



L'indice Idinvest Partners de l'envie d'entreprendre

réalisé par Viavoice, en partenariat avec *Le Figaro*

Mai 2018



Sommaire et modalités de réalisation

Principaux enseignements	3
Synthèse des enseignements	4
La typologie des entrepreneurs	7
L'indice Idinvest Partners « Entreprendre »	8
Premier volet : l'envie d'entreprendre	10
L'envie d'entreprendre	11
Les projets concrets de création d'entreprise	12
Les facteurs incitatifs conjoncturels	13
Le secteur d'activité envisagé	14
Les sources de financement	15
Le type d'entreprise envisagé	16
Second volet : le sens donné à la création d'entreprise	17
Les raisons de l'envie d'entreprendre	18
Les valeurs personnelles	19
La prise de décision, le déclic nécessaire à la création d'entreprise	20
Entreprendre pour donner du sens à sa vie, être utile	21
Entreprendre pour gagner sa vie, être reconnu	22
Entreprendre pour innover, manager, transmettre	23
Hiérarchie des priorités des entrepreneurs	24
L'évolution de l'entrepreneuriat	25
Les enjeux de l'entrepreneuriat	26
La richesse et l'argent	27

Sondage Viavoice pour Idinvest Partners, en partenariat avec *Le Figaro*, réalisé en ligne du 24 avril au 3 mai 2018.

Échantillon de 5 014 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, dont 1736 personnes ayant envie d'entreprendre.

Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.



Principaux enseignements

Synthèse des enseignements

À l'inverse des idées reçues...

Les créateurs d'entreprises sont loin d'avoir les mêmes profils ou les mêmes motivations

Qui sont les entrepreneurs ? Ou, dit autrement, quelles sont les motivations profondes, les valeurs, les visions du monde que portent les créateurs d'entreprise ?

Bien souvent, deux visions caricaturales sont opposées.

Pour certains l'entrepreneur serait essentiellement cupide, ou opportuniste : sa seule motivation serait de gagner un maximum d'argent sur le dos des autres, qu'ils soient salariés ou consommateurs. De l'autre, certains tenteraient de tout expliquer par une vision pouvant apparaître toute aussi caricaturale parfois : le nouvel entrepreneur serait transcendé par une vision uniquement tournée vers l'intérêt général et la société, comme si ces aspirations – certes croissantes – pouvaient expliquer à elles seules l'ensemble des créations d'entreprises, tous secteurs d'activité confondus.

Convaincus que les motivations des entrepreneurs sont plus complexes qu'elles n'y paraissent, Viavoice et Idinvest Partners, en partenariat avec *Le Figaro*, ont souhaité réaliser une typologie, à partir d'une large enquête réalisée auprès de 1700 personnes souhaitant créer leur entreprise en France.

Des entrepreneurs qui se sentent très différents de leurs aînés

Notre étude met en avant tout d'abord des tendances de fond, majoritairement partagées par tous les profils :

- L'idée selon laquelle les entrepreneurs d'aujourd'hui sont très différents d'il y a quelques années, par exemple, est partagée par 77 % des personnes souhaitant créer leur entreprise en France ;
- Le sentiment que le digital crée de formidables opportunités est également partagé par 79 % d'entre eux, ce qui montre que les outils numériques sont aujourd'hui très largement utiles – et utilisés – au-delà des secteurs technologiques proprement dits.
- Une très large majorité de notre échantillon d'entrepreneurs partage également l'idée selon laquelle entreprendre est la meilleure manière d'être libre et indépendant (79 %) mais aussi d'innover et de créer (78 %).

Autre point commun à une grande partie de notre échantillon : 83 % d'entre eux mettent en avant l'idée qu'« en France, l'argent est trop souvent un tabou », alors que 70 % d'entre eux visent évidemment à « améliorer leur niveau de vie » et « profiter de la vie » en créant leur entreprise, même si ce n'est pas toujours leur première source de motivation.



Synthèse des enseignements

Quatre profils d'entrepreneurs, quatre types de motivations pour entreprendre

Au-delà de ces attentes et opinions communes, qui montrent certaines tendances fortes parmi les nouveaux entrepreneurs, quatre profils peuvent être distingués.

Le premier profil type rassemble des « **créatifs** » : à l'image des pionniers de la Silicon Valley ou des pépites de la station F, ces entrepreneurs souhaitent créer leur entreprise afin d'« exploiter davantage leurs compétences et leur créativité » et « concrétiser une idée, une vision ». Résolument engagés vers l'innovation, ils sont très attachés aux valeurs de liberté et d'indépendance, ainsi qu'à la « détermination », une valeur capitale à leurs yeux. Naturellement, ils voient dans le digital une formidable opportunité pour développer leur business, quel que soit leur secteur d'activité.

Le deuxième profil, celui des « **altruistes** », est également en passe de disrupter un certain nombre de marchés et d'activités, mais avec une stratégie et une vision très différente. Partageant avec le premier groupe le goût de l'innovation et du digital, ils vont en revanche moins mettre en avant la détermination, la liberté et l'indépendance car pour eux c'est le travail en équipe et l'aventure collective qui prime. Leurs valeurs sont celles de la solidarité, de la tolérance et de la bienveillance. Ils sont donc naturellement plus enclins à développer des externalités positives sur le plan social ou environnemental.

Le troisième profil, celui des « **ambitieux** », est très différent de ces derniers. S'il partage avec le premier groupe le goût de la liberté, sa priorité n'est pas l'innovation ou la disruption, mais l'effort, le courage et la « certitude de réussir ». Leur aspiration est d'abord d'élever leur niveau de vie pour « profiter de la vie » ou encore pour accumuler un patrimoine, pour eux-mêmes comme pour leurs proches. Mais cette aspiration hédoniste n'est pas pour autant égoïste, ou exclusive : selon eux, « tout le monde devrait avoir l'ambition de devenir riche dans sa vie ».

Enfin, le quatrième profil, celui des « **travailleurs éthiques** », s'il partage avec le deuxième groupe une aspiration à l'utilité collective, c'est à travers une vision plus traditionnelle : pour ces entrepreneurs, donner du sens à sa vie c'est d'abord par la transmission (d'un savoir faire, d'un métier), mais aussi par la morale et l'éthique. Ils valorisent donc, au même titre que les « ambitieux hédonistes », le goût de l'effort et du courage, constitutifs de cette éthique revendiquée. Ils se montrent également attachés à leur famille et leur entourage, auxquels ils souhaitent transmettre quelque chose, et être reconnus de leur part en retour.

Synthèse des enseignements

Deux axes structurants : le rapport à l'innovation, et le sens donné l'ambition personnelle ou collective

Ainsi, certains entrepreneurs privilégient l'innovation et la créativité, avec la volonté de disrupter leur secteur, quand d'autres valorisent le savoir-faire, et comptent se différencier par l'effort, le courage, c'est-à-dire une certaine « valeur travail ».

