

Culture : perceptions et attitudes en matière d'entrepreneuriat

La culture entrepreneuriale d'un pays influe sur la manière dont les individus considèrent l'entrepreneuriat, sur la probabilité de choisir une carrière entrepreneuriale, sur la volonté de réussir et de recommencer après un échec, ou sur le soutien apporté à la famille et aux proches qui envisagent de créer une entreprise. Tous ces facteurs jouent un rôle, même si l'on ne dispose que de rares éléments d'appréciation empiriques sur leur importance relative et sur les différences internationales. Cette section fournit des exemples d'indicateurs qui ont été mis au point pour mesurer certaines caractéristiques de la culture entrepreneuriale en rapport avec l'image des entrepreneurs et la perception que les individus ont de leurs propres capacités à devenir entrepreneurs.

Définitions

Les six indicateurs présentés dans les graphiques 8.7 et 8.8 décrivent respectivement :

- Les possibilités supposées : le pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui entrevoient de bonnes possibilités de création d'entreprise dans la région où ils vivent.
- Les capacités supposées : le pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui estiment avoir les compétences et connaissances nécessaires pour créer une entreprise.
- La crainte de l'échec : le pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans ayant décelé des possibilités positives qui indiquent que la peur de l'échec les empêcherait de créer une entreprise.
- L'entrepreneuriat comme choix de carrière souhaitable : le pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui sont d'accord avec la proposition selon laquelle, dans leur pays, la plupart des gens considèrent la création d'une entreprise comme un choix de carrière judicieux.
- La réussite entrepreneuriale permet d'accéder à une bonne situation : le pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui sont d'accord avec la proposition selon laquelle, dans leur pays, les entrepreneurs qui réussissent jouissent d'une bonne situation.
- L'intérêt des médias pour l'entrepreneuriat : le pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui sont d'accord avec la proposition selon laquelle, dans leur pays, les médias publics parlent souvent de nouvelles entreprises qui réussissent.

Comparabilité

Les données sur les perceptions et attitudes en matière d'entrepreneuriat sont produites dans le cadre du projet *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Depuis 1999, le consortium GEM coordonne une enquête annuelle auprès de la population adulte qui porte sur au moins 2 000 individus âgés de 18 à 64 ans dans chacun des pays participant au projet GEM. Le même questionnaire et la même méthodologie de sondage sont utilisés par les équipes nationales dans les pays participants pour assurer l'harmonisation des données.

Le processus de collecte de données varie légèrement d'une équipe nationale à l'autre. La méthode d'identification des 2 000 participants dépend en grande partie du taux de couverture du réseau téléphonique fixe. Lorsque la couverture du réseau fixe est supérieure à 85 % de l'ensemble des ménages, les équipes sont autorisées à s'appuyer sur le réseau fixe pour produire une liste adéquate de participants à contacter. En ce qui concerne les pays où la couverture du réseau fixe n'est pas aussi étendue, des techniques d'entretien en face à face et/ou les téléphones mobiles sont également utilisés.

À retenir

À l'exception du Japon, les perceptions que les individus ont des possibilités offertes par l'entrepreneuriat dans leur pays respectif et de leurs propres capacités à créer une entreprise semblent être très différentes de l'attitude d'un pays à l'égard de l'entrepreneuriat pour ce qui est de l'image positive des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat comme choix de carrière. Les perceptions des possibilités en particulier sont plus susceptibles de subir les effets du cycle économique.

Source/Base de données en ligne

Données du *Global Entrepreneurship Monitor* : www.gemconsortium.org/Data.

Pour en savoir plus

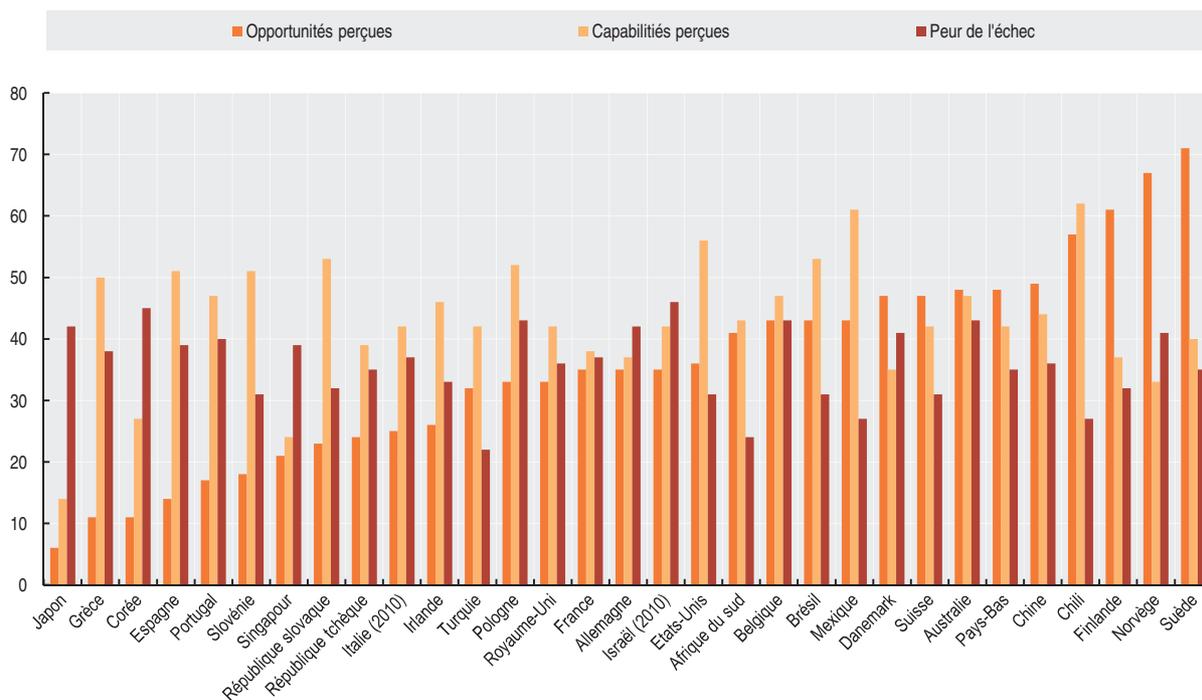
Bosma N., S. Wennekers et J.E. Amorós (2012), *Global Entrepreneurship Monitor Extended Report 2011: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*.

