



Educating **entrepreneurs** for the world

Global Entrepreneurship Monitor

■ RAPPORT 2003-2004 SUR L'ENTREPRENEURIAT
EN FRANCE ET DANS LE MONDE

French Executive Report

Olivier TORRES
Chercheur Associé en Entrepreneuriat à EM LYON

Aurélien EMINET
Doctorant-Chercheur à EM LYON

Sommaire

■ Résumé - Executive summary	3
■ Préface	4
■ Introduction	
L'entrepreneuriat en France : un sujet d'importance croissante	7
Présentation de GEM.....	8
Le TEA (Total Entrepreneurial Activity)	10
La méthodologie.....	12
■ L'entrepreneuriat en France : résultats et comparaisons internationales	
Evolution du TEA français dans le temps.....	13
Niveau d'activité entrepreneuriale en France	15
Entrepreneuriat et disparité Hommes/Femmes.....	19
Activité entrepreneuriale et niveau de développement économique.....	20
■ Les variables-clés qui influencent l'entrepreneuriat français	
L'entrepreneuriat féminin	24
Le financement de la création d'entreprise	25
Les normes socio-culturelles.....	26
Le système éducatif et l'entrepreneuriat	27
■ Conclusion	30
■ Bibliographie	32
■ Remerciements.....	33
■ Annexes	
Annexe 1 : Le modèle GEM.....	34
Annexe 2 : Les données GEM 2004.....	37
Annexe 3 : Liste des experts interrogés en France	38
Annexe 4 : Les équipes nationales et de coordination de GEM.....	39

■ Résumé

Le « Global Entrepreneurship Monitor » (GEM) a pour but d'étudier les relations complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique. Dès le départ, le projet a été conçu comme un programme à long terme et international. EM LYON a été le partenaire français fondateur de GEM depuis 1997, date de l'initiation de ce projet. En 2004, 34 pays ont participé à l'étude GEM.

Les données ont été collectées à partir de trois sources principales : (1) des enquêtes auprès de populations d'adultes ; (2) des entretiens avec des experts en entrepreneuriat dans chaque pays ; et (3) un ensemble de données nationales standardisées produites par des organisations internationales. En France, les données ont été collectées sur la base d'un échantillon de 2000 personnes et de 18 experts.

Le projet GEM s'attache à répondre à trois questions fondamentales :

- Est-ce que le niveau d'activité entrepreneuriale varie entre les pays, et si tel est le cas, dans quelle proportion ?
- Est-ce que le niveau d'activité entrepreneuriale affecte la croissance économique d'un pays ?
- Quels sont les éléments qui déterminent l'orientation entrepreneuriale d'un pays ?

En répondant à ces trois questions, l'étude GEM veut fournir un cadre de référence au débat sur l'entrepreneuriat et la croissance économique, ainsi que sur les implications politiques qui en découlent.

Executive Summary

The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) aims to study the complex relationship between entrepreneurship and economic growth. From its inception in 1997, the project was designed to be a long-term, multinational study. EM. LYON was associated early on as the French partner for this project, which encompassed 34 countries in 2004.

Data were assembled from three principal sources: (1) surveys of the adult population; (2) in-depth interviews with national experts in entrepreneurship in each country; and (3) a wide selection of standardized national data from various international organizations. In France, data were collected with survey of a random sample of 2000 adults and 18 expert interviews.

The GEM program is major effort aimed at describing and analyzing entrepreneurial processes within a wide range of countries. The GEM program focuses on three main objectives :

- to measure differences in the level of entrepreneurial activity between countries
- to uncover factors leading to appropriate levels of entrepreneurship
- to suggest policies that may enhance the national level of entrepreneurial activity

By addressing these three objectives, GEM seeks to provide a strong forum for public policy debate and development. Although the 34 countries that participated in GEM 2004 differ in significant ways, many confront a common challenge: how to facilitate entrepreneurial activity, and in turn, national economic growth. Built upon a solid research design, GEM provides an authoritative basis for discussing this issue. The key findings for public policy, especially in the French context, are compelling.

■ PREFACE

Belle ambition que celle des promoteurs du Global Entrepreneurship Monitor !

Tenter de proposer une vision « globale » d'un sujet, dont l'approche est d'ailleurs délicate, on voit que la barre est placée bien haut, surtout quand on sait qu'il convient de manier les comparaisons internationales, d'une façon générale, avec quelque précaution : malgré de réels progrès dans bien des domaines, c'est bien souvent que l'on ne compte pas ici les mêmes choses que là pour tenter pourtant de décrire la même réalité.

Le sujet traité dans le rapport GEM est d'ailleurs particulièrement sensible à ce type de difficultés. Son propos (comparer et classer une trentaine de pays selon leur « activité entrepreneuriale », voire selon la qualité ou l'intensité de l'esprit d'entreprise dans chacun d'eux) rend en effet l'exercice tout spécialement difficile.

Le choix des indicateurs de mesure de cet « esprit d'entreprise » pose déjà en lui-même quelques difficultés méthodologiques. On verra que les chercheurs qui ont mené depuis plusieurs années l'étude qui fonde les éditions successives de ce rapport ont tenté de trouver un juste équilibre entre l'exigence scientifique de précision et un pragmatisme efficace et opérationnel.

Il reste que même des éléments qui pourraient paraître incontestables et utiles à la comparaison sont de fait à manier avec précaution. On rappellera, à titre d'exemple, que le simple « nombre d'entreprises créées par an », indicateur qui semble solide et facile à collecter parce que comptabilisé partout, recouvre en fait des réalités différentes selon les pays. Ici, on comptera les entreprises dont la naissance est déclarée par le créateur, ailleurs celles qui ont effectivement démarré leur activité, ce « démarrage d'activité » pouvant d'ailleurs être pris en compte à partir de différents événements.

Mais quelles que soient les limites de ses fondements méthodologiques, le rapport GEM a le grand mérite d'exister, et de permettre un regard comparatif, et ce dans une suite temporelle longue.

Dans cette perspective de comparaison dans le temps, ce qu'il nous dit sur la France est plutôt encourageant. S'il vient en effet rappeler de façon assez classique, et détaillée, la longue série de handicaps que notre pays est sensé connaître en matière d'entrepreneuriat, il met cette fois-ci en évidence des évolutions positives, chiffrées, qui sont sans doute le signe de changements en profondeur, engagés déjà depuis un certain nombre d'années, et dont les fruits se révèlent maintenant.

La façon dont l'activité entrepreneuriale est traitée dans le champ politique montre bien cette évolution : le soutien à la création d'entreprise est désormais une constante de politique économique. Que les pouvoirs publics consacrent des ressources à promouvoir l'initiative économique ne semble plus poser de questions à personne. Quelle que soit son orientation politique, il n'est plus un gouvernement, il n'est plus un exécutif régional, plus un conseil local qui ne se préoccupe de susciter des vocations d'entrepreneurs, et qui n'accompagne leurs démarches.

On se souvient pourtant qu'il n'en a pas toujours été ainsi.

A gauche, on n'a pas toujours pensé qu'il était légitime que l'autorité publique se soucie d'aider des individus à développer une activité dont ils seront les premiers à tirer bénéfice, au sens premier du terme.

A droite, on a souvent estimé, notamment, que toute aide à de nouveaux entrepreneurs avait pour seul effet de mettre en difficulté des entreprises installées, puisqu'elle venait altérer la régulation normale de l'activité économique que constitue la libre concurrence.

Aujourd'hui pourtant, le débat semble clos, et les motivations sont nombreuses, et diverses, qui conduisent les pouvoirs publics de tous bords à consacrer de la ressource au soutien de la création d'entreprise :

- « c'est une politique d'investissement », puisque les entreprises créées apporteront en retour aux caisses publiques leur part de taxes et de charges en tout genre
- « c'est une modalité d'insertion ou de réinsertion de personnes en situation d'exclusion », sensée d'ailleurs être de plus grande valeur que toute autre, puisqu'elle les conduit vers l'autonomie : « Apprends lui à pêcher, plutôt que de lui donner des poissons ».
- « c'est un nécessaire outil d'aménagement, de rééquilibrage entre les territoires », qui permet de compenser les effets dévastateurs de tendances spontanées
- « c'est un accélérateur du renouvellement du tissu économique », nécessaire pour que la production s'adapte plus vite aux évolutions de la demande, ou intègre sans délai les innovations, et pour que se diffuse une offre nouvelle ou transformée.

L'évolution de la façon de considérer l'activité entrepreneuriale peut être également observée au-delà du seul domaine des politiques économiques publiques. On voit en effet apparaître, dans le registre des valeurs, de manière plus constante et mieux partagée aujourd'hui, celles que l'on associe couramment à l'entrepreneuriat : le changement, la mobilité, la créativité, l'inventivité, l'initiative, la prise de risque, la compétition et la coopération, l'autonomie, l'indépendance, le désir de maîtriser, d'avoir prise sur son environnement, etc. On redécouvre que Responsabilité et Solidarité sont « faites pour s'entendre », et même qu'elles n'ont de sens et d'efficacité opérationnelle que dès lors qu'elles sont associées. On redécouvre que c'est aussi par l'initiative, par l'action « responsable et solidaire » que l'on peut s'attaquer à certains grands problèmes auxquels il nous faut faire face aujourd'hui.

Il n'est pas encore temps, toutefois, de se réjouir béatement. Ces évolutions, si elles sont réelles, comme le montre le rapport qui suit, restent fragiles, et doivent faire l'objet d'un accompagnement attentif, si l'on veut qu'elles se poursuivent et produisent l'ensemble des fruits qu'on peut en attendre.

Et si l'on revient plus près du cœur de l'objet du rapport GEM, à savoir l'initiative entrepreneuriale entendue dans son sens premier, c'est-à-dire la création et le développement d'unités économiques consacrées à la conception, la fabrication et la vente de produits et de services, on perçoit bien aussi l'urgence et l'ampleur des progrès à réaliser, en particulier dans deux directions. L'effort doit porter sur la qualité des entreprises créées d'une part, et sur l'accompagnement de la croissance d'autre part.

Ainsi, il nous faut maintenant nous préoccuper plus encore, au-delà du nombre d'entreprises créées, de leur qualité. Si toutes les initiatives sont « bonnes à prendre », si toutes les nouvelles entreprises ajoutent à la vitalité économique d'un pays ou d'une région, et si, en conséquence, il convient que l'action publique conserve une vocation de soutien généraliste, il faut se soucier de permettre mieux encore l'émergence d'entreprises à fort potentiel de création de richesse et d'emplois. On voit qu'il ne peut s'agir que d'entreprises en situation de « faire la différence ». Il importe de concentrer une part non négligeable de l'effort public sur le soutien à l'émergence d'entreprises susceptibles, soit dès l'origine soit à terme, de se différencier fortement vis-à-vis de l'existant, soit au niveau local, soit à un niveau supérieur. Cette différenciation n'est possible que par l'innovation. Il faut toutefois conserver bien présent à l'esprit que l'innovation « différenciante » n'est pas uniquement d'ordre technologique, mais peut concerner des process, des organisations, des associations inédites de produits, des techniques de vente,...

Seconde piste, évidemment liée à la première : se préoccuper du développement des entreprises, et non plus seulement de leur création. Un récent rapport¹ a mis en évidence que, dans une comparaison Etats-Unis - France, les écarts se situent plus dans la probabilité de croître des entreprises existantes que dans les potentialités numériques de création d'entreprises. Nos très petites entreprises sont sans doute en nombre suffisant. Il convient maintenant de tout faire pour renforcer la densité en entreprises de taille moyenne de notre tissu économique.

Ces orientations nouvelles à prendre en compte ne remettent pas en question l'attention qu'il convient d'apporter à la capacité entrepreneuriale, et un rapport tel que celui qui suit continue de livrer des éclairages pertinents.

¹ « Promouvoir un environnement financier favorable au développement de l'entreprise » Commissariat général du plan - juin 2005.

C'est bien en effet aussi le même « appétit d'entreprendre » qui va conduire le chef d'entreprise à développer son activité. Faire en sorte qu'il soit le plus partagé possible, grâce à l'éducation, grâce à l'environnement culturel, juridique, économique, financier, ... reste donc un objectif à maintenir, au service de nouvelles orientations.

On ne doute pas que, dans ses prochaines occurrences, ces dimensions nouvelles seront intégrées dans l'étude GEM, tant à travers un enrichissement de la batterie d'indicateurs à prendre en compte, que dans les analyses et l'interprétation des résultats futurs.

Didier HAVETTE
Directeur Général OSEO Services

■ Introduction

L'entrepreneuriat en France : un sujet d'importance croissante

L'entrepreneuriat est devenu un thème récurrent en France : tout le monde semble s'y intéresser de près ou de loin. Les médias traitent régulièrement et abondamment de ce sujet. La classe politique française, qui ne fut pas toujours à l'aise avec l'entrepreneuriat par le passé, a également compris la nécessité de créer des entreprises pour créer des emplois. La plupart des collectivités territoriales se dotent de missions économiques à caractère entrepreneurial favorisant la création d'entreprise, l'innovation ou le transfert de technologie. Dans le domaine de l'enseignement et de la formation, rares sont désormais les écoles de commerce et/ou d'ingénieurs qui ne développent pas de programmes en faveur de la création d'entreprise. Le milieu universitaire a également largement contribué à multiplier ces dernières années les formations de second et de troisième cycles en faveur de l'entrepreneuriat. De nombreux pôles de formation ont essaimé sur tout le territoire national donnant ainsi au champ de l'entrepreneuriat une place de plus en plus conséquente. Des maisons de l'entrepreneuriat se développent dans certaines régions de France. Nous ne doutons pas que ces dispositifs se généralisent dans les années à venir tant la demande sociale est forte à l'égard de ce type de formation. On peut penser qu'aujourd'hui la France sort progressivement du stade initial de la sensibilisation à l'entrepreneuriat pour entrer dans une phase de développement.

Plusieurs aspects nous permettent de dire cela. Sur le plan national, la Loi pour l'Initiative Economique dite Loi Dutreil a indéniablement joué un rôle moteur dans la forte augmentation du nombre d'entreprises créées. Adoptée en juillet 2003 par le parlement, la Loi pour l'Initiative Economique a principalement porté ses fruits durant l'année 2004. Le nombre de création d'entreprises en 2004 a été, selon l'INSEE, de 224 000 entreprises, soit une augmentation de 12,5% par rapport à l'année 2003. Cette loi a été votée pour « faire de la création d'entreprise un acte simple, rapide et accessible à tous ». Parmi les mesures, on retiendra la possibilité de domiciliation de l'entreprise dans le local d'habitation de l'entrepreneur, la protection de la résidence principale du créateur en cas de saisie, la fin de l'exigence d'un capital minimal de départ pour les SARL (qui était de 7500 Euros), la création de Fonds d'Investissement de Proximité (FIP) dans le but de drainer l'épargne régionale à destination des PME. Les personnes souscrivant aux FIP peuvent bénéficier d'une réduction d'impôts sur le revenu plafonnée à 25% d'un maximum de 12 000 Euros investis pour un célibataire et de 24 000 euros pour un couple marié. En outre, certains dispositifs comme l'amélioration du congé création d'entreprise ont pour but de faciliter le passage du statut de salarié à celui d'entrepreneur.

La seconde raison est la multiplication des structures d'incubation et les pépinières. L'entrepreneuriat est un phénomène de proximité. La plupart du temps, l'entrepreneur crée son entreprise là où il réside. C'est donc au plus proche de lui que les politiques publiques doivent mettre en place leur dispositif. Certes, il serait trop onéreux de créer de telles structures sur tout le territoire. La France compte 36 000 communes, le record européen. Mais on peut raisonnablement penser qu'à l'échelle d'un département ou d'une région, les collectivités territoriales puissent investir dans la création de plusieurs pépinières. Les chiffres sont tous concordants : le taux de survie des entreprises hébergées par de telles structures sont toujours très supérieurs à la moyenne nationale. La rentabilité de telles structures se mesure en termes de création d'emplois directs et induits, d'impôts directs et indirects reversés...mais aussi en termes de valorisation de l'innovation et des capacités exportatrices des entreprises. En d'autres termes, les politiques économiques en faveur de l'entrepreneuriat doivent être tout autant nationales que régionales. De nombreuses régions françaises (Rhône-Alpes, PACA...) adoptent des politiques de plus en plus proactives en faveur de l'entrepreneuriat. Ces initiatives prennent le plus souvent appui sur de grandes agglomérations. Le concept L_VE, «LYON VILLE DE L'ENTREPRENEURIAT» regroupe par exemple tous les acteurs locaux oeuvrant pour la création d'entreprise depuis l'idée de création jusqu'au projet d'entreprendre, en passant par la formation de l'entrepreneur. Autre exemple : fort de l'expérience de sa pépinière Cap Alpha, l'une des toutes premières en France, l'agglomération de Montpellier a décidé en 2003 et 2004 de tripler son offre d'accueil de jeunes pousses au sein de deux nouvelles pépinières (Cap Gamma et Cap Oméga).

Tableau 1 Evolution des créations *ex nihilo* en France depuis 1990 (1990 = 100)

Années	Créations ex nihilo	Indice
1990	195 158	100
1991	179 370	92
1992	173 092	89
1993	170 919	88
1994	183 794	94
1995	179 923	92
1996	171 628	88
1997	166 850	86
1998	166 190	86
1999	169 674	87
2000	176 753	91
2001	177 015	91
2002	178 008	91
2003	199 399	102
2004	223 995	115

Source: APCE, INSEE

Ces dernières années ont été marquées par la production de plusieurs rapports (Rapport Bockel, rapports et actions des commissions du Conseil National de la Création d'Entreprise (CNCE), constitution d'un groupe de travail « Economie entrepreneuriale » par le Commissariat Général du Plan...) lesquels ont donné suite à des lois et des dispositifs concrets. Il semblerait que ces efforts portent leurs fruits avec quelques années de décalage. Aujourd'hui, le constat d'une reprise soutenue du nombre d'entreprises créées semble incontestable. L'augmentation du nombre de créations d'entreprises *ex nihilo* est la plus forte hausse jamais enregistrée depuis près de 15 ans (cf. tableau 1). Le creux atteint en 1997 a certainement incité les pouvoirs publics à prendre de nombreuses dispositions en faveur de la création d'entreprises. L'ACCRES (*Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'une Entreprise*), L'EDEN (*Encouragement au Développement d'Entreprises Nouvelles*), le PARE (*Plan d'Aide au Retour à l'Emploi*) et plus récemment la Loi pour l'Initiative Economique sont des dispositifs cumulés qui ont renforcé l'attrait de la création d'entreprise et amélioré la stabilité financière du créateur.