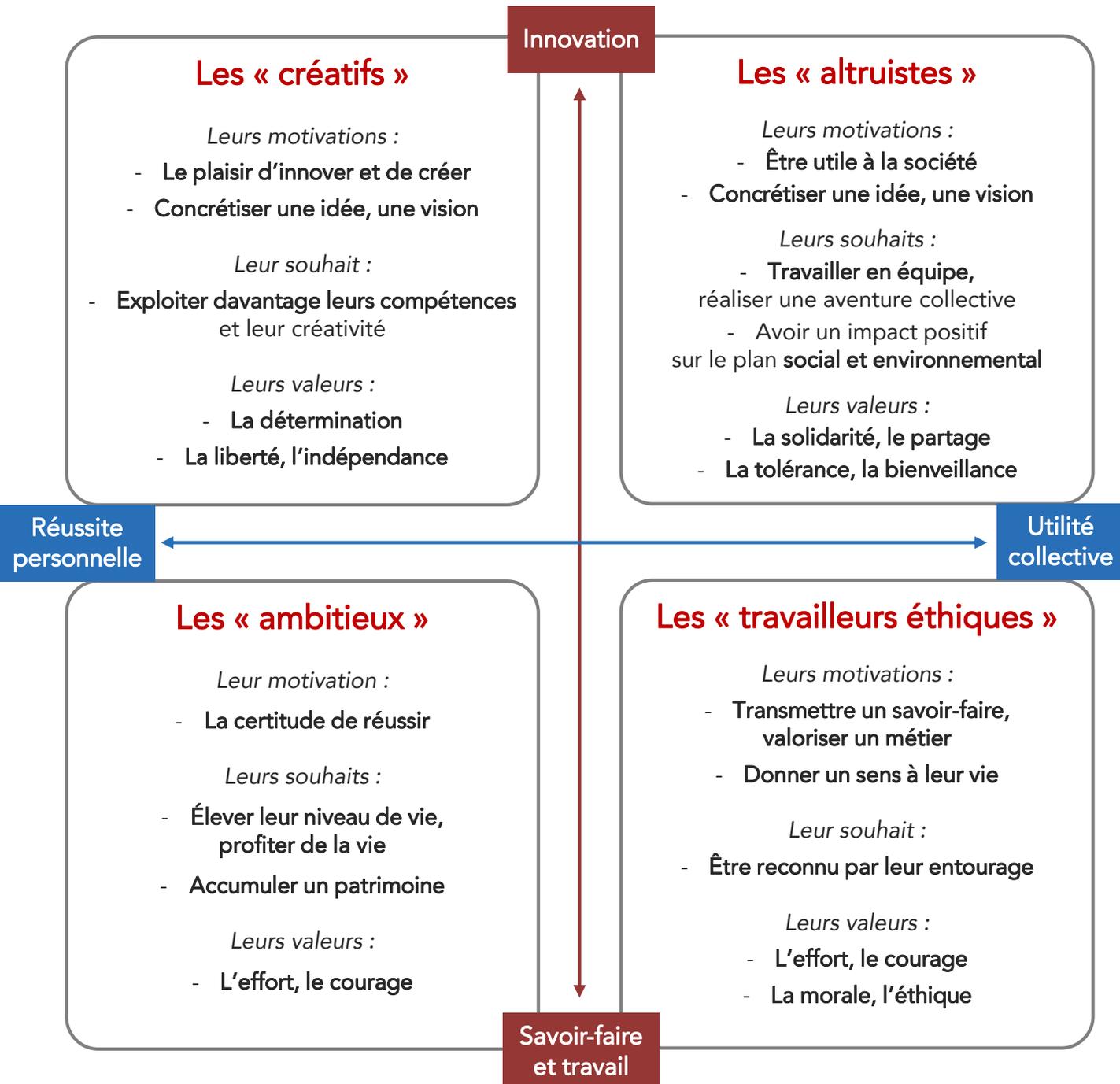
Certains privilégient la réussite personnelle et le dépassement de soi, quand d'autres se montrent plus attachés à l'ambition collective, au travail en équipe, ou encore mettent en avant une vocation : celle d'être utile à la société.

Cette utilité elle-même n'est pas monolithique, puisque certains mettront en avant leur impact social et environnemental, quand d'autres privilégieront la production de produits ou de services utiles au plus grand nombre, ou encore la valorisation d'un savoir-faire, d'un métier, et d'une éthique professionnelle.

Pour autant, ces différentes vocations et aspirations ne s'opposent pas : elles montrent plutôt des priorités différentes au moment de la création d'entreprise et, au-delà, dans la vie de l'entreprise par la suite.

Mais surtout ces visions ne se contredisent pas : cette typologie montre qu'il n'y a pas une seule manière d'appréhender l'ambition entrepreneuriale, mais bien plusieurs. Et que chacune a, d'une certaine manière, sa propre légitimité.

La typologie des entrepreneurs



L'indice Idinvest Partners « Entreprendre »

Indice Idinvest Partners : l'envie d'entreprendre en baisse dans un contexte de mouvements sociaux

Après avoir fortement progressé au deuxième semestre 2017 dans un contexte d'amélioration de la plupart des grands indicateurs économiques (croissance, emploi, moral des ménages et des dirigeants d'entreprise), l'envie d'entreprendre enregistre une baisse en ce mois de mai.

L'indice passe ainsi de 432 points à 350 points, soit une baisse significative, même si l'indice reste au-dessus de son niveau d'il y a un an.

Concrètement, nous mesurons tout à la fois une légère baisse des vocations entrepreneuriales (35 % des Français souhaiteraient créer leur entreprise, en baisse de un point) et une baisse des projets concrets d'entreprise (10 %, - 2 points).

Des résultats qui peuvent s'expliquer notamment par le contexte politique et social : la multiplication des mouvements sociaux du printemps (SNCF, Air France, Carrefour, Universités, retraités...), qui ont eu un impact direct sur l'activité de nombreux secteurs, ont pu générer des inquiétudes et pousser un certain nombre d'entrepreneurs à plus d'attentisme, en remettant à plus tard leur projet de création d'entreprise.

Un optimisme de moyen terme toujours vivace toutefois

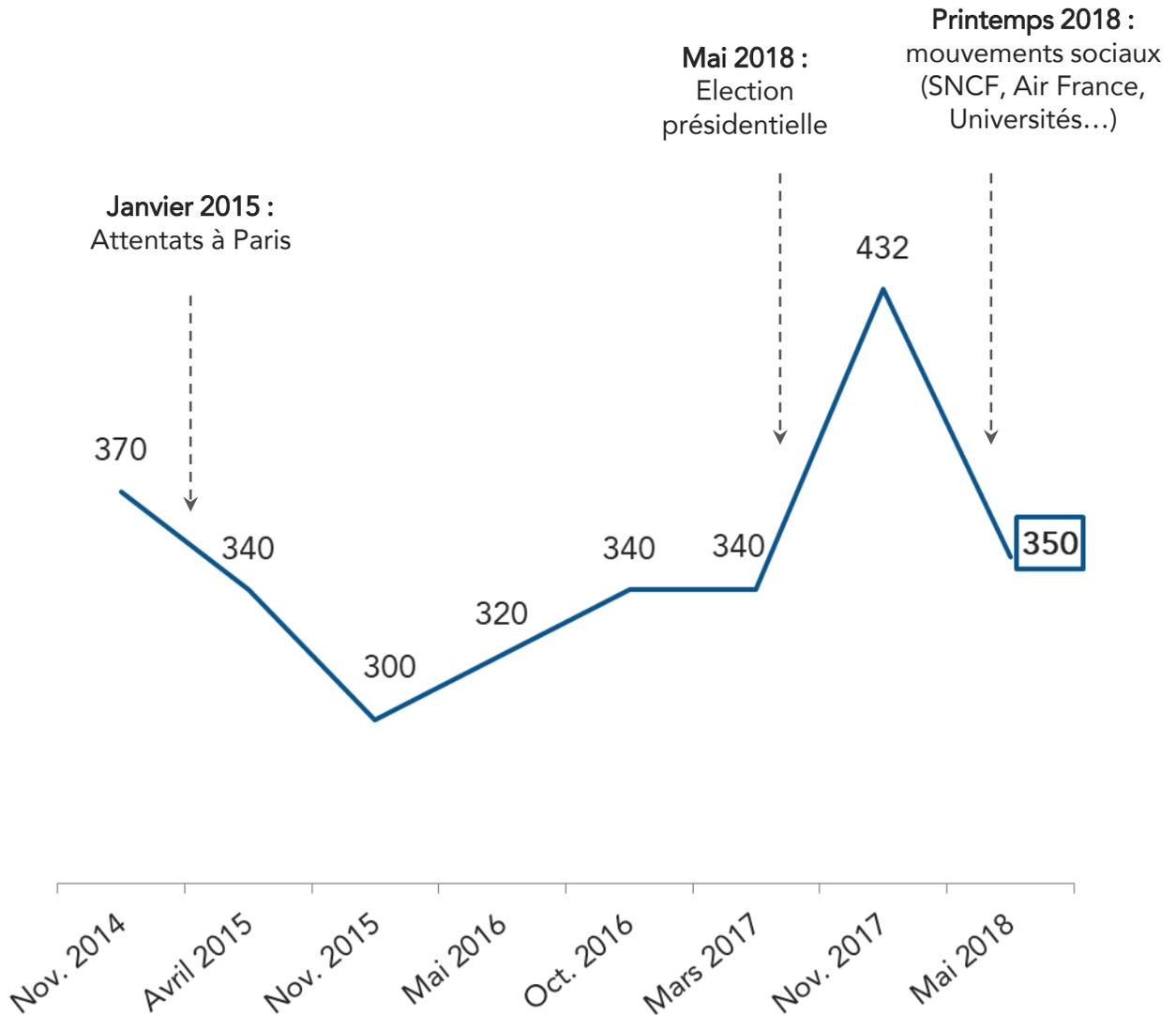
Pour autant, ces craintes conjoncturelles ne devraient pas durer dans les mois à venir.

