



Global  
Entrepreneurship  
Monitor

# France

2020/2021 National Report



UNIVERSITÉ  
DE MONTPELLIER





# L'équipe GEM France

## Responsables scientifiques

Frank Lasch, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Karim Messeghem, Université de Montpellier, LabEx Entreprendre

## Responsable traitement des données

Justine Valette, Université de Montpellier, LabEx Entreprendre

## Membres de l'équipe

Sophie Casanova, Université de Montpellier, LabEx Entreprendre

Jean-Marie Courrent, Université de Montpellier, LabEx Entreprendre

Walid Nakara, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Sylvie Sammut, Université de Montpellier, LabEx Entreprendre

Roy Thurik, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Olivier Torrès, Université de Montpellier, Montpellier Business School, LabEx Entreprendre

Dorian Boumedjaoud, EDC Paris, LabEx Entreprendre

## Contact

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

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

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

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

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

La collecte des données a été réalisée par le groupe de recueil et de traitement des données Le Terrain : [www.leterrain.fr](http://www.leterrain.fr)

## **Veuillez citer ce rapport ainsi :**

Messeghem K., Lasch F., Valette J., Casanova S., Courrent J-M., Nakara W., Sammut S., Thurik R., Torrès O. & Boumedjaoud D., (2022), Situation de l'activité entrepreneuriale en France : Rapport 2020-2021 du Global Entrepreneurship Monitor, LabEx Entreprendre, Montpellier.

# Le LabEx Entreprendre

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

Le LabEx Entreprendre est le seul laboratoire d'excellence en France dans le domaine « Droit, Economie, et Gestion », spécialisé en entrepreneuriat, PME et TPE. Il regroupe quelque 200 chercheurs, issus de 6 laboratoires dans ces 3 disciplines, dans le cadre d'un partenariat entre plusieurs établissements d'enseignements supérieur et de recherche (Université de Montpellier, Montpellier Business School, institut Agro Montpellier, AgroParisTech, Centre international de hautes études agronomiques méditerranéennes) et organismes de recherche (Centre national de la recherche scientifique, Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives, Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement).

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

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

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

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

# Table des matières

|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>L'équipe GEM France .....</b>                                                                        | <b>3</b>  |
| <b>Le LabEx Entreprendre.....</b>                                                                       | <b>4</b>  |
| <b>Liste des tableaux et figures.....</b>                                                               | <b>6</b>  |
| <b>Executive Summary.....</b>                                                                           | <b>7</b>  |
| L'écosystème entrepreneurial français : le poids des politiques publiques .....                         | 7         |
| En route vers la société entrepreneuriale ? .....                                                       | 8         |
| Le développement de l'activité entrepreneuriale.....                                                    | 8         |
| Un entrepreneuriat international en demi-teinte .....                                                   | 9         |
| L'entrepreneuriat féminin : une absence de parité persistante .....                                     | 9         |
| L'entrepreneuriat durable : un changement de paradigme ? .....                                          | 10        |
| Crise sanitaire et santé entrepreneuriale : entreprendre est bon pour la santé ! .....                  | 10        |
| Préconisations .....                                                                                    | 11        |
| <b>Introduction .....</b>                                                                               | <b>14</b> |
| Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) .....                                                          | 15        |
| GEM EN BREF .....                                                                                       | 16        |
| La méthodologie du GEM .....                                                                            | 17        |
| L'écosystème français : un contexte favorable à l'entrepreneuriat.....                                  | 19        |
| <b>Les déterminants de l'acte d'entreprendre .....</b>                                                  | <b>22</b> |
| La valorisation de l'entrepreneuriat par la société .....                                               | 23        |
| Les attitudes et perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat.....                                        | 24        |
| Le sentiment de compétence : une donnée importante pour le passage à l'action .....                     | 27        |
| Les motivations entrepreneuriales : le sens de l'engagement.....                                        | 29        |
| <b>L'activité entrepreneuriale en France .....</b>                                                      | <b>32</b> |
| Le processus entrepreneurial .....                                                                      | 33        |
| L'intention entrepreneuriale .....                                                                      | 33        |
| L'activité entrepreneuriale émergente et établie .....                                                  | 34        |
| La sortie entrepreneuriale .....                                                                        | 35        |
| Les investisseurs informels en soutien de l'activité entrepreneuriale .....                             | 39        |
| L'activité entrepreneuriale tournée vers l'international .....                                          | 40        |
| <b>L'entrepreneuriat féminin .....</b>                                                                  | <b>42</b> |
| Les déterminants de l'acte d'entreprendre .....                                                         | 43        |
| L'activité entrepreneuriale au féminin .....                                                            | 44        |
| Les conditions institutionnelles en faveur de l'entrepreneuriat féminin .....                           | 46        |
| <b>L'entrepreneuriat durable .....</b>                                                                  | <b>52</b> |
| Un changement de paradigme ? .....                                                                      | 53        |
| Prise en compte de l'impact environnemental .....                                                       | 54        |
| Prise en compte de l'impact social.....                                                                 | 54        |
| <b>Crise sanitaire et santé entrepreneuriale .....</b>                                                  | <b>58</b> |
| L'activité entrepreneuriale en contexte covid.....                                                      | 59        |
| La santé .....                                                                                          | 62        |
| <b>Conclusion et propositions .....</b>                                                                 | <b>66</b> |
| 1. Poursuivre l'effort de sensibilisation à l'entrepreneuriat .....                                     | 67        |
| 2. Faciliter l'accès au marché des nouvelles entreprises.....                                           | 67        |
| 3. Faire de l'entrepreneuriat féminin une politique nationale.....                                      | 68        |
| 4. Encourager la prise en compte des enjeux du développement durable dans le projet entrepreneurial ... | 68        |
| 5. Promouvoir la santé entrepreneuriale.....                                                            | 69        |
| <b>Remerciements.....</b>                                                                               | <b>70</b> |
| <b>Références .....</b>                                                                                 | <b>71</b> |

# Liste des tableaux et figures

|                                                                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introduction .....</b>                                                                                                              | <b>14</b> |
| Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor .....                                                                       | 15        |
| Figure 2. Etapes du processus entrepreneurial .....                                                                                    | 18        |
| Figure 3. Principales mesures de l'enquête APS en relation avec l'activité entrepreneuriale tableau adapté du rapport Québec 2019..... | 18        |
| Figure 4. Score NECI.....                                                                                                              | 20        |
| Figure 5. 13 indicateurs NES .....                                                                                                     | 21        |
| <b>Les déterminants de l'acte d'entreprendre .....</b>                                                                                 | <b>22</b> |
| Figure 6. L'entrepreneuriat est un choix de carrière souhaitable .....                                                                 | 23        |
| Figure 7. L'entrepreneuriat confère un statut social élevé.....                                                                        | 23        |
| Figure 8. L'entrepreneuriat est valorisé dans les médias.....                                                                          | 23        |
| Figure 9. Facilité de démarrer une entreprise.....                                                                                     | 24        |
| Figure 10. Connaissance d'entrepreneurs.....                                                                                           | 25        |
| Figure 11. Opportunités perçues .....                                                                                                  | 25        |
| Figure 12. Peur de l'échec.....                                                                                                        | 26        |
| Figure 13. Sentiment de compétence .....                                                                                               | 27        |
| Figure 14. Le talent entrepreneurial.....                                                                                              | 29        |
| Figure 15. Motivation : Pour faire une différence dans le monde.....                                                                   | 30        |
| Figure 16. Motivation : Pour s'enrichir.....                                                                                           | 30        |
| Figure 17. Motivation : Pour perpétuer une tradition familiale.....                                                                    | 30        |
| Figure 18. Motivation : Pour gagner sa vie car les emplois sont rares .....                                                            | 30        |
| <b>L'activité entrepreneuriale en France .....</b>                                                                                     | <b>32</b> |
| Figure 19. Total de l'activité entrepreneuriale : Entrepreneurs émergents .....                                                        | 34        |
| Figure 20. Entrepreneurs établis.....                                                                                                  | 35        |
| Figure 21. Principal motif de sortie entrepreneuriale .....                                                                            | 36        |
| Figure 22. Intreprenuriat vs entrepreneuriat.....                                                                                      | 37        |
| Figure 23. L'entrepreneuriat hybride .....                                                                                             | 39        |
| Figure 24. Investisseurs informels.....                                                                                                | 40        |
| Figure 25. Montant moyen investi.....                                                                                                  | 40        |
| Figure 26. Entrepreneurs ayant des clients à l'étranger.....                                                                           | 41        |
| Figure 27. Pourcentage du chiffres d'affaires réalisé à l'étranger .....                                                               | 41        |
| <b>L'entrepreneuriat féminin .....</b>                                                                                                 | <b>42</b> |
| Figure 28. Perceptions entrepreneuriales.....                                                                                          | 43        |
| Figure 29. Le talent entrepreneurial.....                                                                                              | 44        |
| Figure 30. Engagement entrepreneurial .....                                                                                            | 44        |
| Figure 31. Total de l'activité entrepreneuriale selon le genre (Entrepreneurs émergents) .....                                         | 45        |
| Figure 32. Total de l'activité entrepreneuriale selon le genre (Entrepreneurs établis) .....                                           | 45        |
| Figure 33. Services de soutien .....                                                                                                   | 46        |
| Figure 34. Réglementation favorable à l'entrepreneur.....                                                                              | 47        |
| Figure 35. Culture nationale favorisant l'entrepreneuriat féminin .....                                                                | 48        |
| Figure 36. Accès aux financements égalitaires .....                                                                                    | 49        |
| Figure 37. Télétravail et amélioration de l'équilibre vie privée et professionnelle.....                                               | 50        |
| <b>L'entrepreneuriat durable .....</b>                                                                                                 | <b>52</b> |
| Figure 37. Priorité à l'impact social et/ou environnemental.....                                                                       | 53        |
| Figure 38. Prise en compte des implications environnementales .....                                                                    | 54        |
| Figure 39. Mise en oeuvre d'actions pour minimiser l'impact sur l'environnement.....                                                   | 55        |
| Figure 40. Prise en compte des implications sociales.....                                                                              | 56        |
| Figure 41. Mise en oeuvre d'actions pour maximiser l'impact social .....                                                               | 56        |
| <b>Crise sanitaire et santé entrepreneuriale .....</b>                                                                                 | <b>58</b> |
| Figure 42. Réponse efficace du gouvernement suite à la covid 19 .....                                                                  | 59        |
| Figure 43. Nouvelles opportunités suite à la covid 19.....                                                                             | 60        |
| Figure 44. La création d'entreprise n'est pas rendue difficile suite à la covid 19.....                                                | 61        |
| Figure 45. Modification des usages des technologies numériques suite à la covid 19 .....                                               | 61        |
| Figure 46. Souhait d'utiliser davantage de technologies numériques suite à la covid 19 .....                                           | 61        |
| Figure 47. Croissance rendue difficile suite à la covid 19.....                                                                        | 62        |
| Figure 48. La santé des entrepreneurs.....                                                                                             | 64        |

# Executive Summary

Ce rapport marque le retour de la France au sein du Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Le LabEx Entreprendre a été retenu pour mener les études annuelles sur **l'activité entrepreneuriale** auprès de la population française de 18 à 64 ans (Étude APS) et sur **l'écosystème entrepreneurial** auprès d'un panel d'experts (Étude NES). Ces deux études réalisées dans un **contexte de crise sanitaire** permettent d'apprécier les effets de cette crise notamment sur les attitudes, les intentions et les comportements entrepreneuriaux en France. L'activité entrepreneuriale est abordée sous l'angle de la création d'entreprise, mais également sous l'angle de l'intrapreneuriat. Les chiffres de la création d'entreprise en France, ont atteint de nouveaux records, avec près d'un million de nouvelles entreprises en 2021. Les données issues des deux enquêtes permettent **d'ouvrir la boîte noire** et de mieux comprendre les **déterminants et les effets de l'activité entrepreneuriale**. Dans ce nouveau rapport, nous avons souhaité mettre en lumière de grands enjeux comme la question de la parité, du développement durable ou de la santé et du bien-être.

## L'écosystème entrepreneurial français : le poids des politiques publiques

L'étude NES auprès d'un panel d'experts permet de calculer **l'index du contexte entrepreneurial**. La France se situe dans la moyenne des 19 pays les plus riches. Les conditions sont perçues globalement comme favorables. La France se distingue en termes de **politiques gouvernementales** (4/19). Les efforts réalisés au niveau national et régional depuis une vingtaine d'années pour favoriser l'entrepreneuriat sont reconnus et ont contribué à faire émerger un écosystème de l'accompagnement entrepreneurial particulièrement dynamique. La France est toutefois en retrait sur les **normes culturelles et sociales** (18/19) et sur **l'éducation entrepreneuriale** au niveau du primaire et du secondaire (17/19). La révolution entrepreneuriale ne semble pas encore faire sentir tous ses effets sur la société et des efforts sont encore nécessaires pour diffuser une culture entrepreneuriale. De même, la question de **l'accès au marché** apparaît comme un point faible (17/19) de l'écosystème entrepreneurial, ce qui fragilise le développement des entreprises émergentes.



## En route vers la société entrepreneuriale ?

L'étude APS montre que l'entrepreneuriat s'impose dans la société. La population française de 18 à 64 ans considère l'entrepreneuriat comme un **choix de carrière souhaitable** (68,5%) et une majorité pense qu'il confère un **statut social** élevé (55,4%). Ce très bon score est à mettre en relation avec la valorisation de l'entrepreneuriat dans les **médias** (75,9%), mais aussi avec la facilité perçue de démarrer une entreprise (52%). Cette dynamique entrepreneuriale est liée au fait qu'une majorité de personnes estime qu'il y a de bonnes **opportunités d'affaires**. La **peur de l'échec** ne constitue pas réellement un frein. Le fait qu'un nombre significatif de personnes côtoient des entrepreneurs ou des dirigeants dans leur entourage contribue à démystifier l'entrepreneuriat et permet d'apprécier ses propres **compétences entrepreneuriales** par comparaison et dans une logique de modèle de rôle. Près de la majorité des personnes interrogées a le sentiment de disposer des compétences pour se lancer. En termes de **motivations**, l'entrepreneuriat de nécessité est très prégnant et peut être mis en relation avec la part croissante en France du micro-entrepreneuriat. Ainsi, 51,2% des entrepreneurs se lancent pour gagner leur vie, car les emplois sont rares. Toutefois, près de 40% créent une entreprise pour obtenir un revenu très élevé. Ces chiffres sont révélateurs d'une diversité des profils et des motivations et donc de besoins d'accompagnements différenciés.

## Le développement de l'activité entrepreneuriale

L'activité entrepreneuriale est en développement même si certains indicateurs peuvent sembler en retrait. C'est le cas de **l'intention entrepreneuriale**, c'est-à-dire l'intention de créer une entreprise dans les 3 prochaines années, qui se situe à 16,9% pour la population de 18 à 64 ans, alors qu'il était de 17,6% en 2017. Le contexte sanitaire explique sans doute pourquoi les personnes interrogées ont plus de mal à se projeter. Les jeunes de 25 à 34 ans, avec un taux de 27%, se distinguent du reste de la population. Le **Total de l'Activité Entrepreneuriale émergente** (TAE : entrepreneur naissant et nouveau, moins de 42 mois d'activité rémunérée) a quant à lui progressé significativement en 10 ans, en passant de 5,2% à 7,7%. La France se situe dans la moyenne des pays du G7, mais très en retrait vis-à-vis du Canada (20,1%), des Etats-Unis (16,5%) et du Royaume-Uni (12,6%). Malgré ce dynamisme, la France figure en dernière position pour la part des entrepreneurs établis dans l'ensemble de la population, ce qui interroge sur la pérennité des nouvelles entreprises (3,6%), assez loin des Etats-Unis où près de 9% de la population sont des entrepreneurs établis. La **sortie entrepreneuriale** s'explique en grande partie en raison de la **pandémie** (18%) et du **manque de rentabilité** (16,5%). Il semble que le **dynamisme du marché du travail** soit également un élément d'explication (15,3%). L'activité entrepreneuriale peut se manifester dans un contexte d'organisation existante, c'est le cas de l'intrapreneuriat et de l'entrepreneuriat hybride. Avec un taux de 2,3%, la France se situe dans la moyenne basse des pays du G7 en termes **d'activité intrapreneuriale**, loin devant le Japon (1,3%), mais en retrait vis-à-vis



des Etats-Unis (3,1%). **L'entrepreneuriat hybride** qui consiste à créer son entreprise tout en étant salarié se développe, puisque 3,8% de la population interrogée se trouve dans cette situation qui permet de réduire le risque. La participation à l'activité entrepreneuriale peut s'apprécier également à travers le soutien financier apporté à des projets entrepreneuriaux. La part des **investisseurs informels** est de 6%, ce qui est un score élevé pour les pays du G7. Seuls les Etats-Unis (8,8%) et le Canada (15,1%) font beaucoup mieux. Pour autant les montants investis sont assez faibles et classent la France en dernière position des pays du G7.

## Un entrepreneuriat international en demi-teinte

Si la balance commerciale est déficitaire depuis 2002 avec un déficit record de 84,7 Mds d'euros en 2021, il est intéressant de voir que les entreprises émergentes n'hésitent pas à proposer leurs produits ou services à des clients à l'étranger. Ainsi 37% des entrepreneurs émergents affirment avoir des **clients à l'étranger**, ce qui place la France en troisième position des pays du G7, ex aequo avec l'Allemagne. Pour les entreprises établies, la part reste significative, avec 33%. Pour autant, la part du chiffre d'affaires réalisé à l'export reste assez faible. 86,4% des entreprises émergentes réalisent moins de 25% de leurs chiffres d'affaires à l'export.

## L'entrepreneuriat féminin : une absence de parité persistante

Les femmes semblent avoir toujours tendance à se dévaloriser : elles se **perçoivent** moins compétentes que les hommes pour démarrer une nouvelle entreprise (42,3% vs 54,9%), sont moins

nombreuses à estimer qu'il existe de bonnes **opportunités d'affaires** autour d'elles (47,9% vs 56,3%) et déclarent une **peur de l'échec** plus importante (53,1% vs 46,3%). En termes de talent **entrepreneurial perçu**, les écarts sont faibles. Les femmes déclarent mieux dénicher de **nouvelles opportunités** (46,7% vs 42,8%) alors que les hommes pensent avoir une meilleure capacité pour **innover** (62,3% vs 52,5%).

En termes d'activité entrepreneuriale, la parité ne s'observe pas. Le **total de l'activité entrepreneuriale** est de 8,4% pour les hommes et de 7,1% pour les femmes. Si cet écart reste relativement faible au regard d'autres pays du G7 comme le Canada ou le Royaume-Uni, il interroge sur une **absence de parité persistante**, d'autant que la France est en retard par rapport aux autres pays du G7 pour le **taux d'entrepreneures établies** qui ne se situe qu'à 2,9% pour les femmes contre 7,6% aux États-Unis ou 6,6% au Canada. Les experts mobilisés pour apprécier **l'écosystème entrepreneurial** considèrent que le soutien dont bénéficient les entrepreneures est assez moyen, même si les conditions sont encore moins favorables dans les autres pays du G7. Pour la **réglementation** qui pourrait encourager l'entrepreneuriat féminin, la France se situe dans la moyenne. La **culture nationale** ne semble pas très propice. Dans la société, l'entrepreneuriat est encore stéréotypé comme « masculin ». **L'accès au financement** ne ressort pas comme un frein selon les experts qui soulignent un accès égalitaire. Il est possible que l'accès au financement bancaire soit devenu plus aisé du fait des obligations d'un suivi statistique de la répartition des financements octroyés entre femmes et hommes. La **crise sanitaire** et le **télétravail** n'ont pas amélioré l'articulation entre vie privée et vie professionnelle pour les femmes.

## L'entrepreneuriat durable : un changement de paradigme ?

Une majorité des entrepreneurs interrogés (51,4%) affirment donner la priorité à **l'impact social et/ou environnemental** de leur entreprise, avant même la rentabilité ou la croissance. Cette position est plus marquée chez les entrepreneurs émergents (54,6%) que chez les entrepreneurs établis (44,5%). La **question environnementale** s'impose, même si la France est un peu en retrait vis-à-vis des principaux pays du G7. Environ 69% affirment prendre en compte les implications environnementales. Toutefois, ils ne sont que 24% des entrepreneurs émergents et 49% des entrepreneurs établis à mettre en œuvre des actions pour minimiser l'impact sur l'environnement. 71,5 % des entrepreneurs émergents et 58,6% des entrepreneurs établis déclarent tenir compte, lors de prise de décisions stratégiques, des **implications sociales** telles que l'accès à l'éducation, la santé, la sécurité, le travail inclusif, le logement, le transport, la qualité de vie au travail, etc. Mais seuls 14,2% des entrepreneurs émergents et 26,1% des entrepreneurs établis déclarent mettre en place des actions pour maximiser l'impact social. Cela place la France en dernière position des pays du G7. La question du **développement durable** est ainsi davantage traitée sous l'angle environnemental que social et il persiste un écart conséquent entre l'intention et le passage à l'acte.

## Crise sanitaire et santé entrepreneuriale : entreprendre est bon pour la santé !

Les effets de la **crise sanitaire** se sont fait sentir tout au long de l'année 2021, avec une période de confinement et la fermeture de commerces non

essentiels. Pour autant, la **création d'entreprises** a battu un nouveau record. Près de 2/3 des entrepreneurs émergents (64,8%) affirment d'ailleurs que la crise sanitaire n'a pas rendu la création d'entreprise plus difficile. Dans ce contexte ambivalent, les entrepreneurs établis (53,9%) ont davantage perçu que les entrepreneurs émergents (42,7%) la **réponse efficace des pouvoirs publics** suite à la Covid-19 et considèrent davantage que la pandémie a fourni de **nouvelles opportunités** qu'ils souhaiteraient exploiter (39,9% vs 30,0%). Ce contexte n'a pas conduit à modifier significativement l'utilisation des **technologies numériques** pour commercialiser les produits ou les services : moins de 20% des entrepreneurs émergents et 7% des établis notent un changement. Les entrepreneurs ont même exprimé de l'optimisme vis-à-vis de la croissance. Près de trois quarts des entrepreneurs émergents et deux tiers des entrepreneurs établis considèrent que la **croissance** n'est pas rendue plus difficile suite à la crise sanitaire. Les entrepreneurs interrogés ont également été invités à se positionner sur l'échelle de mesure de santé perçue. Les entrepreneurs en mauvaise **santé perçue** sont de l'ordre de 13,1% (émergents) à 14,2% (établis). Ce résultat conforte l'idée que dans leur grande majorité les entrepreneurs sont en **bonne santé**. Si les entrepreneurs établis sont 34,9% avec une très bonne ou excellente santé, cette statistique s'élève à 49,2% pour les entrepreneurs émergents. Il s'agit là selon nous d'un phénomène bien connu, celui de **l'euphorie du créateur** au moment de la genèse de son projet.

## Préconisations

Cette étude nous permet de formuler cinq préconisations qui visent à favoriser le développement de l'activité entrepreneuriale en France. Elles peuvent se révéler utiles pour les décideurs politiques aux niveaux national et régional et elles peuvent s'inscrire dans une stratégie d'entrepreneuriat répondant aux enjeux du développement durable.

### 1. POURSUIVRE L'EFFORT DE SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT

La société française a beaucoup évolué sur la place de l'entrepreneuriat. La population française de 18 à 64 ans considère l'entrepreneuriat comme un **choix de carrière souhaitable** (68,5%). Pour autant, le niveau d'intention n'a guère progressé et le total de l'activité entrepreneuriale reste à un niveau relativement faible. Les actions de sensibilisation doivent être intensifiées et en particulier auprès des plus jeunes générations pour lever certains freins. Le retard de la France sur la question de **l'éducation entrepreneuriale** au niveau du primaire et du secondaire invite à engager une réflexion de grande ampleur qui pourrait être initiée à l'occasion d'assises réunissant les acteurs de l'écosystème entrepreneurial.

### 2. FACILITER L'ACCÈS AU MARCHÉ DES NOUVELLES ENTREPRISES

L'**accès au marché** apparaît comme un point faible de l'écosystème entrepreneurial, ce qui fragilise le développement des entreprises émergentes. L'enjeu est d'encourager et de faciliter l'accès aux marchés pour les nouvelles entreprises, mais aussi de protéger les jeunes entreprises dans ces relations asymétriques. Des efforts significatifs ont été engagés par le gouvernement pour faciliter l'accès aux marchés publics, comme la LOI n° 2020-1525 du 7 décembre 2020 d'accélération et de simplification de l'action publique, et les mesures prises dans le contexte la crise sanitaire pour faciliter la commande publique. Ces actions à destination des TPE/PME tiennent essentiellement compte de la taille des entreprises, la question de l'âge devrait être mieux prise en considération.

### 3. FAIRE DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ UN PLAN D'ACTION NATIONAL

**La parité** n'est toujours pas atteinte en termes de création d'entreprise. Les femmes ne représentent en 2021 que 41 % des créations d'entreprise et le total de l'activité entrepreneuriale est 7,1% contre 8,4% pour les hommes. Des actions doivent être menées pour faire évoluer les représentations au niveau sociétal. Un plan d'action national pourrait être envisagé permettant d'atteindre la parité d'ici 2030. Il existe une grande diversité d'acteurs qui accompagnent l'entrepreneuriat féminin sur lesquels pourront s'appuyer les pouvoirs publics. Le monde de l'éducation et le monde de l'entreprise ont un rôle décisif à jouer en contribuant à faire **évoluer la culture** et en encourageant des formes d'accompagnement comme le mentorat.

#### 4. ENCOURAGER LA PRISE EN COMPTE DES ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

La responsabilité sociale des entreprises (RSE) correspond à la prise en compte, dans les entreprises ou dans les projets entrepreneuriaux, des enjeux du **développement durable**. Les entrepreneurs émergents et établis sont très sensibles à ces enjeux. Plus de la moitié (51,4%) des entrepreneurs donnent la priorité à l'impact social et/ou environnemental de leur entreprise avant la rentabilité ou la croissance. Pour autant il existe un écart entre les intentions et les actions. Par ailleurs, la question du développement durable a tendance à être davantage traitée sous l'angle environnemental que social. L'enjeu n'est pas tant de sensibiliser au développement durable, mais d'accompagner les entrepreneurs dans la mise en œuvre d'actions concrètes ayant un impact social et environnemental, et ce dès la phase d'émergence.

#### 5. PROMOUVOIR LA SANTÉ ENTREPRENEURIALE

Dans leur grande majorité les entrepreneurs sont en **bonne santé**. Toutefois, les enquêtes nationales, réalisées en avril 2020 et en mars 2021 par l'Observatoire Amarok, ont mis en évidence une augmentation sans précédent du risque de burnout. À cette augmentation du niveau d'épuisement, un autre phénomène plus singulier a vu le jour, qualifié de syndrome d'empêchement. Cette crise de la Covid-19 a été l'occasion d'appréhender l'entrepreneur sous l'angle de sa santé. Cette prise de conscience a conduit le législateur à adopter la Loi Lecocq Grandjean du 2 août 2021 qui ouvre les services de prévention en santé au travail aux employeurs et aux travailleurs indépendants. L'enjeu est dans un premier temps de tenir compte de la **question de la santé dès la phase d'émergence**, en sensibilisant et en formant les acteurs de l'accompagnement entrepreneurial. Ensuite, nous préconisons de développer des outils numériques et des dispositifs permettant aux chefs d'entreprise d'évaluer régulièrement leur santé tout en dépistant d'éventuels risques d'épuisement.



# Introduction



L'entrepreneuriat est un moteur essentiel de la santé et de la richesse de la société. Il est également un formidable moteur de la croissance économique. Il favorise l'innovation nécessaire pour non seulement exploiter de nouvelles opportunités, promouvoir la productivité et créer des emplois, mais aussi pour relever certains de plus grands défis de société, tels que les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies ou l'onde de choc économique créée par la pandémie de Covid-19. La promotion de l'entrepreneuriat sera au cœur des préoccupations de nombreux gouvernements dans le monde entier dans un avenir proche, surtout si l'on considère les impacts négatifs importants de la pandémie sur les économies. Les gouvernements et les autres parties prenantes auront de plus en plus besoin de données solides et crédibles pour prendre des décisions clés qui stimulent les formes durables d'entrepreneuriat et favorisent des écosys-



tèmes entrepreneuriaux sains dans le monde entier. Au cours de ses 22 années d'existence, le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a contribué à plusieurs reprises à de tels efforts. Par exemple, après la grande récession de 2008, les recherches du GEM ont fourni aux décideurs politiques de précieuses indications sur la meilleure façon de stimuler l'entrepreneuriat afin de relancer la croissance et la prospérité.

## Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

### UN PEU D'HISTOIRE

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

base de données annuelle, harmonisée et incluant de nombreux pays. La France fait partie du consortium depuis 1999.

### L'ÉTUDE ANNUELLE DU GEM

La première étude annuelle du GEM couvrait 10 pays ; depuis lors, quelque 115 pays des quatre coins du monde ont participé aux recherches du GEM. L'étude du GEM explore le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique nationale en mettant en lumière les particularités nationales et les caractéristiques associées à l'activité entrepreneuriale. Il s'agit de la plus grande étude en cours sur la dynamique entrepreneuriale dans le monde. Les données collectées sont recueillies par une équipe centrale d'experts, garantissant la qualité et facilitant les comparaisons entre nations.

Le GEM est unique puisqu'il se concentre sur les attitudes, aspirations et activités des individus en lien avec la carrière d'entrepreneur, à la

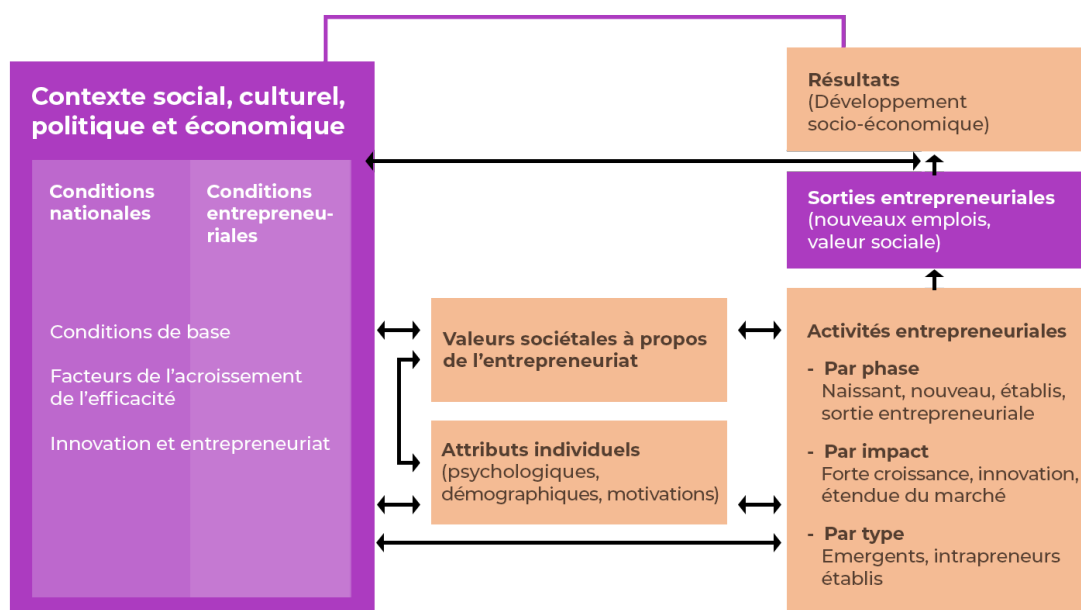


Figure 1. Modèle révisé du Global Entrepreneurship Monitor (Source : GEM 2021/2022 Global report, p.23)

## GEM EN BREF



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



**Plus de 200 000 entretiens annuels avec des experts et des populations adultes, y compris des entrepreneurs de tous âges.**



**Des données provenant de 115 économies sur tous les continents à travers le monde.**



**Des collaborations avec plus de 500 spécialistes de la recherche en entrepreneuriat.**



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



**Le soutien de plus de 200 institutions de financement.**

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

différence d'autres bases de données qui s'orientent vers la création d'entreprise. Cette approche procure un portrait plus détaillé de l'activité entrepreneuriale que ce qui se retrouve dans les registres officiels des pays.

Essentiellement, le modèle du GEM postule qu'au travers de différentes institutions et caractéristiques socioéconomiques (éducation, lois, infrastructure, technologie, finance, R&D, etc.), l'environnement social, culturel et politique influence les attitudes, les aspirations et l'activité entrepreneuriale (Figure 1). Cela a un effet sur la création d'entreprises et la croissance économique.

## La méthodologie du GEM

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

### L'ENQUÊTE AUPRÈS DE LA POPULATION ADULTE (APS)

Chaque pays membre du consortium GEM mène une enquête annuelle auprès d'un

échantillon aléatoire d'au moins 2 000 personnes, représentatif de sa population adulte (personnes âgées entre 18 et 64 ans). Les enquêtes sont réalisées, pour tous les pays, à la même période de l'année (généralement entre avril et juin) en utilisant un questionnaire standard fourni par le consortium du GEM. Afin d'assurer la rigueur et l'uniformité de la démarche, l'équipe internationale GEM collabore avec un enquêteur désigné par chaque équipe nationale et l'institut de sondage partenaire du projet, s'il y en a un. Les données brutes sont ensuite envoyées aux analystes du consortium GEM pour vérification, uniformisation et génération des indicateurs statistiques avant de les rendre disponibles pour les équipes nationales.

La Figure 2 illustre comment les réponses au questionnaire APS sont utilisées pour décrire les différentes étapes du parcours entrepreneurial. En amont du processus entrepreneurial, il y a les attitudes de la population en général à l'égard de l'entrepreneuriat. Il s'agit, en quelque sorte, d'indicateurs de la culture entrepreneuriale du pays ou du territoire. Le processus entrepreneurial débute par l'intention d'entreprendre, pour ensuite être constitué d'entrepreneurs naissants qui deviennent des nouveaux entrepreneurs et, ensuite, des entrepreneurs établis (Figure 3). L'indicateur principal est le total de l'activité entrepreneur-

### L'ENQUÊTE APS 2021 EN FRANCE

Au total, 3 791 personnes ont répondu à l'enquête française 2021 du GEM. Celle-ci s'est déroulée en partie par téléphone (60 %) et en partie via un panel de répondants en ligne (40 %). Une pondération a été appliquée sur les répondants obtenus pour tenir compte de la répartition de l'âge, du genre et de la répartition géographique.

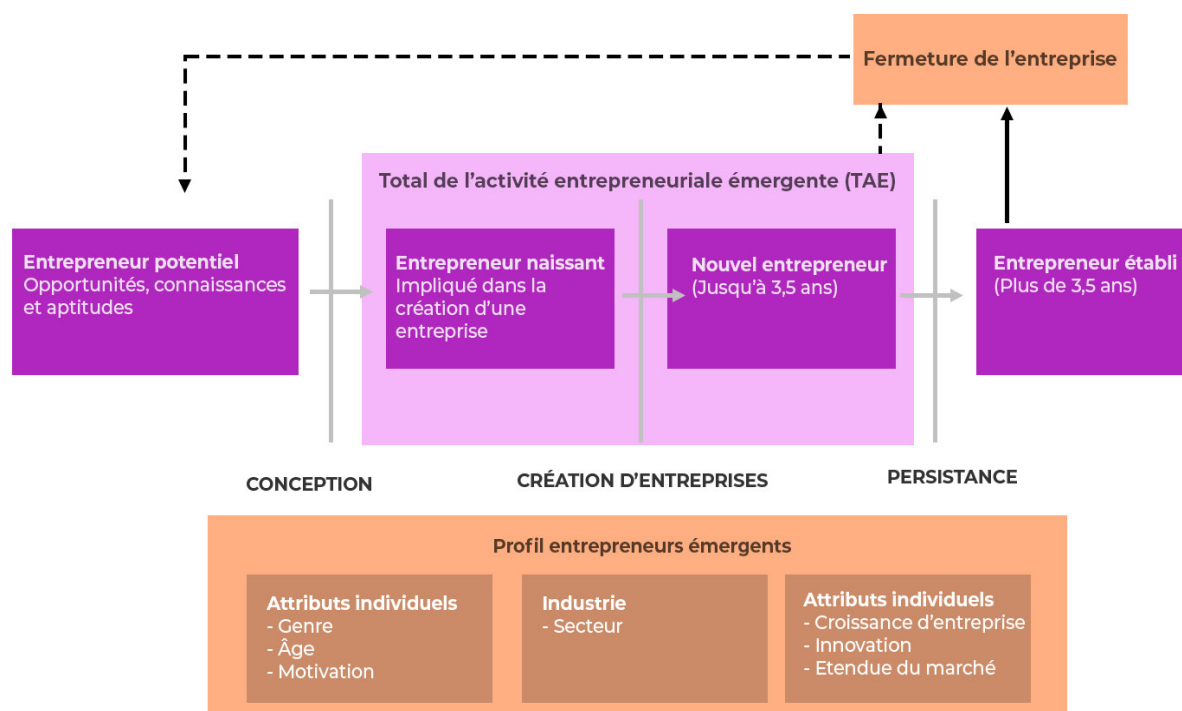


Figure 2. Etapes du processus entrepreneurial (Source : GEM 2021/2022 Global report, p.26)

| 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 |

Figure 3. Principales mesures de l'enquête APS en relation avec l'activité entrepreneuriale tableau adapté du rapport GEM Québec 2019

iale 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 importante composante de la base de données du GEM. Elle est menée auprès d'au moins 36 experts identifiés et approuvés par le GEM et porte sur les conditions entrepreneuriales dans l'économie nationale. Elle rend ainsi possible

une meilleure appréhension de l'écosystème entrepreneurial ainsi que la comparaison entre les pays. Les experts sont a minima interrogés sur 9 thématiques récurrentes (voir encadré).

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

La France connaît depuis une vingtaine d'années une progression continue de l'activité entrepreneuriale. 2021 a été de nouveau une année record avec près d'un million de créations d'entreprises. Si ce chiffre peut être relativisé en raison de la part du micro-entrepreneuriat et en particulier de l'entrepreneuriat lié aux plateformes, il n'en reste pas moins que toutes les formes de création d'entreprises connaissent une évolution

#### L'ENQUÊTE NES 2021 EN FRANCE

Lors de l'enquête 2021, nous avons interrogé **50 experts français** sur les 9 thématiques récurrentes. 2 thématiques spéciales sont venues agrémenter le questionnaire : l'impact de la pandémie et l'entrepreneuriat féminin.

##### Les 9 thématiques récurrentes

1. Financement de l'entrepreneuriat
2. Politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat
3. Programmes publics en faveur de l'entrepreneuriat
4. Education à l'entrepreneuriat
5. Transfert technologique / R&D
6. Infrastructures commerciales et services
7. Dynamique des marches et barrières à l'entrée
8. Infrastructures physiques
9. Normes sociales et culturelles

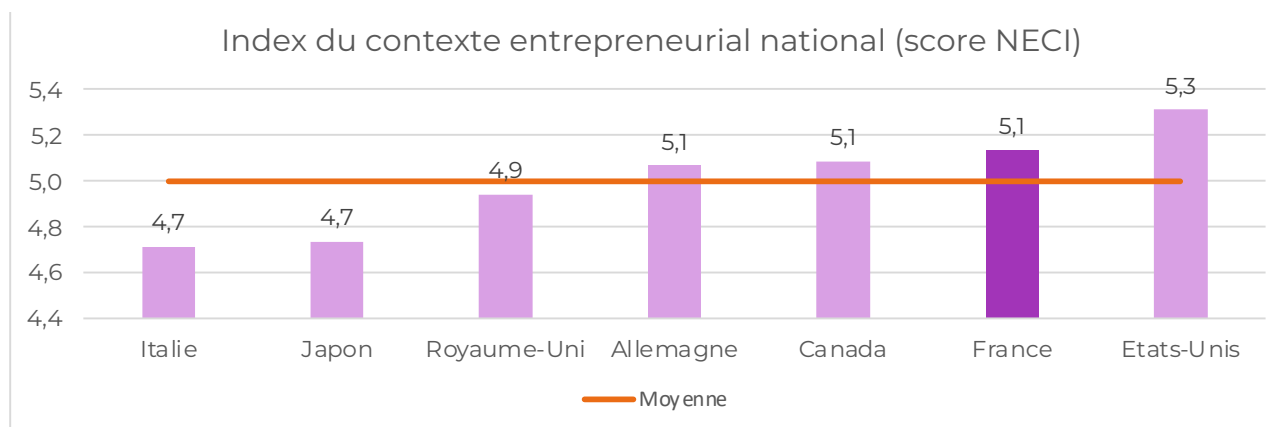


Figure 4. Score NECI

positive. Cette dynamique s'explique par les facteurs contextuels affectant l'activité entrepreneuriale. L'étude menée auprès des experts de l'écosystème entrepreneurial (NES) permet de révéler ce potentiel et d'apprécier ce cadre favorable à travers notamment l'index du contexte entrepreneurial national.

L'écosystème entrepreneurial fait référence à l'ensemble des acteurs et à leurs interactions qui créent les conditions matérielles, sociales et culturelles favorables à la dynamique entrepreneuriale dans un territoire. Isenberg (2011) suggère de décomposer l'écosystème entrepreneurial autour de six grands domaines : les décideurs politiques, les financeurs, les acteurs du marché, du capital humain, de la culture et de l'accompagnement. Dans l'étude NES, on retrouve ces dimensions qui sont appréciées à l'aide de 13 indicateurs. Ces indicateurs permettent de calculer pour chaque pays l'index du contexte entrepreneurial national (index NECI, sur 10 points). Cet index est très utile pour les pouvoirs publics pour analyser les conditions écosystémiques propices à la création et au développement d'entreprises.

Parmi les pays du G7, on peut noter une certaine proximité sur la perception de ces condi-

tions environnementales. Les Etats-Unis (5,3/10) se distinguent légèrement. On peut noter une forte proximité entre l'Allemagne, le Canada et la France (5,1/10) pour lesquelles les conditions sont perçues globalement comme assez favorables. Ces conditions sont perçues comme moins favorables pour l'Italie et le Japon (4,7/10).

L'analyse plus fine des 13 indicateurs au niveau des 19 pays les plus riches montre que la France se situe dans la moyenne pour 9 indicateurs. Pour l'un la position est plus favorable et pour trois d'entre eux, elle est très en retrait.

- Les experts français perçoivent plus favorablement les politiques gouvernementales en termes de soutien et de pertinence (4/19). La France, depuis une quarantaine d'années, est très engagée dans l'accompagnement entrepreneurial. Le soutien porte aussi bien sur l'entrepreneuriat innovant, avec des actions comme la French Tech, que l'entrepreneuriat en situation de pauvreté. Ces politiques nationales sont largement relayées au niveau local à travers le financement de dispositifs ou de structures d'accompagnement.



- Sur la partie normes culturelles et sociales, la France est plus en retrait (18/19). Si la culture entrepreneuriale évolue favorablement, les experts interrogés considèrent que la culture nationale ne valorise pas suffisamment la responsabilité et la réussite personnelles et n'encourage pas assez l'autonomie, la créativité et la prise de risque.
- La question de l'accès au marché apparaît également comme un point faible de l'écosystème entrepreneurial français (17/19). L'entrée sur le marché pour les nouvelles entreprises semble particulièrement ardue (3,4). Les entrepreneurs semblent souffrir plus qu'ailleurs du poids de la nouveauté dans leur relation au marché tant dans leurs relations avec les grandes entreprises qu'avec les administrations.
- Pour l'enseignement et la formation, la France apparaît en retrait sur la partie enseignement primaire et secondaire (17/19). Un manque est mis en lumière sur la sensibilisation et le développement de compétences entrepreneuriales, même si de nombreuses initiatives sont engagées auprès des plus jeunes par le ministère de l'Éducation et par des associations. Ce résultat tranche avec la partie enseignement supérieur. Les efforts réalisés depuis une vingtaine d'années autour de l'entrepreneuriat étudiant sont reconnus. Au niveau régional, les PEPITE ont contribué à favoriser la sensibilisation et l'accompagnement des étudiants. Les établissements d'enseignement supérieur ont été très en pointe en développant des incubateurs pour favoriser l'émergence de nouveaux projets.

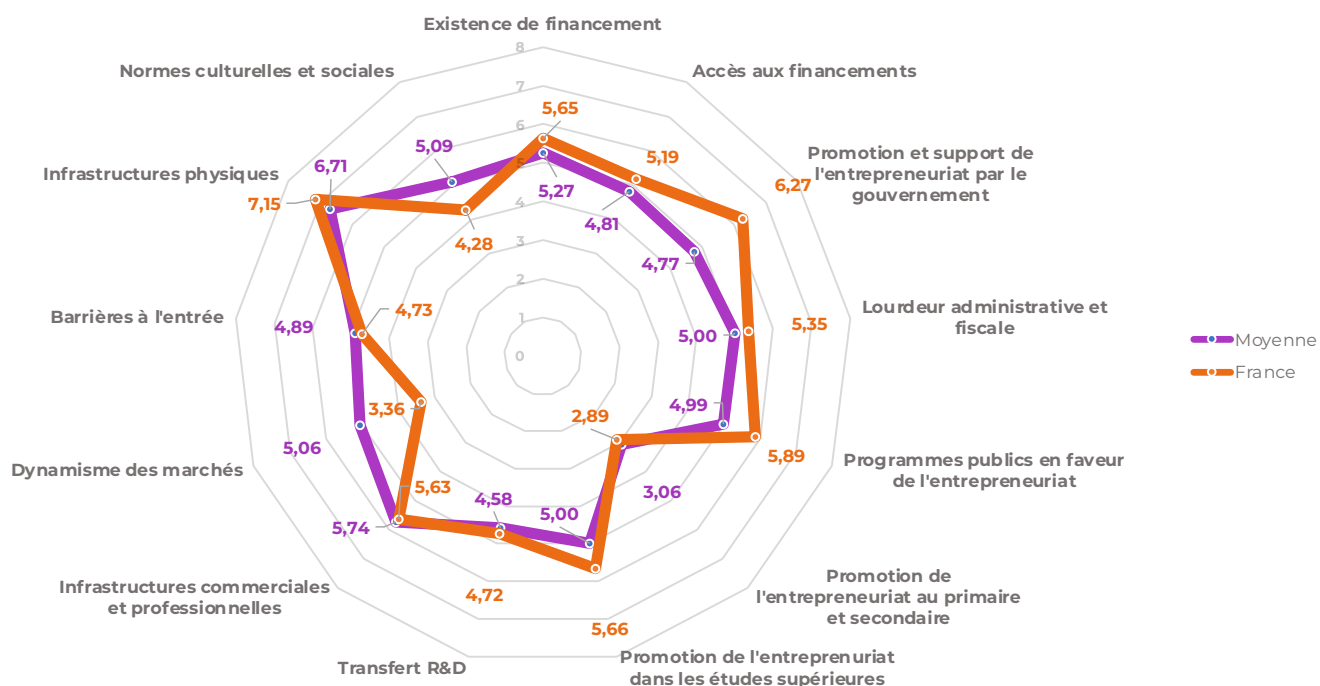


Figure 5. 13 indicateurs NES

# Les déterminants de l'acte d'entreprendre



Si les experts mobilisés dans l'étude NES ont mis en avant un contexte favorable à la dynamique entrepreneuriale, qu'en pense la population française ? Si certains parlent de l'émergence d'une société entrepreneuriale, la société véhicule-t-elle une image positive de l'activité entrepreneuriale ? Parmi les citoyens, ceux qui vont franchir le pas et se lancer dans l'aventure entrepreneuriale ont-ils une perception différente de la situation, une attitude ou des compétences particulières ? Quelles sont les motivations à entreprendre en France ? Nous vous présentons dans cette partie les résultats de l'enquête APS.

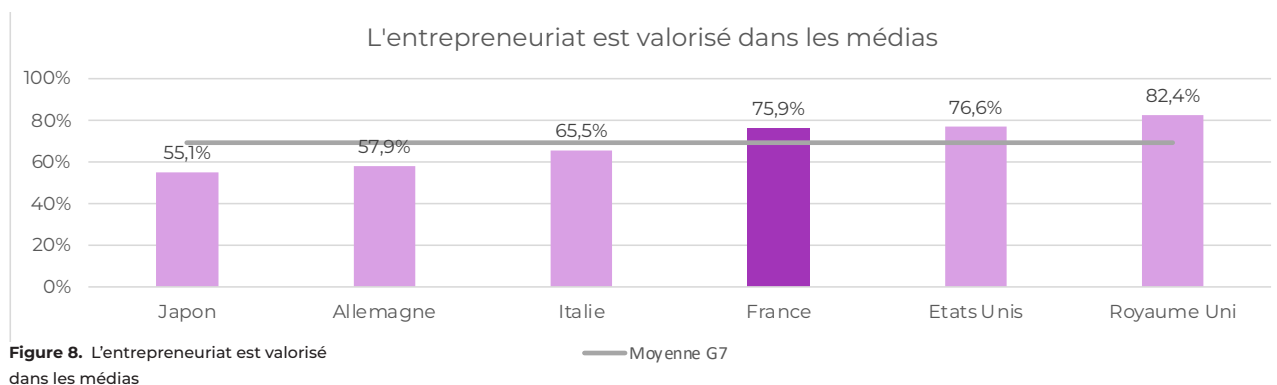
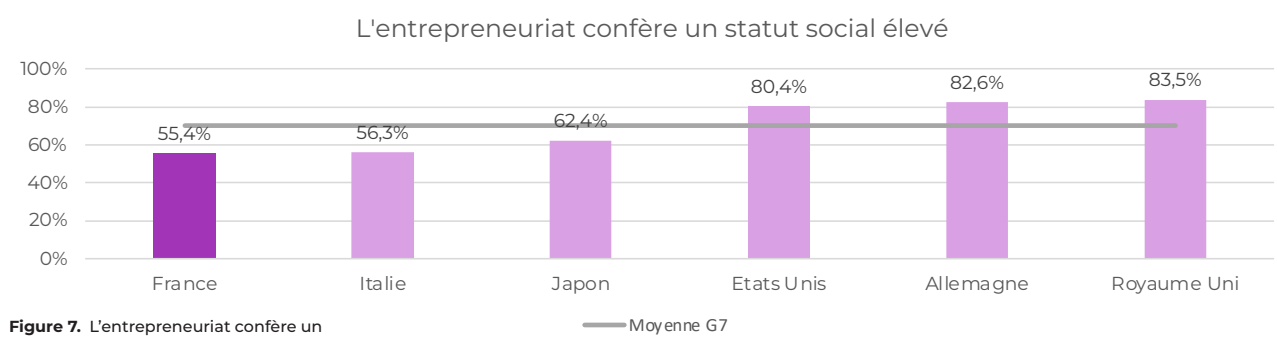
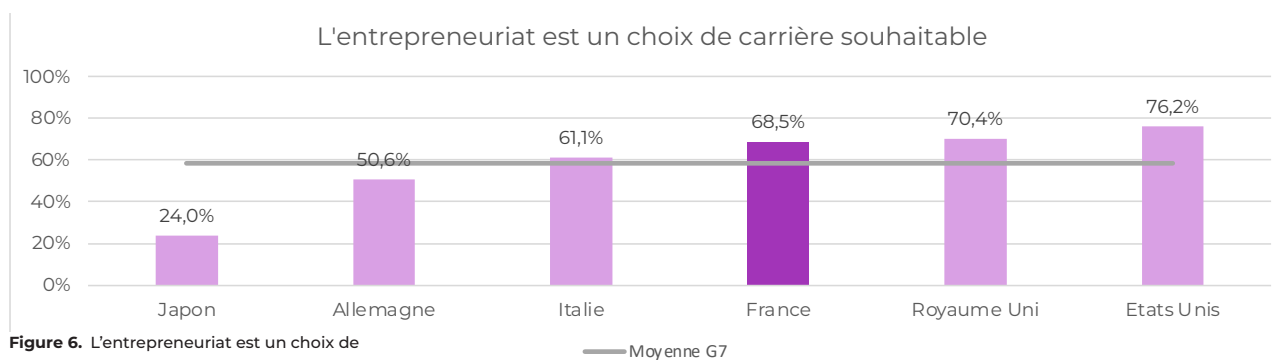
## La valorisation de l'entrepreneuriat par la société

La valorisation de l'entrepreneuriat peut être un déterminant important de l'intention entrepreneuriale et de l'engagement entrepreneurial. Autrement dit, quelle est la désirabilité sociale de l'entrepreneuriat aujourd'hui en France ? Cette désirabilité tient à des normes, des valeurs, des récits qui forment ce que l'on peut appeler la culture entrepreneuriale.

La culture entrepreneuriale est plus ou moins développée selon les pays. Cette valorisation de

l'activité entrepreneuriale peut être appréciée à l'aide de quatre indicateurs. Il s'agit d'apprécier si l'entrepreneuriat est perçu comme un choix de carrière souhaitable, s'il confère un statut social élevé, s'il est valorisé dans les médias et si finalement il est facile d'entreprendre en France.

Si l'on compare la France par rapport aux économies du G7, elle se situe dans la moyenne. Pour un peu plus de 2/3 des Français interrogés, l'entrepreneuriat constitue un choix de carrière souhaitable (Figure 6). Pour autant, seule une courte majorité (55,4%) considère qu'il s'agit aujourd'hui d'un statut social élevé (Figure 7).



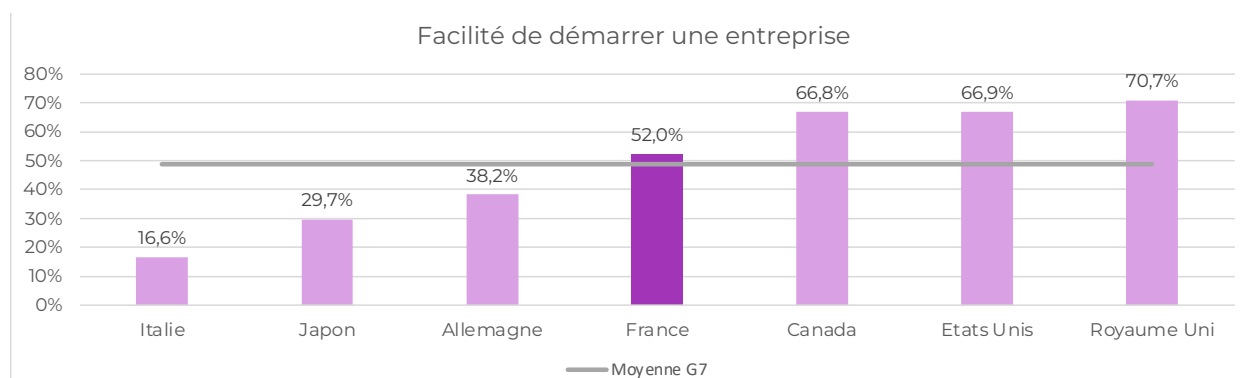


Figure 9. Facilité de démarrer une entreprise

Cette représentation positive est un marqueur de l'évolution de la culture entrepreneuriale. Cette dernière est influencée par les médias qui contribuent à diffuser une image plus ou moins favorable de l'entrepreneuriat. Les français ont le sentiment dans une large majorité, que ce soit dans les médias ou sur Internet, que les histoires de nouvelles entreprises qui réussissent sont mises en valeur (Figure 8). On peut citer par exemple le programme « Qui veut être mon associé » sur M6 qui met en scène des entrepreneurs à la recherche de fonds. Ce programme de télé-réalité, présent depuis une vingtaine d'années dans d'autres pays, a été diffusé en France pour la première fois en 2021 et contribue à démocratiser l'entrepreneuriat et la question de la levée de fonds.

Au-delà de la désirabilité perçue, la question de la faisabilité perçue est importante. Selon les pays et les époques, les barrières perçues qui tiennent à la facilité d'enregistrement, au poids de la bureaucratie peuvent freiner l'intention et le comportement entrepreneurial. Une courte majorité considère qu'en France, il est facile de démarrer une entreprise (Figure 9).

Depuis une vingtaine d'années, les pouvoirs publics adoptent des mesures pour simplifier la création d'entreprise. Cette perception varie fortement d'un pays à l'autre : les États-Unis, le Canada et le Royaume-Uni se distinguent avec le sentiment qu'il est facile d'entreprendre par opposition avec le Japon, l'Italie ou l'Allemagne.

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

Les attitudes, perceptions et appréhensions des individus vis-à-vis de l'entrepreneuriat influencent leur intention de s'inscrire dans le processus entrepreneurial et ensuite de passer à l'acte ou non. L'enquête APS du GEM permet de construire des indicateurs du potentiel entrepreneurial d'une population et d'éclairer les déterminants de l'acte d'entreprendre qu'il reste à développer.

## LE RAPPORT PERSONNEL AVEC L'EXPÉRIENCE ENTREPRENEURIALE

Le fait de connaître personnellement des entrepreneurs est source de confiance, de mise

en réseaux, de partage de connaissances tacites qui facilitent l'intention et l'engagement entrepreneuriaux.