Kelley D.J., N. Bosma et J.E. Amorós (2011), *Global Entrepreneurship Monitor Report 2010*.

8. DÉTERMINANTS DE L'ENTREPRENEURIAT : QUELQUES INDICATEURS

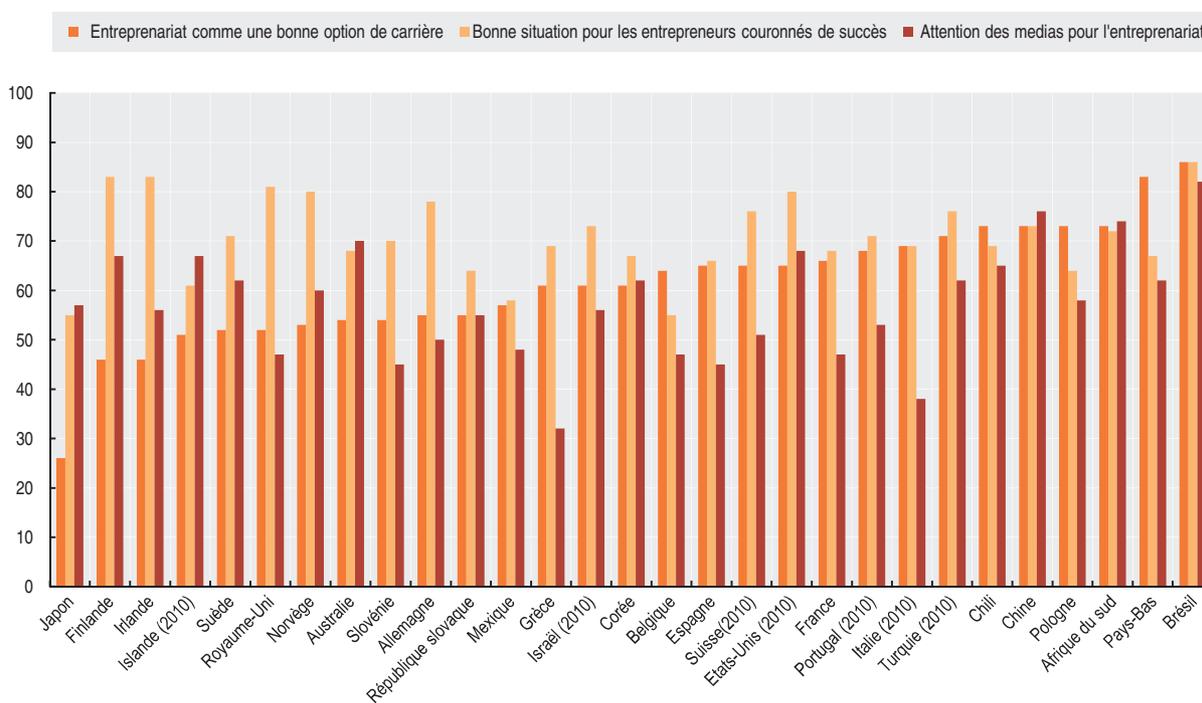
Culture : perceptions et attitudes en matière d'entrepreneuriat

Graphique 8.7 Perceptions de l'entrepreneuriat, 2011 ou dernière année disponible



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932671700>

Graphique 8.8 Attitudes envers l'entrepreneuriat, 2011 ou dernière année disponible



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932671719>



Extrait de :
Entrepreneurship at a Glance 2012

Accéder à cette publication :
https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2012-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2012), « Culture : perceptions et attitudes en matière d'entrepreneuriat », dans *Entrepreneurship at a Glance 2012*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2012-26-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.