Sur le fond, les personnes aspirant à l'entrepreneuriat montrent une bonne tenue de leur confiance dans l'avenir :

- Un tiers (31 %) d'entre eux jugent ainsi la conjoncture économique de la France comme un atout pour créer son entreprise, en hausse de 5 points depuis novembre ;
- Et ils sont également 31 % à juger la conjoncture économique mondiale comme favorable, en hausse de 4 points.

Les mois à venir seront donc essentiels pour mesurer l'évolution de ces perceptions : ou bien la situation politique et sociale se détériorera encore au point d'endommager la confiance économique, ou bien la conjoncture économique s'améliorera suffisamment pour limiter les inquiétudes sociales. Dans un cas comme dans l'autre, cela aura un impact – positif ou négatif – sur les créations d'entreprises en France.

L'indice Idinvest Partners « Entreprendre »



* L'indice Idinvest Partners Entreprendre correspond au pourcentage de personnes ayant envie d'entreprendre multiplié par le pourcentage de personnes ayant un projet concret d'entreprise au sein de la population française. Il permet ainsi de mesurer dans le temps l'évolution de l'envie d'entreprendre, à la fois en tant que souhait qu'en tant qu'expérience concrète.

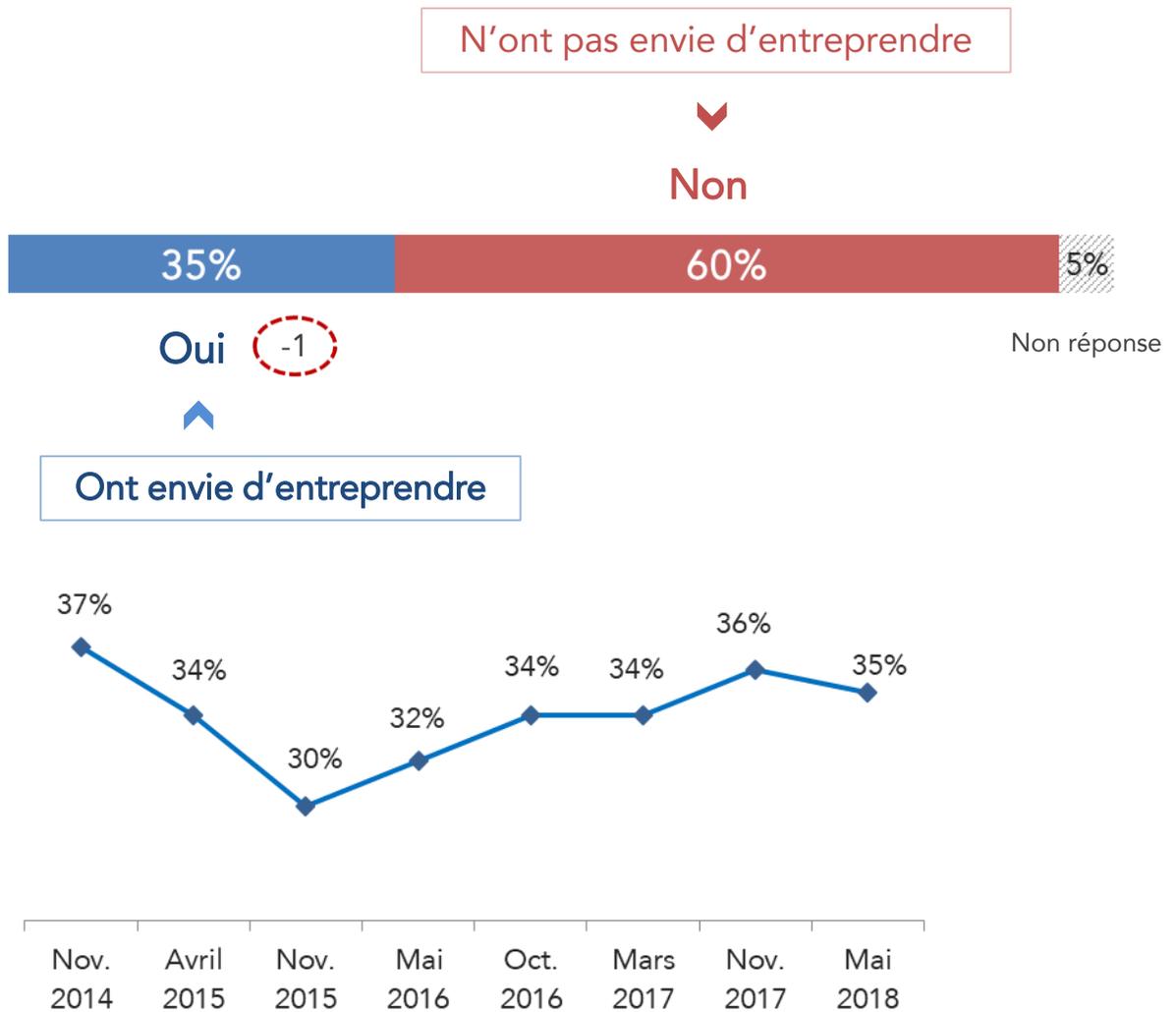


**Premier volet :
L'envie d'entreprendre**

L'envie d'entreprendre

Actuellement, si vous en aviez la possibilité, auriez-vous envie d'entreprendre, c'est-à-dire de créer votre propre entreprise ?

Base : échantillon représentatif de la population française



Les projets concrets de création d'entreprise

Actuellement, avez-vous un projet concret de création de votre propre entreprise, que vous envisagez de réaliser au plus tard d'ici un an ?