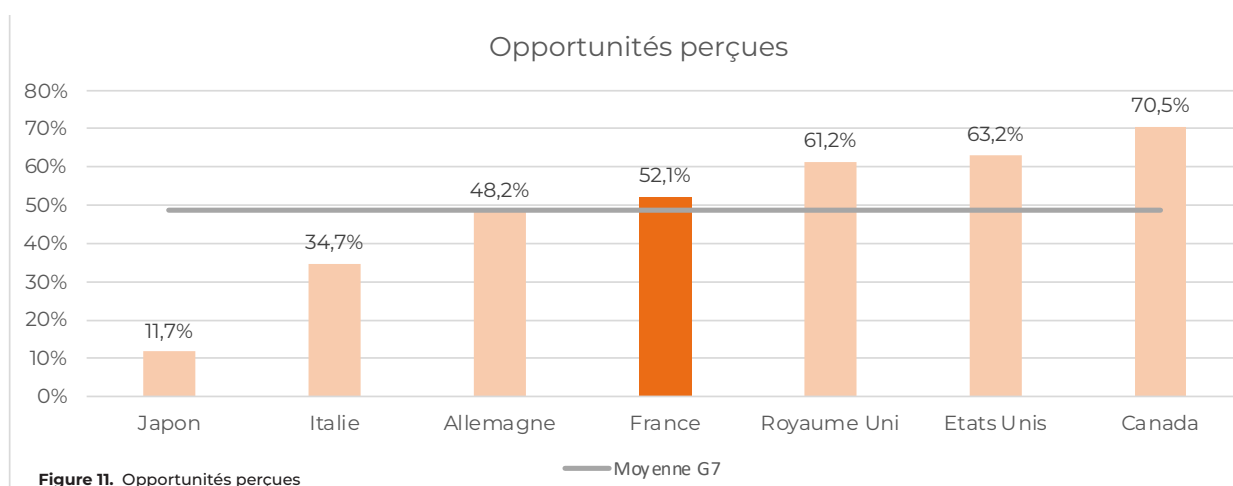
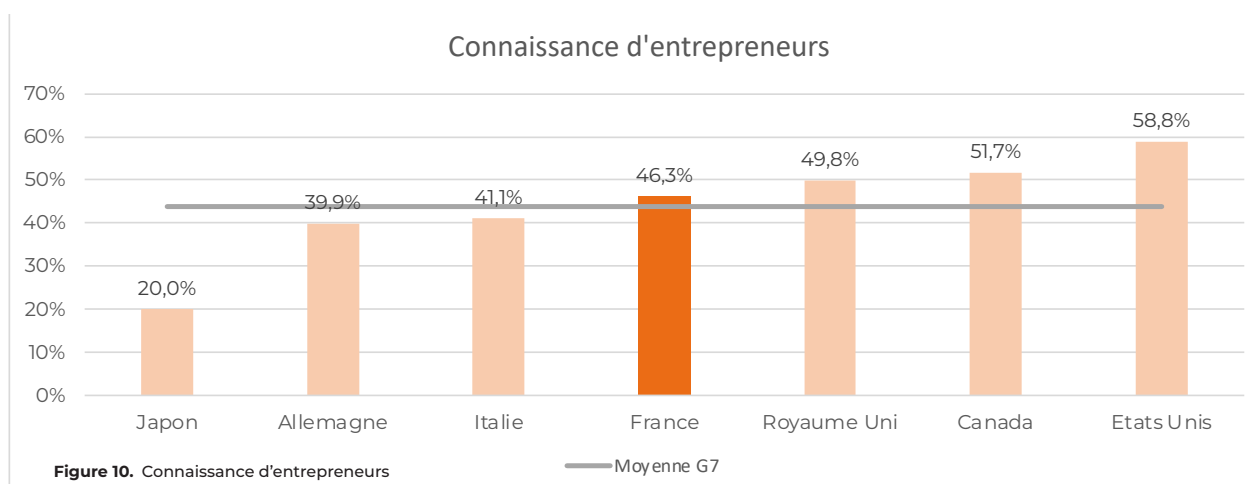
Autrefois, le rapport personnel avec l'expérience entrepreneuriale avait tendance à se limiter au cercle familial et il était plus facile d'entreprendre quand on était issu d'une famille d'entrepreneurs. Aujourd'hui, le statut d'entrepreneur s'est largement démocratisé et il est beaucoup plus fréquent d'avoir un entrepreneur dans son entourage. Par ailleurs, nous sommes beaucoup plus fréquemment exposés à des expériences entrepreneuriales, que ce soit au travers des médias traditionnels (nous l'avons évoqué plus haut) ou des réseaux sociaux. Le phénomène est particulièrement important pour les jeunes générations qui côtoient bon nombre d'influenceurs qui sont autant d'entre-

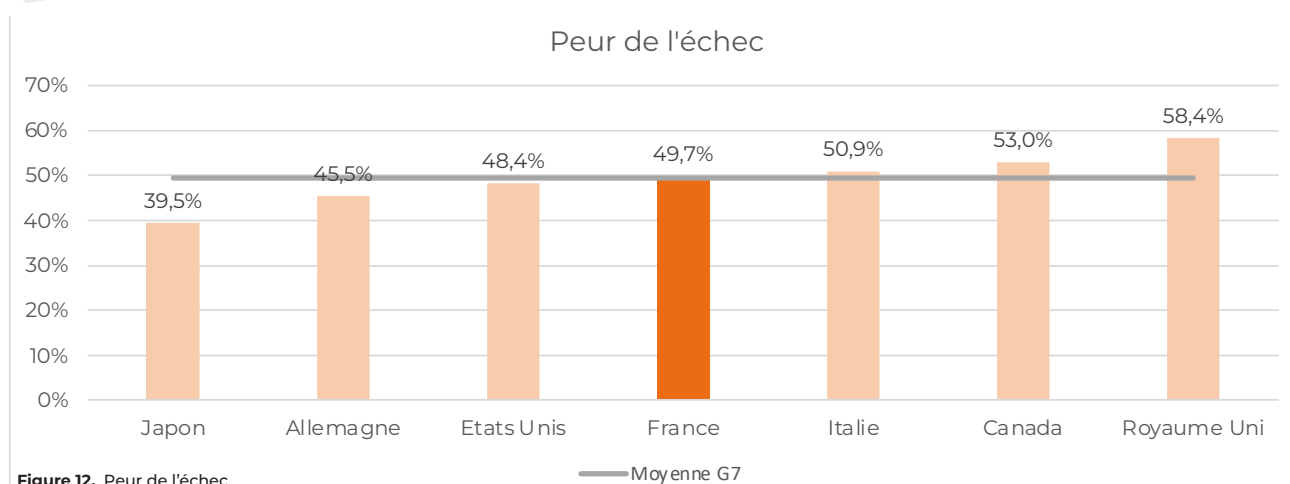
preneurs à qui ils peuvent s'identifier.

En France, 46,3% des répondants affirment connaître au moins une personne en lien avec la direction d'une activité entrepreneuriale (Figure 10). C'est beaucoup moins qu'aux États-Unis et au Canada où la culture entrepreneuriale fait partie de l'ADN du pays. Néanmoins, il est encourageant de constater que presque la moitié de la population a accès à un modèle d'entrepreneurs et la tendance est encore plus forte chez les jeunes générations (18-44 ans).

### L'EXISTENCE D'OPPORTUNITÉS AUTOUR DE SOI

Au-delà de la connaissance d'entrepreneurs et de la possible identification à un modèle, l'engagement entrepreneurial nécessite d'avoir





confiance dans l'avenir, mais surtout dans l'environnement dans lequel on évolue et sa capacité à offrir des opportunités. La variable « opportunités perçues », au sens du GEM, renvoie 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 11).

Plus de la moitié de la population française perçoit qu'il existe, autour d'elle, des situations favorables à exploiter. Cet optimisme est plus particulièrement prononcé chez les jeunes 55,7% des 18-24 ans et 57,7 % pour des 25-34 ans pensent qu'ils peuvent accéder à de bonnes opportunités d'affaires. En termes de comparaison internationale, la France se situe au centre du comparatif, mais se situe en seconde place des pays européens du G7, derrière le Royaume-Uni.

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

La culture française est par essence défavorable à l'échec. Ce phénomène s'inscrit dans une logique de longue date. À l'école, la notation est fonction des erreurs commises et le respect

de la règle est davantage valorisé que la prise d'initiative. Dans le monde du travail, même si les mentalités changent peu à peu, l'échec reste à proscrire et a tendance à être systématiquement associé à la personne qui le subit, de sorte qu'il est très difficile de rebondir. Ainsi, si la France semble cultiver un terrain fertile pour l'entrepreneuriat et faire doucement évoluer sa culture, on peut s'attendre à ce que la peur de l'échec soit ancrée en chaque individu et soit ainsi un frein à l'engagement entrepreneurial.

Seulement la moitié de la population déclare qu'elle ne lancerait pas une entreprise de peur d'échouer (Figure 12). Cela place la France en 4<sup>ème</sup> position des pays du G7, en forte proximité avec les États-Unis où 48,4% de la population souffrirait de cette même peur de l'échec. Plus spécifiquement, en France, les personnes âgées entre 35 et 54 ans sont celles qui sont les plus averses à l'échec. Cela peut certainement s'expliquer par le fait que la charge familiale que l'on peut avoir à cette période de la vie accroît le sentiment de stress à l'égard de l'échec entrepreneurial.

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

Il n'y a pas d'entrepreneuriat sans engagement à entreprendre : de la perception de l'opportunité à sa transformation en action pérenne managériale, l'entrepreneur va consciemment ou inconsciemment s'interroger sur sa capacité à entreprendre et en fonction de son sentiment de compétences, s'engager ou renoncer.

### LES COMPÉTENCES, CONNAISSANCES ET EXPÉRIENCES POUR DÉMARRER UNE NOUVELLE ENTREPRISE

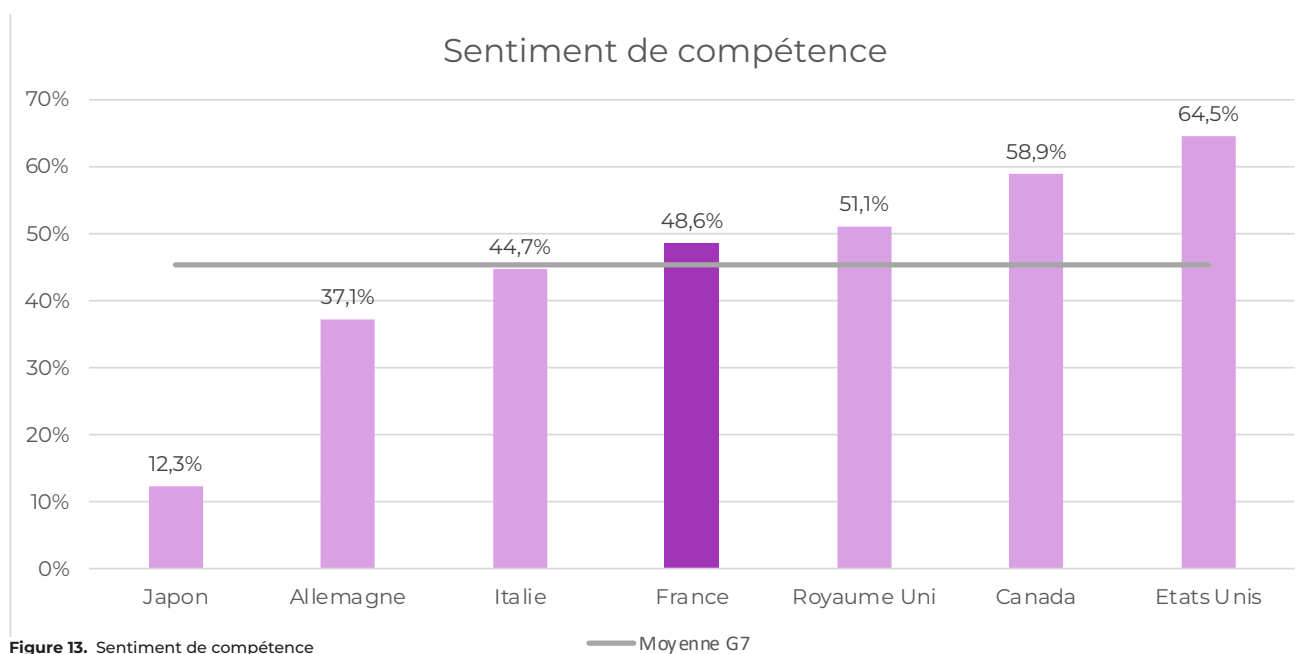
Au travers du sentiment de compétences, le consortium GEM vérifie dans quelle mesure la personne estime ses compétences, connaissances et son expérience pour démarrer une nouvelle entreprise. Dans la mesure où la formulation est générale (pas de précisions sur les compétences ou les connaissances requises ni sur le type d'expérience à valoriser), il s'agit

d'avantage d'une auto-évaluation subjective reposant sur l'idée que les personnes interrogées se font de la création d'entreprise et des aptitudes à la formalisation d'un projet entrepreneurial. Cette statistique pourrait alors davantage refléter une croyance personnelle en des aptitudes plutôt qu'une évaluation impartiale.

48,6% de la population française se sent capable d'entreprendre ce qui est bien moins que la population américaine ou canadienne (Figure 13). Plus précisément, les hommes se sentent beaucoup plus compétents que les femmes (54,9% contre 42,3%) et les 35-44 ans sont les plus confiants en leurs capacités (55,1%).

### LE TALENT ENTREPRENEURIAL : UNE NOUVELLE MESURE DES COMPÉTENCES PERÇUES

Dénicher, saisir, développer des opportunités sont des verbes d'action qui caractérisent la définition même de l'acte d'entreprendre. Certains y arrivent mieux que d'autres. Cette différence entre les individus pourrait provenir de





la notion de talent que l'on pourrait traduire également par la capacité à entreprendre et à créer de la valeur. Le talent entrepreneurial pourrait également être associé à l'agir entrepreneurial, à la propension à être créatif, à la capacité à développer une vision claire du devenir managérial de l'opportunité entrepreneuriale.

Afin d'être plus précis dans la mesure de la compétence des individus à entreprendre, le GEM a ainsi décidé, depuis 2019, de mesurer le « talent entrepreneurial » au travers de quatre

dimensions issues de la littérature.

Un peu moins de la moitié de la population se déclare capable de voir des opportunités et/ou d'agir de façon proactive, c'est-à-dire de les saisir (Figure 14). En revanche, près de 60% de la population se déclare en capacité d'innover et plus de 65% de la population considère que ses actions s'inscrivent dans une vision de long terme, c'est-à-dire qui peut être créatrice de valeur tout au long de la carrière entrepreneuriale.

# Les 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.

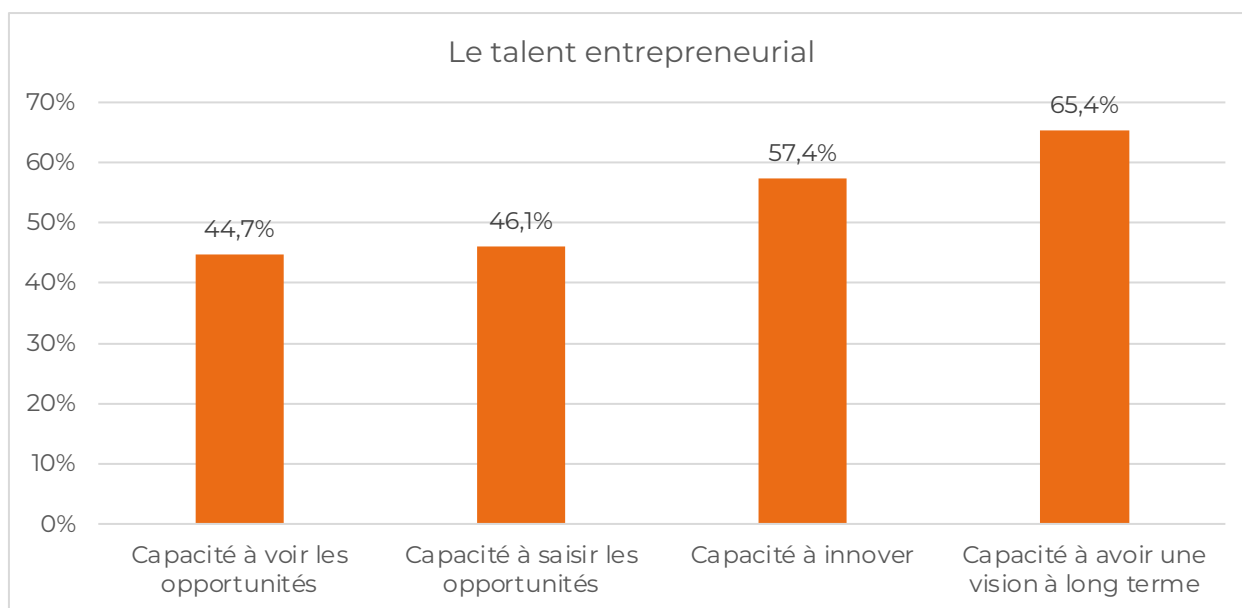


Figure 14. Le talent entrepreneurial

Le contraste avec la question concernant les opportunités perçues est intéressant : 52,1% de la population pense qu'il existe de bonnes opportunités d'affaires autour d'elle, mais seulement 44,7% se sent capable de les détecter et 46,1% se sent capable de les saisir. De même, si 48,6% de la population se sent capable d'entreprendre, on voit que cette capacité semble plutôt liée à l'innovation et à la vision plutôt qu'à la vigilance entrepreneuriale (identification et saisie des opportunités).

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

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

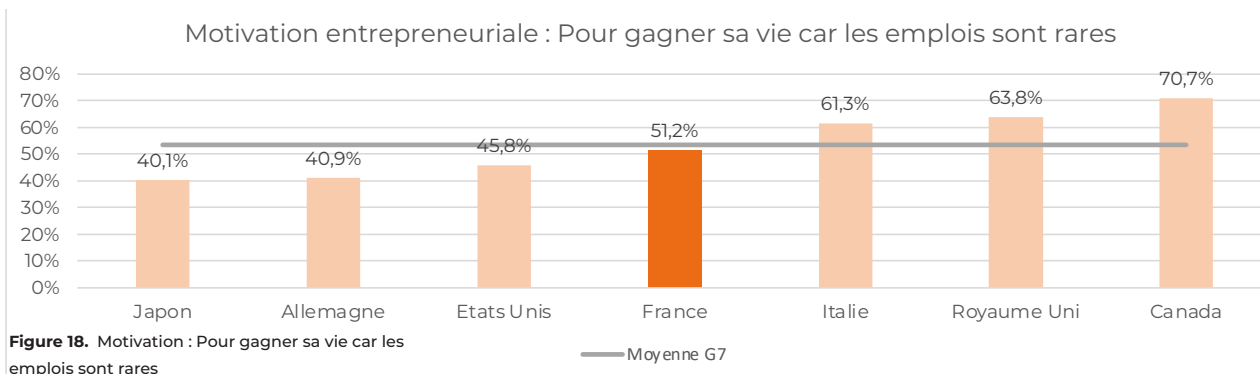
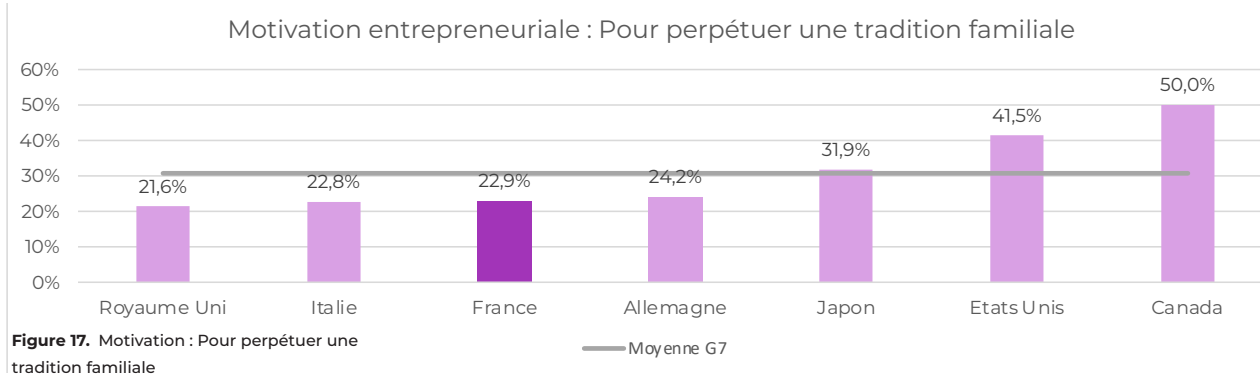
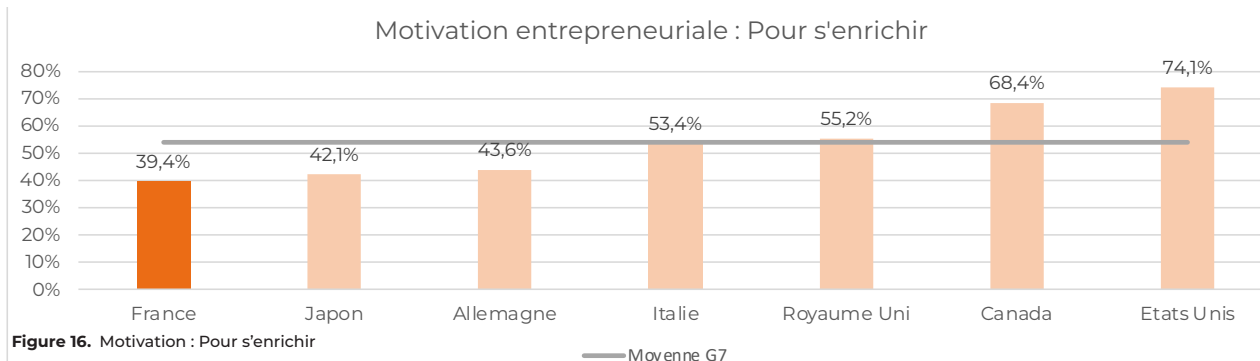
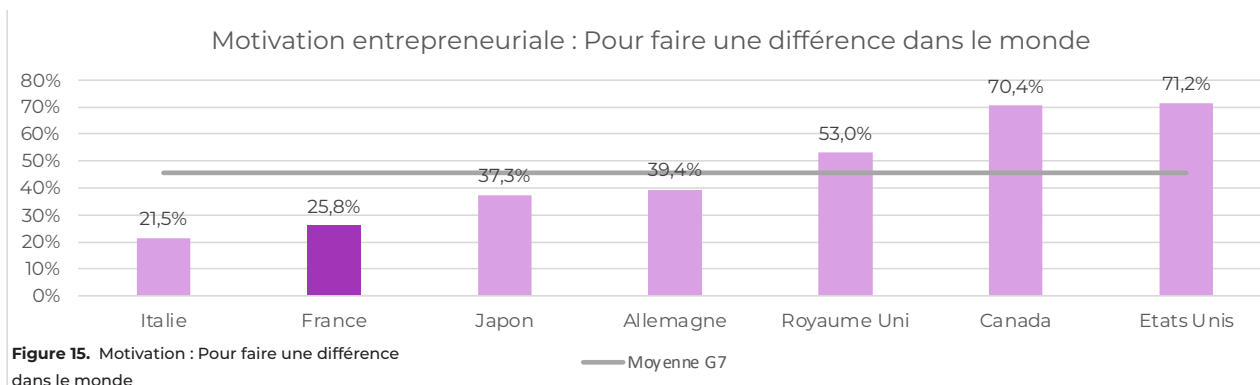
flétant les raisons pour lesquelles ils se sont engagés dans la création d'entreprise :

- **Pour faire une différence dans le monde. (Figure 15)**
- **Pour bâtir une grande richesse ou obtenir un revenu très élevé. (Figure 16)**
- **Pour perpétuer une tradition familiale. (Figure 17)**
- **Pour gagner sa vie car les emplois sont rares. (Figure 18)**

En 2021, la motivation la plus forte est « pour gagner sa vie car les emplois sont rares » (51,2%). Ce résultat laisse à penser qu'une majorité d'entrepreneurs se lance dans l'aventure entrepreneuriale par nécessité. Ce score est plus élevé au Canada (70,7%), en Italie (61,3%) ou au Royaume-Uni (63,8%). Il est en revanche plus en retrait aux Etats-Unis (45,8%), en Allemagne (40,9%) et au Japon (40,1%). Les entrepreneurs visent dans une moindre mesure la carrière entrepreneuriale pour « pour bâtir une grande richesse ou

obtenir un revenu très élevé » (39,4%). Les deux autres motivations ne concernent qu'un quart à un cinquième des entrepreneurs. La création d'entreprise motivée par la volonté de faire une différence dans le monde n'est exprimée que par 25,8% des entrepreneurs interrogés alors qu'aux

Etats-Unis (71,2%) et au Canada (70,4%) les proportions sont beaucoup plus élevées. Il en va de même de la motivation pour « perpétuer une tradition familiale » qui ne représentent que 22,9% des entrepreneurs en France contre 41,5% aux Etats-Unis et 50% au Canada.





# L'activité entrepreneuriale en France



Le modèle du GEM postule que les déterminants de l'acte d'entreprendre (le contexte national et culturel ainsi que les perceptions, attributs et motivations des individus) peuvent expliquer le taux d'activité entrepreneuriale d'un pays. Cette activité entrepreneuriale est mesurée au travers d'un processus entrepreneurial que nous commencerons par présenter. Les résultats de l'enquête APS permettront ensuite de prendre la mesure de l'activité entrepreneuriale en France, dans ces différentes étapes.

## 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, parfois, la sortie entrepreneuriale (Figure 3).

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

La création effective de l'activité entrepreneuriale se matérialise par le total de l'activité entrepreneuriale émergente (TAE) et correspond à la dynamique entrepreneuriale d'un pays (Figure 19). En effet, le TAE représente le % d'entrepreneurs naissants et de jeunes/nouveaux entrepreneurs. Cet entrepreneuriat émergent se traduit par un engagement concret dans l'activité entrepreneuriale et se matérialise par le nombre de mois de salaires versés depuis le démarrage de l'activité :

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

- Entrepreneur établi : personne ayant créé une entreprise et versé au moins 42 mois de salaires.

La dernière catégorie, entrepreneur établi, correspond au % d'entrepreneurs bien établis dans leur activité ; ils ne sont pas intégrés au TEA.

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

## L'intention entrepreneuriale

L'intention de créer une entreprise dans les trois prochaines années est un indicateur intéressant de l'engagement entrepreneurial. En effet, il décrit pour partie la volonté et le désir d'entreprendre, qui peut se manifester à terme par une création effective. Même si cette intention ne se matérialise pas systématiquement et que nous n'avons pas d'éléments sur la faisabilité de ce désir, la variable a néanmoins été reconnue comme une variable influente de la naissance de projets entrepreneuriaux.

En 2021, 16,9% des personnes interrogées déclarent avoir l'intention de créer une entreprise dans les trois prochaines années. Ce taux est en léger recul (-0,75%), puisque le taux d'intention entrepreneurial se situait autour de 17,6% en 2017. Il est difficile de savoir ce que cette baisse d'intention entrepreneuriale recouvre. Deux hypothèses principales peuvent être avancées : la première liée à la pandémie et au contexte économique incertain qui a peut-être freiné les ambitions entrepreneuriales de certains individus ; la seconde

liée à notre rapport à l'échec. En effet, le taux de concrétisation de ces intentions entrepreneuriales est relativement faible puisqu'il correspond à 35% des intentions totales, pour un % d'entrepreneurs naissants de 5,9%. Autrement dit, ce faible taux de réalisation pourrait être perçu comme un échec pour les concitoyens français.

Il est intéressant de noter que les individus compris dans la tranche d'âge 25-34 ans sont ceux qui manifestent le plus leur souhait de créer une entreprise avec 27 % des répondants. Logiquement, on retrouve cette grande proportion de répondants parmi les entrepreneurs naissants (30%). Le temps étant une variable à prendre en considération pour passer du démarrage de l'activité à une activité entrepreneuriale établie, c'est la tranche d'âge 35-44 ans que l'on retrouve majoritairement parmi les entrepreneurs nouveaux (30%) et les entrepreneurs établis (27%).

## L'activité entrepreneuriale émergente et établie

Concernant les entrepreneurs émergents (Figure 19), la situation de la France par rapport aux pays du G7 est plutôt positive malgré un contexte encore incertain en 2021. Des mesures sanitaires contraignantes pour les organisations, mises en œuvre pour lutter contre la pandémie de Covid-19, ont entraîné des répercussions sur le fonctionnement global de l'économie.