Présentation de GEM

A l'origine, GEM est né en septembre 1997 d'un programme de recherche conduit conjointement par la *London Business School* au Royaume-Uni et le *Babson College* aux Etats-Unis, deux institutions leaders en matière de recherche sur l'entrepreneuriat. L'objectif était de mettre en œuvre une étude en entrepreneuriat fondée sur un ensemble d'instruments de mesures standardisés et une méthode commune à l'échelle de plusieurs pays. Chaque année, les résultats de cette étude sont publiés d'une part dans un rapport mondial par les coordonnateurs du projet et d'autre part chaque équipe composant le consortium publie un rapport national.

Comme le soulignent nos collègues espagnols (Coduras *et al.*, 2003), la lecture des résultats GEM doit toujours être faite dans l'optique de la méthode employée, laquelle n'est pas exempte de critiques comme nous le verrons par la suite. La construction des questionnaires administrés dans chaque pays a fait l'objet d'une attention méticuleuse et a subi des amendements constants depuis les débuts. Ce questionnaire répond au besoin d'une enquête internationale et au souci d'obtenir une base la plus standardisée possible afin de pouvoir comparer les

résultats sur une base homogène. C'est cette homogénéité qui suscitera peut-être des critiques notamment de la part de ceux qui avancent l'existence de spécificités selon les pays ou selon les régions. Ces derniers ont raison d'invoquer l'existence de différences nationales et culturelles. Nul ne saurait nier cette évidence. Mais à trop pousser le souci du particularisme national et de l'exception culturelle, le risque est de sombrer dans une casuistique où plus rien n'est comparable et où toute analyse comparée deviendrait impossible. Il peut être tentant de se cantonner dans l'observation des faits à l'échelle du seul pays. Mais dans des économies de plus en plus ouvertes et mondialisées, la comparaison n'est pas seulement souhaitable, elle devient nécessaire. Comparaison devient raison lorsque comparer, c'est d'abord s'exposer aux autres en mesurant ses forces et ses faiblesses relatives. Le postulat du groupe GEM est précisément de considérer que malgré les différences d'un pays à l'autre, des constantes demeurent et qu'à partir de questions communes, il est possible de comparer les performances entrepreneuriales de n'importe quel pays dans le monde.

Le plus grand mérite de GEM est de constituer la plus vaste enquête mondiale jamais réalisée sur le sujet pendant une période aussi longue. C'est ce qui fait aujourd'hui sa force et son caractère unique. Plus de 37 pays ont participé à GEM depuis ses débuts et le rapport 2004 permet de comparer les résultats provenant de 34 pays de tous les continents. C'est cette amplitude géographique qui confère à GEM son rôle de premier rang dans l'analyse comparative. Au fil des années, l'enquête GEM est devenue une référence qui est aujourd'hui considérée par de nombreuses institutions gouvernementales et internationales (ONU, FMI, Union Européenne, OCDE...) comme une source de données et de préconisations en faveur de la stimulation de l'esprit d'entreprise.

Cette expansion géographique n'a pas été sans poser de problèmes. Si les premières études ont concerné essentiellement les pays du G7, relativement homogènes, l'arrivée de nouveaux pays, notamment en voie de développement d'Asie, d'Afrique et d'Amérique du Sud, a introduit de nouveaux problèmes de comparabilité et d'interprétation des données (Walter *et al.*, 2003). Mais à chaque fois, le consortium a su trouver les réponses adaptées pour faire face à ces nouveaux défis. Il en est par exemple de la distinction entre l'entrepreneuriat d'opportunités et l'entrepreneuriat de nécessité qui est un apport théorique et empirique du consortium GEM. Cette distinction est aujourd'hui de plus en plus admise par les chercheurs en entrepreneuriat et constitue un des apports essentiels à la compréhension du phénomène.

L'étude GEM ne se borne pas à mesurer et à analyser, elle cherche aussi à expliquer, à prescrire et à recommander. Nous saisissons là l'intérêt de promouvoir des études à caractère scientifique dans le champ de l'entrepreneuriat. La recherche scientifique est soumise à des règles et à des codes de conduite rigoureux. Elle procède souvent par tâtonnements surtout lorsqu'elle s'aventure sur des terrains peu explorés comme cela est le cas en entrepreneuriat comparé. Seuls des chercheurs, parce que c'est leur métier, pouvaient trouver les ressources nécessaires pour faire durer une étude dans le temps en lui donnant un caractère général et constamment innovant. Ceci fait que GEM peut être défini comme *un réseau de chercheurs spécialisés en entrepreneuriat et gestion des PME conduisant collectivement un processus durable d'étude comparative et innovante sur le thème de l'entrepreneuriat*. Autrement dit, l'essence de ce consortium est non seulement de produire chaque année une batterie d'indicateurs mais aussi d'inclure de nouvelles pistes d'étude et de réflexion. GEM agit au fil du temps comme un organisme d'étude en entrepreneuriat capable de répondre en temps réduit à des études novatrices à l'échelle internationale.

En 2004, ce sont 34 pays qui ont participé à l'étude GEM. Ces pays proviennent de tous les continents :

Amérique du nord

Canada et Etats-Unis

Amérique du sud

Argentine, Brésil, Equateur et Pérou

Afrique et Moyen Orient

Israël, Jordanie, Afrique du sud et Ouganda.

Asie et Océanie :

Australie, Hong Kong, Japon, Nouvelle Zélande et Singapour

Europe

Allemagne, Belgique, Croatie, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Islande, Irlande, Italie, Norvège, Pays Bas, Pologne, Portugal, Royaume Uni, Slovénie, Suède.

Les données ont été collectées à partir de trois sources principales : (1) des enquêtes auprès de populations d'adultes ; (2) des entretiens avec des experts en entrepreneuriat dans chaque pays ; et (3) un ensemble de données nationales standardisées produites entre autres par l'OCDE, la Banque Mondiale, le FMI, et le BIT. Au total, plus de 61 000 personnes ont été interrogées, ainsi que 950 experts. En ce qui concerne la France, les résultats émanent d'une enquête auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes et d'entretiens avec 18 experts (voir annexe 1).

Le projet GEM s'attache à répondre à trois questions fondamentales :

- Est-ce que le niveau d'activité entrepreneuriale varie entre les pays, et si tel est le cas, dans quelle proportion ?
- Est-ce que le niveau d'activité entrepreneuriale affecte la croissance économique d'un pays ?
- Quels sont les éléments qui déterminent l'orientation entrepreneuriale d'un pays ?

Un des principaux résultats de cette étude est la mesure de l'indice d'activité entrepreneuriale (le TEA Index ou *Total Entrepreneurial Activity Index*) et son impact sur la croissance de l'économie. La notion de TEA mesure le pourcentage de personnes engagées dans un processus de création (depuis l'entreprise émergente non encore enregistrée jusqu'à l'entreprise nouvelle âgée de moins de 36 mois).

Le TEA (Total Entrepreneurial Activity).

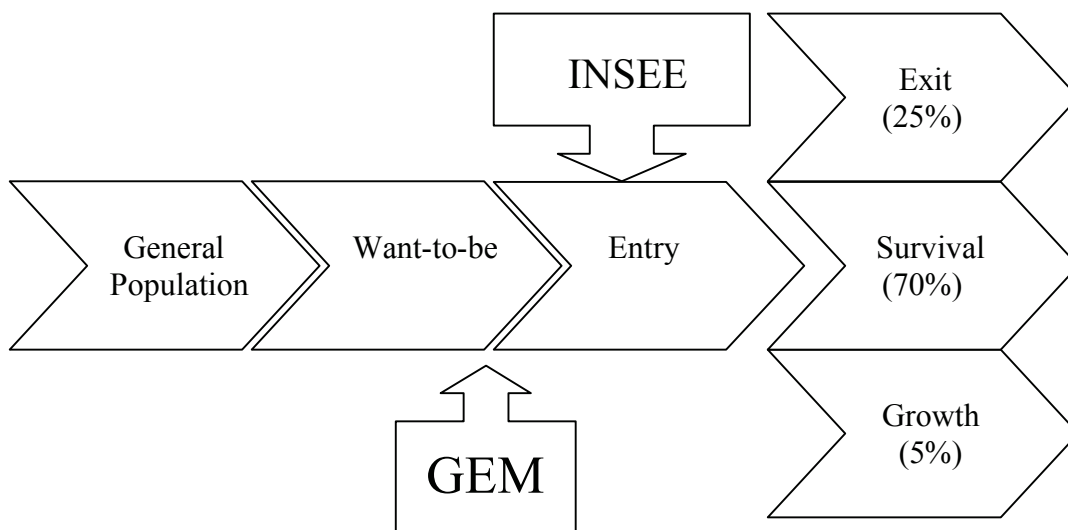
Il n'y a pas de définition unitaire et universelle de l'entrepreneuriat. Serait-ce même raisonnable d'en avoir une tant le phénomène est complexe et multiple ? Pourtant définir un phénomène fait partie des premières prérogatives d'une recherche. Pour mesurer un phénomène, il faut déjà le circonscrire dans le temps et dans l'espace. Si le découpage spatial ne pose pas véritablement de problèmes (découpage par pays), la délimitation temporelle est en revanche beaucoup plus épineuse. Quand commence le processus entrepreneurial ? Quand se termine-t-il ? A quel moment et sur la base de quels faits peut-on considérer qu'une personne peut être qualifiée d'entrepreneur ? Faut-il attendre qu'elle ait créé officiellement son entreprise ? Peut-on considérer ceux et celles qui sont en cours de constitution comme des entrepreneurs ? Si oui, sur quels critères peut-on se fonder pour distinguer entre ceux qui sont sérieusement engagés dans un processus entrepreneurial et ceux qui nourrissent de vagues espoirs d'entreprendre un jour mais sans lendemain concret ? Ces questions méthodologiques ne sont pas neutres car elles fixent le cadre de validité des résultats obtenus. Une définition trop stricte de l'entrepreneuriat aura pour effet de réduire le nombre d'entrepreneurs. Une définition trop lâche peut à l'inverse donner l'illusion que tout le monde entreprend.

Selon l'enquête GEM, l'entrepreneuriat est défini comme le processus de création d'une nouvelle entreprise de manière indépendante ou à l'aide de son employeur. Ce processus peut être mis en œuvre par une ou plusieurs personnes. GEM cherche à estimer le nombre de personnes en phase de création. « Il reste toutefois difficile de préciser à partir de quel moment une nouvelle entreprise existe : pour certains, c'est lorsque la raison sociale est inscrite au Registre du Commerce ; d'autres jugent qu'il est suffisant d'avoir un plan d'affaires et une offre de produits ; pour d'autres encore, il faut une première transaction commerciale, comme par exemple une vente. D'autre part, l'activité entrepreneuriale au sein des entreprises établies (intrapreneuriat) n'est souvent pas considérée. Or, la définition présentée ci-dessus considère que l'entrepreneuriat peut aussi se développer dans les entreprises établies. La création d'une nouvelle division ou d'une filiale pour fabriquer et commercialiser un nouveau produit ou service constitue aussi une forme d'activité entrepreneuriale » (Volery et al., 2003).

L'entrepreneuriat n'est donc pas une science exacte puisqu'il est difficile de trouver une définition unitaire et homogène ; c'est dans le but de tenir compte de ces différentes approches que l'étude GEM distingue deux types de création d'entreprise :

- les entreprises émergentes : ce sont les entreprises en gestation au sein desquelles un ou plusieurs personnes ont déjà réalisé de nombreuses tâches comme la rédaction d'un plan d'affaires, la conception d'un brevet, la constitution d'un prototype, le démarchage auprès d'organismes financiers... Ces entrepreneurs sont engagés dans un processus de création, même si leur entreprise n'est pas encore enregistrée.
- les entreprises nouvelles : ce sont les entreprises nouvelles âgées de moins de 36 mois au moment de l'administration de l'enquête et qui sont dirigées par le propriétaire-fondateur.

Ainsi, le TEA est la somme de ces deux composantes : entreprises émergentes et entreprises nouvelles. GEM ne se borne donc pas à estimer le nombre de personnes qui ont créé une entreprise récemment. La recherche académique en entrepreneuriat a mis en évidence depuis fort longtemps que la création n'est qu'un épisode du processus entrepreneurial. Avant l'acte de création, il y a une phase amont, moins facilement repérable par les instruments statistiques classiques, qui mérite autant d'attention sinon plus que la création proprement dite. C'est la raison pour laquelle GEM se situe à l'intersection de la population qui désire créer et celle qui a effectivement créé.



Source : Adapté de FORA, 2004

GEM se situe à l'intersection de deux populations. Celle qui est effectivement engagée dans un processus de création d'entreprise et celle qui se déclare en cours de création. Autrement dit, il serait vain de chercher à faire coïncider les chiffres de l'INSEE avec ceux de GEM. Les évolutions du TEA ne sont pas toujours conformes aux évolutions du nombre de créations d'entreprises. D'une part parce que le TEA ne mesure pas le nombre de créations mais le nombre de créateurs. Cette nuance est importante car souvent les entreprises sont créées par plusieurs personnes. D'autre part, l'échelle temporelle de mesure du TEA transgresse le découpage annuel des statistiques officielles de créations d'entreprises. En d'autres termes, les données de GEM englobent les statistiques de création en intégrant la phase pré-crédation.

Dans le but d'affiner l'analyse, le TEA tient également compte du genre. Il est ainsi possible de mesurer un TEA masculin et un TEA féminin, ce qui permet des comparaisons internationales intéressantes. Nous verrons que dans tous les pays participants, le TEA masculin est toujours plus élevé que le TEA féminin. Mais si la différence va toujours dans le même sens, l'intensité de cette différence se modifie d'un pays à l'autre. C'est donc en termes de différentiel relatif qu'il nous faut raisonner pour comprendre les différences internationales. L'enquête GEM recueille également de l'information sur les motivations de la création. Ainsi, il est demandé à chaque

créateur-trice identifiée si sa motivation provient d'une saisie d'opportunités ou d'une nécessité (ou les deux). La prise en compte de ces différents motifs permet de scinder le TEA global en un TEA d'opportunités et un TEA de nécessité. Cette distinction, nous y reviendrons plus tard, a été nécessaire pour comprendre les spécificités de l'entrepreneuriat dans les pays en voie de développement...mais aussi pour mieux comprendre les ressorts de l'acte de création dans les pays développés. Agir par opportunités ou par nécessité n'induit pas les mêmes conséquences en termes d'emploi ou de croissance.

La méthodologie

L'étude GEM recourt à trois principales sources de données empiriques.

- La première source consiste en une enquête téléphonique auprès d'un échantillon représentatif de la population adulte âgée de 18 à 64 ans dans chacun des 34 pays associés au projet. Les personnes sont interrogées sur leur participation et attitude vis-à-vis de l'entrepreneuriat. En France, l'enquête a été conduite auprès d'un échantillon de 2000 personnes par AC Nielsen en juin 2004.

- Une deuxième source consiste en des données standardisées produites par des organisations internationales telles les Nations Unis, la Banque Mondiale, le FMI, et des associations de capital-risque.

- La troisième source de données est une série de 18 interviews d'experts sélectionnés selon leur savoir-faire et réputation quant aux conditions-cadres pour entreprendre. Nous avons sélectionné au minimum un expert pour chacune des 9 conditions-cadres (Cf. Annexe 1: financement, politique gouvernementale, programmes et actions spécifiques, enseignement et formation, transferts en R&D, infrastructure légale et commerciale, infrastructure physique, ouverture du marché intérieur, normes socioculturelles). Les experts proviennent de divers horizons : entrepreneurs, managers, chercheurs, responsables d'associations, consultants, fonctionnaires, financiers et banquiers. Les interviews ont été menées en face-à-face pendant environ une heure. A l'issue de l'interview, l'expert remplit un questionnaire évaluant les principales variables liées à l'entrepreneuriat dans son pays.

■ **L'entrepreneuriat en France : résultats et comparaisons internationales**

Evolution du TEA français dans le temps

Tableau 2 le TEA français de 2000 à 2004

	2000	2001	2002	2003	2004
TEA de la France	5, 379	7, 236	3,2	1,63	6,0
Nombre de pays participants à GEM	23	31	37	31	34
Rang de la France	19^{ème} sur 23	20^{ème} sur 31	34^{ème} sur 37	31^{ème} sur 31	17^{ème} sur 34

Le TEA français évolue fortement d'une année à l'autre. Comment expliquer de telles évolutions et surtout comment un indicateur censé mesurer un phénomène relativement stable peut-il faire l'objet d'une évolution du simple au triple en l'espace d'un an ? En fait, il serait faux de croire que le TEA mesure le nombre d'entreprises créées dans le pays. Le TEA est un indicateur et non une mesure d'un fait avéré. Il agrège à la fois des intentions et des réalisations. Le phénomène entrepreneurial est plus large que la seule création qui n'est qu'un reflet de l'esprit d'entreprise. Par ailleurs, le TEA s'intéresse aux personnes en cours de création tandis que les chiffres annuels de l'INSEE donne le reflet exact du nombre d'entreprises créées. On peut être plusieurs à créer une entreprise. Certaines créations d'entreprises sont l'expression d'un acte isolé d'une personne qui crée son propre emploi (on parle dans ce cas de *self employment*). C'est souvent le cas de chômeurs en situation précaire qui décident de créer leur propre activité avec l'aide de certains dispositifs publics. A l'inverse, certaines créations sont le résultat d'une équipe de créateurs. On sait par exemple que les entreprises de haute technologie sont souvent créées par une équipe combinant plusieurs compétences commerciales et techniques. La qualité et le nombre de créateurs sont même considérés par tous les experts en création d'entreprise comme les facteurs clé de succès dans ce type de création. La notion « d'équipe entrepreneuriale » est centrale et signifie que plusieurs personnes peuvent se retrouver dans un processus entrepreneurial qui mène à la création de la même entreprise. Ainsi, un affaiblissement du TEA peut être observé alors même que le nombre d'entreprises créées demeure relativement constant. Cela signifie que le nombre de créateurs peut être en baisse sans que cela n'affecte le nombre de créations d'entreprise. Mais dans un tel cas de figure, cela signifierait une augmentation de la création correspondant au « *self employment* » et une baisse de la création d'entreprises portées par des équipes entrepreneuriales. On retrouve ici l'intérêt de la distinction entre le TEA d'opportunités et le TEA de nécessité.

