



Global
Entrepreneurship
Monitor

France

Situation de l'activité entrepreneuriale

Rapport national 2023/2024



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 & Erasmus University Rotterdam, 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. (2024), Situation de l'activité entrepreneuriale en France : Rapport 2023/2024 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.

**en savoir plus**fondation-entrepreneurs.mma

« 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. Par ses actions sur le terrain en lien avec des réseaux d'entrepreneurs et des chambres consulaires, ses mécénats pour soutenir l'entrepreneuriat dans toute sa diversité, et sa communication, la Fondation souhaite être aux côtés des entrepreneurs dans tous les territoires français.»

Sylvie Bonello - Déléguée Générale de la Fondation MMA des Entrepreneurs du Futur

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 2023/2024 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.

**en savoir plus**<https://www.montpellier3m.fr>

La Métropole, avec ses 31 communes est l'héritière d'une longue histoire. Marquée par les migrations, la richesse de ses activités économiques et culturelles, ce territoire est idéalement situé, au carrefour d'influences qui brassent toute la Méditerranée. Elle regroupe 31 communes et compte plus de 500 000 habitants, ce qui en fait la 8e métropole de France en termes de population.

La Métropole de Montpellier est reconnue pour son dynamisme en matière d'enseignement supérieur et de recherche. Elle abrite de nombreux établissements d'enseignement supérieur de renom, tels que l'Université de Montpellier, qui compte plus de 51 000 étudiants et est classée parmi les meilleures universités françaises dans plusieurs domaines. La métropole accueille également des écoles d'ingénieurs et de commerce réputées, telles que Montpellier Business School et l'École Nationale Supérieure de Chimie de Montpellier.

La Métropole de Montpellier est également un pôle de recherche important, avec de nombreux laboratoires et centres de recherche de renommée internationale. Elle est particulièrement reconnue pour ses recherches dans les domaines de la santé, de l'environnement et des sciences de l'information et de la communication. La métropole abrite le centre de recherche Agropolis International, qui est l'un des plus grands centres de recherche en Europe dans le domaine de l'agriculture, de l'alimentation et de l'environnement.

Parmi les structures dédiées à l'accompagnement des startups et des entreprises innovantes, le BIC (Business & Innovation Centre) de Montpellier Méditerranée Métropole est l'un des plus importants incubateurs de France. Créé en 1987, il a accompagné plus de 750 entreprises et contribué à la création de plus de 6 000 emplois.

La Métropole de Montpellier est également connue pour son écosystème de santé globale, avec la présence de nombreux acteurs de renom dans ce domaine. Elle a développé le dispositif Medvallée, qui vise à créer un pôle d'excellence autour du « One Health », en rassemblant des acteurs publics et privés autour de projets innovants. Ce projet ambitieux vise à renforcer l'attractivité du territoire, à favoriser la création d'emplois et à améliorer la qualité de vie des habitants.



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 2023/2024 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.



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, Programme Grande Ecole (Grade de Master), 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.

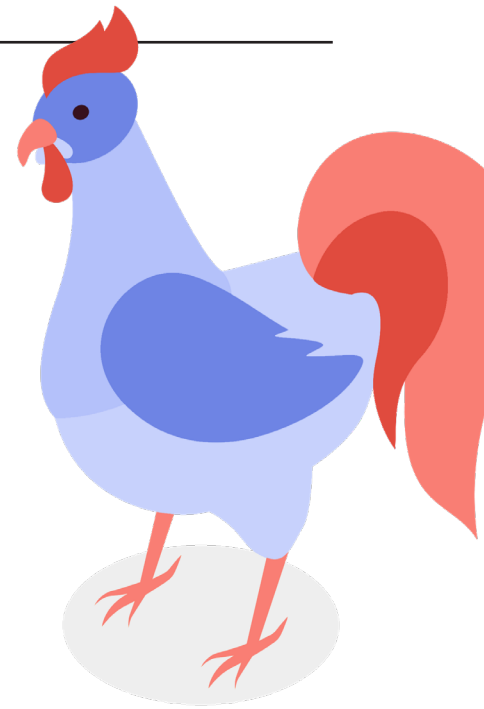
Sommaire

Le LabEx Entreprendre.....	4
Sommaire	7
Liste des tableaux et figures.....	8
Executive Summary.....	9
Ecosystème entrepreneurial	9
Déterminants de l'acte d'entreprendre	10
Activité entrepreneuriale	11
Propositions	12
Introduction	14
Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM).....	14
La méthodologie du GEM.....	15
GEM EN BREF	16
L'écosystème français : un contexte contrasté	20
Les déterminants de l'acte d'entreprendre	26
La valorisation de l'entrepreneuriat par la société	26
Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat.....	28
Le sentiment de compétence : une donnée importante pour le passage à l'action	30
Les motivations entrepreneuriales : le sens de l'engagement.....	33
L'activité entrepreneuriale en France.....	36
Le processus entrepreneurial.....	36
Les investisseurs informels en soutien de l'activité entrepreneuriale	41
L'activité entrepreneuriale tournée vers l'international	42
L'activité entrepreneuriale selon l'âge et le genre	45
Conclusion et propositions.....	48
1- Promouvoir l'esprit d'entreprendre au primaire et secondaire.....	49
2- Agir pour l'entrepreneuriat féminin	49
3- Faciliter et accompagner l'accès aux marchés.....	50
Remerciements.....	52
Références	53

Liste des tableaux et figures

Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor (Source : GEM 2023/2024 Global report, p.32).....	15
Figure 2. Etapes du processus entrepreneurial (Source : GEM 2023/2024 Global report, p.34)	18
Tableau 1. Les facteurs contextuels en matière d'entrepreneuriat (EFC).....	19
Tableau 2. Classification des économies en fonction du PIB/habitant	19
Figure 3. Index du contexte entrepreneurial - score NECI des 16 pays les plus riches de l'étude GEM (Groupe A – PIB/habitant > \$50 000)	21
Figure 4. Les 13 facteurs contextuels du NECI – La France par rapport aux pays du groupe A	22
Figure 5. Les 13 facteurs contextuels du NECI – évolution 2021 à 2023 pour la France	22
Figure 6. Évolution de la santé perçue au sein de la population générale.....	24
Figure 7. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs émergents.....	24
Figure 8. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs établis.....	25
Figure 9. La valorisation de l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable.....	27
Figure 10. La valorisation de l'entrepreneuriat comme statut social élevé.....	27
Figure 11. La valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias.....	27
Figure 12. La facilité perçue de démarrer une entreprise	28
Figure 13. La connaissance d'entrepreneurs autour de soi.....	29
Figure 14. Les opportunités perçues autour de soi.....	29
Figure 15. La peur de l'échec comme frein à la dynamique entrepreneuriale	30
Figure 16. Le sentiment d'être compétent pour entreprendre.....	32
Figure 17. Le talent entrepreneurial ou les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial.....	32
Figure 18. Les motivations pour entreprendre – Gagner sa vie car les emplois sont rares.....	33
Figure 19. Les motivations pour entreprendre – S'enrichir.....	33
Figure 20. Les motivations pour entreprendre - Perpétuer une tradition familiale.....	34
Figure 21. Les motivations pour entreprendre - Faire une différence/avoir un impact dans le monde.....	35
Tableau 3. Liste des principales mesures utilisées concernant le processus et l'activité entrepreneuriale	37
Figure 22. Évolution de l'intention entrepreneuriale (2021-2022).....	37
Figure 23. L'intention entrepreneuriale parmi les pays membres du groupe A et du G7.....	38
Figure 24. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE)	39
Figure 25. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE) - comparaison G7 et groupe A.....	39
Carte 1. TAE par région et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2023 (ensemble des activités marchandes non agricoles.)	40
Figure 26. Le taux d'entrepreneurs établis parmi les pays membres du groupe A et du G7.....	40
Figure 27. La sortie entrepreneuriale avec et sans poursuite de l'activité parmi les membres du groupe A et du G7.....	41
Figure 28. Les raisons à l'origine de la sortie entrepreneuriale	42
Figure 29. Le pourcentage d'investisseurs informels parmi les pays membres du groupe A et du G7.....	42
Figure 30. Le montant moyen investi par les investisseurs informels parmi les pays membres du groupe A et du G7.....	43
Figure 31. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du G7.....	43
Figure 31bis. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du groupe A.....	44
Figure 32. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du G7	44
Figure 32bis. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du groupe A.....	44
Figure 33. Les niveaux d'activité entrepreneuriale : une comparaison homme-femme.....	45
Figure 34. L'activité entrepreneuriale en fonction de l'âge	46

Executive Summary



Ce nouveau rapport rédigé par le Labex Entreprendre marque les 25 ans du Global Entrepreneurship Monitor. Il s'inscrit dans un contexte similaire à celui du rapport précédent. En 2023, la France a connu une situation économique marquée par une augmentation du PIB d'environ 1%, soutenue par la reprise de la consommation des ménages et une baisse de l'inflation (4,9% vs 5,2% en 2022 selon l'INSEE). Cependant, le pays fait face à des défis, notamment des incertitudes géopolitiques et une augmentation des coûts énergétiques, menant à une hausse des faillites (+38,8% entre 2022 et 2023 selon Altares (2024)), en particulier parmi les PME. En réponse, le gouvernement a introduit des mesures pour limiter l'impact de ces coûts sur les entreprises et pour faciliter l'enregistrement des entreprises. Malgré cette situation, avec 1 051 500 créations d'entreprises (INSEE, 2024), l'année 2023 a de nouveau été marquée par un nombre record de créations d'entreprises, même si ce chiffre est en léger recul par rapport à 2022 (-1%).

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).

Pour la majorité des indicateurs, une comparaison est faite avec les résultats des années 2021 et 2022 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 du Japon, absente de l'enquête APS en 2023) et les 16 économies les plus riches parmi les 46 pays ayant participé à l'étude GEM en 2023.

Ecosystème entrepreneurial

L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL : UN CONTEXTE CONTRASTÉ

En France, les experts estiment que le contexte entrepreneurial (score NECI) est resté relativement stable entre 2022 (5,06/10) et 2023 (4,95/10). Les conditions se sont dégradées dans les autres pays. La position de la France est ainsi plus favorable, passant de la 18^e à la 12^e

place des pays les plus riches (Groupe A). Si l'on raisonne uniquement par rapport aux pays du G7, la France se situe au-dessus de la moyenne (4,69/10) et occupe même la première place devant le Canada (4,84/10) et les États-Unis (4,78/10).

QU'EST-CE QUI DIFFÉRENCIE LA FRANCE ?

Sur les 13 indicateurs de l'index du contexte entrepreneurial, parmi les 16 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^e/16), pour l'accès aux financements (4^e/16) et dans une moindre mesure pour la promotion de l'entrepreneuriat dans les études supérieures (8^e/16). En revanche, sa position est moins favorable pour la promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (16^e/16), l'accès aux marchés¹ (14^e/16) et la culture et les normes culturelles et sociales propices à l'entrepreneuriat (14^e/16).

Déterminants de l'acte d'entreprendre

UNE MOINS BONNE VALORISATION DE L'ENTREPRENEURIAT PAR LA SOCIÉTÉ

L'étude APS marque une évolution dans la valorisation de l'entrepreneuriat par la société avec des scores en baisse. L'entrepreneuriat continue à être perçu comme un choix de carrière souhaitable pour 65% des personnes interrogées (vs 67,8% en 2022) et comme un statut social élevé pour 51,8% (vs 55,4% en 2022). 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 (74,6% en 2023 vs

74,9% en 2022). A côté de la désirabilité perçue, la faisabilité perçue a également diminué. La perception de la facilité de démarrer une entreprise est passée de 52,0% en 2022 à 50,5% en 2023. La France se situe ainsi en 12^e position sur 15, soit en dessous de la moyenne des pays du groupe A (59,7%) mais elle reste au-dessus de la moyenne des pays du G7 (47,8%).

UNE PROGRESSION DE LA DÉMOCRATISATION DE L'ENTREPRENEURIAT

Le nombre de personnes qui affirment connaître un entrepreneur continue à progresser (46,3% en 2021, 59,6% en 2022 et 60,5% en 2023). L'existence de rôle modèle renforce sans doute l'acuité entrepreneuriale et la capacité à percevoir des opportunités. Les chiffres relatifs aux opportunités perçues sont stables sur les trois dernières années, autour de 51%. Ainsi, une courte majorité des personnes interrogées considèrent que le contexte est favorable en termes d'opportunités d'affaires. Cette représentation mitigée classe la France en 9^e position du groupe A mais elle reste devant 3 pays du G7 : le Royaume-Uni (47%), l'Allemagne (41%) et l'Italie (34%). Seulement 40% des personnes interrogées ayant perçu des opportunités déclarent qu'elles ne lanceraient pas une entreprise de peur d'échouer. Cela place la France en 4^e position des pays du groupe A, et devant le Canada (55%) et les États-Unis (45%).

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. En 2023, la motivation « pour bâtir une grande richesse

¹ L'accès aux marchés fait référence au dynamisme des marchés et aux barrières à l'entrée.

ou obtenir un revenu très élevé » devient la motivation principale (44%), juste devant la motivation « pour gagner sa vie, car les emplois sont rares » (43%). Depuis 2021, la motivation liée à l'enrichissement n'a cessé de croître, passant de 39% à 44% tandis que la motivation liée à la nécessité n'a cessé de décroître, passant de 51% à 43%, mais ces deux indicateurs restent de loin plus faibles que la moyenne du G7 et du Groupe A. La motivation pour « perpétuer une tradition familiale » est la plus faible pour la France (17,5%). Ce résultat est révélateur de la démocratisation de l'entrepreneuriat. La motivation « volonté de faire une différence dans le monde » n'est exprimée que par 20% des entrepreneurs interrogés et connaît même une baisse (26% en 2021 et 24% en 2022), en fort décalage avec les pays du groupe A (47%) et du G7 (48%).

Activité entrepreneuriale

UNE CONFIANCE EN L'AVENIR CONTRASTÉE

L'intention entrepreneuriale, c'est-à-dire l'intention de créer une entreprise dans les trois prochaines années revient au niveau de 2021 (16,9% en 2021, 18,8% en 2022 et 17,2% en 2023). La France se situe au-dessus de la moyenne des pays du G7 (16,5%). Comme l'année précédente, le niveau d'intention entrepreneuriale se situe en dessous de celui des Etats-Unis (17,9%) et celui du Canada (24,1%).

L'écart entre femmes et hommes en termes d'intention entrepreneuriale se creuse. Ce taux est passé de 18,6% à 15,4% pour les femmes entre 2022 et 2023 alors qu'il est resté stable autour de 19% pour les hommes. Il existe une relation décroissante entre l'âge et l'intention. 25% des 18-24 ans déclarent avoir l'intention de créer une entreprise dans les 3 prochaines années. Ils

ne sont plus que 9,6% pour la tranche des 55-64 ans.

UNE PROGRESSION CONSTANTE DE L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE

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 et à 10,8% en 2023. L'engagement entrepreneurial n'a pas été affecté par le contexte d'incertitude. Ce taux situe la France légèrement en dessous de la moyenne des pays du G7 (12,2%) mais très en retrait par rapport aux Etats-Unis (14,7%) et au Canada (19,8%). Au niveau régional, il existe des disparités. Les trois régions les plus dynamiques en termes de TAE sont : Nouvelle Aquitaine (13,3%), Auvergne-Rhône-Alpes (12,4%) et Ile de France (12,0%). On note un recul pour la région PACA qui occupait la première place en 2022 (11,1% en 2023 vs 12,63% en 2022).

Des différences marquées sont observées en fonction du genre et de l'âge. La progression du TAE est plus forte pour les femmes (9,0% en 2023 vs 7,2% en 2022) que pour les hommes (12,5% en 2023 vs 11,1% en 2022), ce qui contribue à réduire légèrement l'écart qui s'était creusé en 2022. En termes d'âge, le TAE est le plus élevé pour la tranche des 25-34 ans. On observe même une progression de 13,6% à 15,5% entre 2022 et 2023. Cette progression est encore plus forte pour les 18-24 ans (8,3% vs 11,6%).

UN FAIBLE TAUX DE SORTIE ENTREPRENEURIALE

Si le nombre de défaillances d'entreprises a connu un fort rebond en 2023, le nombre de

sorties entrepreneuriales demeure très mesuré. Le pourcentage de personnes confrontées à une sortie entrepreneuriale avec un arrêt d'activité reste relativement stable (2,2% en 2022 et 2,3% en 2023). Ce pourcentage de sortie entrepreneuriale avec continuité d'activité est stable entre 2022 (1,4%) et 2023 (1,2%). Avec un taux total de sortie de 3,5%, la France se situe en dessous de la moyenne du G7 (4,8%), loin derrière les Etats-Unis (6,4%) et le Canada (10,2%).

Les motifs de sortie entrepreneuriale ont changé. La crise sanitaire est plus mise en avant (5,6% en 2022 vs 10,2% en 2023). Le principal motif reste le fait que l'entreprise ne soit pas rentable (18,3%). Les raisons personnelles restent au cœur des décisions de sortie entrepreneuriale, qu'il s'agisse d'une opportunité d'emploi ou d'investissement (17%), de raisons familiales ou personnelles (12,6%), d'une opportunité de

vendre (10%) 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 : 7,1% contre 5,3% en 2022. 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 légèrement en dessous de la moyenne des pays du G7 (7,9%). Cette augmentation en volume s'accompagne d'une nette augmentation en valeur du montant des investissements. Avec un investissement moyen de 13 378 € (8 317 € en 2022), la France se classe en avant dernière position des pays du G7.

Propositions²



PROMOUVOIR L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE AU PRIMAIRE ET SECONDAIRE

Dans l'étude NES, la France est classée en dernière position parmi les pays les plus riches dans la promotion de l'entrepreneuriat au primaire et au secondaire. Les initiatives entreprises sont jugées insuffisantes par les experts. Cette situation contraste avec d'autres territoires comme le Québec, qui ont intégré l'entrepreneuriat dans leurs programmes éducatifs depuis des décennies. Bien que la priorité soit aujourd'hui donnée aux enseignements fondamentaux, il est crucial d'encourager également l'esprit d'entreprendre. La France compte de nombreux acteurs engagés dans la promotion de l'entrepreneuriat dans le primaire et le secondaire. Il est indispensable d'évaluer l'impact des pratiques existantes et de coordonner les efforts au niveau local et national. La mise en place d'une stratégie nationale ambitieuse visant à renforcer l'esprit d'entreprendre chez les plus jeunes suppose l'organisation d'assises réunissant les acteurs de l'écosystème de l'éducation entrepreneuriale.

