



Global  
Entrepreneurship  
Monitor

# France

## Situation de l'activité entrepreneuriale

Rapport national 2025/2026





# L'équipe GEM France

## Responsables scientifiques

Frank Lasch, MBS School of Business, Montpellier

Karim Messeghem, Université de Montpellier, Montpellier Management

## Responsables de l'étude APS (Adult Population Survey)

Chaffik Bakkali, Université de Montpellier, Montpellier Management

Justine Valette, Université de Montpellier, Montpellier Management

## Responsable de l'étude NES (National Expert Survey)

Sophie Casanova, Université de Montpellier, Montpellier Management

## Contributeurs

Jean-Marie Courrent, Université de Montpellier, Montpellier Management

Walid Nakara, MBS School of Business, Montpellier

Sylvie Sammut, Université de Montpellier, Montpellier Management

Roy Thurik, MBS School of Business, Montpellier & Erasmus University Rotterdam

Olivier Torrès, Université de Montpellier, Montpellier Management

## Contact

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

**Karim Messeghem** : karim.messeghem@umontpellier.fr

**Frank Lasch** : f.lasch@mbs-education.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](http://www.leterrain.fr)

### **Veillez citer ce rapport ainsi :**

Messeghem K., Lasch F., Bakkali C., Casanova S., Courrent J-M., Nakara W., Sammut S., Thurik R., Torrès O. (2026), Situation de l'activité entrepreneuriale en France : Rapport 2025/2026 du Global Entrepreneurship Monitor, LabEntreprendre, Montpellier.

# Le Lab Entreprendre

Le Lab Entreprendre a succédé, en 2025, au LabEx Entreprendre, 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. Avec la fin du programme de financement national des LabEx en 2024, le Lab Entreprendre poursuit la dynamique engagée depuis 15 ans, grâce notamment au soutien de l'Université de Montpellier (Programme thématique long *Entrepreneuriat – Innovation – Soutenabilité*).

Le LabEx Entreprendre a été le seul laboratoire d'excellence en France dans le domaine « Droit, Economie, et Gestion », spécialisé en entrepreneuriat, PME et TPE, et regroupant quelque 200 chercheurs, issus de 6 laboratoires, dans le cadre d'un partenariat entre plusieurs établissements d'enseignements supérieur et de recherche (Université de Montpellier, MBS School of Business, institut Agro Montpellier, AgroParisTech) 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 Lab 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 et débats sur l'innovation, la croissance et 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 Lab Entreprendre se développent dans le cadre d'une douzaine 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 Lab.

En 2021, le LabEx/Lab Entreprendre a été choisi pour représenter la France dans le *Global Entrepreneurship Monitor*.



en savoir plus

[fondation-entrepreneurs.mma](https://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 depuis 3 ans et sa déclinaison du rapport national français réalisées par l'équipe du Lab Entreprendre de l'Université de Montpellier.

Cette année, la charge administrative et fiscale ressort comme un frein à l'entrepreneuriat (16e sur 24). Ce sujet ressort également dans le baromètre 2026 sur la santé des dirigeants produit par l'IFOP et la Fondation : la charge administrative et réglementaire apparaît comme la première difficulté rencontrée par 64% des entrepreneurs interrogés. La conviction de la Fondation MMA des Entrepreneurs du Futur est que l'action collective commence par l'alerte. Le rapport GEM y contribue largement.

La Fondation MMA va s'employer à communiquer largement autour du rapport 2025/2026 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](http://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 2025/2026 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.



en savoir plus

<https://www.mbs-education.com/>

Présente à Montpellier et Paris, MBS School of Business (anciennement Montpellier Business School) est une école de management engagée et inclusive, formant les leaders de la transition économique.

MBS est classée Top 50 dans le classement du Financial Times des 100 meilleurs Masters in Management au monde et 12e meilleure école de management en France selon l'Etudiant.

Offrant un large éventail de programmes, y compris des Bachelors, Master in Management, Masters of Science, Executive MBA et Executive DBA, MBS s'appuie sur une recherche d'excellence pour proposer une éducation de classe mondiale à chaque niveau de diplôme.

Classée 18e école de management mondiale pour l'enseignement de la Durabilité par le Financial Times, MBS est reconnue pour son engagement en faveur d'une économie durable et son expertise en professionnalisation, en finance et en entrepreneuriat.

MBS fait partie des 1% des écoles de commerce mondiales à détenir la « Triple Couronne » des accréditations : AACSB, EFMD-EQUIS et AMBA. MBS accueille des étudiants de 80 nationalités et offre plus de 160 destinations internationales.

# Sommaire

<b>Le Lab Entreprendre.....</b>	<b>4</b>
<b>Sommaire .....</b>	<b>7</b>
<b>Liste des tableaux et figures.....</b>	<b>8</b>
<b>Executive Summary.....</b>	<b>9</b>
Contexte macroéconomique et entrepreneurial .....	9
Écosystème entrepreneurial .....	9
Déterminant de l'acte d'entreprendre .....	10
Activité entrepreneuriale .....	11
Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM).....	13
<b>Introduction .....</b>	<b>13</b>
Le Global Entrepreneurship Monitor .....	13
La méthodologie du GEM .....	14
GEM EN BREF .....	18
<b>L'écosystème français : un contexte contrasté .....</b>	<b>19</b>
<b>Les déterminants de l'acte d'entreprendre .....</b>	<b>25</b>
La valorisation de l'entrepreneuriat par la société .....	25
Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat.....	27
Les motivations entrepreneuriales : le sens de l'engagement.....	33
<b>L'activité entrepreneuriale en France.....</b>	<b>35</b>
Le processus entrepreneurial .....	35
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
<b>Conclusion .....</b>	<b>47</b>
<b>Remerciements.....</b>	<b>48</b>
<b>Références .....</b>	<b>49</b>

# Liste des tableaux et figures

<b>Figure 1.</b> Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor (Source : GEM 2025/2026 Global report, p.214).....	14
<b>Figure 2.</b> Etapes du processus entrepreneurial (Source : GEM 2025/2026 Global report, p.216).....	16
<b>Tableau 1.</b> Les facteurs contextuels en matière d'entrepreneuriat (EFC).....	17
<b>Tableau 2.</b> Classification des économies en fonction du PIB/habitant .....	17
<b>Figure 3.</b> Index du contexte entrepreneurial - score NECI des 16 pays les plus riches de l'étude GEM (Pays à revenu élevé – PIB/habitant > \$50 000) .....	20
<b>Figure 4.</b> Les 13 facteurs contextuels du NECI – La France par rapport aux pays à revenu élevé .....	21
<b>Figure 5.</b> Les 13 facteurs contextuels du NECI – évolution 2023 à 2025 pour la France.....	21
<b>Figure 6.</b> Évolution de la santé perçue au sein de la population générale.....	23
<b>Figure 7.</b> Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs émergents.....	23
<b>Figure 8.</b> Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs établis.....	24
<b>Figure 9.</b> La valorisation de l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable.....	26
<b>Figure 10.</b> La valorisation de l'entrepreneuriat comme statut social élevé.....	26
<b>Figure 11.</b> La valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias.....	26
<b>Figure 12.</b> La facilité perçue de démarrer une entreprise .....	27
<b>Figure 13.</b> La connaissance d'entrepreneurs autour de soi.....	28
<b>Figure 14.</b> Les opportunités perçues autour de soi.....	28
<b>Figure 15.</b> La peur de l'échec comme frein à la dynamique entrepreneuriale .....	29
<b>Figure 16.</b> Le sentiment d'être compétent pour entreprendre.....	31
<b>Figure 17.</b> Le talent entrepreneurial ou les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial.....	31
<b>Figure 18.</b> Les motivations pour entreprendre – Gagner sa vie car les emplois sont rares.....	32
<b>Figure 19.</b> Les motivations pour entreprendre – S'enrichir.....	32
<b>Figure 20.</b> Les motivations pour entreprendre - Perpétuer une tradition familiale.....	33
<b>Figure 21.</b> Les motivations pour entreprendre - Faire une différence/avoir un impact dans le monde.....	34
<b>Tableau 3.</b> Liste des principales mesures utilisées concernant le processus et l'activité entrepreneuriale .....	36
<b>Figure 22.</b> Évolution de l'intention entrepreneuriale (2021-2025).....	36
<b>Figure 23.</b> Intention entrepreneuriale des pays du G7 en 2025.....	37
<b>Figure 24.</b> L'intention entrepreneuriale parmi les pays à revenu élevé et du G7.....	37
<b>Figure 25.</b> Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE).....	38
<b>Figure 26a.</b> Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE) - comparaison G7 et pays à revenu élevé.....	38
<b>Carte 1.</b> TAE par région et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2025 (ensemble des activités marchandes non agricoles.) .....	38
<b>Figure 26b.</b> Taux d'entrepreneurs établis parmi les membres du G7 en 2025.....	39
<b>Figure 27.</b> Le taux d'entrepreneurs établis parmi les pays à revenu élevé et les pays du G7.....	39
<b>Figure 28.</b> Sortie entrepreneuriale pour les pays du G7 en 2025 .....	40
<b>Figure 29.</b> La sortie entrepreneuriale avec et sans poursuite de l'activité parmi les pays à revenu élevé et membres du G7.....	40
<b>Figure 30.</b> Les raisons à l'origine de la sortie entrepreneuriale .....	41
<b>Figure 31.</b> Le pourcentage d'investisseurs informels parmi les pays à revenu élevé et du G7 .....	41
<b>Figure 32.</b> Montant des investissements informels membres du G7 en 2025.....	42
<b>Figure 33.</b> Le montant moyen investi par les investisseurs informels parmi les pays à revenu élevé et du G7 .....	42
<b>Figure 34.</b> La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du G7.....	43
<b>Figure 35.</b> La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays à revenu élevé.....	43
<b>Figure 36.</b> La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du G7 .....	43
<b>Figure 37.</b> La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays à revenu élevé .....	44
<b>Figure 38.</b> Les niveaux d'activité entrepreneuriale : une comparaison homme-femme.....	44
<b>Figure 39.</b> L'activité entrepreneuriale en fonction de l'âge.....	45

# Executive Summary



## Contexte macroéconomique et entrepreneurial

Ce rapport, rédigé par le Lab Entreprendre, s'inscrit dans un contexte singulier marqué par une forte incertitude sociale, politique et économique. Le PIB français fait preuve d'une certaine résilience, avec une croissance de **0,9 % en 2025**, légèrement en retrait par rapport à 2024 (+1,1 %), portée principalement par la consommation des ménages et des administrations publiques, ainsi que par un redressement modéré de l'investissement. Certains secteurs restent sous pression, notamment l'immobilier, la construction, dont la production recule pour la deuxième année consécutive, et l'industrie automobile. De nombreuses petites entreprises subissent à la fois la contraction du pouvoir d'achat des consommateurs et l'augmentation du coût de la dette, ce qui se traduit par un nombre record de **69 957 défaillances en 2025**, en particulier parmi les PME. Dans ce contexte, les **1 165 800 créations d'entreprises enregistrées en 2025** (INSEE, 2026), en hausse de 5,0 % par rapport à 2024, témoignent d'une vitalité entrepreneuriale remarquable, confirmée par la progression du taux d'activité entrepreneuriale émergente mesuré par le GEM (11,6 % contre 8,7 % en 2024).

Ce rapport permet de mieux comprendre l'évolution de l'activité entrepreneuriale, de ses déterminants et, plus largement, de l'écosystème entrepreneurial. Il s'appuie sur deux études complémentaires : une enquête auprès de la population française âgée de 18 à 64 ans (étude APS) et une analyse réalisée auprès d'un panel d'experts (étude NES). Pour la majorité des indicateurs, une comparaison est effectuée avec les résultats de 2024 afin d'identifier les principales tendances de l'entrepreneuriat en France. Pour les indicateurs issus de l'enquête APS, la comparaison porte également sur les autres pays du G7, à l'exception du Japon, absent de l'enquête APS en 2024 et 2025, ainsi que sur les 21 économies les plus riches parmi les 53 pays ayant participé à l'étude GEM 2025.

## Écosystème entrepreneurial

### UN CONTEXTE QUI SE REDRESSE, MAIS QUI INVITE À LA PRUDENCE

Après trois années de baisse continue, l'index du contexte entrepreneurial national repart à la hausse en 2025 (**5,01/10** contre 4,82 en 2024), franchissant de nouveau le seuil symbolique de 5/10 qui marque un contexte tout juste favorable. Cette inflexion s'accompagne d'une

progression remarquable dans le classement international, la France passant de la 22e à la **11e place mondiale**. Au sein du G7, elle occupe désormais la deuxième position, derrière le Canada (5,24/10), mais devant le Japon (4,86/10) et les États-Unis (4,79/10), avec un score supérieur à la moyenne du groupe (4,74/10). Ce résultat doit néanmoins être interprété avec prudence : le seuil de 5/10 est à peine franchi, dans un contexte économique marqué par un record de défaillances et des difficultés croissantes des structures d'accompagnement.

### CE QUI DISTINGUE LA FRANCE

Sur les 13 indicateurs du NECI (Index du contexte entrepreneurial), trois progressent depuis 2022 (transfert de R&D, dynamique des marchés et infrastructures physiques), trois restent stables (programmes publics en faveur de l'entrepreneuriat, promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur, normes culturelles et sociales), tandis que les autres sont en baisse. L'analyse détaillée montre que la France est en retrait par rapport aux pays les plus riches sur six indicateurs, mais en avance sur sept. Parmi les 24 pays les plus riches de l'étude, la France se distingue positivement sur :

- Soutien gouvernemental à l'entrepreneuriat (9e sur 24)
- Accès aux financements (6e sur 24)
- Promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur (8e sur 24)

En revanche, des fragilités structurelles persistent :

- Promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement primaire et secondaire (15e sur 24)
- Lourdeur administrative et fiscale (16e sur 24)
- Culture entrepreneuriale et normes sociales (19e sur 24)

## Déterminant de l'acte d'entreprendre

### UNE FACILITÉ PERÇUE EN RECU

La perception de la facilité à créer une entreprise s'érode depuis quatre ans (**46,6 % en 2025** contre 48,8 % en 2024, 50,5 % en 2023 et 55,4 % en 2022), reflétant le poids croissant des contraintes administratives et bureaucratiques. La France se situe à la 14e position sur 21 pays à revenu élevé, près de 10 points en dessous de la moyenne de ce groupe (54,1 %), bien qu'elle reste au-dessus de la moyenne des pays du G7 (44,9 %).

### UN CONTEXTE PERÇU GLOBALEMENT FAVORABLE

La connaissance de l'environnement entrepreneurial progresse : **56,5 %** des répondants déclarent connaître au moins un entrepreneur, contre 55,6 % en 2024. Les opportunités perçues progressent légèrement (43,3 % contre 42,8 % en 2024), même si elles demeurent en retrait par rapport aux années antérieures, autour de 51 %, et à la moyenne du G7 (49,5 %). La peur de l'échec reste contenue : 42,7 % des personnes ayant perçu des opportunités déclarent y avoir renoncé par crainte d'échouer, contre 40,0 % en 2023. La France se situe ainsi au 4e rang du G7 pour cet indicateur, devant les États-Unis (42,4 %) et l'Allemagne (40,6 %), pour une moyenne de groupe de 46,1 %.

### UNE MOTIVATION ÉCONOMIQUE : ENTRE NÉCESSITÉ ET OPPORTUNITÉ

Si la recherche d'autonomie et d'indépendance demeure un ressort important de l'entrepreneuriat, les motivations déclarées en France sont en 2025 principalement d'ordre

économique. La motivation liée à la nécessité progresse sensiblement (**48,9 %** contre 43,0 % en 2024) et redevient la première motivation déclarée, devant la recherche d'enrichissement (42,4 % contre 44,0 % en 2024). Pour autant, créer par nécessité reste nettement en dessous de la moyenne du G7 (62,2 %). Les deux autres motivations apparaissent nettement plus en retrait. La motivation liée à la volonté de perpétuer une tradition familiale reste faible (20,2 %), comparée à la moyenne du G7 (35,5 %). De même, la création d'entreprise motivée par la volonté de faire une différence dans le monde n'est exprimée que par 19,5 % des entrepreneurs interrogés, en recul sur les dernières années, et très en deçà de la moyenne du G7 (47,6 %).

## Activité entrepreneuriale

### UNE DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE EN PROGRESSION

L'intention entrepreneuriale atteint **19,8 %** en 2025, un niveau inédit depuis 2021, traduisant un regain de confiance dans la capacité à entreprendre. La France reste cependant en deçà de la moyenne du G7 (24,7 %), portée notamment par le Canada (31,9 %) et le Royaume-Uni (31,8 %). L'écart entre les femmes et les hommes se creuse légèrement (23,0 % pour les hommes contre 16,7 % pour les femmes). La relation décroissante entre âge et intention se confirme : 28,6 % des 18-24 ans (28,3 % en 2024) envisagent de créer une entreprise dans les trois prochaines années, contre 11,5 % des 55-64 ans (8,5 % en 2024), avec une progression notable dans cette dernière tranche.

Le taux d'activité entrepreneuriale émergente (TAE) enregistre une progression significative en 2025, atteignant **11,6 %** contre 8,7 % en 2024. Cette hausse concerne à la fois les hommes

(13,2 % contre 10,0 % en 2024) et les femmes (10,0 % contre 7,4 % en 2024). La tranche des 25-34 ans affiche le taux le plus élevé (15,9 %). Malgré une intention entrepreneuriale plus forte, seuls 9,4 % des 18-24 ans sont engagés dans une activité entrepreneuriale naissante, en baisse par rapport à 2024 (10,8 %). Sur le plan territorial, les régions les plus dynamiques sont Provence-Alpes-Côte d'Azur (14,7 %), l'Occitanie (14,3 %) et l'Île-de-France (13,4 %). Malgré cette progression, la France reste en deçà de la moyenne du G7 (17,1 %).

### UN TAUX DE SORTIE STABLE ET PARMIS LES PLUS BAS DU G7

Si le nombre de défaillances d'entreprises a connu un fort rebond en 2024 et 2025, le nombre de sorties entrepreneuriales identifiées par l'étude APS demeure modéré. Le taux total de sortie entrepreneuriale reste stable en 2025 à **4,3 %**, soit le niveau le plus bas parmi les pays du G7 (moyenne : 7,3 %). Les sorties avec arrêt d'activité progressent légèrement (2,8 % contre 2,6 % en 2024), tandis que celles avec continuité d'activité diminuent légèrement (1,5 % contre 1,7 % en 2024). Les motifs de sortie ont également évolué : l'opportunité d'un emploi ou d'un investissement reste le premier motif déclaré (24,0 % contre 25,5 % en 2024), suivie par la non-rentabilité de l'entreprise, en hausse (21,6 % contre 18,1 % en 2024). D'autres raisons jouent également un rôle important, notamment des raisons familiales ou personnelles (19,3 % contre 12,2 % en 2024), l'opportunité de vendre l'entreprise (5,8 % contre 13,2 % en 2024) et le départ à la retraite (2,9 % contre 4,7 % en 2024).

### UNE PROGRESSION DE L'INVESTISSEMENT INFORMEL EN VALEUR

Si la part des investisseurs informels recule (6,1 % contre 7,1 % en 2024), le montant moyen

---

investi progresse fortement (**30 199 €** contre 17 970 € en 2024), signalant un engagement financier plus marqué de ceux qui franchissent le pas. L'investissement informel désigne le fait d'investir personnellement dans le lancement d'une entreprise initiée par un tiers, qu'il s'agisse d'un proche ou d'un Business Angel. La France se situe en dessous de la moyenne des pays du G7 pour la part des investisseurs (11,6 %) et se classe en avant-dernière position en valeur au sein du G7, seul le Canada affichant un montant inférieur (moyenne du G7 : 36 425 €).

### **PERSPECTIVES**

En 2025, l'écosystème entrepreneurial français envoie des signaux encourageants : reprise du TAE, progression de l'index NECI, remontée de

l'intention entrepreneuriale et hausse en valeur de l'investissement informel. Ces avancées s'inscrivent toutefois dans un environnement économique sous tension, rappelant que la dynamique entrepreneuriale française reste fragile et inégalement distribuée. La France se maintient à un niveau intermédiaire au sein du G7, régulièrement devancée par les pays anglo-saxons. Trois leviers prioritaires se dégagent pour consolider cette reprise : renforcer la culture entrepreneuriale dès l'enseignement secondaire, alléger les contraintes administratives pesant sur les créateurs, et mieux accompagner les entrepreneurs motivés par nécessité dans un contexte économique durablement sous pression.