Ainsi l'évolution du TEA indique non seulement une évolution quantitative de la création mais aussi qualitative (le type d'entreprises créées). C'est ce point qui confère à l'étude GEM une valeur ajoutée comparativement aux autres indicateurs classiques. L'indicateur TEA est construit sur une base déclarative d'intention. En ce sens, il est moins fiable que l'indicateur annuel de la création d'entreprises. Mais il fournit chaque année une estimation de l'esprit d'entreprise du pays. Il donne une estimation du nombre de personnes qui se déclarent en situation de création.

Ainsi, si l'on analyse le TEA sur les 5 dernières années (cf. tableau 2), trois périodes apparaissent assez nettement. La période 2000-2001 correspond à l'euphorie de l'Internet et à la frénésie de créations de start-up. La période 2002-2003 correspond aux contre effets de la bulle Internet. Enfin, l'année 2004 semble indiquer un renouveau de l'esprit d'entreprise, vraisemblablement sous l'effet positif de la Loi Dutreil. Sur le plan de sa place relative, jamais la France n'a occupé une position aussi favorable vis-à-vis des autres pays, même si nous devons rester modestes puisque la France n'occupe que la 17^{ème} position sur 34 pays. Cela situe la France en milieu de tableau alors que jusqu'à présent elle occupait souvent les dernières places, voire la toute dernière comme l'année 2003. Il est encore trop tôt pour diagnostiquer un changement profond dans les mentalités françaises d'autant que les experts interrogés signalent encore bien des lacunes. Mais les résultats du TEA 2004 indiquent une remontée substantielle qui laisse

augurer un changement de tendance. Cette hausse de créations d'entreprises marque-t-elle enfin l'entrée de la France dans un *modèle entrepreneurial* ? Ou bien s'agit-il d'une sortie du *modèle salarial* où un nombre croissant de personnes chercherait une plus grande indépendance en créant leur propre entreprise ? L'impact en termes de créations d'emplois n'est pas le même selon que l'on crée une entreprise pour soi ou à l'inverse dans une perspective de développement. Certains éléments doivent nous amener à relativiser les bonnes performances affichées en matière de création d'entreprises.

En effet, depuis 2002 et surtout en 2003, on constate que le nombre de créateurs aidés s'est fortement accru. Ainsi selon Christian Rieg (2004), le spécialiste de la création d'entreprise de l'INSEE, ce sont 40 700 créateurs d'entreprises qui ont bénéficié de l'ACCRE (Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'Entreprises) sur la période de janvier à novembre 2003. Or, en 2002, « un créateur sur trois était déjà au chômage au moment de la création et un chômeur sur deux avait bénéficié de l'ACCRE lorsqu'il a créé son entreprise » (Rieg, 2004, p. 4). Il semble donc que le nombre de chômeurs créateurs soit en hausse très sensible. Ce résultat est porteur d'espérance car « être entrepreneur de son propre emploi » est déjà en soi un résultat encourageant et constitue un signe annonciateur d'un changement de mentalité au sein d'une société française qui n'a pas toujours valorisé ce type de démarche. Elle permet surtout à nos yeux de positiver l'image du chômeur qui n'est plus un simple demandeur d'emploi mais peut devenir par sa démarche entrepreneuriale un offreur de services ou d'activités. En ce sens, cette tendance, si elle se poursuit dans les années à venir, sera le signe d'un changement profond des mentalités françaises. Mais elle ne suffira pas à faire de la création d'entreprise le levier d'action pour la création d'emplois. Ce type d'entreprise correspond davantage à l'auto-emploi ou au *self employment* qu'à la création d'une entreprise innovante. « Un créateur sur deux souhaite avant tout assurer son propre emploi et, six mois après avoir été créés, trois entreprises sur quatre n'ont aucun salarié ». (Rieg, 2003, p. 1).

Ainsi, le dispositif d'aide à la création d'entreprise a stimulé en 2002 le nombre de créations d'entreprises mais n'a pas compensé la baisse du nombre de créateurs effectifs et potentiels. Ce qui importe c'est aussi la création d'entreprises innovantes et à forte valeur ajoutée. Ce sont ces entreprises qui offrent les meilleures perspectives d'emplois, surtout pour les emplois qualifiés. Or, en 2002, l'INSEE constate une baisse des créations d'entreprises dans les secteurs innovants : « En 2002, le nombre de créations pures dans ces secteurs (technologies de l'information et de la communication, produits pharmaceutiques, biotechnologie et nouveaux matériaux...) a fortement baissé par rapport à l'année 2001 (- 6,16%) et davantage encore par rapport à l'année 2000 (- 26%), année où le nombre d'entreprises innovantes créées a été le plus élevé » (Rieg, 2003, p. 3). Cette baisse sensible du nombre d'entreprises innovantes a un impact démultiplié sur le nombre de créateurs car en général ce type d'entreprise est engendré par des équipes et plus rarement par des personnes isolées. Elle a aussi un impact sur la création d'emplois qui découlent de la création d'entreprise.

Ainsi les périodes 2002 et 2003 voient diminuer les entreprises innovantes et augmenter le nombre de chômeurs créateurs. Ces deux effets cumulés permettent en grande partie d'expliquer l'affaiblissement du TEA sur ces deux années.

L'année 2004 renoue avec un TEA honorable – 6,0 - comparativement aux autres pays de l'étude. On peut même constater que pour la première fois depuis les débuts de GEM, la France dépasse, à l'exception du Royaume-Uni [TEA : 6,3], la plupart de ses principaux partenaires économiques (Allemagne [TEA : 4,5], Italie [TEA : 4,3] et Espagne [TEA : 5,2]). Dans une économie de plus en plus mondialisée, où l'échelon européen est souvent l'espace naturel pour inscrire les stratégies d'entreprise et le cadre pertinent pour définir les politiques publiques, il est important de relativiser les performances entrepreneuriales de la France vis-à-vis de ses principaux voisins, lesquels contribuent aussi aux principaux échanges sur le plan extérieur. Commentant les chiffres de la création d'entreprises de l'année 2001, François Hurel, délégué général de l'APCE déclarait dans l'Express : « Ces chiffres ne sont pas très brillants. Les pesanteurs administratives et les obstacles financiers font de la France un mauvais entrepreneur européen. Nous devrions avoir au moins 100 000 créations de plus chaque année. »¹. Trois ans plus tard, les dispositifs mis en place dans le cadre de la Loi pour l'Initiative Economique semblent produire leurs effets sur la création d'entreprise.

1 Nouzille, V. (2002), Dur, dur de devenir patron, *L'Express*, 31 janvier 2002, pp. 120-121

Tableau 3 - Comparaison du TEA français avec ses principaux partenaires européens

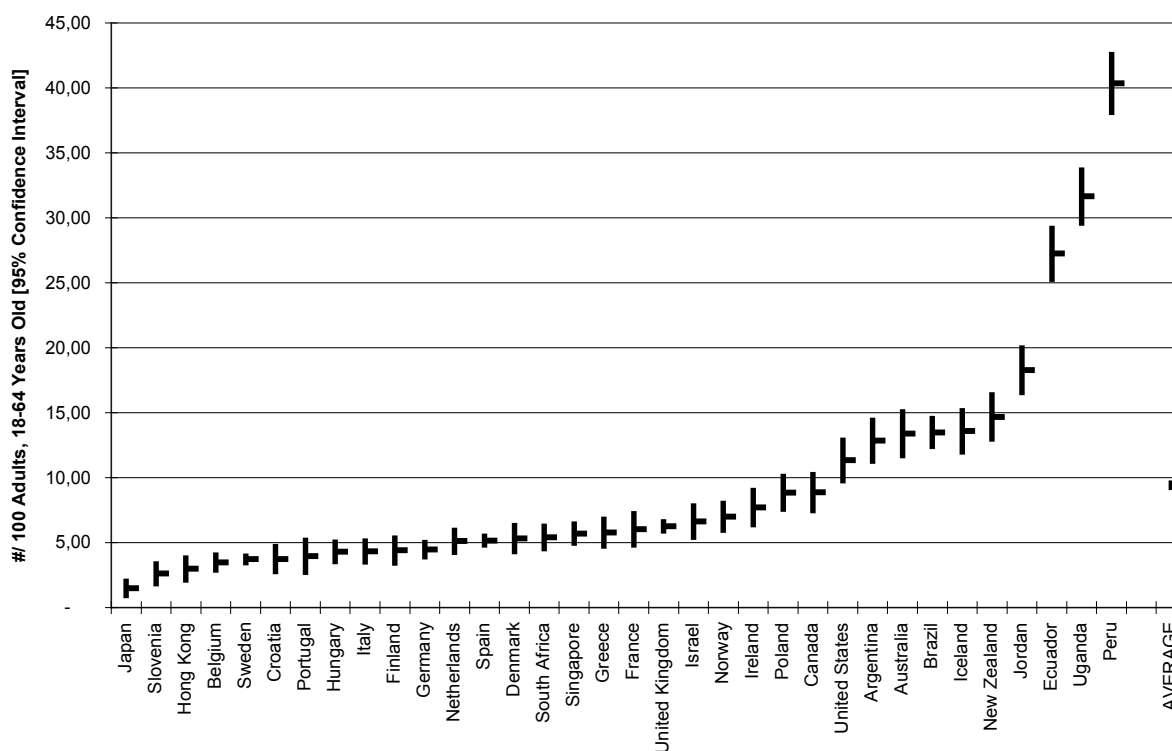
	Allemagne	Espagne	Italie	Royaume-Uni	France (classement)
TEA 2000	7,5	6,9	7,3	6,9	5,3 (5 ^{ème})
TEA 2001	8,0	8,2	10,2	7,8	7,2 (5 ^{ème})
TEA 2002	5,2	4,6	5,9	5,4	3,2 (5 ^{ème})
TEA 2003	5,2	6,8	3,2	6,4	1,6 (5 ^{ème})
TEA 2004	4,5	5,2	4,3	6,3	6,0 (2 ^{nde})

L'entrepreneuriat n'est pas encore un phénomène stable en France. Les facteurs psychologiques semblent exercer une influence plus forte dans notre pays que dans un grand nombre d'autres pays. Peut-être parce que l'engagement dans la voie de la création d'entreprise est encore loin d'apparaître comme une solution naturelle.

Niveau d'activité entrepreneuriale en France

Figure 1 TEA par pays

Total Entrepreneurial Activity [TEA Prevalence] 2004: By Country



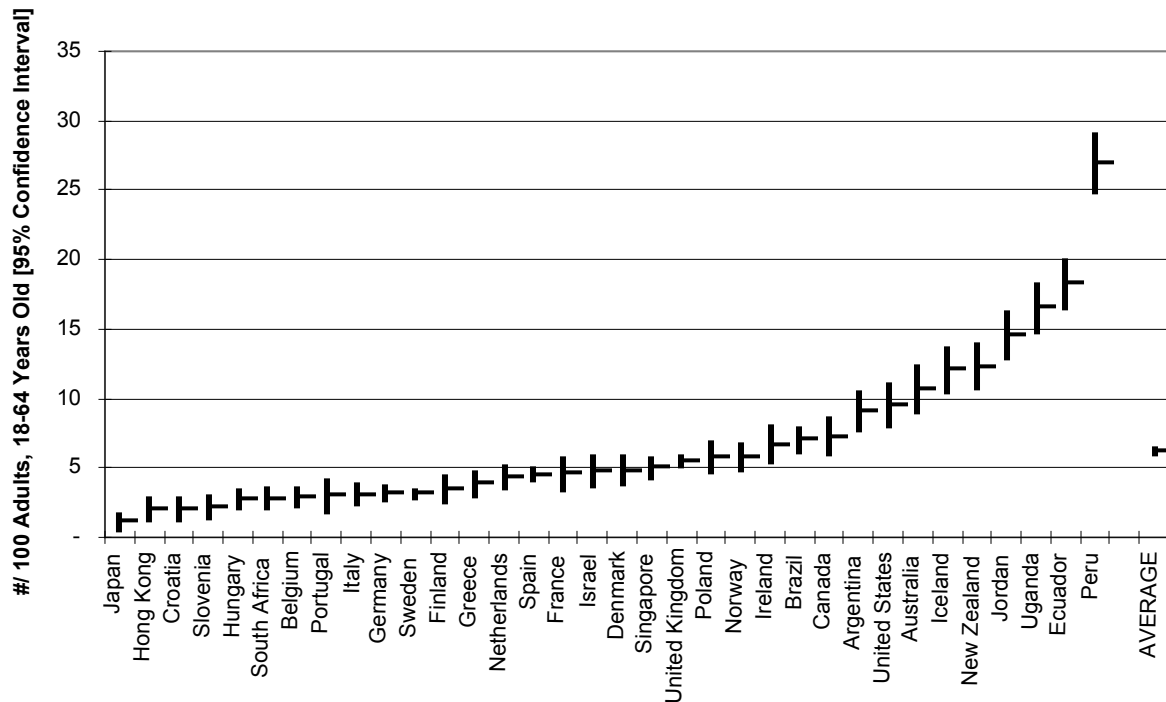
Pour la première fois depuis l'existence de l'étude GEM, la France se positionne en 17^{ème} position, occupant ainsi les avant-postes des principaux pays européens. Classée en milieu de tableau, cette position fait sortir la France de son habituelle place de retardataire (la France occupait la dernière place en 2003). Le classement mondial peut se subdiviser en quatre groupes de pays.

- Tout d'abord, les pays dont le TEA dépasse les 15 %. On retrouve le Pérou, l'Ouganda, l'Equateur, la Jordanie. Ces quatre pays présentent des TEA disproportionnés eu égard aux performances habituellement observées dans les études GEM. Ces pays ont un point commun : ce sont des pays en voie de développement. Le Pérou, avec un TEA de près de 40% montre à quel point dans les pays à faible niveau de développement, l'entrepreneuriat apparaît comme le seul antidote à la pauvreté. Nous sommes ici dans le cas de pays où le poids de l'économie informelle est relativement élevé. Les nombreux travaux qui portent sur les spécificités de l'entrepreneuriat dans ces pays évoquent l'existence d'un entrepreneuriat informel et traditionnel souvent ancré dans des logiques collectives de familles élargies (Hernandez, 1997 ; Torrès, 2001). Cette dimension collective permet d'expliquer les scores de TEA très élevés puisque l'on mesure non pas le nombre de créations d'entreprises mais le nombre de créateurs, ce qui peut s'avérer dans le cas de certains types de créations (entreprises innovantes) ou de certains contextes culturels très différents. Mais on aurait tort d'associer ces performances uniquement à de l'entrepreneuriat de nécessité, même si les scores de ce type de TEA sont parmi les plus forts. En fait l'entrepreneuriat dans les pays en voie de développement concilie de forts scores tant en matière d'entrepreneuriat de nécessité que d'entrepreneuriat d'opportunités.
- Puis, nous avons le groupe des pays dont le TEA est compris entre 10 et 15%. Il s'agit de la Nouvelle-Zélande, de l'Islande, du Brésil, de l'Australie, de l'Argentine et des Etats-Unis. Curieusement, un grand nombre de ces pays appartiennent au groupe de Cairns, du nom de cette ville d'Australie où en 1986, plusieurs pays, notamment du nouveau monde, se sont regroupés pour faire pression contre les politiques européennes et américaines de défense de l'agriculture qui faussent les mécanismes d'échange. Ces pays (Nouvelle-Zélande, Brésil, Australie, Argentine) affichent une forte vitalité entrepreneuriale.
- Le groupe des pays dont le TEA est compris entre 10 et 5. Ce sont le Canada, la Pologne, l'Irlande, la Norvège, Israël, le Royaume-Uni, la France, la Grèce, Singapour, l'Afrique du sud, le Danemark et l'Espagne. Ce groupe se caractérise par un grand nombre de pays européens à la fois du nord (Norvège Danemark...) et du sud (Grèce, Espagne...). Il constitue également un groupe relativement homogène sur le plan économique et politique.
- Le quatrième et dernier groupe de pays rassemble ceux dont le TEA est inférieur à 5. Il s'agit des Pays-Bas, de l'Allemagne, de la Finlande, l'Italie, la Hongrie, le Portugal, la Croatie, la Suède, la Belgique, Hong-Kong, la Slovénie et le Japon. On remarquera que le Japon occupe très souvent la dernière place des enquêtes GEM. Le classement 2004 n'est donc pas une surprise pour ce pays où l'esprit entrepreneurial est assez faible mais où l'intervention de l'Etat est relativement importante. Ce groupe est également dominé par une forte présence des pays européens.

Finalement, à l'exception de l'Islande, qui est un petit pays où l'esprit d'entreprise répond aux nécessités vitales d'une économie insulaire, la plupart des pays européens se situe dans la seconde moitié des pays étudiés. L'Europe n'apparaît pas comme une région propice à l'esprit entrepreneurial. En 2004, la France se classe 6^{ème} au sein des pays d'Europe, ce qui est une des meilleures performances depuis les débuts de l'enquête GEM. Parmi les pays européens, quatre peuvent être considérés comme des pays en transition : la Pologne, la Hongrie, la Croatie et la Slovénie. Nous savons que dans les pays en transition, le phénomène de la création d'entreprise est crucial et riche d'enseignements (rôle moteur dans la croissance, hausse de la productivité, restructuration du marché de l'emploi, consolidation de la démocratie et apparition d'une classe moyenne...) (Duchêne et Rusin, 2001). Néanmoins, force est de constater qu'à l'exception de la Pologne, les autres pays en transition se situent plutôt en fin de classement.

