

Culture : perceptions et attitudes entrepreneuriales

À savoir

- En 2014, dans plusieurs pays du sud de l'Europe et plus particulièrement en Espagne, en Grèce et au Portugal, les capacités perçues dépassaient de façon significative les opportunités perçues, reflet probable d'un contexte économique défavorable. Au contraire, dans les économies émergentes que sont le Brésil et l'Indonésie, ainsi qu'aux États-Unis, au Canada, en Norvège, au Danemark et au Mexique, les opportunités perçues étaient relativement nombreuses.
- Au Japon, et dans une moindre mesure en Corée, les opportunités perçues et les capacités perçues étaient particulièrement limitées par rapport aux autres pays de l'OCDE, mais similaires aux niveaux observés dans le passé dans ces deux pays.
- Il semble qu'une perception positive de l'entrepreneuriat aille de pair avec un certain volontarisme à son égard. Comme on pourrait s'y attendre, le contexte économique est un facteur susceptible d'interférer avec les aspirations des individus.
- Cependant, indépendamment du contexte économique d'un pays et de l'attitude générale envers l'entrepreneuriat, les femmes apparaissent moins enclines que les hommes à prendre le risque de créer leur propre entreprise ; à l'exception des femmes au Mexique et en Afrique du Sud.

Définitions

Opportunités perçues : pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui peuvent identifier de bonnes opportunités de créer une entreprise dans la région où ils vivent.

Capacités perçues : pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui pensent avoir les compétences et les connaissances requises pour créer une entreprise.

Fréquence de la peur de l'échec : pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans jouissant d'opportunités perçues comme favorables qui indiquent que la peur de l'échec les empêcherait de créer une entreprise.

L'entrepreneuriat, choix de carrière enviable : pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans pour qui, dans leur pays, la majorité estime que créer une entreprise est un choix de carrière enviable.

Valorisation de la réussite entrepreneuriale : pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans pour qui, dans leur pays, les entrepreneurs prospères sont mis en avant.

Couverture médiatique de l'entrepreneuriat : pourcentage d'individus âgés de 18 à 64 ans qui, dans leur pays, voient souvent des articles de presse sur de nouvelles entreprises prospères.

Je préfère prendre un risque et créer ma propre entreprise que travailler pour quelqu'un d'autre : pourcentage d'individus, par genre, qui se déclarent d'accord avec cette affirmation.

Informations sur les données concernant Israël : <http://dx.doi.org/10.1787/888932315602>

Pertinence

La culture entrepreneuriale dans un pays influe sur l'attitude des individus vis-à-vis de l'entrepreneuriat, sur la probabilité qu'ils choisissent une carrière d'entrepreneur, sur leurs ambitions et leur capacité à rebondir après un échec, et sur l'aide dont peuvent bénéficier leurs proches lorsqu'ils créent une entreprise. Tous ces aspects entrent en jeu, même s'il existe peu de données empiriques concernant leur importance relative et les différences existant d'un pays à un autre.

Comparabilité

Les données relatives aux perceptions et attitudes entrepreneuriales sont issues du projet *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Le consortium GEM coordonne une enquête annuelle sur la population adulte, auprès d'un minimum de 2 000 individus âgés de 18 à 64 ans dans chaque pays participant au projet. Le même questionnaire d'enquête et la même méthodologie sont utilisés par les équipes nationales dans les différents pays participants, afin d'assurer l'harmonisation des données.

Le processus de collecte des données varie légèrement d'une équipe nationale à une autre. La méthode utilisée pour identifier les 2 000 participants dépend largement du pourcentage de couverture du réseau téléphonique filaire. Lorsque cette couverture dépasse 85 % des ménages, les équipes sont autorisées à procéder par enquête téléphonique en utilisant les lignes fixes pour obtenir une liste appropriée de participants à contacter. Dans les pays où la couverture du réseau de lignes fixes est moins étendue, on recourt aussi à des techniques d'entretien en face-à-face ou par lignes téléphoniques mobiles.

Le graphique 7.19 est basé sur Gallup Worldwide Research, qui examine des résidents dans plus de 150 pays, utilisant des échantillons représentatifs au niveau du pays et choisis de façon aléatoire. Dans chaque pays l'échantillon consiste typiquement en 1000 individus, âgés de 15 ans et plus. Des entretiens téléphoniques et en face à face sont utilisés.

Sources

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), www.gemconsortium.org/data.

Gallup Analytics, www.gallup.com/products/170987/gallup-analytics.aspx.

Pour en savoir plus

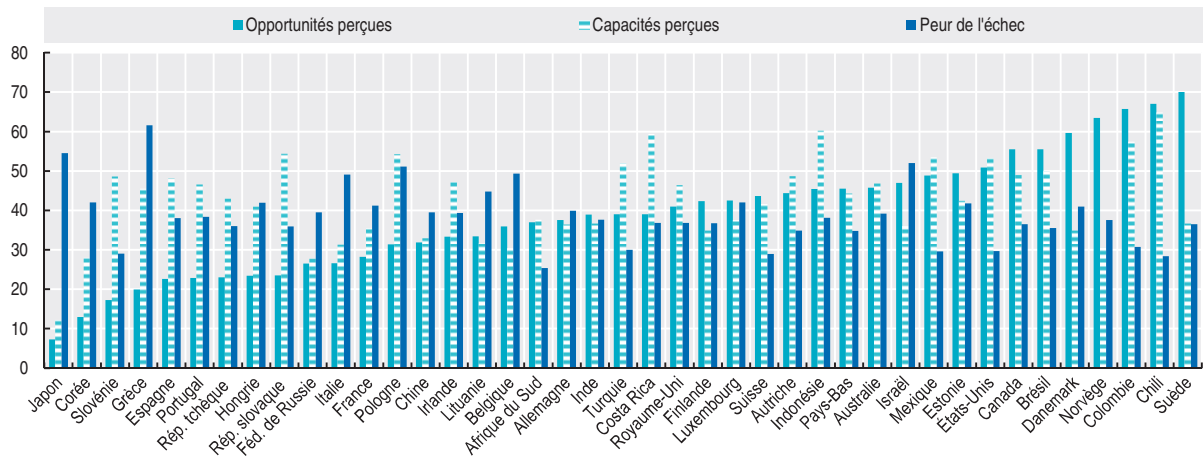
Singer S., J. E. Amorós, D. M. Arreola (2015), *Global Entrepreneurship Monitor, Global Report 2014*.

