

## Chapitre 1

# Principales questions et approches politiques en matière de création d'entreprise inclusive

*Ce chapitre présente les données clés en matière d'entrepreneuriat inclusif pour les jeunes, les femmes et les seniors, y compris les taux de création d'entreprise, l'intérêt pour l'entrepreneuriat et les entraves au travail indépendant. Il aborde également les principales approches politiques utilisées au sein de l'Union européenne pour encourager et soutenir les groupes défavorisés et sous-représentés dans le domaine de la création d'entreprise et du travail indépendant.*

### Faits et chiffres concernant la création d'entreprise inclusive

#### **Création d'entreprise**

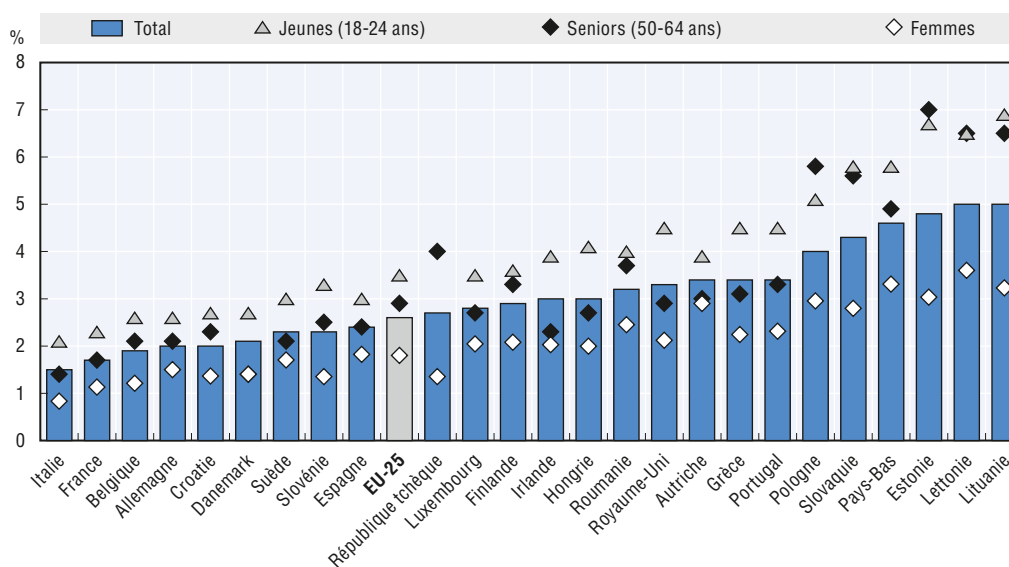
Plusieurs raisons expliquent l'intérêt des décideurs politiques pour la création d'entreprise. Les nouvelles entreprises contribuent à la promotion de l'innovation et à la création nette de presque tous les emplois du secteur privé, indépendamment des fermetures et des pertes d'emplois dans les grandes entreprises bien établies. Cependant, seule une part relativement faible de la population s'engage dans la création d'entreprise et cette tendance enregistre des différences notables entre les pays. Le graphique 1.1 compare les taux de détention de nouvelles entreprises pour la population totale, les femmes, les jeunes et les seniors. Cette mesure indique la proportion de la population adulte déclarant être actuellement dirigeant-propriétaire d'une nouvelle entreprise qui verse des traitements, des salaires ou toute autre rémunération à ses propriétaires depuis plus de 3 mois mais moins de 42 mois. Environ 2,6% de la population adulte de l'Union européenne est devenue propriétaire d'une nouvelle entreprise lors de la période 2009-2013. Au niveau des pays, cette proportion était comprise entre 1,5% en Italie et 5,0% en Lituanie. L'augmentation de ces taux pourrait engendrer des retombées positives importantes en matière de création d'emplois et d'innovation.

Par ailleurs, les personnes ne bénéficient pas toutes des mêmes opportunités pour créer et diriger une entreprise. Le graphique 1.1 montre clairement que certaines franges de la population sont moins susceptibles de détenir une nouvelle entreprise. Malgré des niveaux de capital humain similaires, les

femmes ont eu moins tendance que les hommes à posséder une nouvelle entreprise entre 2009 et 2013. Au sein de l'Union européenne, les femmes étaient deux fois moins susceptibles que les hommes d'être propriétaires d'une nouvelle entreprise (1,8% contre 3,5%) lors de cette période. Cet écart pourrait être comblé grâce à la mise en place d'une série de politiques visant, notamment, à rendre la création d'entreprise plus attirante pour les femmes, à soutenir la création de réseaux professionnels, à mettre en œuvre des politiques familiales qui encouragent les doubles revenus et proposent des services de garde d'enfants et à résoudre le problème de la discrimination sur les marchés financiers (OCDE/CE, 2013).

