

#7 / ÉTÉ 2018

LETTRE D'INFORMATION
SUR L'ENTREPRENEURIAT

LELAB' BGE



ÉTUDE
CÉREQ-BGE

LES TPE SEGMENTER POUR COMPRENDRE ET AGIR



JEAN-LUC VERGNE
PRÉSIDENT DE BGE

Mieux conseiller les entrepreneurs, c'est avant tout mieux les connaître.

Partant de ce principe, BGE en partenariat avec le Céreq a enquêté sur son public : les dirigeants de TPE. Inédite par sa méthode qui conjugue l'expérience d'un acteur majeur de l'appui à l'entrepreneuriat à l'expertise scientifique d'un centre d'études des politiques de formation et de l'emploi, cette exploration statistique livre plusieurs enseignements. Car au-delà de mesurer l'action positive de BGE, elle offre un large éclairage sur les ressorts du parcours entrepreneurial.

D'après cette enquête, aucune variable sociologique ne saurait expliquer à elle seule la réussite entrepreneuriale.

Nous réaffirmons qu'il n'y a pas de déterminisme social à la création d'entreprise. Quel que soit l'âge, le diplôme ou l'origine sociale des entrepreneurs, tous peuvent réussir leur projet entrepreneurial à condition de maîtriser les compétences nécessaires et d'assumer le quotidien d'un chef d'entreprise.

C'est en s'intéressant aux éléments déclencheurs du passage à l'acte entrepreneurial, que se situe une des valeurs ajoutées de cette enquête. 3 profils-types en ressortent. Tous avec leurs enjeux et objectifs propres.

Dès lors, il s'agit de mieux adapter les ressources existantes selon les différents profils pour que tous puissent s'en saisir. Ainsi nous créerons de la valeur à la hauteur des enjeux de chacun et nous pourrons accompagner positivement les trajectoires de chaque entrepreneur.

Parce que nous sommes persuadés qu'il reste d'autres enseignements à tirer de ce partenariat «Open Data» avec le Céreq, nous espérons continuer à traiter les milliers de données issues de ces 40 années d'expérience au service de l'entrepreneuriat et de la réussite collective.

LES TPE : ANALYSER ET SEGMENTER POUR MIEUX AGIR

Derrière le terme générique de TPE se cachent de nombreuses et diverses réalités. BGE et le CÉREQ ont mené une étude pour donner à voir ces réalités et mieux comprendre les différents ressorts et trajectoires de ces dirigeants d'entreprises.

CÉREQ

Un expert de l'enquête et de l'évaluation, un organisme indépendant pour garantir FIABILITÉ et EXPERTISE.

+

BGE

Un expert de l'entrepreneuriat et une base de données centralisée unique, transférée sans aucun filtre ou tri préalable pour ne pas biaiser l'enquête

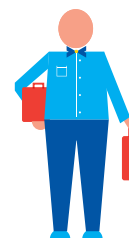
DONNÉES CLÉS

Enquête monomode par **internet**
Enquête administrée d'une durée moyenne de **20 minutes**

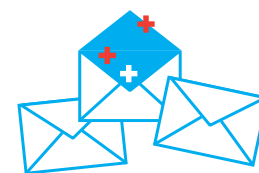


Après de **56 741** entrepreneurs (48 000 environ ayant un mail, 40 000 ayant un mail valide distribué)

Porteurs de projets passés par BGE qui ont créé ou repris une entreprise entre 2013 et 2016



6 030 répondants (**5 932** après apurements) pondérés pour représenter les **56 741** entrepreneurs sollicités



ENSEIGNEMENTS CLÉS

REGARD BGE

Cette étude apporte, a minima, deux éléments nouveaux et qui nous semblent majeurs dans l'analyse des petites entreprises :

- « population type » : les variables de parcours de création n'ont pas permis de déterminer de « population type » de créateurs. C'est en revanche sur leur motivation à entreprendre et leurs situations précédentes au regard de l'emploi que se distinguent différents types (ou groupes) de créateurs. (voir page 4)
- contexte et trajectoire (des personnes et des entreprises) : au-delà du contexte (sur lequel il nous est difficile d'agir), cette étude nous donne des éléments pour repérer des profils et mieux accompagner les trajectoires : segmentation, motivations, capacité, accès à la ressource, besoins en formation et en accompagnement...

