

Chapitre 7

Soutenir la croissance des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés

Ce chapitre traite des principaux facteurs de croissance des entreprises créées et gérées par des entrepreneurs femmes, jeunes, seniors, immigrés et issus de minorités ethniques. Il décrit ensuite les mesures politiques clés que les pouvoirs publics peuvent mettre en œuvre pour soutenir la croissance de ces entreprises, qui sont souvent confrontées à des difficultés plus importantes que les entrepreneurs traditionnels. Une attention est également accordée à ces soutiens.

Note Turquie/Chypre:

1. Note en bas de page de la Turquie

Les informations figurant dans ce document qui font référence à « Chypre » concernent la partie méridionale de l'île. Il n'y a pas d'autorité unique représentant à la fois les Chypriotes turcs et grecs sur l'île. La Turquie reconnaît la République Turque de Chypre Nord (RTCN). Jusqu'à ce qu'une solution durable et équitable soit trouvée dans le cadre des Nations Unies, la Turquie maintiendra sa position sur la « question chypriote ».

2. Note en bas de page de tous les États de l'Union européenne membres de l'OCDE et de l'Union européenne
La République de Chypre est reconnue par tous les membres des Nations Unies sauf la Turquie. Les informations figurant dans ce document concernent la zone sous le contrôle effectif du gouvernement de la République de Chypre.

Le potentiel de croissance des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés

- En 2013, environ 22,7 millions de travailleurs indépendants dans l'Union européenne appartenaient à des groupes sous-représentés et défavorisés (comme les femmes, les jeunes, les seniors, les personnes d'origine étrangère, les chômeurs), ce qui représente près de 75 % de l'ensemble des travailleurs indépendants. Ils étaient presque aussi nombreux que les entrepreneurs traditionnels à employer au moins un salarié (27 % contre 29 %).
- En revanche, les femmes et les seniors (50-64 ans) ont eu moins tendance à viser une forte croissance entre 2009 et 2013 dans l'Union européenne. Les jeunes (18-30 ans) étaient légèrement plus susceptibles que les adultes (18-64 ans) de chercher à se développer au cours de cette période.
- Les responsables politiques ne doivent pas partir du principe que les entrepreneurs issus de groupes sous-représentés et défavorisés ne créent que des entreprises unipersonnelles à faible valeur ajoutée.

Sur les 30,6 millions de personnes exerçant une activité indépendante au sein de l'Union européenne en 2013, 9,6 millions étaient des femmes, 774 000 des jeunes (15-24 ans), 11,2 millions des seniors (55-64 ans), 687 000 étaient chômeurs en 2012 et 3,3 millions étaient des entrepreneurs nés hors de leur pays de résidence. Pris individuellement, ces groupes sont considérés comme étant sous-représentés ou défavorisés au sein de l'entrepreneuriat. Or, collectivement, ils représentent la majorité des travailleurs indépendants de l'Union européenne.

Les entreprises gérées par des personnes issues de ces groupes sont généralement considérées comme des entreprises qui ne contribuent que marginalement à l'économie en termes d'emplois, de valeur ajoutée, ou d'innovation. Des données corroborent ce point de vue. Par exemple, les données indiquent généralement que le taux de croissance des entreprises gérées par des femmes reste inférieur à celui des hommes dans tous les pays de l'OCDE (par exemple, Delmar et Holmquist, 2004). Plus précisément, en Allemagne, seuls 3 % des brevets sont déposés par des femmes (Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, 2012). De nombreux jeunes exercent dans des secteurs très compétitifs présentant peu d'obstacles à l'entrée et n'ont généralement pas les fonds et l'expérience nécessaires pour créer une entreprise orientée vers la croissance (OCDE/CE, 2012a). En outre, les entreprises gérées par des jeunes présentent un taux de survie faible (van Praag, 2003). Peu d'entrepreneurs seniors gèrent des entreprises à croissance (Eurostat, 2006). En revanche, ils sont nombreux à diriger des entreprises en rapport avec leur passe-temps et qui créent peu de valeur (OCDE/CE, 2012a). De plus, dans toute l'Union européenne, les entreprises gérées par des entrepreneurs immigrés sont concentrées dans des secteurs où peu de qualifications sont nécessaires et où la concurrence est féroce (CEEDR, 2000; Marucci et Montedoro, 2010). Ces résultats sont reflétés dans les analyses nationales. En Italie, par exemple, les entreprises gérées par des immigrés présentent un potentiel de croissance faible parce qu'elles ne sont pas tournées vers des activités innovantes (Di Maria et De Marchi, 2008).

Cependant, même si les entrepreneurs issus de ces groupes font face à des obstacles plus importants à la création de leur entreprise que les entrepreneurs traditionnels dans leur ensemble, il est inopportun de les mettre tous dans le même panier. La population des

entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés ou défavorisés est en effet très hétérogène et nombre d'entre eux ont le potentiel nécessaire pour créer une entreprise à forte valeur ajoutée, innovante et orientée vers la croissance. Sur les quelque 22,7 millions de femmes, de jeunes, de seniors, de chômeurs et de personnes d'origine étrangère qui exercent une activité indépendante dans les pays de l'Union européenne (calcul ajusté pour éviter le risque de double comptabilisation), environ 6,2 millions emploient au moins un salarié. Cette proportion n'est que légèrement inférieure à la moyenne des indépendants employant du personnel (27 % contre 29 %), ce qui prouve que nombre d'entrepreneurs défavorisés sont tout à fait capables de développer une entreprise impliquant plus d'une personne.

En outre, le cliché de l'entrepreneur immigré qui dirige une entreprise à faible valeur ajoutée et à faible croissance est de plus en plus remis en question, car un ensemble d'études croissant met en exergue le grand nombre d'entrepreneurs immigrés hautement qualifiés qui se lancent dans la création d'entreprises (Saxenian, 2002). La distinction entre les entrepreneurs immigrés de première et de deuxième génération est importante à cet égard, car les différences entre ces groupes sont conséquentes en termes de richesses, de maîtrise de la langue et de niveau d'études (Farley et Alba, 2002). De plus, des études ont montré que leur double culture (celle de leur pays d'origine et celle de leur pays d'accueil) constitue un atout, car elle permet de diversifier les domaines au sein desquels ils peuvent chercher une opportunité économique pour développer leur entreprise (Hart et Acs, 2011). Les immigrés ont, par exemple, la capacité d'identifier des opportunités sur d'autres marchés, dans certains cas parce qu'ils ont vécu dans ces pays, ce que les entrepreneurs autochtones n'ayant pas d'expérience à l'étranger ne pourraient pas faire. Des études en Italie ont révélé que le savoir-faire culturel et les connaissances linguistiques des entrepreneurs d'origine étrangère peuvent représenter un atout dans la mise en œuvre de stratégie d'internationalisation (Di Maria et De Marchi, 2008). La capacité des entrepreneurs immigrés de deuxième génération à se positionner sur une plus grande variété de secteurs d'activité que leurs parents est un facteur déterminant de croissance (Ndofor et Priem, 2011).

Par exemple, des données attestent que les entreprises gérées par des jeunes qui survivent présentent souvent un plus grand potentiel de croissance que celles gérées par des entrepreneurs plus âgés. Parmi les entreprises ayant survécu au moins trois ans, celles gérées par des personnes âgées de moins de 30 ans enregistrent un taux de croissance moyen de 206 %, soit près du double du taux de croissance des entreprises gérées par des personnes de plus de 40 ans (114 %) (Eurostat, 2006). En Suède, une étude récente portant sur les entreprises privées à responsabilité limitée suédoises, employant entre 1 et 100 employés entre 2004 et 2008 a révélé que les entreprises gérées par la tranche d'âge des 18-30 ans représentaient la plus grande proportion relative d'entreprises à forte croissance (Efendic et al., 2014). Ces données attestent que les jeunes entrepreneurs constituent un groupe d'entrepreneurs à haut risque, mais qui présentent de très bons résultats en cas de réussite. De toute évidence, les entreprises des autres groupes sous-représentés ou défavorisés sont également nombreuses à présenter un potentiel de croissance.

En ce qui concerne le potentiel de croissance des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés ou défavorisés, il n'est pas pertinent d'utiliser la définition classique de l'entreprise à forte croissance comme référence. Selon la définition de l'OCDE, une entreprise à forte croissance est une entreprise dont le taux de croissance moyen annualisé est supérieur à 20 % par an, sur une période de trois années consécutives, et qui compte au moins 10 employés au début de la période de référence. L'impact de ces entreprises sur le développement économique et la création d'emplois est indéniable (Janczak et Bares, 2010). Cependant, dans la plupart des pays de l'OCDE, moins de 4 % des entreprises atteignent ce niveau de croissance (OCDE, 2013), qui ne constitue pas un objectif réaliste pour la plupart des entrepreneurs. Les responsables politiques devraient plutôt aider les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés à pérenniser les entreprises ayant le potentiel de créer des emplois.

Les facteurs de croissance

- Quatre grands facteurs influencent le degré de croissance des entreprises gérées par des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés: i) les intentions de croissance et la motivation de l'entrepreneur; ii) l'accès aux financements; iii) un niveau élevé de compétences entrepreneuriales (par exemple, compétences de direction et de gestion); et iv) l'accès aux réseaux professionnels.
- Les femmes, les immigrés et les seniors ont tendance à viser une croissance moins forte que les autres entrepreneurs et sont plus susceptibles de gérer des entreprises dans des secteurs à faible valeur ajoutée. Les femmes et les seniors sont plus susceptibles que les autres d'occuper un emploi à temps partiel et de gérer des entreprises à but essentiellement non lucratif.
- Les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés peuvent avoir des difficultés à obtenir des financements extérieurs, car ils n'ont pas d'historique de crédit ni de garanties. Ils peuvent également subir des discriminations sur les marchés financiers.
- Une part importante de la population affirme ne pas posséder de compétences entrepreneuriales, notamment les femmes et les jeunes. Chez les jeunes, cette lacune est liée à leur inexpérience du marché de l'emploi et du travail indépendant.
- Les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés ont tendance à disposer de réseaux professionnels plus restreints. Par exemple, les femmes entrepreneurs bénéficient généralement de réseaux professionnels moins étendus que les hommes. De nombreux entrepreneurs immigrés possèdent des réseaux relativement restreints, qui peuvent l'être encore plus s'ils maîtrisent mal la langue, mais ils ont l'avantage de pouvoir exploiter leurs réseaux internationaux.

Pour comprendre comment aider les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés à développer leur entreprise, les responsables politiques doivent d'abord comprendre les facteurs qui dopent la croissance de ces entreprises. Des études ont identifié quatre facteurs fondamentaux, indispensables pour créer une entreprise à fort potentiel de croissance: la volonté de se développer et la motivation de l'entrepreneur; les compétences entrepreneuriales; l'accès aux financements; et les réseaux professionnels.

