneurs sur les modalités pratiques de l'action environnementale.

LES ENJEUX SOCIAUX, LES OUBLIÉS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

Le concept d'impact social a connu un essor croissant durant cette dernière décennie. Cela est lié à l'émergence de l'entrepreneuriat social qui désigne selon l'OCDE « toute activité privée d'intérêt général organisée à partir d'une démarche entrepreneuriale et n'ayant pas comme raison principale la maximisation des profits, mais la satisfaction de certains objectifs

économiques et sociaux ». Plus généralement, il s'agit de placer l'entrepreneuriat, au travers de la prise d'initiative, la créativité et l'innovation sociale, comme un facteur majeur du changement social.

La France n'échappe pas à ce phénomène où le secteur de l'économie sociale et solidaire, à titre d'exemple, concentre environ 14 % des emplois privés (plus de 2.35 millions salariés) et environ 200 000 entreprises et structures créées, et représente 10% du PIB. Opérationnellement, la mise en place d'actions pour maximiser l'impact social peut inclure, à titre d'exemple, la création de postes pour de jeunes demandeurs d'emploi et d'autres groupes ayant un accès limité au marché du travail, l'inclusion d'entreprises sociales dans la chaîne d'approvisionnement, la priorité donnée aux entreprises et/ou aux fournisseurs qui prennent des mesures respectant les droits de l'homme et l'environnement lors de l'achat d'un produit ou d'un service ou bien la lutte contre toute forme de travail des enfants (ou

de travail forcé).

En phase avec cet engouement pour les enjeux sociaux, 74 % des entrepreneurs émergents déclarent tenir compte, lors de prise de décisions stratégiques, des implications sociales telles que l'accès à l'éducation, la santé, la sécurité, le travail inclusif, le logement, le transport, la qualité de vie au travail, etc. Chez les entrepreneurs établis, ce taux chute à 59%. Cela montre l'effort encore à fournir par les dirigeants afin de systématiquement tenir compte de l'impact social lors du processus de décision stratégique. On observe ensuite un fort décalage entre la déclaration de principe et la mise en œuvre. Ainsi, seuls 20% des entrepreneurs émergents rapportent avoir pris des mesures récemment ; c'est 34% pour les entrepreneurs établis (Figure 53). Le gap entre intentions et actions est ainsi de 54% pour les entrepreneurs émergents - il est stable par rapport à 2021 - et de 25% pour les entrepreneurs établis, soit 8 points de moins qu'en 2021.

