

Les entrepreneurs français, entre Uber et grands patrons

Chloé Rébillard

Journaliste indépendante

*Qui sont les entrepreneurs aujourd'hui en France et quelle est leur image ?
Ce sont majoritairement des hommes d'âge moyen et ils créent avant tout
des entreprises sans salarié au démarrage de leur activité.*

*La création d'entreprise reste globalement dynamique en France,
mais des freins demeurent, liés notamment au rapport plus ambivalent
à l'égard de l'entrepreneuriat que dans d'autres pays.*

L'entrepreneur, ce chef d'entreprise souvent créateur de sa propre société (mais pas toujours), se prête mal à une catégorisation bien établie. Vouloir dessiner trait pour trait le portrait-robot de l'entrepreneur en France est une gageure, ne serait-ce qu'à cause de la polysémie de représentations et de définitions que recouvre ce terme. Et aussi parce qu'il se situe dans un angle mort de la sociologie, ou qu'il constitue « la face cachée du monde social », selon les mots de Michel Offerlé, sociologue spécialiste du patronat. Tentons ici un petit tour d'horizon de ce que l'on sait sur ce personnage étrange.

Combien d'entreprises et d'entrepreneurs en France ?

En France, une personne sur dix est indépendante

D'un point de vue quantitatif, selon l'enquête *Emploi 2016* de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), environ 10 % des actifs de 15 à 70 ans en France appartiennent à la catégorie « non-salariés », ce qui représente un peu moins de trois millions de personnes. Toutes n'appartiennent pas nécessairement à la sphère des entrepreneurs, ainsi par exemple des « aidants familiaux », ces parents, souvent des femmes, qui, sans avoir de statut officiel et administratif, travaillent au sein de l'entreprise familiale.

Néanmoins, considérer la catégorie « indépendants » de l'INSEE, en la croisant avec les données de création d'entreprises, permet de dessiner quelques-uns des contours du portrait des entrepreneurs.

Parmi ces quelque trois millions d'indépendants, l'immense majorité dirige de très petites entreprises, comptant moins de cinq salariés, voire aucun salarié. À l'inverse, seulement 130 000 chefs d'entreprise dirigent une société de plus de dix salariés. Selon une enquête de l'INSEE, portant sur les créations d'entreprise en 2016, seulement 7% des entreprises emploient des salariés lors de leur création, la moyenne étant de 2,6 salariés (*Insee Première*, n° 1631, janvier 2017). Si l'on devait donc donner un premier visage aux entrepreneurs, il pren-

drait les traits du chauffeur Uber qui reconduit en fin de soirée des clients à leur domicile, ou ceux de l'agriculteur qui s'est lancé seul dans la permaculture et vend ses récoltes dans des circuits courts, plutôt que ceux des grands patrons à la tête d'entreprises de plusieurs milliers de salariés et habitués des ambiances feutrées des réunions d'actionnaires. Toutes les enquêtes concordent sur ce point : l'immense majorité des chefs d'entreprise sont à la tête de très petites entreprises (TPE). Ce phénomène s'est accentué depuis les années 1980 et 1990 : la proportion de petites entreprises a crû au détriment des moyennes et des grandes entreprises. Le phénomène a été encouragé par des lois successives qui entendaient « encourager l'esprit d'entreprise » et « libérer la création ».

V. Lennel,
H. Salle de Chou
et C. Wolfrom,
co-fondateurs
de Pumpkin,
créateurs d'une
application mobile
qui simplifie les
remboursements
entre amis

© Xavier Popy/REA



L'entrepreneur, un homme d'âge moyen

L'entrepreneur demeure majoritairement un homme. La féminisation avance lentement et pas à la même vitesse dans tous les secteurs. Ainsi, les artisans-commerçants constituent une sous-catégorie des chefs d'entreprise où la part de femmes est moindre que dans les autres catégories. Cette distinction s'explique par le fait qu'elles sont très peu présentes dans les petites entreprises du bâtiment, d'industrie et de transports, lesquelles représentent la majorité des entreprises de commerce et d'artisanat. La part de femmes à la tête de ce type d'entreprise stagne, voire régresse légèrement dans certains secteurs. À l'inverse, cette proportion est plus élevée dans les petites entreprises de commerce et de services et à la tête

La création d'entreprise a fortement progressé en France

des grandes entreprises. Pour cette dernière catégorie, entre 20 % et 25 % des grandes entreprises en France sont aujourd'hui dirigées par des femmes. Dans les entreprises d'artisans des services, la proportion des femmes atteint 60 %.