² Ces propositions sont développées dans la Conclusion.

2

AGIR POUR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

Malgré une progression du total de l'activité entrepreneuriale émergente pour les femmes, des disparités persistent. La France occupe parmi les pays les plus riches une position moyenne en termes de TAE et de taux d'entrepreneurs établis. Une stratégie nationale intégrée aux politiques d'égalité professionnelle pourrait favoriser la progression de l'entrepreneuriat féminin. Pour se rapprocher de la parité, des objectifs ambitieux sont nécessaires : 11 à 12% pour le TAE et de 4 à 5% pour le taux d'entrepreneurs établis. Cela requiert de mieux comprendre les obstacles au passage à l'acte entrepreneurial et surtout de repenser l'accompagnement.

3

FACILITER ET ACCOMPAGNER L'ACCÈS AUX MARCHÉS

L'étude NES souligne les obstacles auxquels les entrepreneurs sont confrontés pour accéder aux marchés, une difficulté accentuée en France. Classée 14e sur 16 pour le manque de dynamisme des marchés et 10e pour les barrières à l'entrée, la France doit agir. Les pouvoirs publics et les grandes entreprises peuvent jouer un rôle clé en facilitant l'accès aux marchés. Des mesures récentes favorisent l'accès des TPE/PME à la commande publique, mais des actions spécifiques sont nécessaires pour les jeunes entreprises. De plus, les nouveaux entrepreneurs doivent bénéficier d'une formation et d'un accompagnement axés sur la stratégie marketing et commerciale. Cela nécessite un accompagnement entrepreneurial plus accessible et orienté davantage vers le développement des marchés.

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.

L'ÉTUDE ANNUELLE DU GEM

La première étude annuelle du GEM couvrait 10 pays ; depuis lors, quelques 115 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.

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'entreprise. 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,

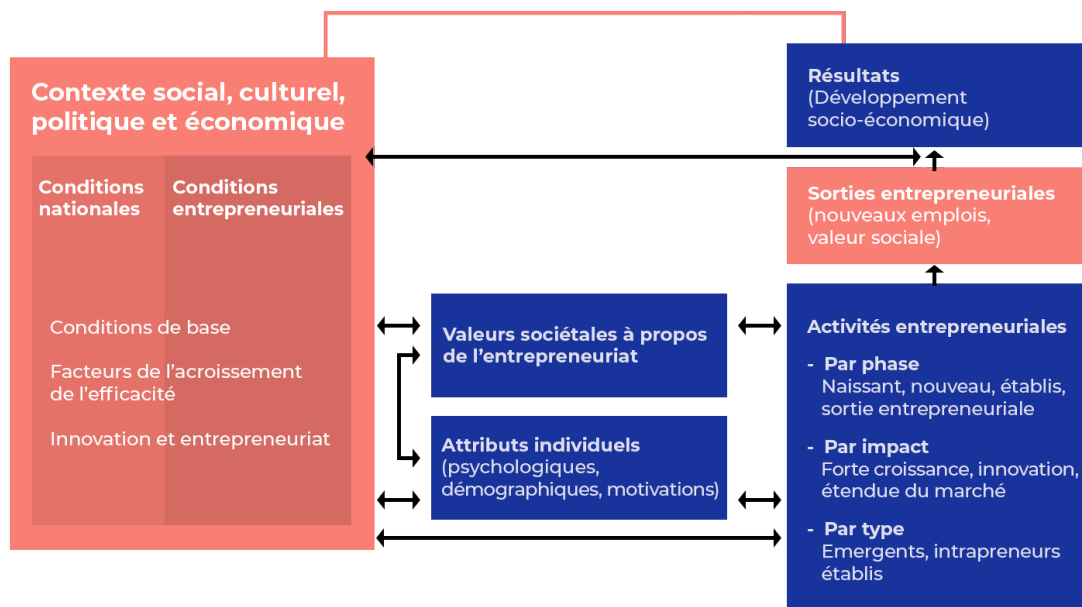


Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor (Source : GEM 2023/2024 Global report, p.32)

GEM EN BREF



25 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

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 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 3). 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 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.

L'ENQUÊTE APS 2023 EN FRANCE

Au total, **3 832 personnes** ont répondu à l'enquête française 2023 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.

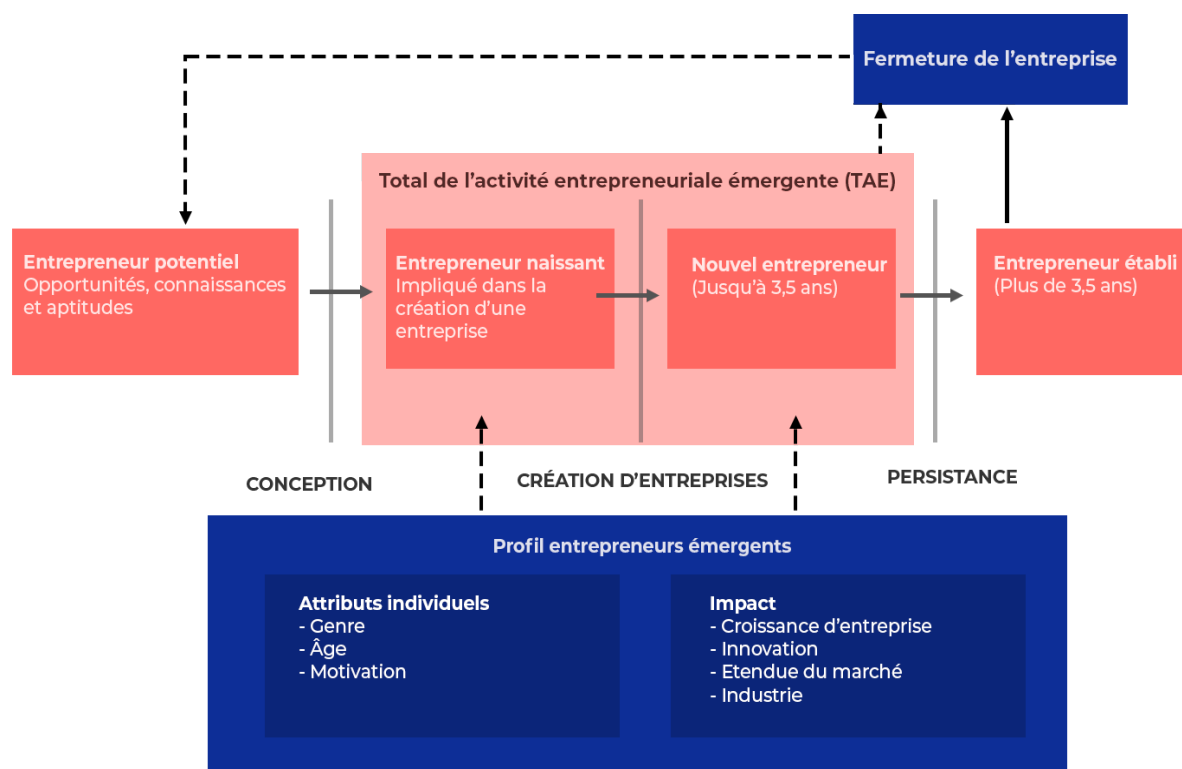


Figure 2. Etapes du processus entrepreneurial (Source : GEM 2023/2024 Global report, p.34)

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

LES PAYS PARTICIPANT À L'ÉTUDE 2023

Au total, 46 équipes nationales ont participé à l'étude APS en 2023. Trois autres équipes nationales ont participé à l'étude NES, mais pas à l'étude APS. Chaque économie est classée dans l'un des trois groupes de revenus, en fonction de leur niveau de PIB par habitant (tableau 2). Le GEM a défini les groupes de la façon suivante :

- Groupe A : économies dont le PIB par habitant est plus de 50 000 dollars ;
- Groupe B : économies ayant un PIB par habitant entre 25 000 et 50 000 dollars ;
- Groupe C : économies dont le PIB par habitant est moins de 25 000 dollars.

Les économies du groupe A comprennent 10 pays d'Europe, deux pays d'Amérique du Nord et trois pays du Golfe.

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)

Groupe A >\$50,000	Groupe B \$25,000-\$50,000	Groupe C <\$25,000
Canada	Argentine*	Brésil
France	Chili	Chine
Allemagne	Croatie	Colombie
Italie	Chypre	Equateur
Corée du Sud	Estonie	Guatemala
Luxembourg	Grèce	Inde
Pays-Bas	Hongrie	Iran
Norvège	Israël	Jordanie
Qatar	Japon*	Mexique
Arabie Saoudite	Lettonie	Maroc
Slovénie	Lituanie	Afrique du Sud
Suède	Oman	Thaïlande
Suisse	Panama	Ukraine
Émirats arabes unis*	Pologne	Venezuela
Royaume-Unis	Porto Rico	
États-Unis	Roumanie	
	République slovaque	
	Espagne	
	Uruguay	

*Pays participant uniquement à l'étude NES (et pas à l'étude APS)

Tableau 2. Classification des économies en fonction du PIB/habitant

L'ENQUÊTE NES 2023 EN FRANCE

Lors de l'enquête 2023, nous avons interrogé **40 experts français** sur les neuf thématiques récurrentes. Deux thématiques spéciales sont venues agrémenter le questionnaire : le développement durable et l'entrepreneuriat féminin.

L'écosystème français : un contexte contrasté

Avec 1 051 500 créations d'entreprises (INSEE, 2024), l'année 2023 a de nouveau été marquée par un nombre record de créations d'entreprises, même si ce chiffre est en léger recul par rapport à 2022 (-1%). La part du micro-entrepreneuriat reste dominante et continue à croître (+3%). Les micro-entrepreneurs représentent 63,5% des créations³. Les autres formes de création sont en recul, avec une diminution de 8 % pour les créations de sociétés et de 6 % pour les créations d'entreprises individuelles classiques. Cette évolution contrastée de la dynamique entrepreneuriale en France interroge sur le contexte et les conditions offertes aux porteurs de projets.

L'étude NES auprès de 40 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 16 pays les plus riches (Figure 3). Nous proposons de les regrouper autour de cinq grands domaines⁴ :



- **Politique et Accompagnement** : Promotion et support de l'entrepreneuriat par le gouvernement (5e/16), Lourdeur administrative et fiscale (10e/16), Programmes publics en faveur de l'entrepreneuriat (8e/16) ;
- **Finance** : Existence de financements (5e/16), Accès aux financements (4e/16) ;
- **Marchés et infrastructures** : Dynamisme des marchés (14e/16), Barrières à l'entrée (10e/16), Infrastructures commerciales et professionnelles (8e/16), Infrastructures physiques (10e/16) ;
- **Education et recherche** : Promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (16e/16), Promotion de l'entrepreneuriat dans les études supérieures (8e/16), Transfert R&D (9e/16) ;
- **Culture** : Normes culturelles et sociales (14e/16).

³ Les entreprises individuelles hors micro-entrepreneurs représentent 10,9% des créations et les sociétés 25,7% (INSEE, 2024).

⁴ 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).

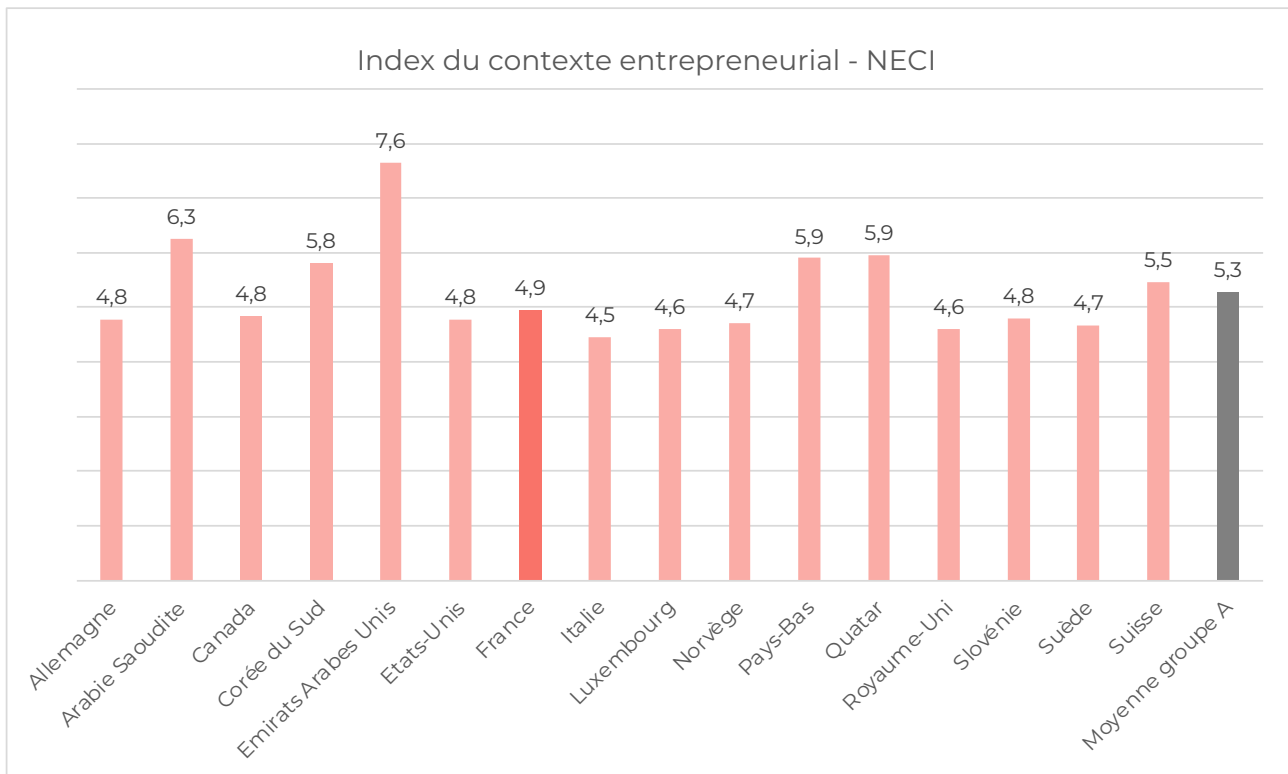


Figure 3. Index du contexte entrepreneurial - score NECI des 16 pays les plus riches de l'étude GEM (Groupe A – PIB/habitant > \$50 000)

L'index du contexte entrepreneurial national a connu une légère diminution entre 2022 et 2023 (5,06/10 vs 4,95/10). Il passe sous la barre de 5/10, ce qui indique que le contexte est très légèrement défavorable. Cette évolution peut s'expliquer par un allègement voire une suppression de mesures de soutien suite à la crise sanitaire. Pour autant, la position de la France est plus favorable, passant de la 18^e à la 12^e place. Pour la très grande majorité des pays les plus riches, cet index est inférieur à 5, ce qui reflète des conditions assez peu favorables. Les conditions se sont dégradées dans les autres pays. Pour les pays les plus riches, la moyenne se situe à 5,08/10 (5,24 en 2022), avec l'index le plus élevé pour les Emirats Arabes Unis (7,65/10) et le plus faible pour l'Espagne (3,82/10). Si l'on raisonne uniquement par rapport aux pays du G7, la France se situe au-dessus de la moyenne (4,69/10) et occupe même la première place devant le Canada (4,84/10) et les États-Unis (4,78/10).

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 sept d'entre eux et en avance pour cinq. 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 favorable dans trois. Il est également intéressant d'analyser l'évolution des indicateurs entre 2021 et 2023 (Figure 5).

