

DISPOSITIF "CHÉQUIER STARTER" RÉGION HAUTS-DE-FRANCE

ÉTUDE SUR LES MICRO-ENTREPRENEURS : PROFILS, MOTIVATIONS, SATISFACTION D'ACCOMPAGNEMENT ET AMBITION

GÉRARD KOKOU A. DOKOU, LEM (UMR, 9221) ULCO

CONTRIBUTION DE MARIE-LAURE DEPIL ; CHAÏMA TALIBI (CEL-HUBHOUSE, ULCO) ; CHARLOTTE GBADOE, LEM (UMR, 9221) ULCO ; AMEN ABIASSI (ISCID-CO, ULCO) ; MAHASSIME AYLIM (ÉCOLE DES CADRES ET UNIVERSITÉ DE LOMÉ) ; ÉTUDIANTS DE MASTER 2ÈME ANNÉE MCI-MAI ET DE LICENCE PROFESSIONNELLE "GESTION DES PME/PMI : MANAGEMENT, CRÉATION, REPRISE ET TRANSMISSION" (IUT-LCO, TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION, ULCO)

Sommaire

Remerciements	—	5
Introduction	—	7
1. Modèle et méthodologie de l'étude sur les micro-entrepreneurs	—	11
1.1 Des motivations à la capacité d'apprentissage de l'entrepreneur accompagné	—	11
1.1.1. L'interaction entre motivations et compétences entrepreneuriales : le poids de la légitimité entrepreneuriale	—	11
1.1.2. La capacité d'apprentissage de l'accompagné au cœur du processus d'accompagnement	—	19
1.2. Le micro-entrepreneur accompagné : un entrepreneur au cœur du développement économique-social	—	27
1.2.1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat appliqués au micro-entrepreneuriat	—	27
1.2.2. Le modèle de recherche centré sur les principaux déterminants du devenir du micro-entrepreneur accompagné	—	31
1.2.3. L'opérationnalisation des concepts et principales hypothèses	—	36
1.2.4. Les principaux éléments de méthodologie	—	47
2. Principaux résultats de l'enquête par questionnaire	—	53
2.1. Fiabilité des échelles de mesure et profil des répondants	—	53
2.1.1. La fiabilité des échelles de mesure : échelles de mesure incontestablement fiables	—	53
2.1.2. Profils des enquêtés	—	55
2.2. Résultats issus des tris à plat et croisés	—	64
2.2.1. Axe 1 : Motivations et pratiques d'affaires du micro-entrepreneur	—	64
2.2.2. Axe 2 : Satisfaction générale au niveau de l'accompagnement du micro-entrepreneur – Une durée d'accompagnement de plus de 10h	—	74
2.2.3. Axe 3 : Satisfaction au niveau du processus et du contenu de l'accompagnement	—	77
2.2.4. Axe 4 : Peur de l'échec	—	95

3. Résultats issus des tests d'hypothèses, de l'étude qualitative et principales implications opérationnelles	105
3.1. Principales hypothèses confirmées	105
3.2 Analyse des résultats de l'étude qualitative	113
3.2.1. Accompagnement : entrepreneur, conseiller, traits de personnalité et motivations	116
3.2.2. Compétences et besoins d'apprentissage associés à l'accompagnement : réalisation des objectifs économiques, commerciaux et financiers	120
3.2.3. Création de valeur et d'activité nouvelle : performances commerciales et financières	123
3.3 Analyse des résultats de l'étude qualitative	125
3.3.1. Profils à prendre en compte	126
3.3.2. Importance des qualités psychosociologiques de l'entrepreneur	127
3.3.3. Importance du milieu, des ressources et des soutiens	129
3.3.4. Importance des composantes du métier d'entrepreneur	130
Conclusion	133
Références bibliographiques	135
Annexes	142
Table des graphiques	180
Table des tableaux	181
Table des figures	182

Remerciements

Au niveau du développement de l'entrepreneuriat, la littérature distingue généralement trois types d'institutions : réglementaire (institution formelle), normative et culturelle (institutions informelles). Les institutions informelles (valeurs, croyances, culture, éducation) agissent principalement sur la désirabilité du comportement et sur l'intention d'entreprendre, alors que les institutions formelles influencent le passage à l'acte, le type d'entrepreneuriat et le niveau d'ambition du créateur d'entreprise. Une littérature abondante et de qualité souligne l'importance de plusieurs facteurs qui permettent de favoriser le développement de la culture entrepreneuriale et l'émergence des entrepreneurs pérennes dans une société. Mais à l'échelle territoriale ou locale, il convient de bien connaître ces facteurs et savoir les maîtriser. C'est le souhait de la Région des Hauts-de-France qui cherche à les identifier afin de consolider et d'amplifier les missions assignées aux organismes d'accompagnement du territoire et aux Hubhouses intégrés aux deux PEPITE régionaux. C'est aussi une manière d'appréhender l'efficacité de la politique publique d'accompagnement. Les deux études sur la qualité perçue de l'accompagnement ante-crédation et post-crédation que le Conseil Régional des Hauts-de-France nous a confiées s'inscrivent dans cette perspective. Le Président de Région et ses équipes m'ont confié ce travail de recherche par l'intermédiaire de mon propre Président avec ses équipes. Je leur en sais gré pour leur confiance et leur réitère ma profonde gratitude.

Nous avons conduit et réalisé ces études au titre de nos activités du Centre Entrepreneuriat du Littoral (CEL/Hubhouse) étendues à la recherche au sein de notre laboratoire d'appartenance (LEM, UMR 9221). Nous avons même affiné les premiers résultats dans une perspective longitudinale. Pour cette troisième édition, le focus est porté sur les micro-entrepreneurs avec une double méthodologie : qualitative et quantitative. Ceci requiert du temps et de l'énergie. Je remercie les membres de mon équipe du CEL/Hubhouse et singulièrement Marie-Laure DEPIL et Chaïma TALIBI pour le double investissement et pour la passion de la recherche appliquée.