Figure 2 TEA d'opportunités par pays

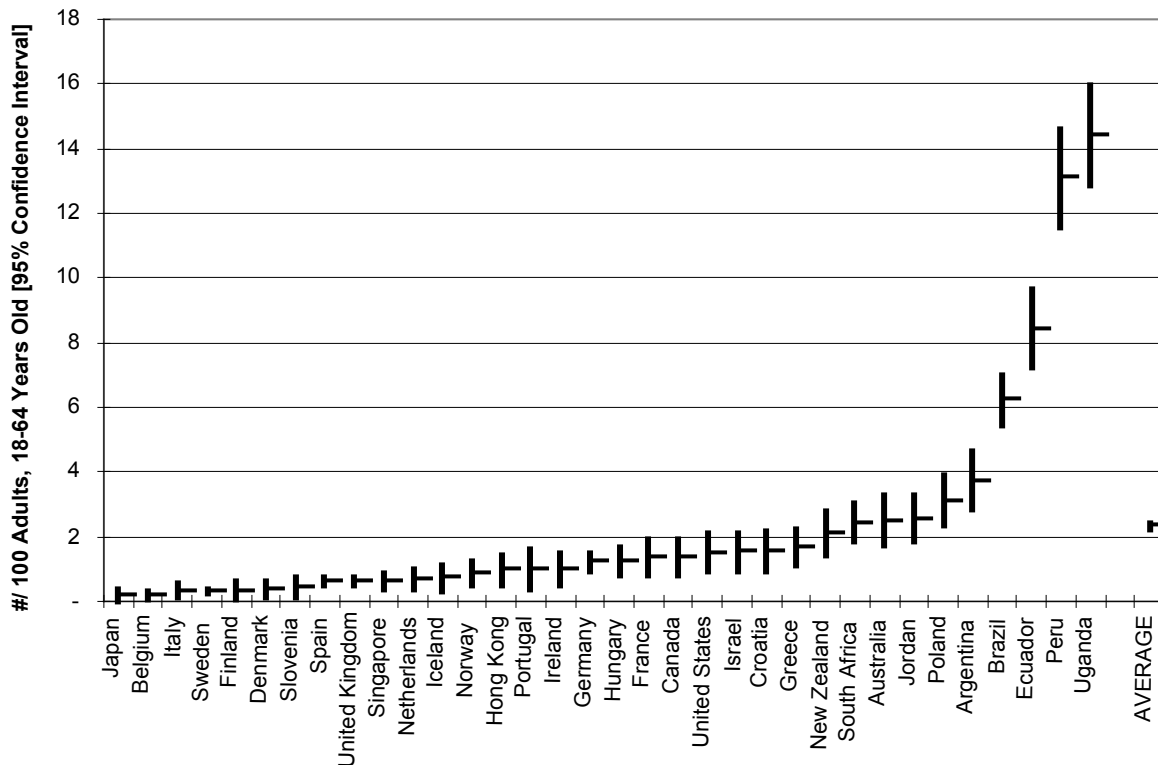
Opportunity Entrepreneurial Activity 2004: By Country



Avec un TEA d'opportunités de 4,55, la France se positionne en 19ème position sur les 34 pays. Comparativement à ses principaux partenaires européens, elle devance l'Espagne (4,53), l'Allemagne (3,13) et l'Italie (3,08). Seule, l'Angleterre fait nettement mieux avec un TEA d'opportunités de 5,49. Parmi les pays présentant les plus forts TEA, on trouve d'abord les principaux pays en voie de développement (Pérou, 26,92 ; Equateur, 18,24 ; Ouganda, 16,52 ; Jordanie, 14,43), puis les pays du « nouveau monde » (Nouvelle Zélande, 12,31 ; Australie, 10,65 ; Etats-Unis, 9,53 ; Argentine, 9,08 ; Canada, 7,27). Sur le plan européen, l'Islande (12,04) se détache nettement de l'ensemble des autres pays. On retrouve ensuite l'Irlande (6,64), la Norvège (5,76) et la Pologne (5,71) en tête de classement tandis que le Portugal (2,96), la Belgique (2,9), la Hongrie (2,75), la Slovénie (2,17) et surtout la Croatie (2,04) sont les pays européens où le TEA d'opportunité est le plus faible. La dernière place est occupée par le Japon, pays traditionnellement mal classé dans les études GEM.

Figure 3 TEA de nécessité par pays

Necessity Entrepreneurial Activity 2004: By Country



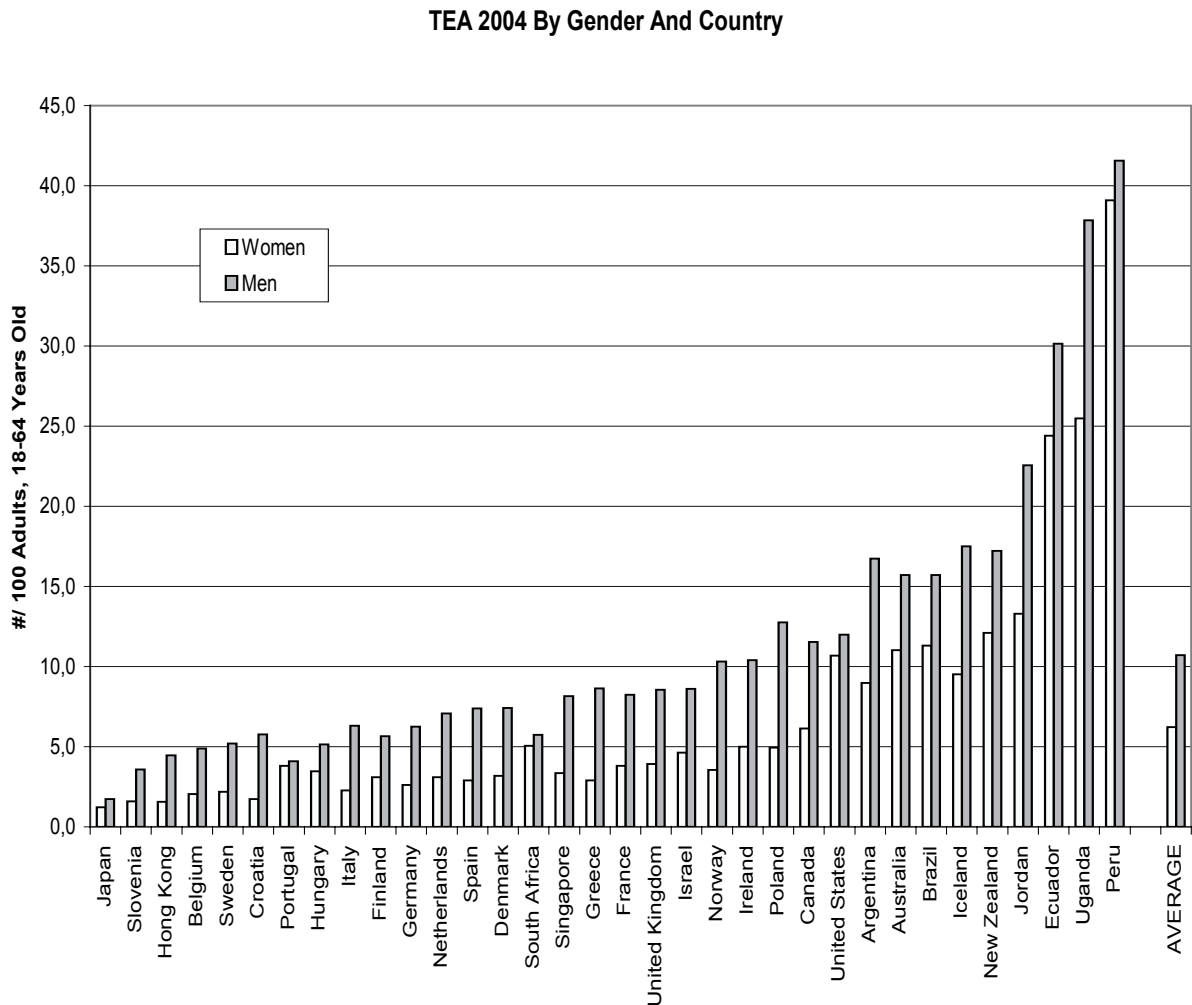
Concernant le TEA de nécessité, le contraste entre les pays en voie de développement et les autres pays est encore plus fort. Une fois de plus, ce sont l'Ouganda (14,4), le Pérou (13,09), l'Equateur (8,44) puis le Brésil (6,22) et l'Argentine (3,72) qui occupent les premières places. La France occupe la 16^{ème} place avec un TEA de nécessité de 1,36, légèrement devant l'Allemagne (1,22), le Royaume Uni (0,63), l'Espagne (0,62) et l'Italie (0,33). Le Japon (0,18) et la Belgique (0,19) occupent les dernières places.

On peut remarquer qu'en général un fort TEA d'opportunités est corrélé à un fort TEA de nécessité ($r = 0,8$). Ainsi, il serait réducteur de penser que les pays à faible revenu sont caractérisés par un fort TEA de nécessité et que les pays les plus riches se caractérisent par un fort TEA d'opportunités.

En fait, toute la question est de savoir quelle est la valeur de l'emploi qui se cache derrière la création d'activité ou d'entreprise. Nous savons que la pratique de la pluri-activité est très répandue dans les pays les plus pauvres. Ainsi, il n'est pas rare de voir des fonctionnaires de l'Etat occuper des emplois secondaires en marge de leur emploi principal. De même, il n'est pas rare que certains salariés créent une petite entreprise pour compenser la faiblesse de leur salaire. C'est ainsi que le TEA total est très fort dans ces pays. Mais il s'agit souvent de micro-activités qui viennent en marge d'une économie formelle relativement exsangue. Il faut donc relativiser les performances entrepreneuriales des pays car l'impact en termes d'emplois peut être très différent d'un pays à l'autre. L'importance de l'économie informelle doit relativiser les performances et amener à beaucoup de prudence dans l'analyse des résultats.

Disparités Hommes/Femmes

Figure 4 : les TEA masculin et féminin par pays

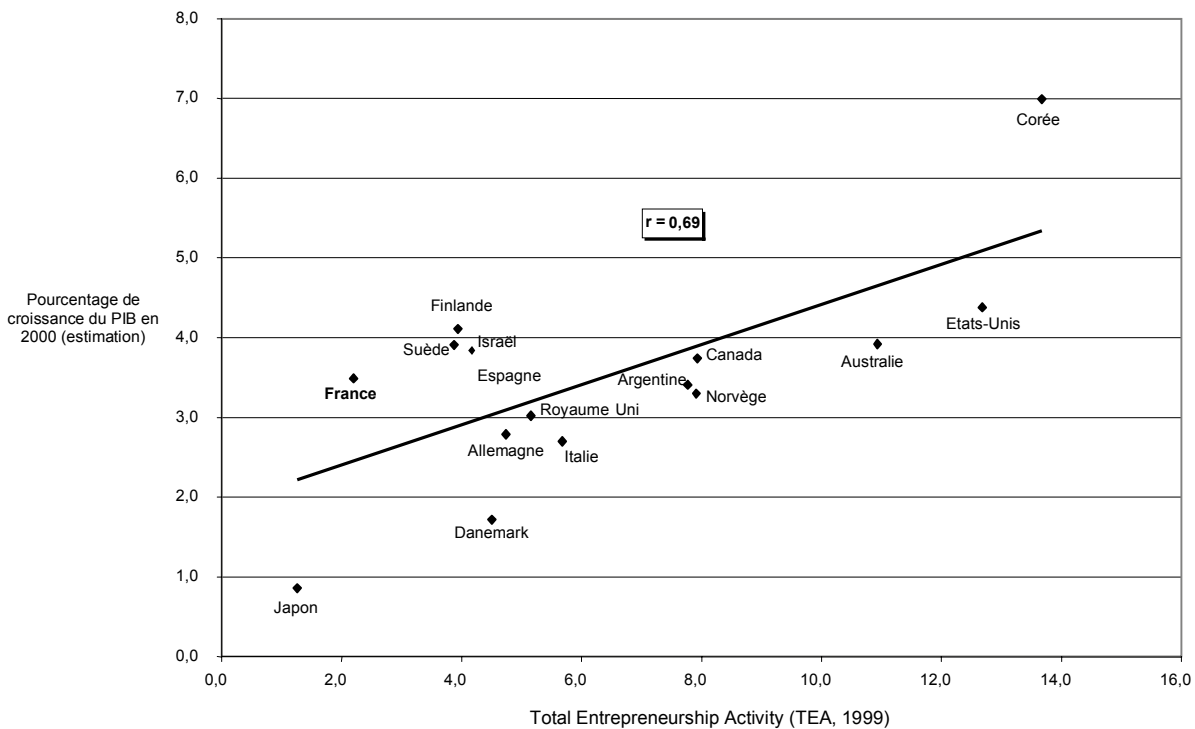


Lorsque l'on compare l'entrepreneuriat Hommes/Femmes, le premier constat est que le TEA masculin est toujours supérieur au TEA féminin, quel que soit le pays. Le test des moyennes indique une différence statistiquement significative. « Les hommes entreprennent davantage que les femmes » semble être une donnée universelle. Est-ce dire que l'entrepreneur est une forme d'engagement essentiellement masculine ? Certainement pas car les deux taux sont fortement corrélés. Autrement dit, dans un pays où le TEA masculin est fort, la probabilité d'avoir un fort TEA féminin est également élevée. Par ailleurs, ce qui est véritablement discriminant, ce sont les différences entre TEA masculin et féminin qui varient plus ou moins fortement selon les pays. Pour le cas français, la différence est élevée (TEA masculin 8,3 ; TEA féminin 3,8) et l'a toujours été depuis les premières études de GEM. Il y a là un sujet de préoccupation qui devrait orienter les pouvoirs publics (Etat, collectivités territoriales) à prendre des mesures spécifiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin français.

Activité entrepreneuriale et niveau de développement économique

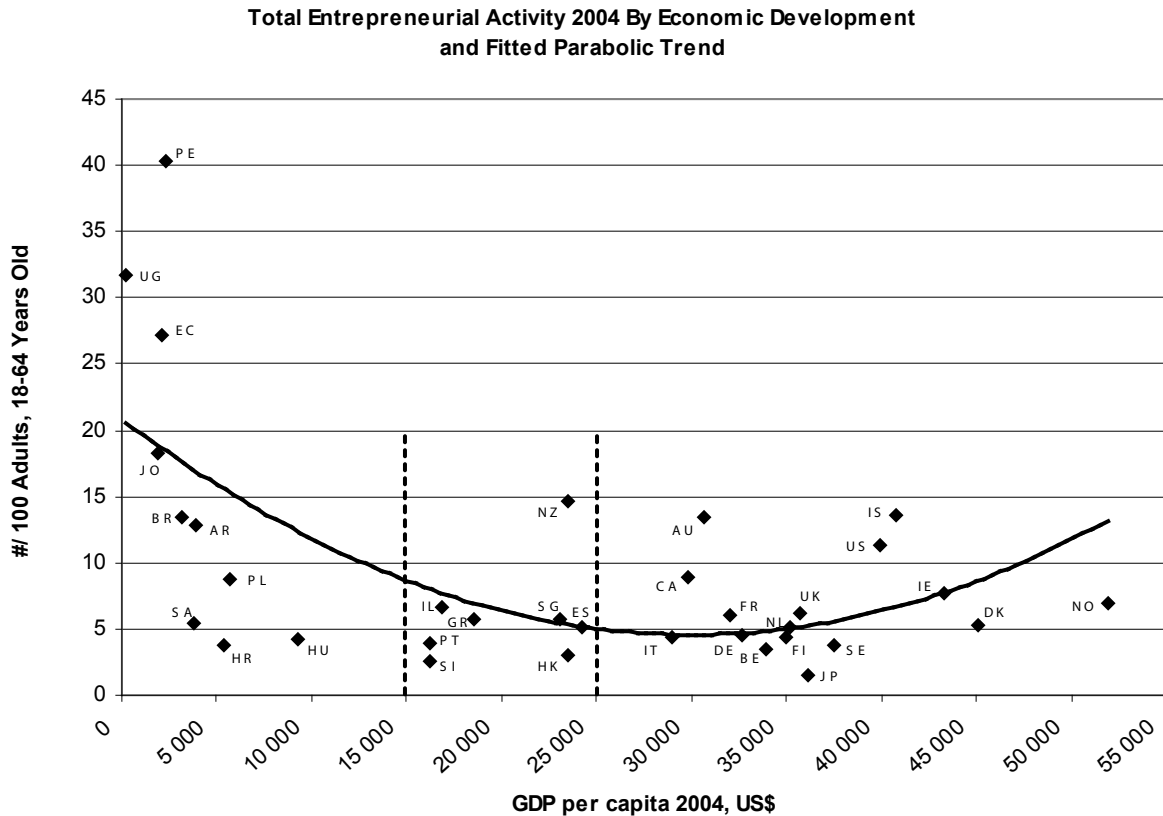
Lors des premières études GEM, il était fréquent de faire apparaître des droites indiquant les fortes corrélations entre l'entrepreneuriat et diverses variables macro-économiques. Ainsi, en 2000, lors du dernier rapport français publié par nos collègues Volery et Servais, on pouvait lire le tableau suivant :

Graphique 1 : Croissance économique et taux d'activité entrepreneuriale en 1999



Comme le montre ce graphique, l'activité entrepreneuriale et la croissance économique sont fortement corrélées – à un niveau de 0.69 – parmi les 16 pays de l'étude. En ne considérant que les pays industrialisés du G7, cette corrélation augmentait à 0.76. Mais il est à remarquer que les pays étaient à l'époque essentiellement des pays présentant un niveau de développement relativement élevé.

Graphique 2 : Croissance économique et taux d'activité entrepreneuriale en 2004

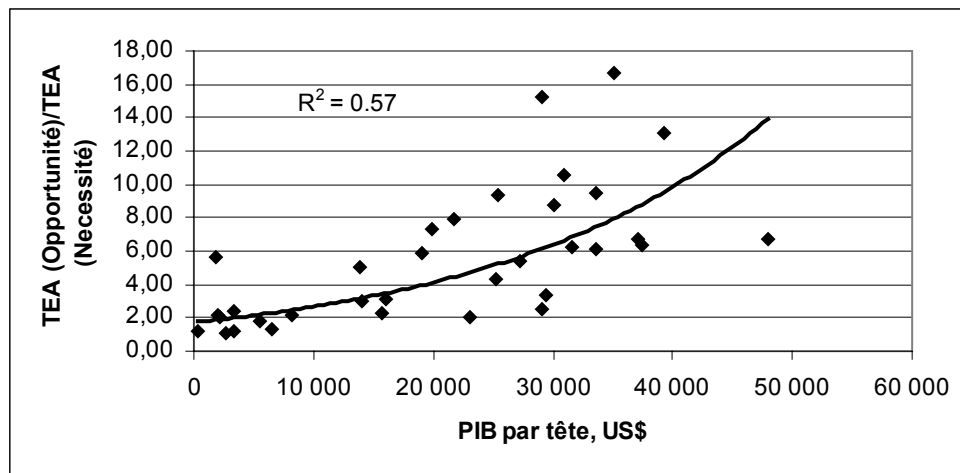


Or, le succès de GEM a élargi considérablement le nombre de pays et par voie de conséquence a introduit une plus forte disparité dans les niveaux de développement. Les résultats obtenus aujourd'hui relativisent ceux d'hier. L'époque n'est plus aux belles corrélations droites et rectilignes mais aux courbes en U qui témoignent du caractère ambivalent de l'esprit d'entreprise dans les pays.