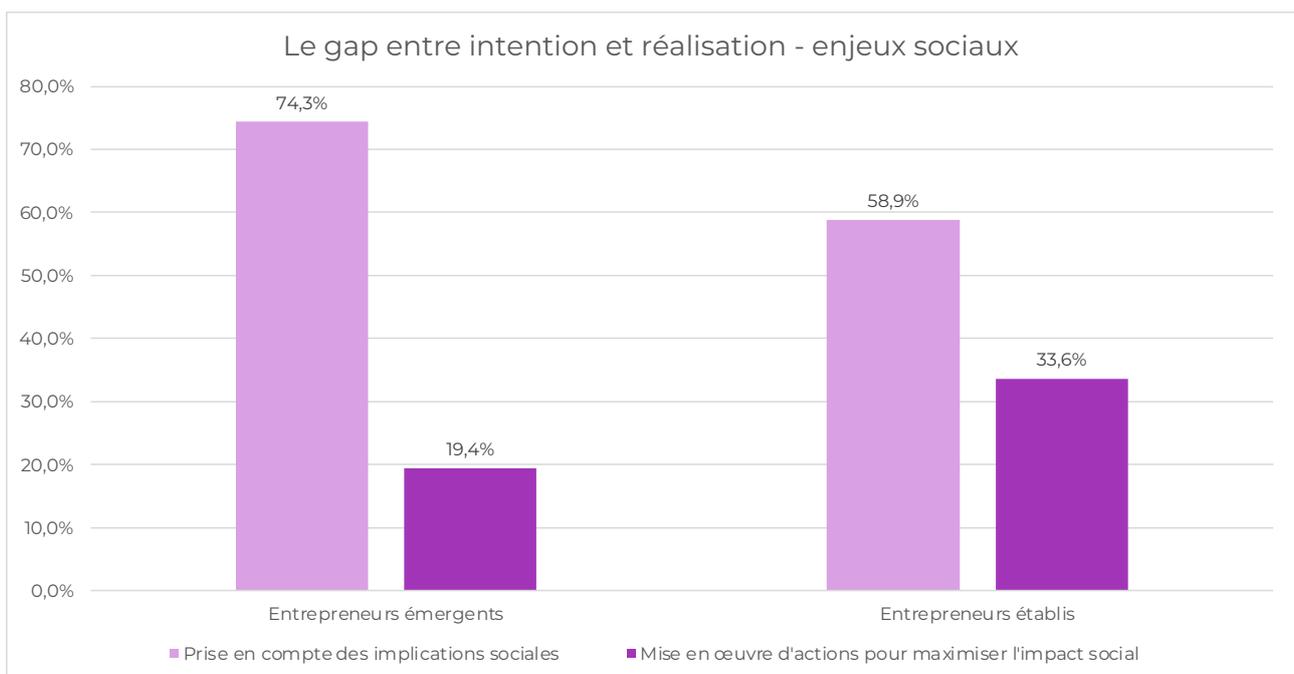


Figure 53. La prise en compte des enjeux sociaux par les entrepreneurs - le gap entre intention et réalisation

Ce décalage beaucoup plus marqué chez les entrepreneurs émergents peut s'expliquer par la phase entrepreneuriale dans laquelle ils se trouvent. Les entrepreneurs naissants et les nouveaux entrepreneurs sont souvent moins confrontés aux questions de GRH. Ces questions deviennent plus prégnantes par la suite au fur et à mesure que l'organisation grossit.

Le taux d'engagement des entrepreneurs français dans l'action sociale est près de deux fois plus faible que dans l'action environnementale. Dans la conception dominante, en France, de ce qu'est le développement durable, il s'agit d'assumer ses responsabilités en matière environnementale bien plus que sociale : le développement durable est très largement assimilé aux défis environnementaux du réchauffement climatique, de la biodiversité, etc.

QUID DES MEMBRES DU G7 ?

Le gap entre intention et réalisation se retrouve dans tous les pays du G7, néanmoins c'est en

France qu'il est de loin le plus marqué pour les enjeux sociaux (Figure 54), tant pour les entrepreneurs émergents (55%) que pour les entrepreneurs établis (31,1%). A titre de comparaison, le Royaume Uni présente un gap de 36,7% pour les entrepreneurs émergents et 18,2% pour les entrepreneurs établis. L'Allemagne semble être le pays où le décalage entre intention et actions est le moins marqué avec un gap de 15% pour les entrepreneurs émergents et 14,8% pour les entrepreneurs établis.

Le gap entre intention et actions pour les enjeux environnementaux (Figure 55) est très élevé en France pour les entrepreneurs émergents (46,9%). Il est de 17,2% au Royaume-Uni, 14,1% au Canada, 14% aux Etats-Unis, 10,8% au Japon et seulement 1,9% en Allemagne. Le gap est bien plus faible pour les entrepreneurs établis (11,2%) et on retrouve un gap plus important au Japon (17,4%) ou au Royaume-Uni (17,5%).