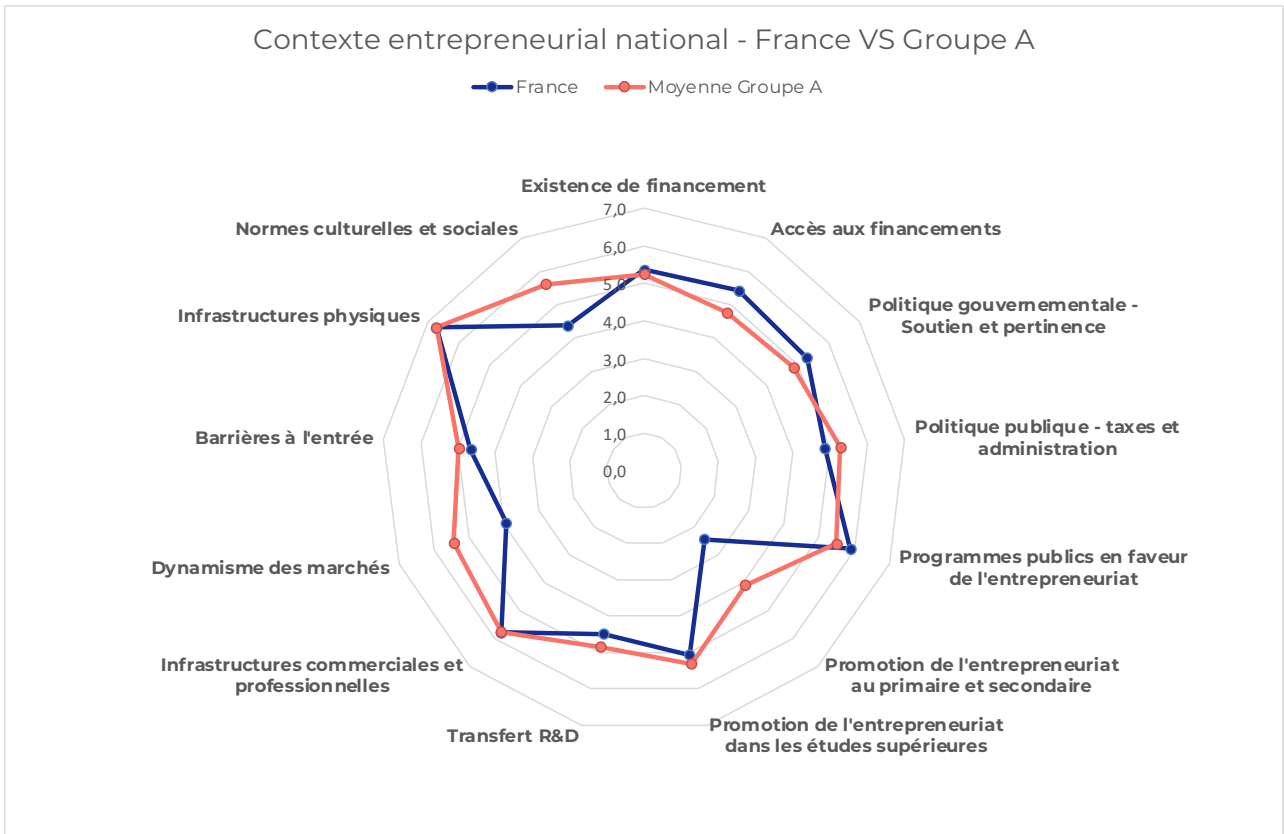


Figure 4. Les 13 facteurs contextuels du NECI – La France par rapport aux pays du groupe A

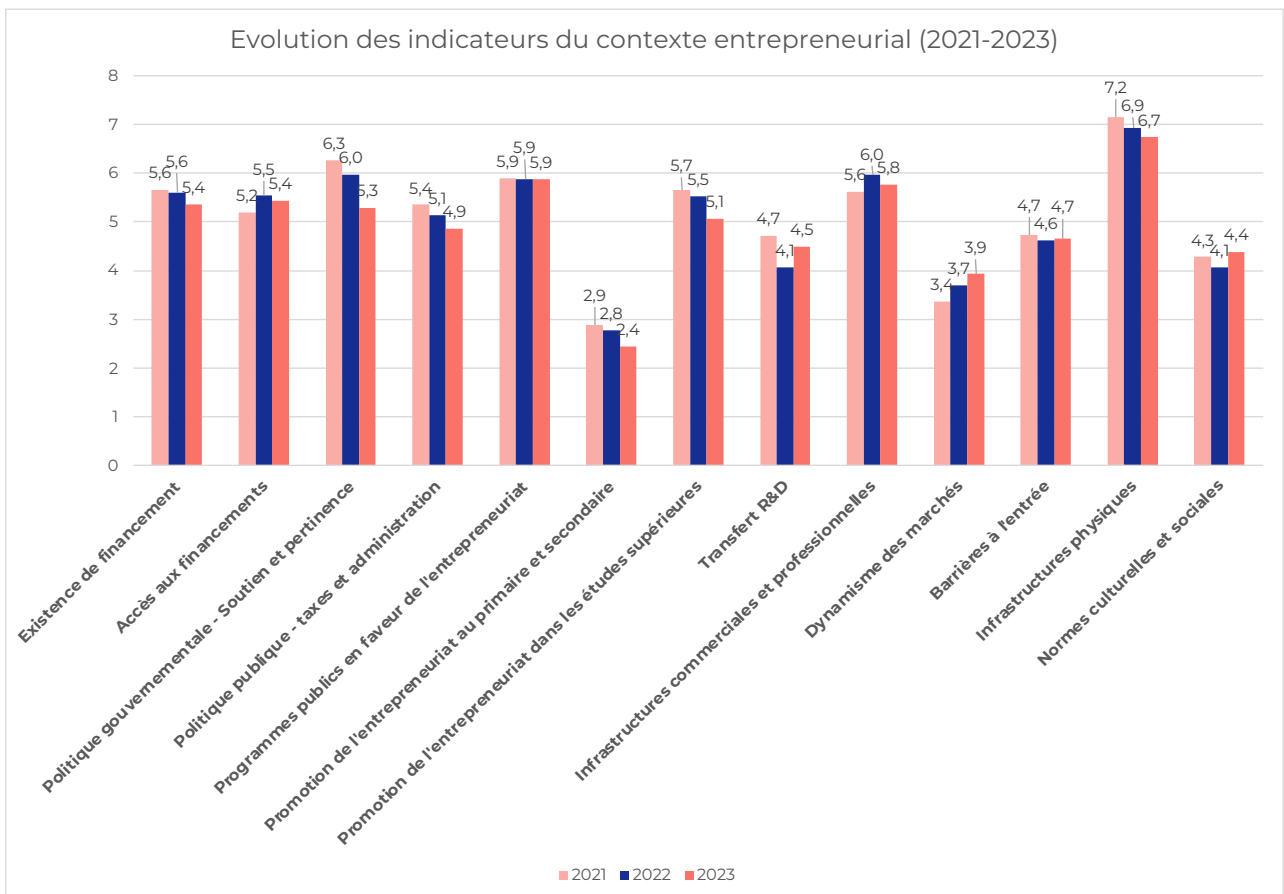


Figure 5. Les 13 facteurs contextuels du NECI – évolution 2021 à 2023 pour la France

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 globalement reconnus et positionnent favorablement la France par rapport aux autres pays les plus riches. Les entrepreneurs disposent d'une grande variété de programmes d'accompagnement et d'un réseau de structures d'accompagnement très dense et très diversifié. On note toutefois, selon les experts interrogés, une dégradation depuis 3 ans pour les questions « Promotion et support de l'entrepreneuriat par le gouvernement » (5,29/10 en 2023 vs 6,27/10 en 2021) et « Lourdeur administrative et fiscale » (4,87/10 en 2023 vs 5,35/10 en 2021). La mise en place notamment du guichet unique a pu être jugée comme chaotique et ne semble pas avoir contribué à atteindre pleinement l'objectif de simplification.
- 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 toutefois selon les experts interrogés une légère dégradation dans l'existence de financement (5,37/10 en 2023 vs 5,61/10 en 2022) et l'accès au financement (5,44/10 en 2023 vs 5,55/10 en 2022). Cette dégradation s'explique en partie par l'évolution défavorable des taux d'intérêt.

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 continue dans leur évaluation (2,44/10 en 2023 vs 2,89/10 en 2021). Toutefois, leur évaluation est 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 (5,07/10 vs 4,78/10), même si on note un recul (5,66/10 en 2022). A 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** ne sont pas très favorables. Des efforts importants toutefois 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 restent assez réservés, même s'ils considèrent que la situation s'est légèrement améliorée entre 2022 et 2023 (4,06/10 en 2022 vs 4,49/10 en 2023), plaçant la France au-dessus de la moyenne du G7 (4,23/10).
- 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** (5,76/10 vs 5,46/10 pour la moyenne du G7) et des **infrastructures physiques** (6,74/10 vs 6,09/10 pour la moyenne du G7), ils sont plus réservés quant aux dynamismes des marchés (3,93/10 vs 5,02/10) et l'existence

de barrières à l'entrée (4,66/10 vs 4,51/10). Les jeunes entreprises connaissent des difficultés dans la commercialisation de leurs produits ou services.

pas suffisamment la réussite individuelle et n'encourage pas l'initiative individuelle, la prise de risque entrepreneuriale ou encore l'innovation.

- Selon les experts interrogés, les **normes culturelles et sociales** en France ne sont pas très propices à l'entrepreneuriat (4,38/10 vs 5,03/10 pour la moyenne du G7), même si on note une légère amélioration (4,06/10 en 2022). 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

Pour conclure sur 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 usitée en santé publique. Selon cet indicateur, la santé s'est améliorée aussi bien au niveau de la population que des entrepreneurs émergents et établis. En 2022, 25,1% de la population s'estimait en mauvaise

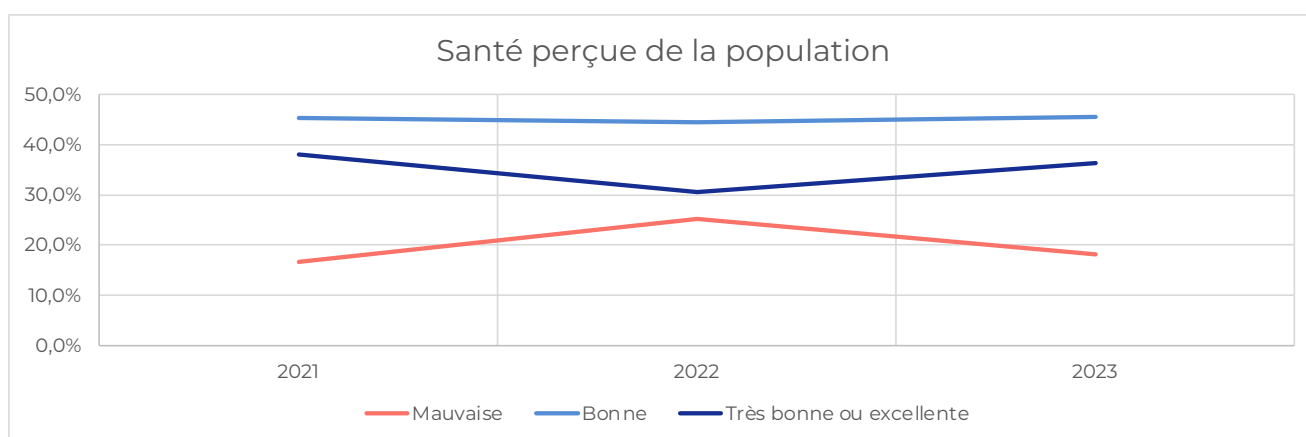


Figure 6. Évolution de la santé perçue au sein de la population générale

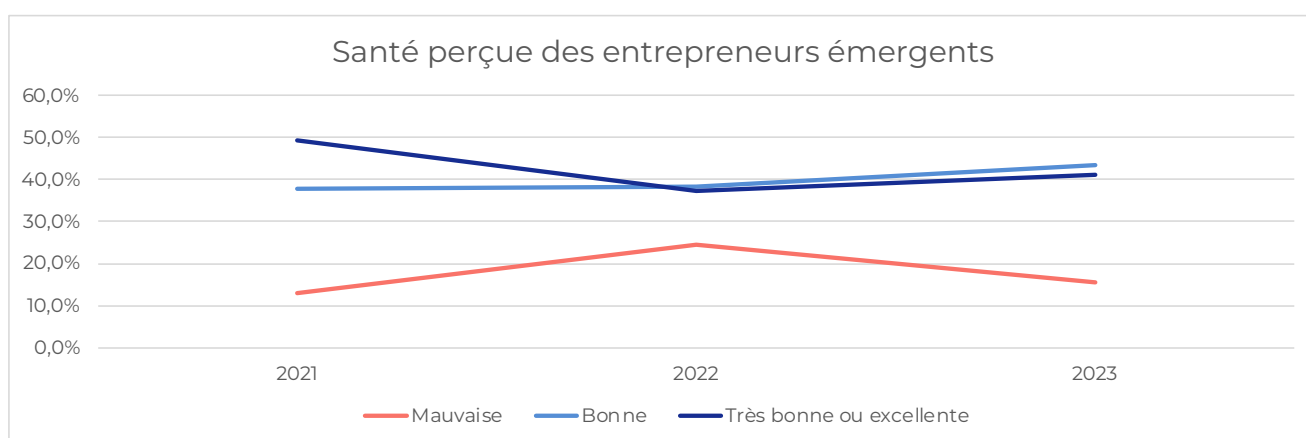


Figure 7. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs émergents

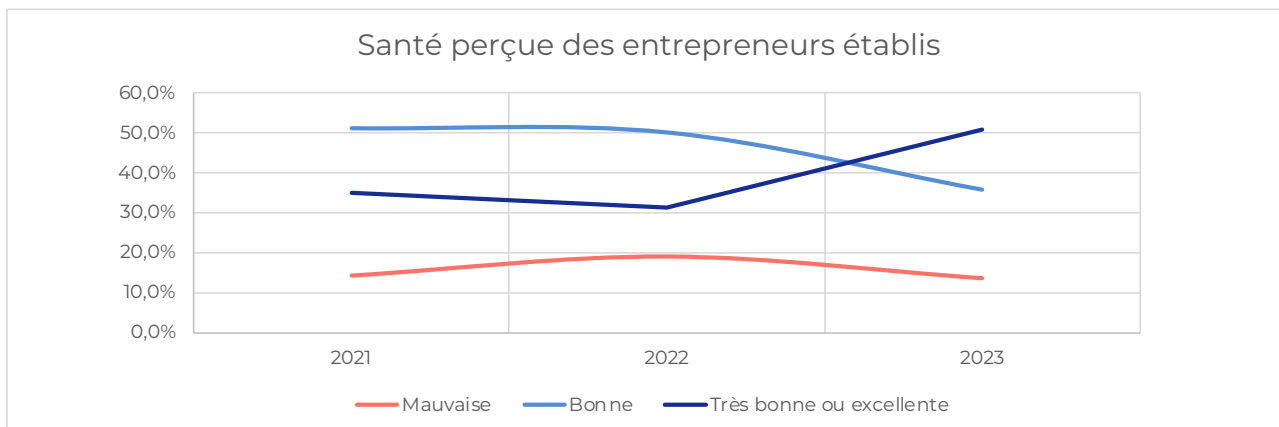


Figure 8. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs établis

santé tandis qu'en 2023, ce chiffre ne s'élève plus qu'à 18,2% (Figure 6). L'amélioration semble la plus marquée pour les entrepreneurs émergents (24,5% en 2022 vs 15,4% en 2023 ; Figure 7). Pour les entrepreneurs établis, cette amélioration est moins marquée (18,9% en 2021 vs 13,52% en 2022 ; Figure 8), même s'il s'agit de la catégorie de la population qui exprime le plus fort niveau de bonne ou d'excellente santé (50,72% vs 41,2 pour les entrepreneurs émergents et 36,3% pour la population totale).

Les déterminants de l'acte d'entreprendre

En 2023, le contexte semble un peu moins 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 montrent une évolution contrastée. Pour autant, plusieurs indicateurs vont dans le sens d'une démocratisation de l'entrepreneuriat dans la société française.

La valorisation de l'entrepreneuriat par la société

La valorisation par la société 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, c'est-à-dire les représentations sociales de l'entrepreneuriat, trois indicateurs sont retenus : choix de carrière souhaitable (Figure 9), statut social élevé (Figure 10) et valorisation dans les médias (Figure 11). La faisabilité est évaluée à travers la facilité d'entreprendre en France (Figure 12).



En France, si les représentations sociales de l'entrepreneuriat sont majoritairement positives, deux éléments sont à noter : elles semblent légèrement décliner avec le temps, et elles sont souvent en dessous de la moyenne des pays du groupe A.

L'entrepreneuriat est un choix de carrière souhaitable en France pour 65% des personnes interrogées en 2023, ce qui classe la France au 8e rang des pays du groupe A. Ce pourcentage était de 69% en 2021 et de 68% en 2022. Paradoxalement les personnes interrogées ne sont que 52% à considérer que l'entrepreneuriat peut conférer un statut social élevé, et la France est le pays où ce pourcentage est le plus faible (la moyenne, dans les pays du groupe A, est de 80%). Les personnes interrogées considèrent toutefois très majoritairement (75%) que l'entrepreneuriat est valorisé dans les médias. Ce chiffre classe la France au 8e rang des pays du groupe A, mais au-dessus de la moyenne du G7 (71%). Il est le fruit d'une évolution de la culture entrepreneuriale qui est notamment

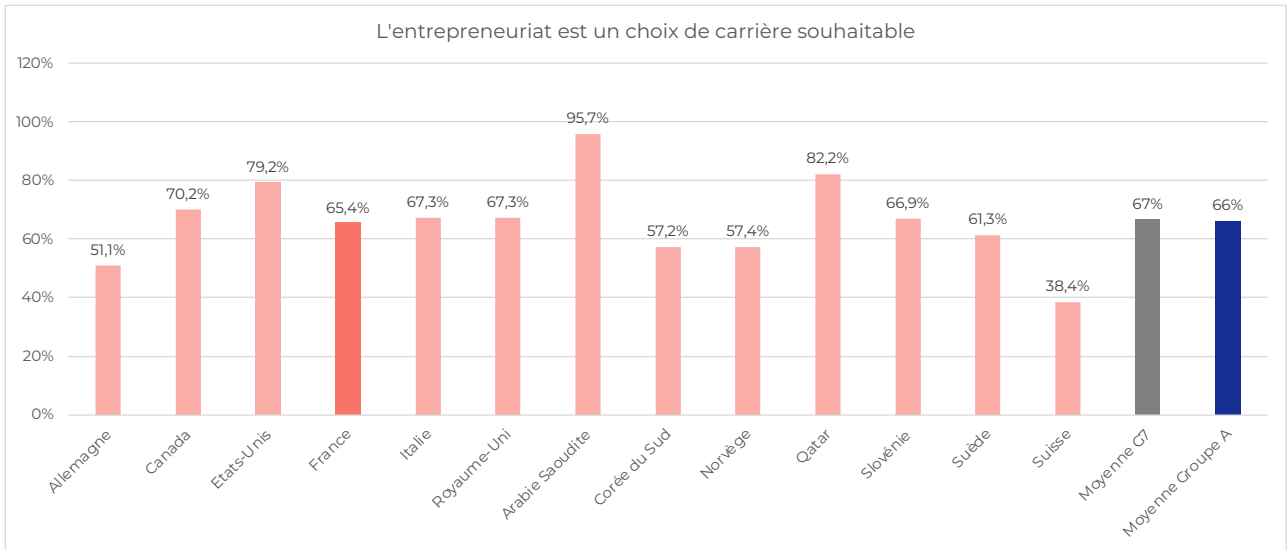


Figure 9. La valorisation de l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable

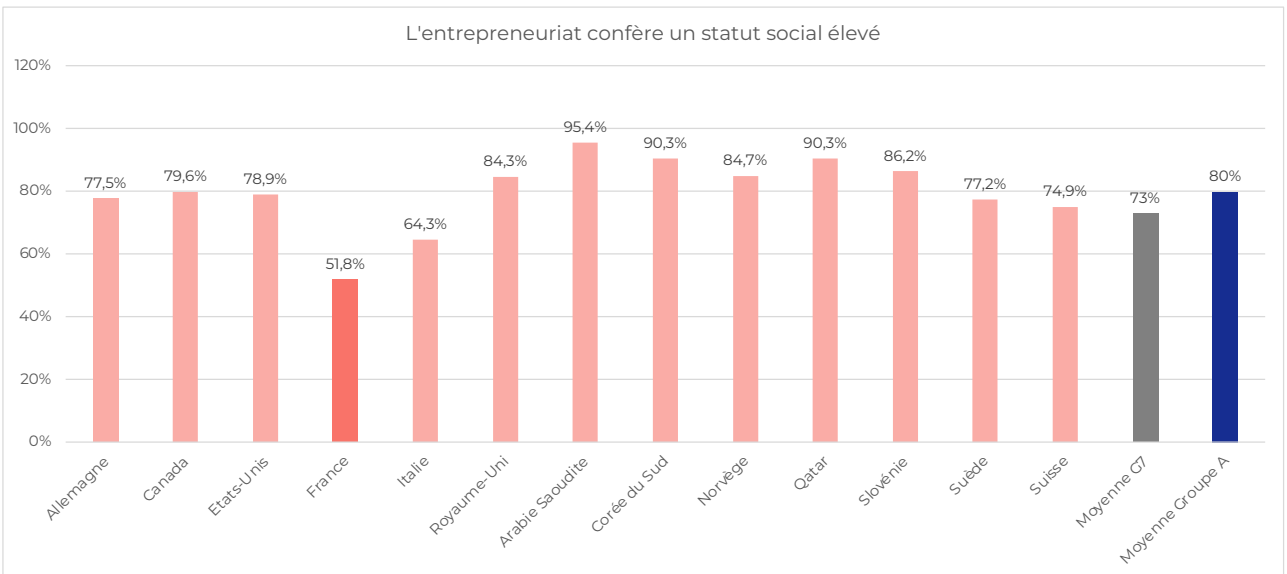


Figure 10. La valorisation de l'entrepreneuriat comme statut social élevé

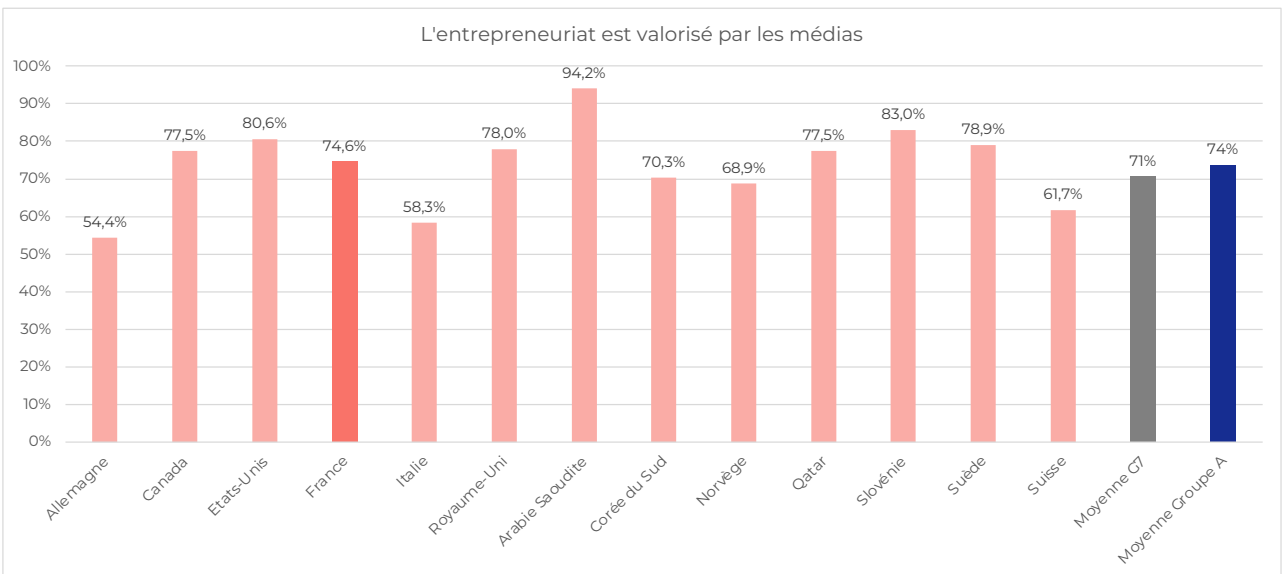


Figure 11. La valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias

influencée par les réseaux sociaux et les médias traditionnels. 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 comme « Qui veut être mon associé » sur M6.

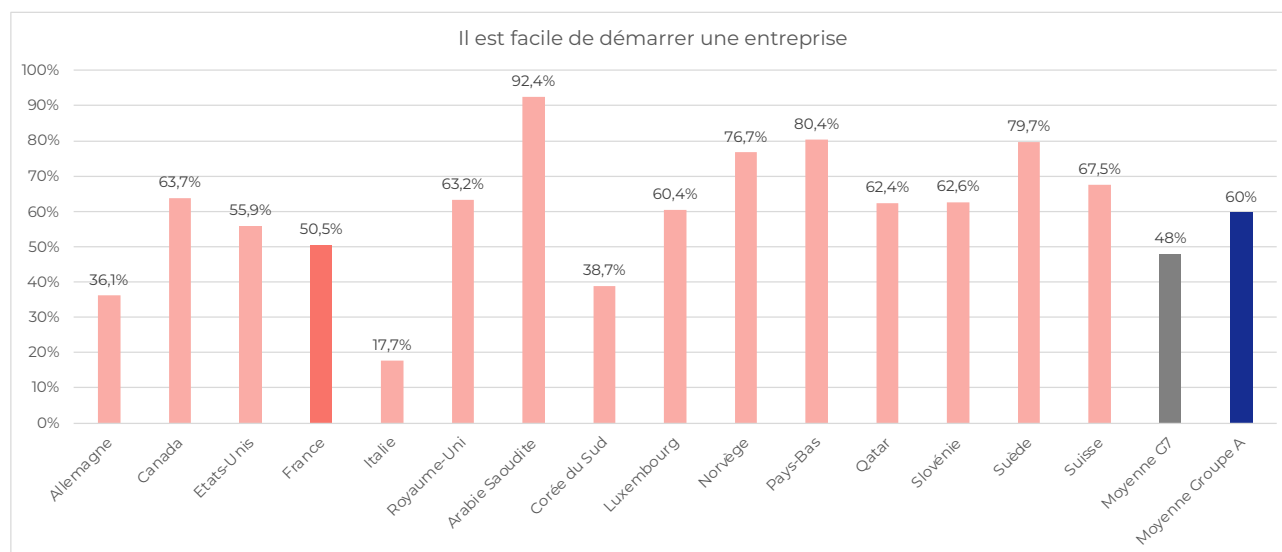


Figure 12. La facilité perçue de démarrer une entreprise

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 diminué cette année : 50% contre 56% en 2022 et 52% en 2021. La France se situe ainsi en 12^e position sur 15, soit en dessous de la moyenne des pays du groupe A (60%) mais elle reste au-dessus de la moyenne des pays du G7 (48%).

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 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 avant de diminuer très légèrement en 2023 (-1%), tout en restant au-dessus du 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

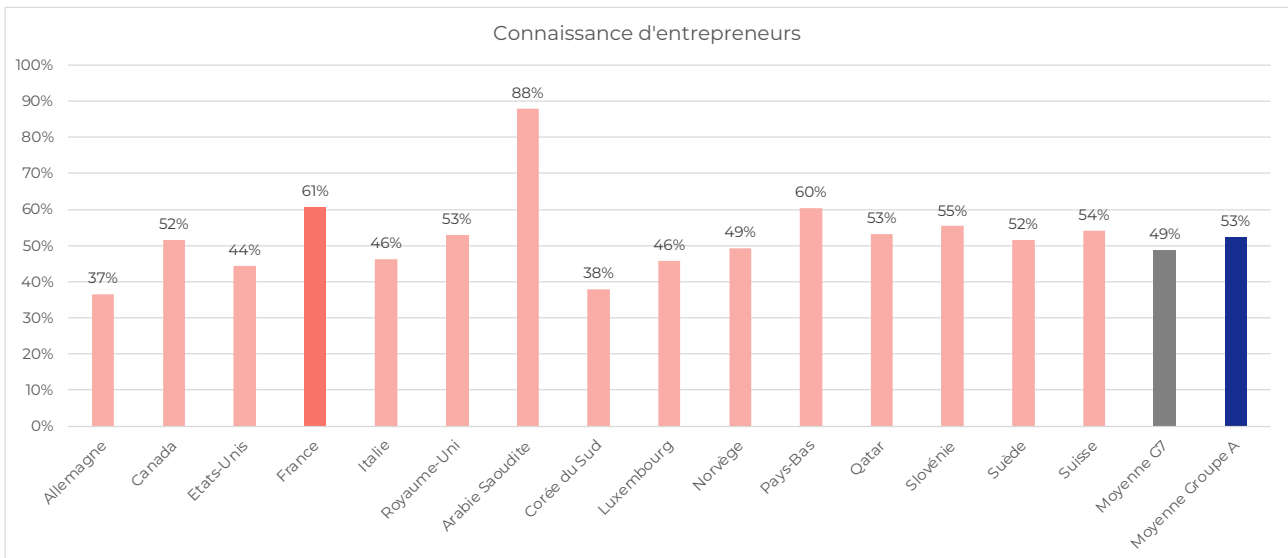


Figure 13. La connaissance d'entrepreneurs autour de soi

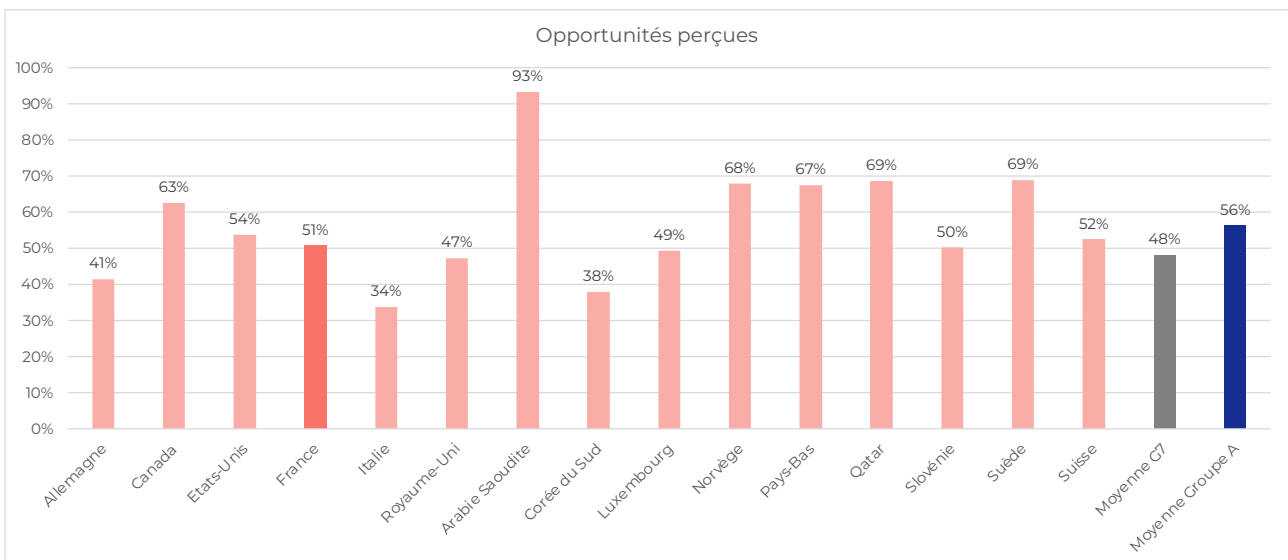


Figure 14. Les opportunités perçues autour de soi

d'ailleurs un classement de ces influenceurs⁵ en retenant trois critères : les revenus, l'influence et l'entrepreneuriat.

En France, le nombre de répondants qui affirment **connaître au moins un entrepreneur** a connu une forte progression en passant de 46% en 2021 à 60% en 2022 et 61% en 2023 (Figure 13). Cette progression importante est révélatrice de la démocratisation de l'entrepreneuriat en France. De fortes disparités existent entre les pays du groupe A, où la connaissance

d'entrepreneurs varie entre 37% (Allemagne) et 88% (Arabie Saoudite). La France se situe en 2^e position.

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

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.

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 14).

Les chiffres relatifs aux opportunités perçues sont stables sur les trois dernières années, autour de 51%. Ainsi, une courte majorité des personnes interrogées considèrent que le contexte est favorable en termes d'opportunités d'affaires. Cette représentation mitigée classe la France en 9^e position du groupe A mais elle reste devant 3 pays du G7 : le Royaume-Uni (47%), l'Allemagne (41%) et l'Italie (34%).

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 15) ? 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 population.

Seulement 40% des personnes interrogées ayant perçu des opportunités déclarant qu'elle ne lancerait pas une entreprise de peur d'échouer (Figure 15). Cela place la France en 4^e position des pays du groupe A, et devant le Canada et les États-Unis où respectivement 55% et 45% des personnes qui ont perçu des opportunités déclarent ne pas s'engager dans l'entrepreneuriat par peur de l'échec. Il semble ainsi que les croyances sur la culture de l'échec en France et par rapport à celles des pays anglo-saxons soient en fait à relativiser.

Le sentiment de compétence : 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 compétence. Le fait d'avoir le sentiment de maîtriser les compétences nécessaires au processus entrepreneurial peut inciter les personnes à se lancer dans l'aventure

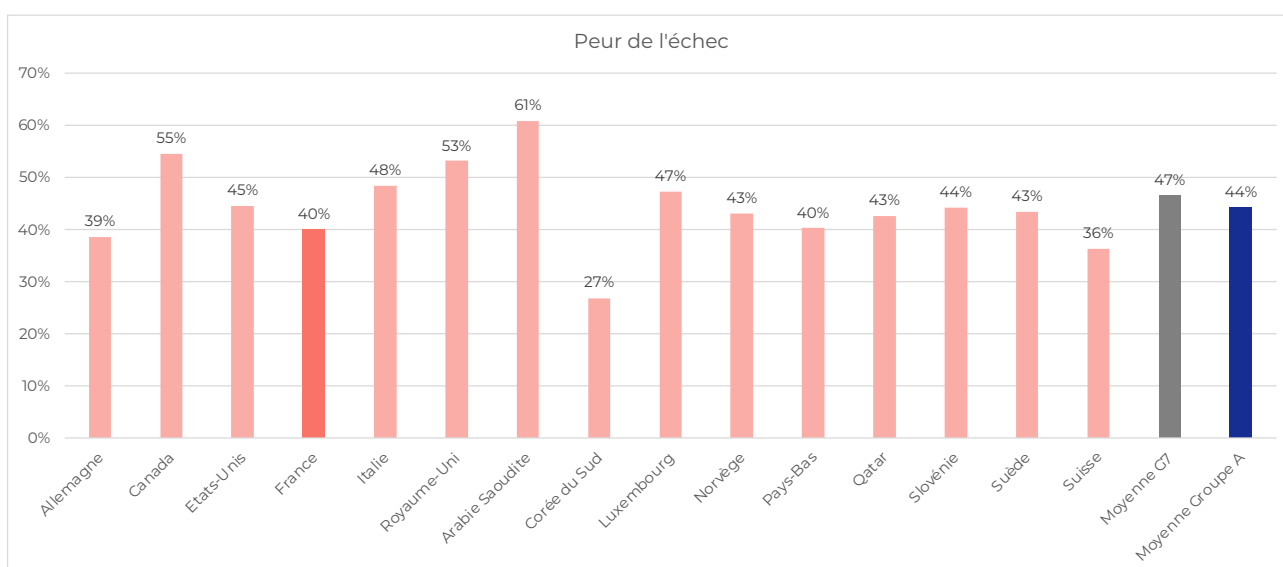


Figure 15. La peur de l'échec comme frein à la dynamique entrepreneuriale

entrepreneuriale. Le GEM propose d'analyser les sentiment de compétence et introduit la notion de talent entrepreneurial.

SENTIMENT DE COMPÉTENCE

D'après le consortium GEM, le sentiment de compétence 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

d'avantage 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 16) pourrait alors davantage refléter une croyance personnelle en des aptitudes plutôt qu'une évaluation impartiale.

Tout comme en 2022, une personne interrogée sur deux (50%) se sent capable d'entreprendre. La France se situe dans la moyenne des pays du G7 mais se classe en 10^e position sur 15 parmi les pays du groupe A.

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.