Volonté de croissance et motivation

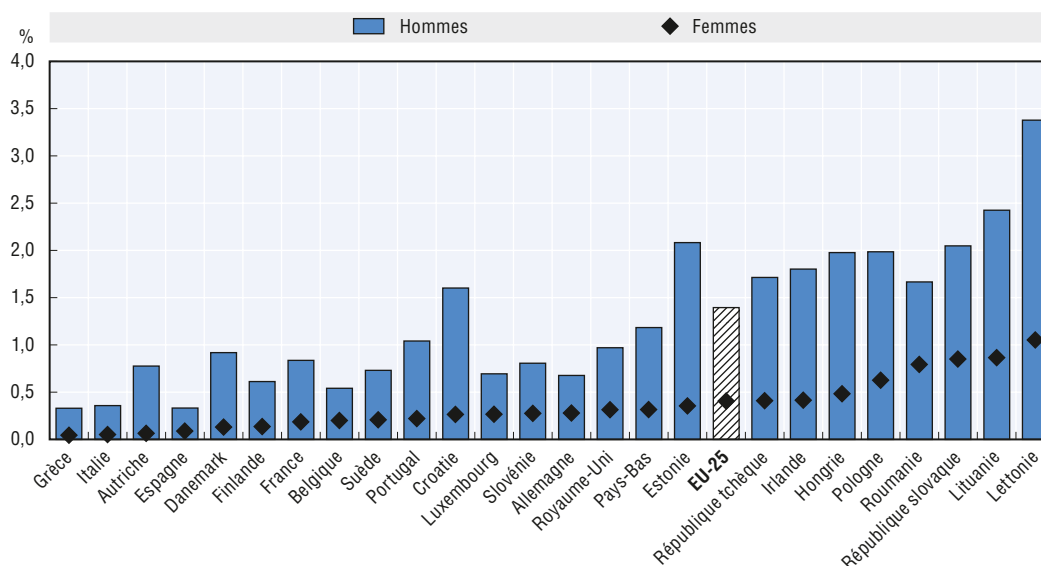
Les motivations qui incitent à créer son entreprise sont très diverses. Certains créent leur entreprise pour profiter d'une opportunité économique tandis que d'autres se lancent parce qu'ils n'ont pas d'autre choix sur le marché du travail. D'autres poursuivent des objectifs de nature sociale, plutôt que les seuls profits (entreprises sociales, associations à but non lucratif). Ces motivations peuvent également évoluer. Un entrepreneur qui crée son entreprise parce qu'il ne trouve pas d'emploi salarié peut identifier une opportunité économique pendant la création de son entreprise ou une fois celle-ci créée. De même, une personne ayant choisi de créer son entreprise pour exploiter une opportunité économique peut échouer, mais continuer à exploiter son entreprise parce qu'il s'agit de sa seule source de revenus.

L'intention de l'entrepreneur de développer son entreprise est le meilleur indicateur de croissance (Wiklund et al., 2003). Un entrepreneur doit avoir envie de se développer. Cela suppose d'accepter les risques et les efforts nécessaires pour développer une entreprise, de savoir imposer une orientation claire et d'être suffisamment persévérant dans les efforts entrepris pour se développer (Gundry et Welsch, 2001). De plus, il doit faire preuve de motivation. Cela signifie qu'il peut envisager son avenir à long terme et prendre des mesures stratégiques à court terme pour réaliser son ambition (Baum et al., 1998). Cependant, nombre d'entrepreneurs sont dissuadés par les éventuels risques et répercussions néfastes de cette stratégie, y compris en ce qui concerne le bien-être des employés et la capacité à garder le contrôle sur l'entreprise (Wiklund et al., 2003).

Les graphiques 7.1 et 7.2 montrent les proportions d'entrepreneurs en cours de création de leur entreprise ou ayant créé leur entreprise récemment qui envisagent d'employer plus de 19 salariés au cours des cinq prochaines années. À l'échelle de l'Union européenne, environ 1 % des personnes impliquées dans la création d'entreprises envisagent de créer plus de 19 emplois dans les cinq ans suivant la création. Les femmes sont trois fois moins nombreuses que les hommes à envisager d'employer plus de 19 salariés dans les cinq ans à venir (graphique 7.1). Globalement, les seniors (50-64 ans) sont un peu moins enclins que les adultes en âge de travailler à envisager une telle croissance du personnel, même si la proportion varie d'un État membre à l'autre. En revanche, les jeunes (18-30 ans) ont un peu plus tendance que les adultes à espérer un tel niveau d'expansion (graphique 7.2). Il est clair que ces prévisions de croissance sont très élevées. Elles sont toutefois le signe d'un manque relatif de motivation de la part des femmes et des seniors.

Graphique 7.1. Prévisions de croissance chez les femmes entrepreneurs, 2009-2013 (combinés)

Pourcentage des entrepreneurs engagés dans une activité entrepreneuriale au stade précoce qui prévoient de créer au moins 19 emplois dans les cinq prochaines années



Notes: 1. Les pays de l'Union européenne ayant participé à l'enquête Global Entrepreneurship Monitor pendant cette période sont: la Belgique, la République tchèque, l'Allemagne, l'Estonie, l'Irlande, la Grèce, l'Espagne, la France, la Croatie, l'Italie, la Lettonie, la Lituanie, la Hongrie, les Pays-Bas, l'Autriche, la Pologne, le Portugal, la Roumanie, la Slovaquie, la Finlande, 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: la République tchèque (2011 et 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), l'Autriche (2012, 2013), la Pologne (2011, 2012, 2013), le Portugal (2010, 2011, 2012, 2013), la Slovaquie (2011, 2012, 2013), et la Suède (2010, 2011, 2012, 2013). 3. L'entrepreneuriat au stade précoce désigne les phases de création ou la gestion d'une entreprise de moins de 42 mois.

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

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933313607>

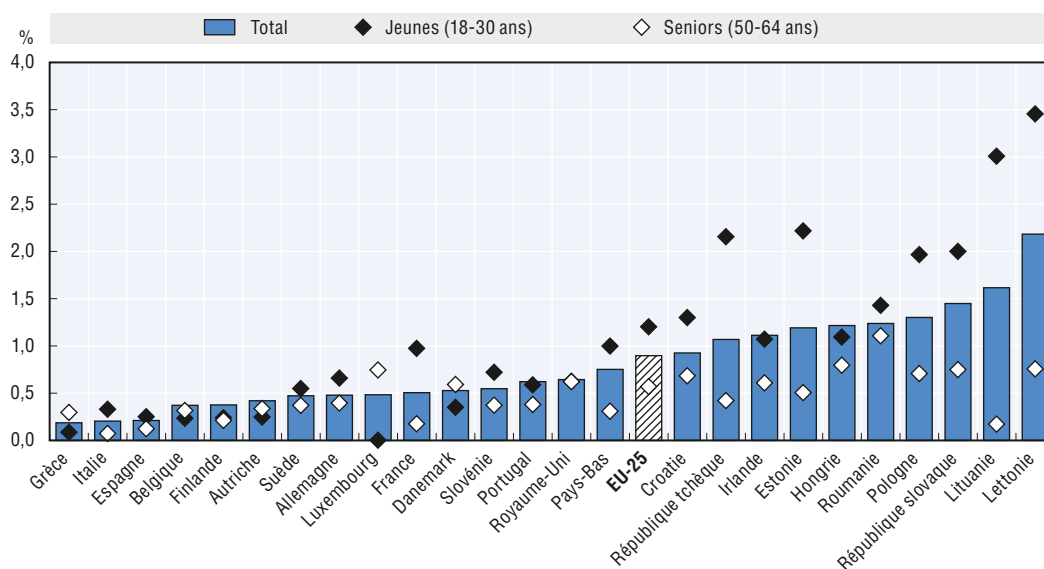
Dans une certaine mesure, les femmes ont des motivations plus diverses que les hommes à l'égard de l'entrepreneuriat (Brush, 1992). Par exemple, les enquêtes menées au sein de l'Union européenne pointent souvent du doigt les discriminations existantes sur le marché du travail comme un puissant moteur en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Des données provenant d'Italie indiquent que le travail indépendant des femmes peut parfois être un moyen de répondre au manque d'opportunités d'emploi salarié (Goffi, 2012). Par ailleurs, une méta-analyse menée sur près de 200 articles de revues universitaires sur l'entrepreneuriat féminin publiés entre 2000

et 2012 montre que les femmes entrepreneurs se heurtent également aux stéréotypes de genre (Ebbers et Halbfas, 2013). Les femmes semblent donc moins enclines que les hommes à créer une entreprise pour exploiter une opportunité et ont moins de chance de gérer une entreprise à croissance que les hommes.

L'enseignement empirique le plus important qui peut être tiré de la comparaison entre les entreprises gérées par des femmes et des hommes est que si, par exemple, la taille ou le chiffre d'affaires moyen dans les différents secteurs varie, il n'existe aucune différence systématique entre leurs performances (Du Rietz et Henrekson, 2000). La structure des secteurs d'activité est donc une des clés pour comprendre les différences entre les entreprises gérées par des femmes et des hommes. En effet, les secteurs ne présentent pas tous les mêmes obstacles à l'entrée, la même intensité capitalistique et les mêmes économies d'échelle, ce qui joue sur la conduite et les performances de l'entreprise. Les femmes peuvent être confrontées à certaines difficultés lorsqu'elles créent et développent des entreprises dans des secteurs à forte valeur ajoutée. Ces obstacles peuvent être de nature économique (par exemple, investissements requis pour la création de l'entreprise), juridique (par exemple, permis, réglementations) ou sociocognitive (par exemple, les clients n'ont pas l'habitude de faire appel à une femme pour acheter une voiture ou de demander une manucure à un homme) (Roithmayr, 2000).

Graphique 7.2. Prévisions de croissance chez les entrepreneurs jeunes et seniors, 2009-2013 (combinés)

Pourcentage des entrepreneurs engagés dans une activité entrepreneuriale au stade précoce qui prévoient de créer au moins 19 emplois dans les cinq prochaines années



Notes: 1. Les pays de l'Union européenne ayant participé à l'enquête Global Entrepreneurship Monitor pendant cette période sont: la Belgique, la République tchèque, l'Allemagne, l'Estonie, l'Irlande, la Grèce, l'Espagne, la France, la Croatie, l'Italie, la Lettonie, la Lituanie, la Hongrie, les Pays-Bas, l'Autriche, la Pologne, le Portugal, la Roumanie, la Slovaquie, la Finlande, 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: la République tchèque (2011 et 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), l'Autriche (2012, 2013), la Pologne (2011, 2012, 2013), le Portugal (2010, 2011, 2012, 2013), la Slovaquie (2011, 2012, 2013), et la Suède (2010, 2011, 2012, 2013). 3. L'entrepreneuriat au stade précoce désigne les phases de création ou la gestion d'une entreprise de moins de 42 mois.

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

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933313611>

Les motivations personnelles de l'entrepreneur sont souvent à l'origine de l'absence de croissance dans les entreprises gérées par des seniors. Certains d'entre eux exercent un travail indépendant en fin de carrière, car il s'agit d'une solution professionnelle plus flexible qu'un emploi salarié et offre un équilibre intéressant entre vie professionnelle et vie privée (Curran et Blackburn, 2001) ou parce qu'il s'agit d'un moyen de compléter les revenus provenant de la pension de retraite (Folta et al., 2010). Ce choix relève du mode de vie souhaité, et les motivations sont souvent liées à la flexibilité que procure ce type d'emploi. En d'autres termes, les entrepreneurs seniors n'aspirent pas souvent à la croissance, en particulier s'ils souffrent de problèmes de santé. D'autres seniors font le choix du travail indépendant parce qu'ils sont victimes de discrimination sur le marché du travail ou parce qu'ils n'arrivent pas à retrouver un emploi salarié après un licenciement (OCDE/CE, 2012b). Dans ces cas, la création d'une entreprise peut être la seule alternative possible pour ces personnes qui souhaitent réintégrer le monde du travail, et leur idée commerciale ne constitue donc pas forcément une réponse à une opportunité commerciale.