# 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 est une initiative commune des universitaires de la London Business School et du Babson College 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, plus de 120 pays des quatre coins du monde ont participé aux recherches du GEM. L'étude du GEM explore le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique nationale

en mettant en lumière les particularités nationales et les caractéristiques associées à l'activité entrepreneuriale. Il s'agit de la plus grande étude en cours sur la dynamique entrepreneuriale dans le monde. Les données collectées sont recueillies par une équipe centrale d'experts, garantissant la qualité et facilitant les comparaisons entre nations.

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

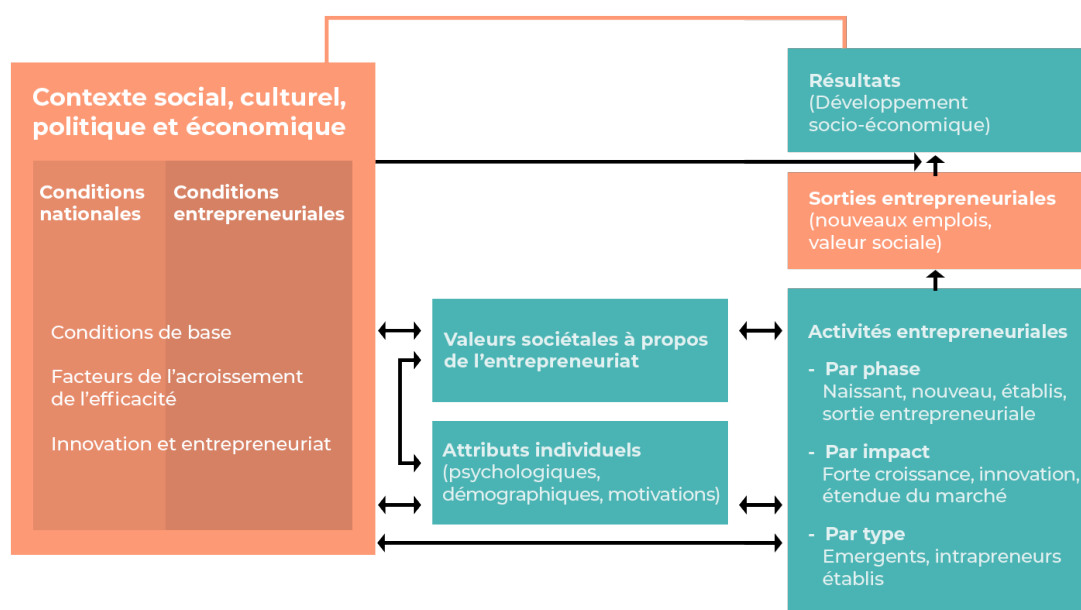


Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor (Source : GEM 2025/2026 Global report, p.214)

adulte (personnes âgées entre 18 et 64 ans). Les enquêtes sont réalisées, pour tous les pays, à la même période de l'année (généralement entre avril et juin) en utilisant un questionnaire standard fourni par le consortium du GEM. Afin d'assurer la rigueur et l'uniformité de la démarche, l'équipe internationale GEM collabore avec un enquêteur désigné par 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. 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. Le GEM évalue ces dimensions en recueillant et en agrégeant les perceptions d'experts nationaux sélectionnés pour leur expertise par les équipes nationales.

### L'ENQUÊTE APS 2025 EN FRANCE

Au total, **3 839 personnes** ont répondu à l'enquête française 2025 du GEM. Celle-ci s'est déroulée en partie par téléphone (51 %) et en partie via un panel de répondants en ligne (39 %). 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.

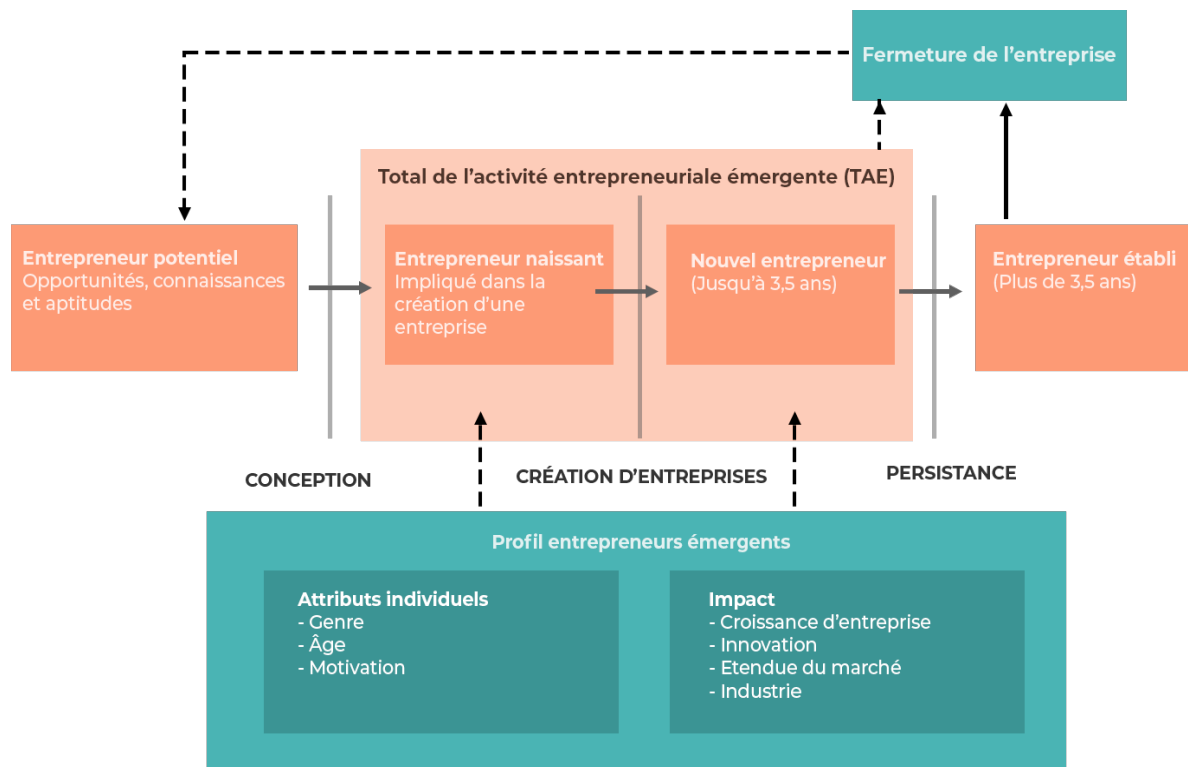


Figure 2. Etapes du processus entrepreneurial (Source : GEM 2025/2026 Global report, p.216)

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. Les comparaisons internationales doivent être interprétées avec prudence, car les évaluations des experts sont ancrées dans leur contexte : la perception de l'accès au financement, par exemple, varie selon le niveau de développement de l'économie.

### LES PAYS PARTICIPANT À L'ÉTUDE 2025

Parmi les 53 économies participant au GEM en 2025, 48 ont participé à la fois à l'enquête

sur la population adulte (APS) et à l'enquête nationale auprès des experts (NES), tandis que cinq économies, désignées par \*, ont participé à la NES mais pas à l'APS. Le GEM a défini les groupes de la façon suivante :

- Pays de revenus élevés (ancienne Groupe A) : économies dont le PIB par habitant est plus de 50 000 dollars ;
- Pays de revenu moyen (ancienne Groupe B) : économies ayant un PIB par habitant entre 25 000 et 50 000 dollars ;

Pour des raisons de comparaison avec les données des dernières années, sur les 25 pays appartenant au groupe des pays de revenus élevés et ayant participé à l'enquête APS, nous ne considérons que les 21 pays de l'ancien groupe A.

**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)

Pays			
Revenu moyen		Revenu élevé	
Algérie*	Jordanie	Autriche*	Pologne
Angola	Lettonie	Bahreïn	Porto Rico
Argentine	Mexique	Canada	Qatar
Brésil	Maroc*	Chypre	Corée du Sud
Chili	Oman	Finlande	Arabie saoudite
Costa Rica	Pérou	France	Slovénie
Croatie	Roumanie	Allemagne	Espagne
Équateur	Slovaquie	Israël	Suède
Égypte	Afrique du Sud	Italie	Suisse
Salvador	Thaïlande	Japon*	Taiwan
Estonie	Uruguay*	Lituanie	Émirats arabes unis
Guatemala	Venezuela	Luxembourg	Royaume-Uni
Hongrie		Pays-Bas	États-Unis
Inde		Norvège	

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

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

Parmi les 53 économies participant au GEM en 2025, 48 ont pris part à la fois à l'enquête auprès de la population adulte (Adult Population Survey, APS) et à l'enquête auprès des experts nationaux (National Expert Survey, NES), tandis que cinq économies, signalées par un astérisque (\*), ont participé à la NES mais pas à l'APS.

## L'ENQUÊTE NES 2025 EN FRANCE

Lors de l'enquête 2025, nous avons interrogé **36 experts français** sur les neuf thématiques récurrentes.

## 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 150 établissements universitaires et de recherche.**



**Le soutien de plus de 150 institutions de financement.**



**Plus de 1000 publications dans des revues scientifiques.**

Plus d'informations sur [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

# L'écosystème français : un contexte contrasté

Avec 1 165 800 créations d'entreprises (INSEE, 2026<sup>1</sup>), l'année 2025 a de nouveau été marquée par un **nombre record de créations**, enregistrant une progression de 5 % par rapport à 2024. Le **micro-entrepreneuriat** reste dominant et poursuit sa croissance (+6 %), de même que les **créations de sociétés** (+6 %), tandis que les **entreprises individuelles** classiques continuent de reculer (-4 %). Cette dynamique entrepreneuriale positive en France soulève des questions sur le contexte et les conditions offertes aux porteurs de projets.

L'étude NES auprès de 36 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 24 pays à revenu élevé (Figure 3). Nous proposons de les regrouper autour de cinq grands domaines <sup>2</sup>:

- **Politique et Accompagnement** : Promotion et support de l'entrepreneuriat par le gouvernement (9e/24), Lourdeur administrative et fiscale (16e/24), Programmes publics en faveur de l'entrepreneuriat (10e/24) ;
- **Finance** : Existence de financements (10e/24), Accès aux financements (6e/24) ;
- **Marchés et infrastructures** : Dynamisme des marchés (17e/24), Barrières à l'entrée (13e/24), Infrastructures commerciales et professionnelles (11e/24), Infrastructures physiques (11e/24) ;

<sup>1</sup> Les entreprises individuelles hors micro-entrepreneurs représentent 9,08% des créations et les sociétés 25,84% (INSEE, 2026).

<sup>2</sup> 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).

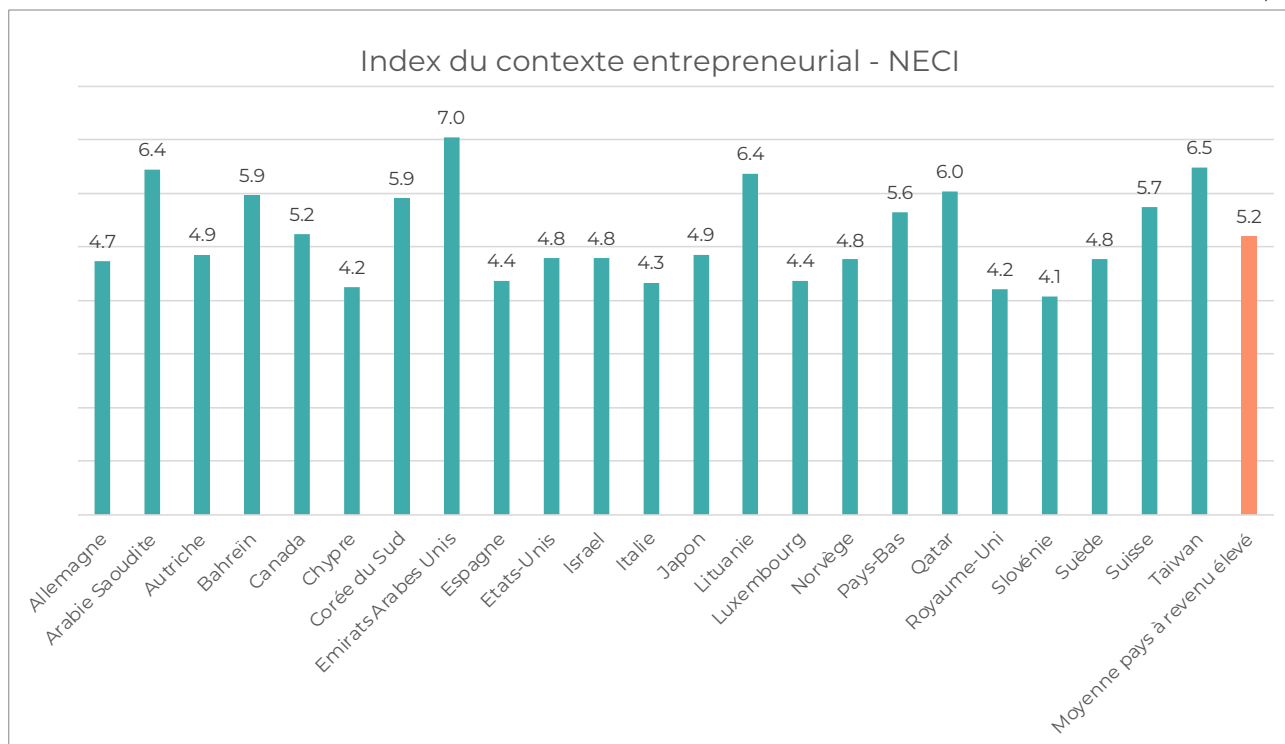


Figure 3. Index du contexte entrepreneurial - score NECI des 16 pays les plus riches de l'étude GEM (Pays à revenu élevé - PIB/habitant > \$50 000)

- **Education et recherche** : Promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire (15e/24), Promotion de l'entrepreneuriat dans les études supérieures (8e/24), Transfert R&D (11e/24) ;
- **Culture** : Normes culturelles et sociales (19e/24).

L'index du contexte entrepreneurial national connaît un **retournement** après une diminution continue depuis 2022 (5,06/10 en 2022, 4,95/10 en 2023 et 4,82 en 2024). La barre de 5/10 étant de nouveau atteinte (5,01/10), cela signifie que le contexte est tout juste favorable. Cette évolution doit être relativisée au regard du contexte économique difficile, marqué par un record de défaillances d'entreprises et des difficultés croissantes des structures d'accompagnement. Le seuil de 5/10 à peine franchi invite à la prudence dans l'interprétation de cette amélioration. Sur le plan du **classement international** en revanche, la progression de la France est notable, passant de la 22e à la 11e place. Pour une majorité des

pays à revenu élevé, cet index est inférieur à 5, ce qui reflète des conditions assez peu favorables. Les conditions se sont aussi améliorées dans les autres pays. Pour les pays à revenu élevé, la moyenne se situe à 5,21/10 (5,13 en 2024), avec l'index le plus élevé pour les Emirats Arabes Unis (7,04/10) et le plus faible pour la Slovénie (4,07/10). Si l'on raisonne uniquement en comparant aux pays du G7, la France se situe **au-dessus de la moyenne** (4,74/10) et occupe la deuxième place, derrière le Canada (5,24/10) mais devant le Japon (4,86/10) et les Etats-Unis (4,79/10).

L'analyse détaillée des 13 indicateurs (Figure 4), montre que la France est en retrait par rapport aux pays les plus riches pour six d'entre eux et en avance pour sept. Si l'on raisonne par rapport aux cinq grands domaines énoncés précédemment, la position de la France est globalement plus favorable dans deux et moins favorable dans trois. Il est également intéressant d'analyser l'évolution des indicateurs entre 2022 et 2025 (Figure 5).

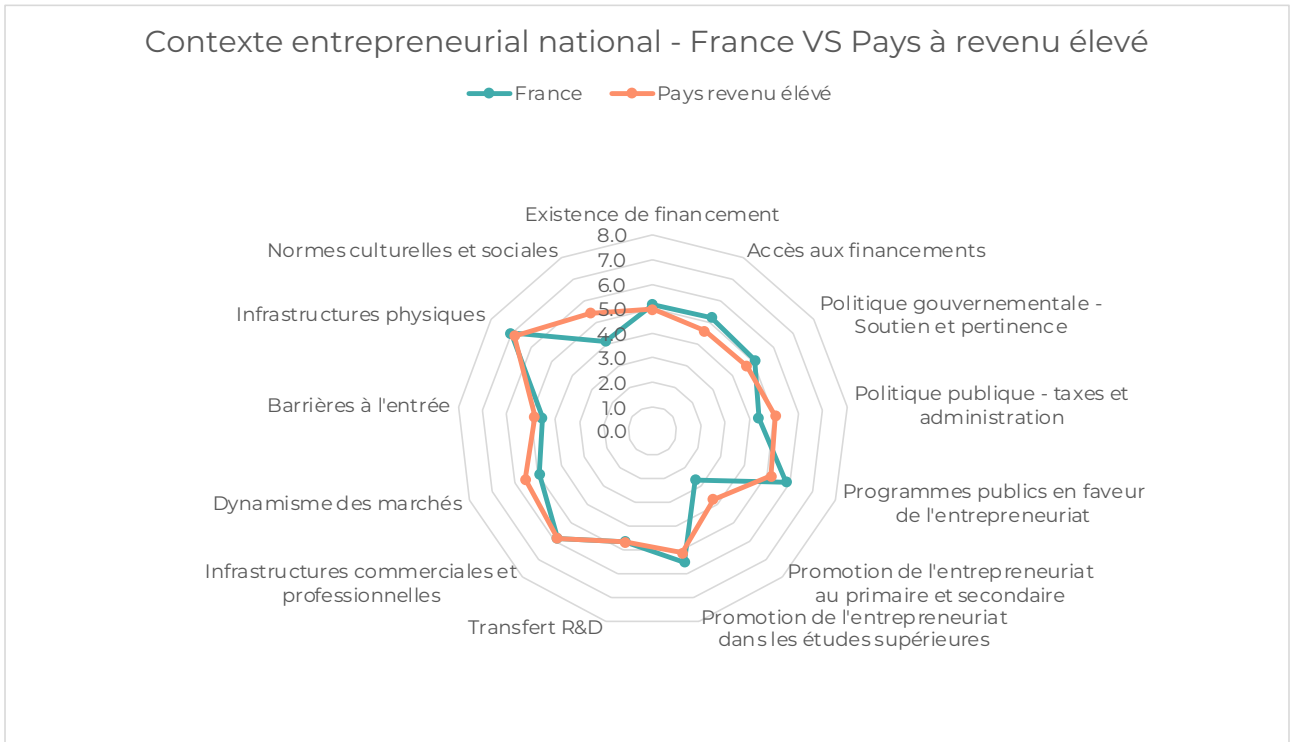


Figure 4. Les 13 facteurs contextuels du NECI – La France par rapport aux pays à revenu élevé

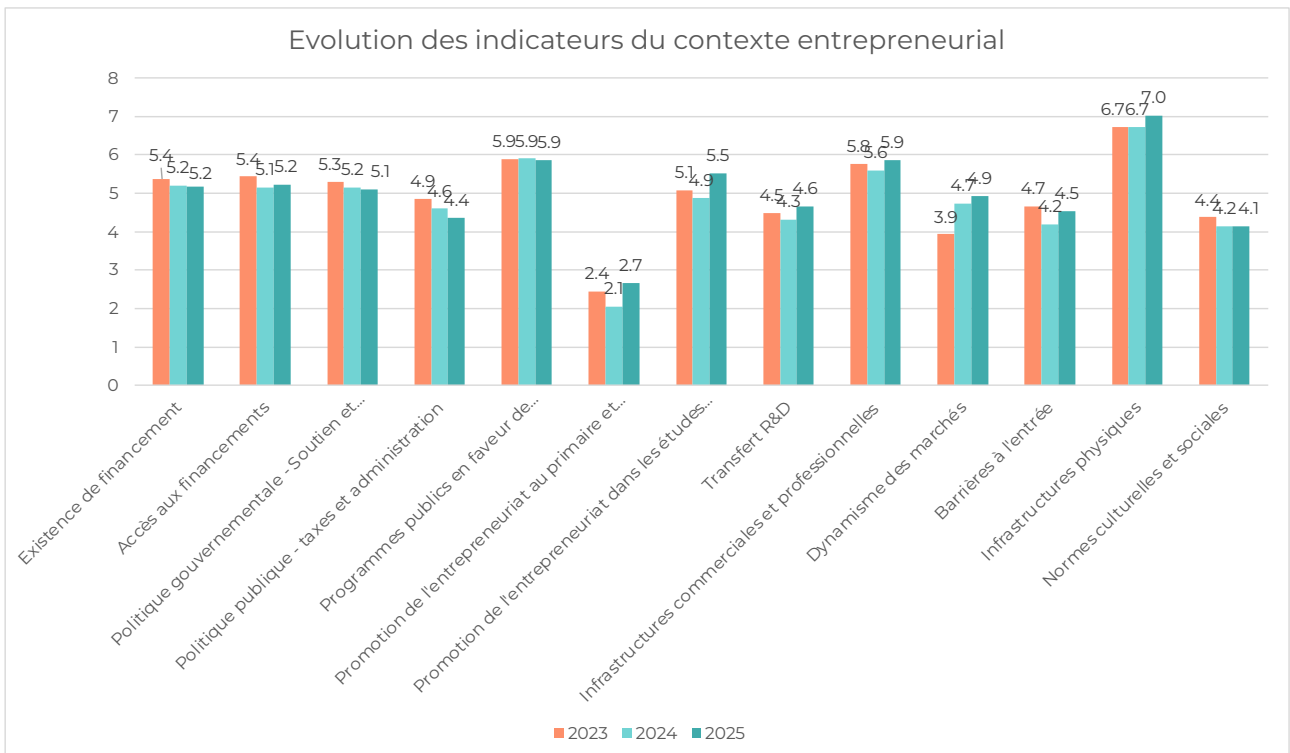


Figure 5. Les 13 facteurs contextuels du NECI – évolution 2023 à 2025 pour la France

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 à revenu élevé. 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 4 ans pour les questions « **Promotion et support de l'entrepreneuriat par le gouvernement** » (5,10/10 en 2025 vs 5,97/10 en 2022) et « **Lourdeur administrative et fiscale** » (4,37/10 en 2025 vs 5,13/10 en 2022).