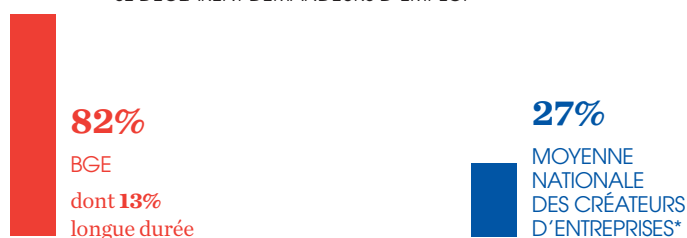
LES RÉPONDANTS

ÉLÉMENTS NOTABLES DE CONTEXTE

Les publics BGE ont des caractéristiques fortes que l'on retrouve dans le profil des répondants à cette enquête. Ces caractéristiques font écho à la volonté portée depuis 40 ans par BGE de démocratiser l'acte d'entreprendre tout en sécurisant les parcours professionnels.

SITUATION SOCIALE

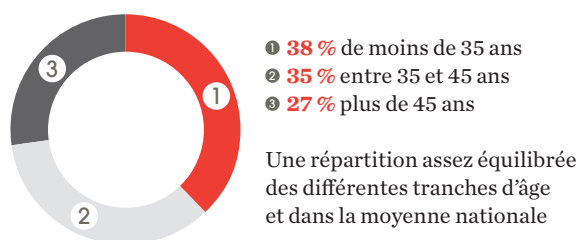
JUSTE AVANT LA CRÉATION, LES ENTREPRENEURS RÉPONDANT SE DÉCLARENT DEMANDEURS D'EMPLOI



NB : les bases d'enquêtes n'étant pas strictement semblables, ces deux données ne peuvent être directement comparées ; les écarts montrent cependant des caractéristiques de la population BGE.

*Source : cohorte 2014, étude SINE, base hors régime des auto-entrepreneurs, insee première n°1600

ÂGE



GENRE

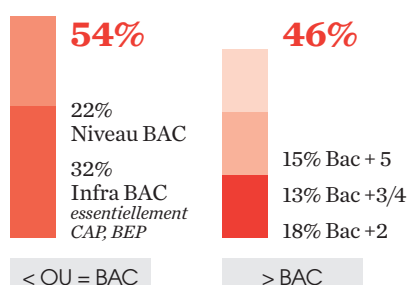
LES ENTREPRENEURS RÉPONDANT SONT DES FEMMES À :



NB : les bases d'enquêtes n'étant pas strictement semblables, ces deux données ne peuvent être directement comparées ; les écarts montrent cependant des caractéristiques de la population BGE.

Source : cohorte 2014, étude SINE, base hors régime des auto-entrepreneurs, insee première n°1600

FORMATION



ÉLÉMENTS CARACTÉRISANT LES TRAJECTOIRES

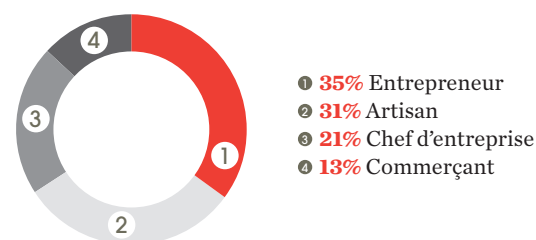
Afin de mieux cerner ces publics, l'enquête s'est attachée à poser des questions liées aux facteurs déclencheurs, aux représentations, afin de comprendre la motivation à agir.