Néanmoins, le taux d'entrepreneurs émergents est de 7,7%, situant la France dans le milieu du classement international des pays du G7 derrière le Canada, en première position (20,1%), les Etats-Unis (16,5%) et le Royaume-Uni (12,6%).

Depuis le début de la collecte des données du GEM, la France a toujours affiché des taux d'activité entrepreneuriale émergente (TAE) moins

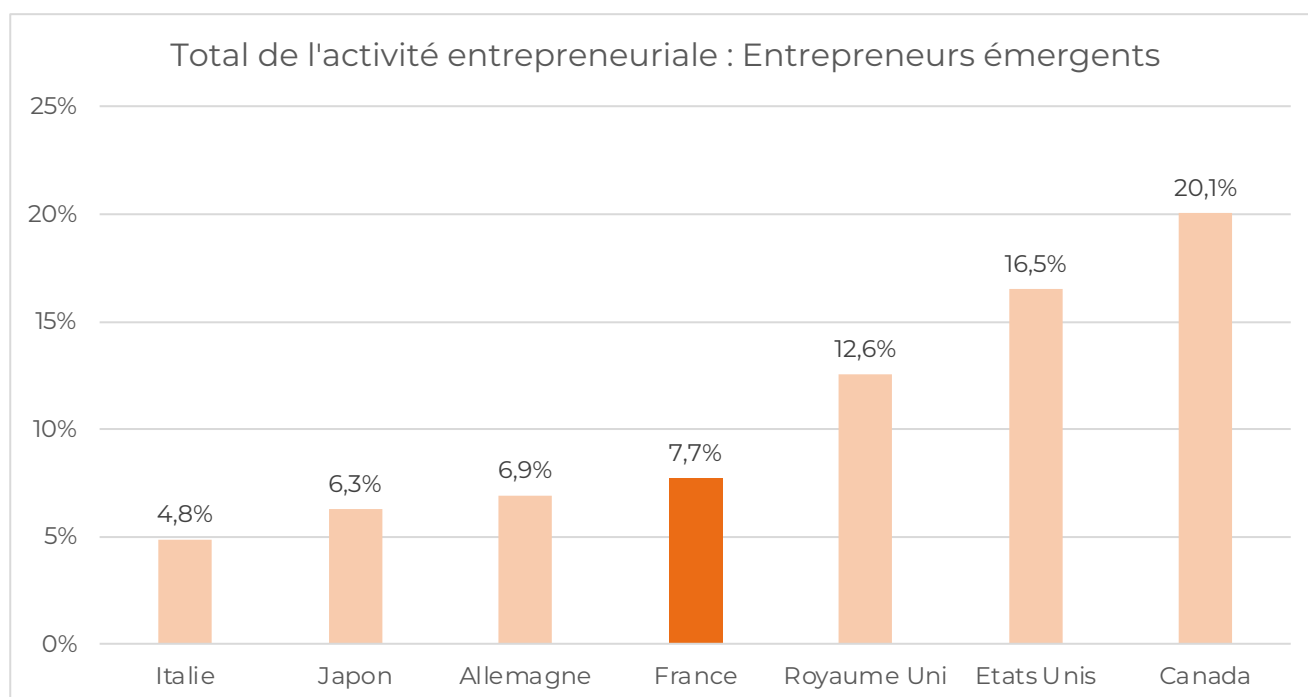


Figure 19. Total de l'activité entrepreneuriale : Entrepreneurs émergents

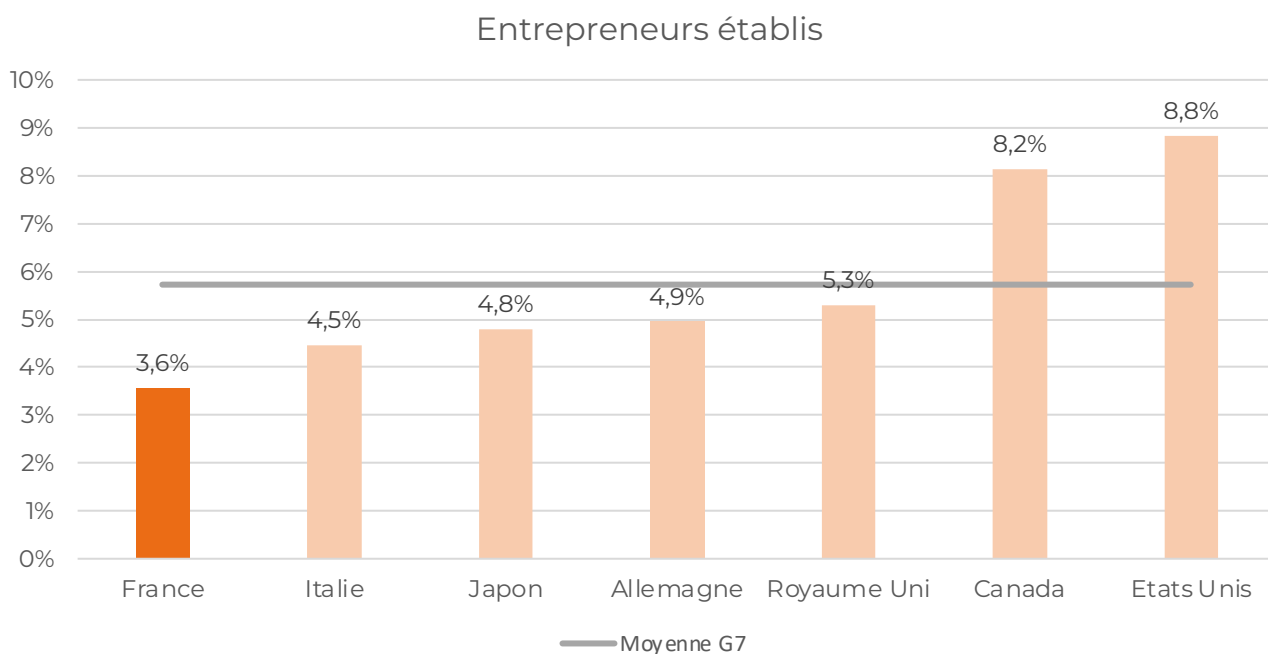


élevés que la plupart des autres pays. L'entrepreneuriat émergent étant l'un des indicateurs de vitalité d'un pays, il est intéressant de noter que celui-ci est en augmentation de 2.5 points sur les 9 dernières années en France, passant 5,2% en 2012 (GEM France 2012) à 7,7% en 2021.

Toutefois, si le dynamisme français au démarrage est notable, le pourcentage d'entrepreneurs établis dans le classement international classe la France en dernière position des pays du G7 (Figure 20). Avec un taux d'entrepreneurs établis s'élevant à 3,6%, la France se situe loin derrière les Etats-Unis (en 1ère position avec un taux de 8,8%), le Canada (8,2%), le Royaume-Uni (5,3%), l'Allemagne (4,9%), le Japon (4,8%) et l'Italie (4,5%). La prise en compte des entrepreneurs établis permettant à certains pays comme l'Allemagne (4,9%), le Japon (4,8%) et l'Italie (4,5%) de remonter dans le classement général.

## La sortie entrepreneuriale

L'aventure entrepreneuriale peut être marquée par une sortie pour de multiples raisons qui tiennent à la situation de l'entreprise (faillite, opportunité de vendre, etc.), à la situation personnelle de l'entrepreneur (baisse de motivation, retraite, etc.) voire au contexte (pandémie, retournement du marché, etc.). La sortie entrepreneuriale n'est donc pas un révélateur d'une situation d'échec. Elle présente un caractère ambivalent lié au fait qu'elle peut s'inscrire dans un comportement proactif ou réactif. Autrement dit, cette décision majeure peut être le fruit d'une stratégie délibérée ou émergente. Par ailleurs, il faut distinguer la trajectoire de l'entreprise de celle de l'entrepreneur. Ainsi, la sortie entrepreneuriale ne se traduit pas nécessairement par un arrêt de l'activité. Le dirigeant peut créer les conditions d'une reprise.



**Figure 20.** Entrepreneurs établis

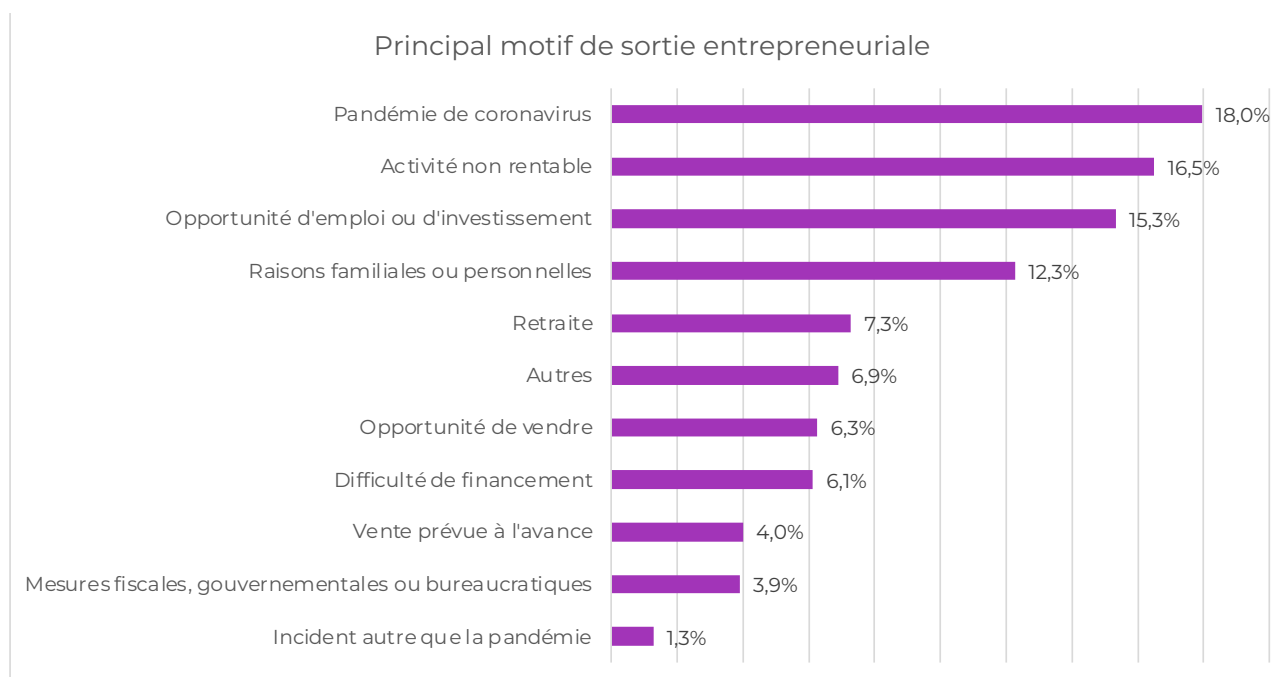


Figure 21. Principal motif de sortie entrepreneuriale

Dans un contexte de vieillissement de la population, la question de la transmission / reprise d'entreprise constitue un enjeu majeur. La reprise peut être interne (salarié ou membre de la famille) ou externe. Cette stratégie entrepreneuriale peut être réalisée par de nouveaux entrepreneurs ou des entrepreneurs établis. Ce phénomène de la sortie entrepreneuriale peut être révélateur de trajectoires personnelles marquées par des exigences économiques, voire existentielles. Certains entrepreneurs en série (serial entrepreneurs) sont à la tête d'un portefeuille d'entreprises et n'hésitent pas à se séparer d'entreprises pour saisir de nouvelles opportunités. Des entrepreneurs lifestyle n'hésitent pas, pour des raisons personnelles, à se détourner de l'entrepreneuriat pour y revenir plus tard.

Le nombre de personnes confrontées à une sortie entrepreneuriale est faible. 2,5% de la population interrogée ont vécu une sortie en-

trepreneuriale et 1,4% une cession d'activité. La distinction entre trajectoire de l'entreprise et de l'entrepreneur fait sens, dans la mesure où dans 44% des cas, ces sorties se sont accompagnées d'une continuité des activités. Le contexte de la pandémie de coronavirus a joué un rôle important dans la mesure où il s'agit du principal motif (18% ; Figure 21). Les raisons personnelles sont au cœur de la décision de sortie, qu'il s'agisse d'une opportunité d'emploi (15,3%), de raisons familiales ou personnelles (12,3%) ou d'un départ à la retraite (7,3%). Les difficultés rencontrées par l'entreprise expliquent également en grande partie la sortie entrepreneuriale. Le fait que l'entreprise ne soit pas rentable est le deuxième motif de sortie entrepreneuriale (16,5%).

## LES ENTREPRISES EXISTANTES AU SERVICE DE LA DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE

Le GEM, au travers de son modèle, postule que

les attitudes de la population en général sont à la base d'une culture entrepreneuriale capable de stimuler l'intention d'entreprendre, au même titre que les attributs, perceptions ou capacités des individus. Toutefois, il ne faut pas oublier que les entreprises existantes ont également un rôle à jouer pour dynamiser l'activité entrepreneuriale, que ce soit pour favoriser l'émergence de projets entrepreneuriaux ou pour accompagner financièrement les entrepreneurs en devenir.

### L'INTRAPRENEURIAT

L'intrapreneuriat, par la mise en œuvre de projets entrepreneuriaux au sein de structures existantes, privées ou publiques, contribue également au dynamisme entrepreneurial. De plus en plus d'organisations en soulignent les bénéfices. En effet, elles peuvent profiter d'idées

nouvelles, du développement de nouvelles activités, produits ou services, d'innovations et/ou du déploiement vers de nouveaux marchés. Ce processus permet aux organisations d'ajouter de la flexibilité dans la gestion de leurs projets et ainsi de saisir des opportunités qui auraient pu être ignorées faute de rigidité dû à la structure. Ce phénomène contribue au renouveau des organisations existantes et peut ainsi déboucher sur de la création d'emplois et de la croissance sur le territoire.

Le niveau des activités intrapreneuriales est évidemment plus faible que les taux d'activités entrepreneuriales générés par de la création d'entreprise ex-nihilo. Les pays anglo-saxons du G7 (Etats-Unis, Canada et Royaume-Uni) sont ceux qui ont les taux d'activité intrapreneuriale

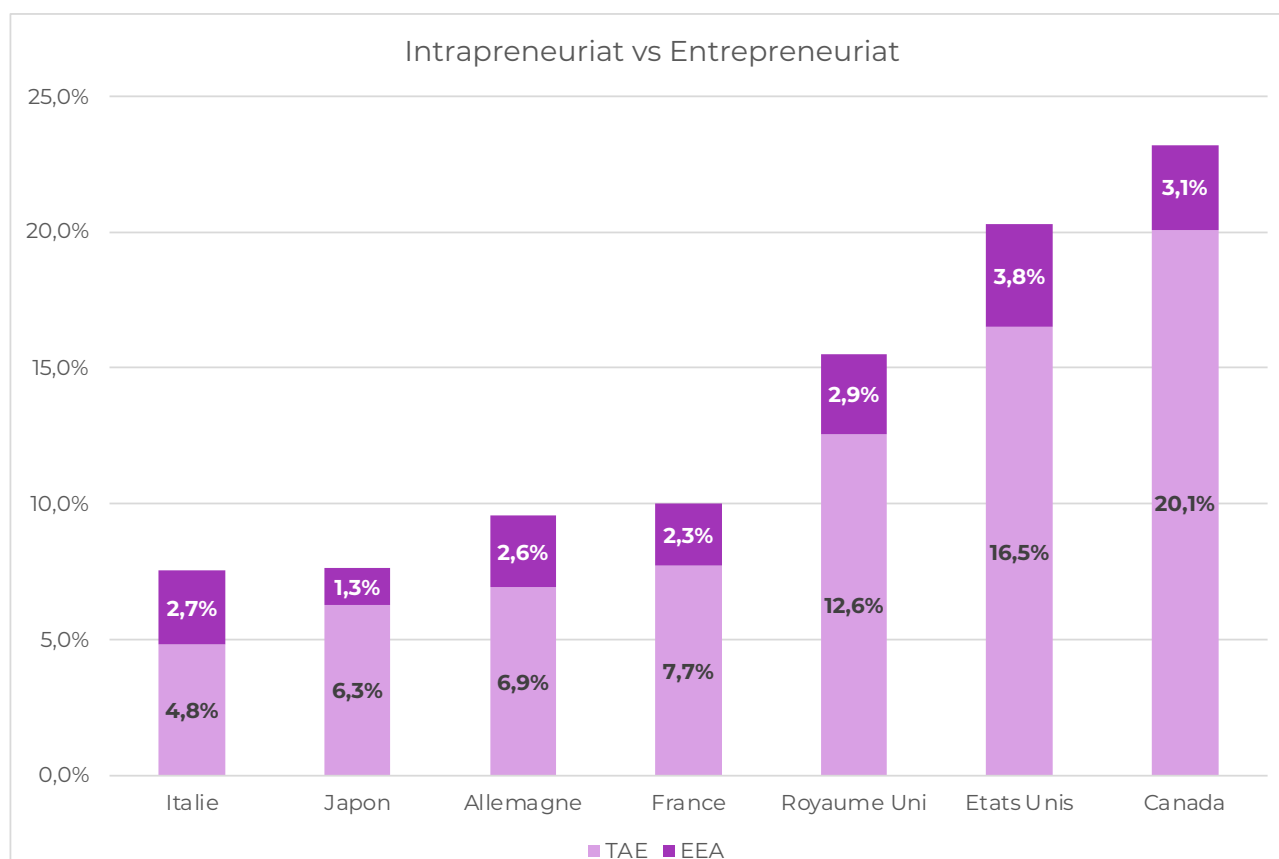


Figure 22. Intrapreneuriat vs entrepreneuriat

les plus élevés, avec un record pour les Etats-Unis de 3,8%. La France et le Japon se situent dans la moyenne basse avec des taux avoisinant les 2,3% et 1,3% (Figure 22). Engager une démarche entrepreneuriale dans une organisation signifie l'implication et la responsabilisation d'un ou plusieurs salariés. Pour mesurer ce phénomène, GEM a répertorié : les intrapreneurs actuels jouant un rôle actif et leader sur un projet d'entreprise ; les intrapreneurs passés ayant été leader dans un projet au cours des 3 dernières années. Enfin deux phases ont pu être distinguées : la phase 1 de l'idée et de son exploration puis la phase 2 concernant la préparation et la mise en œuvre effective de cette idée.

Sans surprise, les activités intrapreneuriales sont majoritairement engagées par les populations comprises dans les tranches d'âge 25-34 ans et 35-44 ans, populations qui sont certainement les plus insérées dans la vie active et donc dans les organisations pour lesquelles elles travaillent. En effet, nous comptabilisons 32% d'intrapreneurs passés et 30% d'intrapreneurs actuels pour la tranche d'âge 25-34 ans ; 31% d'intrapreneurs passés et 33% d'intrapreneurs actuels pour la tranche d'âge 35-44 ans.

Inversement, les taux sont relativement faibles pour la tranche d'âge 18-24 ans. Deux hypothèses peuvent expliquer ce phénomène : une partie des individus de cette catégorie sont encore en étude et ne sont pas encore engagés dans la vie active ; enfin, l'âge étant corrélé avec l'expérience, il est possible que les dirigeants préfèrent confier des projets intrapreneuriaux à des collaborateurs expérimentés.

Ces projets intrapreneuriaux sont majoritairement confiés à des individus de niveau Bac+3 et master. Les intrapreneurs actuels ont pour 36% d'entre eux un niveau licence et 34% d'entre eux un niveau master.

Ces seules statistiques ne permettent pas d'éclairer le phénomène dans sa globalité, toutefois nous pouvons proposer une piste de réflexion. Les projets entrepreneuriaux sont engagés par les individus eux-mêmes, l'auto-censure des femmes peut être une des variables explicatives à l'écart des TAE entre hommes et femmes. A l'inverse, les projets intrapreneuriaux peuvent certes être initiés par les individus, mais sont validés par un supérieur hiérarchique. On peut dès lors se demander si les écarts de projets intrapreneuriaux entre hommes et femmes ne sont pas le reflet des inégalités hommes-femmes au travail ?

## L'ENTREPRENEURIAT HYBRIDE

L'entrepreneuriat hybride est une autre forme d'activité entrepreneuriale. Il s'agit pour les individus d'entreprendre tout en conservant une activité professionnelle. À la différence de l'intrapreneuriat, il ne s'agit pas de créer ou développer une nouvelle activité au sein d'une organisation existante, mais bien d'entreprendre en conservant un emploi salarié dans une société dont ils ne sont pas propriétaires dirigeants. Il peut s'agir d'une modalité intéressante pour réduire le risque inhérent à toute activité entrepreneuriale en démarrage. L'entrepreneuriat hybride peut ainsi être vu comme une stratégie de transition « prudente » vers l'entrepreneuriat. Conserver un emploi assure une base financière stable qui réduit l'incertitude liée à une transition professionnelle vers l'entrepreneuriat, tout en jouant comme un levier pour

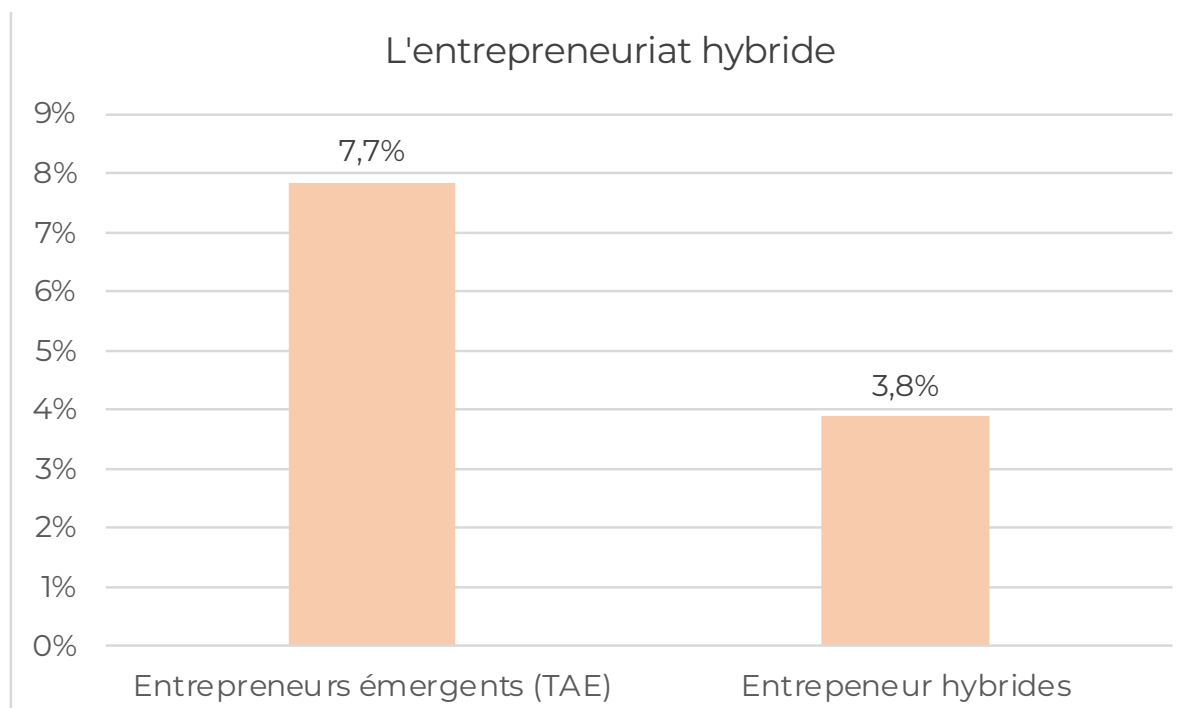


Figure 23. L'entrepreneuriat hybride

une éventuelle levée de fonds (stratégie de financement).

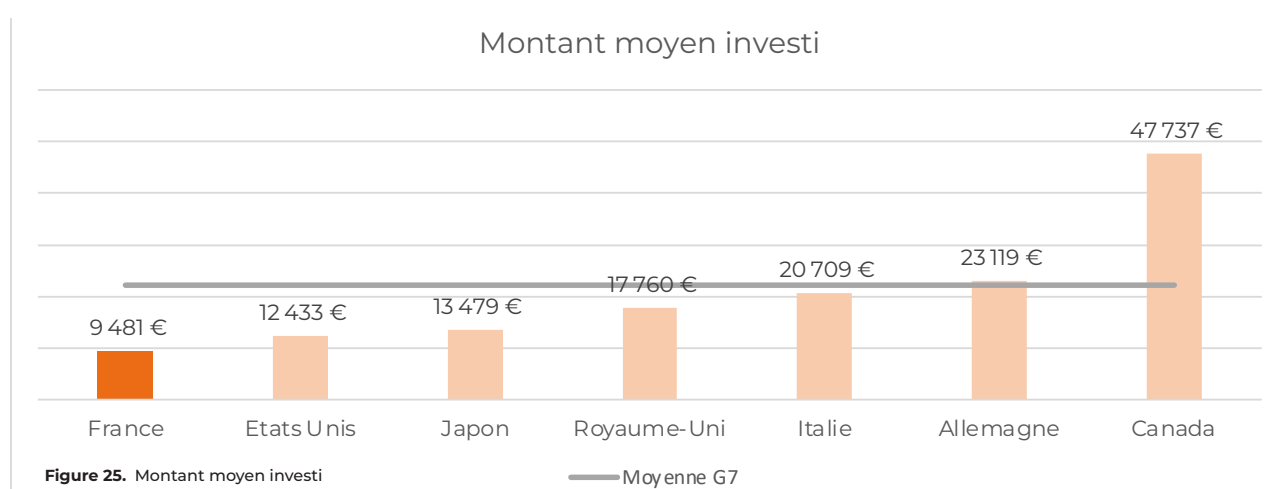
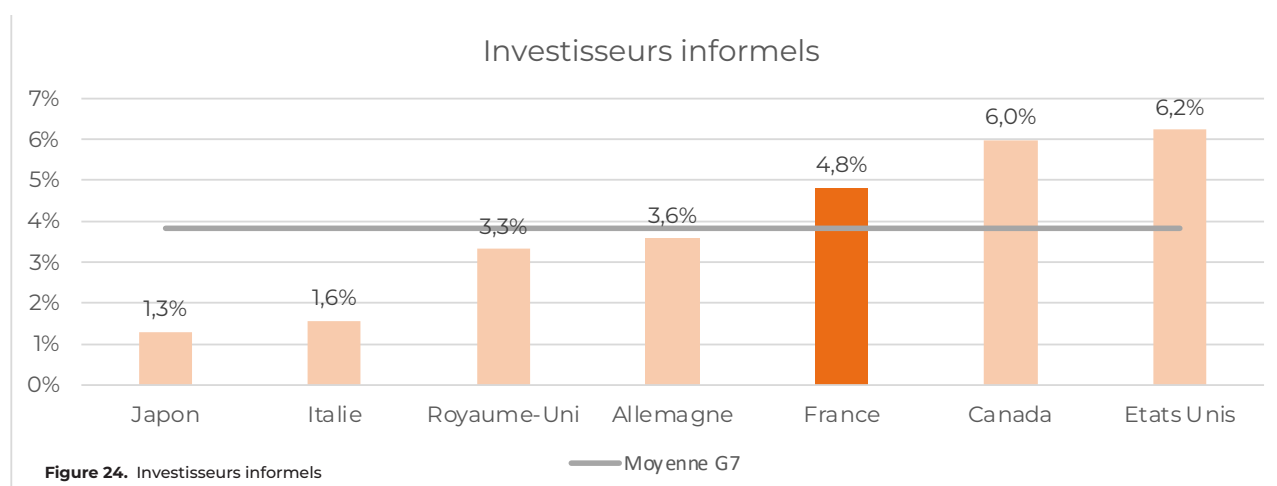
Ainsi, cette modalité est choisie par certains entrepreneurs naissants et correspond à 3,8% de l'activité entrepreneuriale globale (taux d'activité entrepreneuriale) qui lui est de 7,7%, soit exactement la moitié (Figure 23).

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

La réussite du projet entrepreneurial dépend fortement des fonds investis. Il existe une grande diversité de sources de financement. Pour autant, en phase d'émergence, le financement de proximité – qualifié parfois de « love money » – joue un rôle décisif. Dans les pays où l'entrepreneuriat d'opportunité est dominant par opposition à l'entrepreneuriat de nécessité, les investisseurs informels, constitués de la famille, des amis ou des business Angels sont

très présents. Il est ainsi intéressant d'apprécier la proportion d'investisseurs informels qui contribuent au soutien de l'activité entrepreneuriale. Les personnes ont été interrogées pour savoir si elles ont personnellement fourni des fonds pour une nouvelle entreprise lancée par quelqu'un d'autre, à l'exclusion de tout achat d'actions ou de fonds communs de placement. Ainsi, en France, 6% de la population des 18 à 64 ans peuvent être considérés comme des investisseurs informels. Cette proportion est beaucoup plus élevée aux Etats-Unis et au Canada et plus faible au Royaume-Uni, au Japon et en Italie (Figure 24).