7. DÉTERMINANTS DE L'ENTREPRENEURIAT : QUELQUES INDICATEURS

Culture : perceptions et attitudes entrepreneuriales

Graphique 7.17. **Perceptions entrepreneuriales**

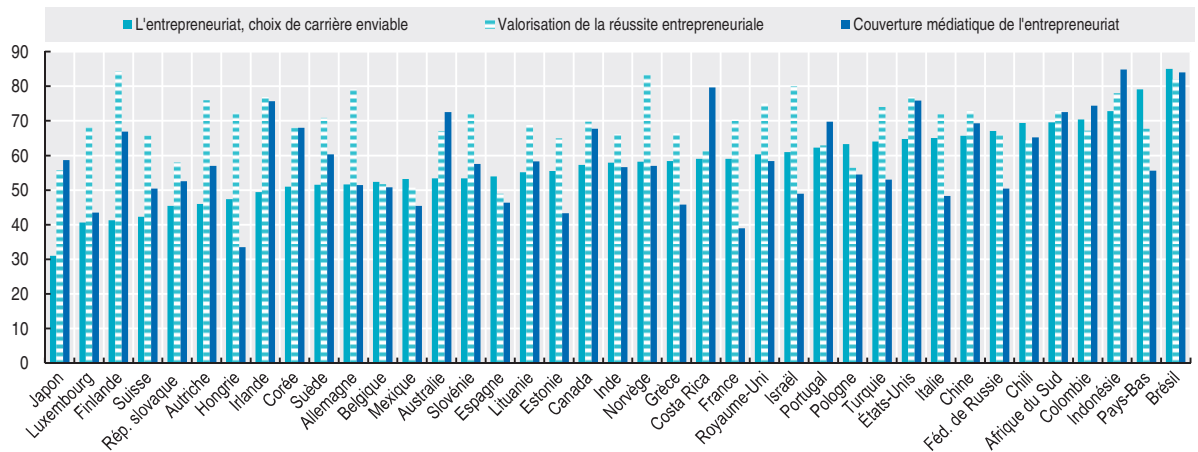
En pourcentage, 2014



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933267209>

Graphique 7.18. **Attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat**

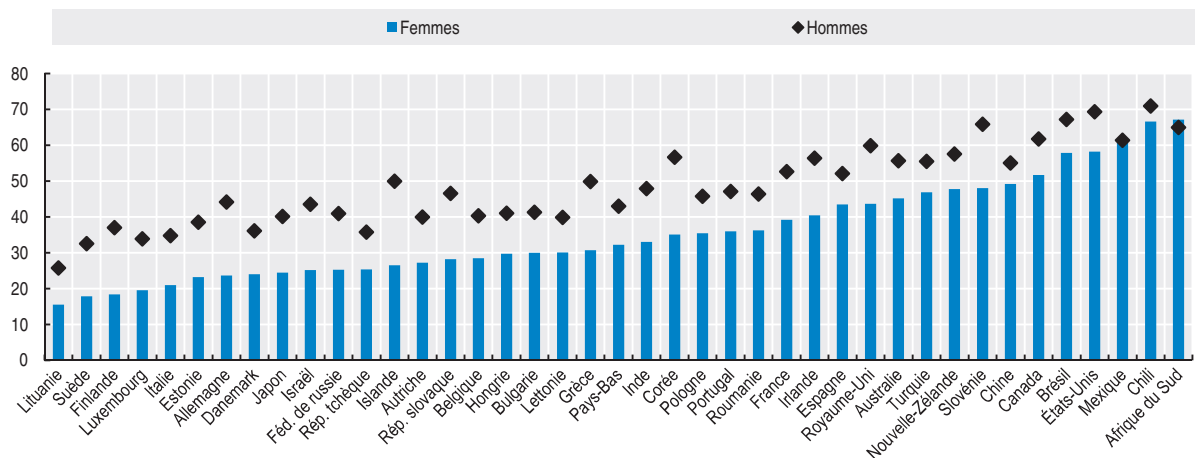
En pourcentage, 2014



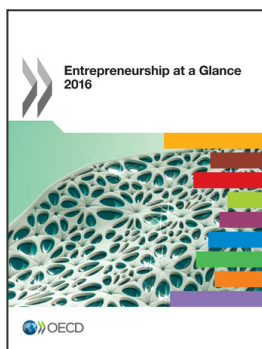
StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933267218>

Graphique 7.19. **Préférence pour le risque**

En pourcentage, 2013



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933266371>



Extrait de :
Entrepreneurship at a Glance 2015

Accéder à cette publication :
https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2015-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2015), « Culture : perceptions et attitudes entrepreneuriales », dans *Entrepreneurship at a Glance 2015*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2015-29-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.