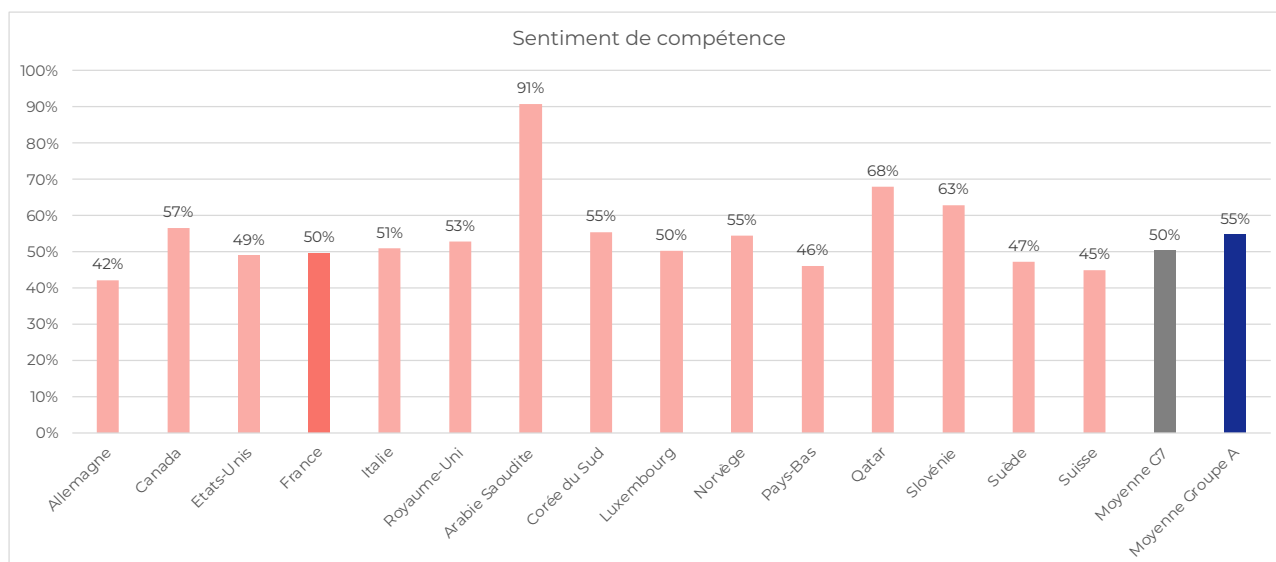


Figure 16. Le sentiment d'être compétent pour entreprendre

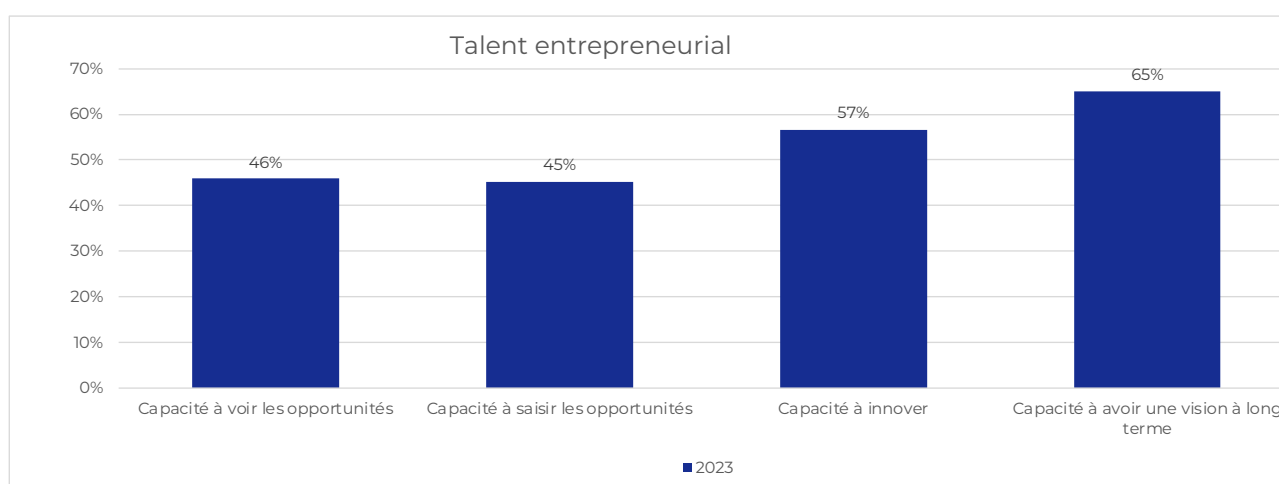


Figure 17. Le talent entrepreneurial ou les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial

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 17) au travers de quatre dimensions issues de la littérature :

1. Capacité à voir les opportunités⁶ : « vous voyez rarement des opportunités d'affaires, même si vous êtes très bien informé dans ce domaine » ;

2. Capacité à saisir les opportunités⁷ : « même lorsque vous repérez une opportunité rentable, vous agissez rarement en conséquence » ;

3. Capacité à innover : « les autres personnes pensent que vous êtes très innovant » ;

4. Capacité à avoir une vision long terme : « chaque décision que vous prenez fait partie de votre plan de carrière à long terme ».

Près d'un répondant sur deux se déclare en capacité de voir les opportunités (46%) et de les saisir (45%). Les capacités à innover (57%) et à avoir une vision à long terme (65%) se situent à

⁶ Compte-tenu de la formulation négative de ces deux questions, nous avons choisi de présenter le % de répondants en désaccord avec l'affirmation.

⁷ Compte-tenu de la formulation négative de ces deux questions, nous avons choisi de présenter le % de répondants en désaccord avec l'affirmation

un niveau beaucoup plus élevé. Si les résultats sont stables sur ces trois dernières années en France, la comparaison internationale est limitée par l'absence de données pour 6 des 15 pays du groupe A.

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 trop 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 18).

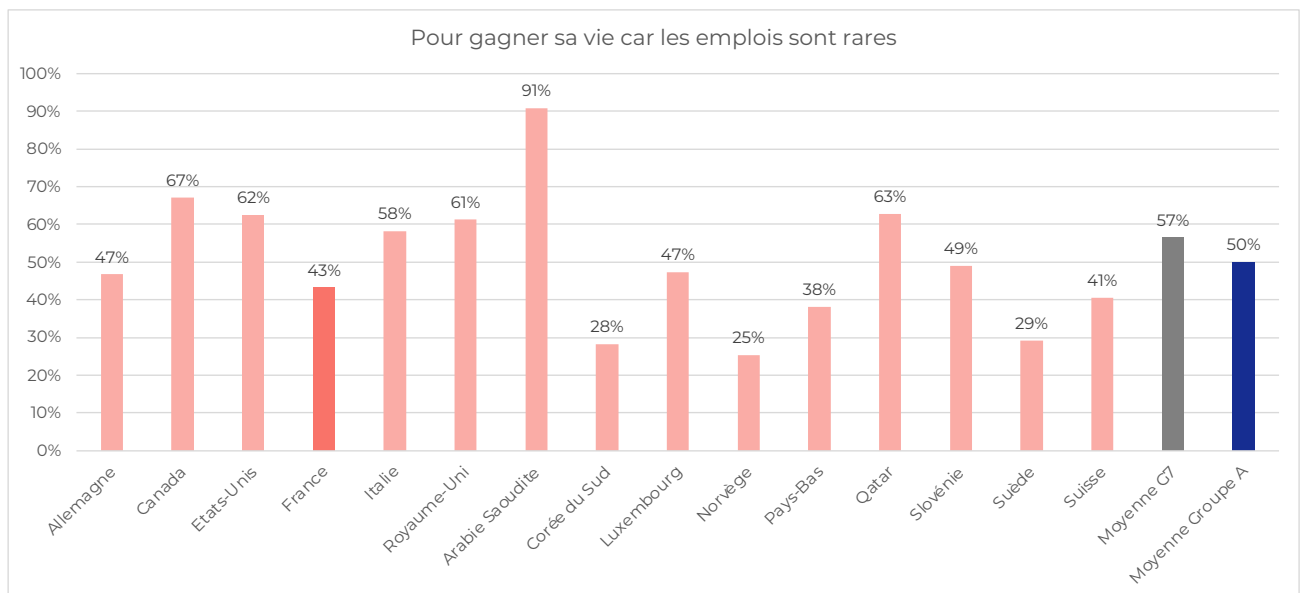


Figure 18. Les motivations pour entreprendre – Gagner sa vie car les emplois sont rares

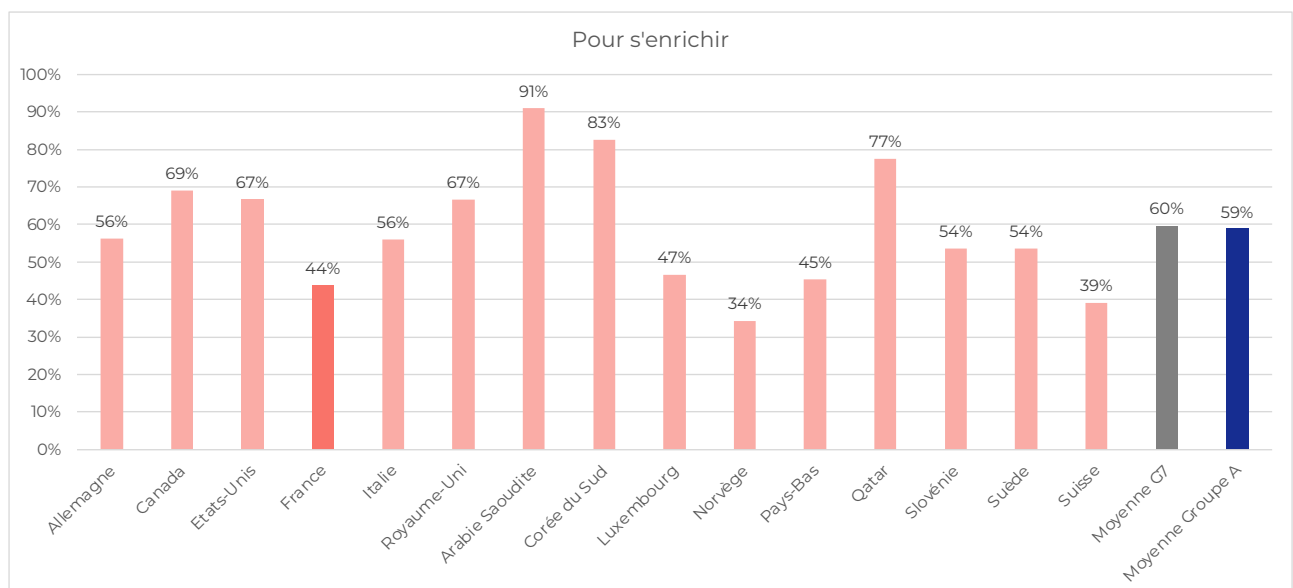


Figure 19. Les motivations pour entreprendre – S'enrichir

- Pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé (Figure 19).
- Pour perpétuer une tradition familiale (Figure 20).
- Pour faire une différence/avoir un impact dans le monde (Figure 21).

En 2023, la hiérarchie des motivations pour entreprendre est modifiée et la motivation « **pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé** » devient la motivation principale, exprimée par 44% des personnes interrogées, juste devant la motivation « **pour gagner sa vie, car les emplois sont rares** » exprimée par 43% des personnes interrogées. Depuis 2021, la motivation liée à l'enrichissement n'a cessé de croître, passant de 39% à 44% tandis que la motivation liée à la nécessité n'a cessé de décroître, passant de 51% à 43%, mais ces deux indicateurs restent de loin plus faibles que la moyenne du G7 et du Groupe A.

Les deux autres motivations sont beaucoup plus en retrait pour la France. La motivation pour « **perpétuer une tradition familiale** » est faible pour la France et en déclin (de 23% en 2021 à 17% en 2023). Ce résultat est révélateur de la démocratisation de l'entrepreneuriat.

Dans des pays ayant une tradition d'entreprise familiale comme le Canada (42%), les Etats-Unis (35%), et l'Allemagne (31%), ces pourcentages sont beaucoup plus élevés.

La création d'entreprise motivée par la **volonté de faire une différence dans le monde** n'est exprimée que par 20% des entrepreneurs interrogés, en diminution par rapport à 2021 (26%) et 2022 (24%) et en décalage avec la moyenne des pays du groupe A (47%) et du G7 (48%). Ce résultat pour la France interroge.

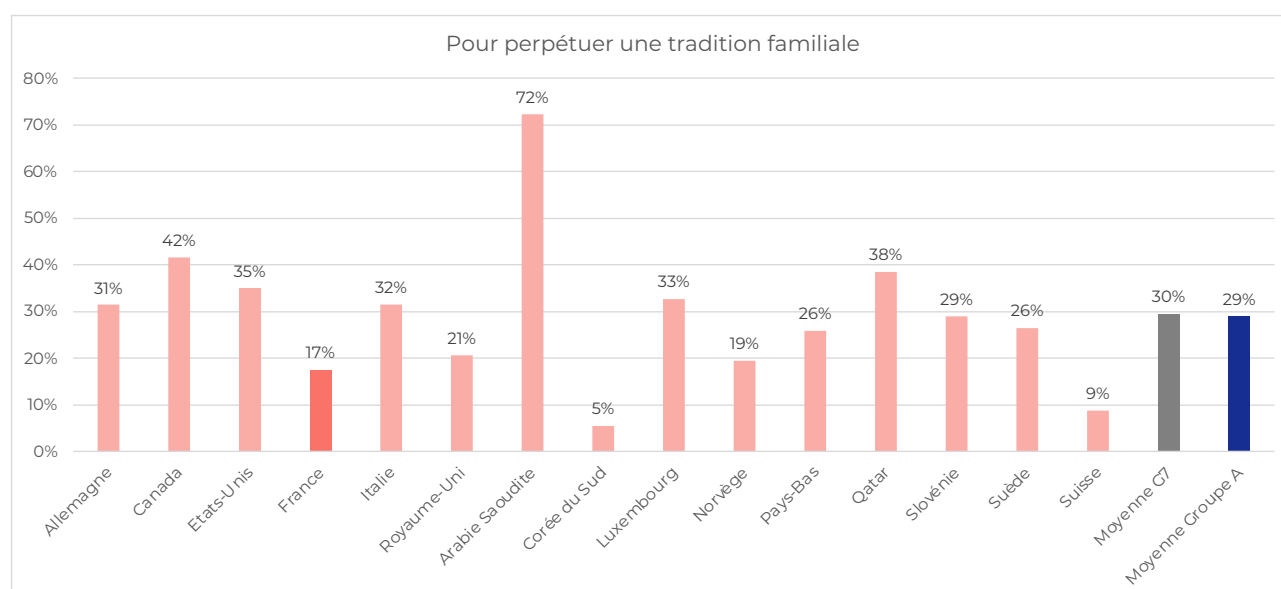


Figure 20. Les motivations pour entreprendre - Perpétuer une tradition familiale

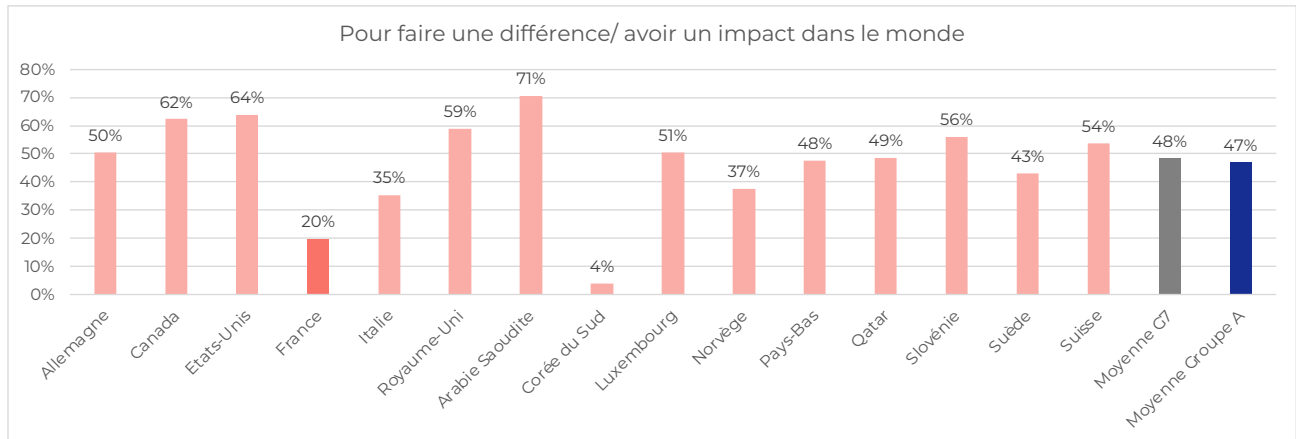
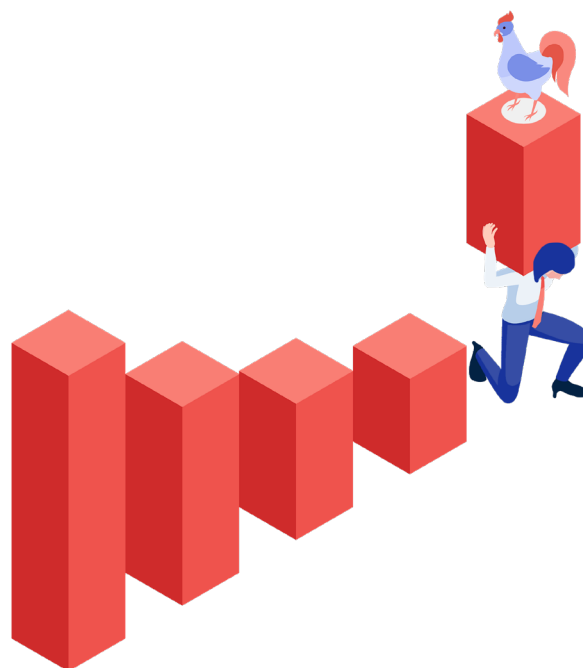


Figure 21. Les motivations pour entreprendre - Faire une différence/avoir un impact dans le monde

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). 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** (Figure 2).

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 3) :

- 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, entrepreneur établi, correspond au % d'entrepreneurs bien établis dans leur activité ; ils ne sont pas intégrés au TAE.

Enfin, le modèle GEM intègre la fin du processus entrepreneurial par 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. Ce taux, en augmentation les années précédentes, connaît entre 2022 et 2023 une baisse d'1,6 points (18,8% en 2022 vs 17,2% en 2023) pour revenir quasiment au niveau enregistré en 2021 (16,9%) (Figure 22).

L'intention entrepreneuriale témoigne d'un désir d'entreprendre qui pourra se matérialiser dans les années à venir, c'est la raison pour laquelle cette baisse de l'intention entrepreneuriale n'a pas encore été répercutée sur le TAE 2023 (10,8%). Au contraire, on observe une augmentation du taux de concrétisation (rapport entre TAE et intention) qui passe de 38% à 59%.

Malgré cette baisse constatée sur l'année 2023, la position de la France parmi les membres du G7 est intéressante et témoigne d'une bonne acculturation à l'entrepreneuriat.

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

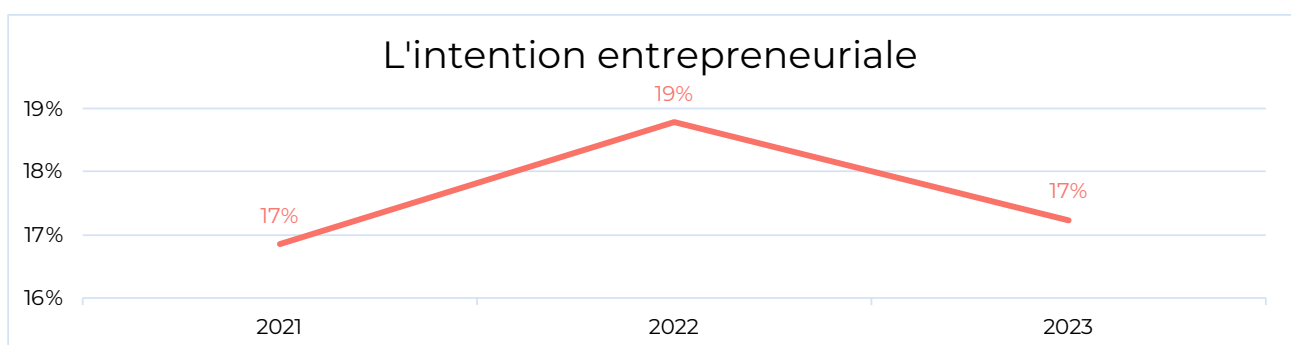


Figure 22. Évolution de l'intention entrepreneuriale (2021-2022)

Certainement poussée par une volonté de promotion de l'entrepreneuriat par les pouvoirs publics, une médiatisation plus importante des parcours entrepreneuriaux et par les parcours de formation dédiés. La France (17%) se situe au-dessus de la moyenne des pays du G7 (16%), et surpasse l'Italie (14%), le Royaume-Uni (13,9%) et l'Allemagne (11,7%). Comme l'année précédente, le niveau d'intention entrepreneuriale se situe juste en dessous de celui des Etats-Unis (17,9%) et celui du Canada (24,1%). Néanmoins, lorsqu'on compare ces taux à ceux de l'ensemble des pays les plus riches, le Qatar (47%), l'Arabie Saoudite (42%) et la Corée du Sud (34%) se distinguent par des taux notablement plus hauts (Figure 23).