Le montant moyen investi sur une période de 3 ans se situe autour de 9 481€. Ce montant est assez faible comparé aux autres pays du G7, en particulier en comparaison avec le Canada (47 737€) ou l'Allemagne (23 119€ ; Figure 25).



## L'activité entrepreneuriale tournée vers l'international

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

En France, plus d'un tiers des entrepreneurs émergents (37%) indiquent avoir des clients à

l'étranger, ce qui fait de la France le 3<sup>e</sup> pays du G7 où ces entrepreneurs exportent le plus. Le Canada domine le classement, avec près de la moitié des entrepreneurs émergents déclarant avoir des clients à l'étranger. Pour les entreprises établies, les résultats sont globalement plus faibles : baisse de 20 points pour le Canada, d'environ 10 points pour le Japon et l'Italie, de 7 points pour le Royaume-Uni et de 4 points pour la France. Néanmoins, la France est le deuxième pays du G7, juste derrière l'Allemagne et à égalité avec le Royaume Uni, où les entrepreneurs établis déclarent avoir le plus de clients à l'étranger : cela représente environ un tiers des entrepreneurs établis (Figure 26).

Si l'on s'intéresse ensuite au pourcentage du chiffre d'affaires annuel provenant de ces clients vivant en dehors de la France, on remarque que seuls 7,8% des entrepreneurs émergents exportent plus de 50% de leur chiffre d'affaires, comparé à 5,5% pour les entreprises établies. Une activité moyenne entre 26-50% concerne 5,8% des nouvelles entreprises contre 3,1% pour

les entreprises établies. Autour d'une entreprise sur quatre montre une faible activité d'export (1-25%) avec 22% pour les entreprises émergentes contre 24,2% des établies. Il apparaît ainsi qu'en France, les entrepreneurs qui exportent se positionnent plutôt sur des niveaux d'exportation faible (1/4 du CA) (Figure 27).

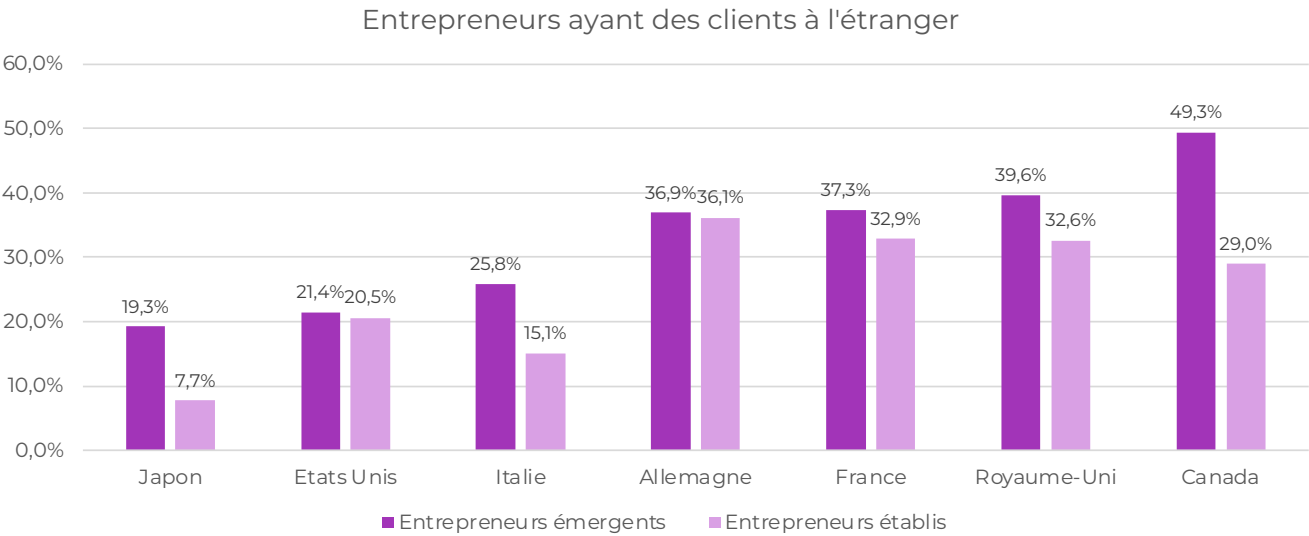


Figure 26. Entrepreneurs ayant des clients à l'étranger

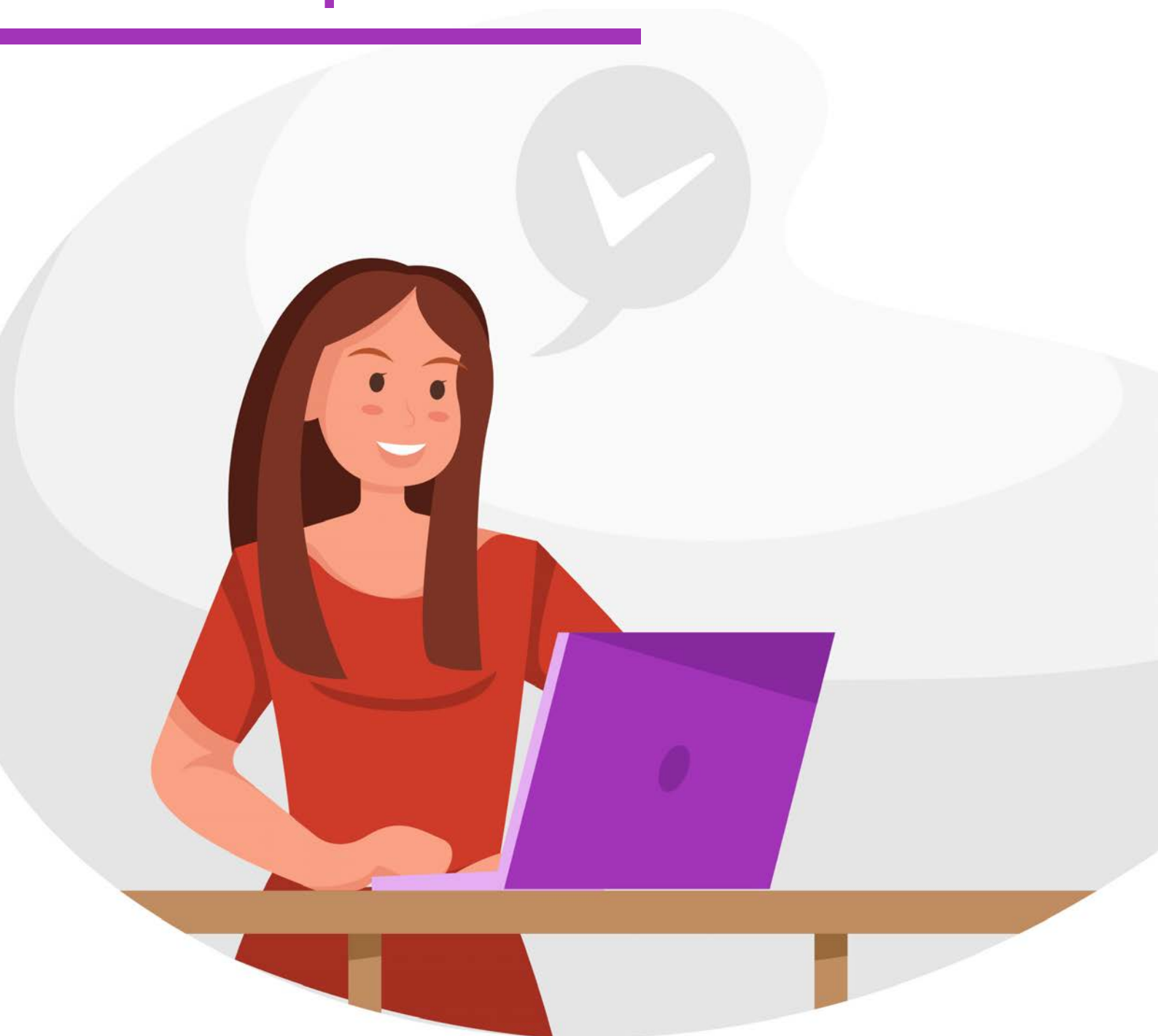
| Entrepreneurs émergents       |           |         |        |
|-------------------------------|-----------|---------|--------|
| % CA réalisé à l'étranger     | Fréquence | %       | cumul  |
| >90%                          | 2         | 0,6%    | 0,6%   |
| 76%-90%                       | 5         | 1,7%    | 2,4%   |
| 51%-75%                       | 15        | 5,4%    | 7,8%   |
| 26%-50%                       | 16        | 5,8%    | 13,6%  |
| 11%-25%                       | 22        | 8,1%    | 21,7%  |
| 1%-10%                        | 38        | 13,9%   | 35,6%  |
| Pas d'export                  | 175       | 64,4%   | 100,0% |
| Total                         | 272       | 100,00% |        |
| N'ont pas répondu             | 18        |         |        |
| Total entrepreneurs émergents | 290       |         |        |

| Entrepreneurs établis         |           |         |        |
|-------------------------------|-----------|---------|--------|
| % CA réalisé à l'étranger     | Fréquence | %       | cumul  |
| >90%                          | 1         | 0,8%    | 0,8%   |
| 76%-90%                       | 3         | 2,3%    | 3,1%   |
| 51%-75%                       | 3         | 2,3%    | 5,5%   |
| 26%-50%                       | 4         | 3,1%    | 8,6%   |
| 11%-25%                       | 12        | 9,4%    | 18,0%  |
| 1%-10%                        | 19        | 14,8%   | 32,8%  |
| Pas d'export                  | 86        | 67,2%   | 100,0% |
| Total                         | 128       | 100,00% |        |
| N'ont pas répondu             | 1         |         |        |
| Total entrepreneurs émergents | 129       |         |        |

Figure 27. Pourcentage du chiffres d'affaires réalisé à l'étranger



# L'entrepreneuriat féminin



Dans cette partie nous allons présenter une perspective « genre » durant les deux phases de création d'entreprise : auprès des entreprises nouvelles et celles établies (enquête APS). Nous aborderons également la perception des experts nationaux quant aux conditions institutionnelles dans lesquelles les femmes entrepreneures créent et gèrent leur entreprise (enquête NES).

## Les déterminants de l'acte d'entreprendre

Nous l'avons dit, il n'y a pas d'entrepreneuriat sans engagement à entreprendre. Comment les femmes perçoivent-elles l'acte d'entreprendre et comment jugent-elles leurs capacités à l'initier ?

Les femmes se sentent globalement beaucoup moins compétentes que les hommes pour démarrer une nouvelle entreprise (42,3% vs 54,9% ; Figure 28). Ces résultats confirment un phénomène bien connu par les acteurs de terrain de dévalorisation des femmes qui doutent beaucoup plus que les hommes de leurs capacités à réussir et sont ainsi moins nombreuses à concrétiser leurs projets. De même, les femmes sont un peu moins nombreuses à connaître des personnes engagées dans une aventure entrepreneuriale. Il semble ainsi que l'accès à un réseau d'entrepreneurs leur soit moins évident alors que l'on sait que c'est un facteur déterminant de l'aventure entrepreneuriale.

Dans la lignée des résultats précédents, nous pouvons constater que les femmes sont moins nombreuses que les hommes à estimer qu'il y a de bonnes opportunités d'affaires pour elles dans les six mois à venir dans la région où elles habitent (47,9% vs 56,3% ; Figure 30). Par ailleurs, les femmes connaissent une peur de l'échec bien plus significative que les hommes (53,1% vs 46,3%). Cette aversion pour le risque avait déjà été relevée dans une étude de l'AFE (AFE Indice entrepreneurial 2018) : les femmes expriment plus souvent que les hommes le risque de pertes de revenu ou de perturbation de l'équilibre familial.

En s'intéressant au « talent entrepreneurial », il semble que les capacités à saisir des opportunités et à avoir une vision de long terme (LT) ne sont fondamentalement pas différentes selon que l'on soit femme ou homme. En revanche la capacité à percevoir des opportunités ou à innover diffère en fonction du genre (Figure 29) : les femmes semblent plus perspicaces pour dénicher de nouvelles opportunités

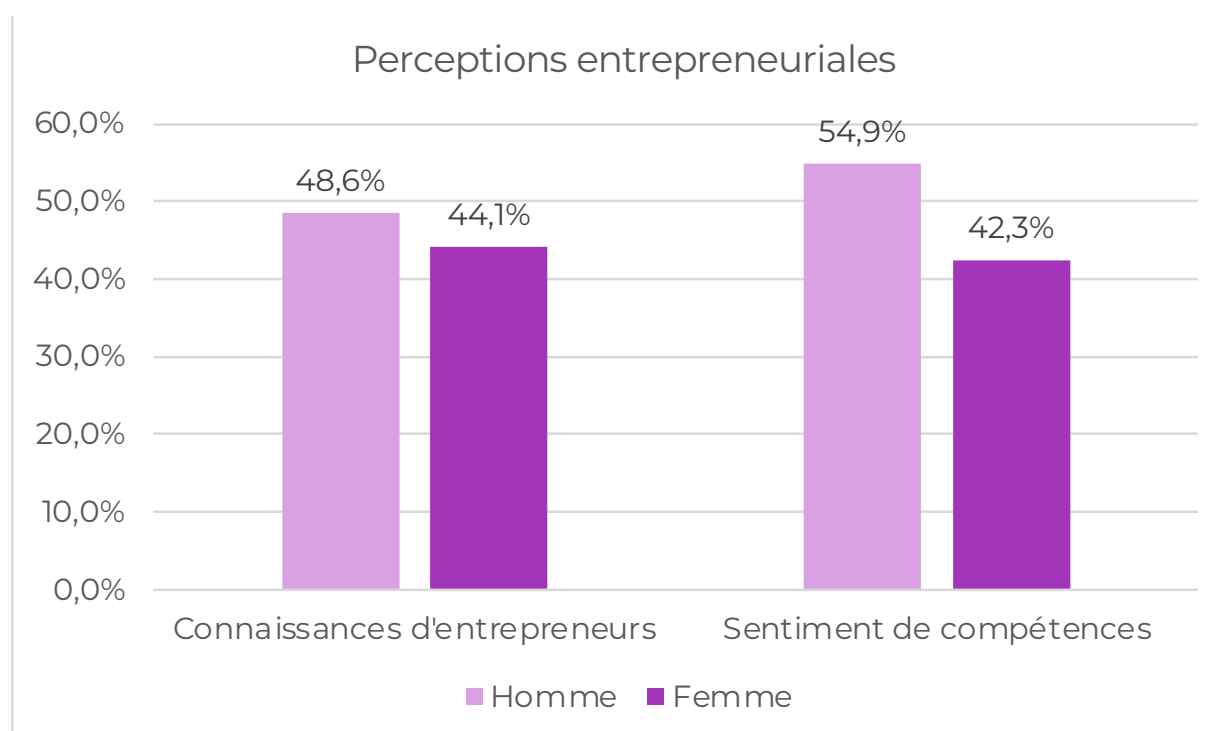


Figure 28. Perceptions entrepreneuriales

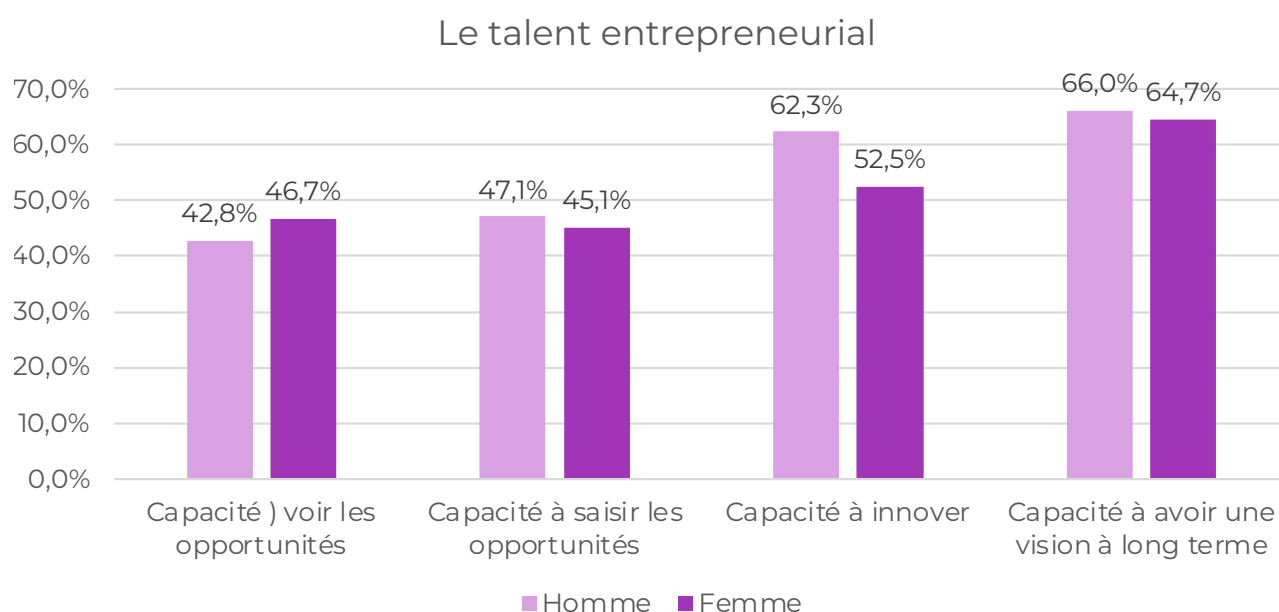


Figure 29. Le talent entrepreneurial

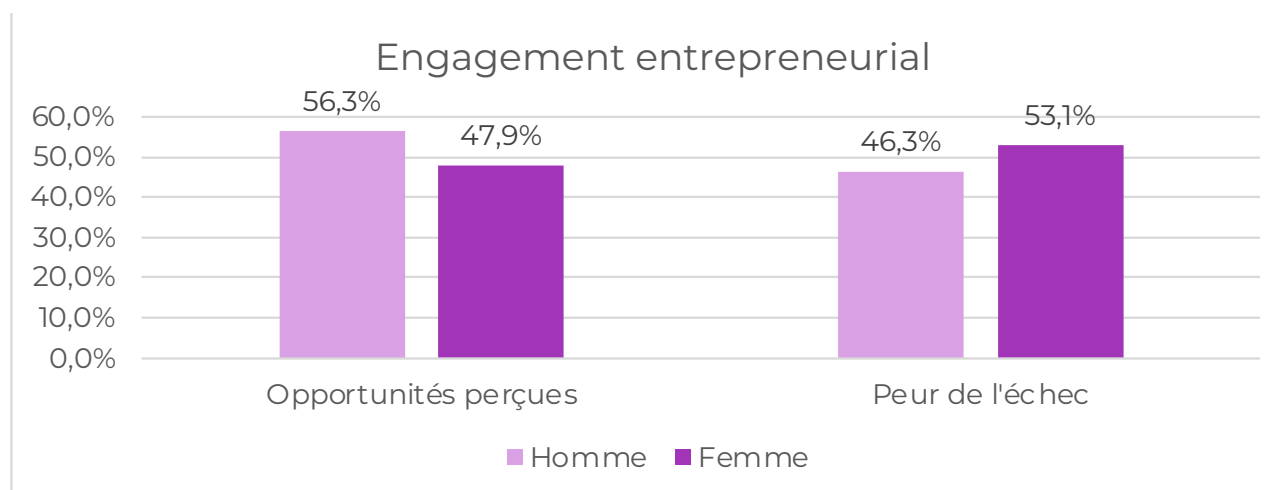


Figure 30. Engagement entrepreneurial

(46,7% vs 42,8%) alors que les hommes montreraient davantage de capacité pour innover (62,3% vs 52,5%) ou en tout cas, s'en estimeraient plus capables (Figure 29).

L'ensemble de ces résultats semblent indiquer qu'un travail de fond reste à mener pour accompagner les femmes dans leur démarche entrepreneuriale, notamment pour les amener à valoriser davantage leurs compétences et les

aider à oser se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

## L'activité entrepreneuriale au féminin

Même si les femmes occupent de nos jours une place centrale dans le paysage entrepreneurial, la figure 31 montre une majorité d'hommes parmi les entrepreneurs émergents au sein des

pays du G7. Ainsi, en France, parmi la population active, on retrouve 7,1% de femmes qui se lancent dans l'aventure entrepreneuriale contre 8,4% d'hommes. La proportion de femmes entrepreneurs est plus grande en comparaison avec l'Italie (3,5%) ou le Japon (4%). Néanmoins, la France est nettement en retard par rapport aux États-Unis (15,2%) et le Canada, pays où le TAE chez les femmes atteint 15,8%. C'est d'ailleurs dans ce dernier pays où l'écart de TAE est le plus important entre les hommes et les

femmes avec un différentiel de 8,6 points (Figure 31).

La figure 32 montre que la France a un taux (2,9%) parmi les plus faibles de femmes entrepreneurs établies. Ce taux atteint à titre d'exemple 7,6% aux États-Unis et 6,6% au Canada. Seul le Japon fait moins bien avec un taux 2,3%. Toutefois, c'est en France qu'on observe l'écart le moins important entre hommes et femmes entrepreneurs établis. En effet, cet écart est de

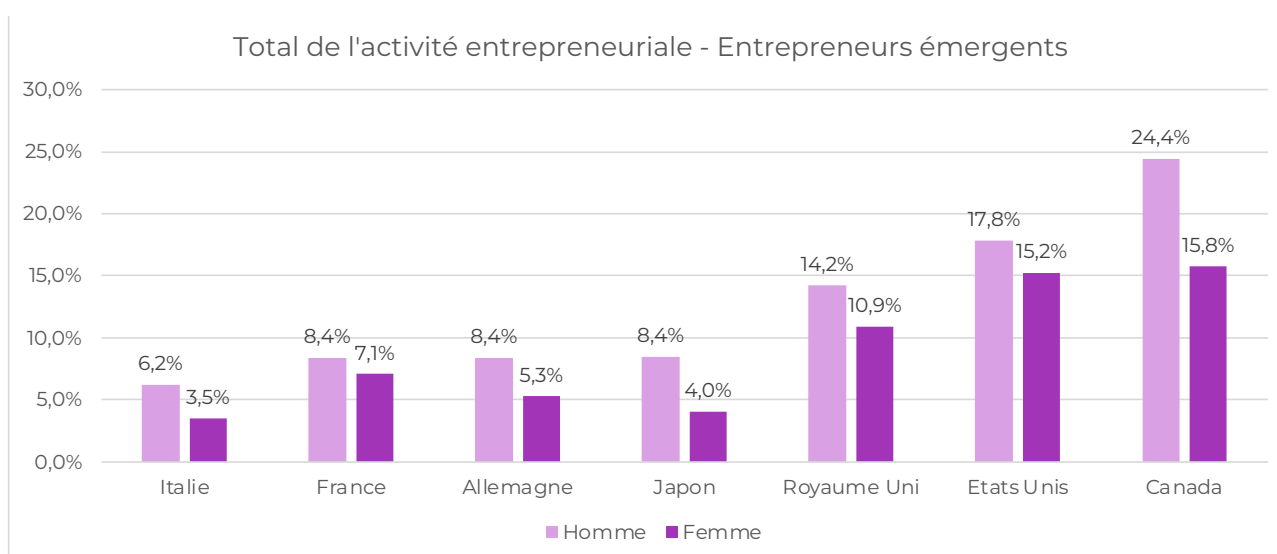


Figure 31. Total de l'activité entrepreneuriale selon le genre (Entrepreneurs émergents)

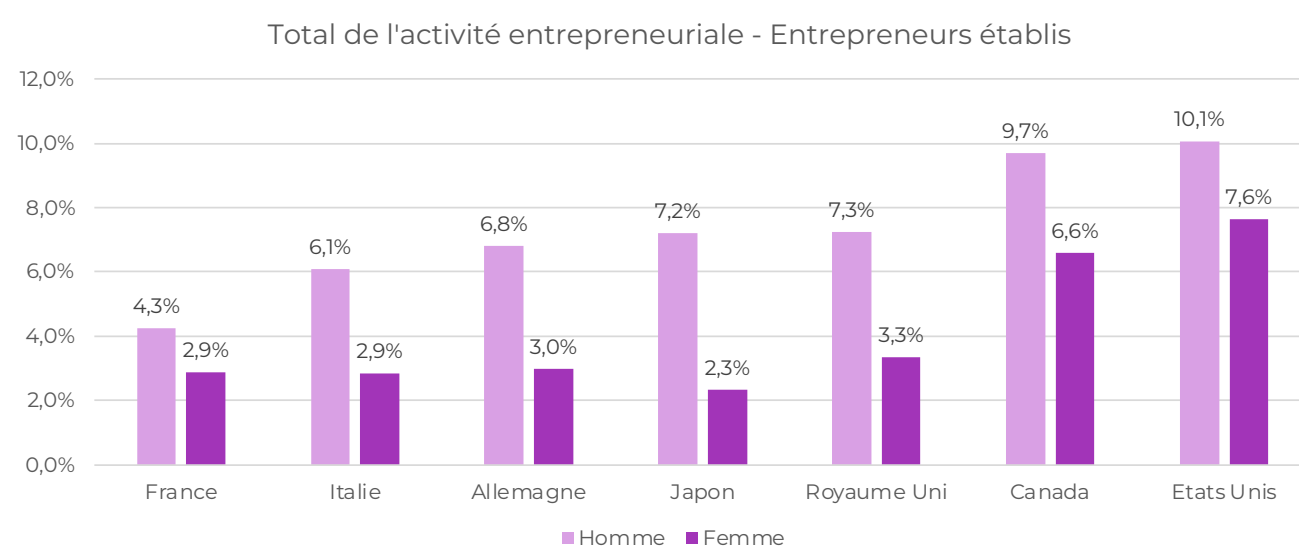


Figure 32. Total de l'activité entrepreneuriale selon le genre (Entrepreneurs établis)

1,4% contre 4,9% à titre d'exemple au Japon.

Ainsi, si l'entrepreneuriat féminin reste à développer en France pour atteindre le niveau des autres pays du G7, il faut souligner le faible écart entre entrepreneuriat féminin et masculin chez les entrepreneurs émergents, signe encourageant de réduction des biais de genre.

## Les conditions institutionnelles en faveur de l'entrepreneuriat féminin

L'activité entrepreneuriale des femmes restant à ce jour encore inférieure à celle des hommes, nous avons questionné nos experts nationaux sur les conditions institutionnelles en faveur de l'entrepreneuriat féminin pour déterminer où se situent les points d'amélioration. Pour chaque affirmation, les experts nationaux devaient indiquer leur degré d'accord sur une échelle de Likert en 10 points (1 = pas du tout d'accord / 5 = ni d'accord ni en désaccord / 10 = tout à fait d'accord).

### PERCEPTION DU SOUTIEN EXTRA PROFESSIONNEL

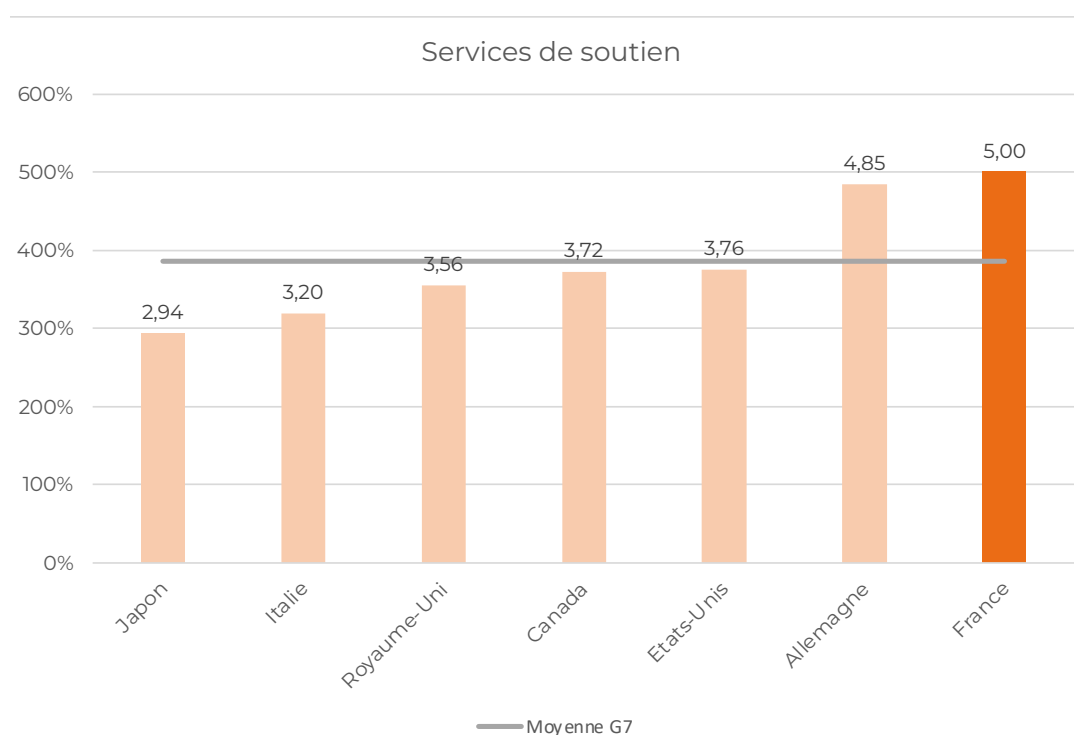


Figure 33. Services de soutien

**Légende :** Dans mon pays, il existe suffisamment de services de soutien abordables (garde d'enfants, services à domicile, programmes extrascolaires, soins aux personnes âgées, etc.) pour que les femmes puissent continuer à gérer leur entreprise même après avoir fondé une famille.