DÉCLENCHEURS ET MOTIVATIONS À ENTREPRENDRE

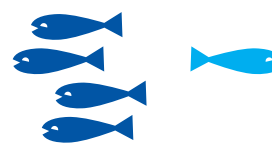
	ÉLÉMENTS QUI ONT PESÉ DANS VOTRE DÉCISION (en % multi réponse)	PROPOSITION LA PLUS IMPORTANTE (en % choix unique)
Parce que vous souhaitez être indépendant et autonome dans vos décisions	92	37
Pour exercer un métier qui vous plaît	95	36
Parce que vous aviez une idée de service ou de produit	79	9
Pour augmenter vos revenus	49	3
À cause de la perte effective de votre emploi	41	11
Parce qu'une opportunité s'est présentée (reentrée d'argent, reprise d'entreprise, etc.)	31	5

REPRÉSENTATIONS

SI VOUS AVIEZ À VOUS DÉFINIR VOUS-MÊME, VOUS DIRIEZ QUE VOUS ÊTES PLUTÔT :



ENTOURAGE



40 % des répondants n'ont pas un entrepreneur dans leur entourage (cette donnée varie très peu selon les variables sociologiques)

À NOTER

Une enquête CCI (février 2018) montrait que 18% des chefs d'entreprise interrogés n'avaient pas d'entrepreneur dans leur entourage. Cet écart illustre une des caractéristiques des publics reçus par BGE.



Ces questions ont été posées, car nous avons l'intuition que les déclencheurs à entreprendre et les représentations dans la fonction de chef d'entreprise impactaient les profils d'entrepreneurs et leurs stratégies de développement. **À découvrir avec les typologies page suivante et la famille des «créateurs d'emplois».**

3 FAMILLES

Les créateurs de leur propre emploi

Plutôt peu diplômés et relativement âgés, ces créateurs sont venus à l'entrepreneuriat à la suite de l'expérience du chômage. Ayant mûri longuement leur projet, ils ont monté leur entreprise seuls avec un financement unique de niveau modeste. **Leur principal objectif est maintenant de garantir la pérennité de leur propre emploi jusqu'à la retraite.** Le chiffre d'affaires qu'ils réalisent n'étant pas en augmentation régulière dans la plupart des cas cela pourrait freiner cette perspective.

Les opportunistes

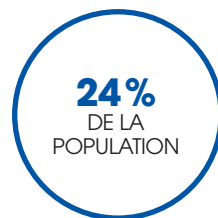
S'appuyant sur un niveau de diplôme moyennement élevé et des ressources financières assez importantes et relativement diversifiées, **ces créateurs ont saisi une opportunité pour développer une activité économique soutenue et durable.** Pour ce faire, ils ont investi dans des secteurs de main-d'œuvre qui ont nécessité le recrutement de personnels. Réussissant à faire croître le chiffre d'affaires de leur entreprise, ils perçoivent l'avenir avec optimisme.

Les porteurs de projets

Ce profil est constitué par des femmes et des hommes assez jeunes, plutôt diplômés du supérieur. **Le moteur de leur démarche dans l'entrepreneuriat est de développer un projet personnel.** Ne pouvant s'appuyer sur des ressources financières d'un niveau élevé, ils cherchent à vérifier dans la réalité le bien-fondé de leur projet en le développant progressivement et avec prudence.

PRÉSENTATION DES TYPOLOGIES ISSUES DU TRAVAIL D'ANALYSE MENÉ PAR LE CÉREQ SUR LES DONNÉES COLLECTÉES LORS DE L'ENQUÊTE...

LES CRÉATEURS DE LEUR PROPRE EMPLOI



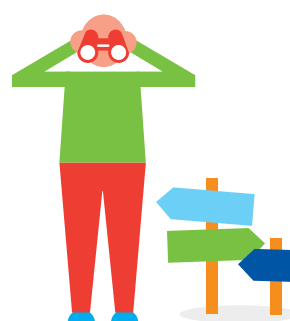
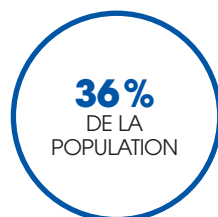
- LA MOITIÉ A PLUS DE **44 ANS**
- 58%** ONT UN DIPLÔME INFÉRIEUR AU BAC
- 9** INDIVIDUS SUR 10 ONT CRÉÉ EN SOLO
- 100%** SANS EMPLOI AU MOMENT DE L'INSCRIPTION À BGE
- 59%** D'HOMMES