- La question du **financement** n'apparaît pas comme 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 dégradation continue depuis trois ans dans l'existence de financement (5,17/10 en 2025 et 5,61/10 en 2022) et l'accès au financement (5,23/10 en 2025 et 5,55/10 en 2022).

Cette dégradation s'explique en partie par l'évolution défavorable des taux d'intérêt et par le contexte d'incertitude économique et politique. En revanche, la position de la France se révèle **moins favorable** concernant le capital humain, l'accès aux marchés et la culture :

- Les experts mobilisés dans l'étude NES sont très critiques quant à la **promotion de l'entrepreneuriat au primaire et secondaire**, et on note même une dégradation dans leur

évaluation (2,66/10 en 2025 et 2,77/10 en 2022). 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 (5,53/10 en 2025 vs 5,52/10 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. Même si la France se place au-dessus de la moyenne du G7 (4,18/10), les experts considèrent toutefois que la situation s'est légèrement améliorée entre 2022 et 2025 (4,65/10 en 2025 vs 4,06/10 en 2022).

- La question de l'**accès aux marchés** pour les nouvelles entreprises reste problématique selon les experts interrogés. S'ils soulignent la qualité des **infrastructures commerciales et professionnelles** (5,88/10 vs 5,48/10 pour la moyenne du G7) et des **infrastructures physiques** (7,03/10 vs 6,18/10 pour la moyenne du G7), ils sont plus réservés quant au dynamisme des marchés (4,94/10 vs 5,74/10 pour la moyenne du G7) et à l'existence de barrières à l'entrée (4,54/10 vs 4,50/10 pour la moyenne du G7). Les jeunes entreprises connaissent des difficultés dans la commercialisation de leurs produits ou services.

- Selon les experts interrogés, les **normes culturelles et sociales** en France ne sont pas très propices à l'entrepreneuriat (4,14/10 vs 4,85/10 pour la moyenne du G7), même si l'on

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

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 utilisée en santé publique. Selon cet indicateur, la santé s'est légèrement améliorée au niveau de la population, ce qui n'est pas le cas pour les entrepreneurs émergents et établis. En 2024, 16,00% de la population s'estimait en mauvaise santé tandis qu'en 2025, ce chiffre s'élève à 16,18% (Figure 6). La dégradation semble la plus marquée pour les entrepreneurs émergents (14,67% en 2025 vs 11,6% en 2024 ; Figure 7). Pour les entrepreneurs établis, on note également une dégradation un peu moins marquée (15,22% en 2025 vs 13,46% en 2024 ; Figure 8). En revanche, les entrepreneurs émergents

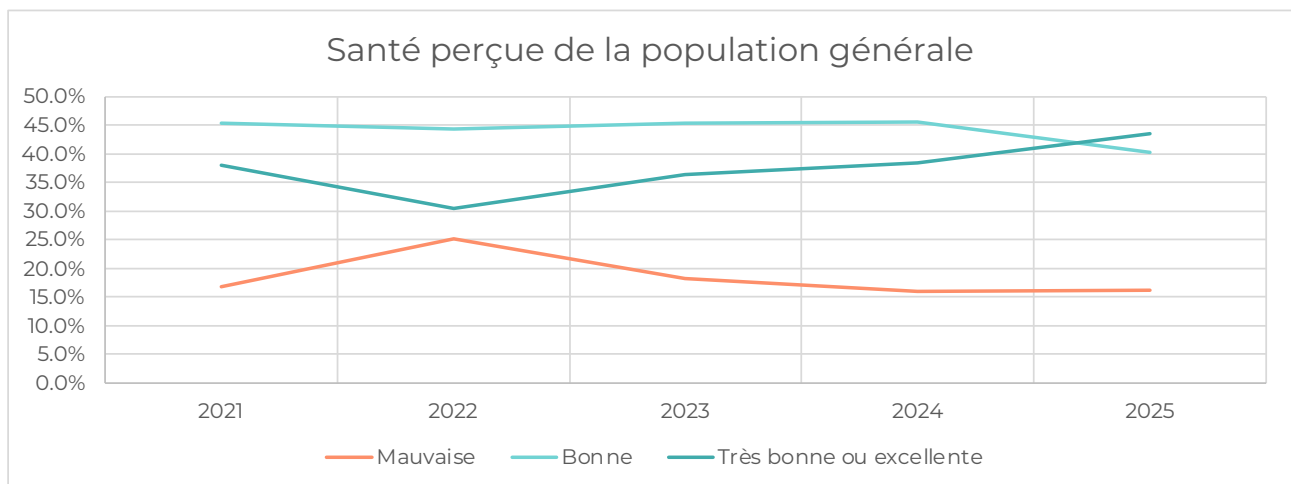


Figure 6. Évolution de la santé perçue au sein de la population générale

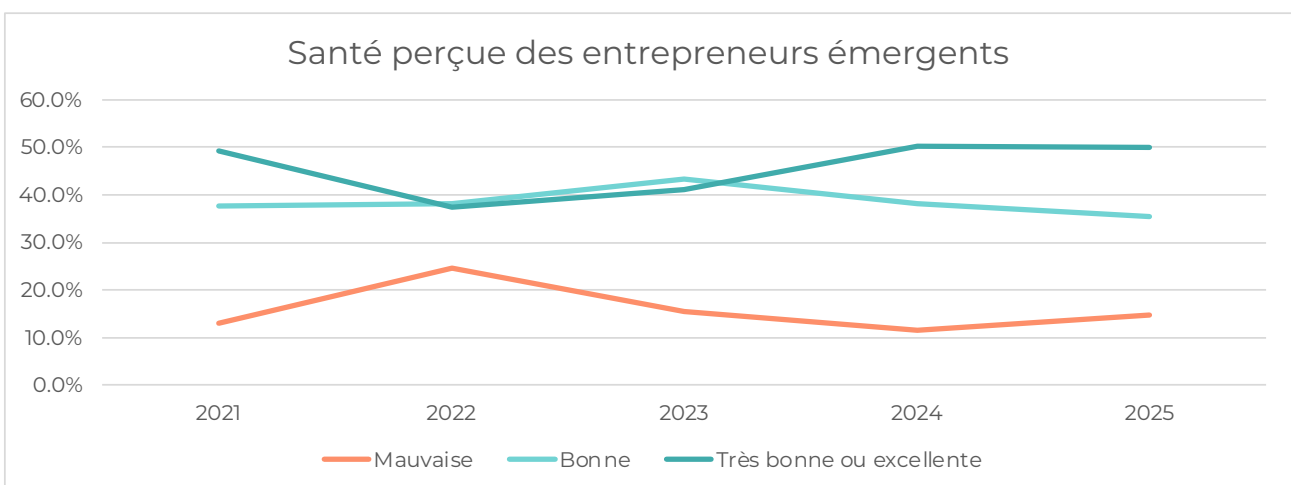


Figure 7. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs émergents

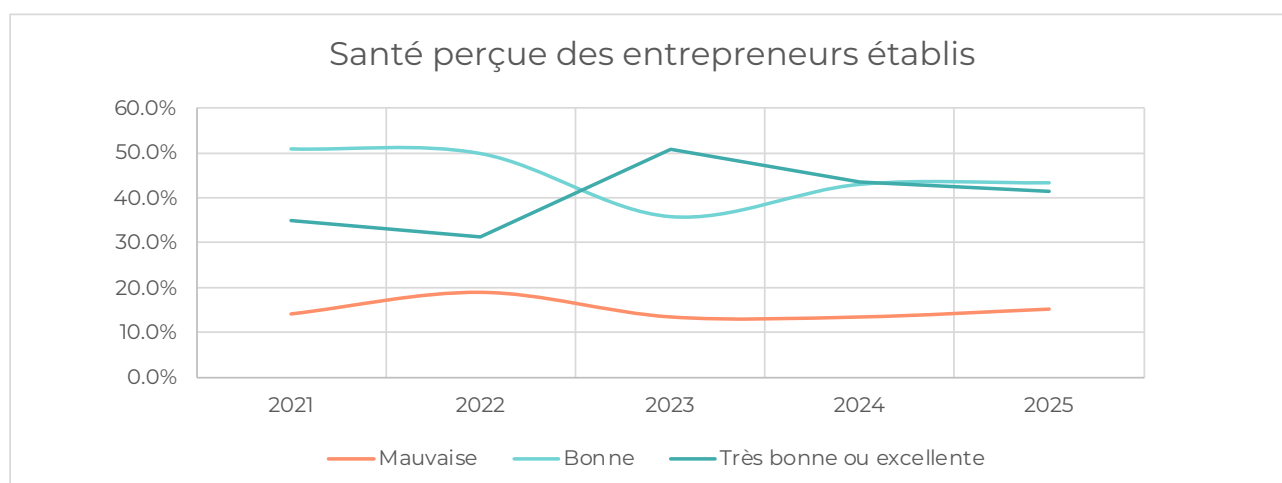


Figure 8. Évolution de la santé perçue au sein des entrepreneurs établis

expriment le plus fort niveau de bonne ou d'excellente santé avec 49.92% contre 41,43% pour les entrepreneurs établis et 43,51% pour la population totale). **Entreprendre semble donc toujours bon pour la santé !**

# Les déterminants de l'acte d'entreprendre

En 2024, le contexte continue à être moins favorable à l'activité entrepreneuriale selon les experts interrogés dans l'étude NES, comparé à 2023. L'étude APS permet de s'interroger sur 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 toujours très contrastée. Pour autant, quelques 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 influence 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 très différente 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). Ces trois questions n'ayant pas été incluses dans le questionnaire APS 2025, les résultats présentés ci-après reposent



sur les données 2024, issues des pays du G7 et du groupe A (classification remplacée depuis par celle des pays à revenu élevé).

La faisabilité est évaluée à travers la **facilité d'entreprendre** en France (Figure 12).

En France, si les représentations sociales de l'entrepreneuriat en 2024 étaient majoritairement positives, deux éléments sont à noter : elles évoluent de manière contrastée avec le temps, et elles se situent souvent entre les moyennes des pays du groupe A et du G7.

L'entrepreneuriat est **un choix de carrière souhaitable** en France pour 68,9% des personnes interrogées en 2024 (67,8% en 2022 et 65,4% en 2023), ce qui classe la France au 7e rang des pays du groupe A. Paradoxalement, les personnes interrogées ne sont que 58,0% à considérer que l'entrepreneuriat peut **conférer un statut social élevé**, certes en progression comparé à 2023 (51,8%), mais la France reste de loin le pays où ce pourcentage est le plus faible (la moyenne dans les pays du groupe A se situe autour de 81,9%). Les personnes interrogées considèrent toutefois très majoritairement (71,6% vs. 74,6% en 2023) que l'entrepreneuriat

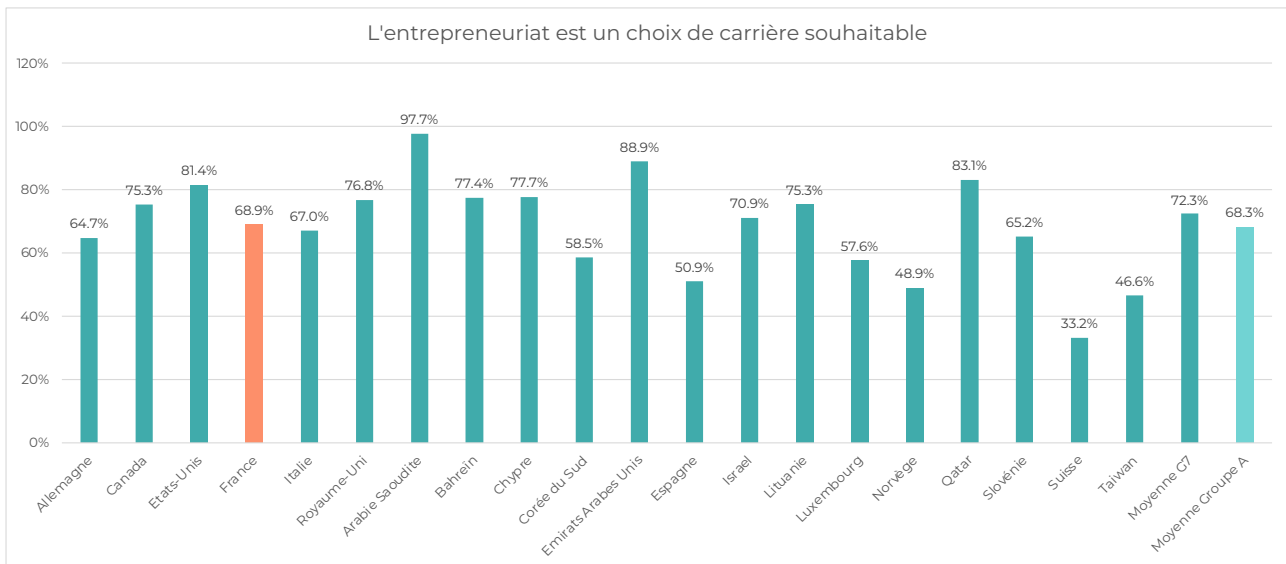


Figure 9. La valorisation de l'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable

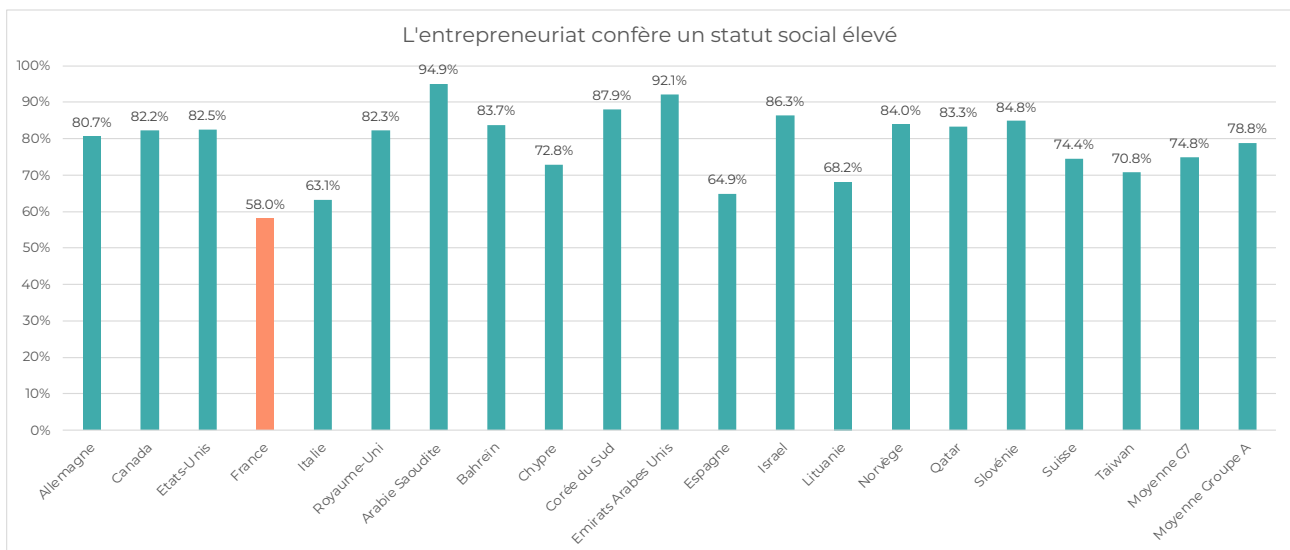


Figure 10. La valorisation de l'entrepreneuriat comme statut social élevé

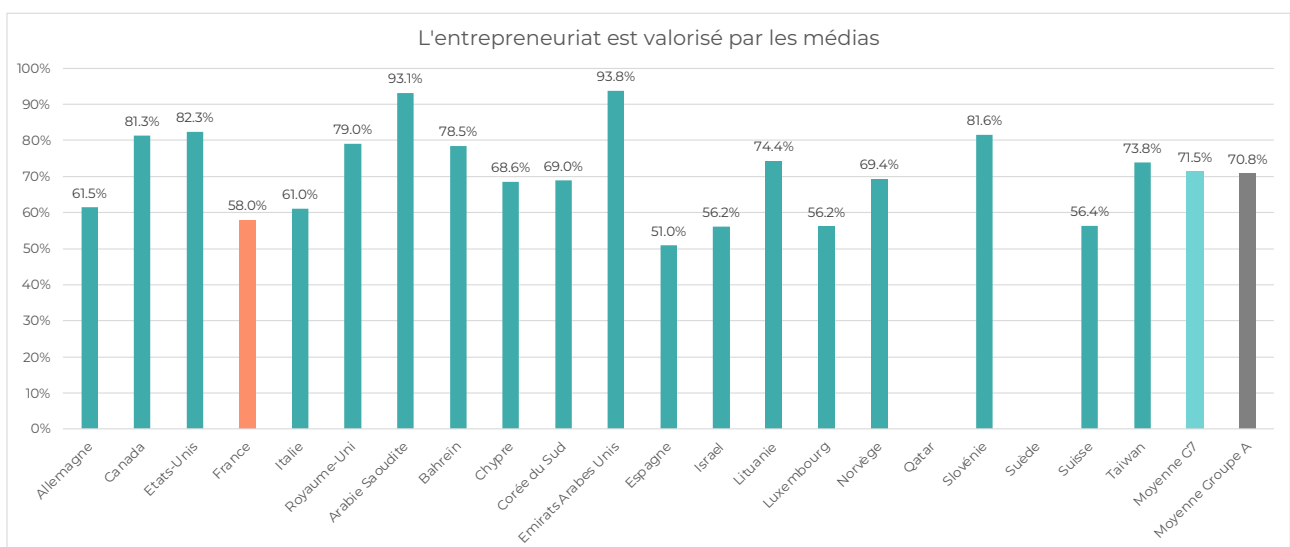


Figure 11. La valorisation de l'entrepreneuriat dans les médias

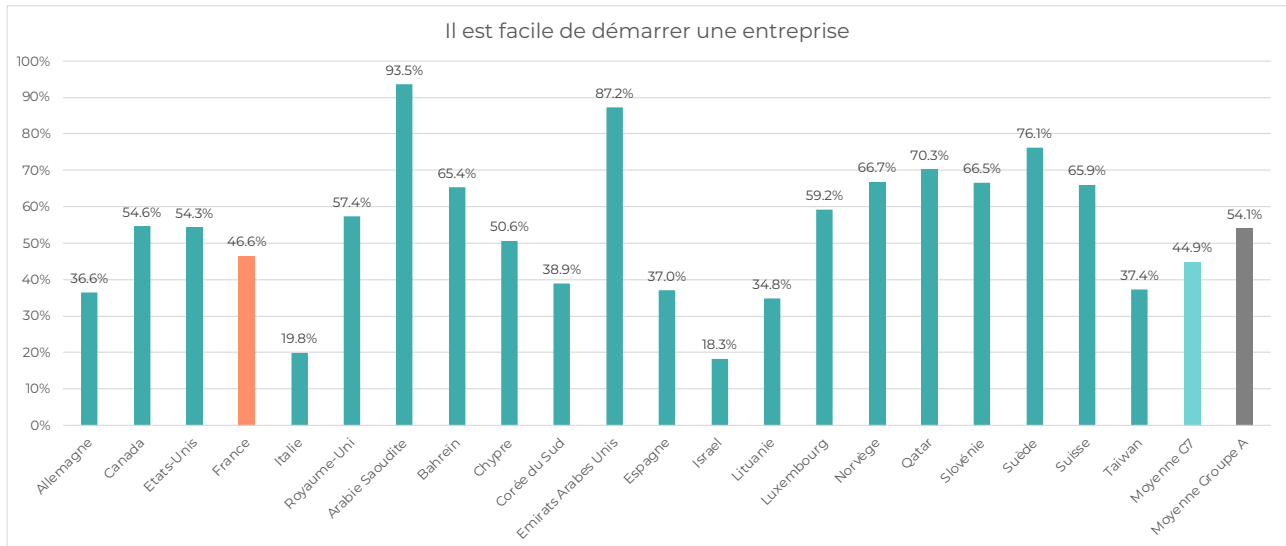


Figure 12. La facilité perçue de démarrer une entreprise

est **valorisé dans les médias**. Ce chiffre classe la France au 8e rang des pays du groupe A, comme en 2023, et entre la moyenne du G7 (71,0%) et celle des pays du groupe A (73,1%). Il est le fruit d'une évolution de la culture entrepreneuriale, notamment 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 à travers des programmes de télé-réalité comme « Qui veut être mon associé » sur M6.