La figure semble montrer que c'est en France, en comparaison avec les autres pays du G7, que les femmes entrepreneurs semblent disposer des conditions les plus favorables (garde d'enfants, services à domicile, etc.) pour gérer plus sereinement leur entreprise. Les résultats sont toutefois à modérer, car la moyenne des réponses des experts atteint la note de 5/10 seulement.

## PERCEPTION DE LA RÉGLEMENTATION ENCOURAGEANT L'ENTREPRENEURIAT

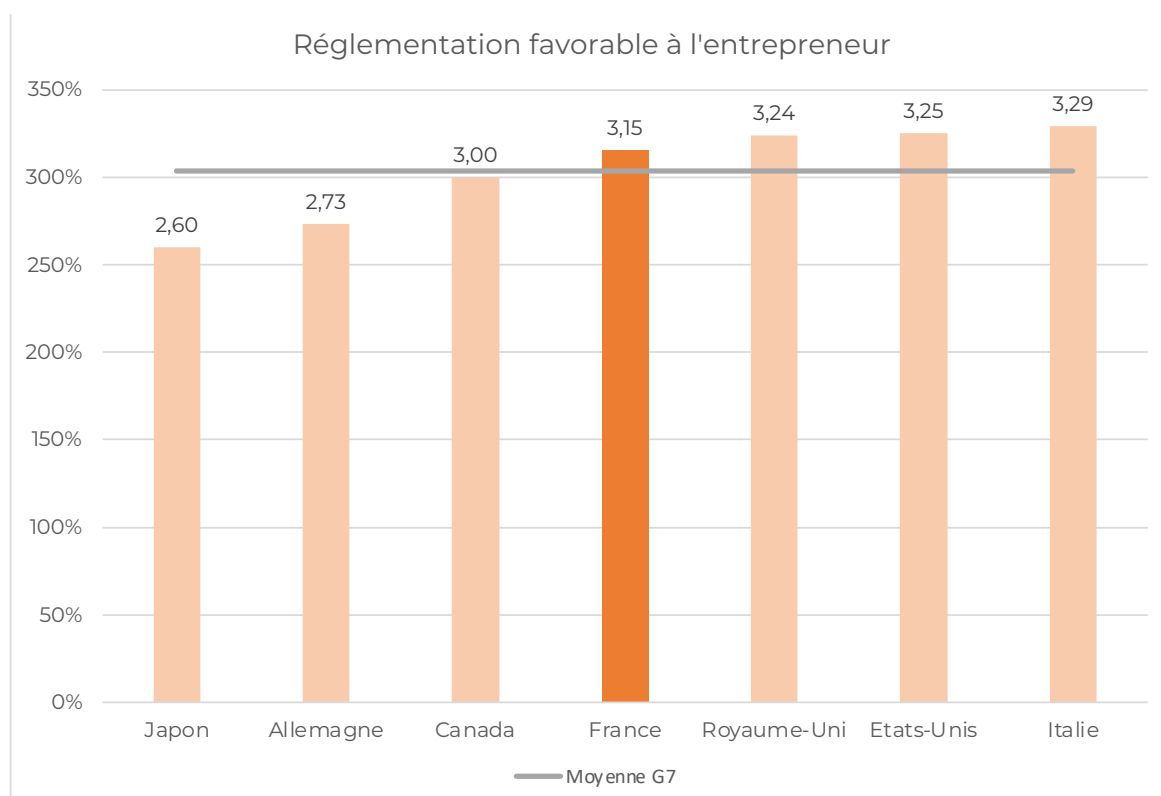


Figure 34. Réglementation favorable à l'entrepreneur

**Légende : Dans mon pays, les réglementations pour les entrepreneurs sont si favorables que les femmes préfèrent devenir entrepreneurs plutôt que salariées.**

Dans l'ensemble des pays du G7 il existe une perception plutôt défavorable vis-à-vis des facteurs réglementaires qui motiveraient les femmes à devenir entrepreneures en comparaison avec l'opportunité d'un travail en tant que salariée. La France ne fait pas exception. Le rapport Conseil économique, social et environnemental (CESE) dans son étude « Femmes et entrepreneuriat » publiée en 2020 (CESE, 2020) pointait déjà du doigt la nécessité de mieux accompagner et protéger les femmes entrepreneures.

## PERCEPTION DE L'EFFET DE LA CULTURE NATIONALE SUR L'ENTREPRENEURIAT

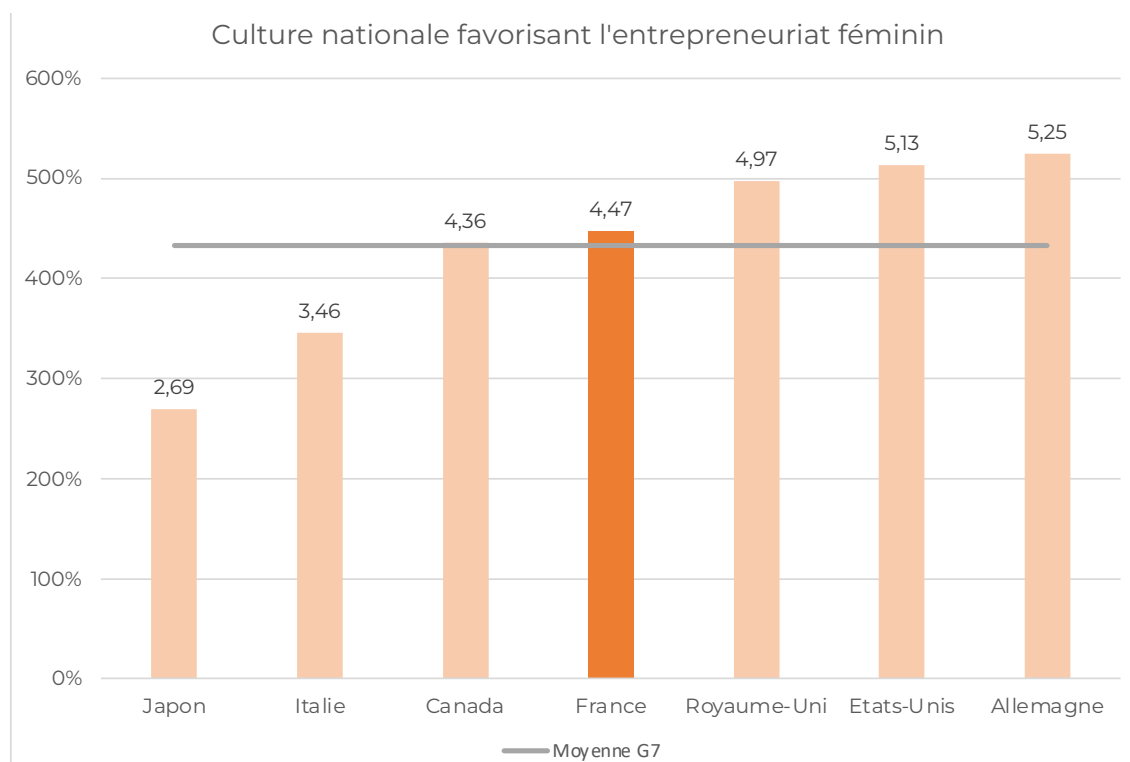


Figure 35. Culture nationale favorisant l'entrepreneuriat féminin

**Légende : Dans mon pays, la culture nationale encourage les femmes, au même titre que les hommes, à devenir indépendantes ou à créer une nouvelle entreprise.**

La culture nationale est un élément central pour favoriser l'entrepreneuriat. Au sein des pays du G7, c'est en Allemagne qu'on retrouve la meilleure perception d'une culture nationale favorable à l'entrepreneuriat féminin. Comme le montre la figure, la France se situe au milieu du classement, avec une perception légèrement défavorable, alors que c'est au Japon que la culture nationale semble moins favorable. En France, l'entrepreneuriat est encore stéréotypé comme « masculin » : les jeunes femmes et les femmes en reconversion ne se projettent pas aussi spontanément que les hommes vers la création d'entreprise ; un changement culturel reste encore à mettre en œuvre.



## PERCEPTION DE L'ACCÈS AU FINANCEMENT

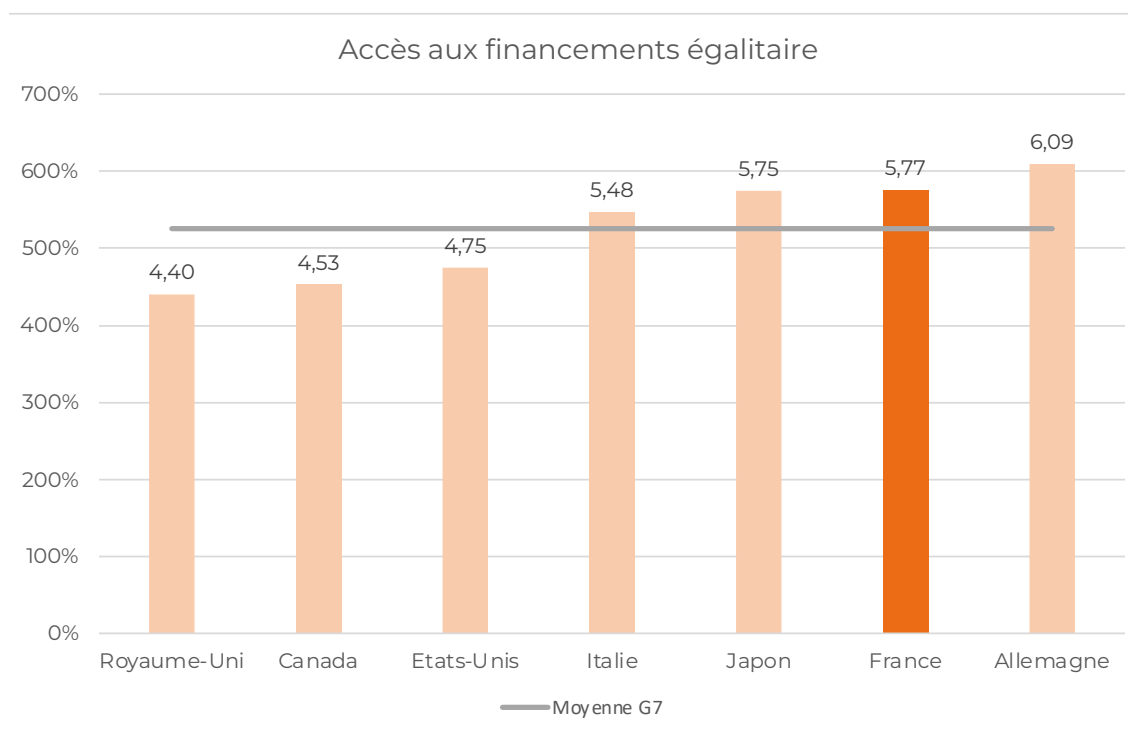


Figure 36. Accès aux financements égaux

**Légende : Dans mon pays, l'accès au financement est accordé de manière égale aux hommes et aux femmes entrepreneurs.**

L'accès à la ressource financière se répercute sur la capacité à s'engager dans un projet entrepreneurial, qui nécessite cette ressource. La figure 36 montre qu'en France, les experts sont assez partagés sur les disparités d'accès au financement pour les femmes et les hommes, avec un score moyen légèrement supérieur à la moyenne (5,77/10). Il est pourtant bien établi que les inégalités de revenus et de patrimoine constituent un biais en défaveur de l'entrepreneuriat féminin. De même, les fonds d'investissement semblent plus réticents à financer les startups ou les sociétés dirigées par des femmes (CESE, 2020). Néanmoins, il est possible que l'accès au financement bancaire soit devenu plus aisé du fait des obligations de mise en place d'un suivi statistique de la répartition des financements octroyés entre femmes et hommes entrepreneurs. Cela pourrait expliquer la perception de nos experts nationaux, légèrement positive malgré tout, et la deuxième la plus élevée au sein des pays du G7. C'est au Royaume-Uni où les femmes sont les plus insatisfaites vis-à-vis de cette équité de traitement entre les deux genres.

## PERCEPTION DE L'ARTICULATION ENTRE VIE PRIVÉE ET VIE PROFESSIONNELLE

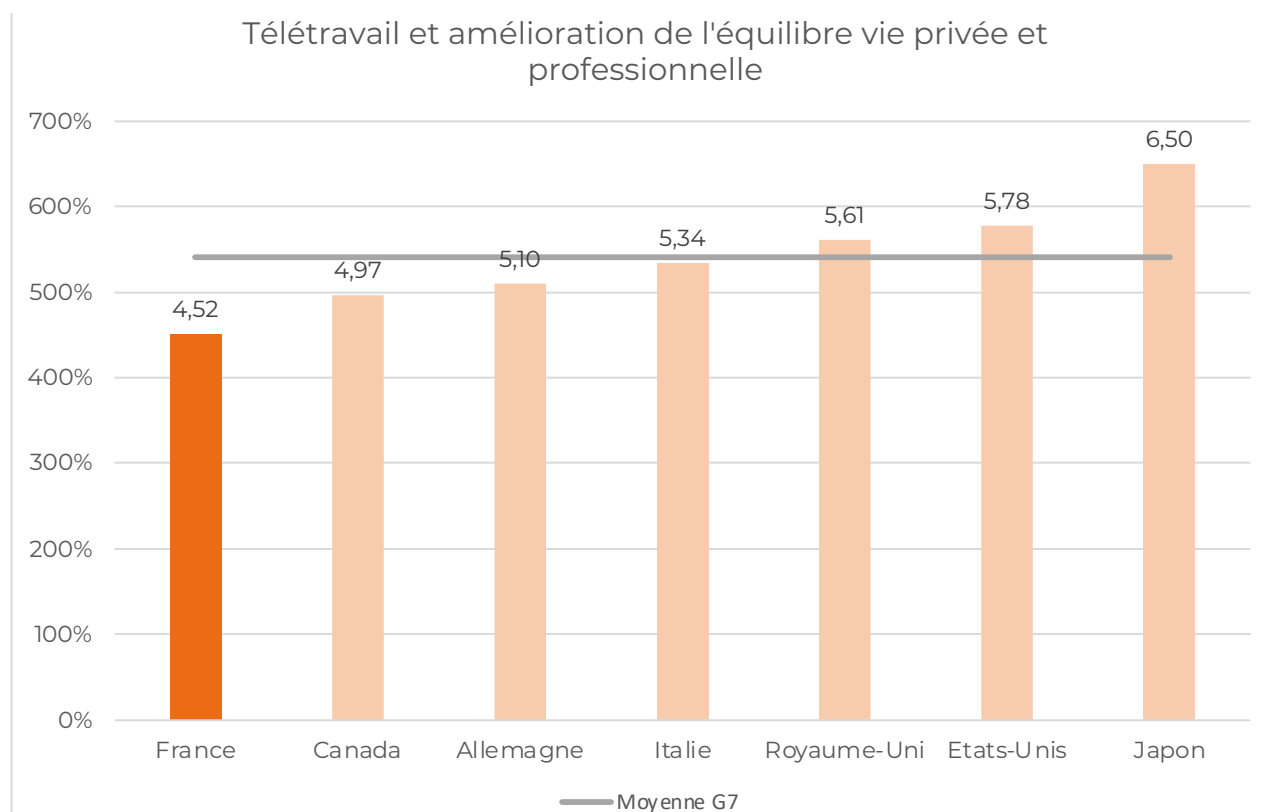


Figure 37. Télétravail et amélioration de l'équilibre vie privée et professionnelle

**Légende : Dans mon pays, suite à la pandémie, l'augmentation du télétravail a amélioré l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée pour les femmes.**

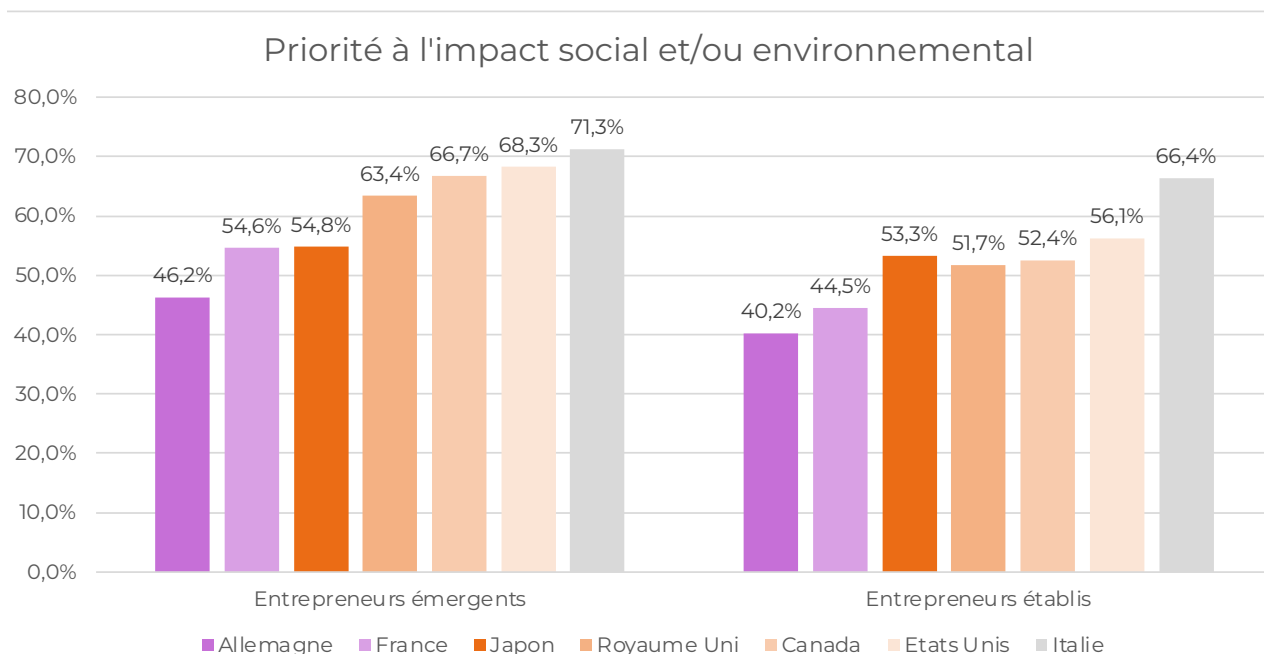
L'articulation entre vie privée et vie professionnelle reste un sujet de préoccupation majeur pour les femmes, qu'elles soient en emploi ou entrepreneures. On aurait pu imaginer que le télétravail, favorisé par la pandémie de Covid-19, soit un élément positif pour les femmes, leur permettant de mieux gérer leurs différentes responsabilités. Néanmoins, force est de constater que cela ne semble pas être le cas en comparaison avec les autres pays du G7. L'essentiel des tâches domestiques et parentales repose encore sur les femmes, entravant la disponibilité de celles-ci pour se consacrer à une démarche entrepreneuriale, même lorsque le télétravail est possible.



# L'entrepreneuriat durable



La responsabilité sociale des entreprises (RSE) correspond à la prise en compte, dans les entreprises ou dans les projets entrepreneuriaux, des enjeux du développement durable. C'est-à-dire, comme le définit la Commission Européenne (2011), de « considérer les effets de ses décisions et activités sur la société et l'environnement ».



**Figure 37.** Priorité à l'impact social et/ou environnemental

## Un changement de paradigme ?

Être un entrepreneur socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations légales et réglementaires applicables, mais aussi au-delà d'intégrer volontairement les préoccupations sociales et écologiques dans toutes les activités de l'entreprise et les relations avec ses parties prenantes. Plus de la moitié (51,4%) des entrepreneurs échantillonnés par l'enquête GEM France (entrepreneurs établis et entrepreneurs émergents) répondent donner la priorité à l'impact social et/ou environnemental de leur entreprise avant la rentabilité ou la croissance.

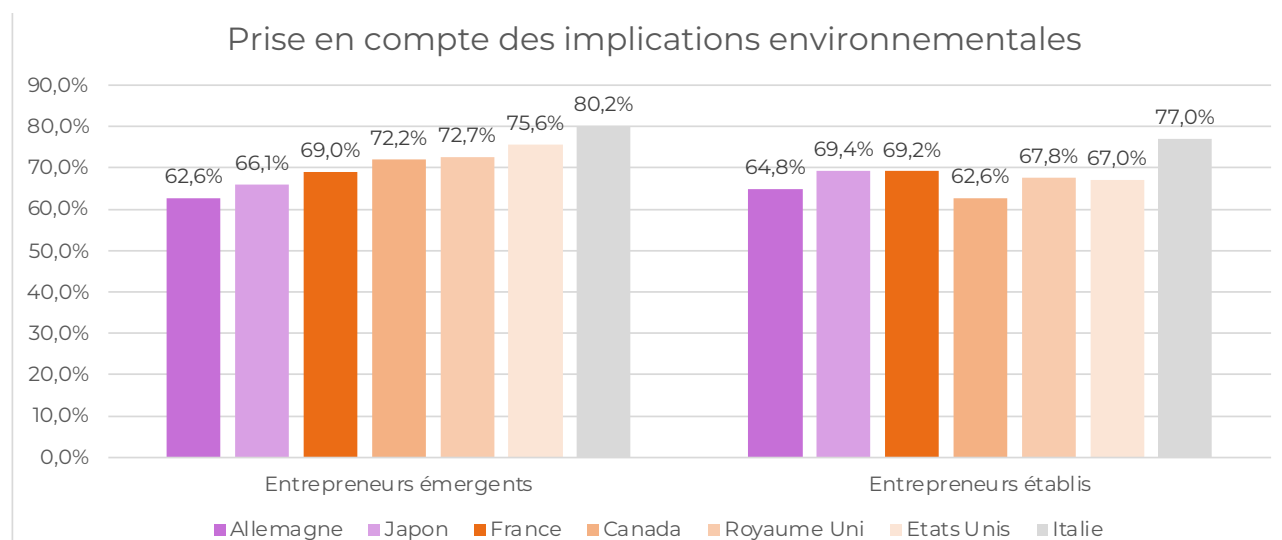
Indiquer que l'on fait passer les enjeux environnementaux et sociaux avant l'économique traduit sans doute le souhait des répondants de s'inscrire dans une logique de performance globale. On constate en effet une prise de conscience forte chez les entrepreneurs qui conduit à relativiser le critère financier dans la conception de la performance de l'entreprise. En outre, de plus en plus de projets entrepreneuriaux

tendent de répondre à des enjeux sociaux et environnementaux qui sont vus comme des opportunités entrepreneuriales.

Cette adhésion est plus marquée chez les entrepreneurs émergents (54,6%) que chez les entrepreneurs établis (44,5% ; Figure 37) qui ont répondu. Cette différence, que l'on retrouve dans les autres échantillons nationaux, est sans doute le signe de la prise de conscience, une fois passée la phase de démarrage, des difficultés pratiques de la mise en œuvre de stratégies alignées sur les principes du développement durable (attentes contradictoires des parties prenantes, arbitrages entre résultats de court terme et de long terme, etc.).

## Prise en compte de l'impact environnemental

En grande majorité (69,0% des émergents et 69,2% des établis), les entrepreneurs échantillonnés par l'enquête GEM France déclarent toujours tenir compte des implications environnementales des décisions qu'ils prennent



**Figure 38.** Prise en compte des implications environnementales

pour leur entreprise. Ils se situent dans la moyenne des pays du G7 (Figure 38).

Quand ils sont ensuite interrogés sur les actions concrètes mises en place au cours de l'année écoulée, les taux de réalisation des répondants sont nettement plus faibles (Figure 39) : 49,4% des entrepreneurs établis et seuls 24,3% des entrepreneurs émergents indiquent avoir pris des mesures en faveur de l'environnement. Ils se placent ainsi en queue de peloton, notamment les entrepreneurs émergents qui sont bons derniers.

Le biais de désirabilité associé à la déclaration de principe joue vraisemblablement moins fortement sur la question des actions réellement mises en œuvre. La confrontation au réel explique aussi la différence de pourcentages. Les entrepreneurs, même motivés, sont confrontés à la complexité de mise en œuvre, à l'inexistence fréquente de solutions techniques aisément disponibles et à la rareté des ressources qu'ils peuvent engager.

Les entrepreneurs émergents, notamment les naissants, ont un taux d'engagement d'actions environnementales (24,3%) deux fois plus faible

que celui des entrepreneurs établis (49,4%). En effet, dès lors que le produit ou service n'a pas pour objectif de répondre à un enjeu environnemental, les émergents ne sont pas souvent confrontés rapidement et fortement à l'impact environnemental de leur activité. Les préoccupations économiques dominent dans cette phase de grande fragilité du projet entrepreneurial. Les préoccupations et donc les actions environnementales viennent dans un second temps. Elles ne sont pas toujours intégrées dès le départ du projet et peuvent surgir en fonction de la pression des parties prenantes.

## Prise en compte de l'impact social

Le concept d'impact social a connu un essor croissant durant cette dernière décennie. Cela est lié à l'émergence de l'entrepreneuriat social qui désigne selon l'OCDE « toute activité privée d'intérêt général organisée à partir d'une démarche entrepreneuriale et n'ayant pas comme raison principale la maximisation des profits, mais la satisfaction de certains objectifs économiques et sociaux ». Il s'agit de mettre l'esprit d'entreprendre au service de besoins sociaux et/ou environnementaux et de

placer la prise d'initiative, la créativité et l'innovation sociale comme des facteurs majeurs du changement social. La France n'échappe pas à ce phénomène où le secteur de l'économie sociale et solidaire, à titre d'exemple, concentre environ 14 % des emplois privés (plus de 2.35 millions salariés) et environ 200 000 entreprises et structures créées.

À l'instar des autres entrepreneurs émergents au sein des pays du G7, 71,5 % des entrepreneurs émergents français déclarent tenir compte, lors de prise de décisions stratégiques, des implications sociales telles que l'accès à l'éducation, la santé, la sécurité, le travail inclusif, le logement, le transport, la qualité de vie au travail, etc. La figure 40 ci-dessous montre également un retard des entrepreneurs français à ce sujet en comparaison des autres pays du G7. Ainsi, en Italie, se sont plus de 86% des entrepreneurs émergents qui placent ces enjeux sociaux au cœur de leur stratégie. En France, chez les entrepreneurs établis, ce taux chute à seulement 58,6%. Cela montre l'effort encore à fournir par

les dirigeants afin de systématiquement tenir compte de l'impact social lors du processus de décision stratégique.

La mise en place d'actions pour maximiser l'impact social peut inclure, à titre d'exemple, la création de postes pour de jeunes demandeurs d'emploi et d'autres groupes ayant un accès limité au marché du travail, l'inclusion d'entreprises sociales dans la chaîne d'approvisionnement, la priorité donnée aux entreprises et/ou aux fournisseurs qui prennent des mesures respectant les droits de l'homme et l'environnement lors de l'achat d'un produit ou d'un service ou bien la lutte contre toute forme de travail des enfants (ou de travail forcé).