Réprésentant 24% des créateurs d'entreprises, ce premier groupe est constitué de personnes venant à l'entrepreneuriat à la suite d'importantes difficultés d'emploi marquées par une alternance de séquences d'emploi de plus en plus courtes et de séquences de chômage de plus en plus longues. Ils sont plus âgés que la population globale des créateurs interrogés puisque 50% d'entre eux avaient plus de 44 ans au moment de la création et 25% plus de 50 ans, et sont dans l'ensemble peu diplômés avec un niveau de diplôme inférieur ou égal au bac dans 58% des cas. La création de leur entreprise a nécessité un fort investissement personnel en termes de temps consacré à la

préparation. Ils ont d'ailleurs plutôt bâti leur entreprise de toutes pièces sans l'aide d'associés (70% des entreprises sont individuelles) et avec des moyens assez faibles.

Ayant davantage comme modèle de référence celui de l'artisanat que celui de l'entrepreneuriat, leur priorité est de sécuriser leur entreprise afin qu'elle leur garantisse un emploi jusqu'à l'âge de la retraite. Cette perspective reste toutefois soumise au développement de leur entreprise qui est menacé par un chiffre d'affaires moins souvent en augmentation régulière que pour d'autres profils d'entrepreneurs.

LES OPPORTUNISTES



- LA MOITIÉ A PLUS DE **38 ANS**
- 94%** SANS EMPLOI AU MOMENT DU PASSAGE À BGE
- 40%** DE CRÉATION AVEC DE LA FAMILLE OU DES ASSOCIÉS
- 14%** ONT REPRIS UNE ENTREPRISE EXISTANTE
- 62%** D'HOMMES

Ce deuxième groupe de créateurs représente 36% de la population enquêtée. La démarche des « opportunistes » dans l'entrepreneuriat s'appuie sur des ressources familiales ou provenant d'associés leur conférant une certaine surface financière et l'accès à différents réseaux relationnels. A la suite d'un parcours professionnel se caractérisant par un certain nombre d'accidents (emplois courts, chômage), ils étaient à la recherche d'opportunités pour développer une activité économique. Ils ont soit repris une entreprise, soit réactivé leur propre entreprise mise un temps en sommeil. Le statut de leur entreprise est assez diversifié traduisant l'implication familiale et d'associés dans leur démarche :

41% des entreprises sont des entreprises individuelles, 22% sont des SARL et 19% sont des SA/SAS.

Plus souvent des hommes d'âge intermédiaire dont le niveau de formation est moyen, **ils se perçoivent plutôt en tant qu'entrepreneurs et chefs d'entreprises** dont l'avenir est orienté vers le développement soutenu de leur activité (commerce, restauration, etc.). Compte tenu de ces secteurs d'activité, celui-ci passe par le recrutement de personnels et l'augmentation régulière du chiffre d'affaires. L'optimisme est de mise chez ces créateurs puisqu'ils se perçoivent encore à la tête de leur entreprise dans quelques années.

**MÉTHODOLOGIE
DES TYPOLOGIES**

+ ANALYSE CÉREQ

Les trois groupes d'individus ont été différenciés par une classification ascendante hiérarchique. Cette méthode a pour objectif de répartir les individus en un certain nombre de classes calculées sur des mesures de dissimilarité entre les individus.

Ainsi les variables qui ont été utilisées ici sont les suivantes : les variables de motivation (opportunité, souhait d'autonomie, création à cause de la perte d'un emploi), le mode de création (seul, en famille, avec des associés) et la situation précédent la création de l'entreprise (emploi, non emploi).

Trois classes ont ainsi été constituées caractérisant trois types de créateurs : Les créateurs de leurs propre emploi (24%), les opportunistes (36%) et les porteurs de projets (40%).