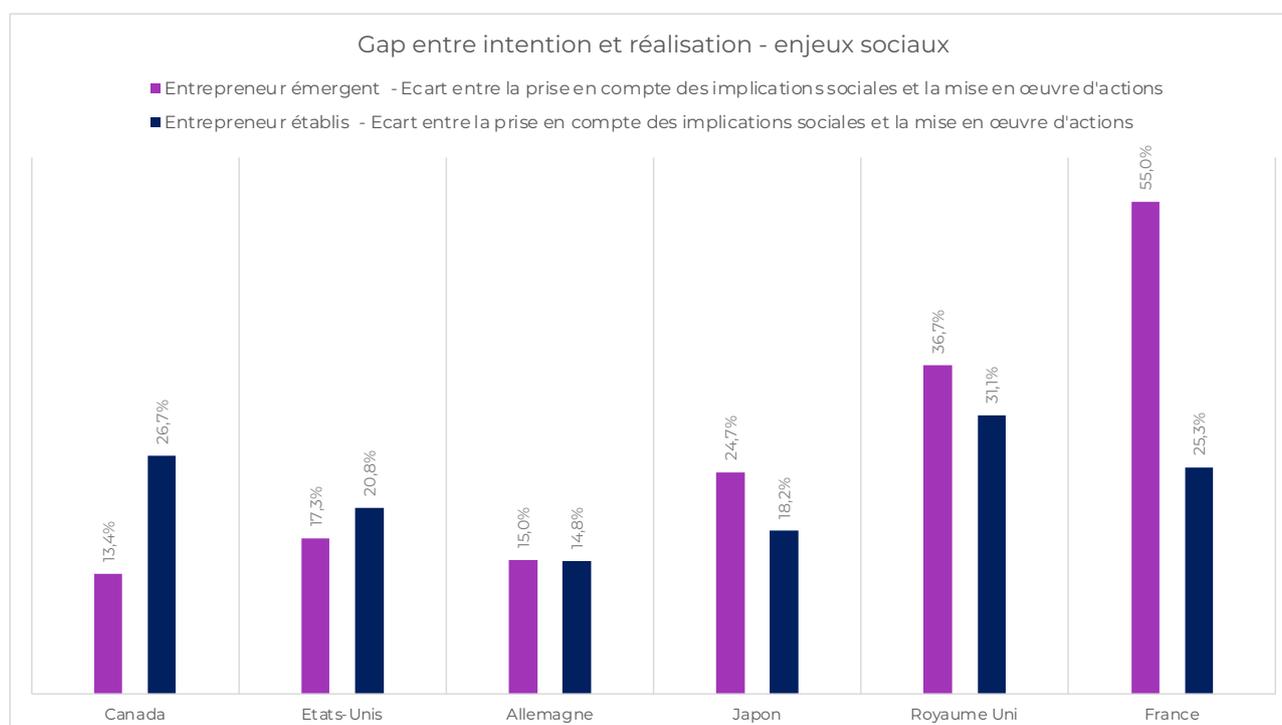


Figure 54. Ecart entre la prise en compte des enjeux sociaux par les entrepreneurs et la mise en oeuvre d'actions - comparaison avec les membres du G7