Comme pour l'environnemental, on observe un fort décalage entre la déclaration de principe et la mise en œuvre. Ainsi, 71,5% des entrepreneurs français émergents déclarent toujours tenir compte des implications sociales des décisions qu'ils prennent pour leur entreprise, mais seuls 14,2% rapportent avoir pris des me-

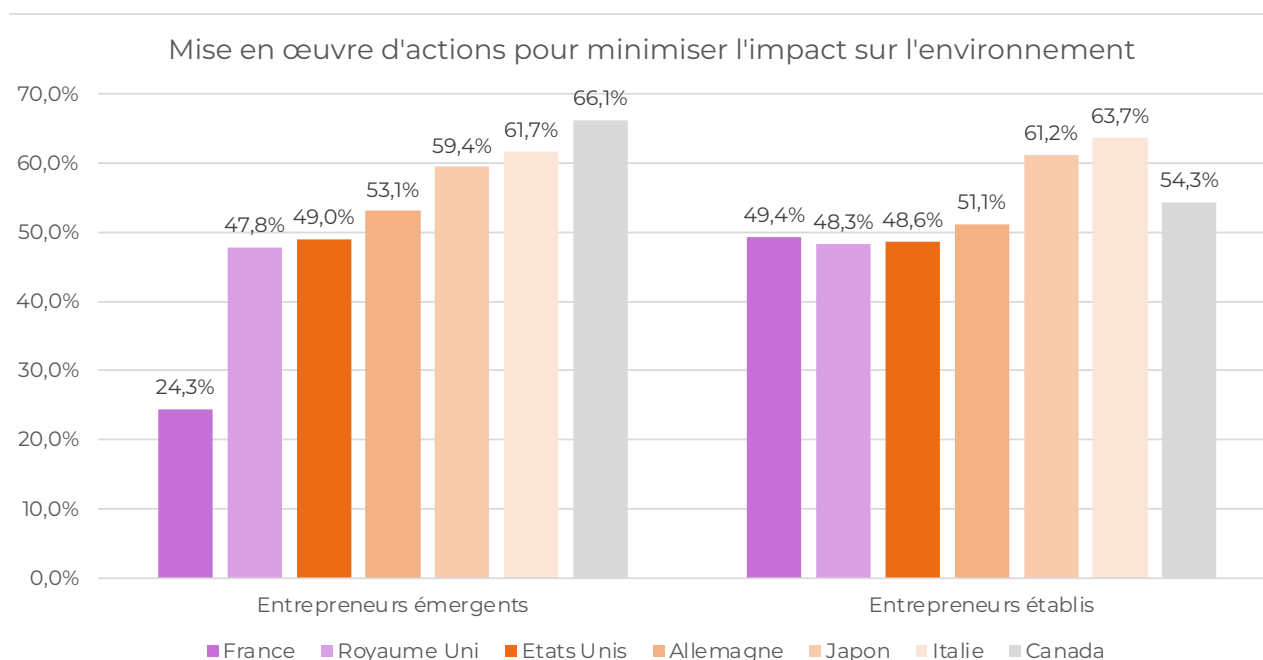


Figure 39. Mise en oeuvre d'actions pour minimiser l'impact sur l'environnement

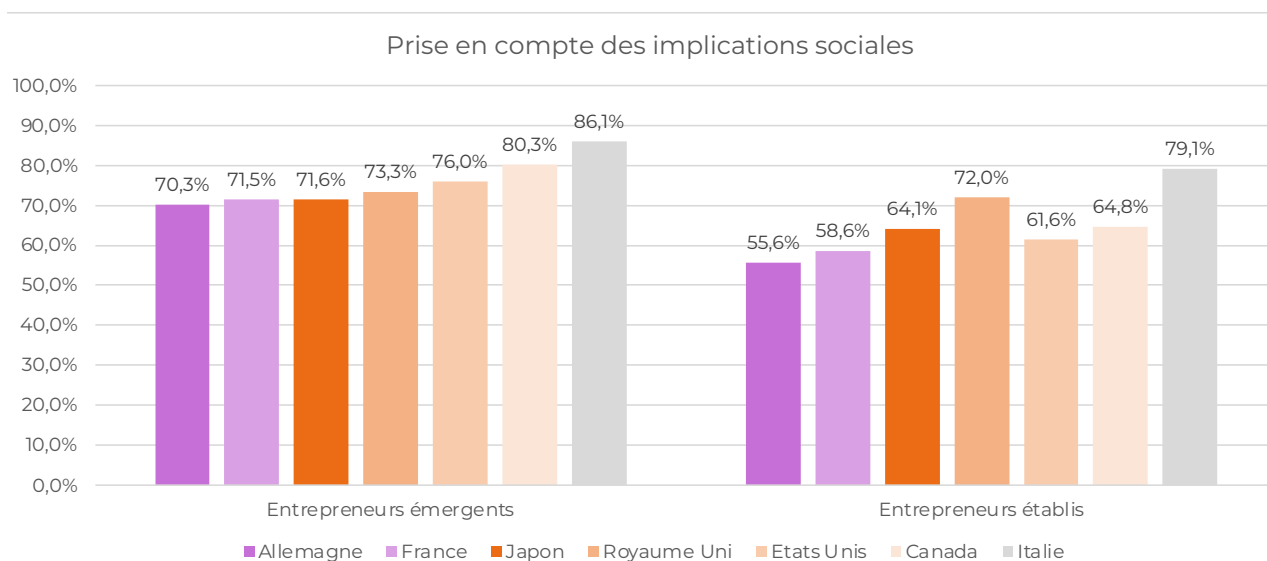


Figure 40. Prise en compte des implications sociales

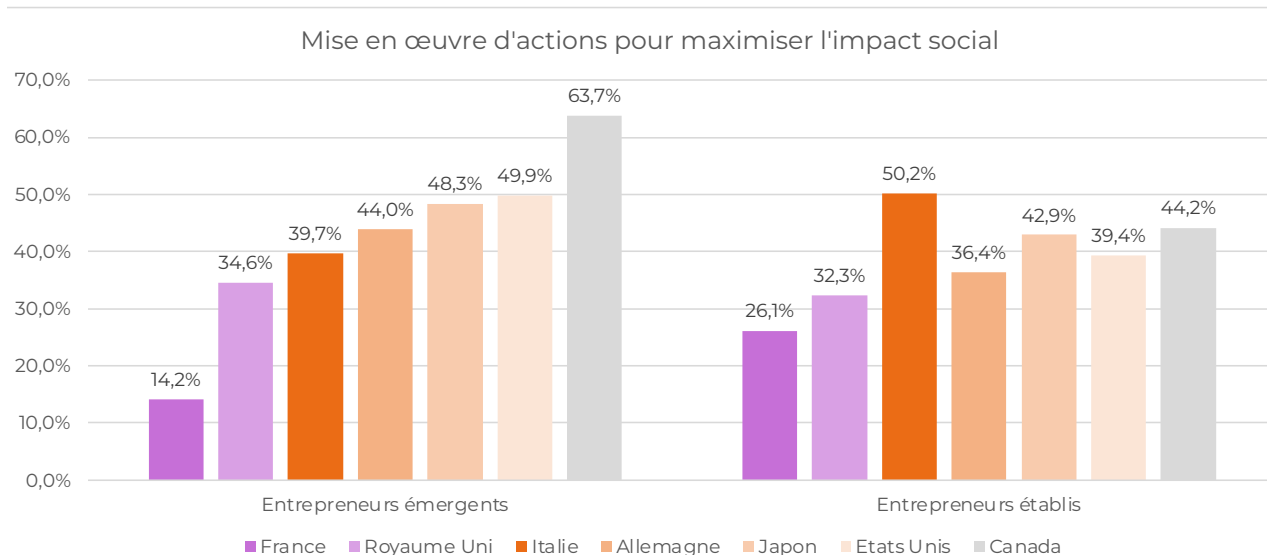


Figure 41. Mise en œuvre d'actions pour maximiser l'impact social

sures récemment. Ces chiffres sont respectivement de 58,6% et 26,1% pour les entrepreneurs établis (Figure 41).

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

au fur et à mesure que l'organisation grossit.

Les entrepreneurs français se placent à l'avant-dernier rang des pays du G7 en ce qui concerne la prise en compte des implications sociales et au dernier rang en ce qui concerne la mise en place d'actions. Ce résultat doit être interprété avec précaution. Comme souligné précédemment, la législation et les obligations réglementaires en matière sociale sont déjà perçues comme très contraignantes par les



entrepreneurs qui ne voient pas dès lors la nécessité d'en rajouter, notamment dans les petites entreprises encore jeunes, au nom de leur responsabilité sociale.

Le taux d'engagement des entrepreneurs français dans l'action sociale est près de deux fois plus faible que dans l'action environnementale (14,2% vs 26,1% ; 24,3% vs 49,4%, respectivement pour les émergents et les établis, voir paragraphe précédent). Dans la conception dominante, en France, de ce qu'est le développement durable, il s'agit d'assumer ses responsabilités en matière environnementale bien plus que sociale : le développement dura-

ble est très largement assimilé aux défis environnementaux du réchauffement climatique, de la biodiversité, etc. La responsabilité des entrepreneurs se focalise donc plutôt sur l'environnemental, et ce d'autant plus qu'un grand nombre d'enjeux sociaux relevant du développement durable sont déjà pris en compte dans les obligations légales qui s'imposent aux entreprises en France.

Cette tendance à une plus faible réalisation du social que de l'environnemental se retrouve aussi sur les autres échantillons nationaux.

# Crise sanitaire et santé entrepreneuriale



Les effets de la crise sanitaire se sont fait sentir fortement sur l'année 2021, avec notamment une longue période de confinement. Les pouvoirs publics ont accompagné les entreprises pour leur permettre d'amortir les conséquences négatives, notamment en compensant les pertes de chiffre d'affaires. Cette période a également contribué à accélérer la transformation digitale et à faire émerger de nouvelles opportunités d'affaires. Dans ce contexte exceptionnel, la santé des entrepreneurs a pu être mise à rude épreuve. Au-delà des conséquences de la crise de la Covid-19 sur l'activité entrepreneuriale, il convient donc de porter une attention particulière à la santé entrepreneuriale.

## L'activité entrepreneuriale en contexte covid

La pandémie a entraîné des conséquences directes sur l'activité des entreprises, pour autant, des facteurs positifs ont pu compenser les effets négatifs. D'une part, cette période a été marquée par une intervention sans précédent des pouvoirs publics (État et Région). D'autre part, comme toute crise, il s'agit d'un contexte favorable à l'innovation et à l'identification de nouvelles opportunités. Finalement, on peut se demander si ce contexte est perçu par les entrepreneurs émergents comme plus difficile en termes de création d'entreprises et s'il a contribué à modifier les comportements des entrepreneurs notamment en termes d'utilisation des technologies numériques et leurs attentes en termes de croissance de l'activité.

### RÉPONSE DES POUVOIRS PUBLICS

Durant la crise sanitaire, les pouvoirs publics ont engagé des moyens importants pour soutenir l'économie et plus particulièrement l'ac-

tivité entrepreneuriale. Ces mesures ont été destinées en priorité aux entreprises établies à travers notamment le PGE (prêt garanti de l'État). Selon le Comité de suivi et d'évaluation des mesures de soutien financier aux entreprises confrontées à l'épidémie de Covid-19, près de 230 milliards d'euros ont été mobilisés depuis le début de la crise sanitaire jusqu'à juin 2021, dont 160 milliards de prêts. Il est intéressant de noter que les entrepreneurs établis perçoivent plus favorablement l'action gouvernementale que les entrepreneurs émergents (53,9% vs 42,7%). Au niveau international, la France se situe à un niveau élevé juste derrière le Canada et le Royaume-Uni. Toutefois, le Canada se distingue, 2/3 des entrepreneurs émergents estiment que la réponse du gouvernement est efficace suite à la Covid-19 (Figure 42).

L'activité entrepreneuriale peut être vue comme un processus d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités. Dans un contexte de crise, les attitudes, les attentes et les comportements peuvent évoluer et ainsi faire

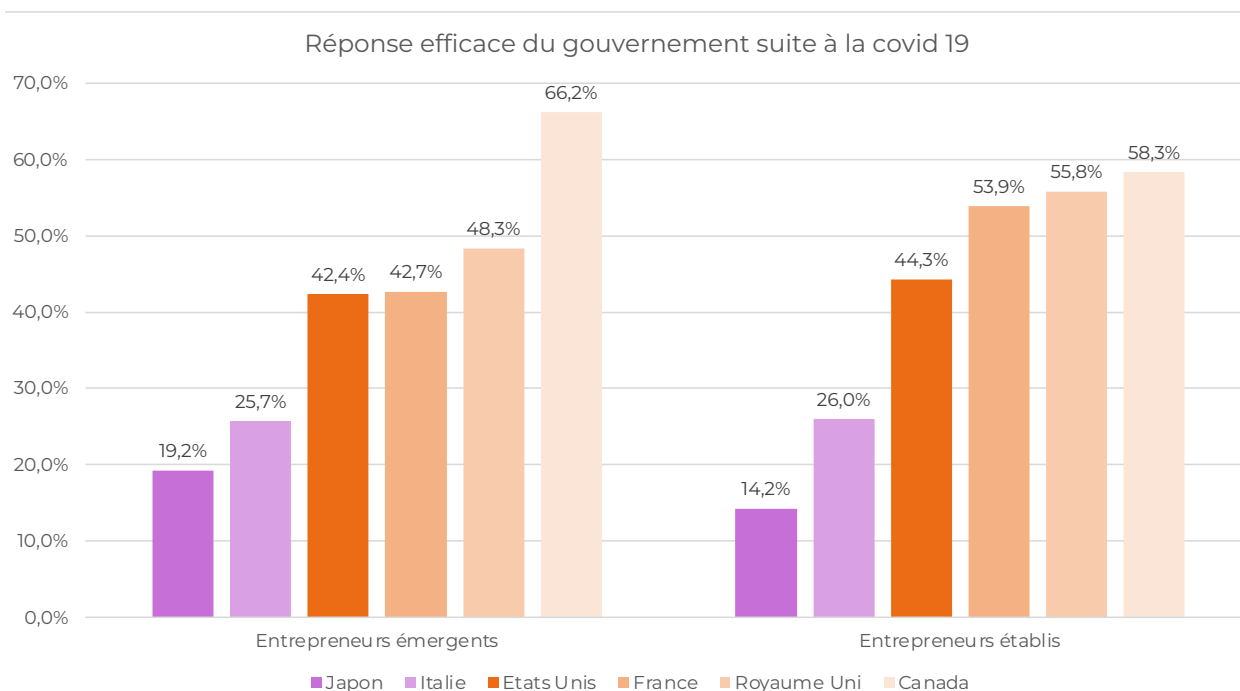


Figure 42. Réponse efficace du gouvernement suite à la covid 19

émerger de nouvelles opportunités. Les entreprises et en particulier les nouvelles peuvent y répondre en développant une nouvelle proposition de valeur. Nos résultats montrent que les entrepreneurs émergents se différencient des entrepreneurs établis. Ils considèrent davantage que la pandémie a fourni de nouvelles opportunités qu'ils souhaiteraient exploiter (39,9% vs 30,9% ; Figure 43). Cet écart entre entrepreneurs émergents et établis s'observe également au niveau international. La France apparaît en retrait par rapport à d'autres pays du G7 comme le Canada (67,1 vs 41,9%) et le Royaume Uni (57,4 vs 38,0%) où une majorité d'entrepreneurs émergents perçoivent de nouvelles opportunités à exploiter.

## INFLUENCE DU COVID SUR L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE

Le contexte est ambivalent avec d'un côté des contraintes majeures liées à la crise sanitaire et de l'autre des facilités accordées par les

pouvoirs publics et de nouvelles opportunités. Dans ce contexte, la création d'entreprise est-elle perçue comme plus difficile par les entrepreneurs émergents ? Près de 2/3 des entrepreneurs émergents (64,8%) affirment que la création d'entreprise n'est pas rendue plus difficile (Figure 44). Cette perception peut être mise en relation avec le nombre de créations d'entreprises qui a battu un nouveau record en 2021 avec 995 900 créations, soit 17 % de plus qu'en 2020, d'après l'INSEE (2022). Cette perception très favorable en France est la plus forte pour les pays du G7, avec des similitudes pour les Etats-Unis (64,6%) et le Royaume-Uni (64,3%).

## DIGITALISATION

La crise sanitaire a favorisé l'usage des technologies numériques dans de nombreux domaines. Il peut ainsi être intéressant de se focaliser sur l'utilisation de ces technologies dans la commercialisation des produits ou des services. En France, il ne semble pas qu'en 2021 la pandémie

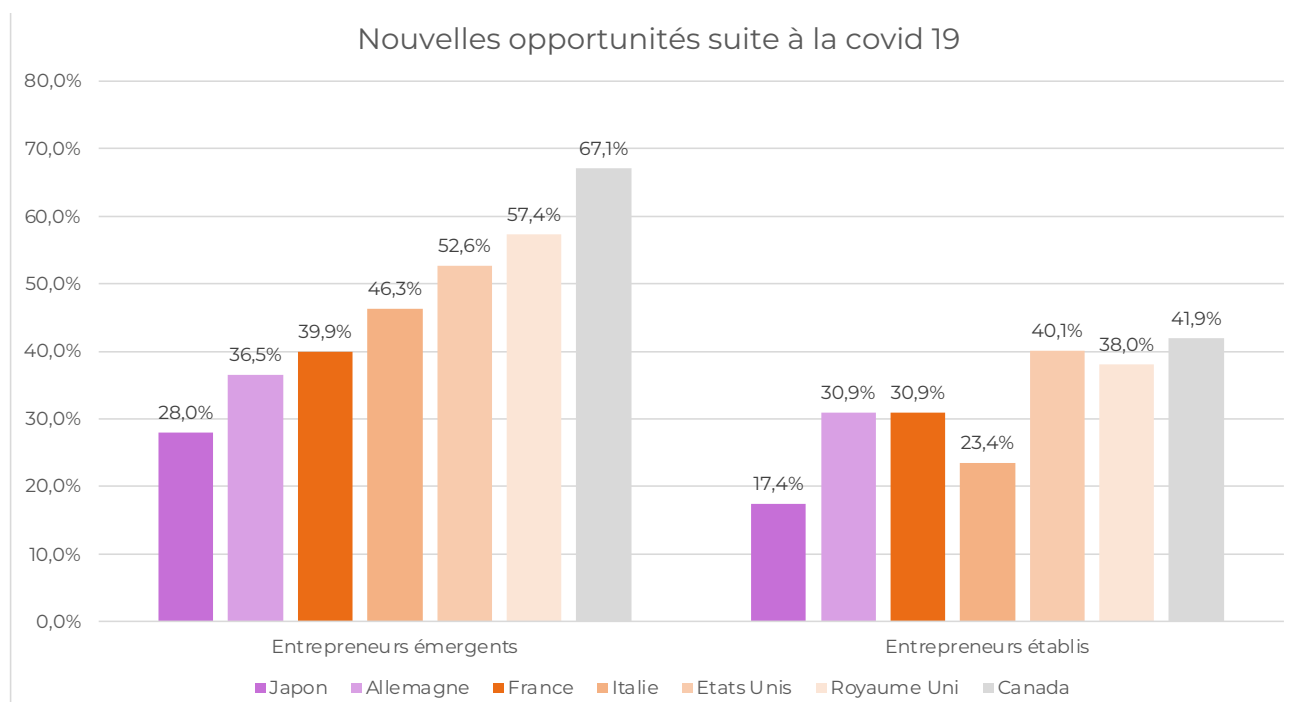


Figure 43. Nouvelles opportunités suite à la covid 19

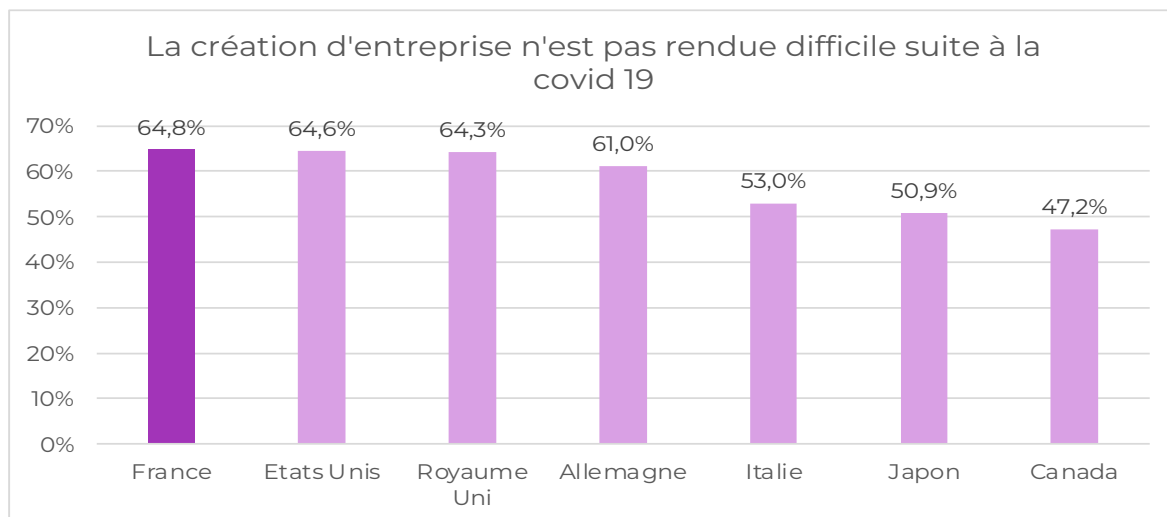


Figure 44. La création d'entreprise n'est pas rendue difficile suite à la covid 19

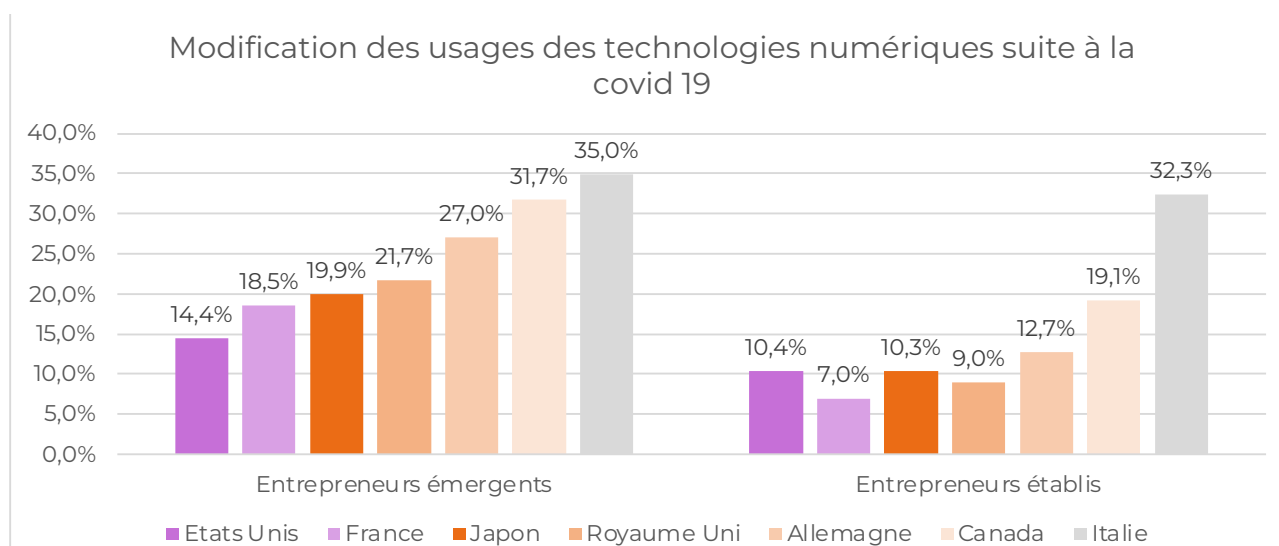


Figure 45. Modification des usages des technologies numériques suite à la covid 19

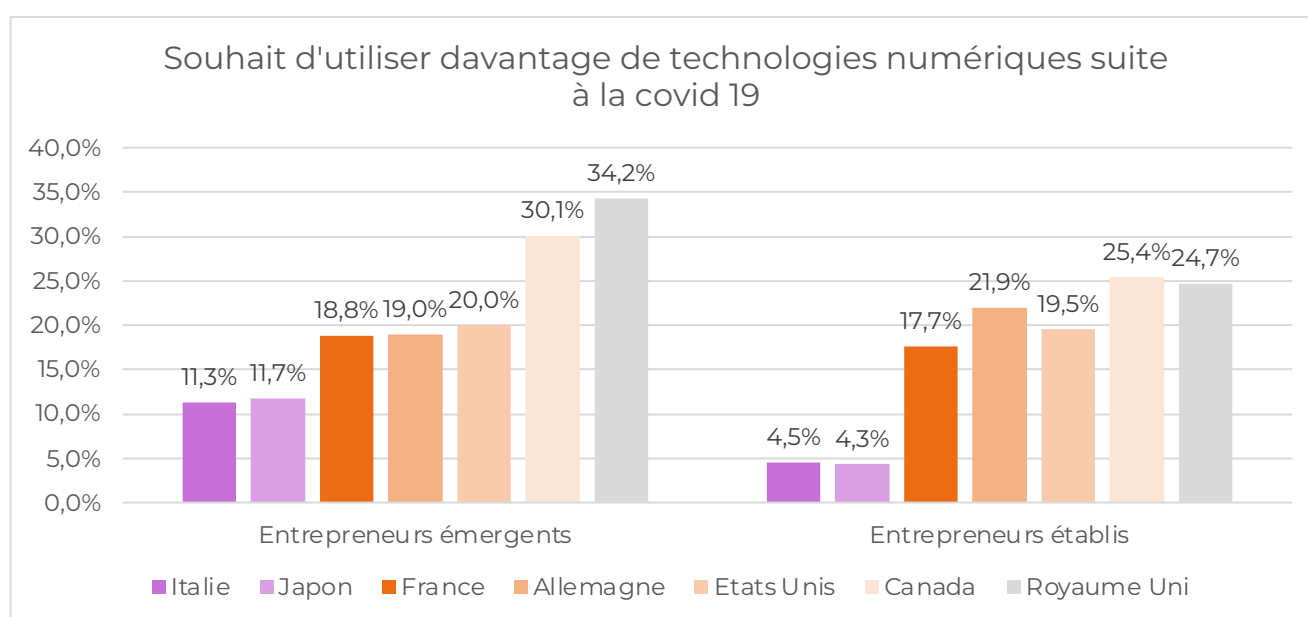


Figure 46. Souhait d'utiliser davantage de technologies numériques suite à la covid 19

ait contribué à modifier significativement l'utilisation des technologies numériques pour vendre les produits ou les services : moins de 20% des entrepreneurs émergents et seulement 7% des entrepreneurs établis déclarent que la crise a modifié leurs usages. Par ailleurs, les entrepreneurs émergents et établis sont un peu moins de 20% à estimer que leur entreprise utilisera davantage de technologies numériques pour vendre leur produit ou service au cours des six prochains mois. Pour les pays du G7, les proportions sont différentes, mais la majorité des entrepreneurs ne perçoit pas de changements majeurs (Figure 45).

## CROISSANCE

Pour finir sur les effets de la crise sanitaire, il convient de s'interroger sur la croissance de l'activité. Ces contraintes ont-elles pesé sur les attentes en matière de croissance ? Les résultats semblent positifs. En effet, seuls 26,2% des entrepreneurs émergents et 32,3% des entrepreneurs établis considèrent que leurs attentes en matière de croissance de l'activité sont

beaucoup plus faibles par rapport il y a un an (Figure 47). Ces attentes peuvent être mises en perspective avec la croissance du PIB qui a atteint en France 7%, après une récession record en 2020 (-8%). Ces résultats se situent dans la moyenne des pays du G7. Pour tous ces pays, les entrepreneurs ont exprimé en majorité de l'optimisme en termes de croissance pour 2021.

## La santé

L'équipe GEM France a souhaité accorder une attention accrue à un sujet trop souvent encore occulté dans le champ de l'entrepreneuriat : la santé de l'entrepreneur. Si le LABEX Entreprendre a pris la mesure de ce sujet crucial (sans santé, pas d'entrepreneuriat durable) en créant en son sein une chaire sur la santé des entrepreneurs, il n'en demeure pas moins que cet aspect mérite de plus amples investigations. C'est donc tout naturellement que GEM France a ajouté une question sur la santé en utilisant le « self rated health », l'échelle de mesure de santé perçue la plus couramment utilisée en santé publique.