**Graphique 1.1. Taux de détention de nouvelles entreprises au sein de l'Union européenne, 2009-2013 (combinés)**

Pourcentage de la population adulte (15-64 ans)



NB: 1. Les pays de l'Union européenne ayant participé à l'enquête Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pendant cette période sont: l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, la Croatie, l'Espagne, l'Estonie, la Finlande, la France, la Grèce, la Hongrie, l'Irlande, l'Italie, la Lettonie, la Lituanie, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, la République tchèque, la Roumanie, la Slovaquie, la Slovaquie, la Suède et le Royaume-Uni.

2. Les données présentées dans ce graphique ont été combinées: elles cumulent les résultats des enquêtes annuelles portant sur la période 2009-2013. Certains pays n'ont pas pris part aux enquêtes GEM réalisées chaque année, mais ont été inclus dans les graphiques: l'Autriche (2012, 2013), le Danemark (2009, 2010, 2011, 2012), l'Estonie (2012, 2013), l'Irlande (2010, 2011, 2012, 2013), l'Italie (2009, 2010, 2012, 2013), la Lituanie (2011, 2012, 2013), le Luxembourg (2013), la Pologne (2011, 2012, 2013), le Portugal (2010, 2011, 2012, 2013), la République tchèque (2011, 2013), la Slovaquie (2011, 2012, 2013) et la Suède (2010, 2011, 2012, 2013).

3. Le taux de détention de nouvelles entreprises est la proportion de la population adulte gérant ou possédant actuellement une nouvelle entreprise qui verse des traitements, des salaires ou toute autre rémunération à ses propriétaires depuis plus de 3 mois mais moins de 42 mois.

Source: Global Entrepreneurship Monitor (2014), présentations tabulaires spéciales des enquêtes 2009-2013 sur la population adulte, extraites du Global Entrepreneurship Monitor.

En revanche, les jeunes (18-24 ans) ont été plus enclins à posséder une nouvelle entreprise que les adultes. Sur la période 2009-2013, 3,5% des jeunes au sein de l'Union européenne sont devenus propriétaires d'une nouvelle entreprise. Malgré ces taux élevés de création d'entreprise, un ensemble de recherches universitaires suggère que les entreprises gérées par les jeunes entrepreneurs ont tendance à présenter des taux de survie plus faibles (notamment van Praag, 2003). Par conséquent, l'enjeu pour les décideurs politiques consiste à garantir que les jeunes lancent des entreprises de qualité au sein d'industries appropriées qui enregistrent une demande excédentaire suffisante pour créer une entreprise pérenne (OCDE/CE, 2012).

La situation est mitigée pour les entrepreneurs seniors (50-64 ans). Dans certains États membres, les seniors sont plus susceptibles de détenir une nouvelle entreprise, alors que d'autres pays affichent un taux inférieur à celui des adultes. Le vieillissement de la population de l'Union européenne engendre une augmentation des taux de participation des seniors au marché du travail, mais les taux de travail indépendant

ralentissent (OCDE/CE, 2012b). En outre, la taille et les taux de croissance des entreprises gérées par les seniors sont généralement faibles (OCDE/CE, 2012b). Les décideurs politiques peuvent chercher à développer le potentiel entrepreneurial des seniors grâce à des actions de sensibilisation aux avantages de l'entrepreneuriat, à la promotion du développement des réseaux, à des politiques permettant de garantir l'accès aux programmes de financement de démarrage, à la mise en avant du potentiel qu'offre l'acquisition plutôt que la création d'une entreprise et à des mesures visant à encourager les seniors à inciter les jeunes à créer une entreprise.

### Désirabilité et faisabilité du statut d'indépendant

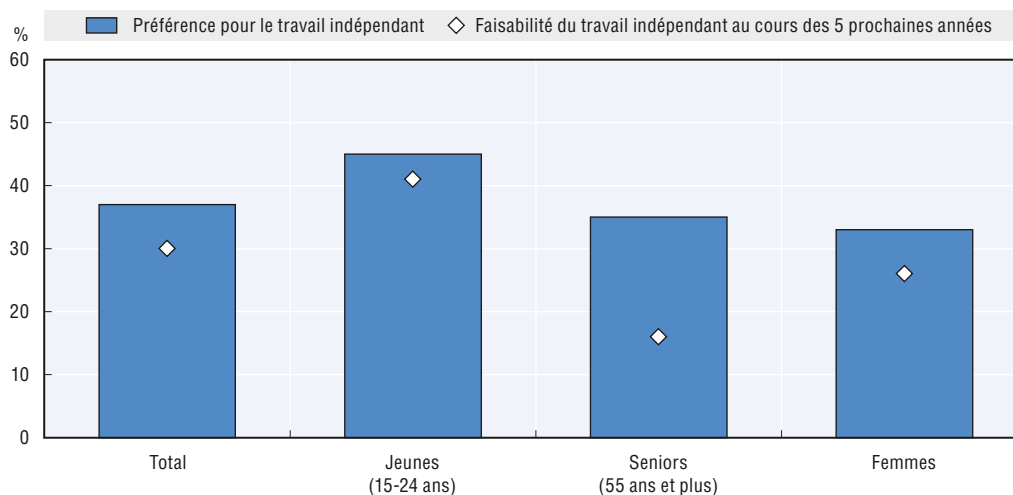
De nombreux facteurs influencent la décision de créer une entreprise. Les données issues d'une récente enquête d'Eurobaromètre laissent entendre qu'un projet d'entreprise pertinent (87%) et la possibilité d'avoir accès aux financements nécessaires (84%) constituent deux des facteurs les plus importants (CE, 2012). Cependant, cette décision dépend également de la perception de l'individu quant à la désirabilité et la faisabilité de l'entrepreneuriat. En fait, il s'agit de déterminer si la création d'entreprise véhicule une image positive par rapport au salariat et si cette option est réaliste.

