



Entreprises indépendantes et entreprises à fort potentiel de croissance : peut-on les distinguer dès la phase de création ?

Mathias ROSSI

Institut entrepreneuriat et PME
Haute école de gestion de Fribourg
HESSO//Haute école spécialisée de Suisse occidentale

Andreas BRÜLHART

Institut entrepreneuriat et PME
Haute école de gestion de Fribourg
HESSO//Haute école spécialisée de Suisse occidentale

Entreprises indépendantes et entreprises à fort potentiel de croissance : peut-on les distinguer dès la phase de création ?

Mathias Rossi

Institut entrepreneuriat et PME
Haute école de gestion de Fribourg
HESSO//Haute école spécialisée de Suisse occidentale
Ch. du Musée 4
1700 Fribourg
Suisse
0041 26 429 63 96 ; mathias.rossi@hefr.ch

Andreas Brühlhart

Institut entrepreneuriat et PME
Haute école de gestion de Fribourg
HESSO//Haute école spécialisée de Suisse occidentale

Résumé

Le développement et la création d'un tissu économique composé majoritairement de petites et moyennes entreprises est vu comme un moyen de dynamiser l'économie et de maintenir ou de créer des emplois, et est par là une des priorités des gouvernements de la plupart des pays. Or, l'expérience nous fait bien pressentir que toutes les PME ne sont pas génératrices d'emploi, de croissance et de valeur ajoutée, loin de là. Plus précisément, les enquêtes GEM¹ (Bosma, 2010) mettent clairement en évidence qu'un petit nombre d'entreprises contribue de manière disproportionnée à la création d'emplois. Si 70% des entreprises nouvellement créées génèrent de l'emploi, seules 14% prévoient de créer 20 emplois ou plus.

A partir de l'exploitation secondaire des données de l'enquête GEM pour la Suisse à notre disposition, nous allons chercher à distinguer les entreprises à fort potentiel de croissance des entreprises dont la croissance n'est pas un objectif aussi fortement affirmé.

Les résultats sont probants. Il existe bien des différences claires entre les « entrepreneurs développeurs », qui envisagent une forte croissance qui se traduit par des créations d'emploi, et les « entrepreneurs indépendants ». Il doit donc être possible de distinguer, dès le départ, à partir d'un ensemble de caractéristiques liées à la personnalité de l'entrepreneur et à son entourage, quelles sont les entreprises susceptibles de créer de l'emploi, et quelles sont celles qui n'en créeront probablement pas. Ces informations devraient pouvoir être utiles aux organismes d'encouragement à la création d'entreprise, par exemple.

Mots clés : L'entrepreneur (théories, caractéristiques, typologies, etc.), croissance, concentration, GEM

¹ Le projet GEM est un projet de recherche qui mesure annuellement l'activité entrepreneuriale dans un grand nombre de pays. La Haute école de gestion de Fribourg est responsable de la mise en œuvre du projet GEM en Suisse.

Entreprises indépendantes et entreprises à fort potentiel de croissance : peut-on les distinguer dès la phase de création ?

Résumé

Le développement et la création d'un tissu économique composé majoritairement de petites et moyennes entreprises est vu comme un moyen de dynamiser l'économie et de maintenir ou de créer des emplois, et est par là une des priorités des gouvernements de la plupart des pays. Or, l'expérience nous fait bien pressentir que toutes les PME ne sont pas génératrices d'emploi, de croissance et de valeur ajoutée, loin de là. Plus précisément, les enquêtes GEM² (Bosma, 2010) mettent clairement en évidence qu'un petit nombre d'entreprises contribue de manière disproportionnée à la création d'emplois. Si 70% des entreprises nouvellement créées génèrent de l'emploi, seules 14% prévoient de créer 20 emplois ou plus.

A partir de l'exploitation secondaire des données de l'enquête GEM pour la Suisse à notre disposition, nous allons chercher à distinguer les entreprises à fort potentiel de croissance des entreprises dont la croissance n'est pas un objectif aussi fortement affirmé.

Les résultats sont probants. Il existe bien des différences claires entre les « entrepreneurs développeurs », qui envisagent une forte croissance qui se traduit par des créations d'emploi, et les « entrepreneurs indépendants ». Il doit donc être possible de distinguer, dès le départ, à partir d'un ensemble de caractéristiques liées à la personnalité de l'entrepreneur et à son entourage, quelles sont les entreprises susceptibles de créer de l'emploi, et quelles sont celles qui n'en créeront probablement pas. Ces informations devraient pouvoir être utiles aux organismes d'encouragement à la création d'entreprise, par exemple.

Mots clés : L'entrepreneur (théories, caractéristiques, typologies, etc.), croissance, concentration, GEM

² Le projet GEM est un projet de recherche qui mesure annuellement l'activité entrepreneuriale dans un grand nombre de pays. La Haute école de gestion de Fribourg est responsable de la mise en œuvre du projet GEM en Suisse.

Entreprises indépendantes et entreprises à fort potentiel de croissance : peut-on les distinguer dès la phase de création ?

1. Introduction

Le développement et la création d'un tissu économique composé majoritairement de petites et moyennes entreprises est vu comme un moyen de dynamiser l'économie et de maintenir ou de créer des emplois, et par là une des priorités des gouvernements de la plupart des pays. En Suisse, cette volonté se traduit par diverses initiatives, qui ont en général en commun l'idée qu'il est essentiel de susciter et d'encourager l'esprit d'entreprendre et d'accompagner le processus de création d'entreprises auprès de toutes les catégories de la population. On voit ainsi se multiplier, en Suisse comme ailleurs, les actions pour soutenir le développement d'activités et la création d'entreprises.