Il en est de même de mon ami et collègue, Amen ABIASSI, qui s'est particulièrement occupé du volet qualitatif de notre étude. Incontestablement, le traitement des données qualitatives et discursives reste une de ses marques de fabrique. Comme depuis trois ans, l'apport de mes étudiants de deuxième année du master (MCI-MAI) et de la licence professionnelle (Gestion des PME/PMI : Création, Reprise et Transmission) a été déterminant. Qu'ils reçoivent l'expression de ma reconnaissance et de mes félicitations. Ils ont apporté leurs énergies et leurs regards candides très constructifs au niveau de la réalisation du travail empirique. Au même moment, ils ont beaucoup appris à travers cette étude. Le fameux « Learning by Doing » a pris tout son sens au niveau des modules de méthodologie de recherche et de gestion de projet. Je n'oublie pas Charlotte GBADOE qui pose et affirme progressivement ses talents de primo-chercheuse en tant que doctorante que j'ai le plaisir d'accompagner au sein de notre laboratoire LEM. Pour terminer, je salue l'implication de Mahasime AYELIM et Ange DOUFFAN (Ecole des Cadres et Université de Lomé, TOGO) pour leur appui au niveau du traitement des données d'enquête. Je me réjouis de ce partenariat qui ne cesse de se renforcer.

Introduction

Le micro-entrepreneur (ou autoentrepreneur) est un entrepreneur individuel qui relève du régime fiscal de la microentreprise. Il bénéficie de formalités plus souples qu'une entreprise normale au moment de sa création. Le micro-entrepreneur peut exercer son activité à titre principal ou à titre secondaire, en parallèle d'une activité salariée. Il est comme tout entrepreneur soumis à des cotisations sociales et son chiffre d'affaires ne doit pas dépasser certaines limites fixées selon la nature de son activité. La microentreprise est une entreprise individuelle (EI), donc composée d'un seul et unique employé indépendant, non-salarié. Il s'agit d'un statut idéal pour tout porteur de projet désireux de lancer son activité commerciale en toute simplicité. En effet, le micro-entrepreneur bénéficie du régime microsociale, qui simplifie grandement la question des cotisations sociales à payer. Il ne paie pas de cotisations sociales minimales, ce qui signifie qu'il n'y a rien à payer si le chiffre d'affaires (CA) est de 0, s'il réalise un chiffre d'affaires, il paiera un taux de cotisations situé entre 13,4% et 23,1% du CA. Le paiement des cotisations sociales est mensuel ou trimestriel, au choix et au fur et à mesure que le micro-entrepreneur réalise son chiffre d'affaires. De façon générale, les deux principaux critères d'obtention du statut sont d'une part de lancer et mener l'activité seul(e), et d'autre part de ne pas dépasser le plafond de chiffres d'affaires annuel correspondant à l'activité exercée¹.

Pour nous, le micro-entrepreneur est considéré comme un « innov-acteur », créateur d'emplois, générateur de la compétitivité de la nation, elle-même génératrice de richesses (Schumpeter, 1942). Nous partons du principe qu'il existe une dynamique combinée de ce type de créateur et le projet qu'il met en œuvre. Au même titre que l'entrepreneur classique, le micro-entrepreneur crée ou capte de la valeur. Aussi, les objectifs fondamentaux de notre étude à l'échelle de la région des Hauts-de-France s'articulent-ils autour de trois points fondamentaux qui suivent :

- Les principaux profils des micro-entrepreneurs à travers leurs secteurs

¹ Depuis le 1er janvier 2018, les seuils de chiffre d'affaires permettant l'accès au régime fiscal de la micro-entreprise et du régime micro-social ont été doublés. Ils s'appliquent désormais aux entreprises dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente ou de l'avant-dernière année n'excède pas :

- 170 000 euros pour une activité de vente de marchandises, d'objets, d'aliments à emporter ou à consommer sur place, ou de fourniture de logement ;
- 70 000 euros pour une activité de services.

d'activité, leurs besoins, leurs motivations, leur vision d'avenir, notamment l'évolution de la microentreprise en une autre forme de structure d'entreprise classique.

- La place de la micro-activité pour le micro-entrepreneur : une activité principale ou secondaire, la répartition entre l'activité principale et l'activité secondaire.
- Les principales attentes auprès des structures d'accompagnement, les niveaux de satisfaction et les principales difficultés ou insuffisances rencontrées.

Au-delà de ces trois objectifs essentiels, nous postulons que certains micro-entrepreneurs, fort de leurs premières réussites, forment l'intention de développer leurs affaires et passer au statut de l'entrepreneur classique. Cette intention peut être orchestrée par plusieurs déterminants : les caractéristiques et les motivations personnelles, les ressources mobilisables auprès des réseaux d'affaires et d'aides diverses, les satisfactions perçues de l'accompagnement, les représentations relatives au succès de carrière entrepreneuriale et à la peur de l'échec. Cette thèse est déclinée en hypothèses et sous-hypothèses opérationnelles. Les tests de ces hypothèses et sous-hypothèses orientent les pistes d'action à destination des micro-entrepreneurs potentiellement ambitieux et désireux de passer en entreprise classique et d'embaucher. C'est une manière de questionner les trois volets clés des fondements théoriques et pratiques de l'entrepreneuriat. Le premier volet relève de la littérature économique insistant sur la fonction clé de l'entrepreneur : la création et le développement de l'activité économique. Le second volet concerne les travaux des spécialistes du comportement. Il s'agit des psychologues et des sociologues très attachés aux traits de personnalité de l'entrepreneur au regard du contexte d'appartenance. Les caractéristiques psychologiques, les traits de personnalité, les motivations, les comportements, les origines et les trajectoires sociales de l'entrepreneur constituent des facteurs incontournables d'analyse. Certaines caractéristiques confèrent à l'entrepreneur un profil type. Parmi les caractéristiques les plus citées, on note : le besoin élevé d'accomplissement, la forte confiance en soi, la capacité à résoudre des problèmes de manière autonome, la capacité à appréhender et à gérer les risques ainsi que la sensibilité au retour rapide des résultats des actions menées. Le troisième axe résulte des contributions des gestionnaires. Ceux-ci vont prendre fait et cause aux actions de l'entrepreneur. C'est le phénomène entrepreneurial qui devient l'objet d'attention et d'analyse.

Ce phénomène relève d'un processus qui évolue dans le temps et qui résulte d'un ensemble de variables en interaction. Les principales facettes de ce processus sont :

- 1) les qualités et les valeurs personnelles de l'entrepreneur ;
- 2) l'anticipation du futur, la reconnaissance et la découverte des opportunités ;
- 3) l'utilisation des outils managériaux techniques et non techniques ;
- 4) les changements d'orientations stratégiques requises par les besoins d'adaptation.

C'est à partir de ces volets que nous tentons d'extraire le fondement théorique de notre étude. Ce fondement se décline en deux axes essentiels :

- Les motivations, les compétences et la capacité d'apprentissage de l'entrepreneur accompagné ;
- Le micro-entrepreneur accompagné en tant qu'entrepreneur au cœur du développement économique-social.