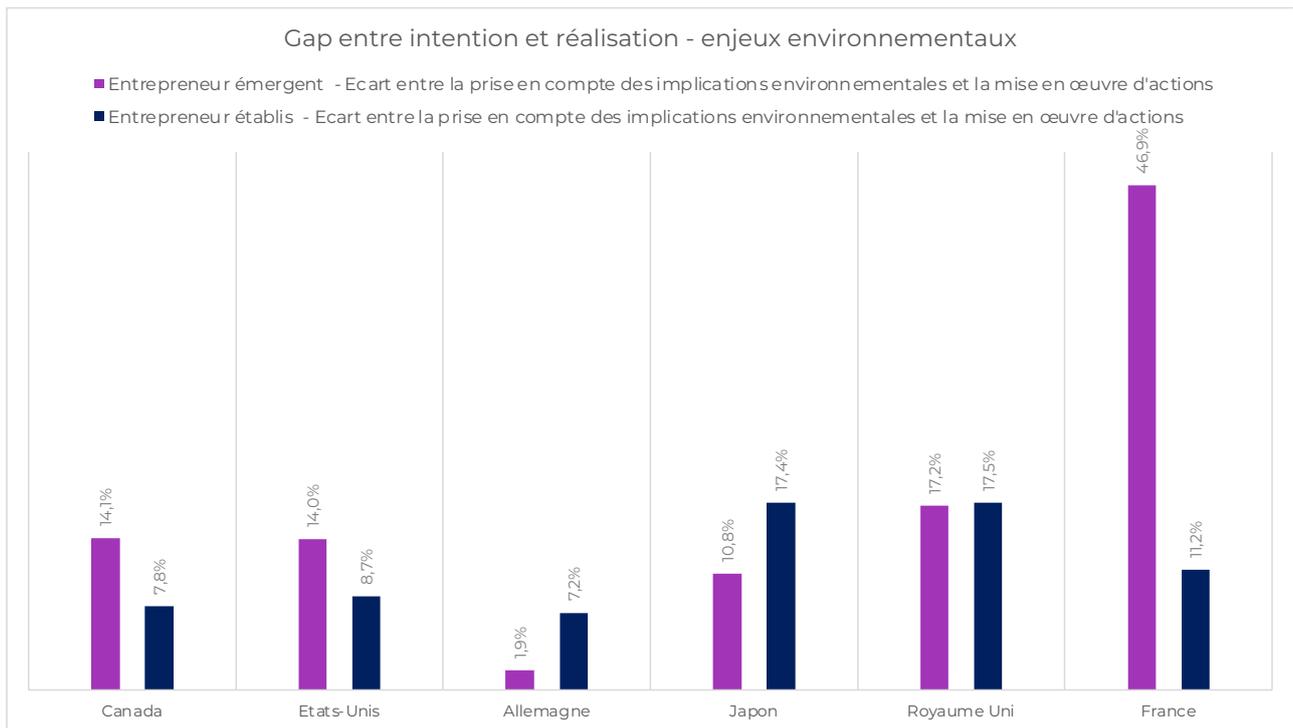


Figure 55. Ecart entre la prise en compte des enjeux environnementaux par les entrepreneurs et la mise en oeuvre d'actions - comparaison avec les membres du G7

Conclusion et propositions



Ce deuxième rapport rédigé par le Labex Entreprendre permet de cerner l'évolution de la situation entrepreneuriale française de façon comparée. Les résultats sont cohérents avec les données issues de l'INSEE (2023) qui mettent en avant le dynamisme de la création d'entreprises. Ils permettent une analyse plus fine de l'activité entrepreneuriale à travers ses déterminants et ses effets, et offrent par ailleurs une mise en perspective internationale. Ce rapport met en lumière des transformations majeures en termes de représentations et de comportements. Pour autant, le rythme de ces changements n'est pas suffisant pour faire de la France un des leaders mondiaux en termes d'activité entrepreneuriale. Parmi les pays du G7, la France occupe le plus

souvent une position intermédiaire entre les pays anglo-saxons, les plus dynamiques, et des pays un peu plus en retrait comme le Japon ou l'Allemagne.

Les experts mobilisés pour analyser l'écosystème entrepreneurial soulignent que le contexte est assez favorable mais alertent aussi sur le retard pris notamment en termes de culture, de dynamisme et d'accès aux marchés et de promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire. L'étude menée auprès de la population de 18 à 64 ans nous invite toutefois à faire preuve d'optimisme. D'une part, les conséquences négatives de la crise sanitaire semblent s'être dissipées. D'autre part, l'entrepreneuriat est perçu plus que jamais comme un choix de carrière souhaitable et la perception de la facilité de démarrer une entreprise progresse significativement. Cette situation favorable se traduit en termes d'activité entrepreneuriale. Les deux indicateurs clés de l'étude du GEM, l'intention et le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE), connaissent ainsi une évolution positive.

Les focus sur la diversité et l'entrepreneuriat durable aboutissent également à une représentation encourageante mais avec de nombreux points d'amélioration possibles. Le rapport souligne à la fois l'évolution positive de l'activité entrepreneuriale des jeunes et son niveau moyen comparé aux autres pays. Il met en lumière l'évolution de l'intention entrepreneuriale des femmes mais un TAE relativement stable. Il aboutit au même constat qu'en 2021 d'un écart entre intentions et actions dans le domaine du développement durable.

Cette situation paradoxale montre que des progrès importants sont encore nécessaires si l'ambition de la France est de faire partie

des pays les plus dynamiques en termes d'entrepreneuriat. Il semble possible d'envisager quatre principales propositions.