Auteurs : Emmanuel Quenson, Florence Ryk

LES PORTEURS DE PROJETS



LA MOITIÉ A MOINS DE **36 ANS**

73% SANS EMPLOI AU MOMENT
DU PASSAGE À BGE

54% D'HOMMES,
46% DE FEMMES

Entre les deux pôles précédents de créateurs d'entreprise se situe ce troisième groupe représentant 40% des enquêtés. Moins âgés et moins concernés par les problèmes d'emploi que le premier profil, disposant de moins de ressources utiles à la saisie d'opportunités que le deuxième profil, ces créateurs sont presque autant des hommes que des femmes. **Plutôt jeunes et bien ancrés dans l'emploi,** ils viennent à la création d'entreprise pour réaliser un projet personnel qu'ils cherchent à faire mûrir. Souvent dans les secteurs du commerce ou des services à la personne, leurs

entreprises sont, pour 62% d'entre elles, sous un statut individuel, 13% en EURL, 11% sont des SA/SA, et 7% des SARL.

L'identité qu'ils s'attribuent est plurielle. Ils se perçoivent autant comme des artisans (33%) que des entrepreneurs (31%) et un peu moins comme des chefs d'entreprises (21%). Leur comportement à l'égard des recrutements de personnels est assez prudent, mais leur confiance dans le développement de leur entreprise est forte puisqu'ils sont 79% à se voir dans 10 ans chef de leur entreprise.

IMPORTANCE DES TYPOLOGIES

REGARD BGE

Les typologies sont fondamentales car elles permettent de :

- Mobiliser les outils et les offres les plus utiles au moment le plus opportun ceci en fonction des enjeux et des habiletés propres à chaque personne, à chaque projet.
- Repérer les profils de développeurs
- Sécuriser les plus fragiles

Segmenter nous permet d'accompagner au mieux les trajectoires, d'anticiper et de repérer les potentialités. BGE joue ainsi son rôle d'école de l'entrepreneuriat, avec toujours comme objectif, la création de valeur.

EN 2017



45 000

PARCOURS
D'ACCOMPAGNEMENT-
FORMATION



14 000

CRÉATIONS-REPRISES

26 000

ENTREPRENEURS MIS EN RÉSEAU
ET ACCOMPAGNÉS DANS LEUR
DÉVELOPPEMENT

**AVEC DES CONSTANTES
DEPUIS 40 ANS**



30%

TAUX DE CONCRÉTISATION DU
PROJET ENTREPRENEURIAL
QUEL QUE SOIT LA POPULATION

DIVERSITÉ

DU PROFIL DES PERSONNES :
BGE ÉCOLE DE L'ENTREPRENEURIAT,
NOTAMMENT POUR **LES PERSONNES
ÉLOIGNÉES DE LA CULTURE
ÉCONOMIQUE ET ENTREPRENEURIALE**

TAUX DE PLACEMENT

80%

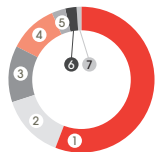
30%
EN CRÉATION
D'ENTREPRISE

50%
EN EMPLOI

*Ces données sont issues
des bases administratives de BGE*

LEUR PROFIL

STRUCTURATION À LA CRÉATION



- 1 56% EI
- 2 14% SAS
- 3 12,5% SARL
- 4 11% EURL
- 5 3% EIRL
- 6 2,5% Autres
- 7 1% Associations



- 1 84% ont créé seuls
- 2 9% avec un ou plusieurs associés
- 3 8% en famille

À NOTER

Des comportements différents pour la famille des opportunistes
62% ont créé seuls
24% avec un ou plusieurs associés
14% en famille

86% des entreprises sont toujours en activité à la date d'enquête.
96% de situations positives au regard de l'emploi.
 (à la tête de leur entreprise pour 86%, en emploi ou en formation pour 10%).
 Pour **89%** des entrepreneurs, la création d'entreprises est une bonne expérience.

86% n'ont pas de double activité.
67,5% des répondants travaillent en horaires décalés.

INTENTION DE SE DÉVELOPPER

82% des dirigeants ont l'intention de développer leur entreprise
86% dans leur région
23% dans d'autres territoires de France
12% à l'international

Dans 10 ans, comment vous projetez-vous ?