Le graphique 1.2 présente la désirabilité et la faisabilité perçues du travail indépendant pour la population adulte, les femmes, les jeunes et les seniors. En 2012, les femmes étaient nettement moins enclines que les hommes (dont les données n'apparaissent pas) à préférer le travail indépendant au salariat (33% contre 42%) et étaient également moins susceptibles de considérer le travail indépendant comme faisable (26% contre 35%). Les jeunes, en revanche, ont eu plus tendance que les adultes à percevoir le travail indépendant comme une option préférable au travail salarié (45% contre 37%) et comme une activité réalisable (41% contre 30%). Cet enthousiasme explique les taux élevés de création d'entreprise chez les jeunes. Les seniors étaient aussi nombreux que les adultes à considérer le travail indépendant préférable à l'emploi salarié (35% contre 37%), mais étaient moins susceptibles de considérer cette option comme faisable (16% contre 30%). Une série de facteurs peut expliquer cette disparité quant à la perception de la faisabilité, notamment le mode de vie souhaité, les facteurs financiers dissuasifs en ce qui concerne les aides d'État et les revenus de retraite, ainsi que le coût d'opportunité en termes de temps (en effet, les seniors sont généralement moins disposés à consacrer leur temps à des activités qui produisent des rendements futurs et sont liées à un certain degré de risque, telles que la création d'une entreprise, par rapport à des activités qui génèrent des bénéfices immédiats et dépourvus de risque, notamment le travail salarié).

### Graphique 1.2. Faisabilité et préférence pour le travail indépendant dans les pays de l'EU-28, 2012

«Si vous pouviez choisir entre divers types de métiers, préféreriez-vous être indépendant?»

«Que vous le souhaitiez ou non, serait-il faisable pour vous d'être indépendant au cours des cinq prochaines années?»

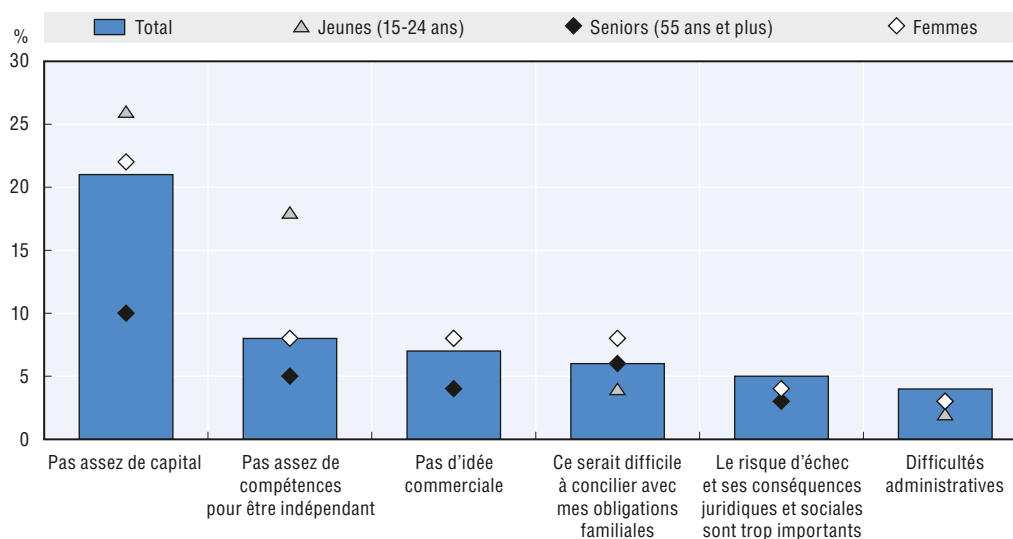


Source: Commission européenne (2012), «L'entrepreneuriat dans l'UE et au-delà», Eurobaromètre Flash 354.

### Entraves à la création d'entreprise

Le graphique 1.3 présente les perceptions quant aux entraves à la création d'entreprise. Dans l'Union européenne, 21% des adultes citent en premier lieu l'accès aux financements de démarrage comme la raison principale pour laquelle ils ne considèrent pas la possibilité de devenir indépendants comme faisable. Viennent ensuite le manque de compétences pour devenir indépendant (8%), l'absence de projet d'entreprise (7%) et la difficulté à concilier travail indépendant et responsabilités familiales (6%). Le risque d'échec et ses conséquences juridiques et sociales (5%) ainsi que les difficultés administratives (4%) ont également été identifiés. Il s'agit donc de leviers potentiels pour la mise en place de politiques publiques visant à réduire chacune de ces entraves.