Cette courbe en U est un des résultats les plus significatifs de l'étude GEM. Il aura fallu plusieurs années pour pouvoir mettre en évidence le rôle dual de l'entrepreneuriat sur le niveau de développement d'un pays. Quelques années après la création du consortium, les interrogations à l'égard du rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique et *in fine* son niveau de développement économique ont été affinées. Et les résultats obtenus doivent être relativisés. Cette courbe montre clairement que des pays présentant les niveaux de développement les plus faibles peuvent obtenir des scores élevés en matière de TEA. La courbe fait clairement apparaître du côté gauche les pays les plus pauvres dont le PIB par habitant est le plus faible (moins de 10 000 dollars par an) et à droite les pays dont le PIB par habitant dépasse les 40 000 dollars. Cette courbe met en évidence le clivage entre entrepreneuriat de nécessité et entrepreneuriat d'opportunités. Les enjeux ne sont pas les mêmes et les conséquences en termes d'emplois, d'innovation et de compétitivité sont radicalement opposés.

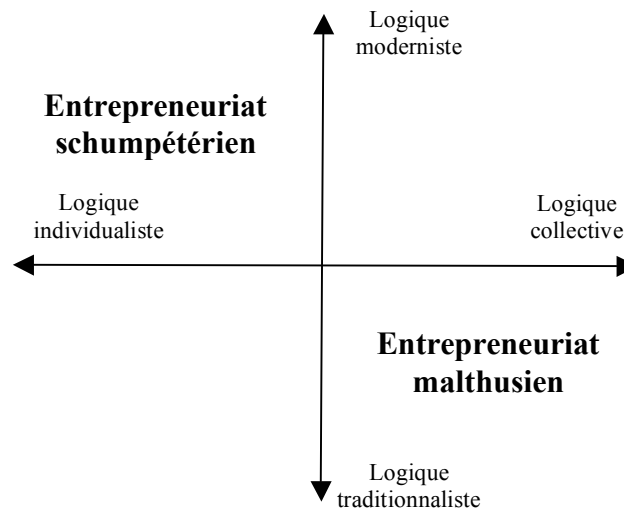
	PIB par habitant Faible	PIB par habitant Moyen	PIB par habitant Fort
Au dessus de la courbe	Pérou (PE) Ouganda (UG) Equateur (EC)	Nouvelle-Zélande (NZ)	Canada (CA) Australie (AU) Islande (IS) Etats-Unis (US)

Sur la courbe	Jordanie (JO) Brésil (BR) Argentine (AR)	Israël (IL) Grèce (GR) Singapour (SG) Espagne (ES)	France (FR) Allemagne (DE) Pays-Bas (NL) Belgique (BE) Royaume-Uni (UK) Finlande (FI) Irlande (IE) Italie (IT)
En dessous de la courbe	Pologne (PO) Afrique du sud (SA) Croatie (HR) Hongrie (HU)	Slovénie (SI) Portugal (PT) Hong-Kong (HK)	Japon (JP) Suède (SE) Danemark (DK) Norvège (NO)



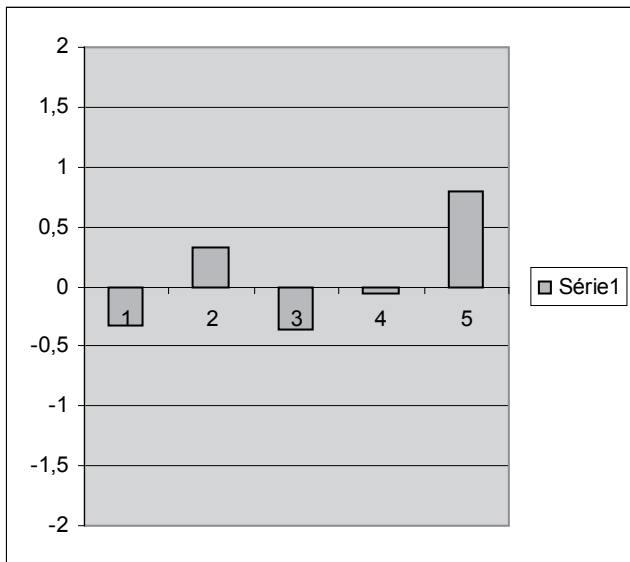
Les tests réalisés dans le cadre des données 2004 de l'enquête GEM révèlent une corrélation assez forte entre le PIB par tête et le taux entre le TEA d'opportunités et le TEA de nécessité. Les pays où le TEA d'opportunités est relativement plus élevé que le TEA de nécessité réalisent les meilleures performances en termes de développement économique. C'est moins le montant des TEA que le différentiel entre TEA d'opportunités et TEA de nécessité qui semble avoir une influence sur le développement économique. Dans de nombreux pays en voie de développement, le TEA de nécessité fait jeu égal avec le TEA d'opportunités. Si le TEA global est fort, il résulte souvent d'un score équilibré entre opportunités et nécessité. En revanche, les pays les plus riches, l'entrepreneuriat est dominé par la saisie d'opportunités. L'entrepreneuriat de nécessité reste souvent marginal. Ceci signifie que les différentes formes d'entrepreneuriat n'ont pas le même impact sur la croissance et le développement d'un pays. La seule prise en compte du TEA global est donc très imparfaite. Le principal apport de ce résultat est de relativiser le poids et l'importance de l'entrepreneuriat dans les économies. Seul l'entrepreneuriat d'opportunités semble véritablement le moteur de l'expansion économique. On peut même suggérer que le TEA de nécessité est une résultante des économies en voie de développement dont les conditions sociales difficiles impulsent un entrepreneuriat de survie. L'image de l'entrepreneur schumpétérien doit donc se doubler de celle d'un entrepreneur informel où la débrouille se substitue à l'innovation, où l'esprit d'initiative se fonde dans une logique plus collective qu'individuelle. Le fort TEA global dans ces pays confirme l'existence d'un grand nombre d'entrepreneurs mais dont les faibles moyens ne permettent pas de soutenir l'économie. Comme le montre Hernandez dans ses travaux, l'entrepreneur informel, c'est la devise « l'union fait la force » ou « marche ou crève ». Dans ces pays, soumis à la loi de l'informalité de l'économie, les économies subissent des sur-coûts de transaction, une altération des droits de propriétés et des coûts d'agence élevés.

Au côté de l'*entrepreneuriat schumpétérien* qui valorise l'innovation et magnifie le culte de l'individu, pour des raisons qui tiennent à l'idéologie de libre concurrence, il est possible d'évoquer ce que nous appellerons l'*entrepreneur malthusien* qui s'illustre notamment en Afrique et dans certains pays d'Asie. Ainsi, à la conception individualiste occidentale, on peut opposer un entrepreneuriat plus collectif où les notions de débrouillardise, de besoin de sécurité et d'aptitude à la coopération et à la solidarité se substituent aux traits classiques de l'entrepreneur (innovation, prise de risque, instinct de compétition...). Dans une conception collective de l'entrepreneuriat de nécessité, le besoin de socialisation prime sur le besoin de réalisation et la sensibilité envers les autres importe davantage que le *need for achievement*. L'entrepreneuriat a même pour fonction de ramener les risques au minimum lorsque la famille et les réseaux sociaux réduisent l'incertitude, inhérente à un environnement politique et juridique instable. L'entrepreneur en tant qu'individu s'affaiblit au profit d'entités plus larges, comme l'entourage familial ou le milieu professionnel, qui exercent des pressions de conformité et de solidarité qui rétroagissent sur les comportements entrepreneuriaux.



■ Les variables-clés qui influencent l'entrepreneuriat français

L'entrepreneuriat féminin



1. Les prestations sociales sont suffisamment nombreuses pour que les femmes puissent sans difficulté assumer simultanément une vie professionnelle et une vie familiale.
2. En France, il est bien accepté qu'une femme choisisse de créer une entreprise.
3. Le contexte français est favorable à ce que les femmes créent leur emploi ou une entreprise.
4. Les opportunités de création d'entreprise se présentent de la même façon aux hommes et aux femmes.
5. En règle générale, les françaises ont les compétences et la motivation nécessaire pour créer une entreprise.

Echelle:
 -2 = pas du tout d'accord
 2 = tout à fait d'accord

L'entrepreneuriat féminin est une des préoccupations les plus discutées dans le champ de l'entrepreneuriat. Nous ne pouvons que nous en réjouir tant l'image de l'entrepreneur schumpétérien reste encore fortement ancrée dans une forme d'héroïsation masculine. La création d'entreprise n'est pas qu'une affaire d'hommes. Dans son discours relatif au respect du principe de laïcité dans la république, le président Jacques Chirac soulignait que « le degré de civilisation d'une société se mesure à la place qu'y occupent les femmes ». Ce dernier ajoutait « qu'en matière de droits des femmes, notre société a encore beaucoup de progrès à faire. La nouvelle frontière de la parité, c'est désormais l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Chacun doit en prendre conscience et agir dans ce sens. »¹. Cette égalité professionnelle à laquelle le président fait écho est au premier chef l'insertion professionnelle et les conditions de travail dans leur ensemble. Nous savons qu'à compétence équivalente, les femmes occupent moins de postes à responsabilités (le fameux 'plafond de verre') et souffrent de salaires plus faibles que ceux des hommes.

Mais il est ici important de souligner aussi la place des femmes dans la création d'entreprise. Les experts nous rappellent que les françaises présentent des profils de compétences entrepreneuriales relativement adaptées à la création d'entreprise. De même, ils considèrent qu'en France, il est tout à fait admis qu'une femme soit chef d'entreprise. En revanche, ils soulignent les difficultés supplémentaires auxquelles sont confrontées les femmes en France dès lors qu'elles décident de s'engager dans l'aventure entrepreneuriale. D'une part, ils considèrent que les prestations sociales ne permettent pas aux femmes de concilier vie professionnelle et vie familiale. Ce facteur ne doit pas être vu comme un point négatif. Selon Hurel et Danmanville (2000 : 13), de nombreuses femmes décident de créer leur propre entreprise pour pouvoir précisément « concilier vie professionnelle et vie familiale. Leur motivation tient à la fois du désir d'être indépendante mais aussi, fait nouveau, de l'aspiration à une meilleure 'qualité de vie' ». La création d'entreprise devient même un acte de « libération par rapport aux contraintes temporelles en vigueur dans les entreprises. La création d'une entreprise offre une réelle flexibilité dans l'organisation du travail, surtout si l'entreprise est proche ou même intégrée au domicile »². Toutefois, cette vision semble idyllique tant il est parfois difficile de concilier l'agenda souvent chaotique du chef d'entreprise avec le rythme régulier de la vie de famille. Ceci fait que de manière générale, « les femmes entrepreneurs sont très sensibles à la problématique du temps : temps professionnel dans l'entreprise, temps avec la famille, temps pour soi » (Duchéneaut et Orhan, 2000 : 221). A ces considérations qui relèvent de la psychologie sociale, s'ajoutent des facteurs d'ordre culturel. Selon les experts, le

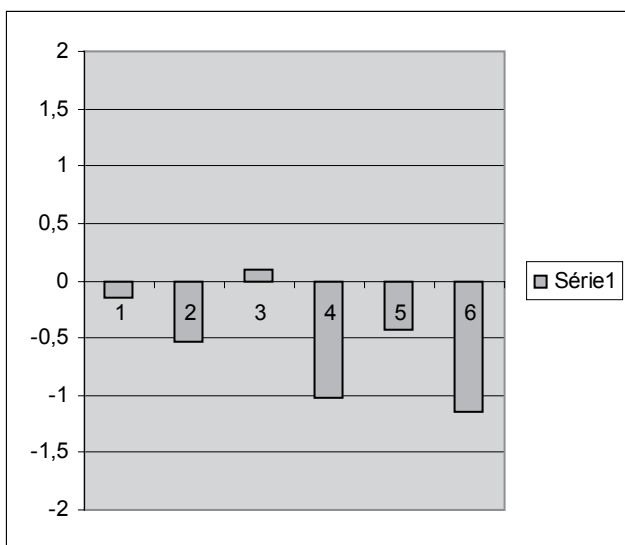
1 Discours prononcé par Monsieur Jacques Chirac, Président de la République, relatif au respect du principe de laïcité dans la République, mercredi 17 décembre 2003.

2 Hurel F. et P. Danmanville, « Les femmes et la création d'entreprise », APCE, Coll. Focus, 2001, 18p.

contexte français semble plutôt défavorable à l'entrepreneuriat féminin comme en atteste la réponse à la question 3 tout comme les opportunités de création ne se présentent pas de manière aussi propices aux femmes qu'aux hommes (question 4). On retrouve ici une des recommandations du livre blanc en faveur de l'entrepreneuriat féminin (Latouche et Béthoux, 2002) qui préconise une meilleure reconnaissance de l'entrepreneuriat féminin « en agissant en direction du grand public pour valoriser l'image de la femme qui entreprend, qui crée des richesses et des emplois. L'entrepreneuriat doit être perçu comme un modèle attractif et accessible »¹.

Il est à noter que l'écart entre le TEA masculin et féminin est un phénomène universel, qui touche autant les pays du nord que du sud, de l'est que de l'ouest. Aucun des 34 pays de l'étude GEM ne présente un TEA féminin supérieur au TEA masculin. L'image de l'entrepreneur est très majoritairement celle d'un homme même si cet écart relatif est plus ou moins fort d'un pays à l'autre (pratiquement la parité au Pérou, au Portugal et aux Etats-Unis, l'écart est le plus fort en Croatie, en Grèce et en Norvège. La France occupe une position médiane avec un TEA féminin de 3,8 et un TEA masculin de 8,3, soit un écart de plus du double. Des efforts doivent être entrepris dans la voie d'une meilleure reconnaissance de l'entrepreneuriat féminin dans notre pays. Il y a là, à notre avis, une véritable réserve mal exploitée.

Le financement de la création d'entreprise.



1. Il y a suffisamment de fonds propres disponibles pour les entreprises nouvelles et/ou en croissance.
2. Il y a suffisamment d'accès au crédit pour les entreprises nouvelles et en croissance.
3. Il y a suffisamment d'aides publiques pour les entreprises nouvelles et en croissance.
4. Il y a suffisamment de capital de proximité (*business angels*, famille, autres...) pour financer les entreprises nouvelles et/ou en croissance.
5. Il y a suffisamment de sociétés de capital risque pour financer les entreprises jeunes et/ou en croissance.
6. Il y a suffisamment d'introductions en bourse pour financer les entreprises nouvelles et/ou en croissance.

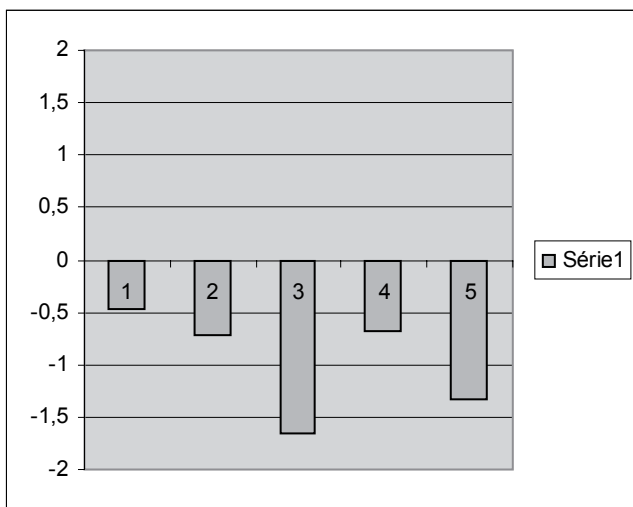
Echelle:
 -2 = pas du tout d'accord
 2 = tout à fait d'accord

Après les freins culturels, l'aspect financier vient en seconde position des problèmes majeurs qui handicapent l'entrepreneuriat en France. Sur de nombreuses dimensions, les experts jugent que la France n'offre pas suffisamment de moyens financiers aux créateurs d'entreprise. La création d'entreprise se nourrit de plusieurs sources de financement. Parmi les plus usuelles, on trouve les fonds propres apportés par le créateur lui-même, l'endettement auprès des partenaires bancaires et enfin les aides publiques qui constituent souvent un 'coup de pouce' utile en situation de création/démarrage. Sur le plan des aides publiques, les experts sont dans l'ensemble plutôt satisfaits même si l'un d'entre eux souligne que « les aides à la création d'entreprise ne sont pas suffisamment lisibles car trop peu centralisées, ce qui a tendance à favoriser les gros projets au mépris des petits ». En revanche les fonds propres et surtout l'accès au crédit demeurent encore insuffisants. L'accès au crédit est un problème récurrent de la création d'entreprise et plus généralement de la finance des PME. La théorie du rationnement du crédit (Stiglitz et Weiss, 1981) rappelle les difficultés auxquelles sont confrontées les entreprises de plus petite taille. Plusieurs experts regrettent la frilosité du secteur bancaire. Ce qui est ici en cause est moins le comportement des banquiers vis-à-vis du risque que leur méconnaissance de la création d'entreprise et la difficulté d'évaluation des projets en cours de création. « Il est très difficile de trouver des fonds, en particulier des fonds d'amorçage, pour les projets à

1 Fiducial, « Le livre blanc de l'entrepreneuriat féminin – 24 propositions pour un modèle français », janvier 2002, 63p.

fort potentiel car le retour sur investissement est très long ». De même, l'accès aux marchés des capitaux est aussi une difficulté pour les entreprises de faible dimension. Les introductions en bourse sont trop rares et constituent le mode de financement qui pose le plus de difficultés en France selon les experts. Le capital-risque quant à lui est considéré comme insuffisant, tout comme le capital de proximité (*love money*). Marchés des capitaux, capital-risque, capital de proximité sont les sources de financement pour lesquelles les experts sont les plus sévères. Cela indique-t-il l'absence d'esprit capitaliste dans notre pays ? Il est vrai que l'investissement dans le capital d'une PME n'est pas encore entré dans les mœurs. La récente création de Fonds d'Investissement de Proximité (FIP) permettra-t-elle de combler ces besoins ?