En outre, de nombreuses études paneuropéennes démontrent que les jeunes sont souvent inhibés par leurs craintes et d'autres attitudes négatives. Des études en Italie, par exemple, révèlent que de nombreux jeunes considèrent le travail indépendant comme une «solution de secours» au cas où ils n'arriveraient pas à trouver un emploi salarié (Abburrà, 1998). De plus, les jeunes redoutent fortement l'échec de leur entreprise, la faillite et l'incertitude concernant les revenus (Commission européenne, 2012). Les parents, les proches et les amis peuvent influencer sur l'opinion des jeunes vis-à-vis de l'entrepreneuriat en transmettant une image positive ou négative de l'entreprise (Criaco et al., 2014). La famille, notamment, joue un grand rôle dans la formation de l'esprit d'entreprise.

Nombre d'entrepreneurs immigrés ou issus de minorités ethniques créent leur entreprise pour ne pas avoir à accepter un emploi non qualifié (Ndofor et Priem, 2011) ni à subir des discriminations sur le marché du travail. Des études menées en Italie montrent que de nombreuses personnes d'origine étrangère envisagent le travail indépendant comme l'une des seules solutions pour s'élever sur l'échelle sociale (Marucci et Montedoro, 2010). Ces motivations laissent supposer que nombre de ces entrepreneurs sont «contraints» à l'entrepreneuriat et sont donc peu susceptibles de chercher à développer leur entreprise une fois créée.

Accès aux financements

Les entreprises en développement ont davantage besoin de financements externes que les entreprises sans croissance, qu'il s'agisse d'emprunts ou de capitaux propres (Cassar et Holmes, 2003; Bhaïrd et Lucey, 2006). Les capitaux d'emprunts sont des prêts accordés à l'entrepreneur qui peuvent provenir de sources informelles (par exemple, les amis ou la famille) ou formelles (par exemple, les banques, autres organismes de prêts). À l'instar des capitaux d'emprunt, les fonds propres peuvent provenir de sources formelles ou informelles. Les capitaux en fonds propres proviennent le plus souvent de l'épargne personnelle des entrepreneurs ou d'investisseurs externes (Le, 1999; Nykvist, 2008; Taylor, 2001) et de sources informelles (par exemple, la famille ou les amis), qui sont bien plus courantes que les fonds propres provenant d'investisseurs formels (par exemple, capital-risque).

En général, les PME en développement connaissent des difficultés pour accéder aux financements pour plusieurs raisons. Premièrement, les entreprises en expansion, notamment les jeunes entreprises en développement, présentent plus de risques que les entreprises stables et bien établies (Coleman, 2004). Deuxièmement, les banques et institutions financières peuvent avoir tendance à octroyer plus facilement des prêts aux grandes multinationales qu'aux petites entreprises en développement. Troisièmement, les coûts de transaction des petits emprunts les rendent moins intéressants pour les institutions financières, car leur rentabilité est réduite. Enfin, les entrepreneurs exploitant de petites entreprises en développement peuvent ne pas

être capables ou ne pas vouloir fournir les garanties ou les documents comptables exigés par les prêteurs, ce qui rend l'évaluation du niveau de risque du prêt difficile (Ono et Uesugi, 2005).

Les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés jugent souvent difficile d'obtenir des financements externes formels du fait de leur absence de garanties et d'antécédents. Par exemple, l'absence d'historique de crédit peut empêcher les jeunes d'obtenir des financements externes. Le CEEDR (2000) montre également que les immigrés dans les pays de l'Union européenne parviennent difficilement à accéder aux financements parce qu'ils n'ont pas ou peu d'historiques de crédit. Les femmes sont également plus susceptibles de rencontrer des problèmes de financement. Par ailleurs, certains seniors peuvent compter sur leur épargne pour financer leur entreprise et ont eu davantage d'opportunités de se constituer un historique de crédit positif.

Compétences entrepreneuriales élevées

Plus une personne présente un niveau d'études élevé et une expérience professionnelle solide, plus elle est susceptible d'avoir les connaissances et compétences requises pour lancer une entreprise orientée vers la croissance et la faire prospérer. Des études empiriques dans ce domaine ont étudié la façon dont les compétences et l'expérience influent sur la propension de chacun à se lancer dans l'entrepreneuriat (Bates, 1995; Davidsson et Honig, 2003), à renoncer ou à persister en tant qu'entrepreneur (Bates, 1990), à développer son entreprise (Colombo et Grilli, 2005; Wiklund et Shepherd, 2003) ou à générer un retour sur investissement élevé (Honig, 1998).

L'une des clés du succès pour développer une entreprise est la capacité à identifier les opportunités et à les exploiter en mobilisant les ressources nécessaires (Aldrich, 1999). L'expansion d'une entreprise requiert des compétences plus approfondies que la gestion d'une petite entreprise stable. Les principaux domaines dans lesquels les gérants d'une entreprise en développement sont les plus susceptibles d'avoir besoin d'un niveau élevé de compétences sont la gestion des ressources humaines, l'internationalisation, l'accès aux financements et éventuellement l'aide à la recherche et au développement, l'innovation et la gestion de droits de propriété intellectuelle. La difficulté pour les entreprises en développement, notamment celles à forte croissance, consiste à identifier les mécanismes d'aide adaptés et à y accéder en temps utile.

En revanche, comme indiqué aux chapitres 2 et 3, les femmes et les jeunes ont moins tendance que les autres groupes à penser disposer des compétences et connaissances nécessaires pour créer leur entreprise. Les jeunes notamment ont une faible expérience du marché du travail et de l'entrepreneuriat, et sont donc confrontés à certains obstacles pour créer et développer une entreprise orientée vers la croissance. Le CEEDR (2000) révèle également que les immigrés possèdent des compétences entrepreneuriales et commerciales relativement limitées. Par ailleurs, nombre de travailleurs seniors disposent d'une expérience solide sur le marché du travail et parfois également dans le domaine de l'entrepreneuriat. C'est pourquoi ils disposent généralement des nombreux atouts requis pour réussir en tant qu'entrepreneurs.

Réseaux professionnels

Une fois l'entreprise établie, le réseau de l'entrepreneur s'élargit généralement pour inclure un vivier de contacts susceptibles de devenir des ressources importantes pour l'entreprise (Jack et al., 2008). Selon Drakopoulou Dodd et al. (2014), les entrepreneurs désireux de développer leur entreprise doivent trouver les moyens d'aller au-delà de ce que Hite et Hesterly (2001) appellent les «réseaux fondés sur des liens d'identité forts» et éviter d'être contraints par un lien de dépendance trop important à l'égard de la famille et des amis qui n'ont pas la capacité d'apporter un soutien de qualité (Johannisson et Mønsted, 1997). Le développement de ces réseaux peut inclure des concurrents spécialisés (Lechner et Dowling, 2003). Les relations se diversifient, y compris les relations sociales et économiques. Ces liens sont en effet importants pour la croissance d'une

entreprise, car les réseaux offrent de nouvelles ressources, y compris des idées, des opportunités, des financements, des collaborateurs et des partenariats (Drakopoulou Dodd, 2012). Considérées dans leur ensemble, ces ressources jouent un rôle très important dans le succès de l'entreprise en termes de revenus et de création d'emplois (par exemple, Jack et Anderson, 2002).

Les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés ont toutefois tendance à disposer de réseaux professionnels plus restreints que les autres entrepreneurs (OCDE/Commission européenne, 2015). Par exemple, leurs réseaux professionnels relativement restreints peuvent également entraver la croissance des entreprises gérées par des femmes. Elles ont souvent des réseaux sociaux plus vastes que les hommes (McPherson et al., 2006), mais ceux-ci sont en grande partie composés d'amis et de parents (Renzulli et al., 2005). Même s'ils peuvent être un atout pour surmonter les obstacles qui surviennent lors des phases de démarrage de l'entreprise et constituer un soutien concret et affectif (Kim et al., 2013), les réseaux constitués d'amis et de membres de la famille n'apportent pas de nouveaux clients ni de partenaires professionnels. Les jeunes ne s'orientent pas nécessairement plus vers les réseaux sociaux que vers les réseaux professionnels, mais ils ont moins eu l'occasion de développer ce dernier type de relations. De plus, des études réalisées dans toute l'Union européenne démontrent que les personnes immigrées rencontrent des difficultés pour étendre leur réseau au-delà de leurs communautés, car elles maîtrisent mal la langue locale (CEEDR, 2000). Par ailleurs, les seniors qui créent une entreprise dans un domaine lié à leur expérience professionnelle peuvent compter sur des réseaux professionnels étendus pour mobiliser les ressources humaines et financières nécessaires.

Politiques en faveur de la croissance des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés

- Il est important que les responsables politiques sensibilisent davantage au potentiel que représente l'entrepreneuriat des groupes appartenant à des groupes défavorisés et sous-représentés ainsi qu'aux compétences nécessaires à la croissance. Cette sensibilisation peut passer par la promotion de modèles, la récompense et la célébration de la réussite et la formation à l'entrepreneuriat.
- Les entreprises en expansion ont un besoin pressant de financements. Les responsables politiques peuvent soutenir les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés en facilitant leur accès au microcrédit et au capital de croissance. Ils peuvent également soutenir le développement d'autres formes de financement comme le crédit-bail, la prise de participation d'investisseurs providentiels au capital, la finance solidaire, le financement participatif et le prêt entre particuliers. Les entrepreneurs peuvent également suivre une formation financière pour apprendre à identifier les sources appropriées de financement et à y accéder.
- Les compétences requises pour gérer une entreprise en expansion sont légèrement différentes de celles nécessaires pour la phase de démarrage. Les compétences en direction, gestion et finances occupent une place bien plus importante. Les responsables politiques peuvent aider les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés à acquérir ces compétences au moyen de programmes de formation, de coaching et de mentorat.
- Les réseaux professionnels peuvent également être importants pour stimuler et soutenir la croissance grâce à la pression positive des pairs et à la mise à disposition de ressources. Les responsables politiques peuvent également aider les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés à développer leurs réseaux professionnels par le biais de programmes formels de mise en réseau.

Décupler les motivations pour la croissance

L'un des principaux défis des responsables politiques est de donner envie aux entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés de développer leur entreprise et de leur donner la confiance pour y parvenir, ce qui implique d'accroître la qualité moyenne des start-up de ces groupes en termes de valeur ajoutée, d'emploi et d'innovation, et de soutenir leur croissance. Deux facteurs doivent être pris en compte: la volonté et la motivation pour la croissance. La volonté de se développer est souvent sur un trait de caractère latent. En revanche, la motivation évolue au gré des interactions sociales. Les efforts politiques visant à soutenir la croissance des entrepreneurs doivent donc se focaliser sur les entrepreneurs faisant preuve d'une volonté de se développer, car si cette envie est absente au début, elle a peu de chance de se manifester par la suite (Delmar et Wiklund, 2008). D'autre part, la motivation se construit souvent par le jeu des interactions sociales. Ainsi, le fait d'être entouré de personnes très motivées peut renforcer la motivation d'un futur entrepreneur (Autio et al., 2013; Baum et Locke, 2004; Davidsson, 1989).