Bien que ce ne soit pas l'objet de cet article, situons la place de la Suisse en ce qui concerne l'activité entrepreneuriale. Le principal indice mesuré par l'enquête GEM est le taux d'activité entrepreneuriale (TAE). La Suisse, avec un TAE de 7.7 %, se situe dans la moyenne supérieure des pays industrialisés, derrière les Emirats Arabes Unis, l'Islande et la Grèce, mais très largement devant tous ses voisins directs. Le TAE de la Suisse est par ailleurs en progression constante depuis 2005 (Baldegger, Brühlhart, et al., 2010).

L'expérience nous fait pourtant bien pressentir que toutes les PME ne sont pas génératrices d'emploi, de croissance et de valeur ajoutée, loin de là. Plus précisément, les enquêtes GEM³ (Bosma 2010) mettent clairement en évidence qu'un petit nombre d'entreprises contribue de manière disproportionnée à la création d'emplois. Si 70% des entreprises nouvellement créées génèrent de l'emploi, seules 14% prévoient de créer 20 emplois ou plus.

Dans la perspective d'un soutien des pouvoirs publics à la création d'entreprise dans un objectif de générer de l'emploi et de la valeur ajoutée, ces données doivent être prises en compte. Elles pourraient en effet déboucher sur une réflexion portant sur un soutien différencié à apporter aux start-up à haut potentiel de création d'emplois et de valeur. Dans cette perspective, il est pertinent de s'interroger sur les signes qui permettraient de prédire si une entreprise en phase de création ou nouvellement créée se range ou pas dans cette catégorie.

C'est là l'objectif de cette contribution. A partir de l'exploitation secondaire des données de l'enquête GEM pour la Suisse à notre disposition, nous allons chercher à distinguer les entreprises à fort potentiel de croissance des entreprises dont la croissance n'est pas un objectif aussi fortement affirmé. Nous examinerons pour cela les compétences de l'entrepreneur, sa personnalité, son insertion dans les réseaux, ainsi que quelques variables organisationnelles. Les résultats, s'ils sont probants, devraient permettre d'affiner le questionnement, afin de disposer d'un outil permettant de « prédire » le potentiel de

³ Le projet GEM est un projet de recherche qui mesure annuellement l'activité entrepreneuriale dans un grand nombre de pays. La Haute école de gestion de Fribourg est responsable de la mise en œuvre du projet GEM en Suisse.

développement d'une entreprise à partir du profil de l'entreprise, tel qu'il peut apparaître par exemple à partir d'un business plan, et de questions posées à l'entrepreneur.

2. Problématique

Le développement des entreprises, s'il dépend bien entendu de facteurs relevant de la conjoncture ou des conditions économiques, dépend aussi de la volonté des dirigeants à développer leur entreprise et à en infléchir l'orientation dans une direction donnée, et c'est dans cette perspective que nous nous inscrivons.

Classiquement, la théorie des stades de développement de la firme a bien montré (Chandler 1962) comment la croissance d'une entreprise était souvent ponctuée de risques, de ruptures, de décisions qui relèvent de facteurs humains, du dirigeant ou de ses partenaires dans la gestion de l'entreprise, autant que de facteurs extérieurs. Schumpeter (1942) insistait d'ailleurs sur l'importance du dirigeant et le rôle de l'entrepreneur dans la croissance de la firme. La théorie des ressources et des compétences, déjà avec Penrose (1959) a ensuite aussi mis en évidence l'importance des ressources, des compétences, et notamment des compétences personnelles dans le développement des entreprises. Si les tenants de cette approche se sont surtout, au début du moins, concentrés sur les grandes entreprises, cette démarche est sans doute d'autant plus pertinente dans une PME, ou l'importance du dirigeant dans la prise de décision, et donc dans la direction que l'entreprise prend en terme de développement, à été maintes fois soulignée. Il est évident que les comportements sont aussi fonction d'éléments externes, et que d'autre part, ils peuvent tout a fait évoluer et changer dans la durée, ainsi que l'a montré Wtterwulghe (1998). Il reste néanmoins pertinent de s'intéresser aux caractéristiques personnelles, aux objectifs que se fixe l'entrepreneur, à ses motivations, ou encore à son entourage, et ceci dès le début de la phase de création.

Afin de distinguer parmi les entreprises en projet ou en phase de création celles dont le potentiel à créer des emplois ou de la valeur ajoutée est le plus important, nous allons distinguer deux catégories d'entrepreneurs. Nous nommerons la première catégorie « entrepreneurs développeurs » : il s'agit des entrepreneurs « à fort potentiel de croissance » tels qu'ils sont désignés dans l'enquête GEM (Bosma et Levie 2010), autrement dit les entreprises qui prévoient de créer 20 emplois ou plus dans les 5 prochaines années. La deuxième catégorie, les « entrepreneurs indépendants » comprendra les entrepreneurs qui ont des ambitions moindres en matière de création d'emplois.