Graphique 1.3. **Entraves à la création d'entreprise dans les pays de l'EU-28, 2012**  
«Pourquoi ne serait-il pas faisable pour vous de devenir indépendant au cours des cinq prochaines années?»



Source: Commission européenne (2012), «L'entrepreneuriat dans l'UE et au-delà», Eurobaromètre Flash 354.

L'ampleur de ces obstacles n'est pas la même pour les différents groupes de population. Tant les hommes que les femmes ont évoqué l'accès aux capitaux pour la création d'entreprise comme l'entrave la plus significative et présentaient la même tendance à l'identifier comme un obstacle (22% pour les femmes contre 20% pour les hommes). Les hommes et les femmes présentaient quasiment la même probabilité de se sentir freinés par un manque de compétences, un risque important d'échec et les conséquences graves qui en découlent, ainsi que les difficultés administratives. Toutefois, les femmes tendaient davantage à mentionner la difficulté de concilier travail indépendant avec responsabilités familiales (8% contre 4%) et le manque d'un projet d'entreprise (8% contre 6%).

Les jeunes étaient le groupe de population le plus enclin à évoquer le manque de capitaux (26% contre 21%) et de compétences entrepreneuriales (18% contre 8%) comme obstacles au travail indépendant. Pour les autres entraves perçues, une faible différence est observée entre les jeunes et les adultes. Les jeunes ne considèrent pas les difficultés administratives comme une entrave significative. Par conséquent, les efforts visant à réduire les contraintes réglementaires n'auraient a priori que peu d'impact sur l'entrepreneuriat des jeunes.

Même si les seniors étaient deux fois moins susceptibles de considérer le travail indépendant comme faisable (graphique 1.2), ils avaient beaucoup moins tendance à évoquer des entraves au travail indépendant par rapport aux jeunes et aux adultes d'âge moyen. Seuls 10% des seniors mentionnent le manque de capitaux pour la création d'entreprise comme un obstacle au travail indépendant. De même, à peine 5% des seniors citent le manque de compétences et 4% l'absence d'un projet d'entreprise, contre respectivement 8% et 7% pour les adultes.

## Les principales approches politiques en faveur de l'entrepreneuriat inclusif

### **L'enseignement de la création d'entreprise et la formation à l'entrepreneuriat**

L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les écoles, l'enseignement et la formation professionnels et l'enseignement supérieur contribue au développement chez les jeunes d'une attitude positive à l'égard de l'entrepreneuriat et offre une opportunité d'apprentissage des compétences fondamentales en création d'entreprise, permettant ainsi aux jeunes de lancer des entreprises de meilleure qualité qui ont davantage de chances de réussir (OCDE/CE, 2013).

L'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat varie généralement en fonction de l'âge des étudiants. Dans l'enseignement primaire, il s'agit de présenter l'entrepreneuriat comme une possibilité de carrière et de développer des connaissances, des compétences et des attitudes qui soient propices au comportement entrepreneurial. Généralement, des entrepreneurs locaux sont invités à venir en salle de classe parler de la gestion d'une entreprise aux élèves, mais il est également courant que les élèves visitent des entreprises locales pour observer et apprendre le fonctionnement quotidien d'une petite entreprise.

À l'école secondaire, l'enseignement de l'entrepreneuriat se concentre sur l'acquisition de compétences techniques spécifiques, en offrant des opportunités d'apprentissage en matière de planification d'entreprise et l'accès aux aides à l'entrepreneuriat grâce à des simulations ou à la création réelle d'entreprises.

Cette approche va plus loin dans l'enseignement supérieur, car les étudiants doivent développer les compétences fondamentales nécessaires à la création et la gestion d'une entreprise et être sensibilisés à l'importance des réseaux. Différentes universités ont recours à des approches diverses. Certaines proposent des modules intégrés sur l'entrepreneuriat dans le cadre des matières traditionnelles, alors que d'autres dispensent des cours et programmes dédiés. De nombreuses institutions de l'enseignement supérieur offrent également des services pratiques de soutien à la création d'entreprise, qui sont disponibles directement auprès de l'université ou par le biais de partenariats avec d'autres organisations issues de la communauté locale.

Les centres de formation professionnelle entretiennent des liens forts avec le milieu des entreprises et disposent donc d'un véritable potentiel pour soutenir l'enseignement de l'entrepreneuriat. Au sein de l'Union européenne, l'enseignement de la création d'entreprise à ce niveau tend à être moins développé que dans les autres niveaux d'éducation. Les approches actuelles se concentrent généralement sur l'élaboration de plans d'affaires. Or, bien qu'il s'agisse d'un élément important, il est nécessaire d'intensifier les efforts visant à garantir aux étudiants un accès à des expériences pratiques qui peuvent être appliquées dans le monde réel.