Trois approches sont généralement adoptées par les responsables politiques pour renforcer la motivation de se développer. Premièrement, le fait de faire appel à des modèles qui ont développé leur activité peut inspirer les entrepreneurs grâce à leurs expériences (Autio et al., 2013; Samuelson, 2004). Ces modèles de réussite peuvent particulièrement aider les femmes entrepreneurs à surmonter les stéréotypes de genre traditionnels (Ahl, 2006). Ils sont souvent utilisés dans le cadre des programmes de promotion de l'entrepreneuriat en général ou d'un mécanisme ou événement particulier. Ils peuvent également être intégrés à des programmes de formation, de coaching et de mentorat. Pour accroître la motivation du public cible, celui-ci doit pouvoir s'identifier à la personne présentée en modèle et à son expérience. Cet aspect est particulièrement important pour les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés ou défavorisés qui peuvent avoir plus de mal à s'identifier à un entrepreneur traditionnel, car le contexte de réussite peut être complètement différent. Il est donc nécessaire de présenter des exemples de réussite représentatifs de la population dans son ensemble, et des publics cibles en particulier. Par exemple, si le public cible est constitué d'entrepreneurs potentiels ayant un handicap, ils seront probablement plus inspirés par le récit de succès qu'ont connu des entrepreneurs présentant eux-mêmes une forme de handicap.

Deuxièmement, les responsables politiques peuvent ériger en exemple et récompenser des entrepreneurs ayant réussi, par exemple en leur remettant des prix de l'entrepreneuriat. Même s'il est peu probable que la perspective de recevoir un prix soit un moyen très efficace de soutenir la croissance des entreprises, la promotion de l'événement et des lauréats constitue un autre moyen de diffuser les modèles de réussite qui peuvent inspirer et aider les entrepreneurs potentiels à croire en eux et en leur capacité à réussir.

Enfin et surtout, les programmes de formation et d'éducation à l'entrepreneuriat peuvent avoir une influence positive sur la motivation pour la croissance. En plus de leur expliquer les actions à même de générer de la croissance, les éducateurs et les formateurs peuvent donner aux entrepreneurs une meilleure image d'eux-mêmes et une plus grande confiance en eux en formulant des commentaires tout au long du programme. Il est important d'offrir un soutien moral et des encouragements aux entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés ou défavorisés qui peuvent manquer de confiance en eux et de réseaux personnels. Un autre facteur de réussite des programmes de formation et d'éducation à l'entrepreneuriat est le recours à des exercices pratiques qui permettent de démontrer aux bénéficiaires qu'ils sont capables d'élaborer et de réaliser leurs plans de croissance (De Clercq et Arenius, 2006).

«Going for Growth» en Irlande est un bon exemple de programme public qui combine ces trois approches. Ce programme propose aux femmes entrepreneurs de participer à des groupes de soutien composés de pairs et dirigés par des femmes entrepreneurs ayant réussi. Les chefs de groupe jouent le rôle de modèle et de mentor en partageant leurs expériences et en exerçant une

pression positive sur les membres du groupe afin qu'ils atteignent leurs objectifs. Ces groupes permettent également de mettre en place un soutien par les pairs et un apprentissage mutuel puisque les membres de ces groupes partagent également leurs expériences et leurs difficultés. Ce soutien repose sur des réunions mensuelles où les femmes travaillent ensemble sur leurs objectifs de croissance à atteindre et le calendrier de leurs échéances. En plus de ces réunions de groupe, les bénéficiaires peuvent participer à des ateliers pour améliorer leurs compétences entrepreneuriales.

Améliorer l'accès aux financements

L'un des besoins les plus pressants des entrepreneurs qui cherchent à développer leur entreprise est l'accès aux financements nécessaires. Les difficultés liées au développement d'une entreprise sont légèrement différentes de celles de la phase de démarrage, mais les réponses politiques possibles sont semblables. Les responsables politiques peuvent remédier à ces difficultés d'accès aux financements en mettant en place plusieurs mécanismes de prêts ou de financement sur fonds propres du côté de l'offre et en renforçant les connaissances financières du côté de la demande pour que les entrepreneurs soient mieux dotés pour solliciter et obtenir des financements externes. Ils doivent cependant veiller à adapter le soutien financier au parcours de l'entreprise, car celles qui enregistrent une croissance stable n'ont pas les mêmes exigences que les entreprises ayant une croissance irrégulière (Claveau et al., 2013).

Prêt bancaire et microcrédit

Les responsables politiques peuvent soutenir directement les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés ou défavorisés en leur accordant des prêts ou des subventions. Bien qu'elles soient principalement destinées à la phase de création de l'entreprise, ces mesures peuvent être efficaces, car elles contribuent à créer dès le départ des entreprises orientées vers la croissance. Par exemple, elles permettent de réaliser des investissements de départ suffisants dans le capital physique, la formation et le développement de leur capital intellectuel. Des subventions et prêts peuvent être également être octroyés dans un second temps pour soutenir les investissements nécessaires aux phases postérieures au démarrage. Ces aides directes sont souvent gérées par des organismes de microcrédit.

L'offre de garanties de crédit publiques peut également faciliter l'accès au crédit, tant au démarrage que durant les phases d'expansion ultérieures, notamment lorsque les banques sont réticentes à octroyer un prêt en raison du risque perçu et de l'absence de garanties. Cette technique est mise en place indirectement par le biais des banques, ou d'autres établissements financiers, et présente l'avantage d'exploiter leur expertise dans l'octroi et la gestion des prêts et de partager le risque entre les secteurs public et privé.

Pour soutenir efficacement le crédit, il est primordial de disposer d'un bon mécanisme de sélection des entrepreneurs et des projets éligibles à un soutien financier. L'expérience de la Street Microfinance Organisation au Royaume-Uni témoigne que la taille et la qualité du réseau professionnel de l'entrepreneur sont des critères de sélection importants dans l'octroi de prêts aux entreprises en expansion (Forster, 2004). Le Seed Money Fund, dans la province autonome de Trente en Italie, qui fournit des capitaux aux entreprises jeunes et nouvelles, et notamment aux sociétés innovantes gérées par des femmes et des jeunes, constitue un bon exemple de mécanisme de microcrédit imposant des critères de sélection stricts (encadré 7.1). Un autre exemple instructif mené en Grèce est présenté à la troisième partie de cet ouvrage. Ce projet octroie des microcrédits à des jeunes qui créent une entreprise innovante en ayant recours à une procédure de sélection qui comprend une phase d'évaluation par un comité spécialisé.

Pour qu'ils puissent accéder aux financements leur permettant de développer leur entreprise, les entrepreneurs issus de groupes sous-représentés et défavorisés doivent également bénéficier d'une formation et d'un coaching pour s'assurer qu'ils disposent des compétences nécessaires

pour faire bon usage des financements (OCDE/Commission européenne, 2014). De nombreuses études réalisées dans toute l'Union européenne étayent ces conclusions. Les évaluations de la Street Microfinance Organisation au Royaume-Uni montrent, par exemple, que les taux de réussite augmentent lorsque les entrepreneurs bénéficient d'une formation et de coaching, en particulier dans le domaine de la gestion des risques (Forster, 2004).

Encadré 7.1. **Seed Money Fund, province autonome de Trente, Italie**

Description du programme: le Seed Money Fund est un fonds (lancé à la fin de 2009) qui promeut la diffusion d'initiatives professionnelles dans des domaines innovants ou à la pointe de la technologie en prenant en charge une partie des coûts de création de l'entreprise. La priorité est accordée aux femmes et aux jeunes entrepreneurs, ainsi qu'aux retombées dans le domaine universitaire et de la recherche.

Contexte: même s'il reste plus faible que dans la plupart des autres régions italiennes, le taux de chômage des jeunes a fortement augmenté dans la province de Trente. Le gouvernement de la province souhaite également réduire les inégalités sociales subies par les femmes, les personnes immigrées et d'autres groupes. De plus, à l'instar de l'économie nationale, l'économie provinciale a connu une faible croissance depuis le début de la crise.

Problème abordé: le Seed Money Fund vise à promouvoir l'inclusion sociale et la croissance économique en proposant des financements à des entreprises innovantes présentant un bon potentiel de croissance et en soutenant les projets de jeunes et de femmes. Ces fonds sont destinés à financer les analyses sectorielles et de marché, la préparation des plans d'affaires, le mentorat et les autres coûts de création d'une entreprise innovante.

Approche: des appels à projets ont été publiés par le *Trentino Sviluppo*, l'agence de développement économique locale qui évalue l'éligibilité des différentes candidatures. Ces appels sont ouverts aux nouvelles entreprises, ou très récentes, situées dans la province de Trente. Un comité mis en place par le *Trentino Sviluppo* évalue ensuite les candidatures, sur la base d'un ensemble de critères prédéfinis qui privilégient la durabilité et l'innovation. De plus, d'autres appels à projets peuvent concerner des objectifs de financement spécifiques. Par exemple, ce fonds a lancé des appels pour les femmes et les jeunes entrepreneurs. Le montant de l'aide s'élève jusqu'à 100 000 euros, ou 150 000 euros si les frais de mentorat sont compris. Ce fonds a fait partie du programme opérationnel du Fonds européen de développement régional 2007-2013, qui finance les investissements des entreprises (en particulier les PME). Au cours de cette période, les financements provenaient à 30 % de l'Union européenne, 30 % de la province de Trente et 40 % du gouvernement italien.

Impact: en 2009, 62 candidatures ont été déposées (55 ont été considérées comme admissibles et 23 ont été financées). Étant donné le fort intérêt suscité, le gouvernement de la province a doublé le financement prévu initialement pour atteindre 2,17 millions d'euros. Sur les 79 candidatures reçues en 2011, 40 ont obtenu un financement. L'enveloppe globale s'est élevée à 4,5 millions. Aucune évaluation ex post n'a encore été réalisée. Les prochains appels à projets devraient en prévoir une.

Facteurs de réussite: afin d'accroître son impact, le programme a fait l'objet de certains ajustements à l'occasion de l'appel à projets de 2013. Les types de projets innovants susceptibles d'être soutenus ont notamment été élargis. Des projets d'entreprises peuvent être financés dans les domaines de l'innovation technologique (budget de 2 millions d'euros) mais aussi de l'innovation sociale: bien-être, culture, éducation, tourisme et protection environnementale, gestion des communications et de l'information, économie verte (2 millions d'euros). Cette prise en charge élargie doit renforcer les synergies avec le puissant secteur coopératif local et développer le potentiel d'inclusion sociale et de création d'emplois du fonds. Il est intéressant de noter que l'appel à projets a également soutenu la diffusion de la connaissance et de l'information sur l'entrepreneuriat dans le cadre de l'enseignement supérieur et de la formation continue (par le biais de bourses d'études pour les jeunes diplômés, les étudiants et les chercheurs pour promouvoir des idées entrepreneuriales, et de comptes de formation individuels), ce qui devrait accroître l'implication des jeunes dans des entreprises en croissance. L'appel incluait également des politiques axées sur la demande: 3 millions d'euros ont été alloués à l'émission de chèques services afin de créer des opportunités économiques pour les nouvelles entreprises opérant dans le secteur du bien-être.

Pour en savoir plus, veuillez consulter: Trentino Sviluppo (2014), «Fondo Seed Money», http://www.trentinosviluppo.it/it/Principale/Diventa_imprenditore/Gli_strumenti/Seed_Money/Seed_Money.aspx, Agenzia del Lavoro (2013), *Interventi di politica del Lavoro Rivolti al Giovani*, Trente.

Crédit-bail

Le crédit-bail est un autre mécanisme de financement par l'emprunt auquel les entreprises en développement ont souvent recours, généralement pour acheter des équipements. Des solutions alternatives de financement par l'emprunt comme le crédit-bail sont proposées aux entrepreneurs issus de groupes sous-représentés et défavorisés qui ont plus tendance à avoir des difficultés à obtenir des emprunts auprès des banques commerciales. Des mesures politiques peuvent aider à créer des mécanismes de crédit-bail ou à orienter les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés vers les mécanismes privés existants, par exemple, au moyen d'informations, de conseils et de mentorat.