59% dirigeant de votre entreprise qui s'est développée
15% dirigeant de votre entreprise semblable à celle d'aujourd'hui
10% à la retraite
5% dirigeant d'une autre entreprise
5% salarié d'une autre entreprise
6% autres

LEUR CLIENTÈLE



69% de ces entreprises ne dépendent pas d'un petit nombre de clients

Cette clientèle est à :
70% locale, **33%** régionale,
20% nationale,
10% internationale

Plusieurs réponses possibles

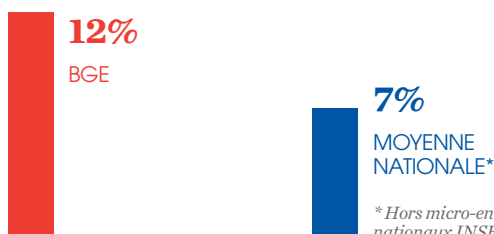
Elle est composée à :

78% de particuliers
43% d'entreprises
16% d'administration ou d'organismes publics
13% d'associations

Plusieurs réponses possibles

LA CRÉATION D'EMPLOI

% D'ENTREPRISES CRÉATRICES D'EMPLOI AU DÉMARRAGE



* Hors micro-entreprise, chiffres nationaux INSEE 2017

NB : les bases d'enquêtes n'étant pas strictement semblables, ces deux données ne peuvent être directement comparées ; les écarts montrent cependant des caractéristiques de la population BGE.

RAISONS D'EMBAUCHER DANS LES 12 PROCHAINS MOIS (plusieurs réponses possibles)

Pour faire face à une montée d'activité	87%
Pour générer une montée du chiffre d'affaire	72%
Pour me décharger d'autres tâches	64%
Pour faire face à de nouvelles implantations géographiques	25%

PROFIL RECHERCHÉ EN PRIORITÉ (plusieurs réponses possibles)

Production	77%
Commerciaux	26%
Administratif	18%

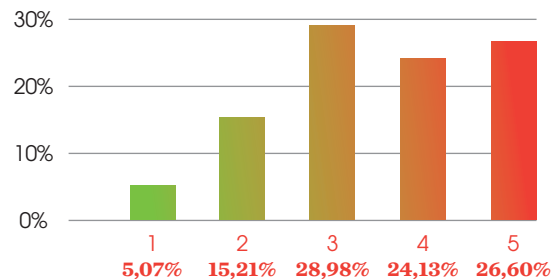
À NOTER

De fortes différences selon les familles,
19,5% d'entreprises employeuses au démarrage pour les « opportunistes »
9% pour les « porteurs de projet »
6% pour les « créateurs de leur propre emploi »

Trois ans après création, le % des entreprises qui créent de l'emploi passe de 12 à 20%.

LEUR CONCURRENCE

COMMENT PERCEVEZ-VOUS VOTRE CONCURRENCE ?



1 CONCURRENCE FAIBLE / 5 CONCURRENCE FORTE

À NOTER

La perception d'une concurrence forte n'est pas un obstacle à la volonté de développement, au contraire : **84%** de ceux qui perçoivent une concurrence forte pensent qu'ils vont se développer versus 80% de ceux qui perçoivent une concurrence faible.

LEURS CHIFFRES D'AFFAIRES

Évolution du chiffre d'affaires depuis la création
60% en augmentation régulière
18% stable
18,5% irrégulier
3,5% en régression

PARCOURS ET BESOINS

LES DÉVELOPPEURS D'EMPLOI

 ANALYSE CÉREQ

8% des entrepreneurs interrogés sont des « développeurs d'emplois » (entreprise qui a vu augmenter son effectif initial d'au moins 3 salariés entre 2014 et 2017)

Il n'y a pas de différences notables du point de vue sociologique mais quatre variables importantes :

- L'investissement financier au moment de la création
- La détermination (temps consacré, volonté de s'entourer de ressources, appels à des réseaux...)
- Les capacités (en lien avec l'acquisition de compétences)
- Les secteurs d'activité

Et des éléments transversaux impactant :

- Plutôt un positionnement produit B to B
- Plutôt des personnes qui se représentent comme « chef d'entreprise » (plus d'entrepreneur, artisan, ou commerçant)
- Plutôt ceux dont la motivation à leur création d'entreprise est liée :
 - à une idée de service ou de produit
 - à une opportunité qui s'est présentée (rentrée d'argent, reprise d'entreprise, etc.)