Développer une typologie des entrepreneurs à partir de leur ambition ou de leur perspective de développement n'est pas en soi une idée nouvelle. Cette distinction se retrouve déjà en partie chez Smith (1967) qui distingue dans sa typologie l'artisan, la personne de métier qui se lance en affaires, et l'entrepreneur d'affaires, personne à l'affut de l'opportunité, sans tenir compte du secteur. Smith ne se prononce pas explicitement sur les différences qu'il pourrait y avoir en termes de volonté de croissance entre les deux catégories d'entrepreneur qu'il distingue. Elaborer une typologie des entrepreneurs en s'interrogeant sur la croissance apparaît plus tard aux chercheurs comme une distinction pertinente à faire. C'est ainsi que Julien et Marschenay (1987, 1996) distinguent les propriétaires- dirigeants de PME « PIC » (pérennité, indépendance et croissance) des PME « CAP » (croissance forte, autonomie, peu de pérennité). Très clairement, le dirigeant « CAP » met davantage l'accent sur la croissance, alors que le second privilégie la pérennité. Dans la même veine, nous pourrions encore

mentionner Fillion (2000) qui propose de distinguer les PME « classiques » des PME « comètes ».

2.1. Compétences, connaissances et expérience de l'entrepreneur

Le premier élément qui nous paraît important pour distinguer nos deux catégories d'entrepreneurs touche aux connaissances. Après tout, cette variable se retrouve au fondement de l'acte entrepreneurial, si l'on suit le raisonnement de Hayek (1945), pour qui c'est la connaissance qui permet d'identifier une opportunité entrepreneuriale, et donc par la suite d'envisager de l'exploiter. Les connaissances nécessaires à l'identification puis à l'exploitation d'une opportunité peuvent s'acquérir par l'éducation tout comme par la familiarisation à un champ ou à un domaine économique par le biais de l'expérience, par exemple.

Plusieurs travaux ont pu montrer l'importance du niveau d'éducation sur le développement de l'entreprise, ou plus précisément sur la volonté et le type de décisions de l'entrepreneur. Smith (1967) qui distinguait, rappelons-le, l'entrepreneur artisan de l'entrepreneur opportuniste, montrait déjà que l'entrepreneur artisan avait une éducation relativement limitée. Pour lui il s'agissait le plus souvent d'un ancien ouvrier qui recherche principalement l'autonomie, et qui se retrouve d'ailleurs dans des secteurs peu innovants. Par opposition, l'entrepreneur opportuniste, qui a des objectifs de croissance plus affirmés, est mieux scolarisé. Il bénéficie en outre d'une expérience professionnelle plus complète, et se retrouve plus souvent dans des secteurs innovants. Nous chercherons donc à vérifier si effectivement l'« entrepreneur développeur » aura un niveau d'éducation plus élevé que l'« entrepreneur indépendant ».

L'expérience professionnelle antérieure joue aussi certainement un rôle dans la connaissance des mécanismes d'un champ ou d'un domaine d'activité. L'impact des connaissances et des expériences antérieures des entrepreneurs sur le processus d'identification d'opportunités, à été mis en évidence, à partir d'une revue de la littérature très complète par (Chelly, 2000). En ce qui concerne l'expérience professionnelle pertinente, l'enquête GEM permet de s'en approcher d'une certaine manière. Il est en effet demandé aux répondants s'ils ont abandonné une entreprise dans les deux années précédant l'enquête. Cet « effet d'expérience » devrait, dans notre modèle, se retrouver plus souvent chez les « développeurs » que chez les « indépendants ».

Enfin, l'entrepreneur aurait non seulement certaines compétences et connaissances, mais certainement confiance en ses capacités à les exploiter dans le cadre de son projet entrepreneurial. C'est une caractéristique que l'on retrouve déjà chez (Davids, 1963), pour qui la confiance en soi est un des traits de caractère de l'entrepreneur. La confiance en soi, en ses capacités et en son projet peut se traduire de différentes manières. A partir du questionnaire GEM, nous sélectionnerons 3 questions. Premièrement, il est demandé aux répondants s'ils estiment avoir les connaissances et compétences nécessaires pour lancer une activité. Deuxièmement, il leur est demandé de se prononcer sur les opportunités d'affaire qu'ils perçoivent dans un horizon de 6 mois. Enfin, nous vérifierons la confiance qu'ils ont en leur affaire par le montant global qu'ils amènent personnellement au démarrage de leur entreprise, l'hypothèse étant que plus la confiance en son propre projet est grande, plus la somme investie sera importante.

2.2. Traits de personnalité chez l'entrepreneur

La littérature s'est beaucoup intéressée à cerner la personnalité de l'entrepreneur, afin de déterminer ce qu'elle pouvait avoir de spécifique. Un élément qui est régulièrement mentionné est la propension au risque. La dimension du risque ou plus précisément de la plus ou moins grande acceptation de la prise de risque est en effet une distinction pertinente.

Depuis McClelland (1961), on associe la disposition au risque à l'état d'esprit entrepreneurial. Lafuent et Salas (1989) par exemple, distinguent des entrepreneurs orientés vers le risque et des entrepreneurs orientés vers la famille. Cette distinction est absolument pertinente, dans le sens où elle a une influence directe sur les décisions ou le comportement des entrepreneurs. Cette caractéristique a été assez largement débattue. Nous serions pourtant d'accord avec Gasse (1987) pour dire que la propension à prendre des risques est en quelque sorte l'essence même de l'activité entrepreneuriale. En suivant notre modèle, nous posons comme hypothèse que cette tolérance au risque est plus manifeste chez les « entrepreneurs développeurs » que chez les « entrepreneurs indépendants ».

Le deuxième élément qui a trait à la personnalité de l'entrepreneur concerne ses motivations. L'enquête GEM distingue assez classiquement les entrepreneurs qui ont la volonté de poursuivre des opportunités de leur plein gré de ceux qui entreprennent par nécessité, parce qu'il n'existe pas de meilleure alternative d'emploi (Volery, Bergmann et al. 2008). En Suisse, comme dans tous les pays industrialisés, l'entrepreneuriat est dans la grande majorité des cas un choix qui résulte de la poursuite d'opportunités sur le marché. Il ne faut donc pas s'attendre à une différence de ce point de vue.