Les normes socio-culturelles



1. La culture française valorise la réussite individuelle quand elle est obtenue par le travail et l'effort personnel.
2. L'autonomie, l'individualisme et l'initiative personnelle sont des attitudes valorisées.
3. La culture française favorise la prise de risque.
4. La culture française favorise la créativité et l'innovation.
5. La culture française pousse les individus à prendre leur destin en main.

Echelle:

-2 = pas du tout d'accord

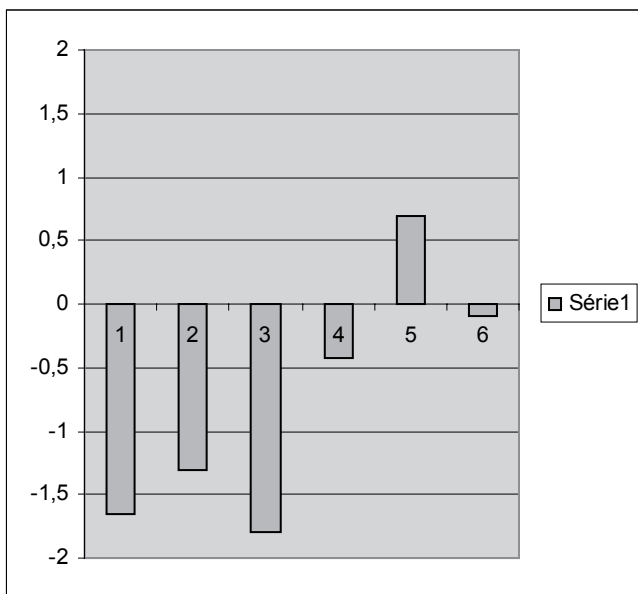
2 = tout à fait d'accord

Dans une enquête réalisée en 2004 par l'institut IPSOS, les trois-quarts des jeunes de 15 à 30 ans déclarent «qu'ils aimeraient travailler dans la fonction publique s'ils en avaient l'opportunité» contre 24% qui se montrent plutôt hostiles à cette idée. A une autre question, 72% des jeunes affirment que l'idéal d'une vie professionnelle est de créer son entreprise et son propre revenu. Il y a là selon Martine Liautaud, « un étrange paradoxe d'un pays où l'on exalte l'acte (entreprendre) pour mieux vilipender le résultat (l'entreprise) »¹. Selon cette femme chef d'entreprise, également présidente du *Stanford Business Club*, « La France sacrifie depuis des siècles à un esprit de système qui l'empêche de penser et de légiférer autrement qu'en termes généraux et abstraits, là où la diversité et le foisonnement inhérent à la nature même de l'entreprise appellent des approches multiples, particulières, contractuelles. Le risque est mal valorisé dans la psyché collective : principe de précaution, préférence pour la garantie de l'emploi et les protections statutaires, intangibilité de l'avantage acquis, caractère infamant de l'échec... ». Si ce portrait au vitriol de la culture française à l'égard de l'entreprise peut paraître sans concession, il n'en demeure pas moins proche de l'avis des experts interrogés par l'enquête GEM. La culture est de très loin le premier facteur qui limite l'esprit entrepreneurial français. D'après la quasi-totalité des experts, la France apparaît comme un pays réfractaire à la culture entrepreneuriale. Les carences sont générales. Tous les indicateurs culturels sont négatifs : ni l'autonomie, ni la réussite, ni la créativité et l'innovation et encore moins la prise de risque et la capacité de prendre en main sa propre destinée ne sont valorisées en France. Ces résultats ne font que conforter d'autres enquêtes et études qui vont la plupart du temps dans le même sens. Il n'est pas le lieu dans ce rapport d'approfondir les raisons de cet état de fait. De nombreux facteurs d'ordres culturel, religieux, sociologique, géographique jouent simultanément. De nombreux experts mettent en relief l'héritage judéo-chrétien comme facteur négatif à l'égard de l'entrepreneuriat. D'autres regrettent l'absence d'une pédagogie du risque et de l'initiative. Nous retraçons volontairement plusieurs déclarations pour que le lecteur de ce rapport puisse avoir un aperçu de la diversité des réponses mais aussi de l'unanimité du diagnostic : « beaucoup de français méconnaissent la création d'entreprise et ont peu de contacts directs avec les entrepreneurs ». « la génération du baby-boom a été formée par un système éducatif élitiste et tourné vers les

1 Liautaud M, « Je voudrais être entrepreneur, mais je choisis la fonction publique », *La Tribune*, 30 Août 2004.

grands groupes ». « Les syndicats et particulièrement le MEDEF se plaignent toujours et cela démotive les gens ». « Les français sont culturellement tournés vers le salariat. Le droit à l'erreur n'existe pas et le risque fait peur ». « L'entrepreneur n'est pas reconnu socialement, jouit d'une mauvaise image, son honnêteté est toujours remise en cause ». « La culture française ne favorise pas la création d'entreprise car les français ont peur de l'échec qui est socialement mal accepté. Ils se tournent plus facilement vers le salariat où les risques personnels sont moindres. En outre, la mauvaise image du MEDEF et des grands patrons en général a un impact sur celle des entrepreneurs ». « En France, le prix doit être justifié par le travail et non pas par le besoin des clients. La France n'est culturellement pas un pays de vendeur, les gens sont essentiellement tournés vers les savoirs techniques, considérés comme plus nobles ». « La culture économique française est attachée à la notion de patrimoine foncier (immobilier). Un investissement dans une création d'entreprise paraît trop immatériel et des garanties foncières sont toujours exigées. La valeur essentielle est « la pierre » dans notre culture latine ». « Les valeurs judéo-chrétiennes (culpabilisation, charité...) favorisent la sanction de la faute plutôt que la récompense de ce qui est fait (culture protestante). De même, face aux difficultés, on préfère créer des organismes publics plutôt que de laisser aux initiatives privées le soin d'apporter des solutions ». Ce sont ces freins que les mesures en faveur de l'enseignement de l'entrepreneuriat visent à corriger. La culture ne se change pas par décret. Son évolution résulte de micro-changements qui doivent d'abord concerner les attitudes et les comportements. C'est certainement à l'école en particulier et dans les systèmes éducatifs en général que les enjeux sont les plus grands.

Le système éducatif et l'entrepreneuriat



1. L'enseignement primaire et secondaire encourage la créativité, l'esprit d'initiative et l'autonomie des élèves.
2. L'enseignement primaire et secondaire dispense les notions nécessaires à la bonne compréhension de l'environnement économique.
3. Les élèves de l'enseignement primaire et secondaire sont suffisamment sensibilisés à la création d'entreprise et à l'entrepreneuriat.
4. Les établissements d'enseignement supérieur offrent un nombre suffisant de formations à la création d'entreprise et à l'entrepreneuriat.
5. Dans l'ensemble, les formations à la gestion et aux affaires sont d'un très bon niveau.
6. La formation permanente et les formations professionnelles fournissent une bonne préparation à la création de son propre emploi.

Echelle:
 -2 = pas du tout d'accord
 2 = tout à fait d'accord

Le système éducatif français est aujourd'hui encore un modèle pour un grand nombre de pays étrangers. De nombreux analystes reconnaissent que si le travailleur français présente une meilleure productivité que la plupart de ses voisins européens, c'est en raison d'une très bonne formation générale acquise tout au long de son éducation dans nos systèmes scolaires. Les lycées français à l'étranger sont toujours aussi prisés et attirent encore de nombreuses élites. Ceci étant dit, notre système éducatif présente aussi des lacunes, notamment en matière d'entrepreneuriat. Une assez forte convergence d'opinions transparait dans les réponses des experts. Le système éducatif, surtout primaire et secondaire, ne valorise pas assez l'esprit de créativité et d'initiative. Les raisons sont multiples. Tout d'abord soulignons l'absence de connaissance, voire pour certains une forme d'hostilité à l'égard de l'entreprise. Plusieurs commentaires vont en ce sens : « Le système éducatif et les enseignants méconnaissent

le monde de l'entreprise ». « La culture française et particulièrement celle transmise par l'Education Nationale est défavorable à l'entreprise, les professeurs sont idéologiquement contre le monde de l'entreprise ». « L'entreprise doit être démystifiée ». Pour d'autres, l'enseignement français demeure fortement imprégné par une culture salariale : « L'enseignement est surtout axé vers le salariat et la grande entreprise ». Enfin, nombreux sont ceux qui préconisent une sensibilisation précoce dans le système éducatif : « l'apprentissage du monde de l'entreprise et la sensibilisation à l'entrepreneuriat sont effectués trop tardivement par le système éducatif français ». « Il faut introduire l'entrepreneuriat au collège car c'est le moment où les jeunes commencent à travailler. Il ne faut pas être élitiste et ne former que des bacs +5 ». « L'entrepreneuriat devrait être enseigné en amont du bac. L'école a un rôle majeur dans le développement de l'esprit entrepreneurial ». L'un d'entre eux recommande même que l'enseignement de l'entrepreneuriat à l'école puisse « être étendu à toutes les formations ». Mais un autre, plus prudent souligne « qu'il faut être franc et parler honnêtement de la création d'entreprise. Tout le monde n'a pas les capacités de créer une entreprise ». Si les experts soulignent l'importance de la sensibilisation à l'entrepreneuriat, il devient plus difficile d'en extraire une méthode unique. L'un d'entre eux évoque toutefois les programmes : « Il faut approfondir l'apprentissage de l'entreprise dans les manuels et les programmes scolaires ». A cet égard, une étude de l'Observatoire des PME (OSEO-Services) sur les connaissances de l'entreprise en collèges et lycées révèle que « l'approche, la découverte et l'explication de l'entreprise sont peu présentes dans les programmes et les enseignements ». En fait, ce sont peut-être moins les contenus que les méthodes d'acquisition des connaissances qu'il faut changer. Un expert note que « le système éducatif ne laisse pas se développer l'initiative, la créativité et l'imagination des élèves alors que l'entrepreneuriat nécessite du rêve et l'exercice d'un raisonnement analogique ». Un autre ajoute : « Le système éducatif devrait pousser les élèves à chercher des solutions créatives aux problèmes qu'ils se posent et leur donner des connaissances utiles ». Un dernier enfin souligne que « le système éducatif vise plus à former des bons salariés que des entrepreneurs. L'obéissance à la maîtresse, le système de notation, le poids du passé ne permet pas à l'école de diffuser l'esprit entrepreneurial ». En fait, il s'agit moins d'enseigner la création d'entreprise que de développer les capacités entrepreneuriales dont la société française a grandement besoin. Rappelons à cet égard que l'entrepreneuriat ne relève pas uniquement de l'économique mais concerne aussi des domaines aussi divers que la culture, le sport, le social, l'associatif et même l'humanitaire. Lorsque Coluche crée les « Restaurants du Cœur », il s'inscrit dans une logique entrepreneuriale au sens plein que lui donne Schumpéter puisque son initiative va jusqu'à changer certaines lois fiscales de notre pays (le fameux 'amendement Coluche'). Les sociétés actuelles ont besoin de développer les capacités d'initiatives dans tous les domaines : l'activité économique certes mais aussi la recherche, le médical, l'écologie... Ce sont ces raisons qui doivent inciter le corps enseignant à valoriser les qualités inhérentes à l'esprit d'entreprise. Mais il faut aussi se préserver d'une conception strictement utilitariste de l'enseignement. Les fondamentaux ne sauraient se soustraire à une vision d'efficacité. Dans l'alphabet, certaines lettres sont plus usitées que d'autres. Le « E » est plébiscité par rapport au « X » ou au « Y ». Pour autant, doit-on en conclure qu'il y a des lettres plus utiles que d'autres ? Toutes les lettres de l'alphabet sont nécessaires pour apprendre à lire et à écrire correctement. La sensibilisation à l'entrepreneuriat ne se généralisera que le jour où l'on garantira que cette évolution ne se fera pas au détriment de l'enseignement fondamental. C'est à cette tâche que doivent s'atteler les responsables de l'Education Nationale. Ouvrir l'école aux grands enjeux de demain est non seulement une nécessité impérieuse mais aussi un stimulant extraordinaire. Toutes approches générales émanant des services centraux seraient ressenties par le corps enseignant comme une mesure imposée et une forme de violation de son savoir-faire. Il semble préférable de s'appuyer sur les enseignants volontaires qui désirent expérimenter et innover. Les évolutions dans l'enseignement supérieur sont à cet égard fort instructives.

La plupart des experts sont quasi unanimes pour relever les énormes progrès réalisés dans l'enseignement supérieur français et encense la Loi sur l'Innovation de Claude Allegre : « Il y a en France un vivier très important d'entrepreneurs potentiels qui possèdent des savoirs très rares et qui réalisent des avancées technologiques importantes. La loi Allegre sur l'innovation a permis à de nombreux chercheurs de se lancer dans la création d'entreprise ». « La loi sur l'innovation est efficace car elle protège le créateur et limite le risque encouru en plus de les aider financièrement ». « L'innovation est stimulée par la recherche et des mesures aident à valoriser ces innovations pour faire des créations d'entreprise. L'innovation est un facteur de succès très important des nouvelles entreprises. La loi Allegre sur l'innovation a favorisé cette valorisation et a mobilisé tous les acteurs locaux pour aider les porteurs de projet ». « Les chercheurs deviennent des acteurs du développement local. La loi sur l'innovation a développé les cellules de valorisation dans les universités et a contribué à l'évolution des mentalités dans les milieux universitaires »

« Les chercheurs et le monde académique s'intéressent de plus en plus à la création d'entreprise ». « Il y a une forte prise de conscience dans le système éducatif qui initie un grand mouvement autour de l'entrepreneuriat, particulièrement dans l'enseignement supérieur »... Mais l'insertion de l'entrepreneuriat dans le système supérieur français est aussi en grande partie due à des enseignants-chercheurs, véritables pionniers en la matière, qui ont chacun dans leur établissement respectif apporté leur pierre à l'édifice, tantôt en créant une filière ou un diplôme, tantôt en participant à créer au sein de leur propre établissement une structure du type 'junior-entreprise' ou 'maison de l'entrepreneuriat'. Nous ne doutons pas que l'entrepreneuriat, véritable discipline de recherche dans les pays anglo-saxons, sera reconnu en France à sa juste place. L'Académie de l'Entrepreneuriat, association qui regroupe une centaine de chercheurs et d'enseignants en entrepreneuriat fait un travail remarquable pour valoriser cet état d'esprit. Plusieurs de ses membres oeuvrent, souvent dans un esprit militant et bénévole, en faveur de l'entrepreneuriat. C'est par les actions spontanées puis coordonnées de dizaines de précurseurs que le système d'enseignement changera. Comme le note Béchard (1998 : 25), « former ou ne pas former les entrepreneurs ? » fut la première question qui a alimenté les débats en entrepreneuriat et éducation au début des années 80. Objet soudain de nombreuses recherches, cette question prit, au fil du temps, une couleur affirmative, si bien que de nos jours, elle ne se pose même plus : former les entrepreneurs est devenu un impératif pour la croissance des petites et moyennes entreprises. Mais la venue des années 90 a ouvert la voie à de nouvelles interrogations concernant les programmes de formation. Que doit-on enseigner aux entrepreneurs ? Comment leur enseigner ? Dans quel contexte leur enseigner ? Et qui peut leur enseigner ? ». Béchard (1998 : 31-32) met en évidence plusieurs modèles d'enseignement. Il constate que la plupart des pays européens, et notamment la France, adoptent des modèles d'enseignements centrés sur le professeur, c'est-à-dire des méthodes pédagogiques qui se définissent par des interactions faibles entre le professeur et l'étudiant et des interactions faibles avec le milieu. Or ceci pose un sérieux problème dans la mesure où toujours selon l'auteur un modèle fondé sur de fortes interactions entre le formateur et l'apprenant et entre l'organisation formatrice et son milieu serait le gage d'une meilleure efficacité et d'un meilleur développement économique. Cela signifie combien le chemin à parcourir est encore long en France et certainement parsemé d'embûches. Le monde académique reste encore très cloisonné et les interactions avec le monde de l'entreprise sont peu valorisées. Un expert propose de « décentraliser le système éducatif par une prise en charge des collectivités territoriales afin de se rapprocher des entreprises ». Selon un autre expert, « les formations professionnelles sont trop généralistes, pas assez spécialisées pour les créateurs ». Enfin, un dernier relève que « l'évolution des mentalités dans les écoles d'ingénieurs et les doubles formations (sciences techniques et commerciales) améliorent les choses. La transdisciplinarité des formations est un élément très favorable à l'entrepreneuriat ». Dans l'ensemble, les experts apprécient les évolutions récentes de l'enseignement supérieur en faveur de la sensibilisation et la formation à l'entrepreneuriat. Ces évolutions attestent-elles d'un changement culturel ?

Les maisons de l'entrepreneuriat¹

Les maisons de l'entrepreneuriat ont pour but de coordonner les actions des établissements d'enseignements supérieurs en faveur de la sensibilisation des étudiants à l'entrepreneuriat et de la diffusion de la culture entrepreneuriale. Les maisons de l'entrepreneuriat sont directement intégrées aux politiques des établissements supérieurs.

L'objectif est de consacrer un espace dédié à l'esprit d'entreprise et à l'innovation dans les établissements supérieurs. Cet espace jouit de moyens divers dont les missions relèvent des fondamentaux de l'entrepreneuriat : mise en réseau, formation, accueil et orientation, encouragement...

Plusieurs initiatives se sont développées notamment l'Association Vouloir Entreprendre, la maison de l'entrepreneuriat de Grenoble, l'Université de technologie de Compiègne, l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Paris et l'Université de Franche-Comté.

Un des enjeux de ces maisons est de clarifier l'offre de services que les établissements supérieurs peuvent mettre à la disposition des étudiants et des enseignants-chercheurs en matière de création d'entreprise. Les missions sont larges, de la sensibilisation à la valorisation. A cette fin, il est vital que les maisons de l'entrepreneuriat tissent des liens directs avec le milieu socio-professionnel.