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 (18 à 64 ans). 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 24) : 5,2% en 2012, 9,2% en 2022, il atteint 10,8%

en 2023 (+1,6 points). Ce taux reste relativement élevé, au regard du contexte géopolitique et économique difficile sur l'année 2023 (crise énergétique, inflation, etc.).

L'évolution de ce taux sur le plan national est intéressante car elle traduit une dynamique et une progression. Toutefois, ce taux est toujours en dessous de la moyenne du G7 qui se situe autour de 12,2%, et de la moyenne des pays les plus riches (12%) (Figure 25).

Un élément notable concerne toutefois le différentiel entre l'intention entrepreneuriale qui représente le désir d'entreprendre et le taux de concrétisation de cette intention qui peut se mesurer avec l'activité d'entrepreneurs émergents (TAE). Les pays présentant le différentiel le plus important sont ceux dont les taux d'intention entrepreneuriale sont particulièrement élevés. En effet, la Corée du Sud présente une différence de 23,8 points entre son intention et son TAE ; le Qatar une différence de 32,7 points et l'Arabie Saoudite de 16,7 points. Finalement, les Etats-Unis, le Canada et la France se distinguent par une concrétisation plus forte avec des différences respectives entre intention et TAE de 3,3 ; 4,2 points ; et 6,2 points.

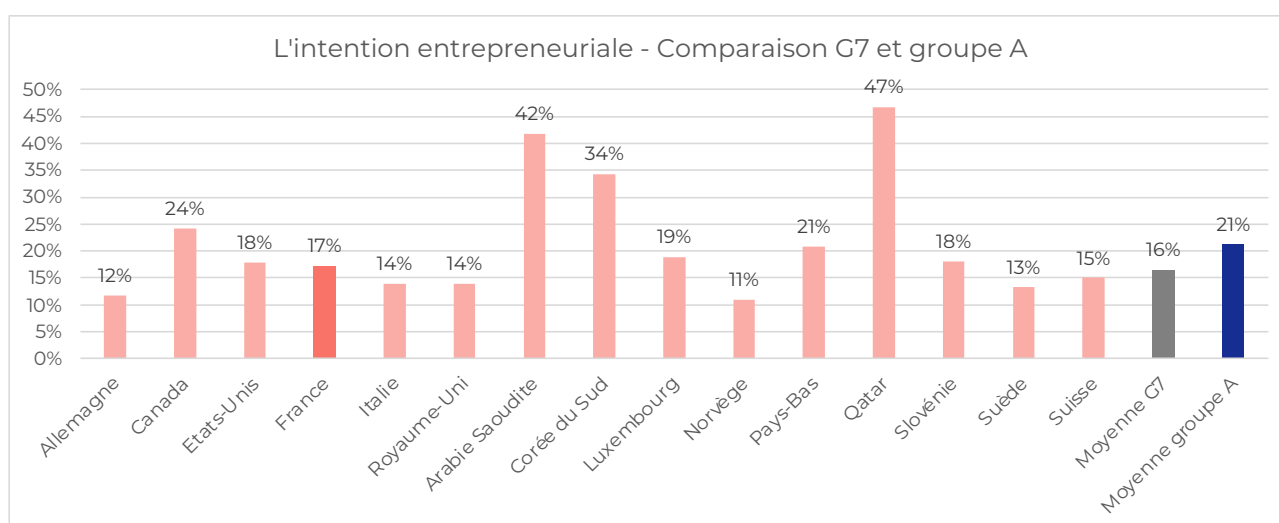


Figure 23. L'intention entrepreneuriale parmi les pays membres du groupe A et du G7

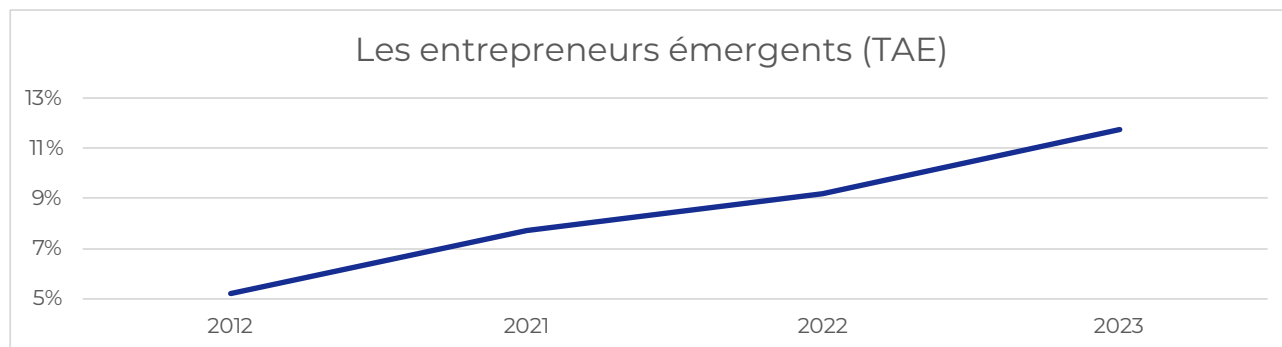


Figure 24. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE)

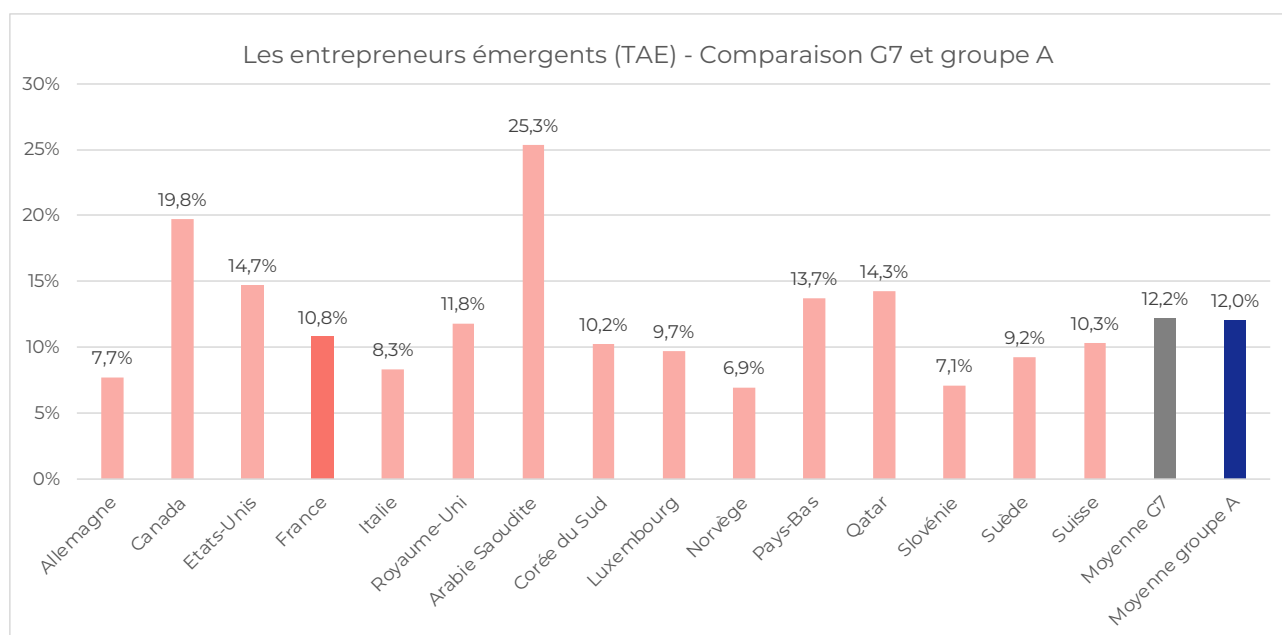


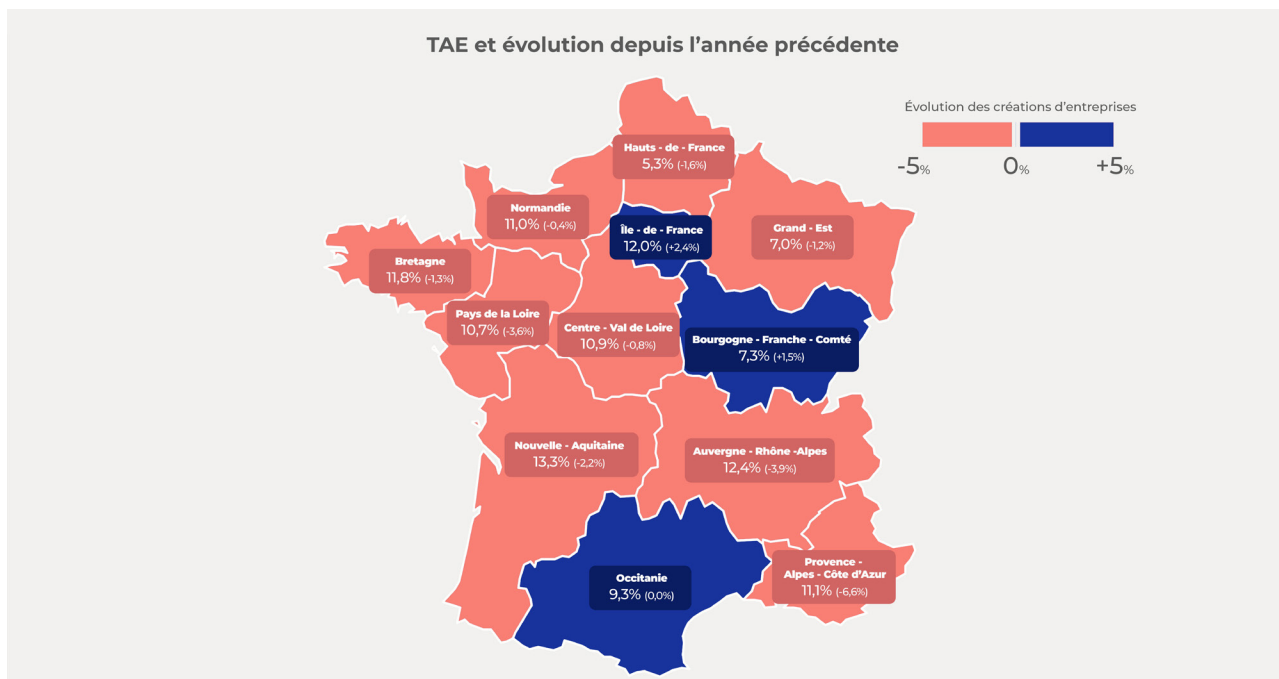
Figure 25. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE) - comparaison G7 et groupe A

Il peut être intéressant d'analyser le TAE au niveau régional⁸ (Carte 1). Les trois régions les plus dynamiques en termes de TAE sont : Nouvelle Aquitaine (13,3%), Auvergne-Rhône-Alpes (12,4%) et Ile de France (12,0%). On note un recul pour la région PACA qui occupait la première place en 2022 (11,1% en 2023 vs 12,63% en 2022).

Toutefois, si le dynamisme français au démarrage est notable, le pourcentage d'entrepreneurs établis dans le classement international classe la France en avant-dernière position des pays du G7 (Figure 26). Avec un taux d'entrepreneurs établis s'élevant

à 4,6 %, la France se situe loin des pays anglo-saxons (Canada avec un taux de 7,8%, Etats-Unis avec un taux de 6,7% et Royaume-Uni avec un taux de 6,3%). Et encore plus loin de pays comme l'Arabie Saoudite (13,6%) et la Corée du Sud (19,7%) qui occupent les deux premières places du classement. Malgré des différences significatives entre la France et ces différents pays, on peut tout de même noter une progression importante entre l'année 2022 et 2023 puisque le taux d'entrepreneurs établis augmente notablement, passant de 2,9% à 4,6%. Cette croissance est certainement portée par l'augmentation du nombre d'entrepreneurs émergents d'année en année.

⁸ Les DOM/TOM et la Corse ne sont pas pris en compte en raison d'un manque de représentativité statistique.



Carte 1. TAE par région et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2023 (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 2023 (entre parenthèses) - Ex : En 2023 en Île de France, le taux d'activité entrepreneuriale (TAE) est de 12,0% et le nombre de créations d'entreprise augmente de 2,4%

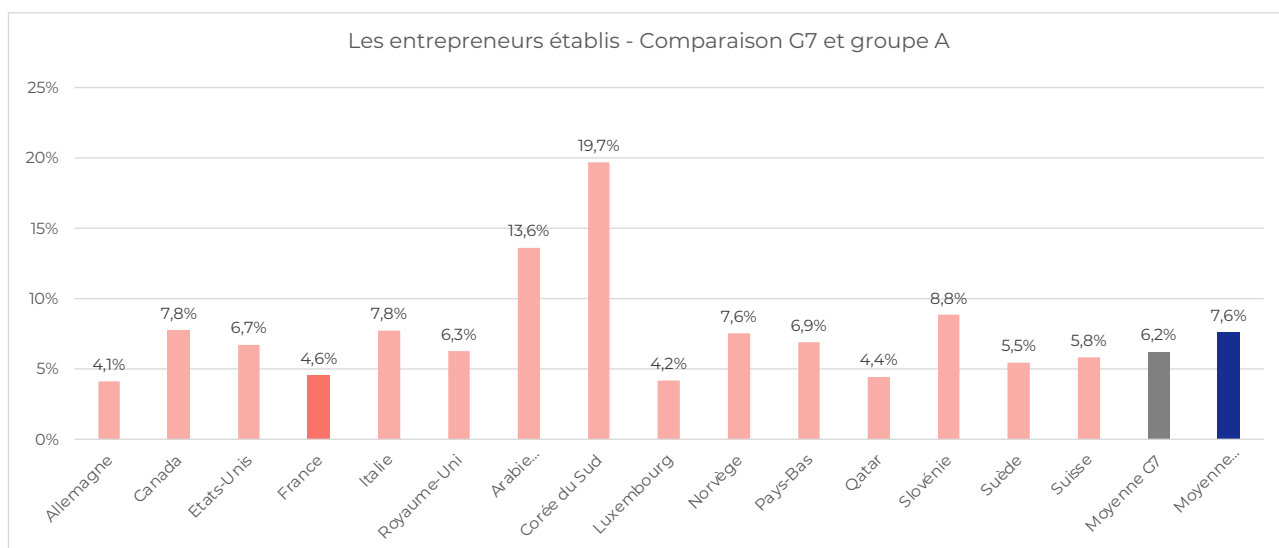


Figure 26. Le taux d'entrepreneurs établis parmi les pays membres du groupe A et du G7

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 2023, le pourcentage de personnes confrontées à une sortie entrepreneuriale avec un arrêt d'activité est de 2,3% contre 2,2% en 2022. Ce pourcentage

de sortie entrepreneuriale avec continuité d'activité est stable entre 2022 et 2023 autour de 1,2%. Avec un taux total de sortie de 3,5% (Figure 27), la France se situe en dessous de la moyenne du G7 (4,8%), loin derrière le Qatar (9,6%) et le Canada (10,2%).

La sortie entrepreneuriale présente un caractère ambivalent car elle peut s'inscrire dans une

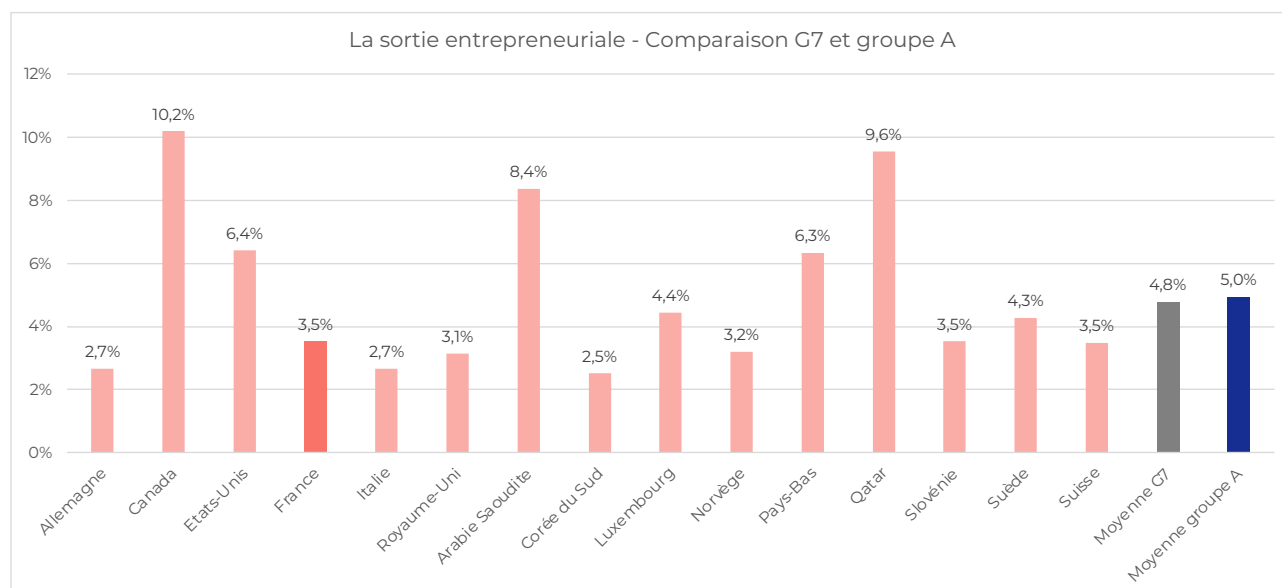


Figure 27. La sortie entrepreneuriale avec et sans poursuite de l'activité parmi les membres du groupe A et du G7

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. 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.