Actuellement, il existe peu d'exemples de mécanismes de crédit-bail soutenus par les pouvoirs publics alors que leur potentiel à combler les déficits de financement semble important. En Bulgarie, le Job Opportunities through Business Support (JOBS) est un exemple de programme dont l'objectif est de soutenir la croissance des personnes à faibles revenus qui ne peuvent pas solliciter de prêts bancaires et qui gèrent déjà leur petite ou microentreprise, ou qui ont l'intention d'en créer une. Ses interventions ciblent les zones rurales enregistrant un taux de chômage élevé et une forte proportion de minorités ethniques (par exemple, les Roms). Ce projet subordonne l'octroi du crédit-bail au suivi d'un programme de formation en finances et gestion d'entreprises d'une durée de 20 heures. Ce mécanisme est disponible dans 42 centres d'affaires et 10 couveuses d'entreprises créés au niveau local par les agences pour l'emploi locales, les municipalités et d'autres organisations publiques et privées. Ces centres et couveuses ont le statut juridique d'associations à but non lucratif et sont responsables de l'achat des équipements en crédit-bail, de la formation en finances et des cours de développement d'entreprise. Entre 2000 et 2008, 1 985 entreprises ont bénéficié d'un crédit-bail pour un montant total de 10,4 millions d'euros. Grâce à ce mécanisme, près de 53 500 personnes ont bénéficié d'une formation et 34 660 ont trouvé un emploi stable.

Prise de participation au capital

Un type de financement courant sur fonds propres pour les entreprises en croissance provient des investisseurs providentiels. Ces investisseurs privés sont des personnes disposant de fonds personnels importants qui choisissent d'investir dans des start-up et des entreprises en développement dans le but de générer des profits à moyen ou long terme. Généralement, ces investissements sont compris entre 25 000 et 500 000 euros, mais peuvent atteindre des sommes bien plus importantes si plusieurs de ces investisseurs mettent en commun leur apport, par le biais de réseaux, de clubs ou de consortiums. Ces investisseurs providentiels soutiennent souvent les entreprises dans lesquelles ils ont placé leur investissement par d'autres moyens, notamment en leur prodiguant des conseils et en leur donnant accès à leurs réseaux professionnels.

Ce type de financement concerne généralement les entreprises à forte croissance, mais peut également aider des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés. À l'échelle de l'Union européenne, le marché des investisseurs providentiels est estimé à environ 5 milliards d'euros, dont les plus importants sont le Royaume-Uni, la France, l'Espagne, la Finlande et l'Allemagne (EBAN, 2012). Ces investissements ciblent les secteurs orientés vers la croissance (Levratto et Tessier, 2014). À l'échelle de l'Union européenne, 70 % des investissements providentiels sont toutefois destinés aux secteurs des technologies de la communication et de l'information et des biotechnologies tandis que moins de 10 % d'entre eux bénéficient au secteur des biens de consommation, des services et de la vente au détail. Cette situation explique pourquoi les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés ne bénéficient qu'à la marge de ces investissements. Par exemple, les entreprises détenues par des femmes sont bien moins susceptibles d'exercer dans les secteurs orientés vers la croissance (voir chapitre 2) que les hommes. De plus, relativement peu d'investisseurs providentiels sont issus de groupes sous-représentés et défavorisés, ce qui contribue au faible niveau d'investissements privés obtenus par les entrepreneurs appartenant à ces groupes.

Les responsables politiques dans l'Union européenne peuvent soutenir les investissements providentiels consacrés aux entreprises gérées par des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés par plusieurs biais. Premièrement, ils peuvent créer des réseaux d'investisseurs providentiels orientés vers les groupes cibles de l'inclusion sociale en subventionnant les coûts de création et de fonctionnement de ces réseaux. Cette pratique est très courante parmi les réseaux d'investisseurs providentiels qui participent au capital des entreprises gérées par des femmes. Deuxièmement, les responsables politiques peuvent proposer des programmes de formation aux entrepreneurs pour renforcer leur aptitude à recevoir de tels investissements. Au Royaume-Uni, une étude portant sur les entreprises qui ont échoué à obtenir un tel investissement indique trois principaux motifs de refus principaux motifs de refus: i) une faiblesse de l'entrepreneur ou de l'équipe de direction, ii) un marketing peu développé; et iii) des prévisions et des projections financières erronées (Mason et Kwok, 2010). Ces trois aspects peuvent constituer les thèmes à aborder lors des formations de préparation aux investissements. Troisièmement, les pouvoirs publics peuvent prévoir des allègements fiscaux pour encourager les investisseurs providentiels, notamment ceux qui investissent auprès d'entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés. Quatrièmement, les pouvoirs publics peuvent investir conjointement avec ces investisseurs providentiels dans le cadre de projets d'entrepreneuriat inclusif. Cinquièmement, ils peuvent également faciliter et améliorer la mise en relation des investisseurs et des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés.

La finance solidaire est une autre approche de la prise de participation au capital. Il s'agit d'une forme de financement social qui a autant pour objectif de générer des profits financiers que d'avoir un impact social ou environnemental positif. Par exemple, les fonds d'investissement solidaire servent d'intermédiaires entre les investisseurs et les entrepreneurs en encourageant l'investissement des instruments de placement traditionnels (comptes d'épargne et d'assurance-vie, fonds d'investissement) dans des entreprises ayant un impact social. L'organisme français Autonomie et Solidarité est un exemple de finance solidaire (encadré 7.2).

Financement participatif

Le financement participatif est une forme de financement de plus en plus répandue, qui permet de collecter de petites sommes auprès d'un grand nombre de personnes, plutôt que d'une seule grande institution financière. Par rapport aux autres formes de financement, le financement participatif présente les avantages suivants pour les entrepreneurs visant la croissance: évaluation moins formelle et minutieuse des propositions de l'entreprise; suivi limité de l'utilisation des fonds; et faibles coûts fixes (notamment de personnel et de locaux) des portails de financement participatif.

Il existe quatre grandes catégories de financement participatif: les donations, les récompenses (par exemple, l'investisseur reçoit une récompense d'une valeur inférieure à sa participation), l'emprunt et la prise de participation (De Buysere et al., 2012). Le financement participatif peut toutefois combiner plusieurs catégories. Pour les trois premières catégories de financement participatif, en plus des profits, les financeurs sont souvent motivés par des objectifs sociaux et affectifs, ce qui rend ce type de financement particulièrement intéressant pour l'entrepreneuriat inclusif.

Même si ce marché est relativement nouveau et en développement, le rôle que peuvent jouer les pouvoirs publics se fait jour. Tout d'abord, le financement participatif devrait être davantage réglementé, car ces plateformes font l'objet de peu de contrôle notamment en ce qui concerne la viabilité des projets financés. Les informations disponibles sont limitées et les projets pourraient bénéficier d'une présentation plus structurée afin que les investisseurs puissent prendre des décisions éclairées.

Deuxièmement, les responsables politiques peuvent sensibiliser davantage à ce type de financement et améliorer les informations existantes à ce sujet. L'éducation financière du côté de l'offre comme de la demande du marché peut contribuer à aider les investisseurs et les entrepreneurs à mieux comprendre le potentiel du financement participatif. Les formations et conseils destinés aux entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés devraient porter sur les questions de gestion de l'emprunt et, si le financement participatif repose sur une prise de participation, il faut informer sur le rôle de l'équité externe dans le cadre de la gestion entrepreneuriale.

Encadré 7.2. **Autonomie et Solidarité — société de capital-risque, France**

Description: *Autonomie et Solidarité* est une société de capital-risque à capital variable créée en 1990 dans la région Nord - Pas-de-Calais, en France. Ce fonds d'investissement compte parmi ses actionnaires des municipalités et des collectivités territoriales. Son objectif est d'aider les demandeurs d'emploi à créer et développer des entreprises et d'investir dans des entreprises qui cherchent à créer des emplois destinés aux personnes menacées d'exclusion sociale.

Contexte: ces dernières années, le secteur minier a été confronté à de nombreuses difficultés sur le plan social et de l'emploi. Le taux de pauvreté a dépassé 19 % en 2010 et le taux de chômage était de 14 % au premier trimestre 2013. Sur les quelque 4 millions d'habitants de la région, 288 000 étaient bénéficiaires d'une aide au revenu à la fin de 2012 (par exemple, revenu minimum, allocations de handicap).

Problème abordé: *Autonomie et Solidarité* lutte contre la pauvreté en soutenant la création d'entreprises comme moyen d'acquérir une indépendance économique et de se réinsérer socialement.

Approche: *Autonomie et Solidarité* est une société de capital-risque dont le capital provient de l'épargne solidaire des actionnaires, qui souscrivent des actions valant 77 euros chacune. Ce fonds acquiert des parts dans des entreprises (dans la limite de 25 % de prise de participation) poursuivant des objectifs sociaux. Pour être éligibles, les entreprises doivent avoir créé au moins six emplois par an pendant trois années consécutives et employer des salariés appartenant à des groupes défavorisés. *Autonomie et Solidarité* dispense également aux entreprises des conseils stratégiques et des formations en gestion en faisant appel à des mentors. Le mentor est chargé de soutenir et de suivre les progrès de l'entreprise. Ce soutien est mis à disposition pendant cinq ans. Toute plus-value perçue par le fonds est réinvestie pour financer de nouveaux projets ou pour compenser les pertes d'autres projets. Les actionnaires ne perçoivent pas de dividendes.

La procédure de sélection débute par un diagnostic de la viabilité du projet. Si l'évaluation est jugée positive, les produits commercialisés, les stratégies adoptées, les motivations et le plan d'affaires de l'entreprise sont examinés de façon approfondie. En fonction des résultats de cette évaluation, des conditions de financement sont proposées.

Impact: à la fin de juin 2012, *Autonomie et Solidarité* disposait d'un capital d'environ 8,5 millions d'euros, rassemblait 2 357 actionnaires, comptait plus de 200 participations au capital et 9,6 millions d'euros d'engagements cumulés (3,4 millions d'euros en capital, 4,9 millions en comptes courants et 1,2 million d'euros en prêts participatifs). Selon le rapport publié par *Autonomie et Solidarité*, plus de 2 000 emplois ont pu être créés par les entreprises et projets qui ont été financés.

Facteurs de réussite: *Autonomie et Solidarité* compte trois principaux facteurs de réussite. Le premier est l'application d'un régime fiscal favorable aux investisseurs, qui prévoit des allègements de l'impôt sur la fortune, à hauteur de 50 % du montant de l'investissement, dans la limite de 20 000 euros. Cet allègement a pour but d'inciter à investir dans le fonds. Le deuxième facteur concerne l'implication d'une association à but non lucratif qui offre services de conseil et coaching aux entrepreneurs naissants en plus d'une prise de participation au capital. Cette combinaison d'aides de nature financière et non financière garantit l'adéquation des projets avec les objectifs de l'association. Le troisième facteur est la concrétisation d'une réflexion et d'une action stratégique sur le long terme. Depuis sa création, ses opérations ciblent des objectifs clairs et simples (promouvoir l'inclusion sociale et lutter contre la pauvreté par le biais de l'entrepreneuriat). Les actionnaires et les entreprises bénéficiaires disposent ainsi d'informations claires et cohérentes sur leurs droits et obligations liés à leur participation.