Base : personnes ayant envie d'entreprendre

N'ont pas de projet concret de création de leur entreprise

Non

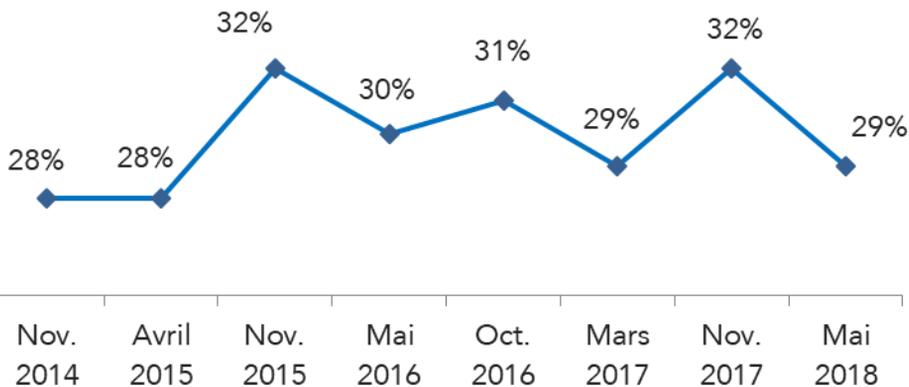


Oui **-3**

Non réponse

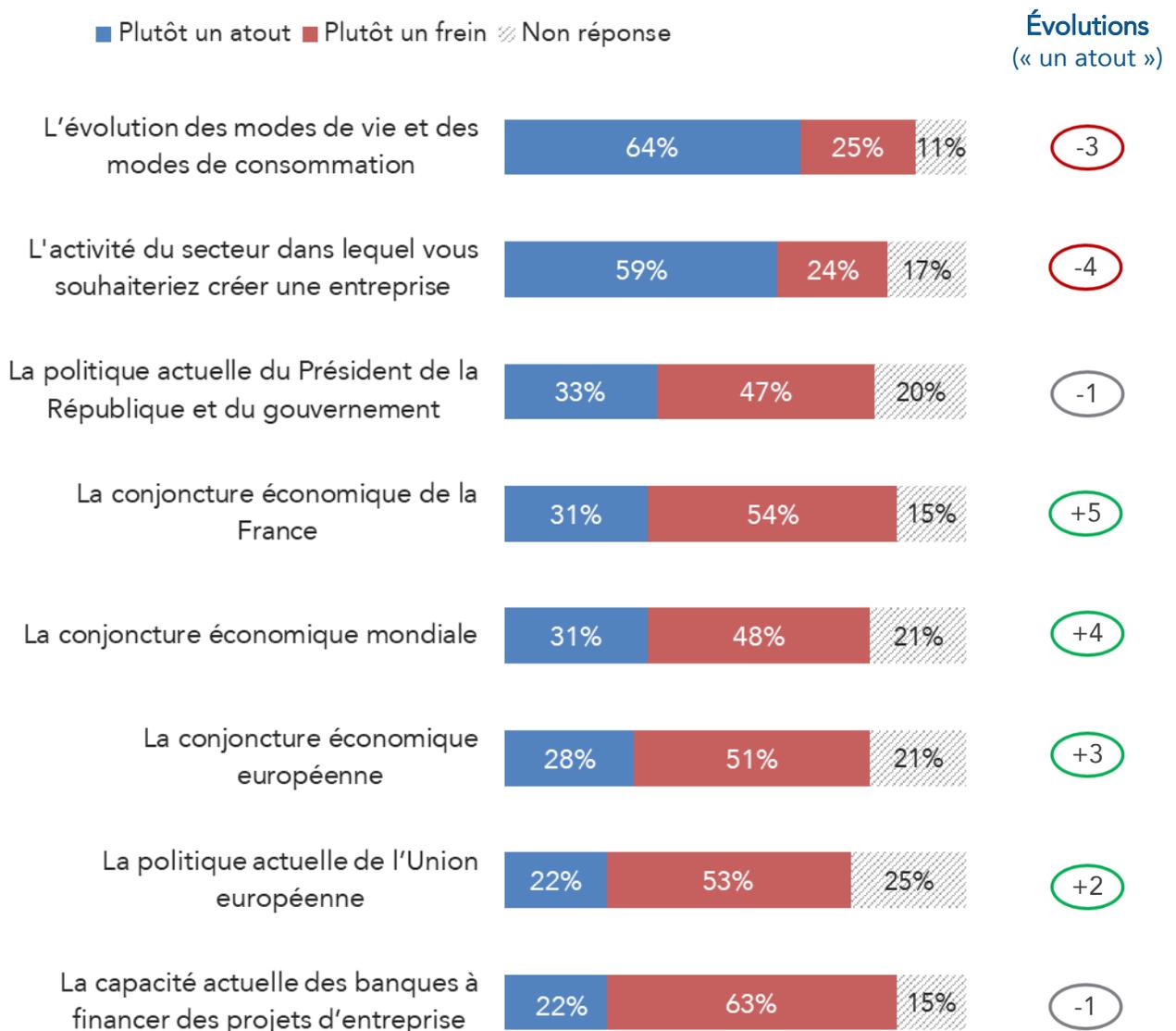
Ont un projet concret de création de leur entreprise

