

Étude BGE – L'ObSoCo

ENTREPRENEURIAT

Une histoire de 7 familles



Avec
le soutien de

Crédit Mutuel
Alliance Fédérale

**BGE**
Appui aux entrepreneurs

L'ObSoCo est une société d'études et de conseil en stratégie née en 2011 de la conviction que nous sommes en train de vivre une période de transformation profonde du modèle de développement des sociétés occidentales. L'ensemble des acteurs économiques et institutionnels doivent aujourd'hui repenser la façon dont ils se positionnent et créent de la valeur pour satisfaire le consommateur et le citoyen. Une tâche qui exige de remettre en cause ses visions du monde et de renouveler les concepts et grilles de lecture afin de donner sens aux mutations de la société et de la consommation pour mieux s'y adapter.

Précisions **méthodologiques**

- Durée de l'enquête : **6 janvier au 27 février 2023.**
- **Echantillon total** de 5990 personnes représentatif des participants aux programmes BGE d'appui aux entrepreneurs entre 2018 et 2022 – dont 5265 qui ont répondu à l'intégralité du questionnaire.
Il est à noter que BGE porte une mission d'intérêt général et accueille tout type de public candidat à l'entrepreneuriat dont près de 50% se trouve dans des situations économiques complexes.
- **Deux cibles interrogées** : les personnes qui se sont immatriculées à l'issue de leur participation aux programmes BGE (les « créateurs » ; 3371 personnes interrogées) et celles qui ne l'ont pas fait (les « non-créateurs » ; 2259 personnes interrogées), avec un tronc commun puis deux trajectoires d'interrogation différentes dans le questionnaire.
- **Redressement de l'échantillon** sur les variables suivantes : âge, genre, région de résidence, niveau de diplôme, situation professionnelle, année de participation aux programmes BGE, création d'entreprise à l'issue du passage chez BGE et statut de l'entreprise créée.
- **Population cible** : 120 000 personnes ayant eu au moins 3h d'actions collectives ou individuelles sur la phase de structuration de projet entre 2018 et 2022.

Précisions **méthodologiques**

Comment ces familles ont été identifiées

→ **Méthode d'analyse**

- Une méthode commune appliquée aux créateurs et non-créateurs (analyse en composantes principales puis classification ascendante hiérarchique) mais avec des variables d'entrée légèrement différentes.
- Pour les créateurs, a été intégrée au modèle l'ensemble des variables liées au «profil entrepreneurial» (gestion de la complexité, du stress, du relationnel, de la prise de décision...), ainsi que toutes les variables relevant de l'expérience de l'entrepreneuriat décrite par les répondants (complexité à créer son entreprise, à faire perdurer son activité, atteinte ou non d'un chiffre d'affaires à la hauteur de ses attentes, perspective financière à moyen terme, évaluation de la réussite de son projet, propension à reproduire l'expérience s'il fallait recommencer...).
- Pour les non-créateurs, ont également été intégrées les variables liées au profil entrepreneurial, ainsi que toutes celles liées à l'état d'avancement du projet (Est-il toujours en cours ou abandonné ? Quelle est la probabilité de passage à l'acte ? Comment évalue-t-on ses chances de réussite ? Quel est le degré de satisfaction vis-à-vis de sa situation actuelle ?).

→ **Pourquoi cette recherche de segmentation ?**

- Pour sortir des stéréotypes (sociotypes) trompeurs car caricaturaux
- Pour valider / invalider que la création d'entreprise peut être émancipatrice
- Pour évaluer plus finement les besoins des entrepreneur-e-s
- Pour repérer les entrepreneur-e-s avec les trajectoires les plus prometteuses au-delà des (fausses) évidences
- Pour adapter :
 - **Intensité/durée** du parcours d'accompagnement,
 - **Modalités** (individuel, collectif, test d'activité, pépinière...) et thématiques
 - Temps **synchrones** et **asynchrones**
 - Niveau d'**autonomie** sur l'accès aux outils, simulateurs etc.
 - **Posture** du conseiller-formateur
 - Nature et fréquence des **communications** / relances
- Pour consommer de façon la plus pertinente les ressources (à chacun ce dont il a besoin pour déclencher de la réussite, ni trop, ni trop peu)