Le contour succinct de l'état de l'art qui sous-tend ces deux axes a permis de faire le point sur les principaux questionnements adressés à un échantillon de micro-entrepreneurs et à certains de leurs accompagnants. Au niveau de l'étude proprement dite, les premiers ont été sollicités pour répondre à un questionnaire et les seconds ont émis leurs avis à partir d'un guide d'entretien ouvert avec enregistrement intégral. Sur la base des données régionales, nous avons 4994 micro-entrepreneurs post-créateurs bénéficiaires du « chéquier STARTER » avec 2253 hommes (45,11%) et 2740 femmes (54,87%). A l'arrivée, nous obtenons 736 questionnaires exploitables, soit 15% de la population ciblée. Les répondants effectifs sont composés de 467 femmes (63,5%) et 269 hommes (36,5%). S'agissant des dix accompagnants, ils reflètent parfaitement la structure de la cinquantaine d'opérateurs à l'échelle régionale.

Les principaux résultats de l'enquête quantitative sont croisés à ceux issus du corpus qualitatif réalisé auprès des accompagnants. Ce croisement met en évidence des concordances des motivations, des besoins et des attentes des micro-entrepreneurs. Nous retrouvons également les principaux indicateurs de la qualité de l'accompagnement via le dispositif « Chéquier STARTER », la qualité des services proposés, l'importance de la prise en compte des motivations et des caractéristiques personnelles de l'accompagné, l'influence significative des compétences entrepreneuriales et des facteurs écosystémiques sur l'intention de passer en entreprise classique potentiellement créatrice d'emploi, etc.

Au total, l'étude confirme la forte demande d'accompagnement systémique qui intègre les composantes du métier d'entrepreneur (captées à partir de : Echelle succès de carrière, Implication dans le projet, Développement économique et social) et le volet repoussoir du même métier (mesuré à partir de : Sécurité financière, Capacité personnelle, Menace pour l'estime sociale, Potentiel de l'idée).

L'accompagnement entrepreneurial se veut protéiforme : adéquation homme/projet, travail sur le business model et le business plan, intégration dans l'écosystème et les réseaux. L'appropriation psychologique du plan d'affaires et du modèle économique passe par les caractéristiques de l'entrepreneur. Ces caractéristiques entrepreneuriales prennent plusieurs formes à ne pas négliger : l'ancrage social de l'entrepreneur, la poursuite des missions assignées au projet au regard des ambitions affichées, les premières années de la vie de la nouvelle entreprise en cohérence avec l'attestation sociale du créateur et la résilience entrepreneuriale. L'importance des rôles que joue l'entrepreneur dans les sphères à la fois professionnelles et hors professionnelles ne peut être occultée. Elle impacte l'exercice du métier d'entrepreneur. Nous le rappelons dans la première partie de notre rapport d'étude en termes de modèle de recherche étendu aux éléments de méthodologie. La deuxième partie met l'accent sur les résultats issus des statistiques descriptives. Dans la troisième partie, de tels résultats sont soumis au crible des statistiques multidimensionnelles, au croisement avec les enseignements tirés de l'étude qualitative et aux implications opérationnelles de l'étude. Une conclusion finale rappelant les résultats les plus saillants vient boucler notre rapport qui se veut incontestablement riche.

1. Modèle et méthodologie de l'étude sur les micro-entrepreneurs accompagnés

Cette première partie de notre rapport d'étude se focalise sur plusieurs points : les motivations et la capacité d'apprentissage du micro-entrepreneur, sa place dans le système socio-économique en tant qu'entrepreneur, les composantes opérationnelles du modèle de recherche retenu associé aux éléments de méthodologie utilisés.

1.1. Des motivations à la capacité d'apprentissage de l'entrepreneur accompagné

1.1.1. L'interaction entre motivations et compétences entrepreneuriales : le poids de la légitimité entrepreneuriale

- **Motivations et légitimité entrepreneuriales**

Une motivation définit la raison de l'engagement dans une activité personnelle ou individuelle, sociétale ou collective. C'est l'ensemble des facteurs déterminant l'action et le comportement d'un individu désireux d'atteindre un objectif ou de réaliser une activité. La motivation constitue la principale source d'énergie psychique nécessaire à l'action. Au niveau entrepreneurial, la motivation traduit l'expression d'une attitude particulière, résultat de la rencontre entre l'image que se font les individus d'eux-mêmes et leurs besoins d'accomplissement, d'autonomie, de créativité, de confiance en soi et de prise de risques. Il s'agit de la traduction des liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'entreprise et le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients (Estay et al., 2011). Elle découle d'un parcours personnel au cours duquel, l'individu cherche à satisfaire des besoins. On peut ainsi définir la motivation comme une construction psychologique depuis l'enfance expliquant la mobilisation de l'individu autour d'un but donné dans le cadre de la satisfaction de ses besoins mais aussi comme une force qui pousse l'individu à agir. Une autre manière d'aborder la motivation consiste à parler des motivations qui poussent l'individu à entreprendre. Ainsi, distingue-t-on la motivation selon la théorie push/pull qui part du fait que la création d'entreprise peut être subie ou choisie. Lorsqu'un individu entreprend pour des raisons motivationnelles positives comme la perception d'une opportunité d'affaires ou le souhait d'amélioration de ses revenus, on parle de théorie pull ou d'approche motivationnelle par opportunité.

Quant à la théorie push ou approche motivationnelle par nécessité, elle fait référence à un individu qui entreprend pour des facteurs négatifs ou pour des situations conflictuelles comme le chômage, la nécessité ou encore l'insatisfaction au travail. Au-delà des théories push/pull, on distingue d'autres facteurs motivationnels. Certains de ces facteurs sont internes à l'individu, à savoir le désir de réussite, le besoin d'accomplissement, le besoin d'autonomie, le pouvoir, alors que d'autres sont d'ordre externe comme la culture, la valeur, la croissance économique et les idéologies de la société de provenance et aussi de la famille. Les motivations les plus fréquentes sont le besoin d'accomplissement, le besoin d'autonomie et le pouvoir.