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 à démarrer une entreprise** est en diminution au cours des trois dernières années (46,6% contre 48,8% en 2024, 50,5% en 2023 et 55,4% en 2022). Ainsi, la France se situe à la 14e position sur 21, soit presque 10 points en dessous de la moyenne des pays à revenu élevé (54,1%), mais elle reste au-dessus de la moyenne des pays du G7 (44,9%).

## 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 qui restent 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 et en atteignant 1,1 millions en 2024, son plus haut niveau. Cette démocratisation de l'entrepreneuriat augmente les opportunités de fréquenter et d'interagir avec des entrepreneurs.

Cette évolution marque ainsi un changement dans l'accès au **capital social**. Si par le passé,

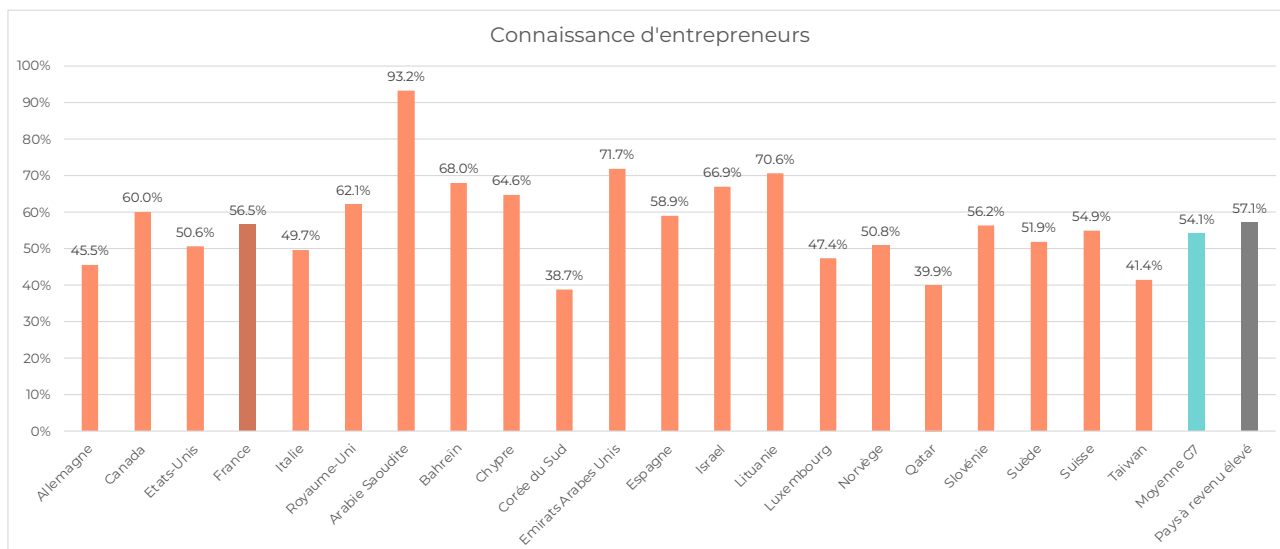


Figure 13. La connaissance d'entrepreneurs autour de soi

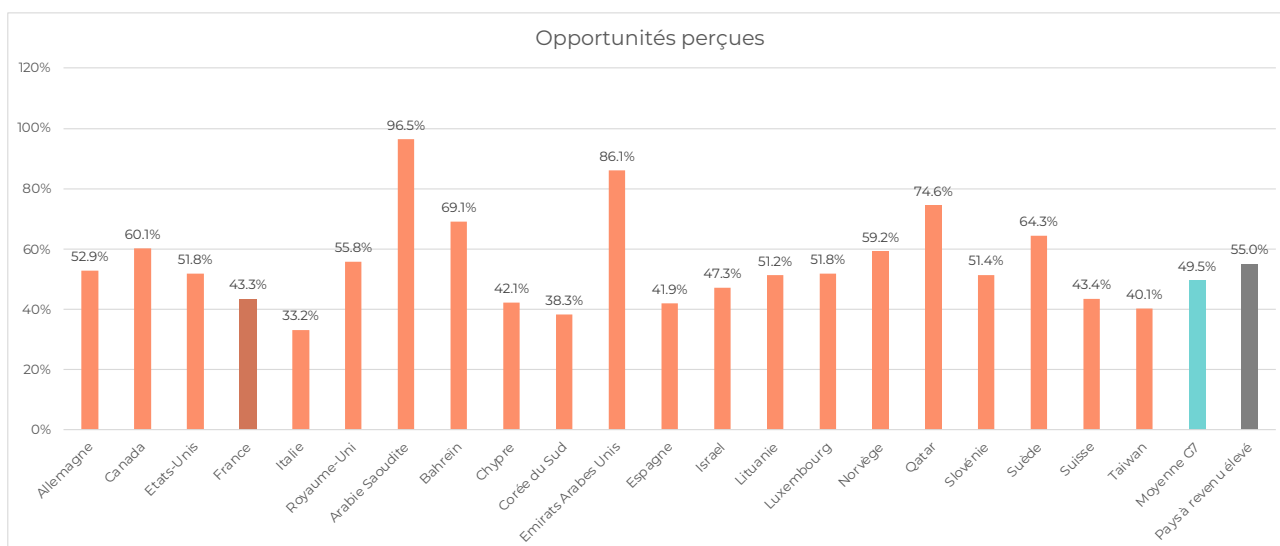


Figure 14. Les opportunités perçues autour de soi

les créateurs avaient tendance à être issus en grande majorité de familles d'entrepreneurs, cela est moins vrai aujourd'hui. Par ailleurs, ils sont beaucoup plus fréquemment exposés à des expériences entrepreneuriales, que ce soit au travers des médias traditionnels ou des réseaux sociaux.

En particulier, les jeunes suivent et s'inspirent d'influenceurs qui sont eux-mêmes très souvent des entrepreneurs. Forbes consacre d'ailleurs un classement de ces influenceurs, retenant comme critères les revenus, l'influence

et l'engagement entrepreneurial. En France, le nombre de répondants affirmant connaître au moins un entrepreneur a fortement progressé, passant de 46,3 % en 2021 à 59,6 % en 2022 et 61,0 % en 2023, avant de reculer à 55,6 % en 2024. En 2025, la tendance s'inverse légèrement avec 56,5 % de répondants déclarant connaître des entrepreneurs dans leur entourage (Figure 13). Cette évolution souligne une certaine démocratisation de l'entrepreneuriat en France, bien que de fortes disparités persistent entre les pays à revenu élevé, où la connaissance d'entrepreneurs varie entre 38,7 % (Corée du

Sud) et 93,2 % (Arabie Saoudite). La France se situe à la 10e position sur 21, légèrement au-dessus de la moyenne du G7 (54,1 %).

## L'EXISTENCE D'OPPORTUNITÉS AUTOUR DE SOI

Au-delà de la connaissance d'entrepreneurs et de la possibilité de s'identifier à un rôle modèle, l'engagement entrepreneurial peut être facilité si les porteurs de projets ont le sentiment d'avoir accès dans leur environnement à des **opportunités d'affaires**. Il s'agit de situations désirables, faisables et créatrices de valeur. Les « **opportunités perçues** », au sens du GEM, renvoient au pourcentage de personnes qui estiment qu'il y a de bonnes opportunités d'affaires pour eux dans les six mois à venir dans la région où ils habitent (Figure 14).

Les chiffres relatifs aux opportunités perçues étaient stables au cours des quatre dernières années, autour de 51%, mais se sont nettement dégradés en 2024 dans un contexte économique et politique difficile (42,8%). En 2025, la tendance commence légèrement à s'inverser avec 43,3%. Malgré cela, toujours bien moins de la moitié des personnes interrogées considèrent que le contexte est favorable

en termes d'opportunités d'affaires. Cette représentation en baisse classe la France en 16e position sur 21 des pays à revenu élevé (9e en 2023 sur 15 pays du groupe A). Malgré une légère augmentation dans la perception d'opportunités, la France descend nettement en dessous de la moyenne du G7 (49,5%), à l'avant dernière place devant l'Italie (33,2%).

## 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, par exemple. Si la France présente un environnement et une culture de plus en plus favorables à l'entrepreneuriat, cette dynamique ne s'accompagne pas nécessairement d'un recul de la peur de l'échec, qui reste un frein majeur (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. Cet indicateur ne concerne donc que les individus déjà exposés à une opportunité entrepreneuriale et ne peut être interprété comme un niveau général de peur de l'échec dans la population.

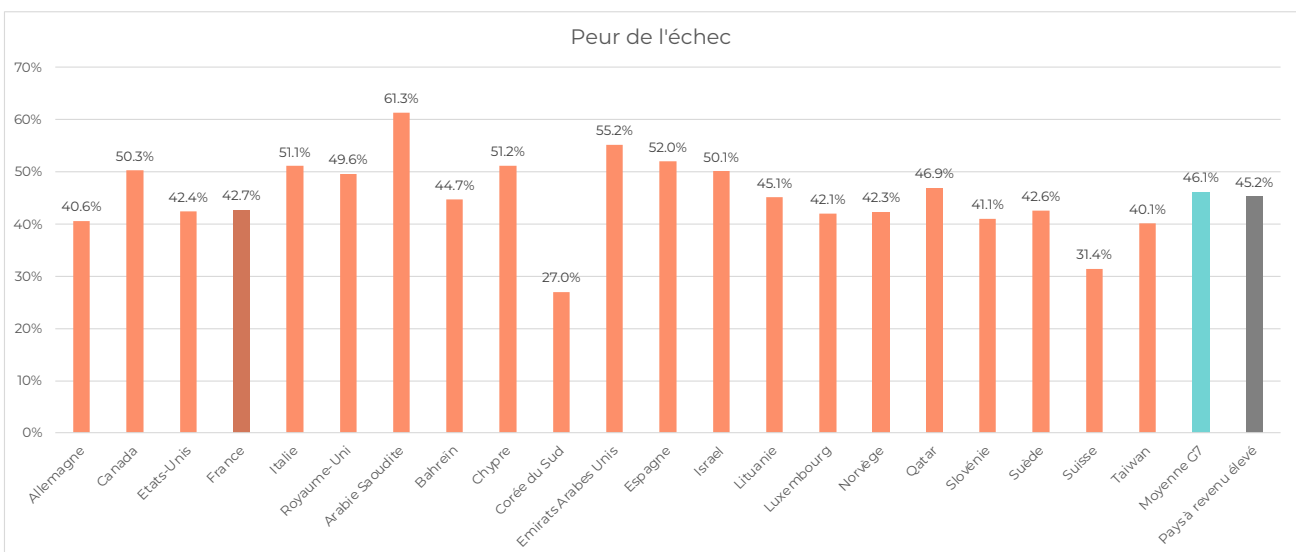


Figure 15. La peur de l'échec comme frein à la dynamique entrepreneuriale

Seulement 42,7% des personnes interrogées en 2024 et 2025 (vs. 40,0% en 2023) ayant perçu des opportunités déclarent avoir renoncé à créer une entreprise de peur d'échouer (Figure 15). Cela place la France en 10e position sur 21 des pays à revenu élevé (moyenne de 45,2%) et en 4e position (2e en 2023) des pays du G7 (moyenne de 46,1%), juste devant les Etats-Unis (42,4%) et l'Allemagne (40,6%). La peur de l'échec en France reste un facteur important, mais dans une moindre mesure comparé à certains autres pays à revenu élevé et du G7.

## 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 facilite le passage à l'action dans l'aventure entrepreneuriale. Le GEM analyse le sentiment de compétence en se référant à la notion de **talent entrepreneurial**.

# 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.

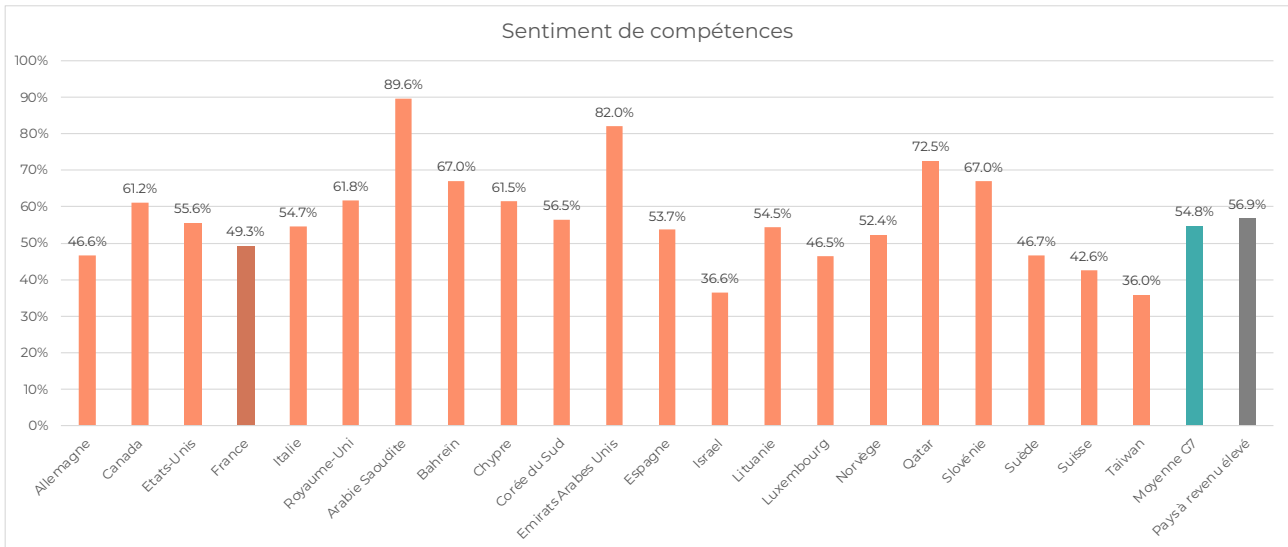


Figure 16. Le sentiment d'être compétent pour entreprendre

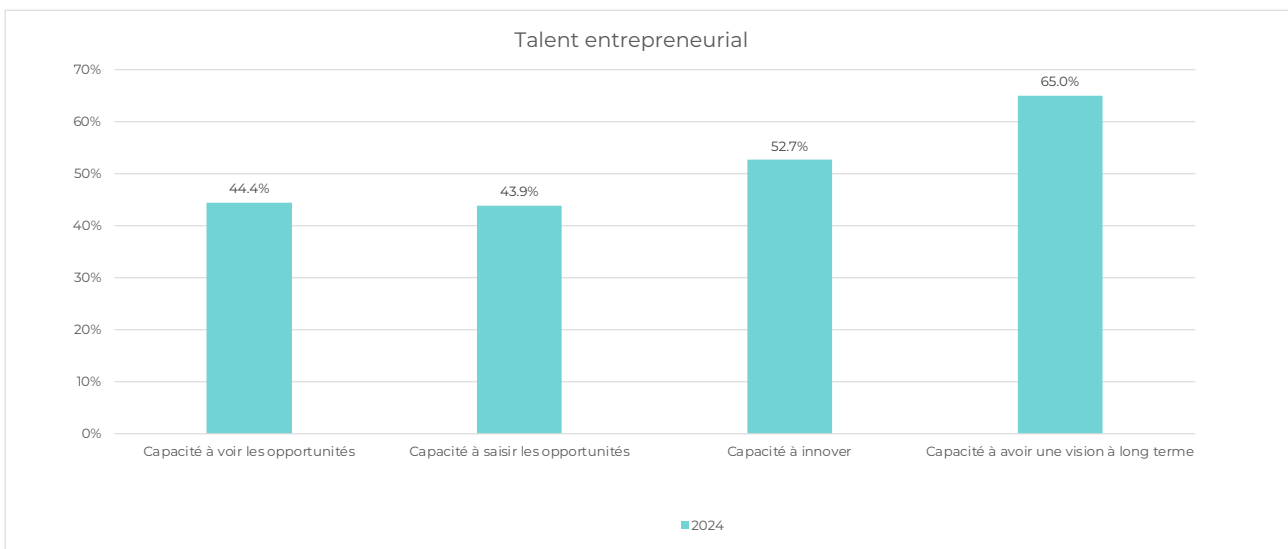


Figure 17. Le talent entrepreneurial ou les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial

## SENTIMENT DE COMPÉTENCE

D'après le consortium GEM, le sentiment de compétence mesure comment un individu perçoit ses compétences, connaissances et expérience pour démarrer une nouvelle entreprise. Dans la mesure où la formulation est générale (sans précision sur les compétences ou les connaissances requises, ni sur le type d'expérience à valoriser), il s'agit davantage d'une auto-évaluation subjective et de la perception que les personnes interrogées ont 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 ses aptitudes plutôt qu'une évaluation impartiale.

En 2022 et 2023, une personne interrogée sur deux se sentait capable d'entreprendre, mais cette perception a légèrement diminué en 2024 (45,0%), elle remonte à 49,3% en 2025. La France se classe désormais en 15e position des pays à revenu élevé (moyenne de 56,9%) et comme en 2024 en 5e position des pays du G7 (moyenne de 54,8%), juste devant l'Allemagne (46,6%).