Les compétences en entrepreneuriat (encadré 1.1) peuvent également être développées en dehors du système éducatif. La **formation à l'entrepreneuriat** en dehors de l'enseignement formel peut être destinée à des groupes spécifiques d'entrepreneurs motivés et peut se concentrer davantage sur le développement de compétences pratiques. Les programmes de formation comprennent généralement des modules en création d'entreprise sur un certain nombre de semaines, mais la mise en place de cours en ligne présente également un potentiel considérable. Ces formations s'inscrivent généralement dans le cadre de mesures actives du marché du travail et constituent une des principales approches politiques visant à soutenir l'acquisition de compétences entrepreneuriales pour les seniors et les jeunes défavorisés qui ne participent pas au système éducatif.

### Encadré 1.1. **Compétences entrepreneuriales**

Les compétences entrepreneuriales sont une combinaison de compétences techniques, de compétences en gestion des affaires et de compétences personnelles requises pour se lancer dans l'entrepreneuriat et le travail indépendant et pour poursuivre sur cette voie. Elles incluent notamment l'identification des opportunités, le travail d'équipe, la négociation, le développement stratégique, la gestion des risques, la planification financière et le marketing. La promotion de l'acquisition de compétences entrepreneuriales se révèle essentielle non seulement pour augmenter les taux de création d'entreprise, mais également pour améliorer la qualité des entreprises créées.

### **Coaching et mentorat**

Le **coaching** (ou accompagnement individualisé) consiste généralement en une relation de courte durée destinée à développer les compétences d'un entrepreneur. Il s'agit d'un processus collaboratif, dans lequel les participants occupent des rôles clairement définis. Le coach est chargé de fixer des objectifs à court terme et de guider son élève vers ces objectifs en formulant des commentaires constructifs. L'élève est chargé de produire des idées et des solutions, de prendre des mesures pour atteindre les objectifs et de faire part de ses progrès.

Le **mentorat** est également une relation professionnelle dans laquelle une personne expérimentée (le mentor) aide une autre (l'élève) à développer des compétences et des connaissances qui renforceront son développement professionnel et personnel. Ces relations sont habituellement de plus longue durée que le coaching.

Les programmes de coaching et de mentorat peuvent être mis en place de manière isolée ou faire partie d'un programme intégré. Pour que ce dispositif soit efficace, il est indispensable d'instaurer une relation de confiance solide entre les personnes impliquées. Dans le cadre de l'entrepreneuriat inclusif, il s'agit de porter une attention particulière aux besoins du client et d'identifier un coach ou un mentor qui comprend les défis auxquels l'élève est confronté. Généralement, le coach ou le mentor est issu du même groupe cible.

La plupart des initiatives de politique publique ont recours à des coaches et des mentors bénévoles appartenant à la communauté locale des entrepreneurs. Pour accroître leurs chances de réussite, ces initiatives doivent utiliser un processus d'appariement tenant compte des caractéristiques personnelles et professionnelles des participants et former les coaches et mentors afin de renforcer leurs compétences en communication et d'améliorer leurs connaissances en ce qui concerne les entraves que rencontrent les clients (OCDE/CE, 2014). Il est par ailleurs nécessaire de limiter la relation dans le temps pour éviter l'établissement d'une relation basée sur la dépendance et de mesurer les progrès accomplis au cours de la relation afin de garantir que les attentes sont satisfaites.

### **Financement**

Comme il a été expliqué précédemment dans ce chapitre, l'accès aux aides à la création d'entreprise est régulièrement évoqué comme l'une des principales entraves. Cet enjeu se révèle d'autant plus problématique pour les groupes défavorisés et sous-représentés (à l'exception des entrepreneurs seniors), ce qui traduit en grande partie le manque relatif d'actifs en garantie et de ressources financières propres de ces groupes (OCDE/CE, 2013; 2014b). Certains entrepreneurs potentiels font peut-être également l'objet d'une discrimination sur les marchés du crédit. Dans ce domaine, les politiques d'entrepreneuriat inclusif doivent viser à garantir un accès égal à tous, indépendamment du sexe, de l'âge ou de l'origine ethnique, aux instruments de financement des entreprises disponibles sur le marché.

Les **subventions** sont les approches les plus fréquemment utilisées en matière d'entrepreneuriat inclusif. Il s'agit de transferts de capitaux par lesquels une somme d'argent est transmise d'une partie (le cédant) à une autre partie (le bénéficiaire). Il est courant que les programmes publics octroient des

subventions sous certaines conditions, relatives notamment à leur utilisation finale. Ces conditions visent à prévenir l'utilisation abusive des ressources publiques.

Même si tous les entrepreneurs n'introduisent pas nécessairement une demande de **prêt bancaire**, ils sont nombreux à le faire et à voir leur demande rejetée. Les gouvernements peuvent intervenir en attribuant des prêts aux personnes susceptibles de rencontrer des difficultés à en obtenir, mais qui ont malgré tout un projet d'entreprise viable (ou un projet qui pourrait être viable grâce à des politiques supplémentaires). De nombreux pays de l'Union européenne ont mis en place des régimes de prêts bonifiés. Les «prêts d'honneur» en sont un exemple. Ces prêts ont accordé à de nombreuses générations de jeunes et de femmes entrepreneurs, en Italie et en France, une combinaison de subventions et de prêts sans intérêt. Les prêts d'honneur portent ce nom parce qu'ils sont concédés contre la parole d'honneur de l'emprunteur, sans qu'aucune forme de garantie ne soit exigée.