1 Fayolle A., (2003), « Maison de l'entrepreneuriat – Du concept à la mise en œuvre », Cahier des Charges, version n°5.4, 9p.

■ Conclusion

Au terme de cette étude, l'image de la France entrepreneuriale paraît contrastée. Les bons résultats obtenus durant l'année 2004 ne doivent pas occulter les nécessaires réformes à accomplir dans les prochaines années.

Dans les années 1980 et 1990, l'opinion générale en France considérait souvent notre pays comme peu enclin à l'esprit d'entreprise. Mais depuis que GEM recueille des données plus précises, on constate que ce n'est pas toujours le cas. Contrairement aux idées reçues, la France n'est pas un pays qui n'entreprend pas. Bien au contraire, en 2004, nos performances entrepreneuriales se sont très nettement redressées comparativement à l'année 2003 où la France occupait la dernière place affichant son plus mauvais TEA dans les annales de GEM. La France n'est certes pas un pays où la création d'entreprises est au cœur de son modèle économique mais si l'on compare ses performances à l'échelle des autres pays européens, la France occupe aujourd'hui une position médiane.

Les effets positifs de la Loi sur l'initiative Economique ont manifestement porté leurs fruits en 2004. Mais ce redressement appelle quelques nuances.

- Premièrement, est-il durable ? Cette embellie signifie-t-elle une transformation progressive de la société française vers une économie plus entrepreneuriale ? Seules les enquêtes à venir nous permettront de l'apprécier. Mais à l'avenir, l'étude GEM devra mieux spécifier la portée de l'indicateur de création d'entreprise. Que créons-nous réellement ? Une région comme le Languedoc-Roussillon affiche concomitamment un fort taux de création d'entreprise et un taux de chômage structurellement élevé. Certes, il est nécessaire de promouvoir l'auto-emploi. Mais ce sont surtout les entreprises à fort potentiel de croissance qui sont créatrices nettes d'emplois. Ce sont les PME à forte croissance (Julien, 2001) qui permettent de lutter de manière efficace contre le chômage. A la quantité d'entreprises créées, des indicateurs de qualité doivent être ajoutés (Hindle, 2005).

- Deuxièmement, l'entrepreneuriat en France est très volatile. Une année, il y a beaucoup de créateurs d'entreprises, la suivante il y en a moins. Cette volatilité se retrouve dans les fluctuations fortes du TEA. Ce phénomène n'est pas propre à la France. On le retrouve dans d'autres pays comme le Canada par exemple. Comment expliquer cette volatilité ? Selon Nathaly Riverin (GEM Canada), « dans certains pays ou dans certaines régions, c'est le marché de l'emploi qui détermine la tendance. Quand le chômage est élevé, que l'emploi est rare, les gens créent des entreprises. Mais quand il y a une forte création d'emplois, l'entrepreneuriat chute ». Il semble que cet effet joue également en France. Le passage à l'acte de la création d'entreprise ne résulterait pas d'une envie mais davantage d'une nécessité. Si la création d'entreprise est un désir profond de beaucoup de jeunes français, rares sont ceux qui passent à l'acte. Les trois-quarts des jeunes français de 15 à 30 ans déclaraient en 2004 vouloir travailler dans la fonction publique, même si dans les mêmes proportions, ces derniers ajoutent que l'idéal d'une vie professionnelle est de créer son entreprise. Certains pourraient imaginer qu'il s'agit d'un effet de timing. On entre d'abord dans la fonction publique puis, une fois l'expérience accumulée et une épargne constituée, on crée son entreprise. Mais ce scénario ne marche pas. Les fonctionnaires qui quittent leur emploi pour créer une entreprise sont rarissimes. Il faut donc canaliser plus précocement les jeunes énergies vers les carrières entrepreneuriales et valoriser davantage l'esprit d'entreprendre.

Or, ce que confirment les études GEM au fil du temps, ce sont les innombrables freins culturels de notre pays vis-à-vis de la création d'entreprise. L'un des points les plus faibles de notre pays est l'absence d'une culture entrepreneuriale, ce qui occasionne une sous estimation des problèmes entrepreneuriaux. Une étude de l'observatoire des PME sur la recherche académique en PME montre que sur les dix dernières années, seulement cinq articles ont été publiés dans ce domaine dans les cinq principales revues françaises d'économie (Torrès, à paraître). Les lacunes sont ici énormes si l'on compare ce champ aux autres domaines abordés régulièrement par les sciences économiques. Pourtant, les politiques économiques peuvent dans leurs multiples modalités orienter et susciter les vocations entrepreneuriales. Les politiques en faveur de l'innovation, les politiques fiscales et patrimoniales, les politiques d'aides sociales et de lutte contre le chômage, les politiques d'aménagement du territoire, les politiques de formation, d'enseignement et de recherche, les politiques de réinsertion professionnelle et d'intégration... sont autant de vecteurs qui peuvent, **et doivent selon nous**, donner la priorité à l'esprit d'entreprendre et à la création d'entreprise.

L'acte d'entreprendre n'est pas qu'une quête de liberté, c'est aussi un acte de libération. Dans son ouvrage sur la culture entrepreneuriale, Paul Arthur Fortin (2002) nous apprend que l'entrepreneur est d'abord le produit de son milieu. « Une société qui désire plus d'entrepreneurs pour assurer sa survie et sa croissance à long terme doit travailler à développer d'abord la culture entrepreneuriale ». Selon lui, le développement passe d'abord par l'échelon local. Les élus locaux ont la légitimité et la proximité avec le terrain pour assurer directement le leadership de la culture entrepreneuriale dans leur milieu. C'est au plus proche des entrepreneurs que l'on pourra donner davantage de poids à l'esprit d'entreprise en France. Certes, les Lois nationales demeurent nécessaires mais elles ne sont pas suffisantes. Elles fixent des orientations et des cadres généraux mais ne donnent pas l'impulsion nécessaire pour le passage à l'acte qui est une affaire de psychologie et d'entourage. C'est cet environnement de proximité qui est déterminant et qui de ce fait renforce le rôle des politiques locales. L'entrepreneuriat est un phénomène d'essence urbaine car ce sont dans les agglomérations que se nouent l'innovation, la créativité et les nécessaires solidarités dont a besoin le créateur.

Certains pays comme l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Allemagne ont régionalisé l'étude GEM. Cela a du sens car le phénomène entrepreneurial est largement encadré dans les réalités locales. Dans la très grande majorité des cas, le créateur s'implante à proximité de son lieu de vie. L'image du créateur commençant à développer son affaire dans un coin de son appartement ou dans son garage est loin d'être un mythe. C'est dire si la création est un phénomène qui doit prioritairement s'observer à une échelle sinon locale, du moins régionale. La réussite d'outils comme les incubateurs et les pépinières montre à l'évidence l'importance du facteur proximité. Nous rêvons d'une régionalisation de l'étude GEM en France. On pourrait imaginer dans un premier temps un découpage en 5 grandes régions, à la manière de France Télécom. Cela permettrait de mettre en évidence les disparités régionales en matière d'esprit d'entreprise et d'apprécier les politiques publiques régionales en faveur de l'entrepreneuriat. Une telle segmentation permettrait aussi de mettre en évidence les différences culturelles et les normes socio-économiques qui prévalent dans chaque région. La régionalisation aurait aussi le mérite de solliciter les meilleurs experts de chaque région et ainsi de faciliter l'identification de pôles de compétences dans le domaine. Les experts GEM se déclinent en 9 domaines (financement, politique gouvernementale, programmes et actions spécifiques, enseignement et formation, transferts en R&D, infrastructure légale et commerciale, infrastructure physique, ouverture du marché intérieur, normes socioculturelles). Rares sont les régions qui fédèrent tous ces acteurs qui ont souvent tendance à fonctionner de manière trop indépendante, voire concurrentielle. La régionalisation de l'étude GEM française aurait le mérite de repérer et de consolider les milieux entrepreneuriaux sur une base territoriale.

■ Bibliographie

- Acs Z.J, Arenius P, Hay M. et M. Minniti. (2004), *Global Entrepreneurship Monitor – 2004 Executive Report*, Babson and London Business School.
- Bécharde J.P. (1998), « L'enseignement en entrepreneurship à travers le monde : validation d'une typologie », *Management International*, Vol. 3, n°1, p. 25-34.
- Billon F.L. (2004), « Connaissance de l'entreprise par les élèves – contribution du collège et du lycée », *Regards sur les PME*, n°6, 132p.
- Duchéneaut B. et M. Orhan (2000), « Les femmes entrepreneurs en France », Editions Seli Arslan, 384p.
- Duchêne G. et P. Rusin (2001), « La croissance polonaise : un plaidoyer pour les micro-entreprises », p. 91-111 dans *La Pologne, ses transformations économiques et institutionnelles et le processus de son intégration à l'Union Européenne* (sous la dir. de Duché G. et C. Peyroux), Université Montpellier III.
- Fayolle A. et E.M. Hernandez (2005), « Tu seras entrepreneur mon fils ! », *Les Echos*, 29 septembre, p.19.
- Filion, L. and N. Riverin (2003), *Global Entrepreneurship Monitor: Canadian National Report 2003*, HEC Montreal.
- Fortin, P.A. (2002), *La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté*, Editions Fondation de l'entrepreneurship, coll. Entreprendre, 208p.
- Hernandez E.M (1997), « L'Etat et l'entrepreneur informel en Afrique », *Revue Internationale PME*, vol. 10, n°1, p. 103-122.
- Hindle K (2005), "A measurement framework for International Entrepreneurship Policy Research: From impossible Index to Malleable Matrix", working paper, 49p.
- Julien P.A (2001), « Les PME à forte croissance et la métaphore du jazz. Comment gérer l'improvisation de façon cohérente », *Revue Internationale PME*, Vol. 14, n°3-4, p. 129-161.
- Rieg C (2004), « Forte hausse des créations d'entreprises en 2003 », *INSEE Première*, n° 944, janvier, 4p.
- Rieg C (2003), « Légère diminution des créations d'entreprises depuis 2000 », *INSEE Première*, n° 879, janvier, 4p.
- Rieg C (2003), « Les créateurs d'entreprise en 2002 – un créateur sur trois était au chômage au moment de la création », *INSEE Première*, n° 928, octobre, 4p.
- Stiglitz J.E. et A. Weiss (1981), « Credit rationning in markets with imperfect information » *American Economic Review*, vol. 71, n°3, p. 393-410.
- Torrès O (2001), « Les divers types d'entrepreneuriat et de PME dans le monde », *Management International*, vol.6, n°1, p. 1-15.
- Torrès O (à paraître), « Bilan et perspectives de la recherche académique française en PME », *Regards sur les PME*.
- Volery T et I. Servais (2000), *Global Entrepreneurship Monitor, Rapport 2000 sur l'entrepreneuriat en France*, EM. LYON, 34p.
- Volery T, Leleux B et G Haour (2003), *Global Entrepreneurship Monitor, Rapport 2003 sur l'entrepreneuriat en Suisse et dans le monde*, Université de Saint Gall, 35p.
- Walter T., Balunywa W., Rosa P., Sserwanga A., Barabas S., Namatovu R. (2003), *GEM Uganda 2003 Executive Report*, Makerere University Business School, 56p.

■ Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier chaleureusement les 18 experts qui ont accepté de participer à cette étude ainsi que les 2 000 personnes anonymes qui ont répondu à l'enquête.

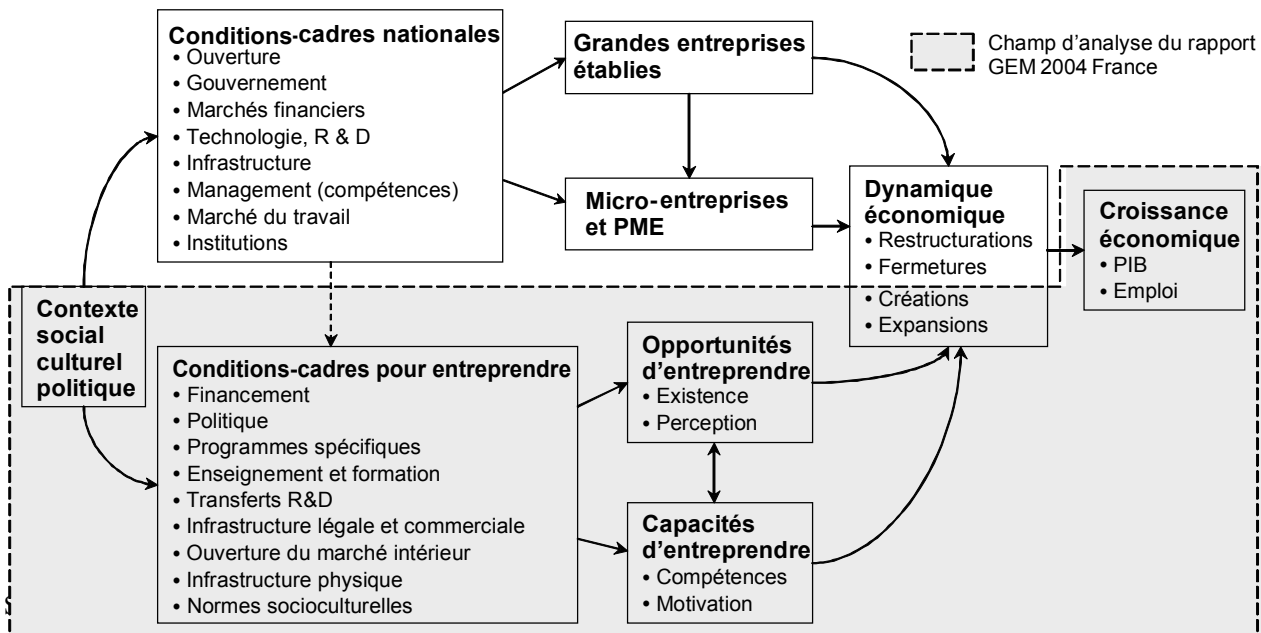
Les auteurs remercient également Thierry Volery et Isabel Servais, pour leur aide précieuse dans la réalisation de ce rapport ainsi que Gilles Copin et Philippe Monin pour leurs nombreux conseils pertinents, Christiane Isère-Charnay et Danielle Rousson pour leur aide logistique et toute l'équipe du Centre des Entrepreneurs dirigée par Michel Coster. Nous exprimons aussi nos remerciements à toute l'équipe de coordination du projet GEM, et en particulier à Zoltan Acs, Pia Arenius, Michael Hay, Maria Minniti et bien entendu l'incontournable Mick Hancock.

Enfin, nous tenons à souligner le rôle déterminant de la Caisse des Dépôts et Consignations et du groupe OSEO sans lesquels le financement de cette étude n'aurait pas été possible. Nous remercions tout particulièrement Didier Havette et Claire Genevey du GIE OSEO Services pour leurs encouragements et leur soutien tout au long de ce rapport.

Les résultats internationaux de ce rapport sont issus du document final '*Global Entrepreneurship Monitor – 2004 Executive Report*' rédigé par Zoltan J. Acs, Pia Arenius, Michael Hay et Maria Minniti. Pour une lecture plus détaillée de l'étude GEM 2004, le lecteur se reportera utilement sur le site www.gemconsortium.org

■ Annexe 1 : Le modèle GEM

A un niveau macro économique, l'entrepreneuriat représente, pour emprunter l'expression de Joseph Schumpeter¹, un processus de « destruction créatrice ». Cette expression paradoxale renvoie aux conséquences simultanées et contradictoires de l'innovation – celles de l'émergence de nouvelles entreprises qui boutent hors du marché des entreprises qui n'ont pas su adapter leurs produits, leurs services ou leur organisation. Dans une optique évolutionniste, l'entrepreneuriat apparaît donc comme un instrument de sélection économique qui sous-tend le développement économique. Les entrepreneurs sont la force centrale de ce processus de destruction créatrice : ils identifient les opportunités et développent les nouveaux concepts et technologies pour lancer des nouvelles activités commerciales. Le modèle GEM présenté dans la Figure 1 reprend l'approche schumpéterienne en mettant en évidence le rôle clé de l'entrepreneuriat dans la croissance économique d'un pays.



Source : Adapté de Reynolds, Camp, Bygrave, Autio et Hay (2001)²

Le modèle GEM se compose de six variables principales :

1. La croissance économique
2. La dynamique économique
3. Les opportunités et capacités entrepreneuriales
4. Les conditions-cadres pour entreprendre
5. Les conditions-cadres nationales
6. Le contexte social, culturel et politique

La croissance économique

La croissance économique est mesurée par deux principaux indicateurs : la variation du produit intérieur brut (PIB) et la variation de l'emploi.

1 Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

2 Reynolds, P.D., Camp, S.M., Bygrave, W.D. Autio, E. & Hay, M., (2001), *Global Entrepreneurship Monitor – 2001 Executive Report*, Kaufman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, disponible sur le site <http://www.entwold.org/gem2001>

La dynamique économique

La dynamique économique englobe à la fois les créations, les expansions, mais aussi les restructurations et les fermetures d'entreprises. En effet, la croissance économique résulte moins des grandes avancées technologiques, et de l'accroissement des ressources disponibles que des améliorations continues apportées par les entrepreneurs au niveau des techniques, des organisations, et des processus. Les entrepreneurs qui innovent et perfectionnent leur offre développent leurs affaires et forcent souvent les entreprises qui n'ont pas su s'adapter à se restructurer ou à disparaître. C'est l'essence de la création destructrice que nous avons appelé « dynamique économique » dans le modèle.

Opportunités et capacités d'entreprendre

Le niveau d'activité entrepreneuriale dépend largement de l'existence d'opportunités et de la facilité qu'ont les individus pour les percevoir. La seule existence d'opportunités d'entreprendre et le fait d'en être conscient ne sont cependant pas des éléments suffisants pour être un entrepreneur. Encore faut-il avoir la capacité, c'est-à-dire la motivation et le savoir-faire, de concrétiser ces opportunités.