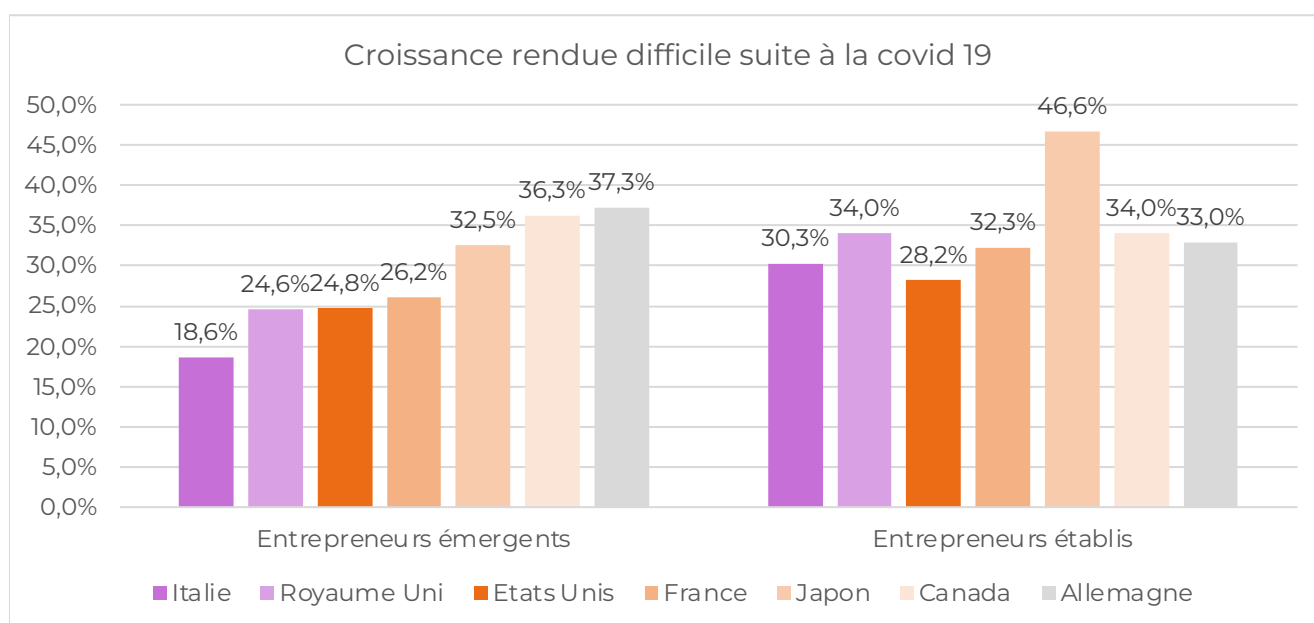


Figure 47. Croissance rendue difficile suite à la Covid-19

Grâce à cet ajout, nous entrevoyons une différence, non pas de nature, mais toutefois de degré entre les entrepreneurs émergents et les entrepreneurs établis. Pas de différence de nature, car les statistiques sont quasiment similaires, que l'on soit entrepreneur émergents ou établis, les entrepreneurs en mauvaise santé perçue sont de l'ordre de 13,3% (émergents) à 14% (établis ; Figure 48). Ce résultat conforte l'idée que dans leur grande majorité les entrepreneurs sont en bonne santé.

Il demeure toutefois une différence de degré. Si les entrepreneurs établis sont 37,2% avec une très bonne ou excellente santé, cette statistique s'élève à 48,7% pour les entrepreneurs émergents. Il s'agit là selon nous d'un phénomène bien connu, celui de l'euphorie du créateur au moment de la genèse de son projet. Cette exaltation de la création nous amène à évoquer les conséquences de la crise sanitaire sur la santé des entrepreneurs français.

Plus de deux ans après l'annonce du premier confinement le 17 mars 2020 lié à la propagation du virus Covid-19, quels sont les enseignements de cette crise que nous pouvons mettre à profit concernant l'entrepreneuriat ?

La crise de la Covid n'a pas affecté seulement la santé des entreprises, mais aussi, et surtout serions-nous tentés de dire, la santé des entrepreneurs. Lors de deux enquêtes nationales, réalisées en avril 2020 et en mars 2021<sup>1</sup>, l'Observatoire Amarok a mis en évidence une augmentation sans précédent du risque de burn-out (Torrès et al., 2022). À cette augmentation du niveau d'épuisement, un autre phénomène

plus singulier a vu le jour, que l'on a appelé le syndrome d'empêchement. Les chefs d'entreprises, population généralement hyperactive, se sont vus contrariés dans l'exploitation de leur entreprise. Par exemple, certains commerçants et artisans ont pour la première fois dans leur vie fermé leur boutique pendant plusieurs semaines, au motif que leur activité était jugée non essentielle.

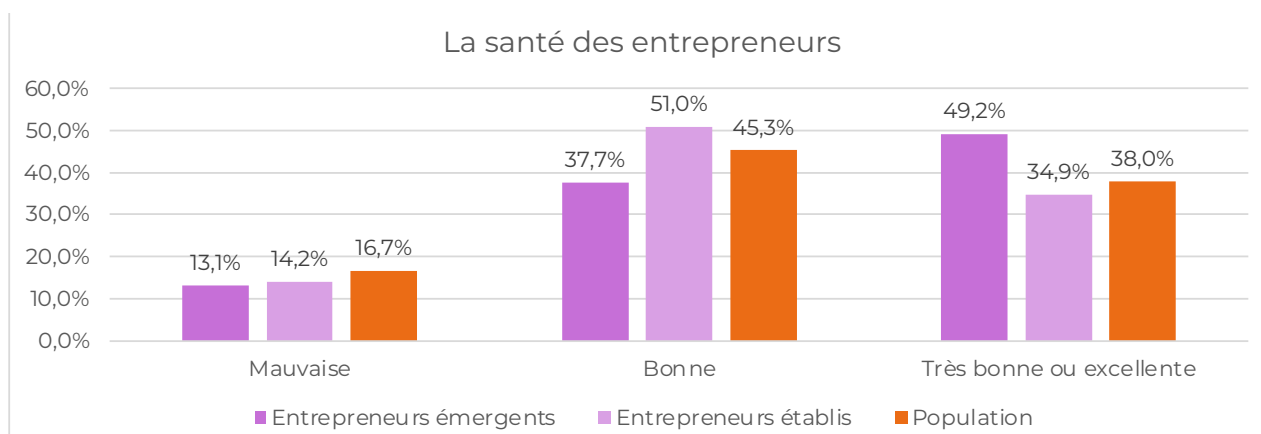
Ce sont les sentiments d'être coincés et d'impuissance qui ont constitué les plus forts déterminants de l'épuisement des chefs d'entreprise, reléguant les déterminants habituels d'un épuisement frénétique comme la fatigue, le manque de sommeil, la lassitude et le sentiment de déception au second plan.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, les deux enquêtes nationales ont également mis en évidence que la probabilité de déposer le bilan avait plus d'impact négatif sur leur santé que celle d'attraper gravement la maladie. Ce résultat contre-intuitif – toute personne normalement constituée devrait plus s'inquiéter de sa santé que de son travail – renforce la thèse que nous défendons dans cette tribune : les entrepreneurs ont un rapport existentialiste à leur travail.

Les dirigeants d'entreprise n'ont pas un rapport au travail comme les autres travailleurs (salariés du privé ou de la fonction publique). Non seulement ils travaillent beaucoup (plus de 50 heures par semaine comparativement à moins de 40 heures pour les salariés), mais ils le font généralement en engageant aussi leur propre capital. Il a été montré qu'ils rognent égale-

<sup>1</sup> <http://www.observatoire-amarok.net/sites/wordpress/wp-content/uploads/2021/04/Enquête-nationale-AMAROK-seconde-vague-11-mars-2021.pdf> et <http://www.observatoire-amarok.net/sites/wordpress/wp-content/uploads/2020/05/L%C3%A9tat-de-l'entrepreneuriat-fran%C3%A7ais-et-le-red%C3%A9marrage-%C3%A9conomique-post-crise-sanitaire-Observatoire-Amarok-VF.pdf>





**Figure 48.** La santé des entrepreneurs

ment leur temps de sommeil pour travailler davantage et prennent moins de vacances que le reste de la population. Pour résumé, ils travaillent plus d'heures par jour, plus de jours par semaine, plus de semaines par an et plus d'années dans leur carrière professionnelle.

À ce sur-engagement en termes de travail et de capital, s'ajoute le poids d'une idéologie de l'entrepreneurship qui survalorise l'action et la performance, souvent du fait de l'emprise de la compétition inhérente à la vie économique. Ne rien faire ou mal faire est pire que d'en faire trop. Si la surcharge de travail est le stresser le plus fréquent de la vie entrepreneuriale, elle génère davantage de fierté et de joie que d'émotions négatives.

L'autre enseignement de cette crise, plus positif, est la forte capacité d'adaptation dont les entrepreneurs ont fait preuve. Aux ordonnances de l'État, ils ont adopté une forme de décret de la volonté, mêlant résilience, auto-efficacité et forte cohérence avec leurs valeurs, autant de traits que la psychologie de la santé qualifie de salutogènes, c'est-à-dire bons pour la santé.

Lier la santé à l'entrepreneuriat, c'est aborder de front deux questions existentielles pour l'Homme : celle de la Vie et celle de la Liberté. Que ce soit une quête de liberté (l'opportunité)

ou un acte de libération (la nécessité), l'entrepreneuriat renvoie toujours à la même réalité de l'Homme qui veut vivre librement de son travail.

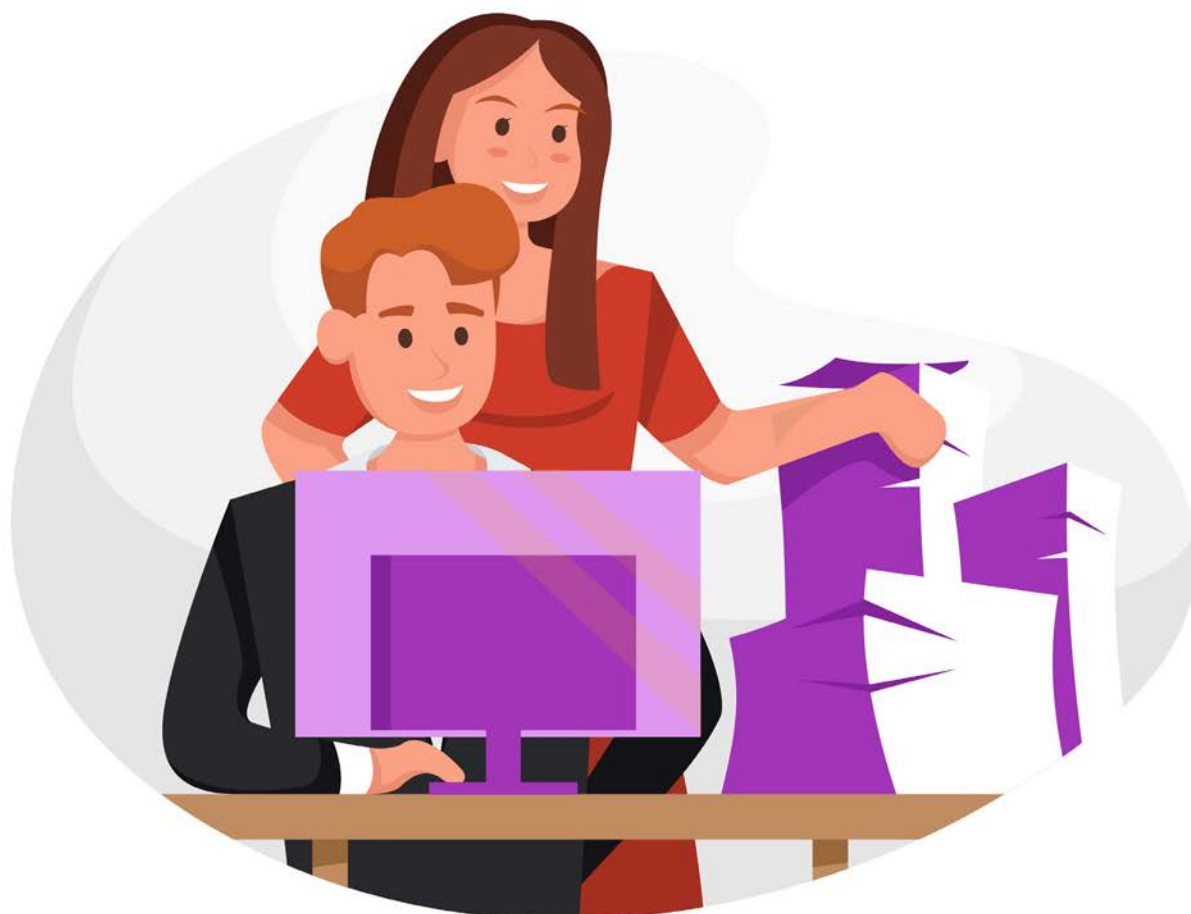
Personne n'oblige quiconque à entreprendre. Cette décision plus ou moins délibérée et sagement mûrie s'apparente la plupart du temps à un choix de vie dont l'orientation professionnelle facilitera une meilleure harmonie avec ses propres valeurs et convictions. Mais l'entrepreneuriat est aussi porteur de plus grands risques. La soif de Liberté mène parfois à l'échec aride et à son lot de souffrances. Dans l'existentialisme est un humanisme, Sartre définit une morale de l'action et de l'engagement, où « l'homme n'est rien d'autre que son projet, il n'existe que dans la mesure où il se réalise, il n'est donc rien d'autres que l'ensemble de ses actes, rien d'autres que sa vie ». Il n'y a pas de doctrine plus optimiste ajoute-t-il « puisque le destin de l'Homme est en vous-même ».

Finalement, cette crise de la Covid a été l'occasion d'appréhender l'entrepreneur sous l'angle de sa santé, de le considérer d'abord et avant tout comme un être humain vivant, et aborder la question de sa santé le ramène, à juste titre, à cet état de nature que l'état de Droit a semblé ignorer jusqu'à très peu (Il a fallu la Loi Lecocq Grandjean du 2 août 2021 pour enfin ouvrir les



services de santé au travail aux travailleurs-non-salarié). Cette crise a ouvert une perspective nouvelle d'un entrepreneuriat durable et sans épuisement, l'opportunité de promouvoir en quelque sorte un « Entrepreneurship Care » du 21<sup>ème</sup> siècle.

# Conclusion et propositions



Ce rapport publié par le Labex Entreprendre marque le retour de la France au sein du Global Entrepreneurship Monitor, après quatre années d'absence. Ces dernières années ont vu une croissance de l'activité entrepreneuriale sans précédent, et 2021 ne dément pas cette tendance, avec un nouveau record en termes de création d'entreprise (+17%) (INSEE, 2022). Les données issues des enquêtes menées auprès d'un échantillon représentatif de la population française (étude APS) et d'un panel de 50 experts (étude NES) permettent d'ouvrir la boîte noire de l'activité entrepreneuriale et de mieux comprendre l'écosystème entrepreneurial français. Les analyses menées permettent également d'apprécier les effets de la crise sanitaire et le caractère résilient de l'écosystème entrepreneurial.

L'étude confirme la transformation entrepreneuriale de la société et de l'économie française. Toutefois la comparaison internationale, en particulier avec les pays du G7, nous invite à nuancer certaines représentations et invite à poursuivre les efforts engagés par l'ensemble des acteurs de l'écosystème entrepreneurial. La France occupe une position moyenne, avec un taux d'activité entrepreneuriale de 7,7% et un taux d'intention entrepreneuriale de 16,9%. Dans ce contexte, elle doit maintenir les efforts engagés pour promouvoir toutes les formes d'entrepreneuriat et faciliter l'engagement entrepreneurial. Une politique publique entrepreneuriale est nécessaire pour préciser les priorités, favoriser la coordination entre les acteurs et mesurer l'impact des actions menées au niveau national et régional.

La crise sanitaire n'a pas eu d'effet délétère sur la création d'entreprise. Près de deux tiers des entrepreneurs émergents considèrent que la création d'entreprise n'est pas rendue plus difficile suite au Covid 19, ce qui place la France en tête des pays du G7. Le soutien des pouvoirs publics est perçu positivement, davantage pour les entrepreneurs établis (53,9%) que pour les entrepreneurs émergents (42,7%). Un nombre significatif d'entrepreneurs (39,9%) ont perçu de nouvelles opportunités en lien avec la crise sanitaire. En revanche, la France se distingue des autres pays quant à l'utilisation des technologies numériques pour faciliter la commercialisation de leur produit ou service. En 2021, la crise n'a ainsi pas fondamentalement modifié l'utilisation des technologies numériques. Pour autant, les entrepreneurs émergents et établis ne considèrent pas que la croissance est rendue plus difficile suite à la crise sanitaire. Ce résultat est à mettre en perspective avec le rebond de l'activité en 2021, avec une augmentation de 7% du PIB.

Cette étude menée dans un contexte particulier nous permet de formuler cinq propositions qui visent à favoriser le développement de l'activité entrepreneuriale en France. Elles peuvent se révéler utiles pour les décideurs politiques au niveau national et régional et elles peuvent s'inscrire dans une stratégie d'entrepreneuriat répondant aux enjeux de la transformation sociale, environnementale et digitale.

## **1. Poursuivre l'effort de sensibilisation à l'entrepreneuriat**

L'étude confirme l'idée que la France devient une société entrepreneuriale. Pour autant, la culture entrepreneuriale ne semble pas imprégner toute la société. Des actions sont encore nécessaires pour lever certains freins. Un travail très en amont doit être mené pour diffuser les normes et les valeurs entrepreneuriales. Comme le soulignent les experts du panel, la France est en retard par rapport aux autres pays les plus riches sur la question de l'éducation entrepreneuriale au niveau du primaire et du secondaire. Les politiques menées au niveau de l'enseignement supérieur ont porté leurs fruits avec notamment la création des PEPITE et la mise en œuvre d'une politique et d'une coordination nationales et régionales. Des assises sur l'éducation entrepreneuriale au niveau du primaire et du secondaire permettraient d'une part de mieux comprendre les bonnes pratiques en France et l'étranger, et d'autre part de concevoir une stratégie adaptée à la diversité des contextes.

## **2. Faciliter l'accès au marché des nouvelles entreprises**

Le démarrage d'une entreprise se heurte souvent à la difficulté de convaincre des clients qui

ne connaissent ni l'entreprise ni parfois même le produit ou le service, dans un contexte d'innovation. Les chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat qualifient cette difficulté de handicap ou de poids de la nouveauté (liability of newness) qui vient s'ajouter au poids de petitesse (liability of smallness). Pour y remédier, les nouvelles entreprises doivent parvenir à construire une certaine légitimité. Cette quête de légitimité peut être facilitée par l'obtention de contrats auprès de grandes entreprises ou d'administrations. L'enjeu est d'encourager et de faciliter l'accès aux marchés pour les nouvelles entreprises, mais aussi de protéger les jeunes entreprises dans ces relations asymétriques. Des efforts significatifs ont été engagés par les pouvoirs publics pour faciliter l'accès aux marchés publics, comme la LOI n° 2020-1525 du 7 décembre 2020 d'accélération et de simplification de l'action publique, et les mesures prises dans le contexte la crise sanitaire pour faciliter la commande publique. Ces actions à destination des TPE/PME tiennent essentiellement compte de la taille des entreprises, la question de l'âge devrait être mieux prise en considération.

### 3. Faire de l'entrepreneuriat féminin une politique nationale

La part des femmes dans la création d'entreprise a progressé de 10 points en 20 ans. Elles représentent d'après l'INSEE 41% des créateurs (INSEE, 2022). Toutefois, depuis quelques années cette part stagne autour de 40%. En 2021, le total de l'activité entrepreneuriale est de 8,4% pour les hommes et de 7,1% pour les femmes. Parmi les freins, la peur de l'échec est plus marquée chez les femmes que chez les hommes (53,1% vs 46,3%). Le panel d'expert pointe une culture nationale pas très propice. La crise sanitaire et le télétravail n'ont pas amélioré l'artic-

ulation entre vie privée et vie professionnelle pour les femmes. L'entrepreneuriat est encore stéréotypé comme « masculin ». L'objectif d'atteindre la parité est réaliste, mais suppose un engagement collectif de la société et des écosystèmes entrepreneuriaux. Il existe une grande diversité d'acteurs qui accompagnent l'entrepreneuriat féminin sur lesquels pourront s'appuyer les pouvoirs publics s'ils souhaitent mettre en œuvre un plan d'action national en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Le monde de l'éducation et le monde de l'entreprise ont un rôle décisif à jouer en contribuant à faire évoluer la culture et en encourageant des formes d'accompagnement comme le mentorat ou le coaching..

### 4. Encourager la prise en compte des enjeux du développement durable dans le projet entrepreneurial

La crise sanitaire a contribué à relancer le débat sur les enjeux du développement durable. Une courte majorité des entrepreneurs interrogés affirme donner la priorité à l'impact social et/ou environnemental de leur entreprise, avant même la rentabilité ou la croissance. Un écart se dessine entre une prise en compte supposée et la mise en œuvre d'actions. Environ 69% des entrepreneurs affirment prendre en compte les implications environnementales. Toutefois, ils ne sont que 24% des entrepreneurs émergents et 49% des entrepreneurs établis à mettre en œuvre des actions pour minimiser l'impact sur l'environnement. 71,5 % des entrepreneurs émergents et 58,6% des entrepreneurs établis déclarent tenir compte, lors de prise de décisions stratégiques, des implications sociales. Mais seuls 14,2% des entrepreneurs émergents et 26,1% des entrepreneurs établis déclarent

mettre en place des actions pour maximiser l'impact social. Cela place la France en dernière position des pays du G7. L'enjeu n'est pas tant de sensibiliser au développement durable, mais d'accompagner les entrepreneurs dans la mise en œuvre d'actions concrètes ayant un impact social et environnemental.

## 5. Promouvoir la santé entrepreneuriale

L'équipe GEM France a décidé de s'intéresser à la question de la santé de l'entrepreneur en s'appuyant sur l'échelle de mesure de santé perçue. Les résultats montrent que la grande majorité des entrepreneurs sont en bonne santé. Il existe un écart entre les entrepreneurs émergents et les entrepreneurs établis 48,7% des entrepreneurs émergents ont le sentiment d'être en bonne ou excellente santé, contre 37,2% des entrepreneurs établis. Cet écart, qui s'explique en partie par l'euphorie du créateur au moment de la genèse de son projet, interroge sur la santé entrepreneuriale dans la durée et sur l'impact de la crise sanitaire. Les enquêtes nationales, réalisées en avril 2020 et en mars 2021 par l'Observatoire Amarok, ont mis en évidence une augmentation sans

précédent du risque de burnout. À cette augmentation du niveau d'épuisement, un autre phénomène plus singulier a vu le jour, qualifié de syndrome d'empêchement. Les deux enquêtes nationales ont également mis en évidence que la probabilité de déposer le bilan avait plus d'impact négatif sur leur santé que celle d'attraper gravement la maladie. Cette crise du Covid a été l'occasion d'appréhender l'entrepreneur sous l'angle de sa santé. Cette prise de conscience a conduit le législateur à adopter la Loi Lecocq Grandjean du 2 août 2021 qui ouvre les services de prévention en santé au travail aux employeurs et aux travailleurs indépendants. L'enjeu est dans un premier temps de tenir compte de la question de la santé dès la phase d'émergence, en sensibilisant et en formant les acteurs de l'accompagnement entrepreneurial. Nous préconisons également de développer des outils numériques et des dispositifs permettant aux chefs d'entreprise d'évaluer régulièrement leur santé tout en dépistant d'éventuels risques d'épuisement.

# Remerciements

Nous souhaitons remercier l'Université de Montpellier, le Labex Entreprendre et l'Agence Nationale pour la Recherche (ANR) pour leur soutien financier à la réalisation de ce rapport. Nous sommes également reconnaissants envers l'équipe du GEM monde pour leur accompagnement ainsi qu'envers Etienne St Jean pour son excellent mentorat. Enfin, nous remercions également les experts ayant répondu à l'enquête NES (liste ci-dessous).

## Liste des experts NES

|                                   |                                              |                                    |                                      |
|-----------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>Mohamed AFENNICH</b>           | CCI HERAULT                                  | <b>Fred GHENASSIA</b>              | Open Bay                             |
| <b>Pierre ALZINGRE</b>            | Visionari                                    | <b>Marie-Hélène GIRBAU-GRIMOIN</b> | I.D.E.E.                             |
| <b>Jean-Christophe ARGUILLÈRE</b> | Orange                                       | <b>Anaïs HAMELIN</b>               | LaRGE Université de Strasbourg       |
| <b>Alain ASQUIN</b>               | Université Lyon 3                            | <b>Sophie JALABERT</b>             | BGE                                  |
| <b>David BARTHE</b>               | Chambre d'Agriculture de Saône-et-Loire      | <b>Michel JEZ</b>                  | BPIFRANCE CREATION                   |
| <b>Aurelie BELLAHSEN</b>          | Village by CA                                | <b>Stéphane KIRN</b>               | AGEFICE                              |
| <b>Fatima BELLAREDJ</b>           | CGScop                                       | <b>Bernard LACOUR</b>              | Chambre d'agriculture 71             |
| <b>Jalil BENABDILLAH</b>          | SDTech                                       | <b>Frédéric LANET</b>              | France Active Airdie Occitanie       |
| <b>Sandrine BERGER-DOUCE</b>      | Mines Saint-Etienne                          | <b>Catherine LASCH</b>             | ANGELOTTI PROMOTION                  |
| <b>Stéphanie BERRAHMA</b>         | CREALIA Occitanie                            | <b>Frank LASCH</b>                 | Montpellier Business School          |
| <b>Bruno BOIVIN</b>               | Groupe CIC Crédit Mutuel                     | <b>Catherine LÉGER-JARNIOU</b>     | Université Paris-Dauphine            |
| <b>Laurent BRIEU</b>              | SOFILARO Capital Investissement              | <b>André LETOWSKI</b>              | Consultant                           |
| <b>Christian CARLES</b>           | LA POSTE                                     | <b>Stéphane MARION</b>             | Université Jean Moulin Lyon 3        |
| <b>Alexis CATANZARO</b>           | Université Jean Monnet - Laboratoire Coactis | <b>Patrick MILIOTIS</b>            | SGB                                  |
| <b>Caroline CAZI</b>              | Face HERAULT                                 | <b>Henri-Claude MULET</b>          | Banque de France                     |
| <b>Didier CHABAUD</b>             | IAE Paris-Sorbonne                           | <b>Bertin NAHUM</b>                | Quantum Surgical                     |
| <b>Jean-Michel DEGEORGE</b>       | Mines Saint-Etienne                          | <b>Pascal PHILIPPART</b>           | IAE Lille                            |
| <b>Michel DUPOIZAT</b>            | Consultant                                   | <b>François PIERROT</b>            | Université de Montpellier            |
| <b>Jean-Marie ESTÈVE</b>          | MRM                                          | <b>Frédéric PLANCHE</b>            | Banque populaire du Sud              |
| <b>Véronique FAVRE-BONTÉ</b>      | IAE Savoie Mont Blanc                        | <b>Isabelle PREVOT</b>             | BIC Montpellier                      |
|                                   |                                              | <b>Stéphane REBOUD</b>             | Dell Technologies                    |
|                                   |                                              | <b>Jean-François SATTIN</b>        | Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne |
|                                   |                                              | <b>Nathalie SCHIEB-BIENFAIT</b>    | IAE - Université Nantes              |
|                                   |                                              | <b>Christophe SCHMITT</b>          | Université de Lorraine               |
|                                   |                                              | <b>Dominique SEAU</b>              | GROUPE EMINENCE                      |
|                                   |                                              | <b>Valérie TIERSEN</b>             | Green Score Capital                  |
|                                   |                                              | <b>Charles VAN HAECKE</b>          | AGIPI                                |
|                                   |                                              | <b>Hubert VIALATTE</b>             | Agencehv                             |
|                                   |                                              | <b>Bonzom VINCENT</b>              | CEA                                  |
|                                   |                                              | <b>Karim ZERGUIT</b>               | CRESS OCCITANIE                      |





# Références

---

Agence France Entrepreneur (AFE), Indice entrepreneurial français 2018, Octobre 2018 : [https://bpifrance-creation.fr/system/files/Analyse\\_IEF\\_2018C.pdf](https://bpifrance-creation.fr/system/files/Analyse_IEF_2018C.pdf)

CESE, Femmes et entrepreneuriat, étude, rapporteure : Eva Escandon, Octobre 2020 : [https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Etudes/2020/2020\\_24\\_femmes\\_entrepreneuriat.pdf](https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Etudes/2020/2020_24_femmes_entrepreneuriat.pdf)

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

INSEE, Essor des créations de sociétés et de micro-entrepreneurs en 2021, Insee Première, n° 1892, Février 2022 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/6041208/ip1892.pdf>

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.

Torrès O., Fisch C., Mukerjee J., Lasch F. & Thurik R. Forthcoming. Health perception of French SME owners during the 2020 COVID-19 pandemic, International Review of Entrepreneurship, 19(2): 151-168.