Les décideurs politiques ont également la possibilité de garantir les prêts du secteur privé. Les **mécanismes de garantie de crédit** consistent en un engagement de la part d'une agence de rembourser le prêteur en cas de défaut de paiement de l'emprunteur. La prime de garantie est couverte par l'emprunteur, le prêteur ou les deux. En tant que plan de partage du risque, les mécanismes de garantie de crédit réduisent les risques et les pertes potentielles des créanciers, permettant ainsi d'octroyer des prêts à des types d'emprunteurs au profil plus risqué. Ces mécanismes créent généralement moins de distorsions de marché par comparaison avec les systèmes de prêts directs puisqu'ils utilisent principalement les mécanismes de marché existants (à savoir les banques privées) pour véhiculer les prêts.

Une autre approche utilisée dans le cadre des politiques d'entrepreneuriat inclusif concerne le **microcrédit**, qui consiste en l'octroi de prêts de très faible montant à des emprunteurs qui, souvent, ne peuvent pas offrir les garanties nécessaires ou qui ne possèdent pas un historique de crédit vérifiable. Ils sont majoritairement issus de groupes défavorisés, tels que les chômeurs, les jeunes ou les personnes handicapées, et n'ont pas toujours accès au marché du crédit traditionnel. Le microcrédit est conçu non seulement pour soutenir l'entrepreneuriat et le travail indépendant, mais également pour réduire la pauvreté. Le microcrédit fait partie de la **microfinance**, qui fournit une gamme plus large de services financiers et autres instruments (la formation, entre autres) à des personnes à faible revenu ou sans épargne. Le microcrédit est généralement octroyé par le biais d'institutions de microfinance spécialisées. Dans l'Union européenne, le plafond du microcrédit est fixé à 25 000 euros. Concrètement, les microcrédits accordés au titre des programmes financés par l'Union européenne, tels que l'instrument de microfinancement Progress ou les instruments financiers du programme de l'Union européenne pour l'emploi et l'innovation sociale (EaSI), se trouvent bien en dessous de ce plafond, ne dépassant pas, en moyenne, 10 000 euros.

Enfin, **l'éducation financière** représente un élément important du soutien à l'accès aux financements dans le cadre des politiques d'entrepreneuriat inclusif. En effet, de nombreux entrepreneurs potentiels issus des groupes défavorisés et sous-représentés font preuve d'un faible niveau de compréhension des concepts financiers fondamentaux. Ils ne connaissent pas les options qui s'offrent à eux en matière d'aides à la création d'entreprise, notamment l'accès aux nouvelles formes de financement, telles que le financement participatif ou les prêts solidaires, ni la manière de maximiser l'utilisation de ressources limitées grâce à l'autoamorçage. L'objectif est le renforcement des compétences financières, notamment les connaissances et la compréhension des concepts financiers, ainsi que les aptitudes, la motivation et la confiance qui leur permet d'appliquer ces connaissances et cette compréhension dans le but de prendre des décisions efficaces dans divers contextes financiers, d'améliorer le bien-être financier des individus et de la société et de favoriser la participation à la vie économique.

Les programmes d'entrepreneuriat inclusif mettent généralement en place des actions financières spécifiques pour les groupes défavorisés ou plus généralement sous-représentés, voire pour des populations clés au sein de ces groupes, telles que des initiatives particulières destinées aux femmes ou aux jeunes. Cependant, les pays et régions plus petits choisissent souvent de proposer à ces groupes les programmes traditionnels accessibles à la population tout entière, lorsque l'effectif du public cible



ne justifie pas un programme personnalisé. Lors de la mise en œuvre de programmes de financement, il est essentiel de reconnaître que la disponibilité des aides ne sera certainement pas en mesure, à elle seule, de résoudre toutes les difficultés rencontrées en matière de création d'entreprise. Les programmes d'aide doivent également être accompagnés d'autres initiatives, notamment la promotion des compétences entrepreneuriales et des compétences liées à l'exploitation du marché.

### **Les allocations de transition**

Les régimes d'**allocation de transition** versent une indemnité ou des prestations de chômage pendant une certaine période de temps suivant la création de l'entreprise, afin de couvrir le coût des cotisations de sécurité sociale et les dépenses personnelles. Plusieurs gouvernements de l'Union européenne ont eu recours à cette approche au cours des 10 dernières années, dans le but de garantir un revenu aux chômeurs lors du lancement et du développement de leur entreprise ou de leur activité indépendante et avant qu'ils ne perçoivent un salaire régulier.