Auteurs : Joachim Haas, Philippe Trouvé

 ANALYSE BGE

Pouvoir repérer le plus en amont possible ces « développeurs d'emplois » est un enjeu fort tant pour BGE que pour tous les acteurs du développement économique.

Leurs enjeux et problématiques particulières appellent des approches adaptées afin d'accompagner au mieux leur potentiel.

Chaque année, BGE accompagne environ 1200 à 1300 « développeurs d'emplois ».

Au-delà de la possibilité de repérer les développeurs d'emploi, la volonté de se développer à l'international, la perception de la concurrence ou encore la segmentation de la clientèle, sont autant d'éléments précieux pour orienter au mieux l'appui aux entrepreneurs.

RELATION À BGE

Pour **81%** des personnes interrogées BGE a été déterminant.

Ce pourcentage monte à **88%** pour les personnes avec un diplôme « infra bac ».

Ce chiffre fait écho à la fonction « d'école de l'entrepreneuriat » et d'égalité des chances de BGE.

Les apports de BGE dans la création d'entreprises ont été les suivants :

- Avoir été guidé pendant le parcours de création : **90% oui tout à fait et oui plutôt**
- Avoir travaillé la rentabilité et le modèle économique de l'activité : **78% oui tout à fait et oui plutôt**
- Connaître et accéder à des financements existants : **72% oui tout à fait et oui plutôt**
- Accomplir les formalités administratives de création : **71% oui tout à fait et oui plutôt**

Durant la période préparatoire, avez-vous bénéficié d'informations, d'accompagnements, de conseils et/ou « appuis techniques » :

- 43%** auprès de la famille et de l'entourage
- 29%** ont également trouvé l'appui d'un réseau professionnel lié à leur métier
- 29%** d'un réseau de financement à la création
- 23%** des experts comptables

À NOTER

Pour les entrepreneurs avec parcours le plus long à BGE (+ de 20h) **90%** des entreprises sont toujours actives au moment de l'enquête (contre **86%** tout parcours)

LES BESOINS EXPRIMÉS

Les 3 principaux besoins de formation et d'accompagnement exprimés sont (en saisie libre, sans item proposé) :

**Numérique • Comptabilité-Gestion
Commercial-marketing**

(l'ordre varie selon les typologies mais les thématiques restent identiques)

POUR LES 82% QUI ONT L'INTENTION DE DÉVELOPPER LEUR ENTREPRISE, LES BESOINS EXPRIMÉS SONT (LISTE FERMÉE) :

Aides financières	44%
Appui pour se positionner sur de nouveaux marchés	28%
Formations	28%
Accès à un réseau	26%
Conseils	26%
Aides à l'embauche	25%



EMMANUEL QUENSON
Directeur scientifique du CERÉQ
Centre d'Études et Recherches
sur les Qualifications

Le partenariat mené depuis plus d'un an avec BGE a permis au Céreq de disposer d'un grand nombre de données concernant le processus de création d'entreprise et le profil des chefs d'entreprises. Elles apportent une meilleure compréhension des évolutions en cours dans le monde du travail alors que se multiplient les formes d'emploi atypiques et les alternatives au salariat.

C'est avec cet objectif que nous avons procédé à cette enquête auprès d'un échantillon très important de chefs d'entreprises. La participation très satisfaisante nous a permis de construire 3 profils types de créateurs à partir de leur motivation à créer une entreprise.

Cette typologie montre qu'il existe, au-delà des déterminations sociales, des motivations qui répondent à des stratégies individuelles.