7 FAMILLES : PRÉSENTATION

N'ont pas encore lancé leur projet (68%)

5



Créer ou ne pas créer,
telle est la question...
_____ **16%**



Je vais créer !
_____ **18%**



Mon choix est fait et
ce ne sera pas la création
_____ **34%**

Ont lancé leur projet (32%)



Je vais réussir
(même si pour l'instant
c'est un peu compliqué)

34% de la population
des créateurs **11%**



Je réussis ! Et je ne vais
pas m'arrêter

31% de la population
des créateurs **10%**



Finalement, la création
**ce n'est peut-être
pas mon histoire**

11% de la population
des créateurs **3%**



**Visiblement je ne
m'en sors pas trop mal**
mais je ne suis pas
confiant pour autant

24% de la population
des créateurs **8%**

LES NI OUI NI NON

Créer ou ne pas créer 16%
telle est la question...

Porteurs de projet relativement incertains de leurs chances de réussite qui préfèrent attendre le bon moment mais sont assez confiants dans le fait de passer à l'acte.

Relativement ambitieux et haut score associé au lieu de maîtrise (on forge sa propre réussite). Aiment élargir le cercle de leurs relations. Mais le segment qui réagit le plus mal au stress, qui craint parfois le conflit et la prise de décisions.

Un faible niveau de vie (et sous-représentation symétrique des ménages à haut niveau de vie).



ENJEUX

Les aider à ne plus procrastiner et les pousser à agir (avec majoritairement un retour à l'emploi).



LES J'Y SUIS PRESQUE

Je vais créer ! 18%

Porteurs de projet enthousiastes à l'idée de créer leur entreprise, relativement sûrs d'eux.

Cochent les bonnes cases : hauts scores de détermination, aiment sortir de leur zone de confort, réagissent bien à la pression, n'ont pas peur de prendre des décisions, aiment prendre les choses en main et fédérer.

Très nette surreprésentation des ménages avec un faible niveau de vie.

ENJEUX

Ils ont besoin de plus de temps que la moyenne pour concrétiser leur projet. Rester à leurs côtés, les aider à finaliser leurs choix, sécuriser leurs décisions.



LES NON MERCI

Mon choix est fait et
ce ne sera pas la création **34%**

Porteurs de projet qui ont abandonné ou repoussé l'idée de créer leur entreprise.

Faible score associé au lieu de maîtrise (la réussite est due essentiellement à la chance), le segment le moins ambitieux, le moins persévérant, peu à l'aise hors de sa zone de confort, qui tend à craindre la prise de décisions.

Ménages les moins précaires parmi les non-créateurs.

ENJEUX

Leur décision est claire. Une fois le deuil du projet réalisé, les aider à valoriser leurs capacités et compétences et les orienter vers un retour à l'emploi.



LES OPTIMISTES

Je vais réussir ! 11%
(même si pour l'instant c'est un peu compliqué)

Créateurs qui connaissent un début difficile mais restent confiants dans leur projet.

Segment avec le chiffre d'affaires moyen le plus bas. Seule une minorité dit atteindre un chiffre d'affaires à la hauteur de ses attentes.

Les moins nombreux à avoir embauché (14%).

Haut score associé au lieu de maîtrise (on forge sa propre réussite), ambitieux et relativement déterminés. Réagissent parfois mal à la pression et préfèrent plus que la moyenne avancer seuls plutôt que prendre le temps de fédérer.

Le groupe avec la moyenne d'âge la plus basse.

Surreprésentés parmi les couples avec enfants.



ENJEUX

Leurs débuts d'entrepreneurs sont compliqués en termes de réalisation de chiffre d'affaires mais ils croient en leur capacité à réussir ; les aider à analyser / factueliser leur situation et à prendre des décisions ; leur optimisme peut-il être un moteur suffisant à leur réussite économique et si oui à quelles conditions ?



LES CERTAINS

Je réussis ! 10%
Et je ne vais pas m'arrêter

Les créateurs qui s'en sortent le mieux.

La majorité atteint un chiffre d'affaires à la hauteur de ses attentes.

Les plus nombreux à avoir embauché (20%).

Haut score de détermination, à l'aise avec l'idée de sortir de leur zone de confort, réagissent particulièrement bien à la pression, n'ont pas peur de prendre des décisions et aiment fédérer.