Étant donné le grand nombre de régimes d'allocation de transition au sein de l'Union européenne, il existe un ensemble appréciable de données témoignant de l'efficacité de ces régimes. Les taux de survie après deux ans d'activité sont généralement compris entre 66 et 85 %, c'est-à-dire à peine plus bas que les taux de survie globaux des nouvelles entreprises (OCDE/CE, 2014). Toutefois, l'analyse des taux de survie ne suffit pas pour déterminer l'efficacité et l'efficacité de ces systèmes. Les coûts des programmes doivent également être pris en compte, ainsi que les coûts des effets d'aubaine et de déplacement. Les estimations des coûts des effets d'aubaine (généralement basées sur les déclarations volontaires stipulant «J'aurais créé une entreprise malgré l'absence de subvention») varient en fonction du pays et des caractéristiques du programme. Les effets de déplacement sont rarement analysés lors des évaluations, mais ils méritent d'être pris en considération par les décideurs politiques.

#### **Encadré 1.2. Coûts des effets d'aubaine et effets de déplacement**

**Coûts des effets d'aubaine:** le coût engendré par le soutien apporté à des participants qui auraient créé une nouvelle entreprise en l'absence de subvention. Le comportement de ces «participants d'aubaine» n'est pas influencé par le programme, mais leur participation ne contribue pas à la valeur économique et engendre une dépense publique. Le coût social de cette dépense correspond à la somme du coût de distorsion ou de la charge excédentaire de la taxe qui le finance et des dépenses destinées à couvrir les coûts de mise en œuvre.

**Effets de déplacement:** mesure dans laquelle les entreprises subventionnées s'emparent des marchés et des emplois des entreprises non subventionnées.

### **Aide au développement des entreprises**

Les **services d'aide au développement des entreprises** sont des services destinés à améliorer les performances de l'entreprise en renforçant sa capacité à faire face à la concurrence et à accéder aux marchés. Les services de soutien prévoient notamment la diffusion d'informations, les services de conseil et de consultance, l'assistance marketing, le développement et le transfert de technologies et le réseautage. Ces services englobent les aspects tant stratégiques (questions à moyen et à long terme qui améliorent la performance) qu'opérationnels (gestion journalière) (OCDE/CE, 2014).

Concrètement, les décideurs politiques ont recours à divers instruments qui font partie d'un ensemble de mesures d'aide au développement des entreprises. Le service minimal est l'**orientation**. Il renseigne les entrepreneurs sur les endroits où ils peuvent trouver des sources d'information et d'assistance professionnelles. Ces renseignements peuvent être mis à disposition sur des sites internet, auprès des services publics de l'emploi et autres partenaires (par exemple les chambres de commerce) ou par le biais de campagnes de sensibilisation. Pour garantir l'efficacité des services d'orientation à destination des entrepreneurs issus des groupes défavorisés ou sous-représentés,



il est crucial d'exploiter les canaux de communication qu'ils utilisent déjà (notamment les médias communautaires).

Le **conseil en entreprise** est un service d'aide au développement des entreprises par lequel des conseils professionnels sont dispensés à un entrepreneur. Il est courant de conditionner l'octroi d'une aide financière au recours à des services de conseil en entreprise dans le cadre d'un ensemble intégré d'aide et à des rencontres régulières avec des conseillers en entreprise.

L'hébergement des entreprises dans des espaces dédiés constitue le service d'aide au développement des entreprises le plus complet. Les **couveuses** sont des structures destinées à soutenir la création et la croissance des sociétés entrepreneuriales, grâce à un large éventail de ressources et de services d'appui aux entreprises, offerts directement au sein de la couveuse et par l'intermédiaire de son réseau de contacts. Les couveuses varient au niveau du mode de mise en œuvre de leurs services, de leur structure organisationnelle et du type de bénéficiaires. S'il existe des couveuses virtuelles/en ligne, la plupart des programmes accueillent dans leurs locaux des entreprises qui vont être lancées ou qui viennent de l'être, pour une période de temps limitée. Une jeune entreprise qui termine avec succès un programme de couveuse d'entreprise voit ses chances de survie et de croissance augmenter.

### **Mise en réseau**

Les **réseaux professionnels** permettent l'accès à des groupes où sont mis en relation des entrepreneurs, des prestataires de services en entreprise et divers autres acteurs concernés. De cette façon, les entrepreneurs accèdent à des informations et des idées utiles pour le fonctionnement de leur entreprise, dans le cadre d'une relation réciproque. Ces réseaux peuvent aider les entrepreneurs à obtenir des financements, trouver des partenaires commerciaux, des fournisseurs, des employés et des clients et puiser des idées pour de nouveaux produits, processus, modes d'organisation et modèles d'entreprise. Ils peuvent également influencer la perception individuelle quant à la désirabilité et la faisabilité de l'entrepreneuriat (OCDE/CE, 2015).