1. Renforcer la promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire

L'étude NES met de nouveau en avant la faiblesse de la France par rapport aux autres pays les plus riches en termes de promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (la France est classée 17/22). Les experts interrogés, même s'ils sont un peu moins critiques qu'en 2021, considèrent de nouveau comme une faiblesse les actions déployées dans ce domaine. Il s'agit d'un sujet complexe qui tient à la multitude des acteurs impliqués mais aussi à la définition des objectifs prioritaires. Par rapport à des classements comme le Programme international pour le suivi des acquis des élèves (PISA), la position de la France qui n'est pas favorable inciterait à mettre la priorité sur les enseignements fondamentaux. Dans ce contexte, l'entrepreneuriat pourrait sembler moins prioritaire. Pour autant, ce n'est pas tant l'acte d'entreprendre que l'esprit d'entreprendre qu'il faut développer. Cet esprit peut être mis en relation avec les enseignements fondamentaux à l'aide de méthodes pédagogiques originales.

La France compte de nombreux acteurs engagés pour promouvoir l'entrepreneuriat au primaire et au secondaire. L'enjeu est d'une part d'établir un panorama des pratiques et une évaluation de leur impact et d'autre part de concevoir un dispositif permettant une meilleure coordination au niveau local et national à l'image des PEPITE qui ont fait leur preuve dans l'enseignement supérieur. Nous

avons déjà suggéré l'organisation d'assises de l'éducation entrepreneuriale au niveau du primaire et du secondaire. Nous pensons utile de réunir les acteurs de l'écosystème de l'éducation entrepreneuriale pour construire une stratégie nationale ambitieuse visant à renforcer l'esprit d'entreprendre chez les plus jeunes.

2. Accélérer l'entrepreneuriat féminin

Les résultats des études NES et APS sont très encourageants. Ils mettent en évidence à la fois un contexte plus favorable et une évolution des représentations. L'intention entrepreneuriale progresse ainsi fortement chez les femmes. Pour autant, la question du passage à l'acte se pose. Le total de l'activité entrepreneuriale reste stable alors qu'il progresse pour les hommes. Par ailleurs, ce taux est très en retrait en comparaison notamment avec celui des pays anglo-saxons. En revanche, tout comme en 2021, la France fait partie des pays où les différences femmes/hommes dans l'activité entrepreneuriale sont les plus faibles.

L'enjeu est de construire une stratégie nationale pour faire progresser le total de l'activité entrepreneuriale émergente des femmes. Elle peut s'inscrire dans les politiques en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Des objectifs ont pu être définis par le passé comme « Atteindre 40 % de femmes entrepreneures en 2017 et 40 % de femmes créatrices d'entreprise dans le secteur numérique en 2019 », dans le cadre du plan interministériel en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. L'objectif pourrait être un TAE de 10% en 2025. Il convient de poursuivre les efforts engagés pour mieux comprendre les facteurs

qui freinent le passage à l'acte et de repenser l'accompagnement.

3. Faciliter l'accès aux marchés

Selon l'étude NES, les conditions d'accès aux marchés seraient plus difficiles en France que dans les autres pays. Ces difficultés tiennent au manque de dynamisme des marchés et à l'existence de barrières à l'entrée. Ce handicap de la nouveauté qui est inhérent à toutes formes de créations d'entreprises est pourtant plus marqué dans le contexte français.

Les pouvoirs publics ont adopté des mesures ces dernières années pour faciliter l'accès à la commande publique des TPE/PME. Des mesures spécifiques doivent également être prises en faveur des entreprises les plus jeunes. Les pouvoirs publics et les grandes entreprises peuvent jouer un rôle de facilitateur voire d'accélérateur. Ces nouveaux entrepreneurs doivent bénéficier d'une formation et d'un accompagnement pour les aider dans leur stratégie marketing et commerciale. Cette proposition peut être mise en relation avec l'un des engagements pris par le collectif Cap Créa : « Renforcer notre impact en doublant collectivement d'ici à 5 ans le nombre de créateurs et créatrices accompagnés, afin de générer un million d'emplois pérennes supplémentaires ». L'atteinte de cet engagement suppose en effet que l'accompagnement étendu contribue au développement des marchés des nouvelles entreprises.