Les créateurs de leur propre emploi n'ont pas seulement pour motivation de développer leur entreprise ; leur objectif est avant tout de sécuriser leur situation professionnelle jusqu'à l'arrêt de leur activité. Les opportunistes cherchent à faire fructifier leur entreprise à travers les ressources financières et les réseaux qui sont à leur disposition.

Enfin, les porteurs de projets sont dans la démarche de tester leurs idées par un projet entrepreneurial. Ils sont plus diplômés et un peu plus jeunes que les autres. En cas d'échec, ils auront moins de difficultés à revenir vers un emploi salarié.

Si nous sommes très satisfaits de ces premiers résultats, cette enquête ouvre de nombreuses perspectives. Nous aimerions notamment connaître le devenir des personnes accompagnées par BGE et qui choisissent de ne pas créer leur entreprise (70% du public BGE, nldr). Il est intéressant de s'interroger sur leurs ressorts, les compétences acquises lors de l'accompagnement et aussi de savoir sous quelles conditions elles retournent à l'emploi après avoir envisagé de créer une entreprise.

Enfin, d'autres champs restent aussi à investiguer. Le premier concerne l'entrepreneuriat dans les quartiers politique de la ville, en observant notamment les jeunes créateurs. Le second a trait à la façon dont les publics de BGE s'emparent plus ou moins des technologies du numérique pour développer leur entreprise.

“ La participation très satisfaisante nous a permis de construire 3 profils types de créateurs à partir de leur motivation à créer une entreprise. ”

LE CERÉQ

Créé en 1971, le Centre d'études et de recherches sur les qualifications est un pôle d'expertise au service des professionnels, des décideurs, des partenaires sociaux et plus largement de tous les acteurs de la formation, du travail et de l'emploi.

Sous la double tutelle du ministre chargé de l'éducation et du ministre chargé de l'emploi, le Céreq porte, depuis près de 45 années, un regard éclairé sur les questions liées au rôle de la formation initiale et continue dans les parcours professionnels, à l'insertion professionnelle des jeunes, à l'évolution des métiers, du travail, des compétences et des certifications.



“ Il apparaît que le programme d'accompagnement de BGE a été déterminant dans la création d'entreprise pour plus de 8 porteurs de projets sur 10. ”

GÉRALDINE LACROIX
Directrice du Département Économie et Cohésion Sociale

La Caisse des Dépôts, premier financeur de l'accompagnement ante-création en France a souhaité s'associer à l'étude confiée au Céreq, afin de contribuer à la réflexion sur les modes d'accompagnement à concevoir et mettre en œuvre dans les prochaines années. Ce type d'enquête est indispensable pour améliorer notre connaissance des besoins des porteurs de projets dans les territoires et constitue un précieux outil pour renouveler nos modes d'intervention comme nos dispositifs.

La segmentation des créateurs-repreneurs d'entreprises en 3 grandes catégories (les créateurs de leur propre emploi, les opportunistes et les porteurs de projet) constitue un élément essentiel de cette étude, car il donne des indications précieuses pour proposer des offres d'accompagnement adaptées à chacun des grands profils.

Un autre élément qui ressort de cette étude réside dans le profil de la population des créateurs-repreneurs accompagnée par BGE, qui s'éloigne assez sensiblement de la population-type sur 2 aspects : la part des femmes et celle des chefs d'entreprises n'ayant pas de pair dans leur entourage.

Enfin, il apparaît que le programme d'accompagnement de BGE a été déterminant dans la création d'entreprise pour plus de 8 porteurs de projet sur 10, ce qui démontre l'efficacité du dispositif.

BGE a acquis une véritable expertise dans la détection des créateurs de valeurs et construit avec eux un parcours sur mesure de grande qualité. Par ailleurs, via ses actions de sensibilisation et d'accompagnement à la création d'activités, l'intervention de BGE dans les territoires fragiles, ruraux ou urbains, s'inscrit dans nos axes stratégiques. Enfin, l'enjeu consiste à accompagner les nouvelles générations d'entrepreneurs vers la réussite, grâce à des moyens innovants, notamment basés sur le numérique et le digital.