Correspond à 10% de l'échantillon total **-2**



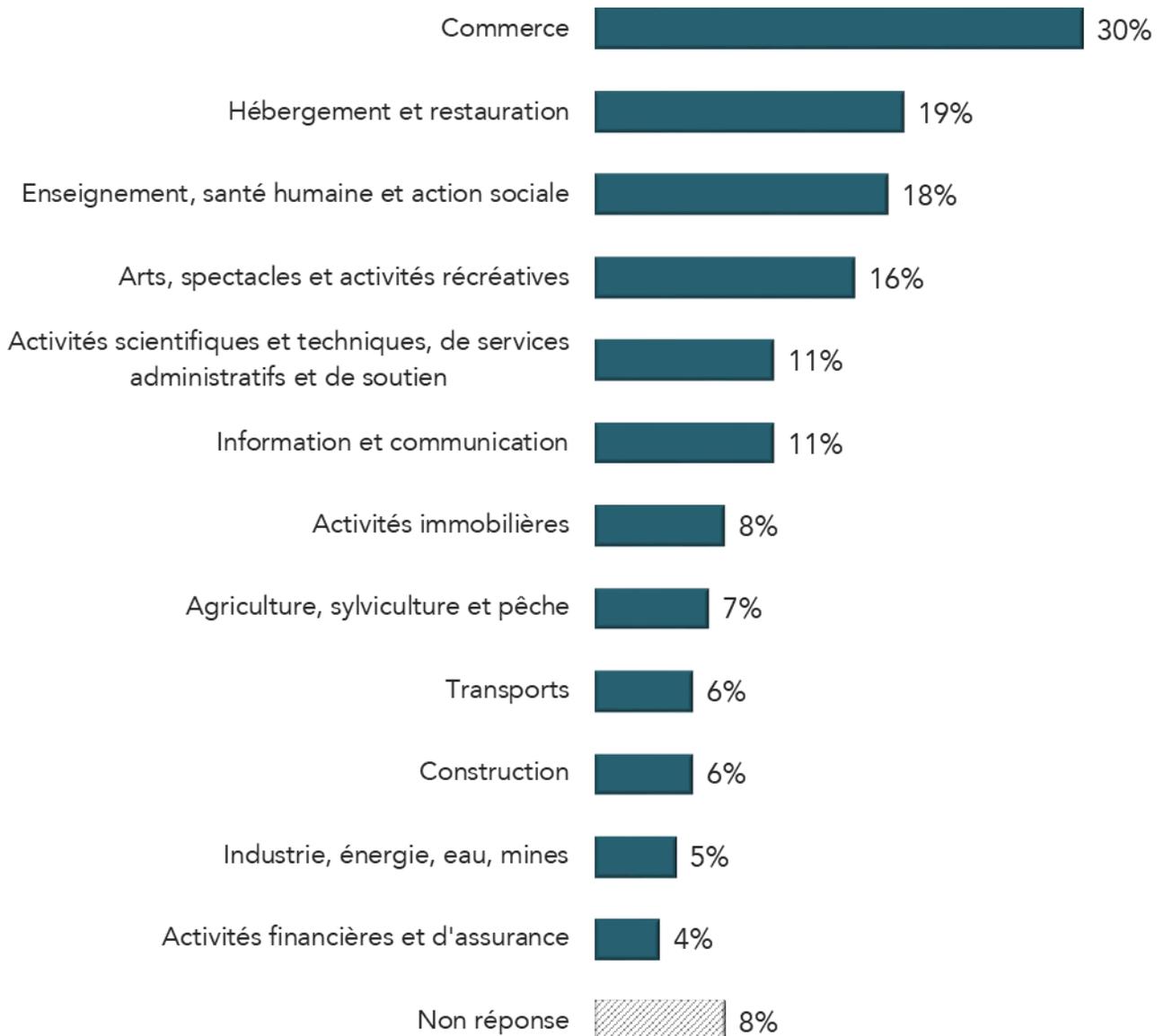
Les facteurs incitatifs conjoncturels

Diriez-vous que chacun des points suivants est actuellement plutôt un atout ou plutôt un frein pour créer son entreprise ?



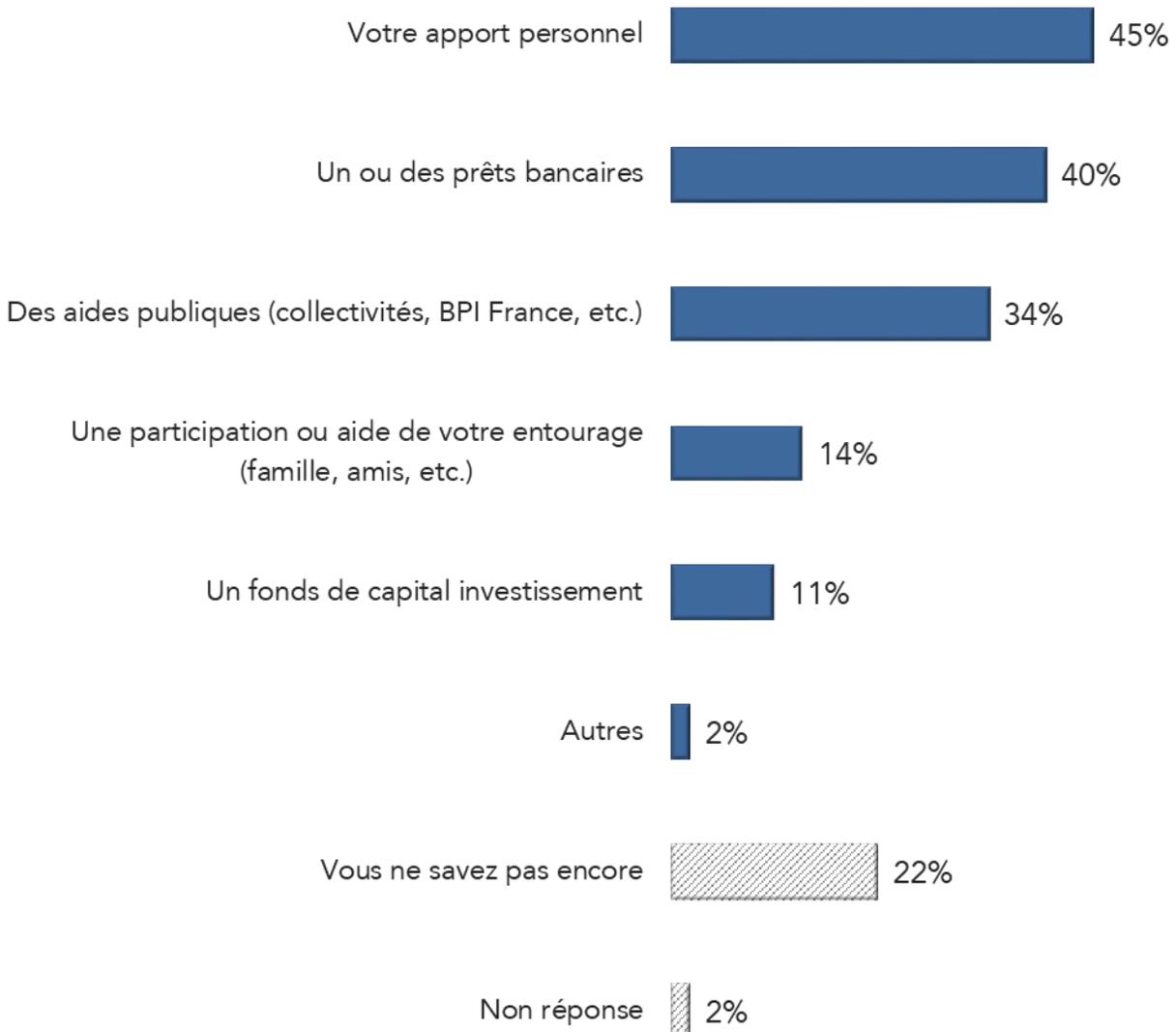
Le secteur d'activité envisagé

Dans quel(s) secteur(s) d'activité auriez-vous envie de créer votre entreprise ?