Examinons maintenant plus en détails les motifs de sortie entrepreneuriale (Figure 28). Les motifs de sortie entrepreneuriale sont variés, les trois principales raisons de sortie en France sont les mêmes qu'en 2022 : en première position le fait que l'activité ne soit pas rentable (18,3% en 2023 vs 19,9% en 2022), en deuxième position une opportunité d'emploi ou d'investissement

(17,0% en 2023 vs 19,7% en 2022) et enfin en troisième position pour raisons familiales (12,6% en 2023 vs 15,6% en 2022). En revanche, on observe une augmentation entre 2022 et 2023 du motif « Pandémie de coronavirus » de 5,6% à 10,2% qui peut être mise en relation avec l'augmentation continue de sorties pour des raisons « fiscales, gouvernementales ou bureaucratiques » (3,9% en 2021, 7,3% en 2022 et 8,3% en 2023).

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.

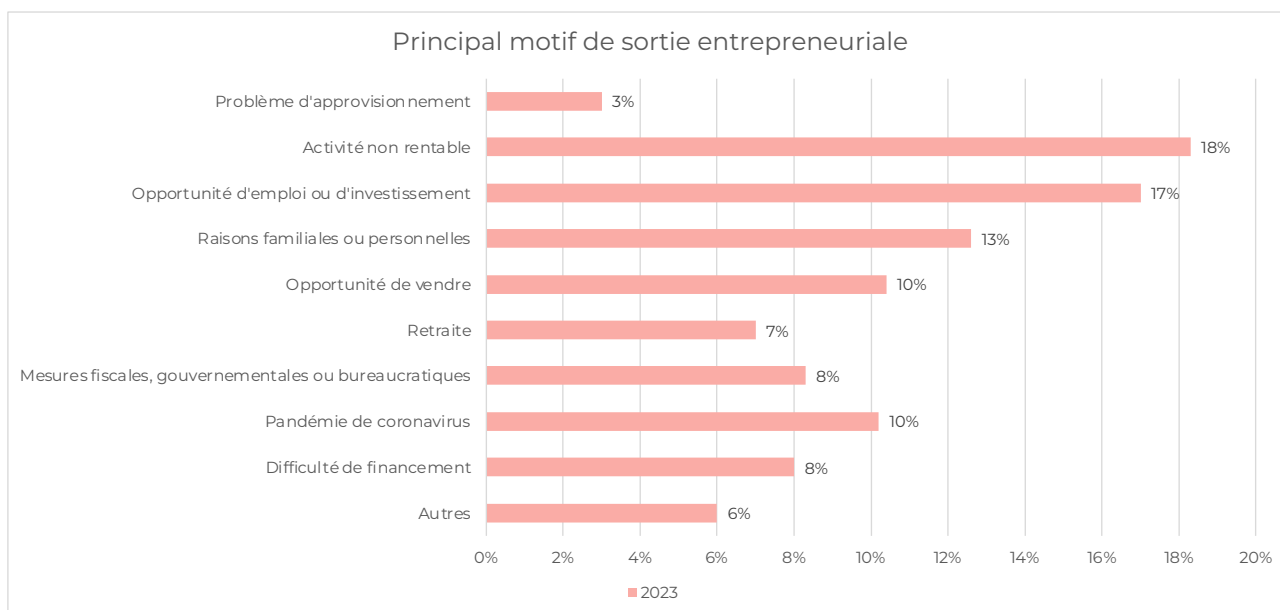


Figure 28. Les raisons à l'origine de la sortie entrepreneuriale

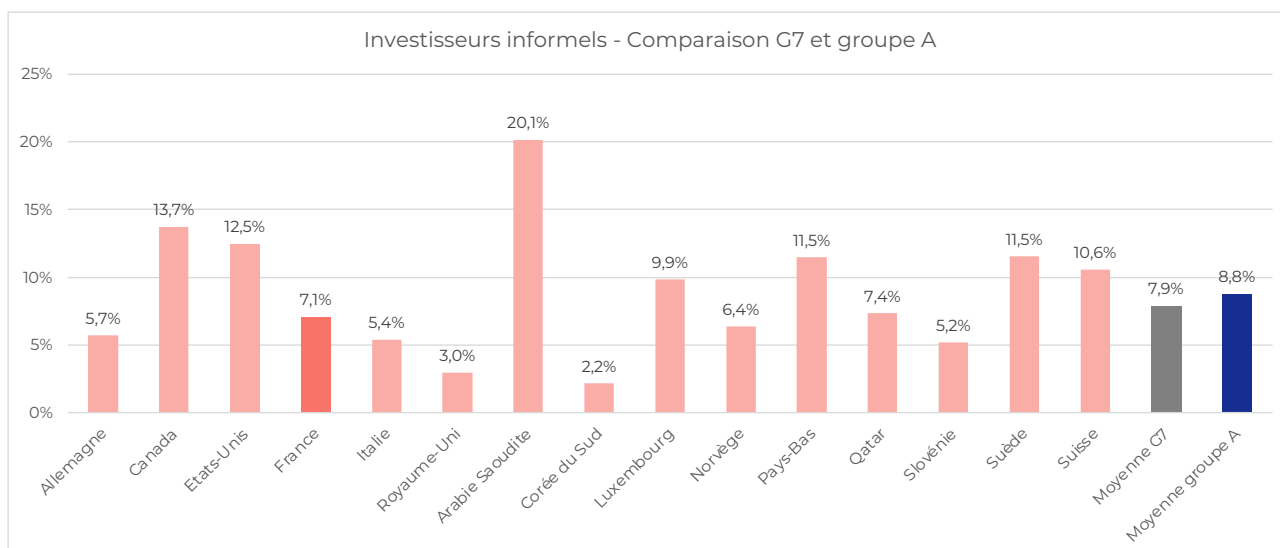


Figure 29. Le pourcentage d'investisseurs informels parmi les pays membres du groupe A et du G7

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, 7,1% contre 5,3% en 2022.

Elle se situe dans la moyenne des pays du G7 (Figure 29). Cette augmentation en volume s'accompagne d'une augmentation en valeur du montant des investissements (Figure 30). Pour autant, avec un investissement moyen de 13 378€ (8 317€ en 2022), la France se classe dans les montants investis les plus faibles en comparaison des États-Unis (28 422€), du Luxembourg (53 030€) ou encore du Qatar (59 085€).

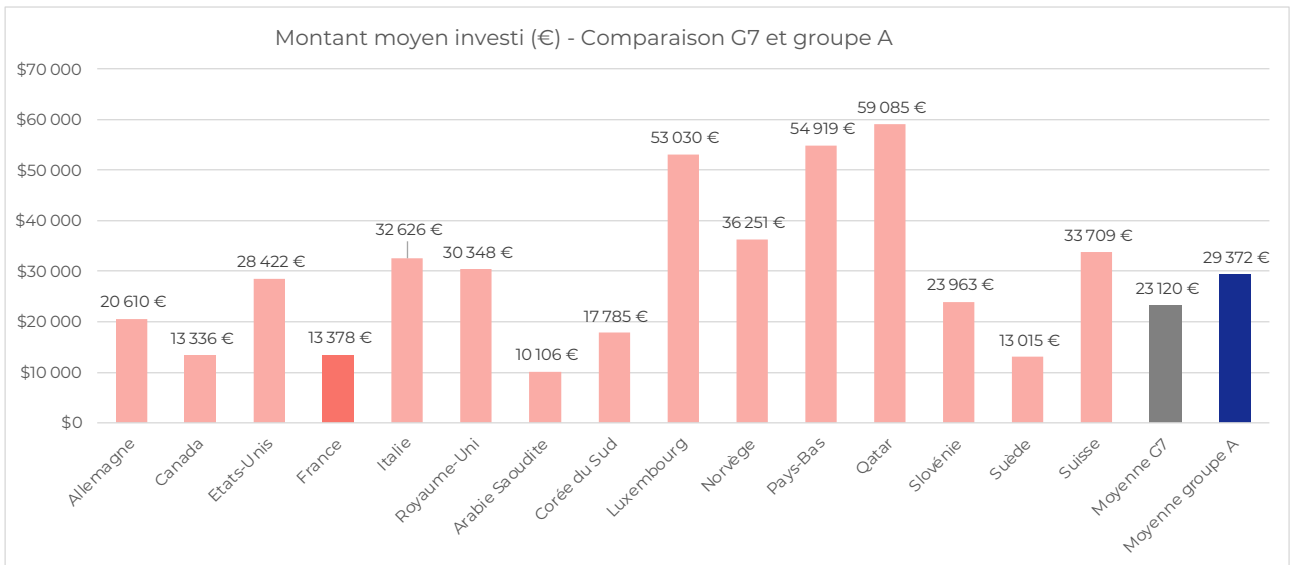


Figure 30. Le montant moyen investi par les investisseurs informels parmi les pays membres du groupe A et du G7

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, la part des entrepreneurs émergents indiquant avoir des clients à l'étranger n'a pas

changé entre 2022 et 2023, elle est toujours de plus d'un tiers (33%) (Figure 31). Toutefois, la position de la France par rapport aux autres membres du G7 a baissé puisque la France passe en 3^e position (1^{ère} position en 2022) derrière l'Allemagne (41%) et le Royaume-Uni (36%). Dans le groupe A, les deux pays dont les entrepreneurs émergents sont le plus tournés vers l'international sont le Luxembourg (57%) et la Slovénie (50%) (Figure 31 bis).

Pour les entreprises établies, les résultats sont plus élevés, en effet l'activité tournée vers l'international monte à 42% et augmente presque du double (Figure 32). Ce qui classe

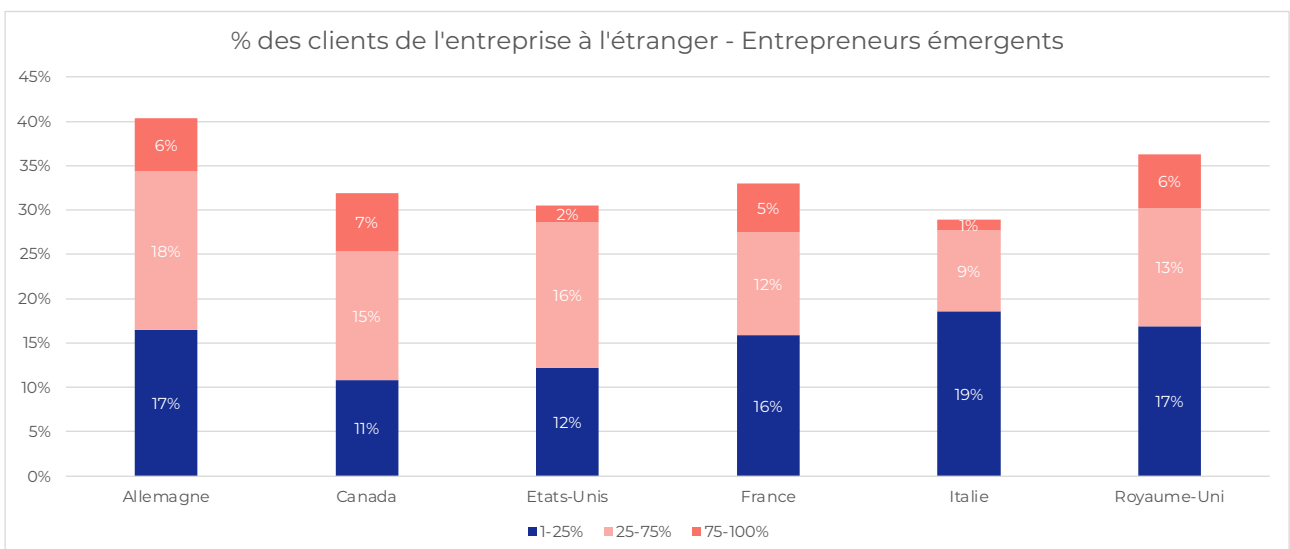


Figure 31. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du G7

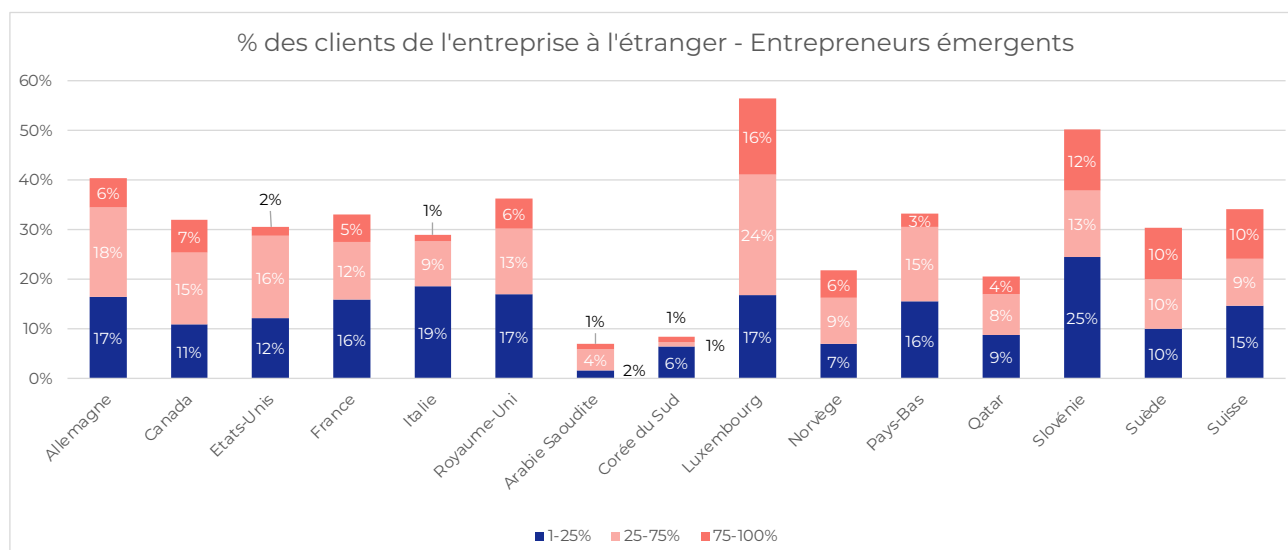


Figure 31bis. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du groupe A

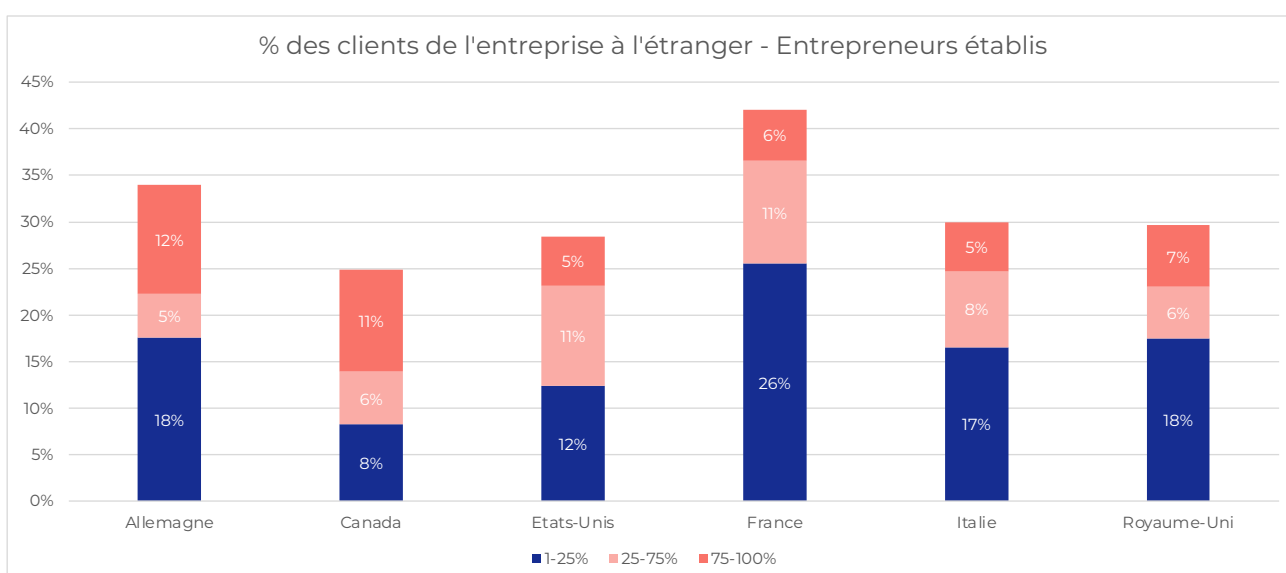


Figure 32. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du G7

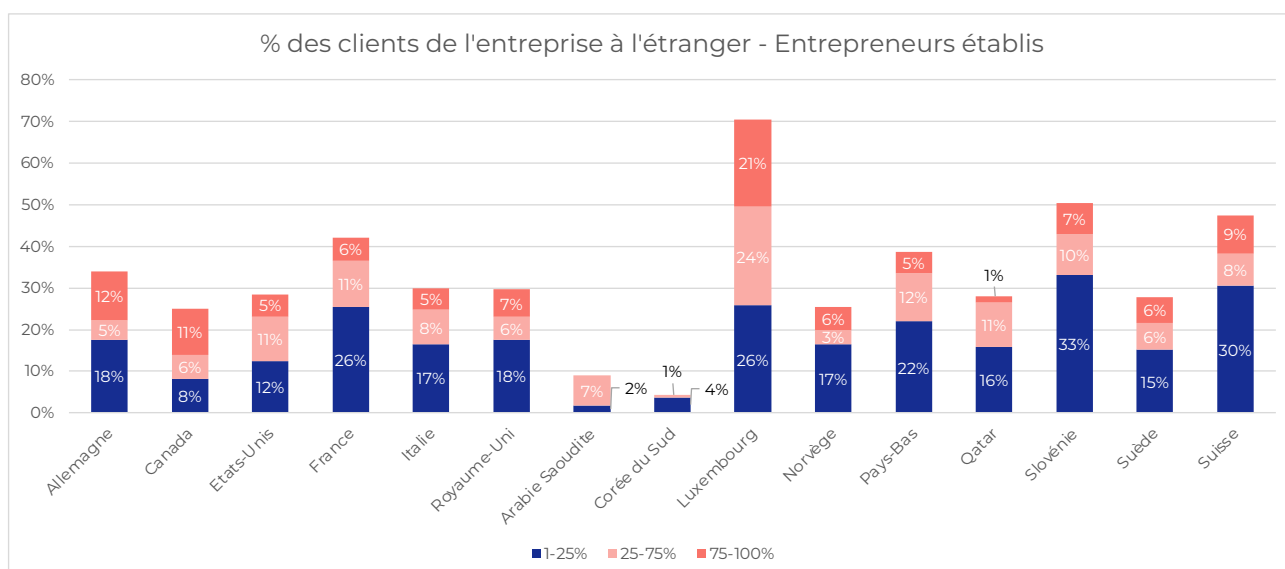


Figure 32bis. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du groupe A

la France en 1^{ère} position des pays du G7, elle reste néanmoins derrière le Luxembourg et la Slovénie qui occupent une nouvelle fois les deux premiers rangs des pays tournés vers l'international pour cette population (Figure 32 bis).