## 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 opportunités<sup>3</sup>** : « vous voyez rarement des opportunités d'affaires, même si vous êtes très bien informé dans ce domaine » ;
- 2. Capacité à saisir les opportunités<sup>3</sup>** : « 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 » ;

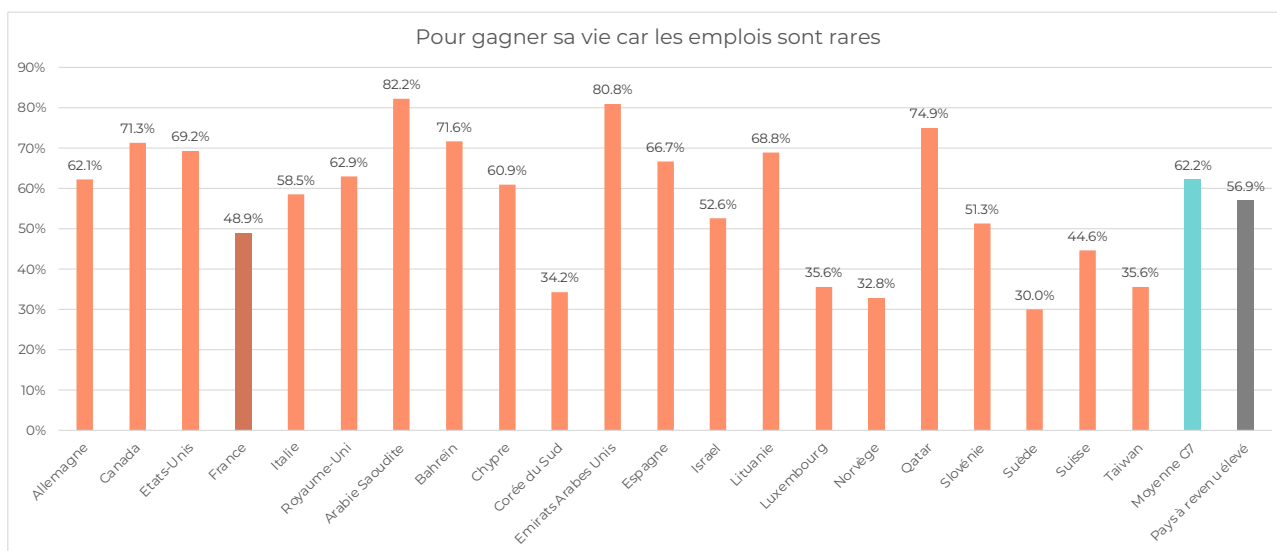


Figure 18. Les motivations pour entreprendre – Gagner sa vie car les emplois sont rares

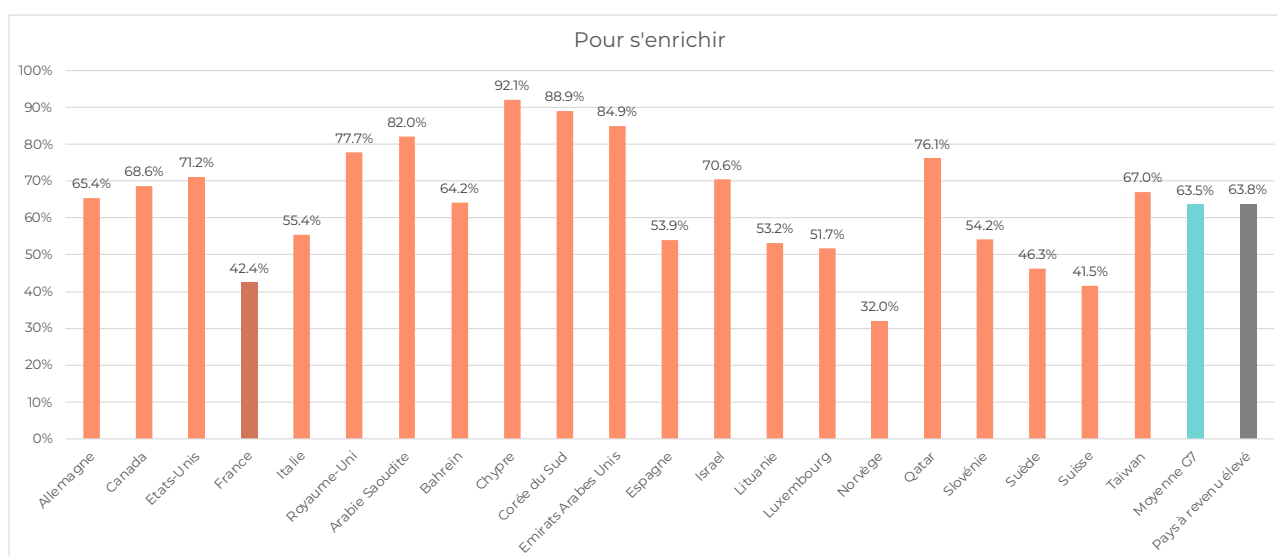


Figure 19. Les motivations pour entreprendre – S'enrichir

<sup>3</sup> Compte-tenu de la formulation négative de ces deux questions, nous avons choisi de présenter le % de répondants en désaccord avec l'affirmation.

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

Absent du questionnaire APS cette année, nous rappelons ici les résultats de 2024 qui se montrent stables sur les dernières années. Près d'un répondant sur deux se déclare en **capacité à voir les opportunités** (44,4% en 2024 vs. 46% en 2023) et de les saisir (43,9% en 2024 vs. 45% en 2023).

**Les capacités à innover** (52,7% en 2024 vs. 57% en 2023) et à avoir une **vision à long terme** (65,0% en 2024, stable avec 2023) se situent à un niveau beaucoup plus élevé.

## Les motivations entrepreneuriales : le sens de l'engagement

La principale motivation pour créer une entreprise est la **recherche d'autonomie et d'indépendance**. 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 principales pour créer une entreprise sont aujourd'hui retenues. Les entrepreneurs naissants et nouveaux ont été invités à exprimer leur degré d'accord sur quatre affirmations reflétant les raisons de s'engager dans la création d'entreprise, comme suit :

- Pour gagner sa vie, car les emplois sont rares (Figure 18).
- 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).

Après une inversion des tendances en 2024 entre les deux premières motivations, en 2025, la motivation « **pour gagner sa vie, car les emplois sont rares** » revient en tête avec 48,9% des personnes interrogées (43% en 2024) avant celle « **pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé** » avec 42,4% (44% en 2024).

Reflétant un contexte économique et politique plus difficile en 2024 et 2025, créer par nécessité reste néanmoins inférieur à la moyenne des

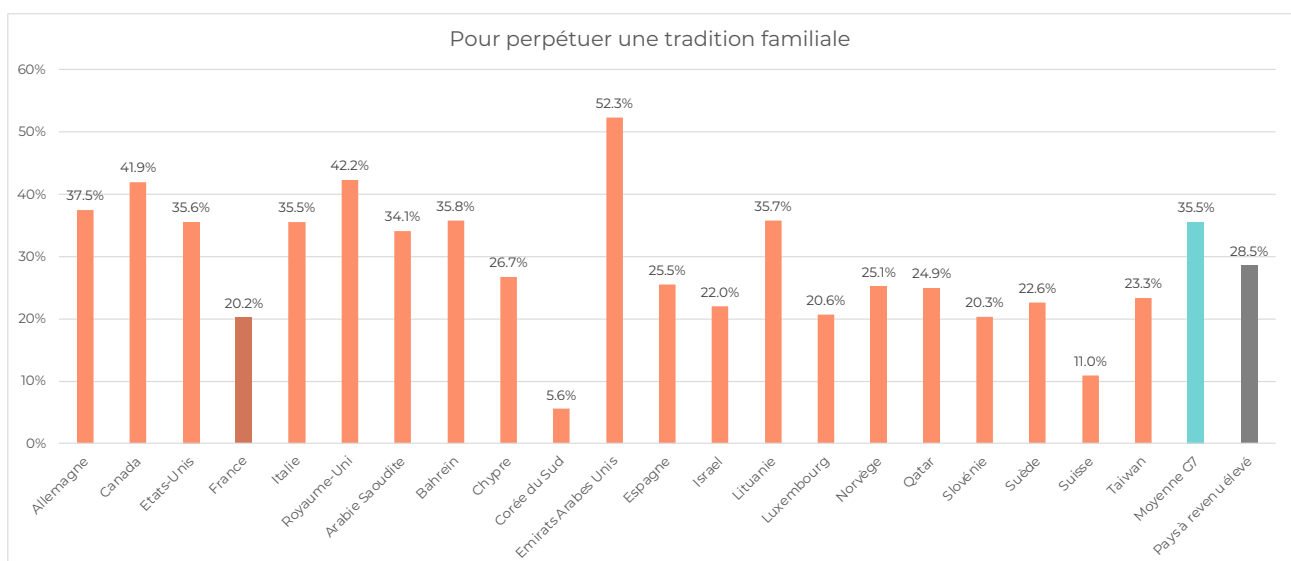


Figure 20. Les motivations pour entreprendre - Perpétuer une tradition familiale

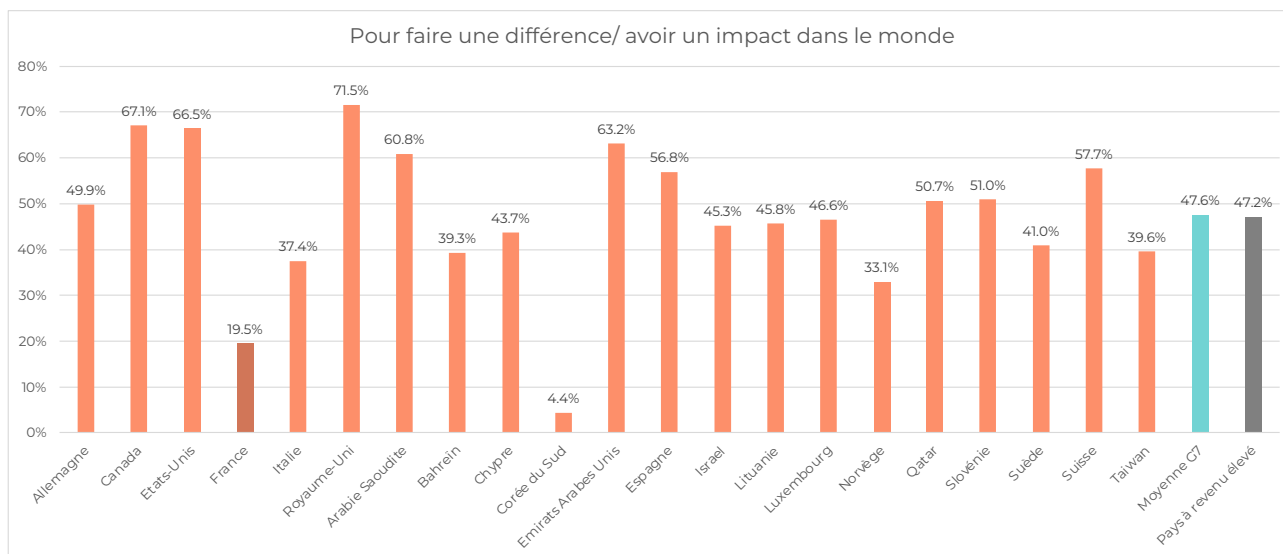


Figure 21. Les motivations pour entreprendre - Faire une différence/avoir un impact dans le monde

pays à revenu élevé (56,9%) et nettement en dessous de la moyenne du G7 (62,2%).

Les deux autres motivations sont nettement plus en retrait pour la France. La motivation pour « **perpétuer une tradition familiale** » est faible pour la France (20,2%), comparée aux moyennes des pays à revenu élevé (28,5%) et du G7 (35,5%).

Dans des pays ayant une tradition d'entreprise familiale comme le Canada (41,9%), l'Allemagne (37,5%), les Etats-Unis (35,6%), et l'Italie (35,5%), ces pourcentages sont nettement plus élevés.

La création d'entreprise motivée par la **volonté de faire une différence dans le monde** n'est exprimée que par 19,5% des entrepreneurs interrogés en nette diminution sur ces dernières années (25,8 % en 2021 ; 23,7 % en 2022 ; 20 % en 2023). Cependant, cet indicateur reste fortement en décalage avec la moyenne des pays à revenu élevé (47,2%) et du G7 (47,6%). Ce résultat pour la France soulève des interrogations.

# L'activité entrepreneuriale en France

L'activité entrepreneuriale constitue un élément central du modèle du Global Entrepreneurship Monitor. Elle est appréhendée comme un processus continu allant de l'intention entrepreneuriale jusqu'à la sortie. Deux indicateurs principaux permettent d'en apprécier la dynamique : l'intention entrepreneuriale et le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE). Cette activité est également analysée à travers les investissements informels et le degré d'internationalisation.

## 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).

Le modèle du GEM repose sur une lecture séquentielle du processus entrepreneurial : l'intention de créer, l'engagement dans une activité entrepreneuriale, la consolidation de l'entreprise, puis la sortie.

L'intention entrepreneuriale est définie comme la proportion d'individus déclarant envisager la création d'une entreprise dans les trois prochaines années, elle constitue un déterminant clé du passage à l'action.

L'activité entrepreneuriale émergente est mesurée à travers le TAE, qui agrège les



entrepreneurs naissants et les nouveaux entrepreneurs. Elle reflète ainsi le niveau d'engagement effectif dans le processus entrepreneurial. Cet engagement est mesuré à partir du nombre de mois de salaires versés depuis le démarrage de l'activité (Tableau n° 3) :

- Entrepreneur naissant : 0 à 3 mois de salaires
- Nouvel entrepreneur : 4 à 41 mois
- Entrepreneur établi : au moins 42 mois

Les entrepreneurs établis ne sont pas inclus dans le TAE, mais permettent d'apprécier la consolidation de l'activité entrepreneuriale.

Enfin, le processus se clôt par la sortie entrepreneuriale, qui peut correspondre à une cessation ou à une transmission, cette dernière pouvant constituer un levier de redéploiement entrepreneurial.

## L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

L'intention de créer une entreprise constitue une étape structurante du processus entrepreneurial et un indicateur avancé de la dynamique entrepreneuriale.

En 2025, l'intention entrepreneuriale en France atteint 19,8 %, marquant une progression notable par rapport à l'année précédente et un niveau inédit depuis 2021 (Figure 22). Malgré cette hausse, la France demeure en deçà de la moyenne du G7 (24,7 %), portée notamment par le Canada (31,9 %) et le Royaume-Uni (31,8 %) (Figure 23).

Au sein du groupe A, la France conserve une position intermédiaire. Elle se situe au-dessus de pays comme l'Espagne (13,8 %), Israël (16,8 %) ou la Suisse (15,5 %), mais reste très éloignée

des économies du Moyen-Orient caractérisées par des niveaux d'intention particulièrement élevés (Émirats arabes unis : 62,3 % ; Bahreïn : 53,3 % ; Arabie saoudite : 48,8 %) (Figure 24).

À l'inverse, les États-Unis enregistrent un léger recul, passant de 23 % en 2024 à 20,3 % en 2025.

Ces écarts traduisent des différences persistantes en matière de culture entrepreneuriale, de perception des opportunités et du risque, mais aussi des effets conjoncturels liés aux contextes économiques et politiques.

## L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE ÉMERGENTE ET ÉTABLIE

Le taux de l'activité entrepreneuriale (TAE) correspond au pourcentage de personnes récemment engagées dans le processus

Processus entrepreneurial	
<b>Entrepreneur naissant</b>	Personne qui a créé une entreprise et versé jusqu'à 3 mois de salaires
<b>Entrepreneur nouveau</b>	Personne qui a créé une entreprise et versé entre 4 et 41 mois de salaires
<b>Entrepreneur établi</b>	Personne qui a créé une entreprise et versé au moins 42 mois de salaires
L'activité entrepreneuriale	
<b>TAE (Total de l'activité entrepreneuriale émergente)</b>	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

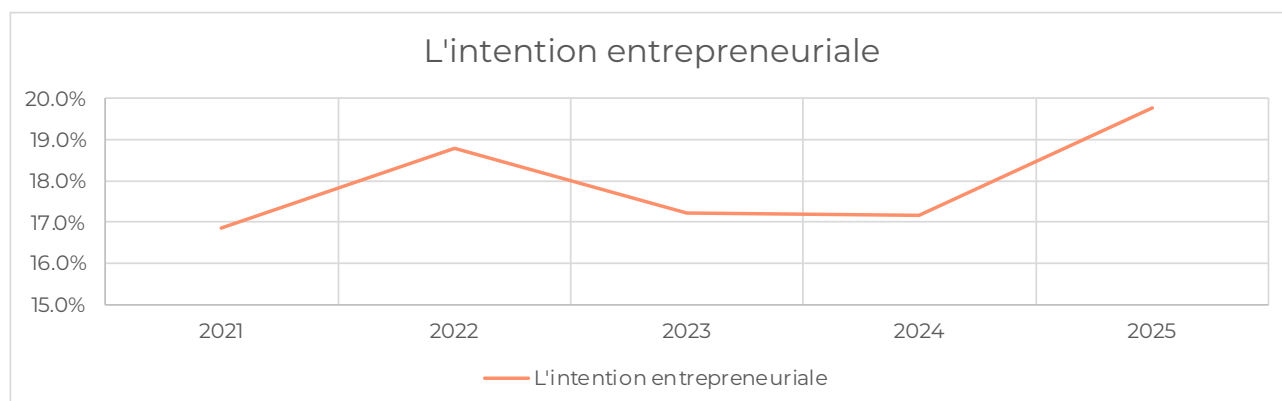


Figure 22. Évolution de l'intention entrepreneuriale (2021-2025)

entrepreneurial rapporté à la population adulte (18 à 64 ans). Avec l'intention entrepreneuriale, il constitue un indicateur intéressant de la vitalité entrepreneuriale d'un pays.

En 2025, pour les entrepreneurs émergents français, le TAE repart à la hausse par rapport à l'année 2024 : 11,6%. Bien qu'intéressant, celui-ci reste une nouvelle fois inférieur à la moyenne des pays du G7 (17,1%) et à la moyenne des pays de revenus élevés (13,3%) (Figures 25 et 26a).

Le taux d'entrepreneurs établis atteint quant à lui 5,7 %, contre 4,7 % l'année précédente. Cette

évolution, bien que modérée, suggère une amélioration progressive de la pérennisation des activités entrepreneuriales.

La France reste néanmoins en retrait par rapport à la moyenne du G7 (7 %), tirée notamment par le Royaume-Uni (13,3 %) (Figure 26b).

En comparaison internationale, le niveau français apparaît relativement proche de celui des États-Unis (5,5 %), de l'Allemagne (5,1 %), du Canada (6,1 %) et de l'Italie (6 %) (Figure 27), ce qui traduit une certaine convergence entre économies comparables.