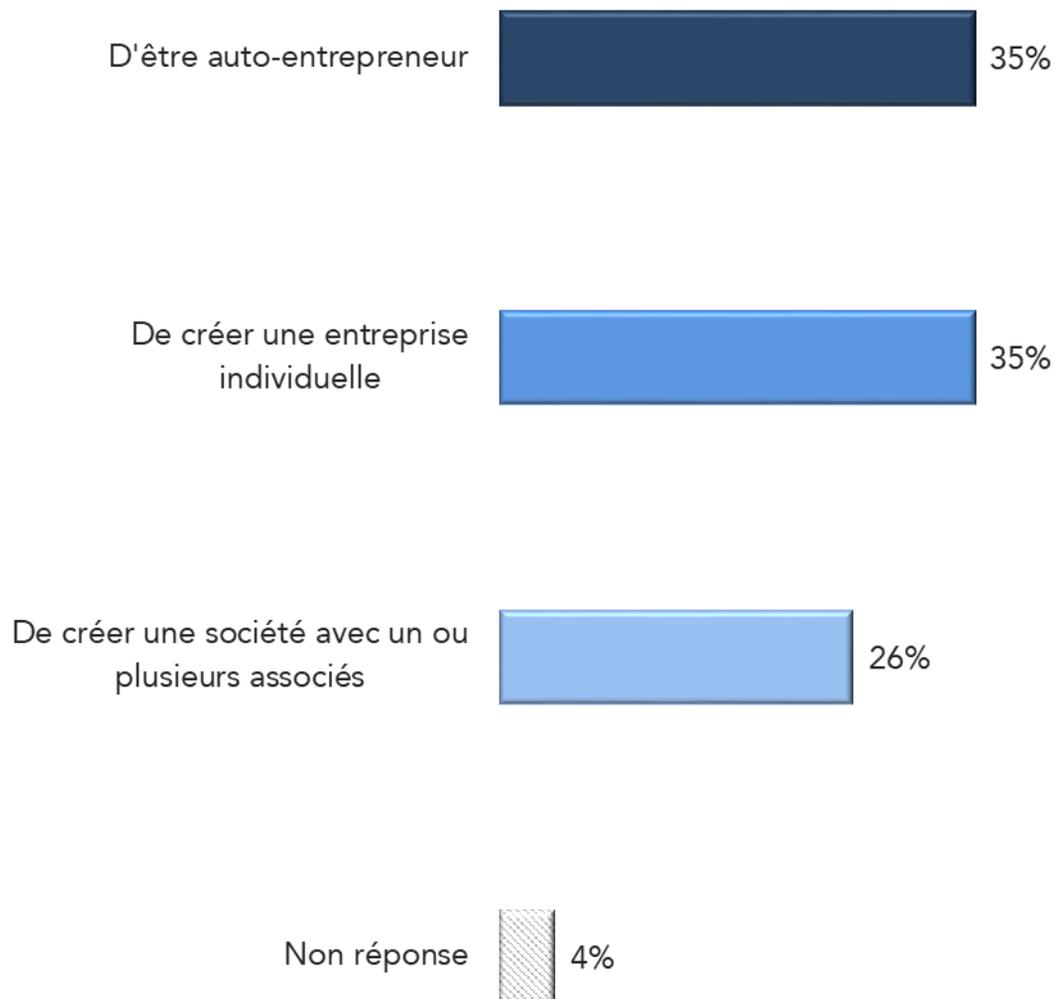
Les sources de financement

Quelles sources de financement aimeriez-vous mobiliser pour la création de votre entreprise ?



Le type d'entreprise envisagé

Concrètement, auriez-vous envie...