Plusieurs facteurs clés de réussite de ces initiatives peuvent être identifiés. En premier lieu, les structures et processus des réseaux doivent être conçus de sorte à garantir un niveau élevé d'interaction entre les entrepreneurs au sein du réseau et avec le monde de l'entreprise dans son ensemble. Ainsi, les entrepreneurs issus des groupes défavorisés et sous-représentés seront assurés d'avoir accès à un réservoir plus large de ressources pour les aider à surmonter les entraves et les obstacles. Par ailleurs, l'établissement de liens solides entre le réseau et le monde de l'entreprise dans son ensemble empêchera que le réseau n'isole davantage le groupe des entrepreneurs défavorisés et ne renforce leur position défavorable.

En second lieu, les décideurs politiques doivent définir clairement les objectifs des réseaux professionnels. Ces objectifs orienteront la structure et les processus du réseau. Par exemple, certaines politiques allient la création de réseaux à des formations à l'entrepreneuriat et un accès aux financements. Ce type de réseau nécessitera une structure très différente par rapport à un réseau qui vise à développer des relations internationales et faciliter l'exportation et l'expansion de l'activité. La définition d'un objectif précis améliorera également la portée du réseau et la sensibilisation à son égard.

Troisièmement, les décideurs politiques ne doivent pas créer une pléthore de réseaux. Un trop grand nombre de réseaux entraînera leur neutralisation mutuelle et sapera les avantages apportés par chaque réseau. En revanche, il est essentiel que les décideurs politiques s'efforcent de construire des réseaux de très haute qualité.

Quatrièmement, les politiques publiques doivent promouvoir l'utilisation des réseaux professionnels en ligne. Bien que leur efficacité demeure incertaine, ils représentent une structure peu onéreuse et accessible. Les décideurs politiques doivent toutefois s'assurer que le réseau est dynamique afin de garantir la participation continue de ses membres. Les retombées seront d'autant plus importantes si des rencontres en face à face sont organisées en parallèle.

Finalement, les décideurs politiques doivent à tout prix concevoir des initiatives de mise en réseau qui garantissent que les membres s'approprient et gèrent le réseau. Cela devrait permettre de consolider la confiance et la participation des membres effectifs et potentiels.

## Références

- Commission européenne (2012), «L'entrepreneuriat dans l'UE et au-delà», *Eurobaromètre Flash* 354.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2014), présentations tabulaires spéciales des enquêtes 2009-2013 sur la population adulte, extraites du Global Entrepreneurship Monitor.
- OCDE/Commission européenne (2015), *Pallier la pénurie d'entrepreneurs 2014 — Politiques d'entrepreneuriat inclusif en Europe*, publications OCDE, Paris, et Union européenne, Luxembourg, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264230842-fr>
- OCDE/Commission européenne (2015), *Synthèse sur les réseaux d'entrepreneuriat inclusif — Activité entrepreneuriale en Europe*, publications OCDE, Paris, et Union européenne, Luxembourg, <http://www.oecd.org/fr/cfe/leed/Policy%20Brief%20on%20Expanding%20Networks%20for%20Inclusive%20Entrepreneurship%20FR.pdf>
- OCDE/Commission européenne (2014b), *Accès au financement pour la création d'entreprise dans le cadre de l'entrepreneuriat inclusif — L'activité entrepreneuriale en Europe*, publications OCDE, Paris, et Union européenne, Luxembourg, <http://www.oecd.org/cfe/leed/Policy-brief-financial-inclusive-entrepreneurship-FR.pdf>
- OCDE/Commission européenne (2014), *Pallier la pénurie d'entrepreneurs — Politiques d'entrepreneuriat inclusif en Europe*, publications OCDE, Paris, et Union européenne, Luxembourg, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264188211-fr>
- OCDE/Commission européenne (2012), *Synthèse sur l'entrepreneuriat des jeunes — L'activité entrepreneuriale en Europe*, publications OCDE, Paris, et Union européenne, Luxembourg, [http://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20FR\\_FINAL.pdf](http://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20FR_FINAL.pdf)
- OCDE/Commission européenne (2012b), *Synthèse sur l'entrepreneuriat des seniors — L'activité entrepreneuriale en Europe*, publications OCDE, Paris, et Union européenne, Luxembourg, [http://www.oecd.org/fr/cfe/leed/EUEMP12A1201\\_Brochure\\_Entrepreneurial\\_Activities\\_FR\\_v1.0\\_accessible.pdf\[1\].pdf](http://www.oecd.org/fr/cfe/leed/EUEMP12A1201_Brochure_Entrepreneurial_Activities_FR_v1.0_accessible.pdf[1].pdf)
- van Praag, M. (2003), «Business survival and success of young small business owners An Empirical Analysis», *Small Business Economics*, vol. 21, n° 1, p. 1-17.



Extrait de :  
**Inclusive Business Creation**  
Good Practice Compendium

Accéder à cette publication :  
<https://doi.org/10.1787/9789264251496-en>

**Merci de citer ce chapitre comme suit :**

OCDE/Union européenne (2016), « Principales questions et approches Politiques en matière de création d'Entreprise Inclusive », dans *Inclusive Business Creation : Good Practice Compendium*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264261426-4-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](mailto: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](mailto:info@copyright.com) ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) [contact@cfcopies.com](mailto:contact@cfcopies.com).