En poursuivant sur la piste des motivations à se lancer dans l'entreprise entrepreneuriale, il est assez généralement admis depuis Davids (1963) que le besoin d'autonomie est un des éléments marquants qui décide les individus à créer leur entreprise. En affinant le raisonnement, on pourrait, en suivant Carsrud (1989), distinguer les motivations intrinsèques, ou c'est ce que fait l'entrepreneur qui le motive, des motivations extrinsèques, où la motivation est fonction du résultat d'une action. On pourrait dire dans le premier cas que c'est le comportement qui est motivant, alors que dans le second, c'est la récompense (attendue) du comportement (Perwin 2003). L'enquête GEM permet d'aller dans cette direction en proposant aux personnes répondant au questionnaire de préciser quelle est leur principale motivation, parmi un choix de trois réponses ; la volonté d'autonomie, la motivation de maintenir son revenu à son niveau actuel, (motivations intrinsèques) ou la volonté d'accroître son revenu (motivation extrinsèque).

En ce qui concerne les motivations, nous partons de l'hypothèse que, placés devant une telle alternative, les « entrepreneurs développeurs » répondront en plus grande proportion qu'ils souhaitent accroître leurs revenus. C'est en effet la réponse la plus cohérente avec une volonté d'expansion et de croissance de l'entreprise.

2.3. Insertion dans un réseau, entourage, équipe de direction

Hills et Singh (1999) ont montré que le réseau relationnel de l'entrepreneur est un des facteurs les plus importants pour identifier des opportunités d'affaire. La littérature entrepreneuriale se base d'ailleurs souvent sur les travaux de Granovetter (1973, 1983) sur le capital social pour mettre l'accent sur les avantages que ce capital social, ces relations sociales encadrées dans

des réseaux d'individus, peuvent amener à l'entrepreneur pour lui permettre de mieux mener à bien son projet entrepreneurial.

Un autre aspect mérite d'être mis en évidence. Dromby (2007) montre bien à partir de différents travaux qu'une équipe de direction structurée à une influence positive sur la croissance de l'entreprise. Si le dirigeant est entouré de personnes, et à plus forte raison de personnes qui ont des intérêts dans l'entreprise, par exemple parce qu'ils y occupent un poste à responsabilité, ces personnes exercent une forte pression pour que celle-ci croisse.

L'entourage est aussi une variable importante qui permet à l'individu de confronter des points de vue, d'acquérir des informations ou des connaissances. Ici, nous distinguerons l'entourage de l'entrepreneur en cherchant à vérifier s'il peut se confronter à des opinions ou à des connaissances extérieures à sa propre entreprise. Dans cette optique, nous considérerons deux éléments. Premièrement, nous vérifierons s'il connaît, dans son entourage immédiat, un entrepreneur, ou plus précisément « quelqu'un qui a lancé une entreprise dans les deux années précédant l'enquête ». Deuxièmement, nous chercherons à déterminer si le répondant a eu un rôle d'investisseur, plus précisément s'il a « dans les 3 années précédant l'enquête, mis à disposition de quelqu'un d'autre des fonds pour le lancement d'une activité. La combinaison de ces deux éléments nous donne une indication sur l'insertion, personnelle ou purement de nature financière, dans un réseau d'entrepreneurs, et donc du profit qu'on peut en tirer en matière de connaissances.

Nous nous attendons donc à voir les « entrepreneurs développeurs » mieux impliqués dans un réseau, notamment un réseau composé d'entrepreneurs, que les « entrepreneurs indépendants ».

2.4. Portrait de l'entreprise créatrice d'emploi : nouvelles technologies, volonté d'expansion, internationalisation

Smith (1967) montrait déjà dans sa typologie, nous l'avons dit, que l'entrepreneur opportuniste, par opposition à l'artisan, se retrouve plus souvent dans des secteurs innovants. De manière similaire, Janssen et Surlemont (2009), lorsqu'ils listent les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur, mettent en avant l'esprit inventif, la préférence pour de nouvelles façons d'agir et de faire les choses, donc notamment les nouvelles technologies. Cette propension à intégrer les nouvelles technologies dans l'offre de l'entreprise devrait donc se retrouver plus fréquemment chez les « entrepreneurs développeurs ».

De manière similaire, nous postulons que la volonté de créer des emplois va de pair avec une volonté de croissance. Nous savons qu'en Suisse cette volonté de croissance passe par la nécessité d'internationaliser ses activités (Baldegger, Rossi et al. 2006). Nous nous attendons donc à ce que les entrepreneurs qui déclarent vouloir créer des emplois soient plus souvent enclins à des objectifs de croissance de part de marché et d'expansion internationale.

3. Méthodologie et données

Depuis 1997, l'organisation Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁴ mène chaque année une collecte harmonisée de données et collabore avec des experts du domaine de

⁴ www.gemconsortium.org

l'entrepreneuriat. Le Global Report, contenant une comparaison de tous les pays participants, est publié au début de l'année et constitue la base des rapports nationaux publiés par la suite. Le projet de recherche GEM concentre ses intérêts sur trois grands objectifs: mesurer les différences relatives au niveau des activités entrepreneuriales entre les pays, déceler les facteurs qui influencent les activités entrepreneuriales au niveau national, et enfin identifier les conditions politiques à même de favoriser les activités entrepreneuriales. En 2009, le nombre de participants a totalisé 54 pays.