Prêt entre particuliers

Le prêt entre particuliers fonctionne sur le même principe que le prêt participatif. Ce type de prêt intervient directement entre deux personnes, la plupart du temps par le biais d'une plateforme en ligne. Il peut être particulièrement bien adapté pour soutenir l'entrepreneuriat orienté vers la croissance des groupes appartenant à des groupes défavorisés et sous-représentés, car il permet aux entrepreneurs qui ne peuvent pas solliciter de prêts bancaires

d'accéder à des financements. De plus, les garanties exigées sont plus limitées que dans le cadre des mécanismes formels de financement. Les taux d'intérêt appliqués à ce type de transaction sont plus élevés que ceux des prêts bancaires, et il est courant que ces prêts entre particuliers soient basés sur des prêts subordonnés, c'est-à-dire des prêts qui ne peuvent être remboursés en cas de liquidation qu'une fois que les créanciers privilégiés l'ont été. Le marché des prêts entre particuliers est estimé à 20 millions d'euros par mois en Europe (De Buysere et al., 2012).

Les pouvoirs publics ont un rôle important à jouer dans la régulation de ces marchés, à savoir améliorer la disponibilité des informations sur le sujet et pour former les prêteurs et les emprunteurs aux avantages, coûts et risques de ce type de financement. Les responsables politiques peuvent soutenir ce mécanisme au profit de l'entrepreneuriat inclusif en créant des incitations fiscales pour les investisseurs et des plateformes destinées à des groupes ou des domaines cibles. Ils peuvent également contribuer à la mise en relation des investisseurs et des entrepreneurs.

Éducation financière

Comme pour les autres types de financement, l'une des clés du succès est l'éducation financière dispensée aux entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés. Elle peut faire l'objet de cours distincts ou s'inscrire dans le cadre d'une offre de financement globale. Plusieurs des programmes abordés ci-dessus incluent une formation financière et un accès aux financements. La formation financière doit toutefois couvrir l'ensemble des sources de financement disponibles et les grands principes de gestion financière, et ne pas traiter uniquement des conditions pour faire bon usage du type de financement spécifique proposé par le programme comprenant cette formation financière. Les programmes d'éducation financière doivent également figurer dans les programmes de formation générale à l'entrepreneuriat et doivent insister et influencer sur les attitudes et comportements, plutôt que seulement approfondir les connaissances. Il est également important de proposer une formation de qualité au développement des compétences financières, dispensée par des formateurs qualifiés. Les responsables politiques peuvent également encourager la formation financière du personnel des banques et établissements financiers. Il est important notamment qu'il emploie un langage simple (OCDE, 2005).

Renforcer les compétences entrepreneuriales

Les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés peuvent renforcer leurs compétences entrepreneuriales en combinant une formation générale à l'entrepreneuriat, axée sur la promotion de l'entrepreneuriat pour tous, et une formation à la création d'entreprises plus ciblée destinée aux entrepreneurs potentiels. La formation à l'entrepreneuriat doit être adaptée aux besoins des participants, étant donné que les différentes catégories de population, comme les jeunes (Moberg, 2011) et les personnes immigrées (Lofstrom, 2004) ont des besoins en formation différents. De récentes études recommandent que les programmes de formation destinés aux jeunes portent sur les compétences non cognitives, comme le travail d'équipe, l'autorégulation et la définition d'objectifs de plus en plus ambitieux (Rosendahl et al., 2012). La formation donne souvent de meilleurs résultats lorsqu'elle est associée à d'autres formes de soutien. Par exemple, une évaluation de huit programmes suédois de politique active du marché du travail révèle que les programmes les plus performants sont ceux qui combinent formation et expérience pratique (Carling et Richardson, 2001). Le programme NEnA en Allemagne constitue également un bon exemple de formation destinée aux femmes scientifiques qui cherchent des débouchés commerciaux à leurs recherches (encadré 7.3)

Encadré 7.3. NEnA, Allemagne

Description: ce mécanisme dispense des programmes de formation, de coaching et de mentorat aux femmes scientifiques qui opèrent dans le secteur des nanotechnologies et souhaitent créer leur entreprise. Après examen de leurs compétences et de leur potentiel de création d'entreprises, une équipe interdisciplinaire de participants est formée et chargée d'élaborer des projets d'entreprises au cours du programme.

Problème abordé: les scientifiques travaillant dans la recherche fondamentale se sentent souvent très éloignés de l'entrepreneuriat et de l'économie et pensent qu'il est difficile de créer une entreprise. C'est particulièrement vrai chez les femmes scientifiques, qui ont tendance à bénéficier d'une visibilité publique moindre, à disposer de réseaux plus restreints et à moins se lancer dans la création d'une entreprise que leurs homologues masculins.

Approche: pendant la période 2006-2010, le projet a été géré par le ministère fédéral allemand de l'éducation et de la recherche (BMBF) avec un consortium national d'universités, dans le cadre de l'initiative de perfectionnement professionnel nano4women. Des universités l'ont ensuite repris et financé lorsque d'autres soutiens financiers ont pu être trouvés. Par exemple, le projet est toujours en cours à l'institut de physique l'université Martin-Luther de Halle-Wittenberg, avec le soutien du Land fédéral de Saxe-Anhalt. Au total, 525 000 euros ont été investis par le BMBF entre 2006 et 2010. Ses coûts annuels de fonctionnement de près de 100 000 euros ont ensuite été pris en charge par le ministère régional. Ce programme n'a pas bénéficié de financements européens.

Le projet de l'institut de physique l'université Martin-Luther de Halle-Wittenberg consiste à proposer une formation d'une semaine dans une école de commerce à des femmes scientifiques ayant une proposition de recherches présentant un intérêt pratique. La procédure stricte d'examen et de sélection (qui comprend un examen des réalisations et des motivations ainsi qu'un questionnaire sur le potentiel entrepreneurial) permet de créer un groupe de participants à fort potentiel, qui bénéficie ensuite d'interventions sur le développement personnel et le renforcement des compétences techniques, d'un coaching individuel. Après cette formation d'une semaine, les partenaires locaux du projet poursuivent (normalement) leurs activités de coaching et de conseil.

Impact: quelque 100 participants (étudiants en master, doctorants ou post-doctorants) de 50 universités et instituts de recherche allemands ont participé à ce programme fédéral. Une étude ex post a permis de montrer que 92 % des participants se sont sentis encouragés par le NEnA à créer leur entreprise et que 75 % souhaitent créer leur entreprise à la suite de l'identification d'une opportunité économique. Toujours selon cette étude, sur 23 équipes/idées, 11 projets ont été concrétisés par au moins un des participants en vue de créer une entreprise (9 demandes de fonds de promotion impliquant l'élaboration d'un plan d'affaires) ou de la développer (deux équipes avaient déjà créé leur entreprise avant de suivre le programme).

Facteurs de réussite: ce programme met en lumière deux facteurs principaux de succès. Premièrement, des agents (membres de facultés et agents de promotion de l'entrepreneuriat) doivent être recrutés dans les différents instituts de recherche et universités pour mobiliser des participants. Le deuxième facteur de réussite est la participation de formatrices, de coaches et accompagnatrices qualifiées et motivantes qui servent de modèle.

La prestation de services d'aide au développement des entreprises après leur création (comme le mentorat, le coaching et les couveuses d'entreprises) est un moyen supplémentaire de soutenir l'acquisition de compétences qui renforceront le potentiel de croissance des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés. Des études menées par le Business Link Scheme au Royaume-Uni et le service danois de conseil et de préparation encadrée ont permis de mettre en exergue les retombées positives de ces programmes (Lundström et al., 2013; Rotger et al., 2012). En ce qui concerne les interventions intensives et personnalisées (c'est-à-dire le mentorat, le coaching, les conseils et les couveuses d'entreprises), les responsables politiques devraient s'efforcer de structurer leur prestation par les acteurs

locaux, qui sont plus susceptibles de faciliter le développement de compétences et la mise en relation avec les acteurs concernés (Huggins et Williams, 2009).

Construire des réseaux professionnels

Pendant la phase de démarrage d'entreprises et une fois établie, les réseaux constituent une ressource importante pour collecter des informations et des idées; instaurer des relations avec les partenaires, fournisseurs et clients; identifier des opportunités et des marchés; trouver et attirer les bons collaborateurs et financiers (Kim et al., 2013). Les responsables politiques doivent donc faciliter les interactions entre les entrepreneurs et la communauté des affaires au moyen de rencontres en tête-à-tête et d'événements, ou d'espaces en ligne. Les acteurs locaux sont souvent les personnes les plus à même d'y parvenir, car ils sont déjà en contact avec les acteurs concernés (Huggins et Williams, 2009). En Espagne, par exemple, le projet *Woman Emprende* (encadré 7.4) crée des réseaux de femmes entrepreneurs qui participent au programme de couveuses d'entreprises de l'université de Saint-Jacques-de-Compostelle.

Encadré 7.4. *Woman Emprende*, Espagne

Description du programme: *Woman Emprende* vise à créer des réseaux comprenant le personnel féminin et les étudiantes en commerce de l'université de Saint-Jacques-de-Compostelle, y compris celles de la couveuse d'entreprises de l'université.

Contexte: une participation réussie à un programme de couveuses d'entreprises accroît le potentiel de croissance d'une jeune entreprise. Pourtant, malgré l'amélioration du niveau général d'études, les entreprises détenues et gérées par des femmes restent sous-représentées parmi les entreprises du secteur de la connaissance (Scott, 2009).

Problème abordé: depuis 1999, la ville de Saint-Jacques-de-Compostelle accompagne l'université locale dans le développement d'entreprises technologiques innovantes, issues de travaux de R & D. Grâce à ce programme, plus de 120 entreprises ont été créées entre 1999 et 2008, dont 92 % ont survécu jusqu'en 2009. Cependant, le nombre de femmes exerçant dans ces entreprises reste limité alors que les femmes représentent plus de 70 % de la population estudiantine de l'université de Saint-Jacques-de-Compostelle.

Approche: *Woman Emprende* soutient toutes les étapes de la création d'entreprises détenues par des femmes à l'aide du programme de couveuses d'entreprises Uninova de l'université (<http://www.uninova.org/ga/default.asp>) et de la société de capital-risque de l'université, Unirisco (<http://www.unirisco.com/>). L'élément central de ce programme est la plateforme INNOVATIA 8.3 qui permet de sélectionner, d'accompagner et de mettre en relation les femmes entrepreneurs.

Impact: si l'objectif du programme *Woman Emprende*, de renforcer la présence des femmes au sein du programme de couveuses d'entreprises pour qu'elle soit proportionnée au nombre d'étudiantes, reste encore à atteindre, il a déjà permis de créer plusieurs entreprises gérées par des femmes. Par exemple, la société GalChimia a été créée par quatre doctorantes en chimie. Elle est aujourd'hui le leader national de la chimie organique synthétique.

Facteurs de réussite: ce programme est le fruit d'une collaboration bien établie entre les autorités locales du développement, l'université et le monde des affaires.

Pour en savoir plus, veuillez consulter: <http://www.womanemprende.org/> et <http://www.uniemprende.es/>.

Mettre en place des programmes de soutien à la croissance

- Étant donné le faible nombre de participants potentiels aux programmes de soutien à la croissance réservés aux entrepreneurs appartenant à des groupes défavorisés et sous-représentés, il est souvent plus approprié de proposer un soutien en ayant recours aux programmes traditionnels existants. Des mécanismes d'information et de sensibilisation aux programmes traditionnels seront toutefois nécessaires pour ces groupes.
- Des programmes ciblés peuvent également être mis en place afin de promouvoir la croissance des entreprises auprès des jeunes, des femmes, des seniors, des immigrants et d'autres groupes cibles spécifiques. Le cas échéant, il est indispensable d'établir des passerelles entre ces aides complémentaires personnalisées et les programmes traditionnels.
- Les participants aux programmes de soutien à la croissance, notamment les entrepreneurs issus des groupes sous-représentés et défavorisés, devraient être sélectionnés en fonction de la volonté exprimée de se développer.
- Tous les programmes généraux d'aide à la création d'entreprises destinés aux entrepreneurs sous-représentés et défavorisés devraient veiller autant que possible à susciter l'envie de se développer et à faciliter l'accès aux financements de croissance, l'acquisition de compétences entrepreneuriales approfondies, y compris en gestion et en direction, et la création de réseaux professionnels plus solides parmi les entrepreneurs désireux de se développer.