Le besoin d'accomplissement est le désir plus ou moins stable d'un individu à atteindre compétitivement un but suivant des normes d'excellence ou encore à faire une chose en fonction d'un critère d'excellence. Murray (1938) le définit comme le besoin qui porte l'individu à accomplir quelque chose de difficile, à dominer, manipuler et organiser des objets physiques, des personnes et des idées, à surmonter les obstacles et atteindre un niveau élevé, à exceller. Les individus avec un besoin d'accomplissement, selon McClelland (1961) ont un désir important de réussite et rassemblent des attitudes comme la prise de responsabilités des décisions précises, la prise de risque calculé en fonction de leurs compétences et un intérêt pour les résultats de leurs décisions. Il ajoute que ce besoin d'accomplissement conduit aussi à l'entrepreneuriat déterminé par les besoins d'autonomie et de pouvoir. L'autonomie reste une des principales raisons soulevées par les créateurs d'entreprise pour expliquer leur choix de se lancer dans l'activité entrepreneuriale. Les entrepreneurs ont le titre d'individus déviants car ils désirent éviter les règles, les procédures et normes sociales (Collins et Moore, 1970). Il s'avère même que les créateurs d'entreprise aient un besoin d'autonomie plus élevé que les autres.

L'autonomie fait partie des valeurs personnelles les plus citées dans le champ de l'entrepreneuriat. Ce concept est associé au libre-arbitre et à la formation de la personnalité en termes de la constitution de soi. Elle a trait à une série de règles et de contraintes endogènes qui déterminent l'initiative de l'individu et se nourrit des connaissances et des expériences accumulées dans le temps (Herman, 2007 ; Toutain et Fayolle, 2008). Elle favorise le développement de la capacité à agir dans un environnement entrepreneurial par la mobilisation des ressources accessibles. L'autonomie est également associée à l'indépendance ou à la liberté qui est le pouvoir qui appartient à un individu de faire tout ce qui ne nuit pas aux droits d'autrui. Ces deux valeurs sont au cœur des motivations. Celles-ci sont considérées comme « les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir » (Le Boterf, 2005, p.77).

Les autres composantes motivationnelles concernent la réalisation de soi ou l'accomplissement, la réussite, le défi, le pouvoir ou le leadership ou encore le contrôle. Les motivations interagissent avec les aptitudes qui sont des dispositions naturelles, des habiletés, des capacités latentes. Elles se déclinent en confiance en soi / enthousiasme, persévérance / détermination, tolérance à l'ambiguïté / gestion du stress, intuition / flair et créativité / imagination ou encore capacité conceptuelle. A leur tour, les aptitudes interagissent avec les attitudes considérées comme les perceptions et les dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose. Il s'agit des jugements que nous portons sur un phénomène de société. C'est le cas des attitudes envers l'innovation, le changement, la concurrence, la cognition, l'action/le temps, le risque / initiative, l'argent / richesse, le succès / l'échec, etc. Ces aptitudes et attitudes sont renforcées par la quête du pouvoir qui désigne un nom mais aussi un verbe (être capable de). Il se présente comme la capacité de faire faire à quelqu'un ce que l'on veut afin d'obtenir des résultats. Mintzberg (1986) le définit comme la capacité à produire ou à modifier les résultats ou les effets personnels et/ou organisationnels. De tels résultats ou effets sont déterminés par des facteurs de légitimité entrepreneuriale.

Dans le processus entrepreneurial, le fait d'être seul reste une vraie source de souffrance pour l'entrepreneur (Valéau, 2006 ; Messeghem et Sammut, 2010). On évoque deux types de solitude : la solitude objective qui correspond à l'isolement de compagnie humaine et qui traduit le fait d'être mis en dehors du circuit social, et la solitude subjective qui est ressentie sur un mode émotionnel. Celle-ci échappe à l'observation et au contrôle tout en s'avérant douloureuse pour l'entrepreneur. L'entrepreneuriat est souvent perçu comme une déviance au salariat, même si cette perception s'atténue dans notre société. Le statut d'entrepreneur apparaît comme une étiquette qui définit une identité sous-tendue par une réussite, un héros ou un échec. Mais l'entrepreneur qui rejoint un organisme d'accompagnement bénéficie d'un soutien, d'une assistance, d'un échange d'informations et de bonnes pratiques. Les organismes d'accompagnement fournissent également un appui permettant à l'entrepreneur de s'épanouir. Pour les clients et les fournisseurs, l'appui des structures d'accompagnement est de plus en plus perçu comme une réelle source de crédibilité et de sécurité. L'accompagnement n'est plus assimilé à l'étiquette d'entreprise fragile n'ayant pas encore fait ses preuves. Etre accompagné par des structures adaptées permet de rompre l'isolement par la mise en relation de la nouvelle organisation avec les milieux d'affaires. La multiplication des mises en relation structure la reconnaissance, la légitimité et la réussite favorisée par la confiance, une image de marque positive et une réputation.

La formation de l'entrepreneur et ses expériences sont également des caractéristiques importantes. Le capital humain du créateur lui permet de renforcer la légitimité professionnelle de la nouvelle entreprise. L'entrepreneur bénéficiant de bonnes formations et de solides expériences présente une preuve de crédibilité devant les parties prenantes et les détenteurs de ressources. Cette crédibilité peut conduire à la légitimité professionnelle et concurrentielle. La légitimité professionnelle est utilisée dans le domaine de la sociologie des professions et permet d'apprécier le degré de reconnaissance d'une profession. Pour ce qui est de la légitimité concurrentielle, elle représente la capacité de l'entreprise à assurer sa survie et son développement dans un contexte concurrentiel. On parle de l'aptitude de l'entreprise à faire face aux pressions concurrentielles. Lorsque l'entrepreneur ressent un manque de reconnaissance vis-à-vis d'autres entrepreneurs de longue date, l'isolement peut vite devenir un facteur de risque qui peut être aggravé par un manque de compétences, d'expériences, d'immaturité organisationnelle et de ressources propres suffisantes. Dans une telle situation, il convient de miser sur des stratégies d'improvisation, de portage, de labellisation et de conquête d'un réseau professionnel. Mais la conception et la mise en œuvre de telles stratégies relèvent de solides compétences entrepreneuriales.