La parité n'est pas pour tout de suite : après avoir connu une forte progression dans les dernières décennies, la part des femmes créatrices d'entreprises a cessé de croître depuis quelques années et se maintient à environ 40 %. La féminisation rencontre des résistances. Comme l'écrivent Stéphanie Chasserio, Philippe Pailot et Corinne Poroli dans un article intitulé « L'entrepreneuriat est-il genré ? »

(*Regards croisés sur l'économie*, 2016), la vision de l'entrepreneuriat continue à être considérée comme « une activité instituant et valorisant la masculinité comme norme de référence. » L'âge moyen des créateurs individuels d'entreprises est de 37 ans et il varie peu en fonction du genre. Il est seulement de 29 ans dans les transports et l'entreposage, les deux secteurs les plus porteurs.

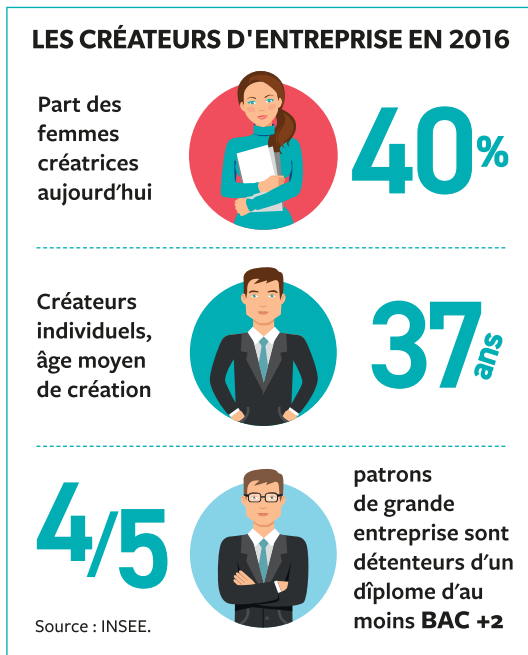
Des patrons de plus en plus diplômés

La proportion d'entrepreneurs titulaires de diplômes a fortement progressé. Dans les années 1990, seuls 13 % des chefs d'entreprise détenaient un diplôme équivalant à bac +2 ou plus. Vingt ans après, dans les années 2010,



Livreur d'Uber Eats
à Nantes

© Sébastien
Salom-Gomis/SIPA



cette part monte à 25%. Plus la taille de l'entreprise augmente, plus ce pourcentage augmente : quatre patrons de grande entreprise (plus de 500 salariés) sur cinq ont un diplôme équivalant au moins à bac + 2. Les moyennes entreprises sont également concernées : c'est dans cette catégorie que la progression est la plus forte, si bien que le pourcentage de diplômés y est aujourd'hui quasiment le même que dans les grandes entreprises. À l'inverse, la résistance à ce mouvement est plus forte dans les petites entreprises. Ce phénomène est analysé par Michel Offerlé comme celui de la diffusion d'une nouvelle norme scolaire.

Le mouvement est accompagné par l'apparition d'un certain nombre de filières d'études. Les écoles de commerce comme celles de type HEC (l'École des hautes études commerciales), d'ingénieurs ou encore de management ont en effet intégré dans leurs parcours des formations à destination de leurs élèves souhaitant entreprendre et elles cherchent à mettre en

place des écosystèmes propices à l'innovation. Plusieurs exemples d'étudiants ayant créé leur entreprise lors de leur passage sur les bancs de ces écoles existent. Il ne faudrait néanmoins pas limiter la création d'entreprise à ces quelques exemples : toutes les filières peuvent potentiellement mener à l'entrepreneuriat. Il est simplement facilité dans des écoles qui diffusent la culture entrepreneuriale auprès de leurs élèves.

L'entrepreneuriat en forte expansion en France

Depuis le début des années 2000, la création d'entreprise a fortement progressé en France. L'année charnière est, à n'en pas douter, l'année 2009 avec l'élaboration du statut d'auto-entrepreneur (devenu micro-entrepreneur en 2014), qui voit les créations d'entreprises multipliées par deux, passant d'environ 300 000 en 2008 à près de 600 000 en 2009. Cependant, si cette progression connaît alors une forte accélération, la création d'entreprise enregistrait déjà une progression ascendante, et ce depuis les premières années de la décennie. Entre 2000 et 2011, le nombre de créations d'entreprises augmente chaque année. Ce chiffre s'est tassé depuis 2011 et il a tendance à stagner ou à croître de manière plus faible. Toutefois, les données disponibles montrent qu'entre 2015 et 2016, la création d'entreprises a progressé de 6%. Une apparente bonne santé qui cache néanmoins des zones d'ombre.