Le GEM enregistre l'activité entrepreneuriale à divers stades –de l'intention de fonder l'entreprise jusqu'à l'arrêt de l'activité entrepreneuriale, en passant par l'entreprise établie. Contrairement à la plupart des autres jeux de données sur l'entrepreneuriat, le GEM n'effectue pas ses mesures au niveau de l'entreprise, mais à celui de l'individu. L'activité entrepreneuriale y est subdivisée en diverses phases. Ainsi par exemple, le paiement des salaires à une personne, y compris le propriétaire sur une période de plus de trois mois, est interprété comme une création d'entreprise. Les personnes qui préparent activement des ressources en vue d'une création, mais qui n'ont pas encore procédé à la création, sont appelées «Entrepreneurs émergents» (nascent entrepreneurs). Les individus qui possèdent et gèrent une entreprise, mais qui n'ont pas encore payé de salaires pendant plus de 42 mois, sont appelés «Entrepreneurs nouveaux» (new business owner-managers). Les 42 mois correspondent à une durée issue de conclusions théoriques et pratiques sur la phase de démarrage des entreprises (voir à ce sujet Reynolds, Bosma, Autio et al., 2005). Le taux total d'activité entrepreneuriale (TAE) est obtenu en additionnant les entreprises émergentes et nouvelles. C'est cet indicateur que nous avons utilisé pour notre recherche.

Le GEM s'intéresse aussi aux personnes qui ont versé des salaires pendant plus de 42 mois, les entrepreneurs établis. Cette dernière catégorie n'est pas incluse dans nos données.

Notre analyse se base ainsi sur un échantillon représentatif de la population adulte en Suisse (stratification par âge, genre et région), les données collectées par le projet GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Suisse des années 2007 et 2009. La récolte des données⁵ se fait par des interviews téléphoniques durant les printemps 2007 et 2009 en utilisant un questionnaire standardisé et traduit de l'anglais en français et en allemand. 4172 interviews ont été conduits, environ 2000 pour chacune des années.

Notre communication se base sur les données touchant les entrepreneurs émergents et nouveaux, selon la terminologie GEM. Notre échantillon compte alors 256 entrepreneurs. Parmi ceux-ci, 24 avec un fort potentiel de croissance, que nous appelons « entrepreneurs développeurs » et 232 que nous appellerons « entrepreneurs indépendants ».

En ce qui concerne les variables dépendantes, qui apparaissent dans les tableaux 1 à 4, nous avons repris les variables créées par l'enquête GEM, au besoin en les dichotomisant. Il en est ainsi par exemple de la variable « internationalisation ». Lorsque, dans le questionnaire GEM, il est demandé aux répondants « quel est le pourcentage de votre clientèle qui sera localisé à l'étranger », les répondants ont le choix entre « 10% ou moins », « entre 10 et

⁵ Pour plus d'informations quant à la méthodologie du GEM, on consultera Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., et al. (2005). "Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation, 1998-2003." *Small Business Economics* **24**(205-231).

25% », entre « 25 et 50% », entre « 50 et 75% », entre « 75 et 90% », ou encore « plus de 90% ». Nous basant sur les résultats de Baldegger et Rossi (2006), nous avons considéré que cette subdivision était superflue et que, vu les conditions des entreprises en Suisse, au-delà de 25%, une entreprise manifestait une ambition d'internationalisation.

Les « entrepreneurs développeurs » sont ceux qui ont l'ambition de créer des entreprises à forte croissance en termes d'emplois. On connaît ces entreprises sous le nom de « gazelles ». Dans le cadre de l'enquête GEM, les répondants ont été interrogés sur le nombre d'employés qu'ils désiraient engager durant les 5 prochaines années. Nous avons considéré avec le GEM que ceux qui envisageaient de créer 20 emplois ou plus font partie des « entrepreneurs développeurs ».

En 2009, la Suisse a participé pour la cinquième fois au projet GEM. La direction du projet GEM pour la Suisse est assumée par l'Institut Entrepreneuriat & PME de la Haute école de gestion de Fribourg (www.gem-suisse.ch), ce qui nous assure un accès exclusif aux données de l'enquête. Dorénavant, l'enquête suisse se fera sur une base annuelle.

4. Résultats

4.1. Connaissances, compétences et expérience de l'entrepreneur

Nous avons émis l'hypothèse que les « entrepreneurs développeurs » ont un niveau d'éducation plus élevé que les « entrepreneurs indépendants ». Les données à notre disposition ne permettent pas de se prononcer nettement. Nous ne constatons en effet pas de différence significative entre les deux groupes, ou un niveau d'éducation élevé prédomine. La raison en est probablement due au fait qu'en Suisse, le niveau d'éducation est globalement élevé, et cette tendance se reflète probablement dans l'échantillon à notre disposition. Le peu de différenciation s'explique probablement aussi par les contraintes du questionnaire de l'enquête GEM, qui impose une catégorisation assez grossière, et qui ne tient pas bien compte du système dual (en école et en entreprise) relativement spécifique au système d'éducation suisse. Pour la prochaine édition du GEM, il est d'ailleurs prévu de retravailler les questions relatives au niveau d'éducation et d'affiner les catégories.

La question relative à l'expérience antérieure est plus probante. En gardant cependant à l'esprit que la faiblesse de l'échantillon ne nous autorise que la plus grande prudence, nous voyons clairement que les « entrepreneurs développeurs » ont, plus que les « entrepreneurs indépendants », déjà eu une expérience entrepreneuriale préalable, qu'ils ont du interrompre dans les 12 mois précédant l'enquête. L'échantillon ici est cependant relativement faible pour les deux catégories.