Identifier les entrepreneurs à fort potentiel de croissance

Les politiques publiques qui visent à soutenir la croissance des entreprises ont plus de chances d'être efficaces si elles ciblent les entrepreneurs manifestant une volonté de se développer. Il convient alors de soutenir la traduction de cette volonté d'expansion en motivation et de faciliter l'acquisition des ressources importantes en la matière (par exemple, financements, compétences et réseaux). Les entrepreneurs désireux de se développer peuvent être identifiés au moyen d'entretiens et d'enquêtes. S'il est impossible de toucher toutes les personnes ayant la volonté de se développer, il est probable que ceux qui demandent à bénéficier des programmes de soutien à la croissance souhaitent également se développer. Les bénéficiaires des programmes de formation à l'entrepreneuriat ou d'aide à la création d'entreprises les plus motivés pourraient également être repérés et soutenus si le personnel opérationnel de ces programmes y prêtait attention ou était chargé de les identifier. Par ailleurs, il n'est pas opportun d'encourager les nouveaux entrepreneurs et propriétaires d'entreprises établies à se développer sans les sélectionner au préalable, car de nombreux entrepreneurs souhaitent simplement subvenir à leurs besoins.

Établir des passerelles avec les programmes traditionnels

Comme évoqué par l'OCDE/la Commission européenne (2013), il existe diverses approches politiques pour soutenir les entrepreneurs appartenant à des groupes défavorisés et sous-représentés: accès aux programmes traditionnels proposés aux autres groupes; activités de sensibilisation et de promotion ciblées afin d'intégrer les groupes sous-représentés et défavorisés aux services traditionnels auxquels ils ne pourraient avoir accès autrement; actions personnalisées pour les groupes sous-représentés et défavorisés par le biais des programmes et des agences traditionnels; et création d'agences de soutien spécialisées.

Le soutien des agences spécialisées est généralement le plus efficace, car le public cible est plus restreint. De plus, il est généralement axé sur les besoins des entreprises plutôt que sur les caractéristiques personnelles des entrepreneurs. Il est donc plus harmonisé que l'aide à la création d'entreprises. Cependant, les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés participent peu aux programmes classiques de soutien à la croissance. Les raisons en sont multiples: i) la participation volontaire des bénéficiaires qui connaissent les programmes traditionnels d'aide à la croissance, savent y accéder et comment en profiter réduit les chances de candidature des entrepreneurs appartenant à

des groupes sous-représentés et défavorisés; et ii) les divers critères de sélection et d'éligibilité ont tendance à écarter ces groupes.

Lorsque les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés ont moins tendance à solliciter les programmes d'aide classiques, des mesures de sensibilisation devraient être mises en place pour informer ces groupes de l'existence de ces programmes. Par exemple, l'initiative Mingo Migrant Enterprises en Autriche fait appel à des conseillers appartenant à des minorités ethniques, ce qui a effectivement permis de faciliter l'accès des immigrés aux services d'aide traditionnels. Des programmes de proximité sont également mis en place afin d'atteindre les bénéficiaires potentiels par le biais de campagnes médiatiques en langues minoritaires, dans la presse et lors de divers événements.

Dans certains cas, le nombre de participants peut toutefois justifier la mise en place de programmes de soutien à la croissance pour certains groupes. De plus, tous les programmes généraux d'aide à la création d'entreprises destinés aux entrepreneurs sous-représentés doivent s'intéresser aux principaux facteurs de croissance des entreprises et veiller ainsi autant que possible à susciter l'envie de se développer et à faciliter l'accès aux financements pour se développer, l'acquisition de compétences entrepreneuriales approfondies, y compris en gestion et en direction, et la création de réseaux professionnels plus solides parmi les entrepreneurs désireux de se développer.

Conclusions et recommandations politiques

La plupart des entrepreneurs créent leur entreprise dans des secteurs qu'ils connaissent et dans lesquels ils ont déjà une expérience professionnelle. Or, cette situation mène à la création d'un grand nombre d'entreprises dans les mêmes secteurs présentant peu d'obstacles à l'entrée, en particulier pour les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés, qui disposent souvent d'un faible niveau de compétences, d'un accès limité aux financements et de réseaux restreints (OCDE/Commission européenne, 2013). La concurrence fait donc rage sur les marchés, réduisant ainsi les marges des entrepreneurs au profit des consommateurs, qui disposent eux-mêmes de revenus faibles et représentent donc un potentiel de croissance limité pour les nouveaux entrepreneurs (Camerer et Lovallo, 1999). Les opportunités les plus intéressantes résident donc dans les secteurs qui n'ont pas encore été exploités à leur plein potentiel par d'autres entreprises (Evans, 1989). Choisir ces secteurs d'activité accroît les chances de créer une entreprise pérenne qui génère un chiffre d'affaires élevé et présente un potentiel de croissance. Cela augmente également les chances de retombées positives sur l'économie locale, comme la création d'emplois.

Les politiques peuvent avoir une incidence sur le nombre d'entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés qui développent leur activité. À cet égard, les responsables et acteurs politiques qui cherchent à soutenir la croissance doivent tout d'abord identifier les entrepreneurs établis et potentiels ayant une véritable volonté de se développer, mais qui manquent des ressources nécessaires pour y parvenir (notamment, la motivation, les financements, les compétences et les réseaux), puis les aider à combler ces lacunes. D'un point de vue pratique, cette sélection est bien plus facile à mettre en place que d'essayer de motiver ou d'inciter des personnes peu enclines à prendre des risques ou des entrepreneurs privilégiant leur qualité de vie à se développer.

Principales recommandations politiques

- Sélectionner les bénéficiaires des programmes d'aide à la croissance en fonction des motivations exprimées.
- Faire appel à des modèles de réussite issus des groupes cibles des politiques en faveur de l'entrepreneuriat inclusif pour encourager d'autres entrepreneurs à se développer et à réussir.
- Intégrer les compétences requises pour le développement de l'entreprise aux programmes de formation à l'entrepreneuriat, en particulier des compétences en direction, gestion et finances.

- Utiliser les relations individuelles comme le mentorat et le coaching pour motiver et soutenir les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés qui cherchent à développer leur entreprise.
- Favoriser l'accès aux financements de croissance, notamment l'emprunt et la prise de participation au capital. Mettre en place des fonds spéciaux pour les entreprises en expansion et mettre en relation les investisseurs providentiels et les entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés dans le cadre d'événements de mise en réseau.
- Développer des réseaux professionnels dans le cadre de programmes structurés pour aider les entrepreneurs à renforcer leur accès aux ressources. Si la création de réseaux au sein des groupes cibles est utile pour renforcer la solidarité entre eux, il est également important de favoriser les liens avec la communauté des entrepreneurs traditionnels pour optimiser l'accès aux ressources et aux connaissances.
- S'assurer que les programmes traditionnels de soutien à la croissance des entreprises sont accessibles aux entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés et que ces derniers bénéficient de services d'information et de sensibilisation ciblés. Créer des passerelles entre les initiatives de soutien à la croissance des entreprises destinées aux groupes sous-représentés et défavorisés spécifiques et les aides complémentaires disponibles dans le cadre des programmes traditionnels.
- Veiller à susciter l'envie de se développer et à faciliter l'accès aux financements de croissance, l'acquisition de compétences entrepreneuriales approfondies, y compris en gestion et en direction, et la création de réseaux professionnels plus solides parmi les entrepreneurs désireux de se développer qui participent aux programmes d'aide traditionnels destinés aux groupes sous-représentés et défavorisés.

Références

- Abburrà, L. (1998), «Creare nuove imprese di successo in aree a rischio di declino. Un'indagine empirica tra letteratura economica e politiche pubbliche», *Economia & Lavoro*, n° 2, p. 49-72.
- Agenzia del Lavoro (2013), *Interventi di politica del Lavoro Rivolti al Giovani*, Trento.
- Ahl, H. (2006), «Why research on women entrepreneurs needs new directions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30, n° 5, pp. 595-621.
- Aldrich, H. (1999), *Organizations Evolving*, Sage Publications, Londres.
- Autio, E, S. Pathak, K. Wennberg (2013), «Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors», *Journal of International Business Studies*, Vol. 44, n° 4, p. 334-362.
- Bates, T., «Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity», *The Review of Economics and Statistics*, vol. 72, n° 4, pp. 551-559.
- Bates, T. (1995), «Self-employment entry across industry groups», *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, n° 2, p. 143-156.
- Baum, R. et E. Locke (2004), «The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth», *Journal of Applied Psychology*, Vol. 89, n° 4, p. 587-598.
- Baum, R., E. Locke, S. Kirkpatrick (1998), «À longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms», *Journal of Applied Psychology*, Vol. 83, n° 1, p. 43-54.
- Bhaird, C. et B. Lucey (2006), «An Explanatory Cross-Sectional study of the capital structures of Irish SMEs», document présenté lors du *International Conference on the Financing of SMEs* au CSME, Warwick Business School.
- Brush, C. G., «Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions», *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 16, n° 4, p. 5-30.
- Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2012), *Mittelstandsbericht 2012*, Vienne, BWFJ.
- Camerer, C. et D. Lovallo (1999), «Overconfidence and Excess Entry: An Experimental Approach», *American Economic Review*, Vol. 89, n° 1, p. 306-318.