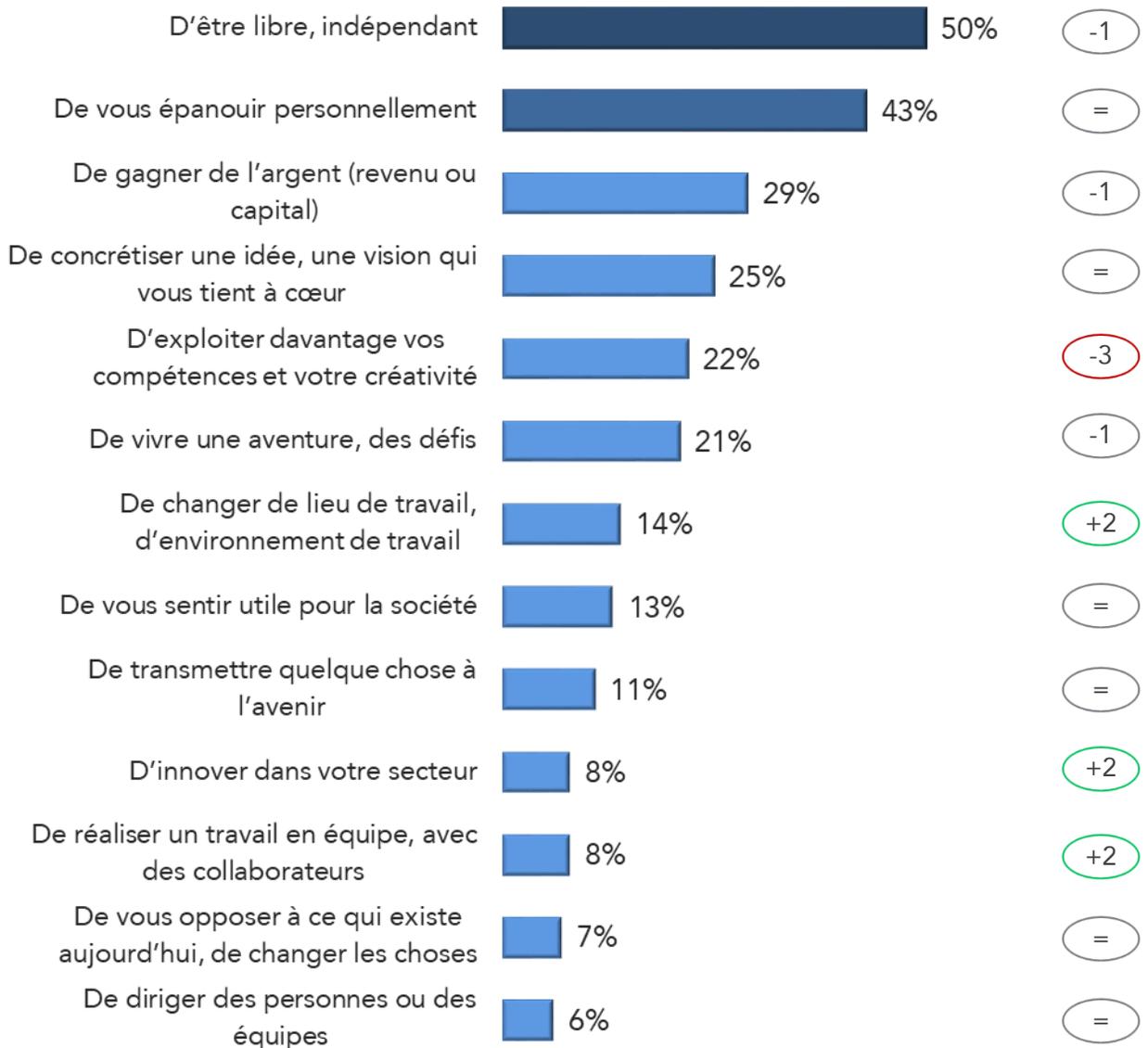




Second volet :
Le sens donné à la création d'entreprise

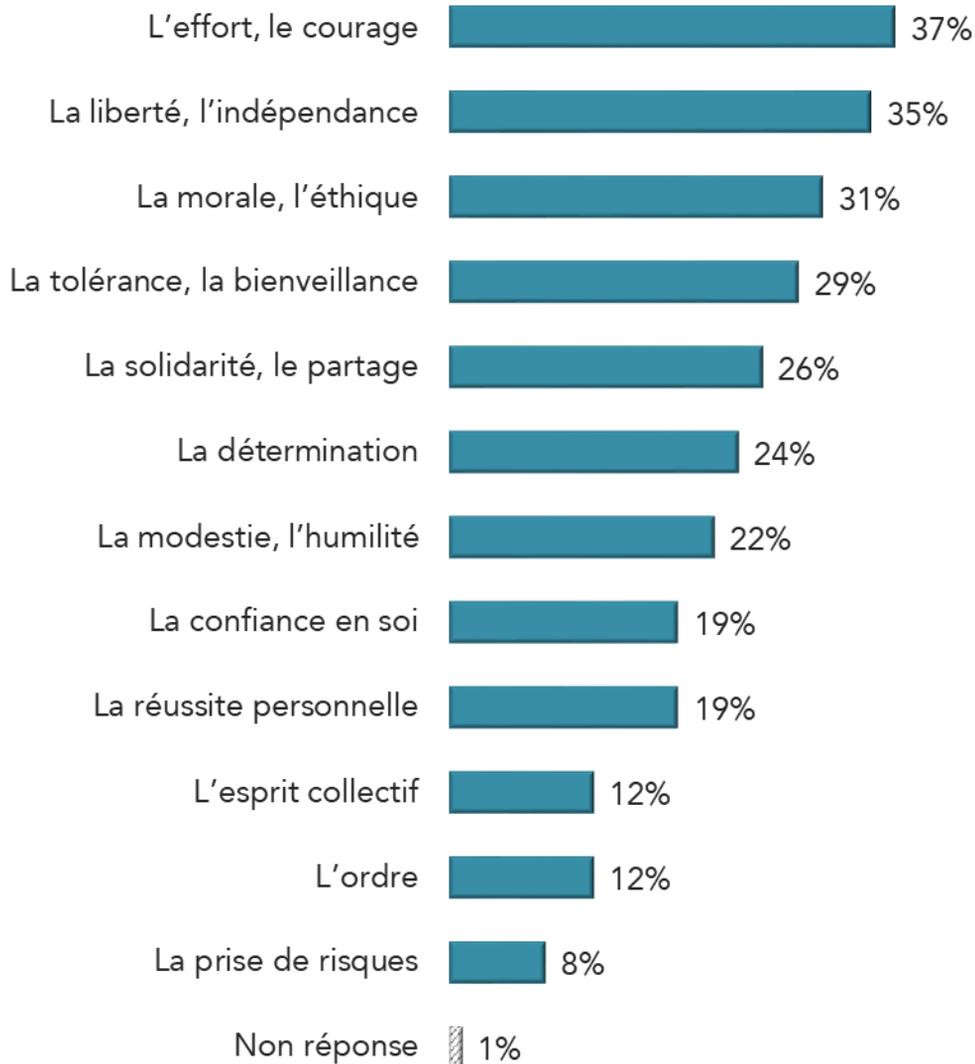
Les raisons de l'envie d'entreprendre

Quelles sont toutes les raisons qui vous donnent actuellement envie d'entreprendre ? *Vous avez envie...*



Les valeurs personnelles

À titre personnel, quelles sont les principales valeurs auxquelles vous êtes attaché ?



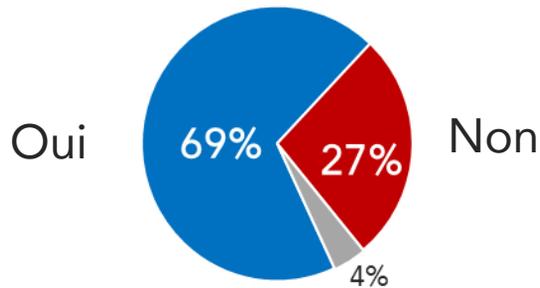
La prise de décision, le déclic nécessaire à la création d'entreprise

Au final, qu'est-ce qui pour vous provoquera la décision finale de créer votre entreprise et le lancement de votre projet ?

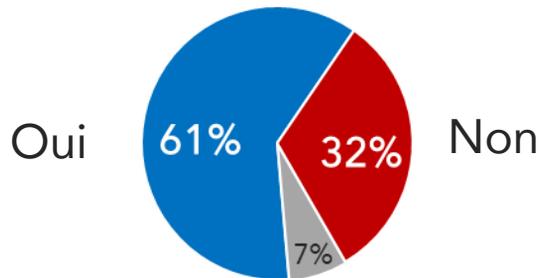


Entreprendre pour donner du sens à sa vie, être utile

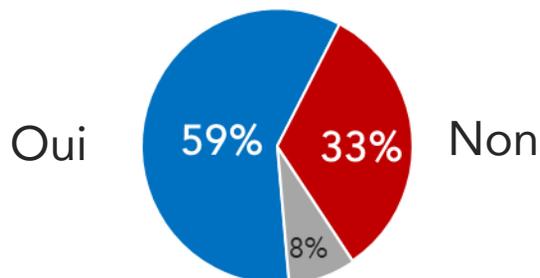
Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour **donner un sens à votre vie** ?



Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour **être utile à la société** ?

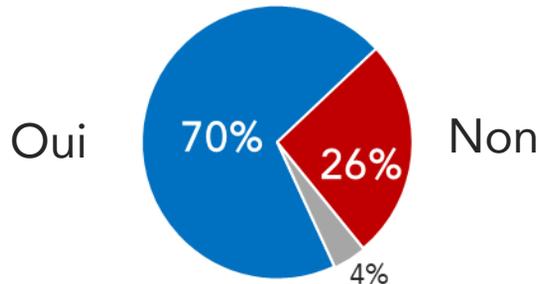


Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour **avoir un impact positif sur le plan social ou environnemental** ?

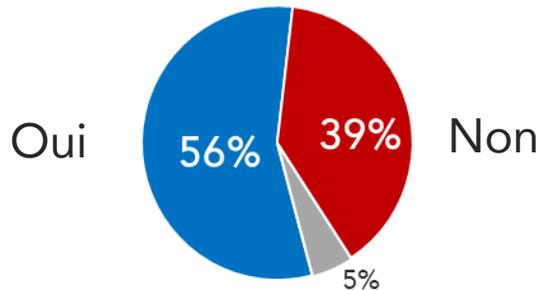


Entreprendre pour gagner sa vie, être reconnu

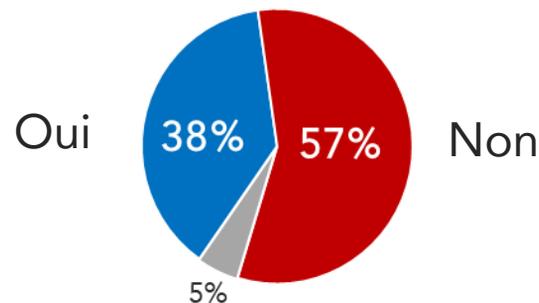
Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour élever votre niveau de vie et profiter de la vie ?



Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour accumuler et transmettre un patrimoine pour vous et vos proches ?

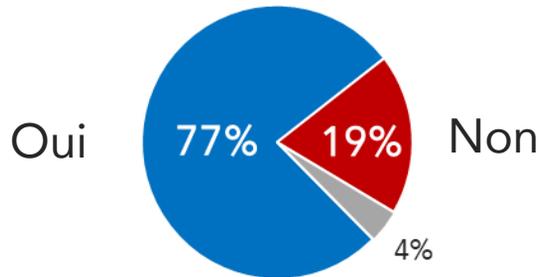


Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour être reconnu par votre entourage ?

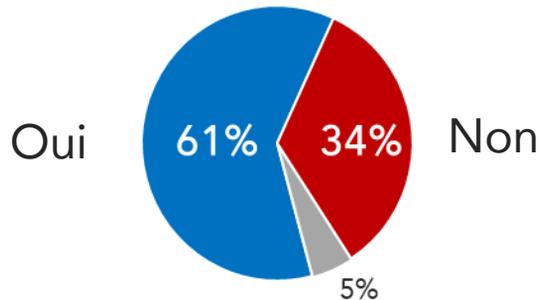


Entreprendre pour innover, manager, transmettre

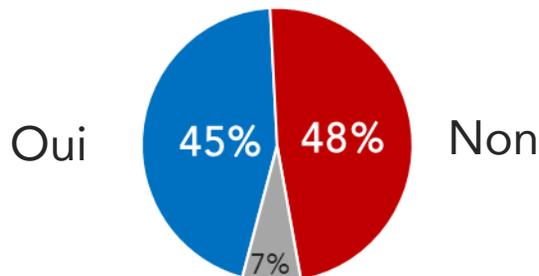
Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour le plaisir d'innover et de créer... ?



Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour transmettre un savoir-faire, valoriser un métier ?