Une vision qualitative de l'entrepreneuriat en France

Auto-entrepreneur, l'illusion du «tous entrepreneurs»?

L'auto-entrepreneuriat, désormais renommé micro-entrepreneuriat, est un statut offrant une simplification des démarches et un allègement des charges ; il a suscité une explosion

des créations d'entreprises sans précédent. Cependant, derrière les chiffres se cache une réalité moins reluisante. Le « boom » des créations sous le statut « auto-entrepreneurs » a d'ailleurs fortement décéléré deux ans seulement après son apparition. Entre 2015 et 2016, l'INSEE, dans son enquête Emploi, constate que « la part des immatriculations de micro-entrepreneurs dans le nombre total de créations décroît ». Un chiffre permet de bien cerner ce phénomène : un an après l'entrée en vigueur du statut, en 2010, la proportion de micro-entrepreneurs (ou auto-entrepreneurs) dans les nouvelles créations s'élevait à 58 %. En 2016, elle n'est plus que de 40 %. Alors que le nombre d'immatriculation de nouvelles entreprises entre 2015 et 2016 continue de progresser, celle des créations de micro-entreprises baisse (- 0,3 %). Ce sont les créations d'entreprises ou de sociétés classiques qui permettent de continuer à soutenir la croissance entrepreneuriale en France, en augmentant de 10 %.

Le nouveau statut a perdu en attractivité et l'on voit diminuer le nombre de personnes ayant recours. Pourquoi un tel désamour des Français pour ce statut qui avait pourtant attiré tant d'individus lors de sa mise en place ?

La première raison est que de nombreuses entreprises créées n'ont pas survécu. Trois ans après leur enregistrement, seules trois micro-entreprises sur dix sont encore actives. De plus, les revenus tirés des activités menées par les auto-entrepreneurs sont généralement faibles, décourageant de potentiels candidats. Selon l'enquête annuelle Assos Stat n° 252, sur 1 072 000 micro-entrepreneurs enregistrés, seuls 670 000 déclarent un chiffre d'affaires positif fin 2016. En 2013, parmi les auto-entrepreneurs déclarant un revenu, celui-ci était, en moyenne, de 440 euros par mois. Près d'un créateur sur trois avait maintenu une activité salariée en parallèle.

Alors que l'auto-entrepreneuriat était présenté comme un outil de lutte contre le chômage, permettant à chacun de devenir créateur de son propre emploi, la réalité vécue sur le terrain conduit les sociologues Sarah Abdelnour et Anne Lambert à un constat beaucoup moins riant : « Le dispositif fonctionne (...) bien davantage comme instrument d'aménagement, mais, du même coup, d'institutionnalisation de la précarité que comme passerelle vers la création d'entreprise » (« L'entreprise de soi, un nouveau mode de gestion des classes populaires ? », *Genèses*, 2014).

Un certain nombre d'emplois ont migré du salariat au statut d'indépendance

La situation des créateurs d'entreprise sous ce statut a en vérité parfois plus à voir avec le travail salarial qu'avec l'activité d'entrepreneur. Si dans la comptabilité des statistiques un certain nombre d'emplois ont migré du salariat vers le statut de travailleur indépendant, cela n'apparaît pas justifié par la nature du travail. Les journalistes, par exemple, connaissent bien ce processus de « salariat déguisé » : de nombreuses rédactions n'hésitent pas à demander aux pigistes travaillant pour elles de s'enregistrer en tant qu'auto-entrepreneurs... bien que cela soit illégal.

Mais beaucoup d'autres professions sont concernées et peu de milieux professionnels épargnés. Cette perméabilité de plus en plus forte entre le milieu salarié et l'auto-entrepreneuriat brouille les frontières entre les deux statuts. Ce que constatent aussi Alain Fayolle et Brigitte Pereira dans un article intitulé « L'encouragement à l'auto-entrepreneuriat est-il une bonne politique

publique pour l'esprit d'entreprendre et la création d'entreprises ? » paru en 2012 dans la revue *Annales des Mines – Gérer et comprendre*. Leur conclusion est sans appel : « L'auto-entrepreneuriat génère des risques et des formes d'entrepreneuriat liés à la création par nécessité, qui peuvent s'avérer à moyen et long terme plus coûteux pour la société que ne l'est le problème du chômage de longue durée lui-même ».