L'activité entrepreneuriale selon l'âge et le genre

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, en mettant successivement en lumière les différences en fonction du genre et de l'âge. L'analyse portera uniquement sur l'étude APS.

Si l'intention entrepreneuriale est restée stable chez les hommes (19,1% en 2023 contre 19% en 2022), elle a fortement diminué pour les femmes (15,4% en 2023 contre 18,6% en 2022).

Cependant, ce taux reste supérieur à celui observé en 2021 (14,7%). Cette baisse de 3,2 points pour les femmes en 2023, contre une hausse de 0,1 point pour les hommes, tend à nous éloigner de l'objectif de parité, tout du moins en termes de projets entrepreneuriaux à venir.

En revanche, le passage à l'acte (TAE) chez les femmes est en nette augmentation 9,0% contre 7,2% en 2022. Cette évolution favorable s'explique en partie par l'augmentation dans les années passées de l'intention entrepreneuriale chez les femmes. En effet, il y a un décalage temporel qui s'explique par le fait que l'intention s'apprécie sur les trois années à venir. Dès lors, on peut s'interroger sur l'évolution future du TAE chez les femmes compte tenu de la baisse actuelle de l'intention. L'écart entre homme et femme reste relativement stable d'une année sur l'autre, avec une légère diminution en 2023 (3,5 points en 2023 et 3,9 points en 2022).

La part d'entrepreneurs établis dans la

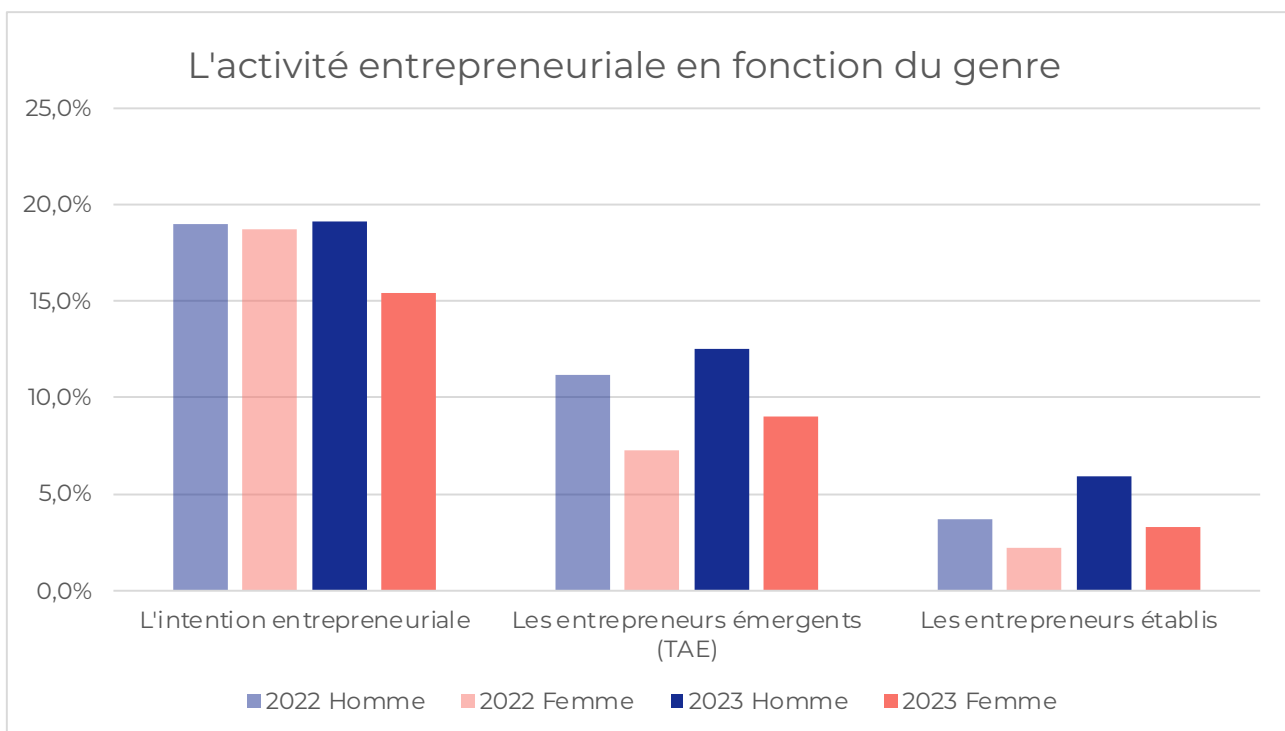


Figure 33. Les niveaux d'activité entrepreneuriale : une comparaison homme-femme

population de 18 à 64 ans augmente chez les hommes et passe de 4,3% à 5,9%. On constate le phénomène inverse chez les femmes avec une baisse (3,3% contre 3,7% en 2022). Ce résultat interroge sur la pérennité des projets portés par des entrepreneures et de nouveau sur l'éloignement de l'objectif de parité. Le rapport entre ces deux taux qui permet d'apprécier la parité était de 76,7% en 2022 et il n'est plus que de 62,7% en 2023.

Il existe une relation décroissante entre l'intention entrepreneuriale et l'âge. 25,0% des 18-24 ans déclarent avoir l'intention de créer une entreprise dans les 3 prochaines années. Ils ne sont plus que 9,6% pour la tranche des 55-64 ans. La tranche d'âge des 25-34 ans exprimaient en 2022 la plus forte intention (28%), ce n'est plus le cas en 2023 (23,7%).

La relation entre âge et TAE est un peu différente. Le TAE est le plus élevé pour la tranche des 25-34 ans (15,5%) et décroît ensuite. Pour cette tranche d'âge, on observe même une progression de 13,6% à 15,5% entre 2022 et 2023. Cette progression est encore plus marquée pour les 18-24 ans (8,3% vs 11,6%) qui sont en proportion autant engagés que leurs aînés de la tranche 35-44 ans (11,7%).

Pour les entrepreneurs établis, la situation est très différente. Les taux sont les plus faibles pour les deux premières tranches d'âge. Les taux sont les plus élevés pour les 35-44 ans (6,8%) et les 55-64 ans (5,8%).

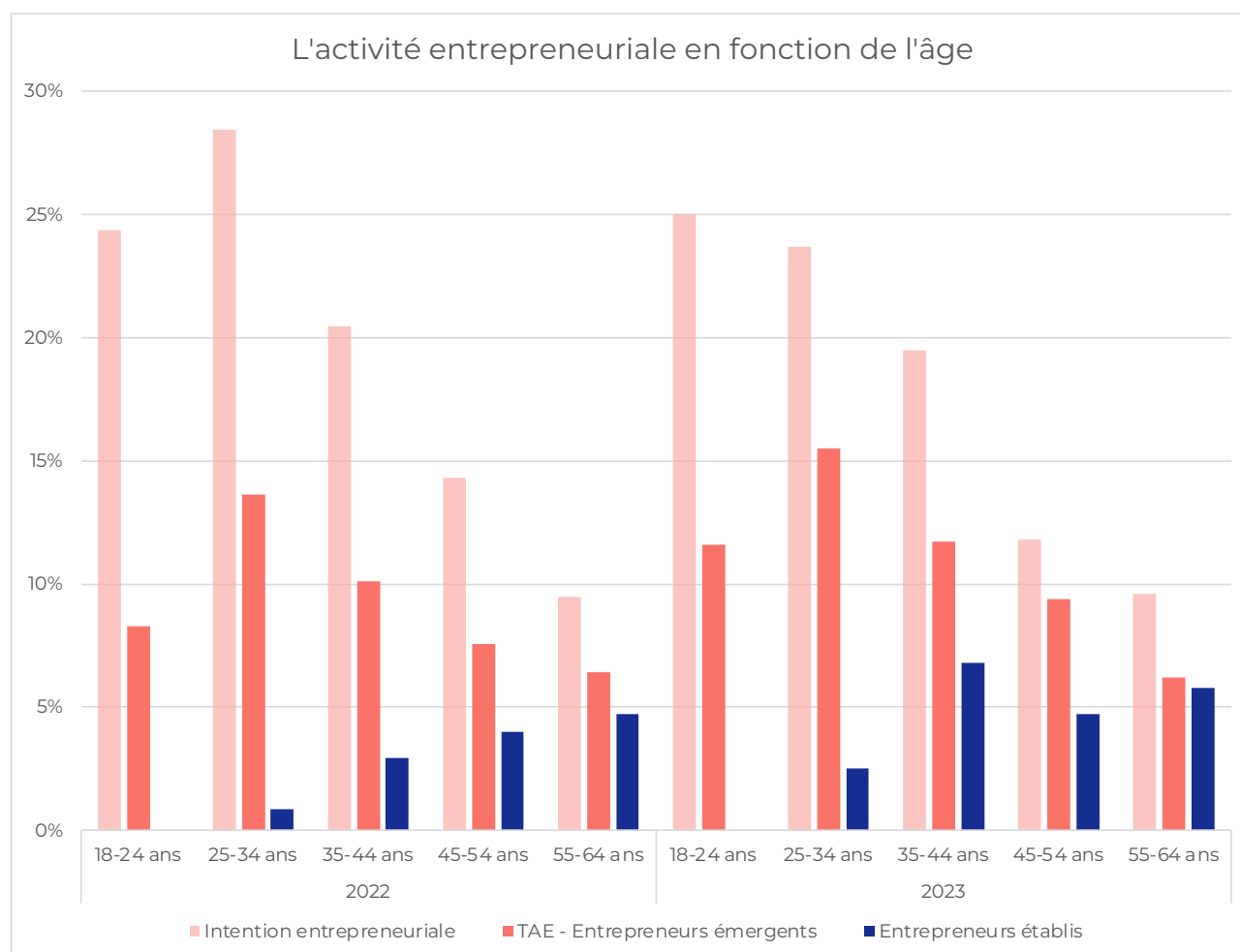


Figure 34. L'activité entrepreneuriale en fonction de l'âge

Conclusion et propositions

Ce rapport rédigé par le Labex Entreprendre marque les 25 ans du Global Entrepreneurship Monitor. Il permet de cerner l'évolution de la situation entrepreneuriale française de façon comparée. Les résultats sont cohérents avec les données issues de l'INSEE (2024) qui mettent en avant le dynamisme de la création d'entreprise. 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 moyenne en retrait par rapport aux pays anglo-saxons.

Les experts mobilisés pour analyser l'écosystème entrepreneurial considèrent que le contexte est contrasté et à peine favorable. Ils alertent 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 nuancer cette représentation. L'entrepreneuriat est perçu plus que jamais comme un choix de carrière souhaitable et les personnes côtoient de plus en plus d'entrepreneurs dans leur entourage. Cette situation favorable se traduit en termes d'activité entrepreneuriale. Le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE) continue sa progression engagée depuis une dizaine d'années.



L'analyse de la diversité en termes de genre et d'âge aboutit également à une représentation encourageante mais avec des points d'amélioration possibles. Le rapport souligne à la fois l'évolution positive de l'activité entrepreneuriale des jeunes et met en lumière l'évolution positive du TAE des femmes mais avec un écart persistant avec celui des hommes.

Cette situation contrastée 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 trois principales propositions.

1- Promouvoir l'esprit d'entreprendre au primaire et secondaire

L'étude NES révèle une nouvelle fois la faiblesse de la France par rapport aux autres pays les plus riches en matière de promotion de l'entrepreneuriat au primaire et au secondaire, la France se classant en dernière position (16^e sur 16). Les experts interrogés jugent les actions entreprises dans ce domaine comme largement insuffisantes. La France semble très en retard face à des territoires comme le Québec qui ont introduit, depuis plus d'une vingtaine d'années, l'entrepreneuriat dans leurs programmes au primaire et au secondaire. Même s'il existe de nombreuses initiatives, cette question semble reléguée au second plan. Le positionnement peu favorable de la France dans des classements, comme le Programme international pour le suivi des acquis des élèves (PISA), incite à donner la priorité aux enseignements fondamentaux et à négliger la promotion de l'entrepreneuriat. Cependant, il est essentiel de comprendre que ce n'est pas seulement l'acte d'entreprendre, mais surtout l'esprit d'entreprendre, qui doit être encouragé. Cet état d'esprit peut tout à fait être intégré aux enseignements fondamentaux à travers des approches pédagogiques innovantes.

Malgré ces défis, la France dispose de nombreux acteurs engagés dans la promotion de l'entrepreneuriat dès le primaire et le secondaire. Il est crucial d'établir un inventaire des pratiques existantes et d'évaluer leur impact, tout en mettant en place un dispositif de coordination plus efficace au niveau local et national, sur le modèle des Pépite (Pôle Etudiant pour l'innovation le Transfert et l'Entrepreneuriat) qui ont fait leurs preuves

dans l'enseignement supérieur. Nous avons précédemment proposé la tenue d'assises de l'éducation entrepreneuriale au niveau du primaire et du secondaire. Il serait bénéfique de réunir les acteurs de l'écosystème de l'éducation entrepreneuriale pour élaborer une stratégie nationale ambitieuse visant à renforcer l'esprit d'entreprendre chez les plus jeunes.

2- Agir pour l'entrepreneuriat féminin

Les résultats sont contrastés concernant l'entrepreneuriat féminin. Le total de l'activité entrepreneuriale connaît une nette progression. Cette progression du TAE est plus forte pour les femmes (9,0% en 2023 vs 7,2% en 2022) que pour les hommes (12,5% en 2023 vs 11,1% en 2022), ce qui contribue à réduire légèrement l'écart qui s'était creusé en 2022. En revanche, si le taux d'entrepreneurs établis augmente chez les hommes, passant de 4,3% à 5,9%, on constate le phénomène inverse chez les femmes avec une baisse (3,3% contre 3,7% en 2022). Par rapport aux 15 pays les plus riches, la France occupe une position moyenne (8^e position pour le TAE et 11^e pour le taux d'entrepreneurs établis).

Les efforts réalisés pour combler l'écart entre femmes et hommes ne sont pas suffisants. Nous avons fixé un objectif de 10% pour le TAE en 2025. Ce taux est passé à 9% en 2023. Nous pensons qu'il convient d'être plus ambitieux pour ce taux mais surtout pour le taux d'entrepreneurs établis. L'enjeu est de construire une stratégie nationale pour faire progresser le total de l'activité entrepreneuriale émergente des femmes et la part d'entrepreneurs établis. Cette stratégie 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 11 à 12% et un taux d'entrepreneurs établis de 4 à 5%, la France se rapprocherait ainsi de la parité. L'atteinte de ces objectifs supposent de mieux comprendre les facteurs qui freinent le passage à l'acte et sans doute aussi de repenser l'accompagnement.

3- Faciliter et accompagner l'accès aux marchés

L'étude NES met en lumière de nouveau les difficultés auxquelles sont confrontés les entrepreneurs dans leur accès aux marchés. Ce handicap de la nouveauté qui est inhérent à toutes formes de créations d'entreprises est pourtant plus marqué dans le contexte français. Pour les deux items permettant d'apprécier la facilité d'accès au marché, la France occupe une position défavorable : 14^e/16 pour le manque de dynamisme des marchés et

10^e/16 pour l'existence de barrières à l'entrée.

Les pouvoirs publics et les grandes entreprises peuvent jouer un rôle de facilitateur voire d'accélérateur. 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. La loi de finance de 2024 va dans ce sens pour les jeunes entreprises innovantes. Par ailleurs, les nouveaux entrepreneurs doivent bénéficier d'une formation et d'un accompagnement pour les aider dans leur stratégie marketing et commerciale. L'atteinte de cet engagement suppose que l'accompagnement entrepreneurial soit plus accessible et que le contenu soit plus tourné vers le développement des marchés.

Remerciements

Nous souhaitons remercier l'Université de Montpellier, le Labex Entreprendre 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.

AFENNICH, Mohamed

ALLEGRE, Thierry

ANDREU, David

ASQUIN, Alain

BERGER-DOUCE, Sandrine

BERRAHMA, Stéphanie

BONELLO, Sylvie

BRIAND, Alexandre

CARAFFINI, Evelyne

CARRE, Nathalie

CATANZARO, Alexis

COURTOT, Olivier

CUREL, Christian

DUFFAULT, Loïc

FABA, THIERRY

FOURQUET, Philippe

FRIANG, Thomas

GALLO, Jean-Claude

GAUDEL, Pierre-Jean

GIRBEAU-GRIMOIN, Marie-Hélène

HEBINGER, Grégory

LANET, Frédéric

LAOUKIRI, Mustapha

LÉGER-JARNIOU, Catherine

MARIAU, Gregoire

MARION, Stéphane

MAUS, Amandine

MUTRICY, Philippe

PACHE, Gilles

PIERRE, Antoine

RAMADIER, Francis

SAGNA, Awa

SATTIN, Jean-François

SCHMITT, Christophe

SIAGHI, Nabil

SOUBIGOU, Geraldine

THANACOODY, David

TIERSEN, Valérie

TOUCHARD LE DRIAN, Aglaé

VAST, Virginie

Références

Cabinet Altares (2024), *Étude de défaillances et sauvegardes des entreprises en France*, Trimestre 4 et Bilan 2023, janvier 2024.

INSEE (2024), « *Léger repli des créations d'entreprises en 2023* », Insee Première, n° 1984, Février 2024.

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



Global
Entrepreneurship
Monitor