Surreprésentés parmi les couples avec enfants et les femmes.



ENJEUX

Les suivre régulièrement afin de valider que les trajectoires de développement sont bien « pensées », les aider à envisager des écueils, mobiliser les ressources nécessaires à leur développement, les aider à aller au maximum de leurs possibilités / capacités.



LES DÉÇUS

Enfin, la création
ce n'est peut-être pas mon histoire 3%

Créateurs qui doutent le plus, alors qu'ils étaient paradoxalement les plus convaincus de la réussite de leur projet.

Chiffre d'affaires en première année ou celui du dernier exercice fiscal ne sont pas inférieurs à la moyenne.

Ambitieux, mais score associé au lieu de maîtrise assez faible (considèrent que la réussite est liée essentiellement à la chance). Peu à l'aise hors de leur zone de confort, réagissent mal au stress, préfèrent avancer seuls plutôt que fédérer, restreignent leur cercle de relations.

Surreprésentation des célibataires sans enfant.



ENJEUX

Les aider au besoin à décider quand et comment arrêter leurs activités dans de bonnes conditions et si possible les céder ; les aider à formaliser les savoirs acquis à travers cette expérience pour rebondir vers un nouveau projet professionnel.

LES INCERTAINS

Visiblement je ne m'en sors pas trop mal
mais je ne suis pas confiant pour autant 8%

Créateurs qui connaissent un début plutôt bon mais qui sont relativement inquiets quant à l'issue de leur projet.

Chiffre d'affaires légèrement supérieur à la moyenne des créateurs.

Les moins nombreux à avoir embauché (14%).

Les plus hauts scores associés au lieu de maîtrise (on forge sa propre réussite), à la détermination et à la capacité à prendre des décisions. Mais sont peu à l'aise avec le fait de sortir de leur zone de confort et ne réagissent pas toujours bien à la pression. Le groupe le plus âgé.



ENJEUX

Les coacher pour les rassurer dans leurs capacités à réussir, les aider dans les processus de choix, faire ressortir les points forts de leurs activités, leur conseiller de se former et de participer à des clubs d'entrepreneurs pour éviter l'isolement.

CONCLUSION SUR LES PROFILS

11

- Le profil psychologique des porteurs de projets (parmi d'autres facteurs, tels que les ressources déployables, le secteur d'activité, la motivation à la création...) est effectivement déterminant dans le fait de passer à l'acte (s'immatriculer), de réussir à atteindre des résultats financiers à la hauteur de ses espérances, ainsi que sur le vécu de l'exercice entrepreneurial.
- Certaines qualités psychologiques (la propension à s'entourer, la tolérance au stress, la facilité à sortir de sa zone de confort...) semblent aider la réussite entrepreneuriale à court terme. D'autres semblent davantage servir une forme de résilience, qui permet de ne pas baisser les bras trop vite (la persévérance, le lieu de maîtrise, l'ambition).
- La motivation intrinsèque à la création d'entreprise (le fait de vouloir créer une entreprise parce que justement on apprécie cet exercice, le fait d'être indépendant, etc.) est déterminante dans le passage à l'acte.

Tous les groupes de non-créateurs sont significativement moins motivés que la moyenne par le fait de prendre leur indépendance et davantage par des registres de motivations extrinsèques (créer son propre emploi, accroître ses revenus...).

- Les projets se construisent manifestement sur un temps long. Tous les projets qui ne se concrétisent pas immédiatement ne sont pas nécessairement abandonnés. Si une partie des non-créateurs semble en réalité très incertaine et repousse la concrétisation de leur projet à une date indéfinie, une part également non-négligeable (plus d'un quart des non-créateurs) semble réellement déterminée.

Niveau de vie et situation dans l'emploi avant de s'immatriculer, genre, diplômes... influent marginalement sur l'appartenance à une famille.

Par exemple : Femmes et hommes sont quasiment en même proportion chez « les Certains » (30% vs 34%), les personnes avec les niveaux de vie les plus faibles à égalité avec les plus aisés (28% vs 29%).

Contact presse

Anne-Gaëlle Perrot

perrot@bge.asso.fr
07 89 98 49 93

www.bge.asso.fr