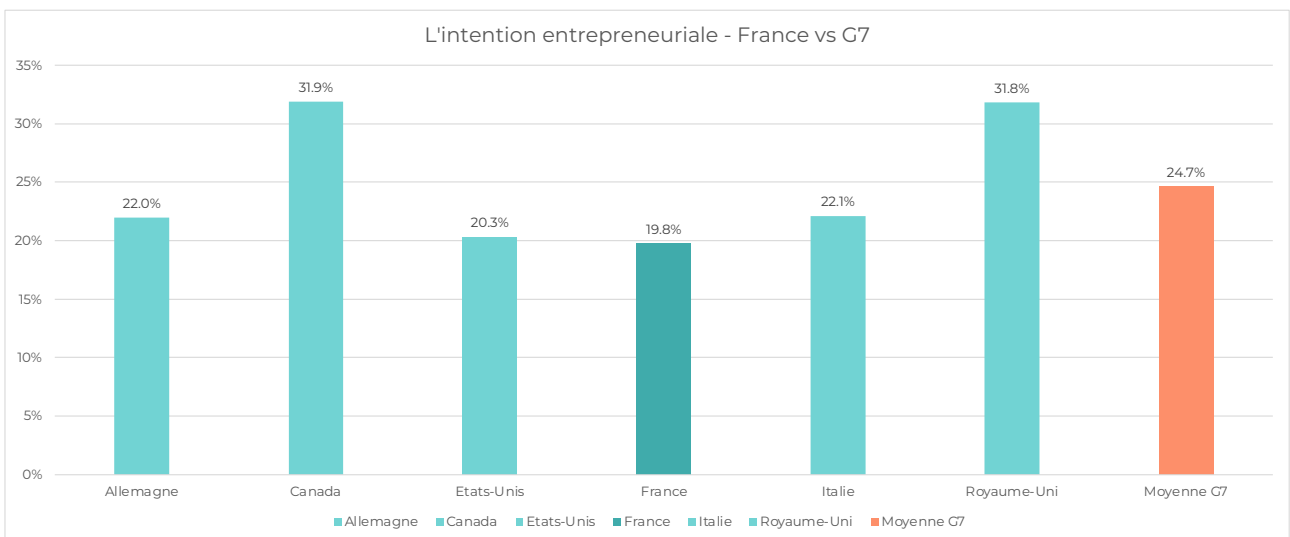


Figure 23. Intention entrepreneuriale des pays du G7 en 2025

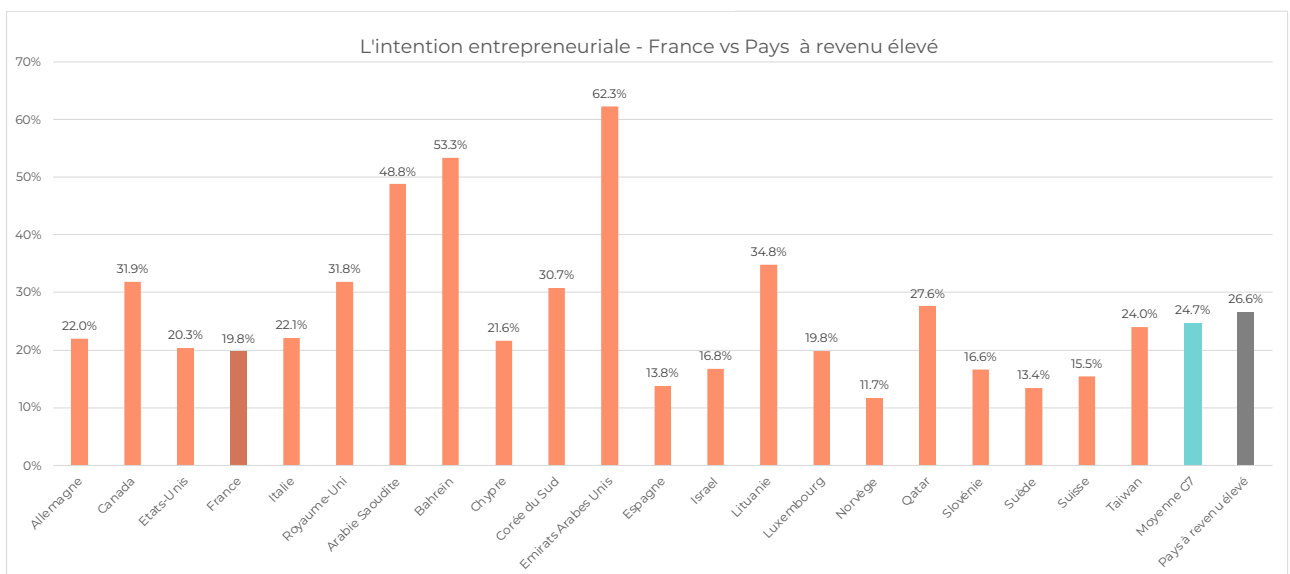


Figure 24. L'intention entrepreneuriale parmi les pays à revenu élevé et du G7

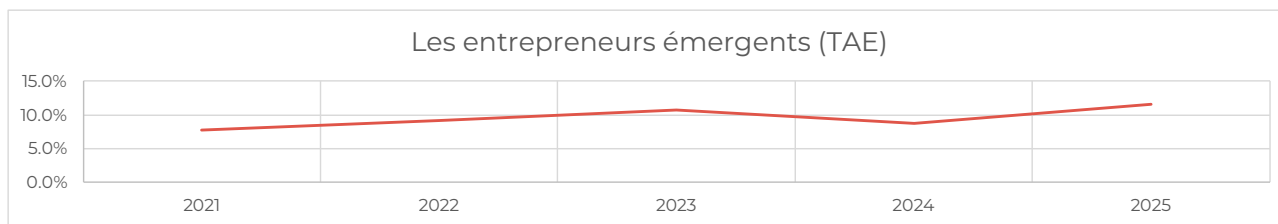


Figure 25. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE)

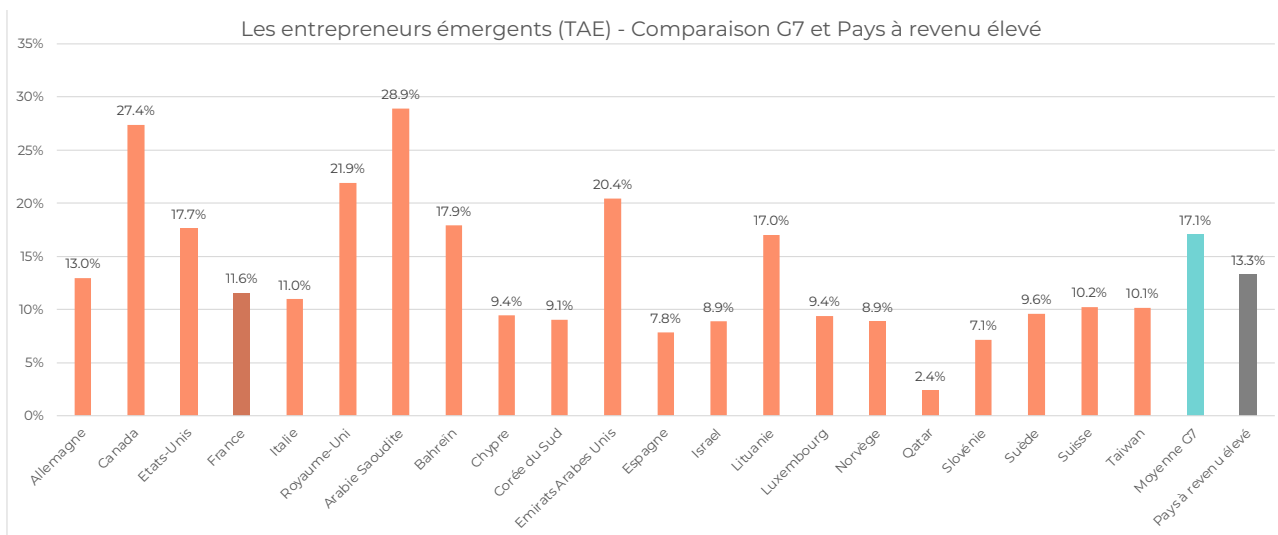
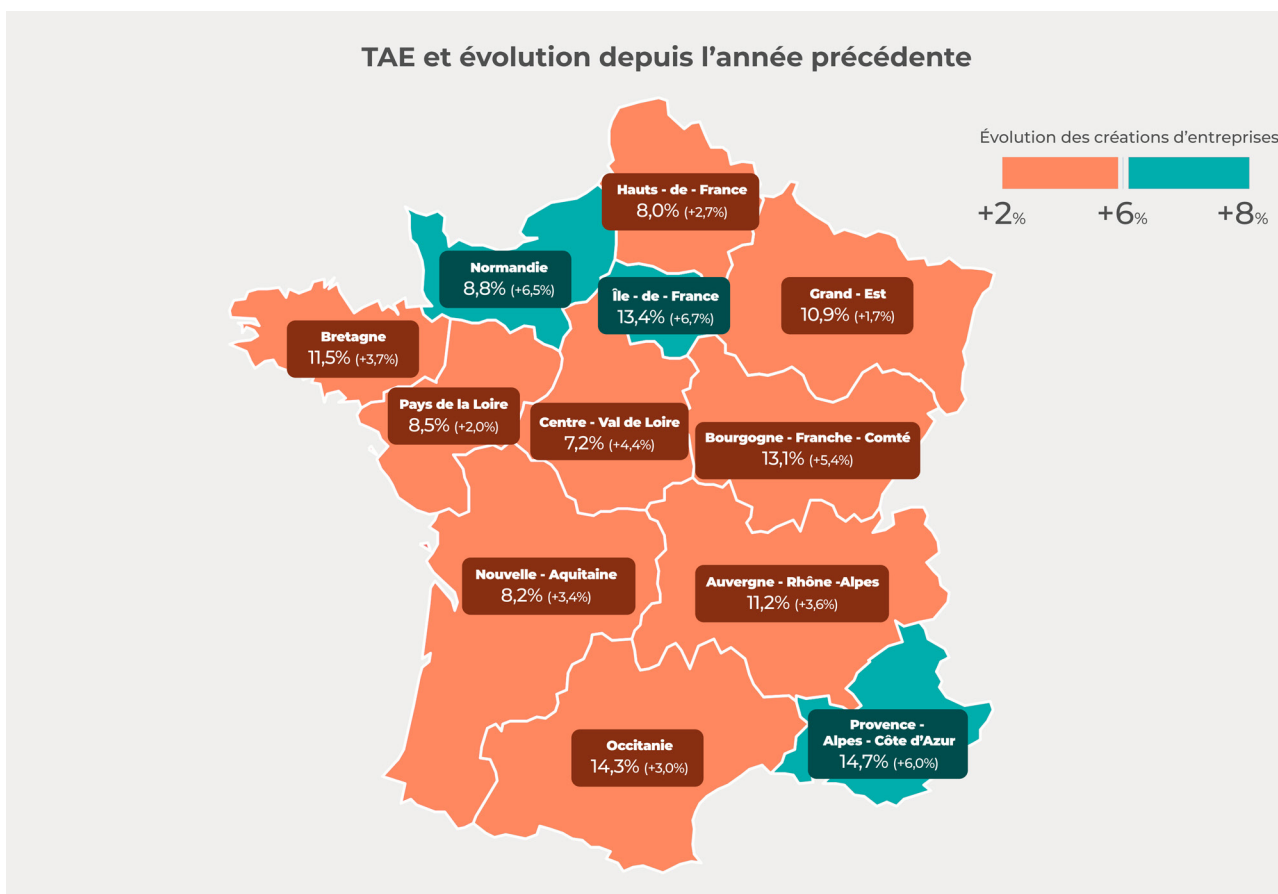


Figure 26a. Évolution du taux d'activité entrepreneuriale en France (TAE) - comparaison G7 et pays à revenu élevé



Carte 1. TAE par région et évolution du nombre de créations d'entreprises en 2025 (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 2025 (entre parenthèses) - Ex : En 2025 en Île de France, le taux d'activité entrepreneuriale (TAE) est de 13,4% et le nombre de créations d'entreprise augmente de 6,7%

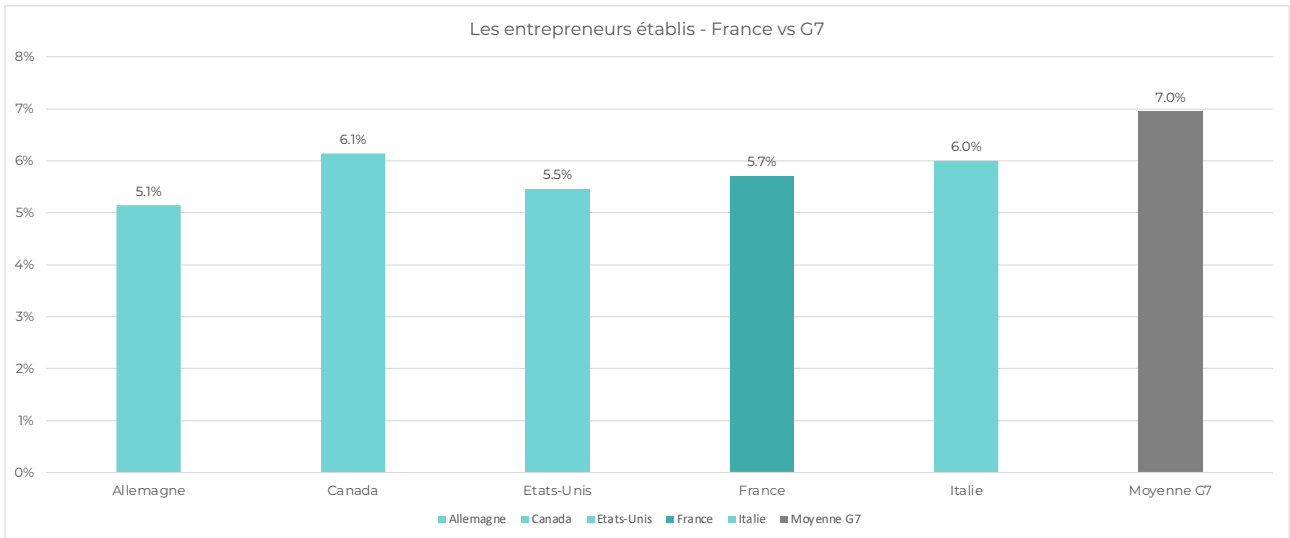


Figure 26b. Taux d'entrepreneurs établis parmi les membres du G7 en 2025

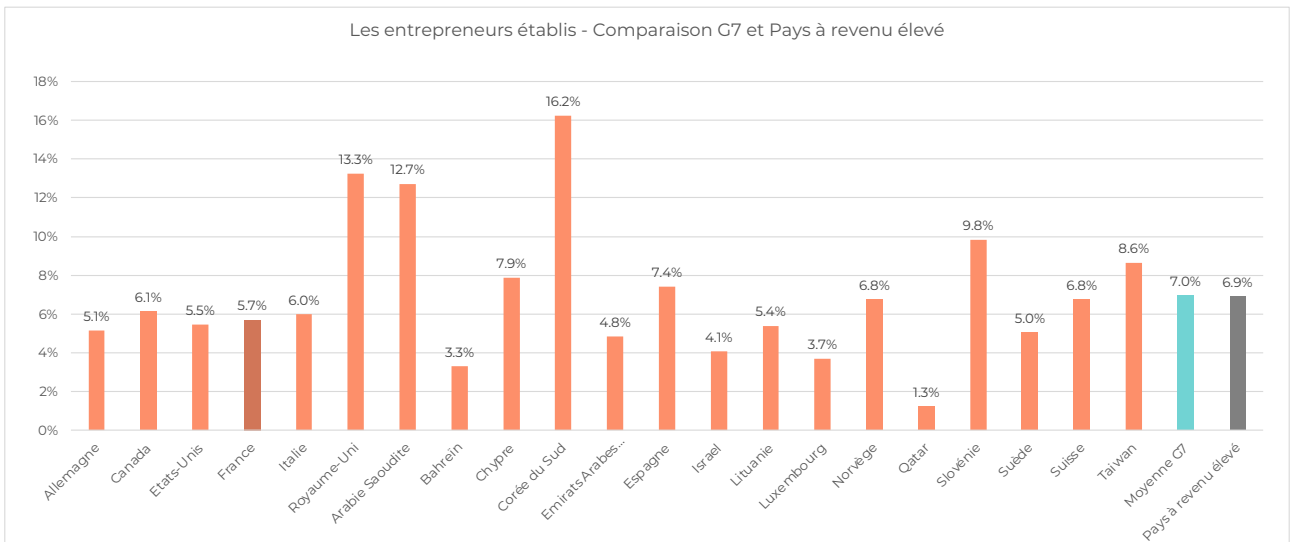


Figure 27. Le taux d'entrepreneurs établis parmi les pays à revenu élevé et les pays du G7

L'analyse régionale du TAE met en évidence des disparités notables au sein du territoire français. En 2025, les régions les plus dynamiques en matière d'activité entrepreneuriale émergente sont la Provence-Alpes-Côte d'Azur (14,7%), l'Occitanie (14,3%) et l'Île-de-France (13,4%), suivies de la Bourgogne-Franche-Comté (13,1%). À l'inverse, les régions affichant les taux les plus faibles sont le Centre-Val de Loire (7,2%), les Hauts-de-France (8,0%) et la Nouvelle-Aquitaine (8,2%).

généralisée du TAE dans l'ensemble des régions. Les hausses les plus marquées concernent l'Occitanie (de 9,6% à 14,3%), la PACA (de 11,8% à 14,7%) et l'Auvergne-Rhône-Alpes (de 8,3% à 11,2%). Le Centre-Val de Loire, bien qu'en légère amélioration (de 6,3% à 7,2%), reste la région la moins dynamique. La Nouvelle-Aquitaine enregistre également une progression notable, passant de 6,8% à 8,2% (Carte 1).

### LA SORTIE ENTREPRENEURIALE

Par rapport à 2024, on observe une progression

La sortie entrepreneuriale marque la fin

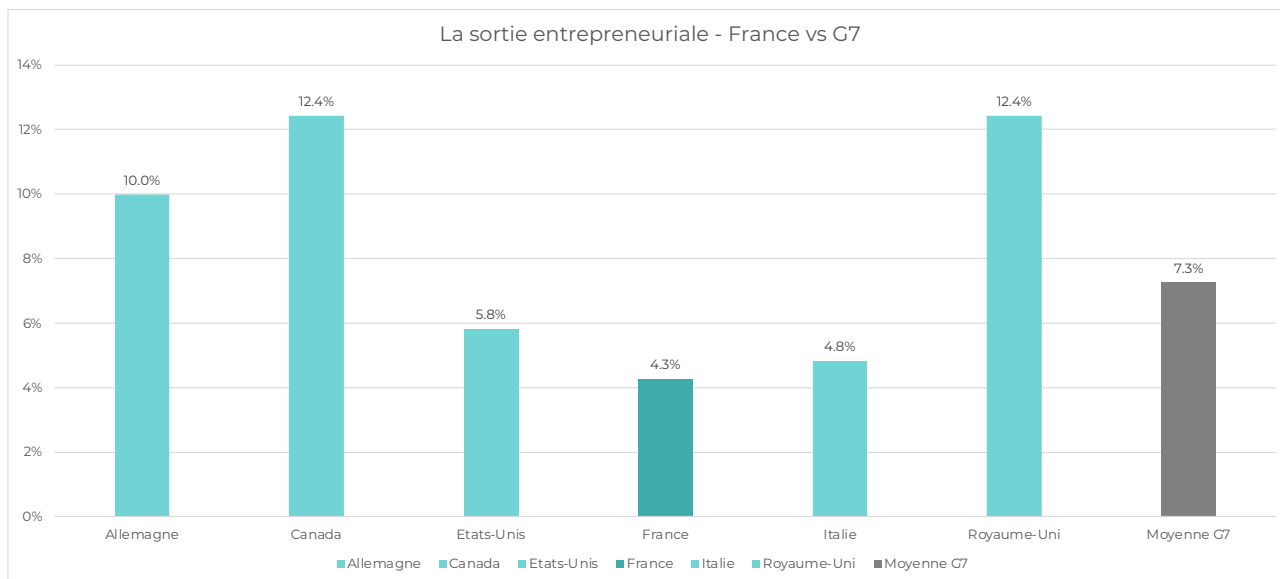


Figure 28. Sortie entrepreneuriale pour les pays du G7 en 2025

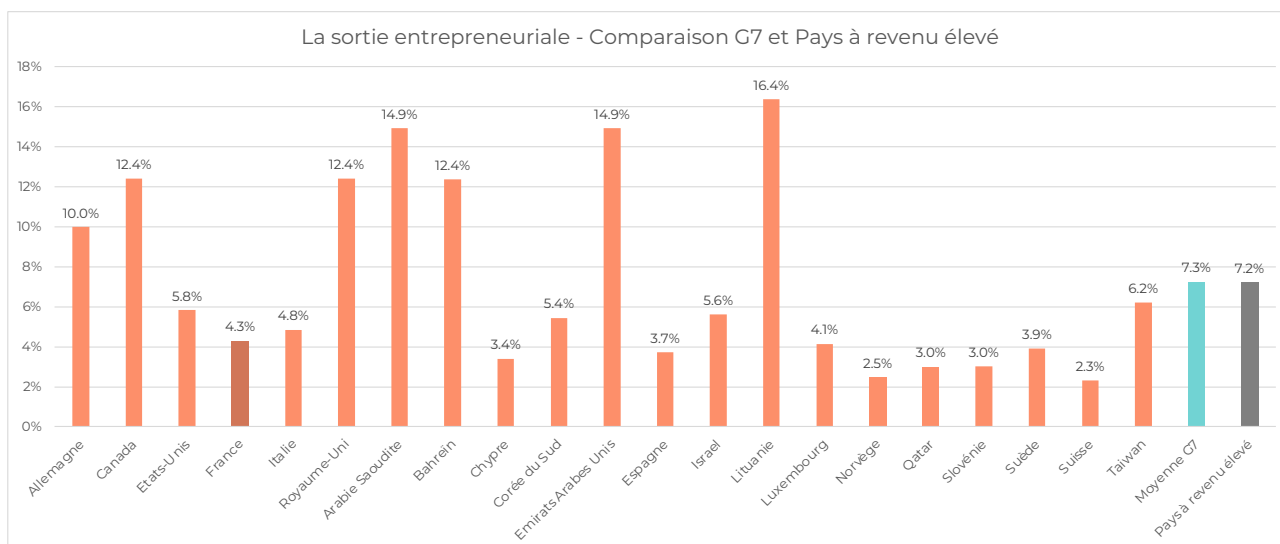
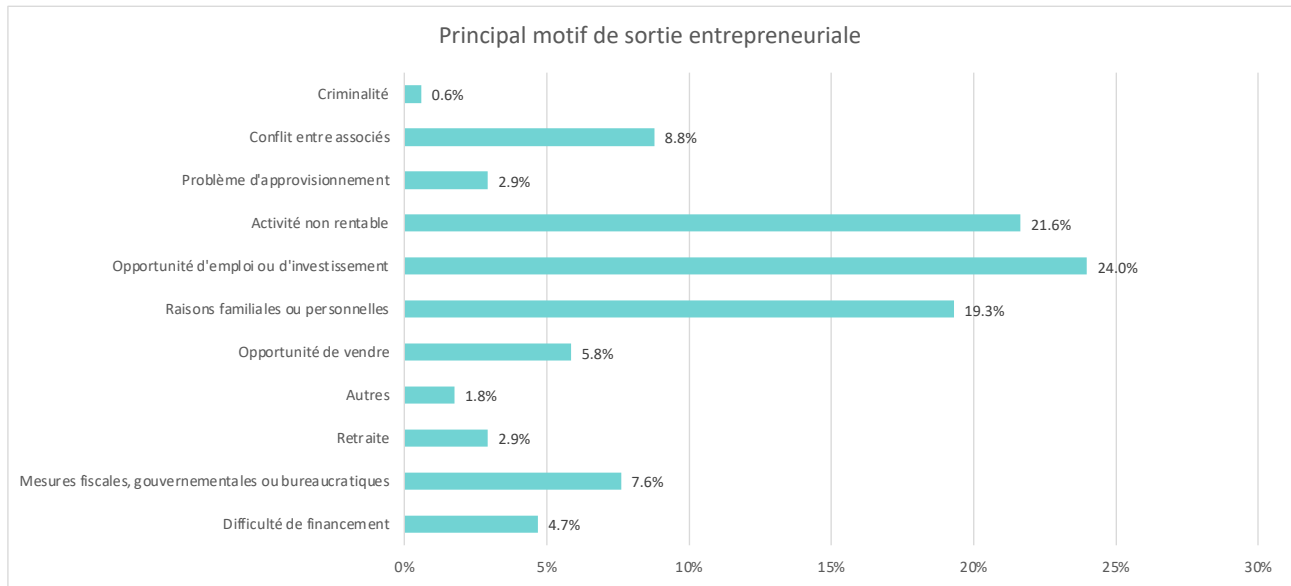