Existe-t-il un profil psychologique propre à l'entrepreneur ?

Depuis que le terme entrepreneur a été inventé, il s'est trouvé ou des théoriciens ou, plus récemment, des sites internet pour tenter de déterminer les traits de caractère spécifiques que tout bon entrepreneur doit posséder s'il veut réussir. Ces tentatives de déterminer des traits « de caractère » propres aux individus qui entreprennent, se contredisent parfois. Déjà,



LES AUTO-ENTREPRENEURS

670 000

déclarent
un chiffre d'affaires
positif fin 2016

En 2013,
parmi
les auto-
entrepreneurs
déclarant
un revenu,
celui-ci
était en
moyenne :

1 072 000

micro-entrepreneurs
enregistrés (2014)

440€

Source :
Enquête annuelle
Asso Stat n° 252

pour Max Weber, l'entrepreneur est sérieux et austère, quand, pour Joseph Schumpeter, il doit prendre des risques et faire preuve d'une grande créativité dans l'innovation. Selon une littérature très répandue, l'entrepreneur est présenté comme un individu doté de compétences hors du commun. Son portrait psychologique participe souvent du mythe social, l'entrepreneur est un homme qui s'est fait tout seul, c'est un *selfmade man*. La réalité

N. Baco, styliste et créatrice de mode, dans son atelier-show room à Paris

© Vincent Fournier/
Jeune Afrique/REA

est souvent différente et, comme le rappelle Michel Offerlé dans son ouvrage, *Patrons en France*, de 2017 : « Une entreprise est toujours une entreprise collective. » Certains ont conscience de cette dimension collective de leur aventure. Ainsi, Olivier Baussan (voir encadré) confiait : « Dans les premières années de L'Occitane, il y a eu un incendie des premiers locaux. Tout a brûlé. Moi, je me suis dit : c'est fini, tout s'arrête. Ce sont les salariés qui étaient là qui m'ont poussé et m'ont dit : On continue. On était en hiver, ils sont venus travailler dans des préfabriqués en Damart. Sans eux, L'Occitane n'existerait plus. »

La France, pays de salariés?

Un lieu commun souvent rebattu par les gouvernants fait de la France un pays peu propice à l'entrepreneuriat, une terre aride pour la création d'entreprise, où les individus s'accrocheraient à leur statut de salariés. Beaucoup se proposent pourtant d'inverser la tendance et de faire du pays une « *start-up nation* ». Mais qu'en est-il vraiment ? La France possède-t-elle moins l'« esprit d'entreprise » que ses voisins ?

Une étude de France Stratégie de 2012, publiée sous le titre *L'entrepreneuriat en France – Volet 1 : Mythes et réalités en comparaison internationale*, montre que les visions positives des Français à l'égard des entrepreneurs n'ont rien à envier à des nations pourtant considérées comme très imprégnées de l'« esprit d'entreprise ». Cela étant, les mauvaises opinions à l'égard des entrepreneurs singularisent tout de même la France. L'image de l'entrepreneur y est plus ambivalente qu'elle ne l'est à l'étranger. Les Français sont les plus nombreux à répondre que « les entrepreneurs ne pensent qu'à leur portefeuille » ou encore que « les entrepreneurs exploitent le travail des autres. »

Dominique Méda, sociologue, et Lucie Davoine, économiste, soulignent que l'investissement affectif dans le travail est plus important en France que chez ses voisins européens (« Quelle place le travail occupe-t-il dans la vie des Français par rapport aux Européens ? », *Informations sociales*, 2009). Or, les conditions dans lesquelles il s'effectue sont également jugées plus durement. Les Français survalorisent par rapport à d'autres pays la liberté et l'autonomie qu'ils associent au travail indépendant et à la création de sa propre entreprise. Beaucoup de Français considèrent donc la création d'entreprise de manière positive et déclarent pour eux-mêmes un désir d'entreprendre. Néanmoins, la France se démarque par le fossé qui existe entre le désir d'entreprendre, la réalité de l'entrepreneuriat et la pérennité des entreprises créées. La peur de l'échec est plus prégnante en France que dans les autres pays du panel, et pour cause : l'échec y est aussi plus récurrent. Ce frein à l'entrepreneuriat en France explique au moins en partie la mauvaise image dont elle pâtit en matière d'entreprise. #