Enfin, les compétences en soi ne suffisent pas, certains auteurs ont mis en avant la confiance en soi, cette capacité à exploiter les compétences et les ressources à disposition. Lorsqu'on leur demande s'ils estiment avoir les connaissances et les compétences requises pour démarrer une activité, autant les « entrepreneurs développeurs » que les « entrepreneurs indépendants » répondent largement par l'affirmative infirmant ainsi notre hypothèse d'une différence entre les deux groupes.

Par contre, s'il est réaliste, comme nous le supposons, de considérer l'argent investi par l'entrepreneur comme signe de confiance en son entreprise et son offre, alors il y a là une

différence entre nos deux catégories. Les « entrepreneurs développeurs » investissent en moyenne deux fois plus pour démarrer leur entreprise que les « entrepreneurs indépendants ».

Enfin, les « entrepreneurs développeurs » se montrent également un peu plus optimistes que les « entrepreneurs indépendants » lorsqu'il s'agit de se prononcer sur les opportunités qu'ils perçoivent dans les six prochains mois.

Tableau 1 : « connaissances, compétences et expériences de l'entrepreneur »

	« Entrepreneurs développeurs »	« Entrepreneurs indépendants »
A abandonné une entreprise dans les derniers 12 mois	8%	5%
J'ai les compétences et les connaissances nécessaires pour démarrer une affaire	86%	86%
Somme investie par l'entrepreneur au démarrage de son entreprise (moyenne)	136'635 CHF	78'656 CHF
Je vois de bonnes opportunités pour démarrer une entreprise dans les 6 prochains mois	75%	58%

4.2. Personnalité de l'entrepreneur

Suivant en cela de nombreux auteurs, nous avons présenté la propension à prendre des risques comme étant une caractéristique clé de la personnalité de l'entrepreneur, voire même peut-être ce qui le distingue des personnes n'ayant pas d'aspirations entrepreneuriales. Suivant notre raisonnement, nous nous attendions alors à une différence entre nos deux catégories d'entrepreneurs, les « développeurs » manifestant une plus grande propension à la prise de risque que les « indépendants ». Effectivement, à la question « la crainte de l'échec vous empêcherait-elle de lancer votre entreprise, les « entrepreneurs développeurs » répondent moins souvent par l'affirmative que les « entrepreneurs indépendants ».

La motivation à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale fait aussi partie de la personnalité de l'entrepreneur. L'enquête GEM demande en effet classiquement à ses répondants, d'une part s'ils se sont lancés par « nécessité » ou par « choix », et ensuite quelle était leur motivation profonde : l'indépendance, maintenir un revenu existant, ou accroître son revenu.

Sans surprise, la première question ne révèle pas de différences fondamentales entre nos deux catégories. Tous répondent avoir choisi la voie de l'entrepreneuriat par « choix », comme c'est généralement le cas dans les pays développés.

Les réponses à la deuxième question sont plus difficiles à interpréter. La grande majorité des répondants se sont lancés en premier lieu par désir d'indépendance. Contrairement à nos prévisions, les « entrepreneurs développeurs » répondent bien plus souvent par l'affirmative à cette question que les « entrepreneurs indépendants ». Les réponses ayant trait au revenu vont encore une fois à l'encontre de ce que nous supposons. Si effectivement, comme nous le pensions, les indépendants sont plus nombreux à déclarer vouloir maintenir leur revenu (11% contre aucun « développeur »), ils sont aussi un peu plus nombreux à déclarer vouloir accroître leur revenu. Ce paradoxe s'explique peut-être par le faible nombre de répondants. Nous retiendrons que les entrepreneurs, en Suisse, mais c'est sans doute le cas dans bien des pays similaires, sont bien plus animés par l'indépendance que par des motifs pécuniaires, ceci s'expliquant par le relatif « confort » de la situation de salarié, ce que confirme le revenu

moyen des entrepreneurs ayant répondu à l'enquête, qui se situe plutôt dans la partie supérieure de la moyenne.

Tableau 2 : « personnalité et motivations de l'entrepreneur »

	« Entrepreneurs développeurs »	« Entrepreneurs indépendants »
La crainte d'un échec m'empêcherait de lancer une entreprise	14%	22%
Ma principale motivation est l'indépendance	90%	70%
Ma principale motivation est de maintenir mon revenu	0%	11%
Ma principale motivation est d'accroître mon revenu	5%	9%

4.3. Réseau, entourage

L'insertion dans un réseau, le fait de connaître quelqu'un qui œuvre dans le même champ d'activité ou qui a le même type de préoccupations, et sans aucun doute une ressource précieuse pour la réussite de son entreprise. Un entrepreneur qui souhaite développer son entreprise devrait donc avoir un réseau plus étendu que l'« entrepreneur indépendant ». Le questionnaire du GEM permet, en mobilisant la question « connaissez-vous un entrepreneur dans votre entourage ? », de se faire une première idée de l'étendue du réseau de l'entrepreneur. Conformément à nos prévisions, les « entrepreneurs développeurs » sont plus nombreux à côtoyer un autre entrepreneur, une personne qui a lancé son affaire dans les deux dernières années, que les « entrepreneurs indépendants », ce que nous interprétons comme l'indice d'un réseau plus étendu.