- **Compétences entrepreneuriales**

Le Boterf (2003) définit la compétence comme la mise en pratique de ce que l'on sait dans une situation donnée, influencée par les relations de travail, la culture organisationnelle et d'autres facteurs. La compétence doit donc se traduire en action, par la mobilisation des connaissances dans des circonstances différentes. Pour Nassif, Andreassi et Simões (2011), la compétence peut être considérée comme un niveau supérieur des caractéristiques d'une personne, puisqu'elle englobe différents traits de personnalité, aptitudes et connaissances, influencés par l'expérience, la formation, l'éducation, les traits familiaux et d'autres variables démographiques. A ce titre, la compétence entrepreneuriale correspond à l'ensemble des savoirs, savoir-faire et savoir-être dans une situation de création ou reprise d'entreprise. C'est la combinaison d'un ensemble de savoir, de savoir-faire, d'aptitudes et de comportements permettant de posséder un niveau de performance entrepreneuriale. La compétence de l'entrepreneur résulte de sa formation initiale et des différents diplômes ou expériences professionnelles acquises durant sa vie. C'est sa capacité à agir et réagir pour réaliser son projet entrepreneurial. Comme le précise Sefiani (2011), il doit être capable de mobiliser les ressources de l'environnement, de les sélectionner et de les combiner avec ses connaissances, ses savoir-faire, ses aptitudes et ses comportements en vue d'atteindre les performances entrepreneuriales escomptées. La compétence entrepreneuriale comprend également des facteurs liés à la motivation des

entrepreneurs, tels que le besoin d'accomplissement, d'indépendance et de croissance personnelle, entre autres, combinés à des caractéristiques personnelles telles que l'innovation, la créativité, la propension au risque et la pro activité (Jain, 2011). Donc le goût du challenge, les gains, la réalisation des objectifs sont des facteurs qui ont des conséquences directes sur le choix de décisions ou bien les modes de fonctionnement au sein de l'entreprise, (Cunningham et Lischeron, 1991) et comme le dirigeant est un acteur central dans la prise de décision, ses motivations personnelles les plus pertinentes influencent la croissance de son entreprise.

Précisons que le processus de création d'une entreprise ne se déclenche que si, et seulement si, l'entrepreneur se situe au niveau de la zone de cohérence de sa configuration stratégique instantanée perçue pour que son projet puisse apparaître et donc se développer. La zone de cohérence correspond à des actions qui sont perçues par l'individu comme étant souhaitables et possibles. L'entrepreneur doit alors se fixer des buts et des objectifs en fonction de ses aspirations, de ses compétences et de ses ressources mais aussi en fonction des possibilités de l'environnement. La démarche entrepreneuriale est progressive et évolutive dans le temps. Ce laps de temps peut être plus ou moins long en fonction de l'entrepreneur, les trajectoires peuvent être différentes étant donné que chaque entrepreneur est différent et qu'aucun ne dispose des mêmes compétences entrepreneuriales. En effet, la durée du processus entrepreneurial se déclinant en trois phases n'est donc pas la même pour chaque entrepreneur. Certaines phases peuvent être plus compliquées pour l'un comme pour l'autre. L'entrepreneur doit donc franchir chacune de ces étapes, à chaque étape franchie, il acquiert des compétences et des connaissances qui lui permettent une meilleure cohérence entrepreneur / marché. Les entrepreneurs qui réussissent maîtrisent parfaitement certaines compétences assurant cette cohérence. Ces compétences peuvent être obtenues grâce aux formations et aux différents enseignements. Elles concernent d'abord les caractéristiques psychologiques et les attributs personnels de l'entrepreneur. Elles relèvent ensuite des connaissances, des expériences et des comportements entrepreneuriaux. Lors de la première phase de déclenchement, l'entrepreneur acquiert des aptitudes de perception et des aptitudes émotionnelles auxquelles s'ajoutent la capacité d'absorption et les compétences en maîtrise de l'information. Dans la deuxième phase d'engagement, l'entrepreneur acquiert des compétences en méthode et conduite de projet ainsi que des compétences en gestion de la nouveauté, des propensions à l'apprentissage et des compétences en recherche et en création. Et dans la troisième phase qui est la survie et le développement de l'entreprise, l'entrepreneur acquiert des compétences de consolidation du positionnement du projet, des compétences de développement ou de gestion

stratégique, de gestion sociale et relationnelle. Il apparaît ainsi trois groupes de compétences. Le premier groupe est structuré par les variables individuelles rattachées à la motivation et à l'expérience. Le second résulte des variables interpersonnelles comprenant les relations directes ou indirectes entretenues par l'entrepreneur avec d'autres personnes. Et le troisième est issu des variables organisationnelles relatives à l'environnement social, économique et politique dans lequel opère l'entrepreneur. La réalisation du plan d'affaires opérationnalise certaines de ces compétences. C'est l'outil qui résume le projet conduit par l'entrepreneur, son marché, ses cibles, les différents moyens à mettre en œuvre sans oublier de passer par les parties financières et juridiques de l'entreprise. Lorsqu'il se rend devant des partenaires financiers, il doit montrer qu'il maîtrise les différentes compétences exigées s'il souhaite que ceux-ci aient confiance en son projet. Le fait de travailler sur le modèle économique et le plan d'affaires conduit à mieux prendre en compte les aspects financiers, le management humain ou relationnel, la gestion, le reporting des résultats, la propriété intellectuelle et l'analyse des risques. Au-delà des aspects techniques centrés sur le cœur de métier, la formation managériale permet d'apporter des connaissances qui donnent au futur créateur une vision systématique de la création d'entreprise. Cela lui permet de construire ses choix stratégiques, d'établir des liens entre les différentes dimensions du projet, d'appréhender les conséquences d'un ensemble de paramètres sur le déroulement et la faisabilité du projet tout en étant capable de dialoguer avec les experts qui l'accompagnent ou qui le financent. Au final, les différents domaines de compétences que nous tenons sont énumérés ci-dessous.

- La compétence conceptuelle : ce sont les connaissances et les aptitudes à gérer des revenus. Au sens large, on peut définir la connaissance comme un ensemble d'informations acquises ou bien stockées par le biais d'apprentissage et d'expérience qui favorisent la perception et la compréhension. Comme l'indiquent Cooley et ses co-auteurs, (Cooley et al., 1990) les personnes compétentes mobilisent habilement leurs connaissances théoriques et les ressources disponibles pour obtenir des résultats escomptés. Il s'agit de tous les savoirs théoriques ou pratiques qui ont été acquis par formation ou expérience et qui permettent à l'entrepreneur de fournir des conseils techniques aux collaborateurs (Namrata et Niladri, 2016).
- La compétence d'engagement : c'est la capacité de consacrer différentes ressources et le temps à la réalisation de ses objectifs à travers le capital psychologique. Celui-ci est composé de l'auto-efficacité, de l'optimisme, de l'espoir et de la résilience face aux différents problèmes que peut affronter l'entrepreneur (Baluku et al., 2018).
- La compétence de reconnaissance : c'est la capacité d'identifier les opportunités d'affaires, de planifier et de les monétiser