- Carling, K. et K. Richardson (2001), «The Relative Efficiency of Labor Market Programs: Swedish Experience from the 1990's», *Labour Economics*, Vol. 11, n° 3, p. 335-354.
- Cassar, G. et S. Holmes (2003), «Capital Structure and the financing of SMEs: Australian evidence», *Accounting and Finance*, Vol. 43, p. 123-147.
- CEEDR (Centre for Enterprise and Economic Development Research) (2000), «Young entrepreneurs, women entrepreneurs and ethnic minority entrepreneurs in the European Union and central and eastern Europe», Bruxelles, Commission européenne, DG Entreprise, http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=4095.
- Claveau, N., M. Perez et I. Prim-Allaz (2013), «Vers une différenciation des trajectoires de forte croissance (FC continue vs FC discontinue)», *Revue internationale P.M.E.*, Vol. 26, n° 1, p. 117-139.
- Coleman, S. (2004), «The Liability of newness and small firm access to debt capital: Is there a link?», document présenté lors de l'Annual Conference of the Academy of Entrepreneurial Finance, 29 avril 2004, Washington D.C.
- Colombo, M. et L. Grilli (2005), «Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view», *Research Policy*, Vol. 34, n° 6, p. 795-816.
- Commission européenne (2012), «Entrepreneurship in the EU and beyond», Flash Eurobaromètre 354, disponible à l'adresse: ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf.
- Criaco, G., F. Chirico, P. Sieger, T. Minola et K. Wennberg (2014), «Entrepreneurial parents as a double-edged sword for offspring's entrepreneurial intentions: A social comparison perspective», document de travail, Jönköping International Business School.
- Curran, J. et R. Blackburn (2001), «Older people and the enterprise society: age and self-employment propensities», *Work, Employment and Society*, Vol. 15, n° 4, p. 889-902.
- Davidsson, P. (1989), «Continued entrepreneurship and small firm growth». Economic Research Institute Stockholm School of Economics, *Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögsk.* (EFI), Stockholm.
- Davidsson P, et B. Honig (2003), «The role of social and human capital among nascent entrepreneurs» *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, n° 3, p. 301-331.
- De Buysere, K., O. Gajda, R. Kleverlaan et D. Mar (2012), «A Framework for European Crowdfunding», <http://www.crowdfundingframework.eu>.
- De Clercq D, et P. Arenius (2006), «The role of knowledge in business start-up activity», *International Small Business Journal*, Vol. 24, n° 4, p. 339-358.
- Delmar, F., et C. Holmquist (2004), «Women's entrepreneurship: issues and policies», Actes de la 2ème conférence des ministres en charge des PME «Promotion de l'entrepreneuriat et des PME innovantes dans l'économie mondiale » de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), Istanbul, Turquie
- Delmar, F. et J. Wiklund (2008), «The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: À longitudinal study», *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 32, n° 3, p. 437-457.
- Di Maria, E. et V. De Marchi (2008), «Competitività, imprenditorialità e immigrazione», *Il caso del Veneto*, argomenti, n° 24.
- Drakopoulou Dodd, S. (2012), «Network approaches and embeddedness», *Perspectives on Entrepreneurship: A Course Text*, Mole, K et Ram, M (eds., 2012), Palgrave Macmillan, Londres
- Drakopoulou Dodd, S., S. Jack et A. Anderson (2014), «The Role Of Networking In The Growth Processes Of Family Firms: An International Study», *Family Entrepreneurship*, Fayolle, ed., (à paraître).
- Du Rietz A. et M. Henrekson (2000), «Testing the female underperformance hypothesis», *Small Business Economics*, Vol. 14, n° 1, p. 1-10.
- EBAN (2012), «European Angel Investment Overview: 2012», disponible sur: <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2013/07/EBAN-Angel-Investment-Overview-2012.pdf>.
- Ebbers, I. et B. Halbfas (2013), «Beteiligung von Frauen am Gründungsgeschehen: diskursanalytische Verortung in der akademischen Entrepreneurship Education», document présenté lors du G-Forum, 17.
- Efendic, N., F. Andersson et K. Wennberg (2014), «Growth in Immigrant-run Businesses», document présenté lors du Symposium Uddevalla 2014.
- Eurostat (2006), «The profile of the successful entrepreneur — Results of the survey Factors for Success», *Statistics in Focus* 29/2006.

- Evans, M. (1989), «Immigrant Entrepreneurship: Effects of Ethnic Market Size and Isolated Labor Pool», *American Sociological Review*, Vol. 54, n° 6, p. 950.
- Farley, R. et R. Alba (2002), «The New Second Generation in the United States», *International Migration Review*, Vol. 36, p. 669-701.
- Folta, T. B., F. Delmar et K. Wennberg (2010), «Hybrid Entrepreneurship», *Management Science*, Vol. 56, n° 2, p. 253-269.
- Forster, S. (Ed.) (2004), *Street UK: A microfinance organisation. Lessons learned from its first three years' operations*. Street (UK) Foundation, soutenu par la Fondation Calouste Gulbenkian et le Réseau européen de la microfinance.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2014), Présentations tabulaires spéciales des enquêtes 2009-2013 sur la population adulte, extraites du Global Entrepreneurship Monitor.
- Goffi, G. (2012), «Donne e lavoro in Italia e nelle Marche. Il punto sulle difficoltà e sulle prospettive», *Economia Marche Journal of Applied Economics*, Vol. XXXI, n° 2, décembre.
- Gundry, L. et H. Welsch (2001), «The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises», *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, n° 5, p. 453-470.
- Hart, D. et Z. Acs (2011), «High-Tech Immigrant Entrepreneurship in the United States», *Economic Development Quarterly*, Vol. 25, n° 2, p. 116-127.
- Hite, J. et W. Hesterly (2001), «The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm», *Strategic Management Journal*, Vol. 22, n° 3, p. 275-286.
- Honig, B. (1998), «What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs», *Journal of Business Venturing*, vol. 13(5), p. 371-394.
- Huggins, R. et N. Williams (2009), «Enterprise and public policy: a review of Labor government intervention in the United Kingdom», *Environment and planning. C, Government and policy*, Vol. 27, n° 1, p. 19.
- Jack, S. et A. Anderson (2002), «The effects of embeddedness on the entrepreneurial process», *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, n° 5, p. 467-487.
- Jack, S., S. Dodd et A. Anderson (2008), «Change and the development of entrepreneurial networks over time: a processual perspective», *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 20, n° 2, p. 125-159.
- Janczak, S. et F. Bares (2010), «High Growth SMEs: The Evolution of the Gazelles and Some Evidence from the Field», J.A.-Bombardier Chair of Entrepreneurship, document de travail n° 2010-01.
- Johannisson, B. et M. Mønsted (1997), «Contextualizing Entrepreneurial Networking», *International Journal of Management and Organization*, Vol. 27, n° 3, p. 109-137.
- Kim, P., K. Longest et H. Aldrich (2013), «Can You Lend Me a Hand? Task-Role Alignment of Social Support for Aspiring Business Owners», *Work and Occupations*.
- Le, A. (1999), «Empirical Studies of Self-Employment», *Journal of Economic Surveys*, vol. 13(4), p. 381.
- Lechner, C. et M. Dowling (2003), «Firm networks: External relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms», *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 15, n° 1, p. 1-26.
- Levratto, N. et L. Tessier (2014), «La croissance des PME est-elle favorisée par les Business Angels? Une analyse à partir du cas français en 2008 et 2009», *Communication au 12ème CIFEPME*, Agadir, 29-31 octobre 2014.
- Lofstrom, M. (2004), *Labor market assimilation and the self-employment decision of immigrant entrepreneurs*, Springer, New York.
- Lundström A, P. Vikström, M. Fink, H. Crijns, P. Głodek, D. Storey et A. Kroksgård (2013), «Measuring the Costs and Coverage of SME and Entrepreneurship Policy: A Pioneering Study», *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 38, n° 4, p. 941-957.
- Marucci, M. et C. Montedoro (2010), «L'integrazione degli immigrati tra politiche attive del lavoro e politiche sociali: esperienze ed eccellenze in quattro regioni italiane», *Strumenti ISFOL*, numéro 6 — septembre.
- Mason, C. et J. Kwok (2010), «Investment Readiness Programmes and Access to Finance: A Critical Review of Design Issues», *Local Economy*, Vol. 25, n° 4, p. 269-92.
- McPherson, M., L. Smith-Lovin et M. Brashears (2006), «Social isolation in America: Changes in core discussion networks over two decades», *American Sociological Review*, Vol. 71, n° 3, p. 353-375.
- Moberg, K. (2011), «Evaluating content dimensions in entrepreneurship education», disponible à l'adresse SSRN suivante: <http://ssrn.com/abstract=1969852>.

- Ndofor, H. et R. Priem (2011), «Immigrant Entrepreneurs, the Ethnic Enclave Strategy, and Venture Performance», *Journal of Management*, Vol. 37, n° 3, p. 790-818.
- Nykqvist, J. (2008), «Entrepreneurship and Liquidity Constraints: Evidence from Sweden», *The Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 110, n° 1, p. 23-43.
- OCDE (2013), *Panorama de l'entrepreneuriat*, Publications OCDE, Paris. DOI: 10.1787/22266941.
- OCDE, *Les principes et les bonnes pratiques relatifs à la sensibilisation et l'éducation financières*, Publications OCDE, Paris, 2005.
- OCDE/Commission européenne (2012a), «Synthèse sur les réseaux d'entrepreneuriat inclusif — Activité entrepreneuriale en Europe», Union européenne, Luxembourg, disponible à l'adresse suivante: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7751>.
- OCDE/Commission européenne (2014), *Pallier la pénurie d'entrepreneurs 2014: politiques d'entrepreneuriat inclusif en Europe*. DOI: 10.1787/9789264213593-fr.
- OCDE/Commission européenne (2013), *Pallier la pénurie d'entrepreneurs: politiques d'entrepreneuriat inclusif en Europe*. DOI: 10.1787/9789264188211-fr.
- OCDE/Commission européenne (2012a), Synthèse sur l'entrepreneuriat des jeunes, Union européenne, Luxembourg, disponible à l'adresse suivante: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=fr&pubId=6501>.
- OCDE/Commission européenne (2012b), Synthèse sur l'entrepreneuriat des seniors, Union européenne, Luxembourg, disponible à l'adresse suivante: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=fr&pubId=7342>.
- Ono, A. et I. Uesugi (2005), «The role of collateral and personal guarantees in relationship lending: evidence from Japan's small business loan market», document présenté lors de l'International Conference on Financing of SMEs in Developed Countries, CSME, Warwick Business School.
- Renzulli, L.A. et H.E. Aldrich (2005), «Who can you turn to? Tie activation within core business discussion networks», *Social Forces*, Vol. 84, n° 1, pp. 323-341.
- Roithmayr, D. (2000), «Barriers to Entry: A Market Lock -In Model of Discrimination», *Virginia Law Review*, Vol. 8, n° 4, p. 727-799.
- Rosendahl, H., R. Sloof et M. van Praag (2012), «The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a randomized field experiment», IZA Discussion Paper No. 6512, disponible à l'adresse: <http://ftp.iza.org/dp6512.pdf>.
- Rotger, G., M. Gørtz et D. Storey (2012), «Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: A meta-analytical review», *Journal of Business Venturing*, vol. 27, n° 4, p. 506-521.
- Samuelsson, M. (2004), *Creating new ventures: a longitudinal investigation of the nascent venturing process*, Jönköping International Business School: Jönköping.
- Saxenian, A. (2002), «Silicon Valley's New Immigrant High-Growth Entrepreneurs», *Economic Development Quarterly*, Vol. 16, n° 1, p. 20-31.
- Scott, G. (2009), «Towards an Urban Agenda for the Economic Downturn», *The URBACT Tribune*, novembre.
- Taylor, M. (2001), «Self-employment and windfall gains in Britain: Evidence from panel data», *Economica*, vol. 68, p. 539-565.
- Trentino Sviluppo (2014), «Fondo Seed money», http://www.trentinosviluppo.it/it/Principale/Diventa_imprenditore/Gli_strumenti/Seed_Money/Seed_Money.aspx.
- Uniemprende (2014), «Universidade de Santiago de Compostela», <http://www.uniemprende.es/>.
- van Praag, M. (2003), «Business survival and success of young small business owners», *Small Business Economics*, Vol. 21, n° 1, p. 1-17.
- Wiklund, J., P. Davidsson et F. Delmar (2003), «What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth», *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27, n° 3, p. 247-270.
- Wiklund, J. et D. Shepherd (2003), «Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses», *Strategic Management Journal*, Vol. 24, p. 1307-1314.
- Women Emprende (2014), «Universidade de Santiago de Compostela», <http://www.womanemprende.org/>.



Extrait de :

The Missing Entrepreneurs 2015

Policies for Self-employment and Entrepreneurship

Accéder à cette publication :

<https://doi.org/10.1787/9789264226418-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE/Union européenne (2016), « Soutenir la croissance des entrepreneurs appartenant à des groupes sous-représentés et défavorisés », dans *The Missing Entrepreneurs 2015 : Policies for Self-employment and Entrepreneurship*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264249936-10-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.