Nous pourrions cependant solliciter un autre élément de nos données, qui pourrait laisser penser que les « développeurs » disposent d'un réseau plus étendu que les « indépendants ». Les « développeurs » sont en effet notablement plus nombreux à avoir investi dans une autre affaire en tant que « business angel » que les « indépendants ». Nous pouvons interpréter cette différence comme le signe d'une meilleure intégration dans un milieu ou un champ économique.

Nous avons aussi émis l'hypothèse que l'« entrepreneur développeur », de par cette volonté de croître et de développer son affaire, sait s'entourer de personnes aux compétences complémentaires. L'« entrepreneur indépendant », lui, serait plus dans une logique où il s'investirait seul, ou en tout cas avec une équipe bien plus restreinte. Ici aussi, les données disponibles confirment cette interprétation : les équipes des « entrepreneurs développeurs » comportent plus de monde que celles des « entrepreneurs indépendants ».

Tableau 3 : «Réseau et entourage de l'entrepreneur »

	« Entrepreneurs développeurs »	« Entrepreneurs indépendants »
Je connais une personne qui a démarré une entreprise dans les deux dernières années	86%	60%
J'ai investi de l'argent dans une entreprise (rôle de business angel)	25%	10%
Taille moyenne de l'équipe	3 personnes	2 personnes

4.4. Entrepreneurs et nouvelles technologies, volonté de croissance et internationalisation

Suivant en cela plusieurs auteurs, nous avons émis l'hypothèse que les entrepreneurs ayant une volonté de croissance intégreraient plus les nouvelles technologies dans l'offre qu'ils destinent à leurs clients. Les « indépendants », eux, privilégieraient des produits ou des services plus éprouvés. Ici, la tendance est très nette : les « développeurs » mentionnent trois fois plus souvent utiliser des technologies nouvelles dans leur offre de produits et de services. Le lien entre création d'emploi, volonté de croissance et désir d'internationalisation se confirme également. Les entrepreneurs qui manifestent une volonté de créer des emplois sont aussi ceux qui pensent à accroître d'une manière substantielle leur part de marché, et qui ont le projet d'internationaliser d'une manière ou d'une autre leurs activités.

Tableau 4 : « Nouvelles technologies, croissance, internationalisation »

	« Entrepreneurs développeurs »	« Entrepreneurs indépendants »
Utilisation de nouvelles technologies dans l'offre de l'entreprise	54%	26%
A comme ambition d'accroître ses parts de marché	58%	37%
A comme ambition une internationalisation de ses activités	41%	20%

4.5. Portrait de l'« entrepreneur développeur »

Enfin, à partir des données qui sont à notre disposition, nous pouvons tenter de dresser un petit portrait de l'entrepreneur développeur, celui qui envisage de créer des emplois dans le cadre de son activité entrepreneuriale.

C'est majoritairement un homme, dans 4 cas sur 5, alors que si on examine la population des entrepreneurs, toutes les personnes qui ont une activité entrepreneuriale quelle qu'elle soit la différence est moins grande, environ 3 hommes pour 2 femmes. Les raisons à cette plus forte prépondérance masculine dans la catégorie des « entrepreneurs développeurs » pourraient s'expliquer par l'importance du réseau ou du capital investi pour lancer une entreprise de ce type. Les femmes de cette population ayant moins eu l'occasion de faire carrière (Rossi 2009), n'ont probablement pas pu développer ces ressources. Si cette hypothèse est exacte, nous pourrions voir augmenter la proportion de femmes parmi les « entrepreneurs développeurs » au cours des prochaines années. Ce fait est confirmé par la moyenne d'âge de nos « entrepreneurs développeurs ». Elle est de 47 ans, plus élevée que la moyenne d'âge des « entrepreneurs indépendants » (42 ans). Comme nous l'avons mentionné, l'« entrepreneur développeur » a plutôt un bon niveau d'éducation, sans qu'il se distingue vraiment en cela des « entrepreneurs indépendants ».

L'entreprise à fort potentiel en matière de création d'emploi est aussi celle qui requiert un capital de départ important. Presque deux fois plus élevé, selon nos données, que le capital requis pour un « entrepreneur indépendant ». Pourtant, bien qu'il investisse plus dans son entreprise, le revenu du ménage de l'« entrepreneur développeur » ne semble pas être plus élevé que l'« entrepreneur indépendant », au contraire.

5. Conclusions et discussion

Dans cette contribution, nous avons cherché à contraster deux personnalités d'entrepreneurs. Les « entrepreneurs développeurs », qui manifestent dès le départ une ferme volonté de développer leur entreprise par le biais de la création d'emplois, par opposition aux « entrepreneurs indépendants », plus proches du modèle de l'artisan, et qui cherchent peut-être plus une forme de réalisation personnelle.

Les conclusions que nous pouvons en tirer sont probantes. Il y a bien, dans notre échantillon, deux populations distinctes d'entrepreneurs. Ces entrepreneurs se différencient par leur personnalité, par la manière dont ils organisent leur entreprise (équipe, finances, ...), par leur implication dans un réseau.

Bien sûr, plusieurs des conclusions que nous avons pu faire sont sujettes à discussion, c'est souvent le cas lors d'une analyse secondaire des données, ou le questionnaire initial n'a pas été conçu spécifiquement pour la problématique pour laquelle il est sollicité. Il faudra aussi évidemment s'assurer du lien entre le discours sur la volonté de développer son affaire et l'épreuve de la réalité.