- La compétence de leadership ou d'organisation : c'est la capacité de planifier, d'exécuter et de surveiller les activités commerciales en général et de gérer les ressources de l'entreprise.
- La compétence relationnelle : c'est la capacité interpersonnelle qui peut mener à l'établissement d'un réseau d'affaires au sens du capital social. En 2019, Klein a défini le capital social comme la somme des ressources actuelles et potentielles intégrées dans des réseaux sociaux cruciaux dans le fonctionnement des individus. A travers de tels réseaux, l'entrepreneur peut avoir de nouvelles idées et solutions aux problèmes qu'il affronte. Par ailleurs, les entrepreneurs améliorent leurs compétences entrepreneuriales à travers un processus d'apprentissage direct et indirect de leur réseau social. Celui-ci facilite l'accès aux ressources et aux informations pertinentes qui sont essentielles à l'identification et à l'exploitation des opportunités entrepreneuriales. La compétence relationnelle doit se concentrer sur la nature des relations que l'entrepreneur entretient avec les membres de ses réseaux en termes de confiance et de soutien émotionnel.
- La compétence stratégique : ce sont des aptitudes individuelles pour évaluer, établir et mettre en œuvre le plan d'affaires élaboré pour l'entreprise afin d'augmenter les revenus et les actifs de l'entreprise. Elle réfère au développement et au déploiement des ressources et compétences pour atteindre les objectifs stratégiques à travers la vision, la planification et la communication (Laviolette, 2006). Les expériences antérieures de l'entrepreneur jouent aussi un rôle important en matière de prise de décision et d'élaboration d'une vision stratégique. Par exemple, l'expérience dans le secteur d'activité permet de concrétiser cette vision avec plus de confiance et moins d'incertitude face aux challenges de développement et d'innovation avec la création ou le renouvellement avec les anciens partenaires.

Il s'agit de compétences entrepreneuriales au sens de savoirs applicables dans plusieurs domaines ou plusieurs corps de métiers. De telles compétences se différencient des capacités techniques. On parle alors de compétences transversales. Elles sont regroupées dans quatre domaines, à savoir les compétences transversales d'ordre intellectuel, les compétences d'ordre méthodologique, celles d'ordre personnel et social puis les compétences d'ordre communicationnel. Ces compétences sont dites "transférables", dans le sens où elles font essentiellement appel aux capacités cognitives et socio-affectives qui se prêtent le mieux aux transferts. Avec les changements qui affectent aujourd'hui les secteurs de l'éducation, de la formation et du travail, les compétences transversales permettent aux différents acteurs d'y faire face en servant de point d'appui. Elles sont ainsi associées à de forts enjeux sociaux et économiques.

Les compétences transversales sont censées permettre le dépassement des frontières disciplinaires et scolaires, favoriser les bifurcations professionnelles, autoriser une approche plus individualisée des parcours de formation et valoriser les apprentissages réalisés dans tous les espaces de vie et d'activité (Starck et Boancă, 2019). Une compétence transversale repose sur un ensemble de capacités qui doivent être renforcées, modelées et combinées à travers le processus d'accompagnement (Gómez-Gasquet et al., 2018 ; Bauvet, 2019). Elles sont perçues comme étant plus stables que les compétences techniques et plus utiles que les connaissances ou les savoirs. L'enjeu pour l'accompagnant est de savoir comment les décrypter auprès de l'accompagné en tant qu'interface d'un ensemble de savoirs disciplinaires (Sébastien Bauvet, 2019). Cela nécessite des méthodologies innovantes, comme par exemple une collaboration entre accompagnant et accompagné au sein même de la situation d'apprentissage. Ceci conduit à mettre l'accent sur les qualités de l'accompagné en cohérence avec son projet entrepreneurial.

Certains porteurs de projets sont confrontés à l'usure des compétences entrepreneuriales. Les sources de l'obsolescence des compétences sont nombreuses. C'est d'abord le cas de l'âge. En effet, une personne plus âgée aura plus de difficulté à apprendre et retenir certaines choses. Ensuite, les maladies, les blessures ou encore les accidents peuvent provoquer l'usure des compétences. De même, on assiste à la dépréciation des compétences qui est le résultat d'un manque ou d'une utilisation insuffisante des compétences. Par ailleurs, De Grip et Van Loo (2002) ont identifié deux catégories d'obsolescence des compétences. L'obsolescence technique qui correspond à l'usure des compétences (vieillesse, blessure, maladie) ainsi que l'atrophie des compétences (chômage, insuffisance des qualifications, trop forte spécialisation). L'obsolescence économique qui s'identifie à travers les évolutions technologiques et organisationnelles, les changements sectoriels et l'inactivité prolongée. Aussi, la mise à jour des connaissances devient incontournable et passe par plusieurs leviers. Le premier levier concerne la motivation. Selon la théorie de Vroom (1964) un individu s'engage dans une activité en fonction de l'intérêt qu'il lui porte et sa perception de l'environnement. C'est la théorie « valence-instrumentalité-expectation » ou encore la théorie « des attentes » qui insiste sur la mise à jour des connaissances facilitée par la motivation et l'apprentissage. La volonté du contrôle interne ou le locus control est un deuxième levier important. L'implication au travail ou l'engagement dans l'activité impacte positivement l'apprentissage, le renouvellement ou l'acquisition des connaissances. Le soutien externe et social s'inscrit dans cette même dynamique de mise à jour des compétences et des connaissances. L'individu enclin ou habitué à la mobilité, aux formations et à la flexibilité fonctionnelle cumule les leviers de renouvellement des connaissances et compétences. Ce type de personne bénéficie d'un réel potentiel

d'apprentissage. Janssen et Backes-Gellner (2009) affirment que l'obsolescence des compétences dépend des missions professionnelles habituellement assurées. Ils distinguent alors les tâches basées sur l'expériences et celles basées sur les connaissances. Les premières sont plus confrontées à des phases de dépréciations que les secondes. En effet, les tâches basées sur l'expérience exigent surtout des aptitudes.

1.1.2. La capacité d'apprentissage de l'accompagné au cœur du processus d'accompagnement

- **Posture de l'accompagnant face à l'accompagné**

Pour Cuzin et Fayolle (2006), accompagner c'est aller quelque part avec quelqu'un. C'est avant tout une relation interindividuelle. L'accompagnement s'inscrit dans la durée entre un accompagnateur et un entrepreneur pour l'aider à la création de son entreprise. L'entrepreneur va donc développer ses compétences et réaliser différents apprentissages qu'il utilisera pour concrétiser son projet. Cette définition met en avant la durée, l'apprentissage, la relation interpersonnelle, la fréquence des rencontres et l'accès aux ressources nécessaires.