Conditions-cadres pour entreprendre

On ne peut pas faire abstraction de l'environnement dans lequel évoluent les entrepreneurs. Plusieurs facteurs spécifiques (les conditions-cadres pour entreprendre) affectent le niveau de création d'entreprise. Parmi les facteurs déterminants, on trouve :

- *Le financement* : disponibilité de ressources financières, aussi bien au niveau des crédits (crédits bancaires, prêts de fondations ou d'institutions gouvernementales) que des capitaux (capital-risque, *business angels*, accès à la bourse).
- *La politique gouvernementale* : toutes les mesures légales qui influencent l'entrepreneuriat, telles la législation fiscale, la législation sur le travail, la législation sur les structures d'entreprises, et les formalités de création d'une entreprise.
- *Les programmes et actions spécifiques* : au-delà du cadre légal, le gouvernement peut, tant au niveau national que régional, influencer l'entrepreneuriat par des programmes et des actions ciblées. De telles actions visent à encourager et à assister les entrepreneurs dans leurs projets de création et d'expansion.
- *L'enseignement et la formation* : le développement et la mise en œuvre de programmes d'enseignement et de formation en entrepreneuriat peuvent augmenter la perception des opportunités ainsi que les capacités d'entreprendre. Les programmes d'enseignement peuvent être envisagés à tous les niveaux du cursus scolaire ; de même qu'ils peuvent être plus ou moins spécifiques, allant du simple séminaire de sensibilisation à l'esprit d'entreprendre aux cours présentant les outils du créateur (plan d'affaires, montage juridique et financier, étude de marché).
- *Les transferts en R&D* : toutes les possibilités de développer des applications commerciales à partir des efforts de R&D. Pour que ces transferts s'effectuent, cela suppose un ensemble d'innovations technologiques disponibles que les entrepreneurs pourront exploiter si des mécanismes de transfert adéquats existent. La protection de la propriété intellectuelle est un élément important de la bonne marche de ces transferts.
- *L'infrastructure légale et commerciale* : la présence et le degré d'élaboration de services légaux et commerciaux (avocats, comptables, conseillers d'entreprises) qui aident à la création et à la croissance des entreprises.
- *L'infrastructure physique* : le niveau de développement de l'infrastructure (télécommunications, électricité, terrain) et l'accessibilité à ces ressources, spécialement pour les nouvelles entreprises. La présence d'infrastructures dédiées aux nouvelles entreprises (par exemple des pépinières d'entreprises ou des incubateurs) est aussi une dimension importante de l'infrastructure physique.
- *L'ouverture du marché intérieur* : la facilité avec laquelle de nouveaux entrants peuvent s'implanter sur le marché national. Cette variable donne une indication des barrières à l'entrée sur le marché (réglementations, quotas, et autres restrictions à l'implication).
- *Les normes socioculturelles* : la reconnaissance et la valorisation de l'initiative entrepreneuriale individuelle ;

la perception et l'acceptation de l'enrichissement individuel suite à la réussite entrepreneuriale ; l'image de l'entrepreneur véhiculée par les médias.

Conditions-cadres nationales

A un niveau plus général, il existe un lien entre l'entrepreneuriat et les conditions-cadres nationales. Le projet GEM reprend les conditions-cadres identifiées dans le *World Competitiveness Yearbook*¹ qui sont à la base de la compétitivité d'un pays :

- *Le degré d'ouverture* : niveau des exportations et des importations ; mesures de protectionnisme.
- *Le gouvernement* : niveau d'endettement du pays ; dépenses publiques ; emprise du gouvernement sur l'économie nationale.
- *Les marchés financiers* : coût du capital ; niveau de développement et efficience du secteur bancaire ; dynamisme de la bourse.
- *La technologie et la R&D* : dépenses en R&D ; effectifs en R&D ; management de la technologie ; environnement scientifique.
- *L'infrastructure* : niveau de développement et efficience de l'infrastructure au niveau de l'équipement, des systèmes de communication et de télécommunication.
- *Le management* : compétences, productivité, et coût des cadres ; culture d'entreprise.
- *Le marché du travail* : caractéristiques de la population active ; productivité, coût, et flexibilité de la main-d'œuvre.

Contexte culturel, social et politique

Finalement, les valeurs socioculturelles et politiques influencent, de manière souvent diffuse, le contexte dans lequel se développe le processus entrepreneurial. Bien qu'un environnement puisse se révéler plus ou moins favorable, la volonté d'entreprendre trouve son origine au plus profond de l'entrepreneur lui-même. Les aspects psychologiques et sociologiques ne sauraient être sous-estimés ici. Certaines cultures, milieux ou groupes ethniques favorisent le désir d'indépendance, le désir d'accomplissement personnel, la prise de risque ou encore l'âpreté au gain plus que d'autres. Les valeurs socioculturelles constituent le ferment sur lequel l'esprit d'entreprise pourra se développer.

Tant les entreprises établies que les nouvelles entreprises (les start-ups) sont les moteurs de la dynamique économique. Comme nous l'avons mis en évidence en définissant l'entrepreneuriat, il est possible de trouver des entrepreneurs aussi bien dans des entreprises existantes que dans des start-ups, mais ils répondent à des opportunités différentes. D'une manière générale, les opportunités naissent de deux types de changements dans l'environnement économique : les changements (radicaux) qui génèrent des opportunités pour établir de nouveaux marchés et qui tendent à perdurer, et des changements (mineurs) qui affectent les marchés existants et qui sont plutôt transitoires². Les start-ups sont plus particulièrement aptes à réagir au premier type de changements, surtout lorsque ces derniers requièrent de nouvelles formes organisationnelles.

1 IMD (2000), *World Competitiveness Yearbook*, Lausanne: IMD

2 Casson, M. (1999), *Entrepreneurship and the Theory of the Firm*, in Acs, Z.J., Carlsson, B., and Kalrsson, C. (eds.), *Entrepreneurship, Small and Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 45-78.

Annexe 2 : Les données 2004 GEM

Pays	TEA Global	TEA Opportunité	TEA Nécessité	TEA Femme	TEA Homme	PIB par habitant
Japan	1,48	1,11	0,18	1,20	1,70	36 105
Slovenia	2,60	2,17	0,43	1,60	3,60	16 275
Hong Kong	2,97	2,01	0,96	1,60	4,50	23 507
Belgium	3,47	2,90	0,19	2,10	4,90	33 927
Sweden	3,71	3,14	0,33	2,20	5,20	37 548
Croatia	3,73	2,04	1,57	1,70	5,80	5 357
Portugal	3,95	2,96	0,99	3,80	4,10	16 173
Hungary	4,29	2,75	1,24	3,50	5,10	9 263
Italy	4,32	3,08	0,33	2,30	6,30	28 995
Finland	4,39	3,50	0,33	3,10	5,70	34 944
Germany	4,47	3,13	1,22	2,60	6,30	32 624
Netherlands	5,11	4,32	0,69	3,10	7,10	35 160
Spain	5,15	4,53	0,62	2,90	7,40	24 254
Denmark	5,31	4,82	0,37	3,20	7,40	45 060
South Africa	5,40	2,80	2,44	5,10	5,70	3 746
Singapore	5,69	4,99	0,63	3,40	8,20	23 041
Greece	5,77	3,82	1,65	2,90	8,70	18 569
France	6,03	4,55	1,36	3,80	8,30	31 996
United Kingdom	6,25	5,49	0,63	3,90	8,50	35 718
Israel	6,62	4,78	1,53	4,60	8,60	16 887
Norway	6,98	5,76	0,85	3,50	10,30	51 918
Ireland	7,70	6,64	0,99	5,00	10,40	43 290
Poland	8,83	5,71	3,11	5,00	12,80	5 728
Canada	8,85	7,27	1,36	6,10	11,50	29 777
United States	11,33	9,53	1,51	10,70	12,00	39 922
Argentina	12,84	9,08	3,72	9,00	16,70	3 865
Australia	13,38	10,65	2,48	11,00	15,70	30 695
Brazil	13,48	7,04	6,22	11,30	15,70	3 182
Iceland	13,57	12,04	0,72	9,50	17,50	40 748
New Zealand	14,67	12,31	2,11	12,10	17,20	23 460
Jordan	18,26	14,53	2,56	13,30	22,60	1 885
Ecuador	27,24	18,24	8,44	24,40	30,10	2 127
Uganda	31,64	16,52	14,40	25,50	37,90	248
Peru	40,34	26,92	13,09	39,10	41,60	2 270

Annexe 3 : Liste des experts interrogés en France

ANDREANI Dominique

(Directrice pépinière à l'international – CCI de Montpellier)

BLANC Olivier

Expert-comptable

COTTET Alain

Directeur de technopole – Collectivités territoriales

COUSTAN Claude

Directeur d'un service d'Innovation Recherche et Développement Technologique

DESCHAMP Bérangère

Universitaire

DUSQUENNE Luc

Directeur/consultant

ENRICO Gérald

Chef d'entreprise

FEUILLANT Denis

Accompagnateur CCI de Lyon

KARBOUCH Géraldine

Directrice de l'Incubateur LRI

LANNELONGUE Gérard

MEDEF – CCI - Chef d'entreprise

MARBACH Christian

Président de l'Observatoire des PME – OSEO Services

PENDELIAU GUY

Universitaire

PEREZ Paule

Consultante

PREVOST François

Président Directeur Général

REEB Pascale

Directrice de pépinière – Agglomération de Montpellier

RIBES Pascal

Directeur d'un service de valorisation universitaire

ROUSSEAU Agnès

Chargée de mission - Collectivités territoriales

SAMMUT Sylvie

Universitaire

Annexe 4 : Equipes GEM nationales et Sponsors : 2000-2004

	Institutions	Membres	Sponsors
GEM Executive Director	London Business School	Mick Hancock	
GEM Research Director	Babson College	Maria Minniti	
Operations Director	London Business School	Stephen Hunt	
GEM Coordination Team	Babson College	William D. Bygrave Stephen Spinelli Marcia Cole	Babson College
	London Business School	Michael Hay Stephen Hunt Tatiana Schofield	David Potter Foundation Fellow Francis Finlay Foundation Fellow
Pays	Institutions	Membres	Sponsors
Afrique du sud	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, The Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Eric Wood John Orford Marlese von Broembsen	Liberty Life South African Breweries The Shuttleworth Foundation
Allemagne	Department of Economic and Social Geography, University of Cologne	Rolf Sternberg Jan-Florian Schlapfner Heiko Bergmann	Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) Institut für Arbeitsmarkt - und Berufsforschung (IAB)
Argentine	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florenia Paolini	IAE Management and Business School HSBC Private Equity Latin America Banco Galicia
Australie	Australian Graduate School of Entrepreneurship	Kevin Hindle Allan O'Connor	Westpac Banking Corporation
Belgique	Vlerick Leuven Gent Management School, Universiteit Gent	Mirjam Knockaert Bart Clarysse Frank Verzele Sophie Manigart Hans Crijns Tom Vanacker Trees De Bock	Vlerick Leuven Gent Management School Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie) Walloon Ministry of Economic Affairs
Brésil	GEMBRAS - Grupo de Estudos e Estímulo ao Empreendedorismo no Brasil	Simara Maria S. S. Greco Marcos Mueller Schlemm Paulo Alberto Bastos Junior Rodrigo Rossi Horochovski Joana Paula Machado	SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Instituto Euvaldo Lodi no Parana IEL/PR

Canada	HEC-Montréal University of British Columbia (UBC) Tuck School of business	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Daniel Muzyka Ilan Vertinsky Victor Cui Qianqian Du Aviad Pe'er	HEC Montréal Chaire d'entrepreneuriat Rogers- J.A. Bombardier Développement économique Canada pour les régions du Québec The W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Centre Venture Capital Center
Chili	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander Universidad Adolfo Ibanez Centro para el Emprendimiento y la Innovacion	Jose Ernesto Amoros German Eche copar Marina Schorr Patricio Cortes Tomas Flores	ESE business School – Universidad de los Andes
Chine	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Jian Gao	School of Economics and Management, Tsinghua University National Entrepreneurship research Centre of Tsinghua University
Corée du sud	Soongsil University	Jun Duck Yoon Yun Jae Park Young Soo Kim	BK21 EnsB Program
Croatie	SME's Policy Centre - CEPOR, Zagreb J. J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Djula Borozan Natasa Sarlija Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb Open Society Institute - Croatia, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek
Danemark	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Lone Toftild Kim Klyver Mick Hancock	Erhvervs- og Byggestyrelsen IRF - Industriens Realkredifond Syddansk Universitet Danfoss - Mads Clausens fond Vækstfonden Ernst & Young (Denmark) Boersen
Equateur	Escuela superior Politecnica del Litoral Escuela de Postgrado en administración de Empresas (ESPAE)	Virginia Lasio Alicia Guerrero Monteegro Edgar Izquierdo Guido Caicedo Karen Delgado Arevalo Elizabeth Arteaga Victor Osorio Cevallos	Escuela superior Politecnica del Litoral (ESPOL University) Petroleos del Pacifico (PACIFPETROL S.A.) Camara de comercio de Guayaquil
Espagne	Instituto de Empresa	Alicia Coduras Rachida Justo Ignacio de la Vega Cristina Cruz Maria Pia Nogueira	Nejeti Instituto de Empresa
Etats Unis	Babson College	Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole Stephen Spinelli Andrew Zacharakas	Babson College

Finlande	Helsinki University of Technology University of Lausanne Turku School of Economics and Business Administration	Anne Kovalainen Markku Maula Erkko Autio Pia Arenius Tommi Pukkinen Jarna Heinonen	Ministry of Trade and Industry Tekes
France	EM. LYON	Olivier Torrès Aurélien Eminet Danielle Rousson	Caisse des Dépôts et Consignations Observatoire des PME – OSEO Services
Grèce	Panteion University Foundation for Economic and Industrial Research	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas Liana Bakalbasi	Greek Ministry of Development IOBE Sponsors
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences	Bee-Leng Chua David Ahlstrom Kevin Au Chee-Keong Low Shige Makino Hugh Thomas Siu-Tong Kwok Le Zheng Wang Weili Dong Ziaoyuan	Trade and Industry Department, SME development Fund, Hong Kong Government SAR Asia Pacific Institute of Business The Chinese University of Hong Kong Chinese Executive Club Hong Kong Management Association
Hongrie	University of Pécs University of Baltimore (USA)	László Szerb Judit Károly Zoltán Acs	Ministry of Economy and Transport
Inde	Indian Institute of Management	Mathew Manimala	N.S. Raghavan centre for Entrepreneurial learning, IIM Bangalor
Irlande	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O’Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland InterTradeIreland
Islande	Reykjavik University	Rognvaldur Sæmundsson Elin Dora Halldórsdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister’s Office
Israël	Tel Aviv University The Academic College of Tel-Aviv-Jaffa	Miri Lerner Dalia Zelikovitz Amram Turjman	Israel Small Business Authority The Evens Foundation
Italie	Università commerciale Luigi Bocconi	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Bocconi University
Japon	Research Institute for Economics & Business Administration, Kobe University Musashi University Keio University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center

Jordanie	Young Entrepreneurs Association Ministry of Planning and International Cooperation	Wafa Nimri Khaled al Kurdi Usama Jacir Gabi Afram Naseem Rahahleh	Ministry of Planning and International Cooperation
Mexique	EGAP-Strategic Studies Centre	Marcia Campos Arturo Torres	
Norvège	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid	Inovation Norway Ministry of Trade and Industry Bodø Graduate School of Business Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship
Nouvelle Zélande	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship, UNITEC New Zealand	Howard Frederick Graeden Chittock Dean Prebble Alex Maritz Franceen Reihana Mihipeka Sisley Helmut Modlik	UNITEC New Zealand
Ouganda	Makerere University Business School	Thomas Walter Arthur Sserwanga Peter Rosa Waswa Barabas Stefanie Barabas Rebecca Namatovu	European Union Bank of uganda Makerere university business School
Pays bas	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Andre van Stel Sander Wennekers Niels Bosma Roy Thurik Lorraine Uhlaner Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs
Pérou	Centro de Desarrollo Emprendedor, Escuela de Administracion de Negocios para Graduados (ESAN)	Jaime Serida Armando Borda Oswaldo Morales Meter Yamakawa	Escuela de Administracion de Negocios para Graduados (ESAN) Deltron Computer Wholesalers S.A.
Pologne	University of Economics	Austin Campbell Roma Szlapka Krzysztof Baclawski Maciej Koczerga Przemyslaw Zbierowski Mariusz Bratnicki	Polish Agency for Enterprise Development The Karol Adamecki University of Economics in Katowice The Poznan University of Economics AC Nielsen Poland National bank of Poland
Portugal	Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa Sociedade Portuguesa de Inovação	Sara Medina Augusto Medina Douglas Thompson Manuel Baganha Rita Cunha Stuart Domingos	POEFDS – Progama operacional do Emprego, Formação e Desenvolvimento Social

Royaume Uni	London Business School	Rebecca Harding Johanna Walker Michael Hay Steve Hunt Adrian Gannon Danny Gesua	Small Business Service Barclays Bank PLC East Midlands Development Agency Yorkshire Forward Merseyside Enterprise Insight Countryside Agency British Chamber of Commerce
	Hunter Centre for Entrepreneurship University of Strathclyde	Catherine Currie Isaidin Abdul Majid Jonathan Levie Sara Carter	Hunter Centre for Entrepreneurship
	Wales Unit University of Glamorgan North East Wales Institute of Higher Learning	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Welsh Development Agency
	Northern Ireland Unit Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly	Invest Northern Ireland Belfast City Council Enterprise Northern Ireland
Singapour	National University of Singapore	Poh Kam Wong Lena Lee Finna Wong	Economic Development Board of Singapore National University of Singapore
Slovenie	Institute for Entrepreneurship, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pusnik	Ministry of Education, Science and Sports Ministry of the Economy SmartCom Finance - Slovenian Business Daily
Suède	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson	Confederation of Swedish Enterprise Ministry of Industry, Employment and Communications Swedish Business Development Agency (NUTEK) Swedish Institute for Growth Policy Studies (ITPS)
Suisse	University of St. Gallen	Thierry Volery Georges Haour Heiko Bergmann Benoit Leleux	KTI / CTI KMU – HSG IMD
Taiwan	National Taiwan University	Chen-en ko Jennifer Hui-ju Chen Hsiu-te Sung Chien-chi Tseng	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs
Thailande	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa	College of Management, Mahidol University
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración	Federico Fernandez Rebecca Vidal Aramis Rodriguez	GrupoMercantil Fundacion IESa