Notre objectif était de réfléchir à un moyen de mieux différencier au départ les entrepreneurs susceptibles de générer de la croissance et des emplois, afin peut-être de cibler les aides et les soutiens des différents organismes qui cherchent à susciter ou à encourager l'esprit et la création d'entreprise. De ce point de vue, nous aimerions mettre en évidence trois conclusions que nous pouvons tirer de cette recherche.

Premièrement, les entreprises destinées à croître sont très clairement des entreprises « high tech ». Si l'on en croit les discours de leurs dirigeants, ce sont ces entreprises, plus que d'autres, qui généreront emplois et valeur ajoutée. Si ce sont là les objectifs des organismes de soutien à l'entrepreneuriat, alors il est judicieux de soutenir en priorité ces entreprises. En Suisse, comme certainement d'ailleurs dans bien des pays développés, c'est d'ailleurs le cas.

Le deuxième élément à mettre en évidence tient à l'expérience antérieure. Rappelons que les « entrepreneurs développeurs » sont bien plus nombreux à avoir essuyé un échec dans leur carrière entrepreneuriale que les autres. Un échec antérieur ne devrait donc pas pénaliser l'entrepreneur qui sollicite un soutien pour lancer une nouvelle entreprise, au contraire, serions-nous tentés de dire. Nous ne savons en fait pas dans quelle mesure un tel événement est discriminatoire dans un dossier.

Enfin, le dernier élément est inspiré de la réflexion sur l'importance du réseau et la taille de l'équipe dirigeante, qui différencie les « développeurs » des « indépendants ». Il serait sans doute intéressant de se pencher sur l'identification collective des opportunités, et l'importance de ce que certains appellent l'entrepreneuriat collectif. Ces dernières variables devraient en tout cas être prises en compte lors de l'examen d'un projet entrepreneurial.

6. Bibliographie

- Baldegger, R., M. Rossi, et al. (2006). *Le comportement d'internationalisation des PME suisses : Born global et internationalisation progressive*. 8e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Fribourg.
- Baldegger, R., A. Brülhart, et al. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor. L'entrepreneuriat en comparaison internationale*. Rapport national suisse 2009, HEG Fribourg.
- Bosma, N. et J. Levie (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*, GEM.
- Carsrud, A. L., Dodd, B.G., Helmreich, R.L., & Spence, J.T (1989). Predicting entrepreneurial success, effects of multidimensional achievement motivation, levels of ownership, and cooperative relationship. *Entrepreneurship and Regional Development* 1: 237-244.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: chapters in the history of the industrial enterprise*. Cambridge,, M.I.T. Press.
- Chelly, Amine (2000). *Le rôle des connaissances et expériences des entrepreneurs dans l'identification d'opportunités entrepreneuriales*, Lille,actes du CIFEPME
- Dauids, L. E. (1963). *Characteristics of Small Business Founders in Texas and Georgia*. Athens, GA: Bureau of Business Research.
- Dromby Frédéric (2007), *Les déterminants de la volonté de croissance chez les dirigeants français de PME*, Montréal, actes de l'AIMS
- Fillion, L.-J. (2000). *Six types de propriétaires dirigeants de PME*. Montréal, HEC.
- Gasse, Y. *L'entrepreneur, son profil et son développement*". *Gestion* 2000, 5, 1987
- Granovetter, M. (1983). The Strength of Weak Ties - A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*, 78(1), 201-233.
- Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *Amercian Economic Review* 35:(4): 519-530.
- Hills, G., Lumpkin, G. T., & Singh, P. R. (1997). Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviours of Entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 203-218.
- Jannsen, Frank et Surlemont, Bernard (2009) *L'entrepreneur : ses caractéristiques et ses motivations* », in Franck Janssen (dir) *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*, De Boeck, Bruxelles
- Julien, P.-A., & Marchesnay, M. (1987). *La petite entreprise*. Paris: Vuibert.
- Julien, P.-A., & Marchesnay, M. (1996). *L'entrepreneuriat*. Paris: Economica.
- Lafuente, A., & Salas, V. (1989). Types of Entrepreneurs and Firms: The Case of New Spanish Firms. *Strategic Management Journal*, 10, 17-30.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ.: Princeton University Press.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York,, Wiley.
- Perwin, L. (2003). *The Science of Personality*. Oxford, Oxford University Press.
- Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., et al. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation, 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(205-231).
- Rossi, M. (2009). *L'entrepreneur senior : caractéristiques, perception de l'entrepreneuriat et motivation entrepreneuriale chez les plus de 55 ans en Suisse*. *Entreprendre et innover dans une économie durable de la connaissance*. Sophia Antipolis, France, Académie de l'entrepreneuriat.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Brothers.

- Singh, R. P., Hills, G. E., Hybels, R. C., & Lumpkin, G. T. (1999). Opportunity Recognition through Social Network Characteristics of Entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Smith, N. R. (1967). *The Entrepreneur and His Firm: The Relationship between Type of Man and Type of Company*: Michigan State University Press.
- Thibodeau, J. (1994). Les facteurs de succès à l'exportation chez les PME manufacturières du Québec : une étude de cas multiples. Essai de maîtrise. FSA, Université Laval, Québec.
- Stanworth, J. (1976). Growth and the Small Firm: an alternative View. *Journal of Management Studies*, 13(2), 94-110.
- Volery, T., Bergmann, H., Gruber, M., Haour, G., & Leleux, B. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. Bericht 2007 zum Unternehmertum in der Schweiz und weltweit*. St.Gallen: Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG), Universität St.Gallen
- Wtterwulghe, R. (1998). *La PME, une entreprise humaine*. Bruxelles, De Boeck, 1998