Figure 29. La sortie entrepreneuriale avec et sans poursuite de l'activité parmi les pays à revenu élevé et membres du G7

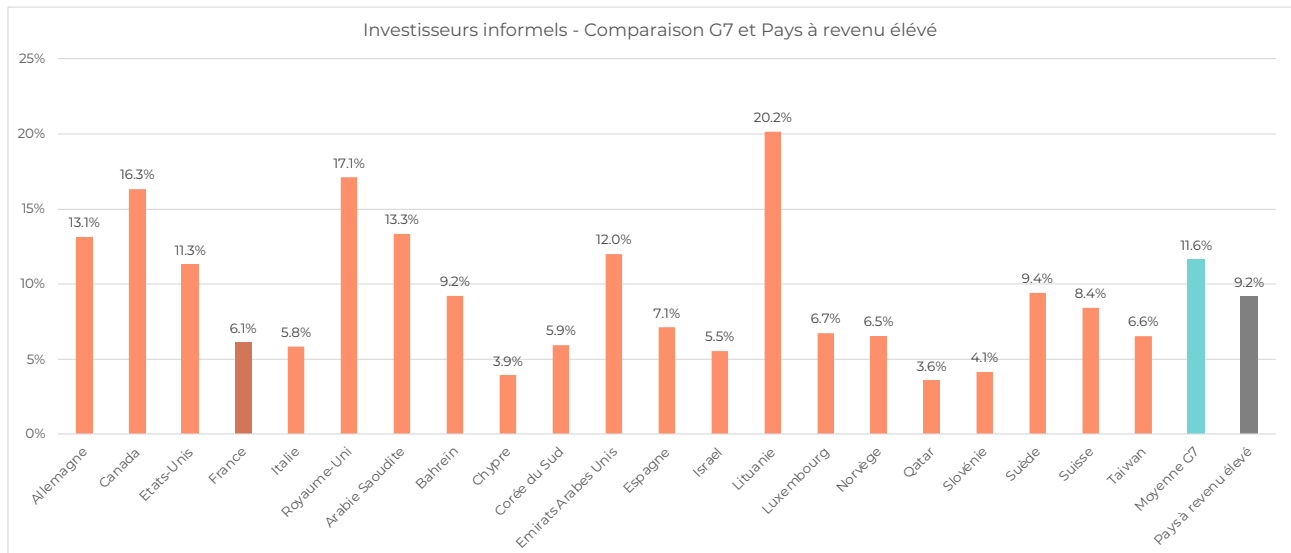
de l'aventure entrepreneuriale pour le dirigeant, mais pas nécessairement celle de l'entreprise. Cette sortie peut s'inscrire à la fois dans une démarche de continuité de l'entreprise avec la transmission des parts ou du fonds de commerce. Ou elle peut marquer l'arrêt de l'activité de l'entreprise avec la cessation d'activité. Les motivations à la sortie entrepreneuriale peuvent être de plusieurs types. Elles peuvent être liées à la situation du dirigeant (départ à la retraite, raisons familiales et/ ou personnelles), à la situation de l'entreprise (activité non rentable, opportunité d'investissement), ou encore en lien avec l'environnement et le contexte économique.

Le taux de sortie entrepreneuriale en France, en 2025 est identique à celui de l'année 2024 (4,3%)

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 mise en œuvre par de nouveaux entrepreneurs ou des entrepreneurs établis. Les sorties avec arrêt d'activité progressent légèrement (2,8 % contre 2,6 % en 2024), tandis que celles avec



**Figure 30.** Les raisons à l'origine de la sortie entrepreneuriale



**Figure 31.** Le pourcentage d'investisseurs informels parmi les pays à revenu élevé et du G7

continuité d'activité diminuent légèrement (1,5 % contre 1,7 % en 2024).

En somme, les raisons qui expliquent la sortie entrepreneuriale sont variées et reflètent tant des décisions volontaires que contraintes. En 2025, les trois principaux motifs de sortie en France sont : une opportunité d'emploi ou d'investissement (24,0%) ; une activité non rentable (21,6%) ; pour raison familiale ou personnelle (19,3%) (Figure 30). Le fait que les opportunités de sortie liées à des investissements soient le principal facteur

de sortie entrepreneuriale en 2025 témoigne d'un certain dynamisme du marché de la transmission-reprise d'entreprise.

## Les investisseurs informels en soutien de l'activité entrepreneuriale

Les investisseurs informels jouent un rôle structurant dans le financement des nouvelles entreprises, notamment en phase de démarrage.

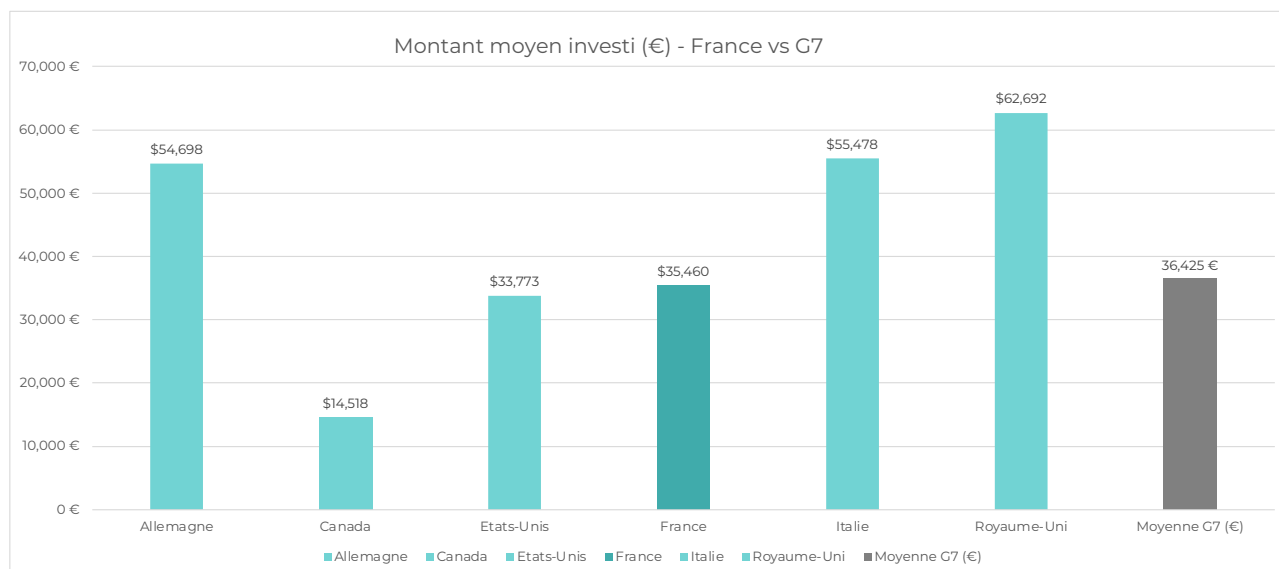


Figure 32. Montant des investissements informels membres du G7 en 2025

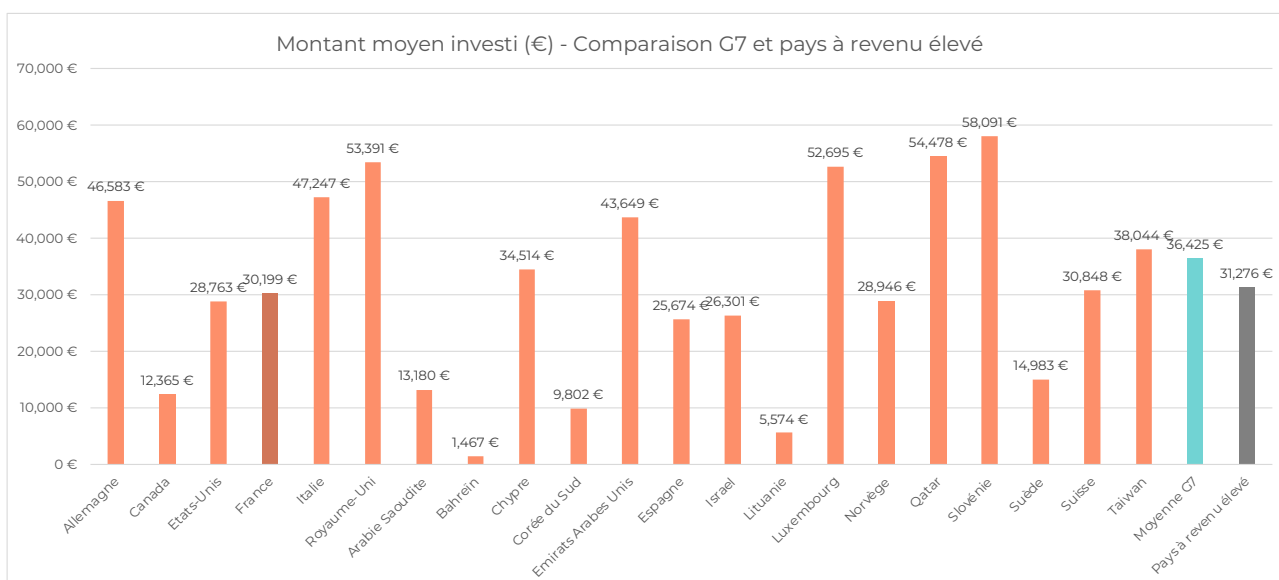


Figure 33. Le montant moyen investi par les investisseurs informels parmi les pays à revenu élevé et du G7

En 2025, le montant moyen investi en France s'élève à 30 199 €, soit une forte progression par rapport à 2024 (17 970 €). Ce niveau reste légèrement inférieur à la moyenne du G7 (36 425 €) et du groupe A (31 276 €).

Certains pays présentent des montants nettement plus faibles, comme le Canada (12 365 €), l'Arabie Saoudite (13 180 €) ou la Corée du Sud (9 802 €), ce qui positionne la France dans une situation intermédiaire (figures 32 et 33).

## L'activité entrepreneuriale tournée vers l'international

L'internationalisation constitue un levier stratégique pour la croissance et la pérennité des entreprises. En 2025, les niveaux d'orientation internationale des entrepreneurs émergents et établis en France restent modérés par rapport aux autres pays.

Globalement, la part du chiffre d'affaires des entrepreneurs émergents en France réalisée à l'international est en nette augmentation

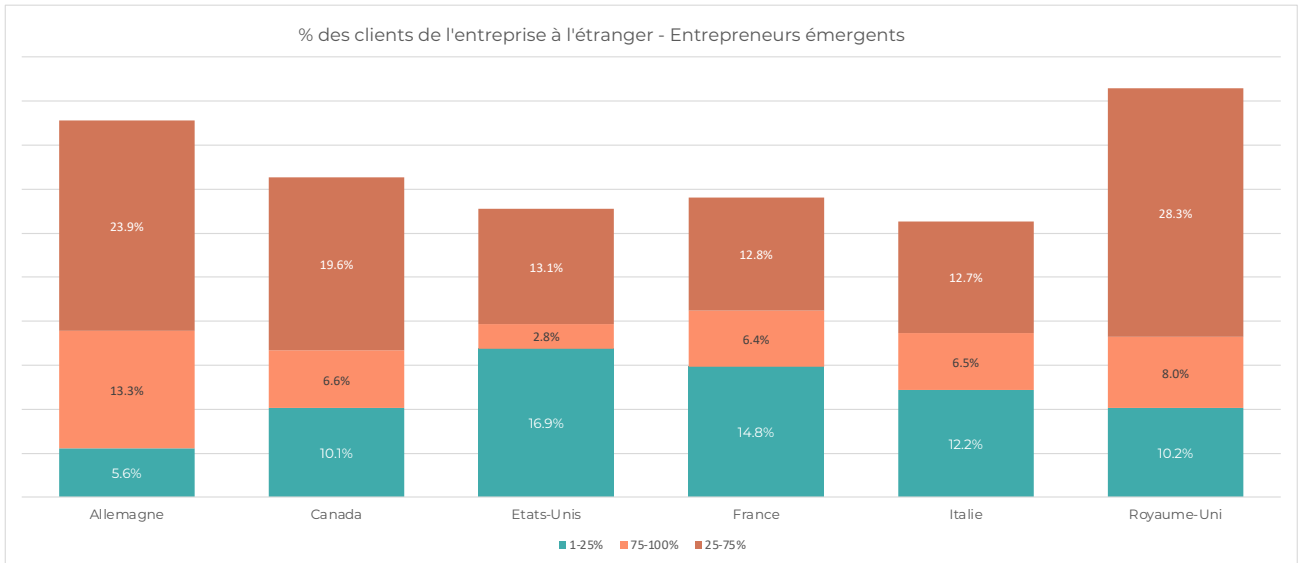


Figure 34. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays membres du G7

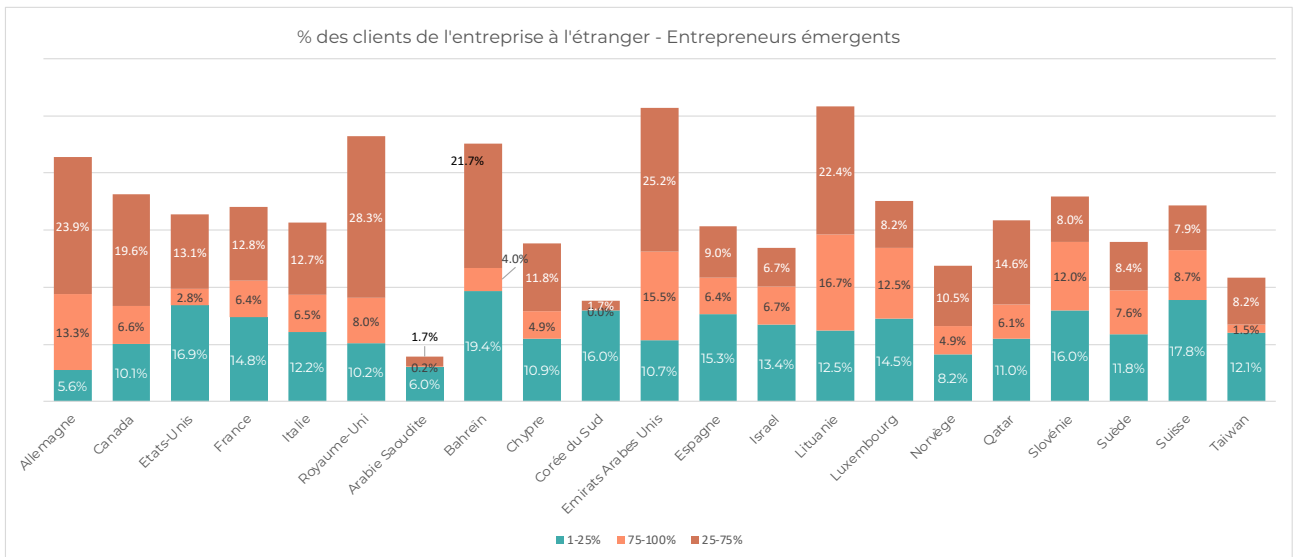


Figure 35. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs émergents - comparaison avec les pays à revenu élevé

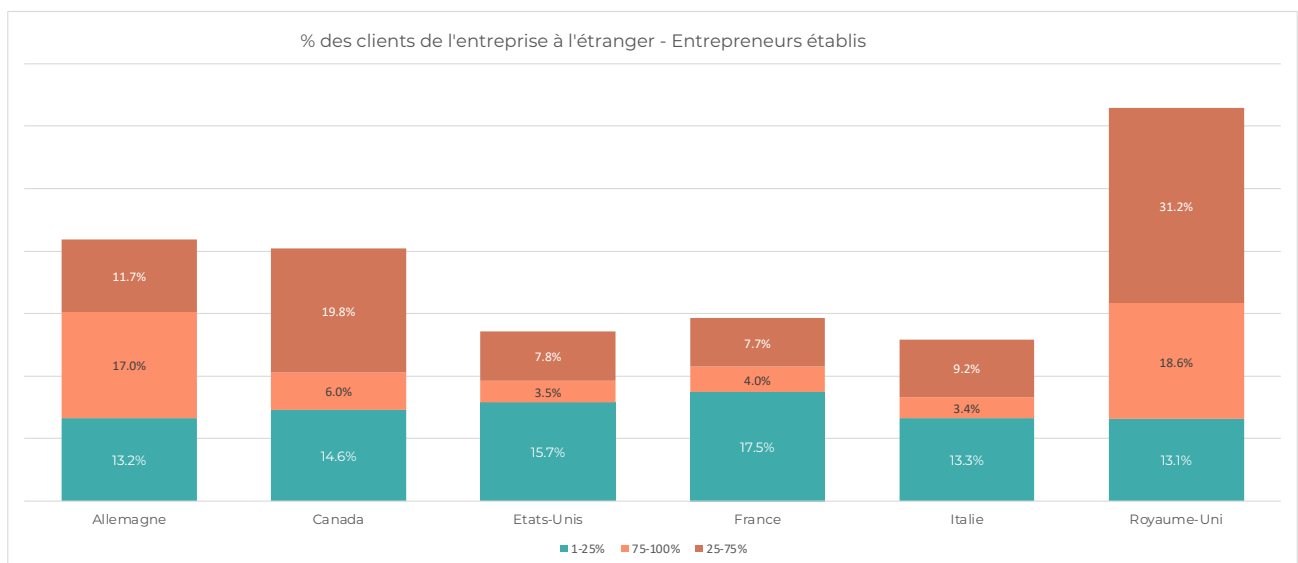


Figure 36. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays membres du G7

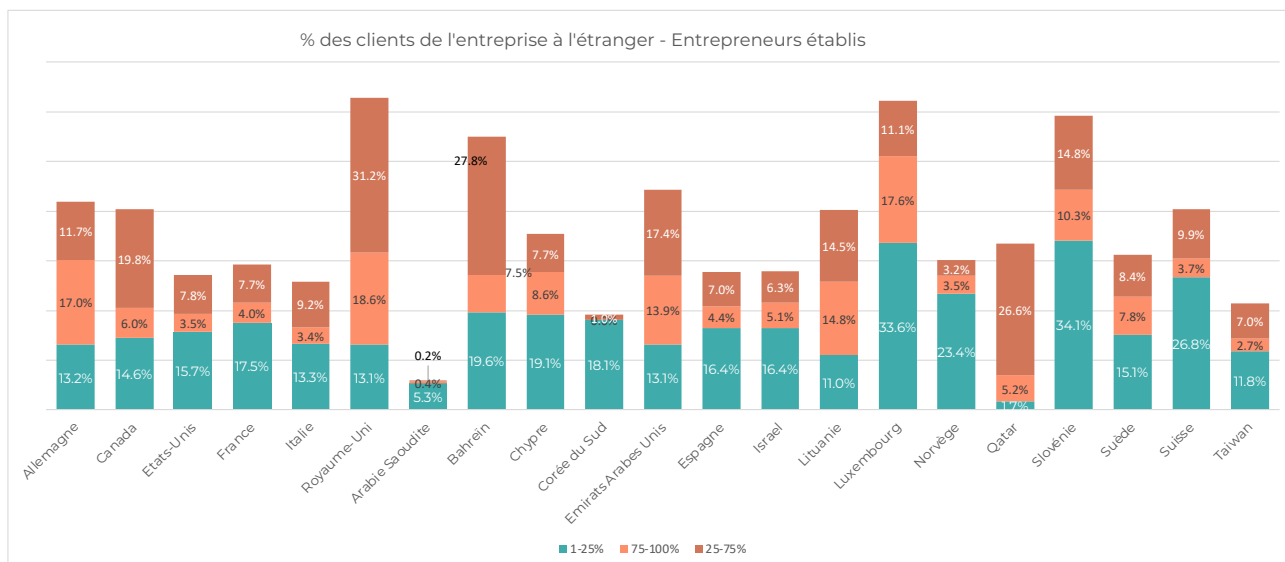


Figure 37. La part de la clientèle située à l'étranger pour les entrepreneurs établis - comparaison avec les pays à revenu élevé

par rapport à l'année 2024, 34,0% contre 29,5% l'année précédente. Ce taux bien qu'en augmentation est légèrement en dessous de la moyenne des pays du G7 (37,3%) mais supérieur à la moyenne des pays membres du groupe A (33%) (Figure 34).