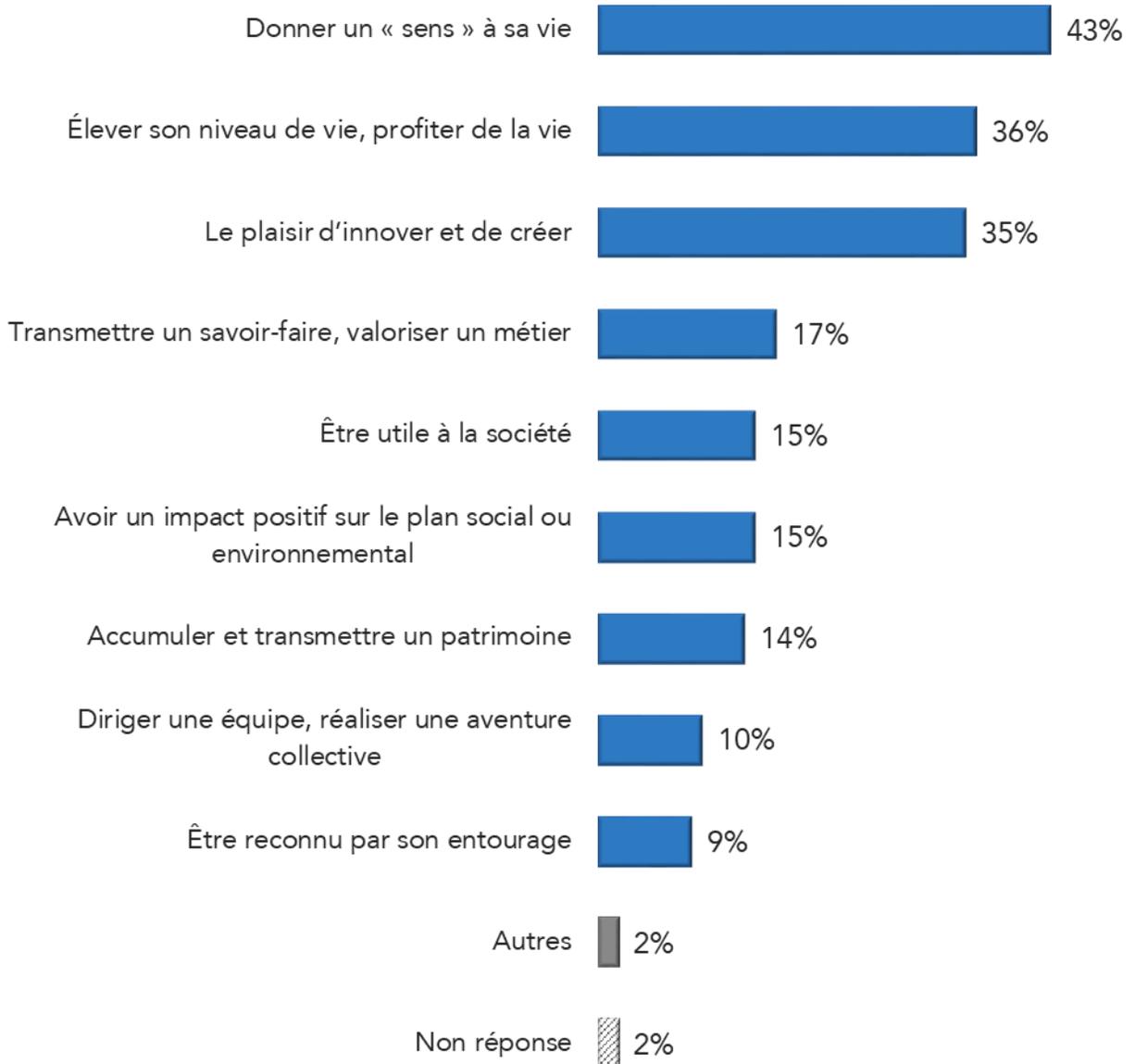


Diriez-vous que vous souhaitez créer votre entreprise pour diriger une équipe, réaliser une aventure collective ?



Hiérarchie des priorités des entrepreneurs

Enfin, quelle est pour vous la principale motivation pour créer votre entreprise ?



L'évolution de l'entrepreneuriat

Avez-vous le sentiment qu'aujourd'hui en France... ?

- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas
- ▨ Non réponse

Le digital et les nouvelles technologies créent de formidables opportunités pour entreprendre

Sous-total « Oui » 79 %



Les entrepreneurs d'aujourd'hui sont très différents d'il y a quelques années

Sous-total « Oui » 77 %



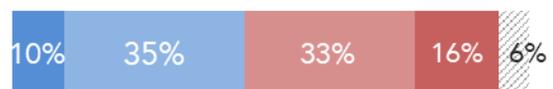
Tout le monde est capable d'avoir un projet d'entreprise, il suffit de se lancer et de s'en donner les moyens

Sous-total « Oui » 54 %



Il est de plus en plus facile de créer son entreprise

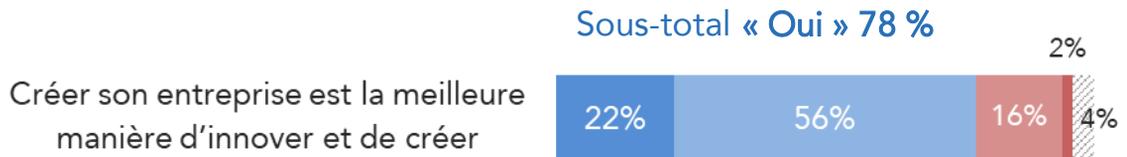
Sous-total « Oui » 45 %



Les enjeux de l'entrepreneuriat

Avez-vous le sentiment qu'aujourd'hui en France... ?

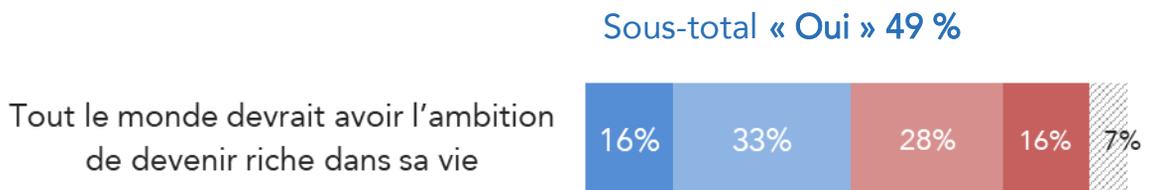
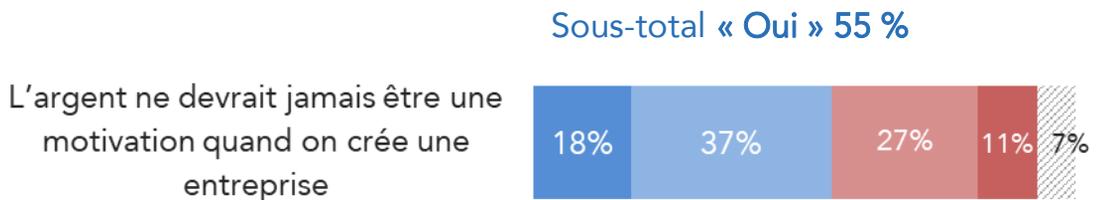
- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas
- ▨ Non réponse



La richesse et l'argent

Avez-vous le sentiment qu'aujourd'hui en France... ?

- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas
- ▨ Non réponse



VI VOICE

« La réalité ne pardonne pas qu'on la méprise. » Joris-Karl Huysmans



Études Conseil Stratégie pour l'avenir des entreprises et des institutions Paris - Londres - Casablanca

Les récentes études d'opinion Viavoice réalisées pour
Idinvest Partners, *Le Figaro*, HEC, BFM Business, *L'Express*, *Libération*, *Les Échos*, France 2, RTL et France Inter
sont consultables sur www.institut-viavoice.com

9, rue Huysmans, 75 006 Paris. + 33 (0)1 40 54 13 90. Viavoice est une SAS indépendante.