Seules 46% des nouvelles entreprises survivent après cinq ans. En revanche, 70% des entreprises accompagnées survivent encore à l'approche des cinq ans même s'il existe une grande diversité des interventions au niveau de l'accompagnement. Chaque organisme est différent et les pratiques d'accompagnements le sont aussi. Le porteur de projet n'est donc pas suivi de la même manière partout. Un accompagnement doit cependant respecter certains objectifs : apporter une réponse rapide et de proximité aux porteurs de projet, donner la possibilité aux porteurs de projet de développer leur idée, d'avoir de la méthodologie sur la création ou de pouvoir suivre une formation, valoriser la démarche entrepreneuriale des créateurs même si le projet n'aboutit pas, veiller à une évolution du projet et des capacités des porteurs, rester vigilant sur le fait que l'accompagnateur et le créateur co-construisent la démarche d'accompagnement. Par ailleurs, il est nécessaire de donner une certaine autonomie aux créateurs qui devront par la suite savoir gérer leurs entreprises. C'est pourquoi, il convient de laisser le créateur maître de son projet et ne pas vouloir tout contrôler à sa place.

Au départ, trois formes d'aides directes sont accessibles : ressources logistiques (locaux, matériel de bureautique, etc.), offre de service qualitative (conseils, mise en réseaux, financement), services d'utilisation des technologies de l'information (multimédias, réseaux sociaux, informatique, etc.). Le détail de ces services concerne : un service de pré-incubation, l'aide pour le business plan, des formations, des services juridiques et comptables, de l'aide pour la vente, le marketing et l'étude de

marché, l'aide à l'exportation ou à la recherche de partenaires étrangers, une aide pour l'E-business, des conseils sur le développement de nouveaux produits ou services, une aide auprès des banques pour la recherche de financement, une constitution de nouveaux réseaux, des conseils en ressources humaines et en recrutement, une aide à la levée de fonds auprès de business angels et de capital risqué, des mentors et des membres du conseil d'administration, des conseillers et bien d'autres services. Comme le précise Léger-Jarniou (2008), il convient de faire attention à la qualité de l'accueil, des prestations personnalisées et du suivi lors de périodes plus ou moins longues. Il convient également de soigner l'adaptation à la personnalité du créateur et à sa culture, la durée, l'unicité de certaines prestations, la fréquence des contacts et la diversité des problèmes qui se posent à l'entrepreneur. Dans cette veine, Siegel (2006) met l'accent sur le fait d'informer, d'orienter et d'aider le créateur à élaborer son projet tout en le conseillant, le formant et l'insérant dans les réseaux pertinents pour que ce projet devienne concret et mature. A ces différents titres, les précisions données par Cuzin et Fayolle (2006) sont claires : 1) Donner une réponse rapide et de proximité aux porteurs de projet ; 2) Permettre aux créateurs de recevoir la méthodologie de la création et si besoin de suivre une formation ; 3) Valoriser la démarche entrepreneuriale des créateurs, même si celle-ci ne devait pas aboutir, et préparer, le cas échéant, les personnes à passer de la sphère sociale à la sphère économique ; 4) S'assurer que l'évaluation des capacités des porteurs de projet et de leur projet soit effectuée par eux-mêmes que par les accompagnateurs ; 5) Aboutir à l'autonomie des futurs chefs d'entreprise. Bakkali, Messeghem et Sammut (2010) structurent ces différents niveaux en trois types de compétences pour l'accompagnateur :

- 1) Compétences génériques (maître des fonctions clés : marketing, gestion, droit, fiscalité, etc.) ;
- 2) Compétences de transfert (savoirs, savoir-faire, autonomisation) ;
- 3) Compétences relationnelles (qualité des relations, disponibilité, respect des décisions du créateur, etc.).

Au niveau des compétences de transfert, se situent des compétences spécifiques concernant la nature du projet : technologique, économique, implication territoriale et sociale.

Ces services et soutiens relèvent des organismes d'accompagnement à visée de développement économique local, des incubateurs issus d'entreprises, des incubateurs issus d'institutions académiques et scientifiques et des incubateurs indépendants créés par des entrepreneurs ou des investisseurs privés. Dans ces différents organismes, la posture de l'accompagnement peut être de deux natures : celle de mentor et celle de coach.

L'accompagnement coach entraîne à travers des savoir-faire ; le mentor guide, soutient et aide le créateur à donner du sens à son projet. L'accompagné se forge quelques compétences de lui-même. Il est également aidé pour développer d'autres compétences que lui seul ne peut acquérir. Le profil d'accompagnateur doit être en accord avec les besoins de l'accompagné (Cuzin et Fayolle, 2006). Trois formes de focalisation sont prépondérantes : le projet, l'individu et la concordance homme/projet. Les formes de focalisation en matière d'accompagnement conduisent à :

- 1) Pour l'individu : le coaching (psychologique) ;
- 2) Pour le projet : les compétences et expertises techniques ;
- 3) Pour la concordance homme/projet : l'accompagnement global (méthodologique).

Les besoins d'accompagnement de l'entrepreneur dépendent du type de création et de l'avancement dans le processus de création évalué en termes d'engagement du créateur. Il faut reconnaître que l'accompagnement ne se limite pas aux champs classiques de l'appui financier, du développement de réseaux de conseils et de formation et du soutien logistique. C'est aussi un outil économique de création de richesses, d'emplois et d'aménagement du territoire au sens sociopolitique visant à inciter au développement d'initiative. Il s'agit d'aider la création d'entreprise à travers la multiplication des mesures et des dispositifs et de conduire au développement de l'esprit d'entreprendre. C'est le sens des travaux de Valéau (2006) qui nous fait part de la vision qu'il a de l'accompagnement psychologique des entrepreneurs. L'accompagnement permet aux entrepreneurs de gérer et de penser à la complexité du processus en impliquant des éléments de savoir-être, les valeurs associées à l'esprit entrepreneurial et à la saisie d'opportunités d'affaires ainsi que les idéologies. Le développement de l'esprit d'entreprendre dans la société conduit à respecter les entrepreneurs et comprendre leurs motivations, leurs univers cognitifs et les facteurs importants pour eux pour les aider à élaborer leur vision. C'est une manière de notifier que le projet professionnel se relie au projet individuel privé. C'est une façon de globaliser et d'inclure le développement personnel au sens de « counseling » qui s'appuie sur les solutions que peut trouver un individu en lui-même pour pallier à ses difficultés. L'accompagnateur a une relation d'aide des points de vue psychologique, technique et économique.