Cela peut s'expliquer notamment par un taux plus faible pour les segments fortement internationalisés (75 à 100% du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger) qui concerne seulement

6,4% des entrepreneurs émergents contre 12% en 2024. Dans le groupe des pays à revenus élevés, les deux pays dont les entrepreneurs émergents sont les plus tournés vers l'international sont la Lituanie (51,6 %) et les Emirats Arabe Unis (51,4%) (Figure 35).

Concernant les entrepreneurs établis, la part globale d'entrepreneurs ayant des clients à l'étranger est plus faible que pour les entrepreneurs émergents (29,3 % contre 34

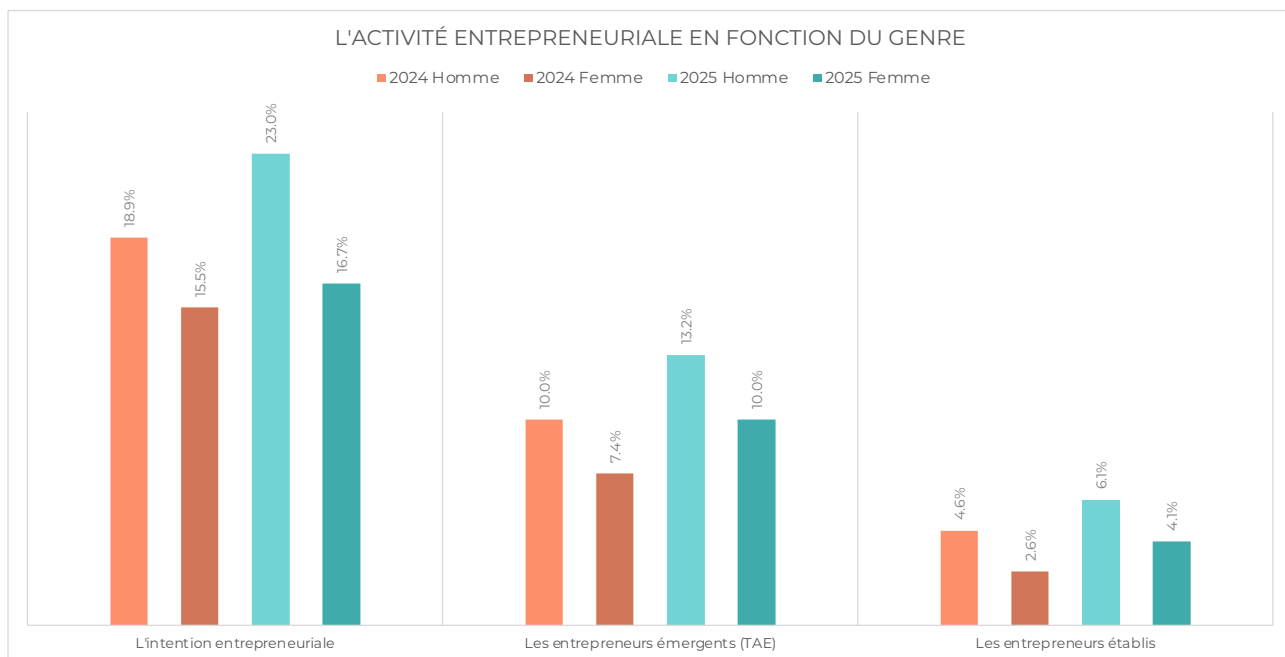


Figure 38. Les niveaux d'activité entrepreneuriale : une comparaison homme-femme

%). Cela s'explique par un positionnement fort sur le segment de 1 à 25 % du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger (17,5 %), mais surtout par un décrochage au-delà de 25 % : seuls 11,7 % des entrepreneurs établis réalisent plus du quart de leur chiffre d'affaires à l'international, contre 19,2 % pour les entrepreneurs émergents (Figure 36).

## L'activité entrepreneuriale selon l'âge et le genre

Les écarts entre hommes et femmes en matière d'entrepreneuriat persistent en France, ils se creusent même en ce qui concerne l'intention entrepreneuriale (6,3 points contre 3,4 en 2024) et le TAE émergent (3,1 points contre 2,6 en 2024). Toutefois, on observe une dynamique positive à la fois chez les hommes et les femmes

concernant ces indicateurs (Figure 38).

En 2024, 18,9 % des **hommes** expriment une intention entrepreneuriale contre 15,5 % des **femmes**. Par rapport à 2023, on observe une très légère évolution, avec une augmentation d'un point chez les femmes. Cette stabilité suggère que l'appétence pour l'entrepreneuriat reste globalement similaire d'une année sur l'autre, avec un écart modéré selon le genre.

La part des **entrepreneurs émergents** a connu un recul en 2024, affectant tant les hommes que les femmes : 10,0 % des hommes sont entrepreneurs émergents, contre 7,4 % des femmes, ce qui représente une diminution significative de 20 % pour les hommes et 17 % pour les femmes par rapport à 2023.

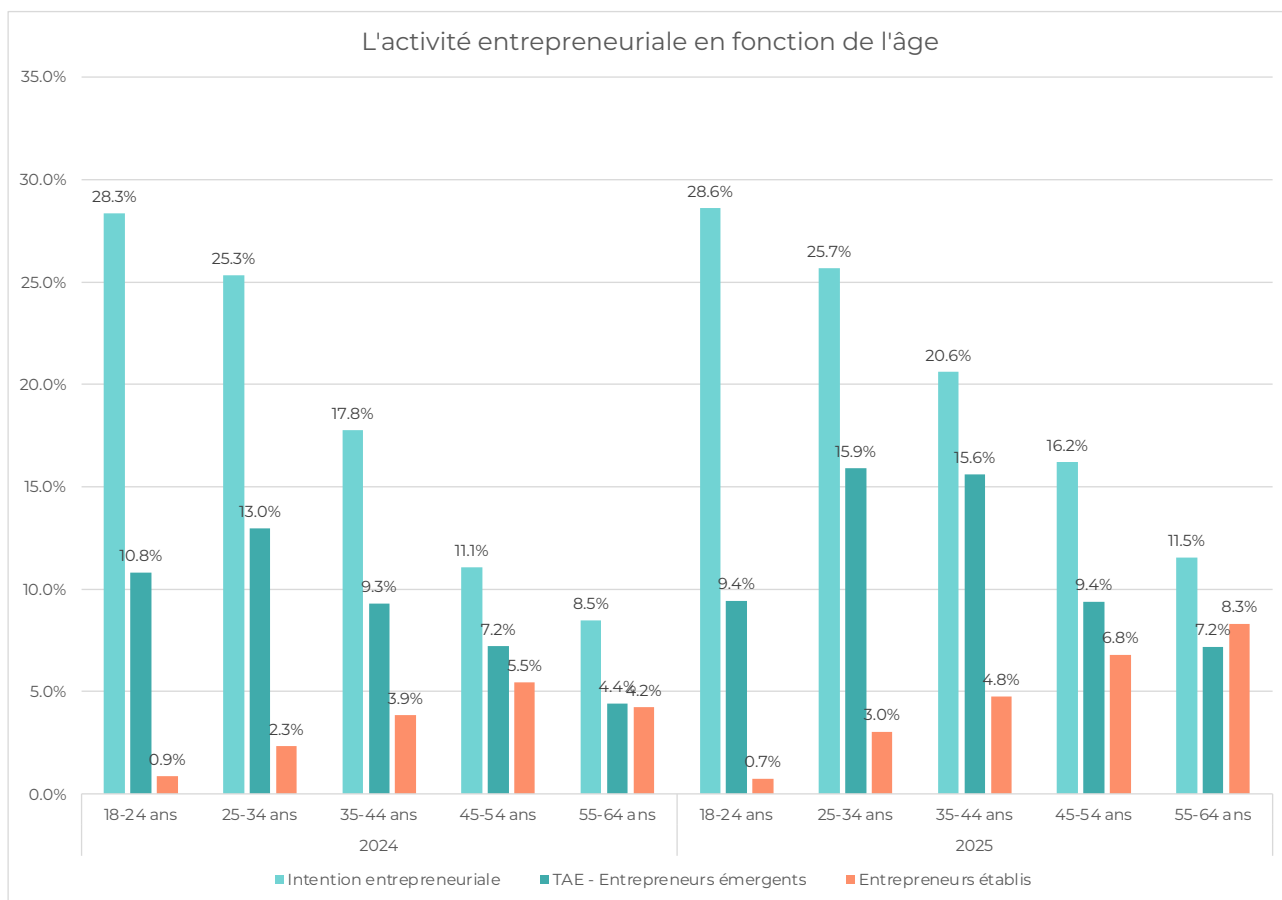


Figure 39. L'activité entrepreneuriale en fonction de l'âge

L'année 2024 est également marquée par une diminution du nombre **d'entrepreneurs établis**. Chez les hommes, le taux passe de 5,9 % en 2023 à 4,6 % en 2024, soit une baisse de 23 %. Chez les femmes, la diminution est également notable, avec un passage de 3,3 % à 2,6 %, soit une baisse de 21 %.

L'implication dans l'entrepreneuriat varie selon **les tranches d'âge**, avec des dynamiques contrastées entre intention entrepreneuriale, entrepreneurs émergents et entrepreneurs établis.

En 2025, 23% des hommes expriment une intention entrepreneuriale contre 16,7 % des femmes. Par rapport à 2024, on observe une très légère évolution, avec une augmentation d'un point chez les femmes. Cette légère progression suggère que l'appétence pour l'entrepreneuriat reste globalement similaire d'une année sur l'autre, avec un écart modéré selon le genre.

Contrairement à l'année précédente, le TAE des entrepreneurs émergents est en augmentation tant chez les hommes que chez les femmes : 13,2% des hommes sont entrepreneurs émergents contre 10 % des femmes.

L'année 2025 est également marquée par une hausse du taux d'entrepreneurs établis. Chez les hommes, le taux passe de 4,6 % en 2024 à 6,1 % en 2025. Chez les femmes, la hausse est

également notable, avec un passage de 2,6 % à 4,1 %.

En 2025, l'intention entrepreneuriale est la plus forte chez les 18-24 ans avec 28,6 % exprimant le souhait d'entreprendre, en légère hausse par rapport à 2024. La tranche 25-34 ans suit avec 25,7 %, également en progression par rapport à l'année précédente (25,3%). À l'inverse, les intentions diminuent avec l'âge mais restent significatives jusqu'à la tranche d'âge 45-54 ans inclus (16,2%).

Le taux d'entrepreneurs émergents (TAE) suit une dynamique similaire, bien que l'évolution soit plus contrastée. Chez les 18-24 ans, 9,4 % sont engagés dans une activité entrepreneuriale émergente contre 10,8 % en 2024, indiquant un léger recul. La tranche 25-34 ans affiche le taux le plus élevé avec 15,9 %, en hausse par rapport à 13,0 % en 2024. Les 55-64 ans connaissent également une hausse de leur engagement entrepreneurial, passant de 4,4 % en 2024 à 7,2% en 2025.

Enfin, si 3 % des 25-34 ans et 4,8 % des 35-44 ans ont atteint le stade d'entrepreneurs établis, ce taux reste relativement faible. En revanche, les 45-54 ans enregistrent une légère progression avec 6,8 % d'entrepreneurs établis contre 5,5 % en 2024. La tranche 55-64 ans connaît elle aussi une augmentation, passant de 4,2 % à 8,3 % (Figure 39).

# Conclusion

En 2025, l'entrepreneuriat français envoie des signaux contrastés qui doivent être interprétés avec lucidité. D'un côté, plusieurs indicateurs sont orientés à la hausse : le taux d'activité entrepreneuriale émergente atteint 11,6 %, l'intention entrepreneuriale progresse à 19,8 %, l'index NECI repasse au-dessus du seuil de 5/10, et les créations d'entreprises dépassent 1,16 million. De l'autre, cette dynamique s'inscrit dans un environnement économique et entrepreneurial encore fragile, marqué par un niveau record de défaillances d'entreprises, par le recul continu de la facilité perçue à créer une entreprise, et par des opportunités perçues qui demeurent en retrait par rapport aux années antérieures.

Ce décalage entre progression de l'activité et fragilité du contexte constitue l'un des principaux enseignements du rapport. Il suggère que la reprise observée ne repose pas uniquement sur une amélioration des conditions entrepreneuriales, mais aussi sur des logiques d'adaptation à un marché du travail incertain. En 2025, la motivation liée à la nécessité redevient ainsi la première motivation déclarée, devant la recherche d'enrichissement. Un entrepreneuriat davantage porté par des ressorts économiques apparaît plus exposé aux contraintes conjoncturelles, et sa pérennité dépendra en partie des conditions dans lesquelles il s'inscrit.

La progression de la France dans les comparaisons internationales mérite d'être soulignée. Le pays atteint la 11e place mondiale sur l'index NECI et se classe au 2e rang du G7. Cette amélioration ne doit toutefois pas masquer plusieurs fragilités structurelles. La



culture entrepreneuriale demeure un point faible, en particulier dans l'enseignement primaire et secondaire. Les contraintes administratives et fiscales continuent de peser sur le passage à l'acte. Enfin, si l'investissement informel progresse en valeur, la part des investisseurs recule, ce qui traduit un engagement plus intense d'une base plus restreinte.

Dans ce contexte, trois priorités apparaissent pour consolider la dynamique observée en 2025. La première consiste à renforcer durablement la culture entrepreneuriale dès l'enseignement secondaire. La deuxième suppose d'alléger les contraintes administratives qui freinent encore les porteurs de projet. La troisième appelle à mieux accompagner les entrepreneurs motivés par nécessité dans un contexte économique durablement sous pression. C'est à ces conditions que la reprise constatée en 2025 pourra se transformer en dynamique plus solide, plus inclusive et plus durable.

# Remerciements

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

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

Adda, Jean-Luc, Président, Recréer ; membre du Portail du Rebond  
 Antoine, Pierre, Directeur des opérations, Almé Paris  
 Arini, Lucas, Responsable développement économique, Roissy Développement  
 Berrahma, Stéphanie, Directrice adjointe, Crealia Occitanie  
 Cabasse, Christelle, Formatrice, Makesense  
 Casanova, Sophie, Maîtresse de conférences, Université de Montpellier  
 Cerdan, Stéphane, Trésorier, membre du Comex 34  
 Challier, Simon, Journaliste, La Gazette de Montpellier  
 Chaussouy, Yves, Directeur de l'urbanisme, Montpellier Méditerranée Métropole  
 Crespo, Anne-Valérie, Déléguée au développement régional, Groupe La Poste  
 Dang, Rani J., Maîtresse de conférences, Université de Nice (Vice-présidente entrepreneuriat)  
 De Ricard, Marie-Charlotte, Responsable RSE, Groupe Trial  
 Deglaire, Thomas, Délégué régional, Initiative Sud  
 Delporte, Sabrina, Conseillère emploi, France Travail  
 El Mrabti, Fatima, Cheffe de projet, France Active Airdie-Occitanie  
 Fassio, Vincent, Responsable coordination territoriale, AÉSIO Mutuelle  
 Foliard, Stéphane, Maître de conférences ; Vice-président entrepreneuriat  
 Gleyze, Emmanuel, Fondateur et dirigeant, Gleyze Consulting  
 Hery, Marc, Gestionnaire d'actifs, Armonial Partners  
 Jean-Philippe, Catherine, Entrepreneuse en transactions immobilières, réseau SAFTI  
 Laouiti, Rahma, Enseignante-chercheure, Brest Business School  
 Leininger, Vincent, Chargé de mission, France Travail  
 Lepine, Dorothée, Chargée de mission coordination réseau, Ad'Occ  
 Lesage, Xavier, Professeur, ESSCA School of Management  
 Loup, Stéphanie, Maîtresse de conférences en sciences de gestion, Université Toulouse III (Paul Sabatier)  
 Madi, Mano, Directeur de la stratégie, Sodesi (Air France)  
 Mercier, Marie-Thérèse, Associée, Responsable EY Montpellier ; élue au conseil régional Occitanie  
 Messeghem, Karim, Professeur, Université de Montpellier, Directeur, Entrepreneurial Ecosystem Lab  
 Nahoum, Philippe, Co-Président Occitanie Angels ; Président Melies Business Angels  
 Poroli, Corinne, Professeure associée en management stratégique, SKEMA Business School  
 Reynier, Florian, Directeur d'agence, Generali  
 Roig, Frédéric, Secrétaire général, AMRF (Maire de Le Favril)  
 Serres, Damien, Directeur, Languedoc Restauration  
 Simonesci, François, Journaliste spécialisé en franchise et distribution  
 Szabo, Cédric, Directeur, Association des maires ruraux de France (AMRF)  
 Vigneau, Delphine, Responsable accompagnement des entreprises, CCI Hérault  
 Villaume, Jérémy, Chargé de financement des affaires culturelles, DRAC Lyon  
 Yahiaoui, Madjid, Professeur associé, Paris School of Business  
 Zerguit, Karim, Chargé de développement, CRESS Occitanie

# Références

---

Cabinet Altares. (2026), *Étude de défaillances et sauvegardes des entreprises en France*, Trimestre 4 et bilan 2025, janvier 2026.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2026). *Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: From Uncertainty To Opportunity*. London: GEM.

INSEE (2026), "Les créations d'entreprises en 2025", *Insee Première*, n°2092, Janvier 2026.

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