4. Réduire le gap entre intentions et actions en termes de développement durable

Le constat est de nouveau encourageant quant à l'intérêt marqué par les entrepreneurs émergents et établis pour le développement durable. Pour autant l'écart entre intentions et actions que ce soit sur le volet social ou environnemental reste très marqué. Les entrepreneurs émergents semblent même plus affectés par ce gap. Le processus entrepreneurial peut conduire à revoir ses priorités face à certaines contraintes économiques. Au-delà, se pose la question des compétences et des capacités à acquérir par les entrepreneurs et leurs accompagnants

pour mettre en œuvre des actions de développement durable.

L'enjeu est d'accompagner les entrepreneurs émergents et d'intégrer le plus tôt possible les objectifs du développement durable. Il ne s'agit pas d'un travail de sensibilisation mais bien d'accompagnement à l'adoption d'actions concrètes. Cela suppose que les acteurs de l'accompagnement entrepreneurial se professionnalisent en renforçant leurs connaissances sur les 17 objectifs du développement durable et les actions à mettre en œuvre. Les accompagnants pourraient monter en compétence sur ces sujets et interagir avec les acteurs de l'écosystème du développement durable pour co-construire de nouvelles actions d'accompagnement.

Remerciements

Nous souhaitons remercier l'Université de Montpellier, Montpellier Business School, l'Institut Montpellier Management, le Labex Entreprendre, La fondation MMA des Entrepreneurs du Futur et l'Agence Nationale pour la Recherche (ANR) pour leur soutien financier à la réalisation de ce rapport.

Nous remercions également les experts ayant répondu à l'enquête NES.

ALZINGRE, Pierre

ANDRIEU, Stéphanie

ARGUILLERE, Jean-Christophe

BESSAC, Benjamin

BOIVIN, Bruno

BOUQUET DE JOLINIÈRE, Philippe

CARRE, Nathalie

CHALUS-SAUVANNET, Marie-Christine

CUREL, Christian

DE BAECQUE, Christian

DEGEORGE, Jean-Michel

DUFFAULT, Loïc

DUPOIZAT, Michel

ESTÈVE, Jean-Marie

FOURQUET, Philippe

GALLO, Jean-Claude

GRINO, Didier

HAFFAR, Mehdi

JALABERT, Sophie

JARLAND, Yves

JEZ, Michel

LAPOSTOLLE, Mickael

LASCH, Catherine

LASCH, Frank

LETOWSKI, André

MARIAU, Gregoire

MAUS, Amandine

MILIOTIS, Patrick

MUTRICY, Philippe

PHILIPPART, Pascal

PINGLOT, Patricia

PLANCHE, Frederic

RAMADIER, Francis

RESTINO, Dominique

SIAGHI, Nabil

THEODORAKI, Christina

TISSIER, Elise

TORRES, Lionel

VAREILLE, Sylvie

VEA, Tom

VERSTRAETE, Thierry

VIALATTE, Hubert

ZERGIT, Karim

Références

Banque de France (2023), « Les défaillances d'entreprises – France · Décembre 2022 », STAT INFO, janvier 2023.

Cabinet Altares (2023), Étude de défaillances et sauvegardes des entreprises en France, Trimestre 4 et Bilan 2022, janvier 2023.

CESE, Femmes et entrepreneuriat, étude, rapporteure : Eva Escandon, Octobre 2020 : https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Etudes/2020/2020_24_femmes_entrepreneuriat.pdf

Commission Européenne, Responsabilité sociale des entreprises : une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014, Octobre 2011 : <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:fr:PDF>.

INSEE (2023), « Le rythme des créations d'entreprises ralentit en 2022 », Insee Première, n° 1936, Février 2023.

Isenberg, D. (2011), The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship, Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland, 12 May 2011, 1-13.

OCDE (2023), Taux de chômage (indicateur). doi: 10.1787/de6758ad-fr (Consulté le 07 mai 2023).

GEM Global Entrepreneurship Monitor