Delanoë-Gueguen (2015), nous donne envie de changer notre opinion sur l'abandon ou l'échec entrepreneurial. L'auteur propose de considérer l'échec comme une expérience en plus dans la vie professionnelle de l'entrepreneur. Dans le même ordre d'idée, Valéau (2006) se focalise sur le rôle de l'accompagnement moral et psychologique qui est nécessaire pendant les périodes de doute. Cette phase du

processus entrepreneurial est décisive pour la survie de l'entreprise. Elle s'appuie sur les motivations et les traits de persévérance du porteur de projet. Ces motivations et traits de persévérance permettent de composer avec les contingences de perception de l'entrepreneur face au doute.

- **Processus d'accompagnement**

L'objectif est de répondre mieux aux besoins des accompagnés afin de les soutenir dans leur quête de démarrage réussi, de développement et de pérennité de leurs affaires. C'est aussi l'occasion pour les accompagnants d'apporter leur contribution au reste de l'écosystème entrepreneurial en présence. Le processus d'accompagnement inscrit toutes les séquences des prestations offertes à l'accompagné. Les évolutions que nécessite la satisfaction de l'accompagné s'imposent naturellement. Le niveau de satisfaction de l'accompagné peut être d'abord déterminé par les capacités dynamiques de la structure d'accompagnement et les capacités d'expertise de l'accompagnant. Les capacités dynamiques de la structure d'accompagnement relèvent des compétences et des ressources accessibles à travers l'accompagnant, les facteurs logistiques, la connaissance et la captation des ressources clés de l'écosystème entrepreneurial. Quant aux capacités d'expertise de l'accompagnant, elles résultent de la qualité relationnelle accompagnant/accompagné, du niveau de connaissance et d'information apporté par l'accompagnant à l'accompagné et du renforcement du capital socio-familial de l'accompagné. Le niveau de satisfaction de l'accompagné peut être également apprécié à travers la transformation de l'idée en projet avec l'impact de la relation accompagnant/accompagné. Il l'est encore davantage à travers la transformation du projet en création avec l'appui des ressources clés issues de l'écosystème entrepreneurial y compris le capital socio-familial. S'agissant de l'entrepreneur en démarrage ou établi, d'autres indicateurs de réussite doivent être pris en compte. Il s'agit, entre autres, de l'ambition poursuivie (emploi, revenu, indépendance, etc.), du succès de carrière, de la sécurité financière, du potentiel d'idée, de l'estime sociale. De tels indicateurs se décryptent à l'aune de la relation accompagnant/accompagné.

La relation accompagnant/accompagné est de plus en plus considérée comme des liens d'interactions humaines favorables à la clarification et à la structuration du projet entrepreneurial ainsi qu'à l'engagement durable du créateur dans une réalisation économique viable. L'accompagnement s'apparente au coaching qui conduit à mettre l'accent sur l'aspect psychosociologique de l'entrepreneur. Ainsi, la qualité relationnelle traduit la capacité des liens humains à satisfaire les besoins du porteur de projet. Dans la notion de qualité relationnelle, on retrouve la confiance et l'engagement réciproque qui fondent les composantes des relations

accompagnant/accompagné. On distingue deux groupes de composantes. Le premier groupe concerne l'empathie et le soutien. Selon Verzat et Toutain (2015), l'accompagnant mobilise sa capacité d'empathie et permet à l'accompagné de gérer ses émotions telles que la déprime ou encore l'euphorie. L'empathie est une attitude d'écoute qui permet au créateur de tenir dans le temps face aux multitudes d'incertitudes auxquelles il devra faire face. L'accompagnement équivaut à une relation de soutien entre un entrepreneur naissant et une personne expérimentée ou experte dans le monde des affaires. D'un point de vue psychologique, cette personne motive l'accompagné, lui permet d'acquérir de la confiance en soi et de le sortir de l'isolement. L'empathie est un des piliers des relations accompagnant/accompagné puisqu'elle traduit la capacité du premier à comprendre les sentiments, les ressentis et les aspirations du second. Le deuxième volet des composantes relationnelles a trait à la bienveillance et à la transaction. Un accompagnant est une personne qui possède des qualités ou qui a une position d'autorité. Il veille avec bienveillance sur l'accompagné moins expérimenté et moins expert. Celui-ci bénéficie d'une fonction de support, de balise et de cadre organisateur de l'action. Par bienveillance, l'accompagnant procède essentiellement à des mises en ordre qui soutiennent l'action de l'accompagné. Il crée des effets de signification qui procurent des ressources pour un autopilotage qu'intériorise l'accompagné. Cet autopilotage baigne dans un environnement favorisé par la possession d'un capital social et familial cerné et renforcé.

- **Apprentissage dans le processus d'accompagnement**

Les ressources impliquées dans le déploiement de la stratégie d'accompagnement mise en œuvre sont déterminantes. Ces ressources concernent le potentiel des acteurs accompagnants ou des conseillers, leur niveau de motivations ainsi que le système d'accueil administratif et logistique favorisant les relations accompagnant/accompagné. D'abord, la perspective d'apprentissage a pour but d'aligner les objectifs stratégiques de l'organisme d'accompagnement au suivi d'une formation et de perfectionnement du personnel accompagnant. L'évolution des compétences et des niveaux d'expertise des accompagnants dynamise la stratégie de leur structure d'appartenance. Elle favorise l'émergence de nouvelles idées et ainsi de nouvelles pratiques d'accompagnement plus adaptées aux besoins des accompagnés. La capacité d'améliorer continuellement l'efficacité opérationnelle de l'accompagnement s'en trouve renforcée. Ensuite, l'entrepreneur joue un rôle central dans le processus de son accompagnement qu'il co-construit avec son accompagnant. La qualité de l'accompagnement dépend de son niveau d'engagement. Le premier niveau des capacités d'expertise de l'accompagnant est de distinguer l'entrepreneur par nécessité de celui qui désire créer ou reprendre une affaire par opportunité. La motivation des entrepreneurs contraints est centrée

sur la création de son emploi et s'oppose à une conception de l'entrepreneuriat en termes de poursuite d'opportunité. L'attention de l'accompagnant devrait se porter davantage sur la personne que sur le projet pour mieux se focaliser sur l'engagement de l'entrepreneur contraint. En effet, l'accompagnement contribue à créer un cadre favorable à l'évolution du porteur de projet grâce à un environnement sécurisant et à l'offre d'un certain nombre de services. Il s'agit également de permettre au porteur de projet d'identifier et d'acquérir des ressources, de faire ressortir son talent et de rester autonome. Les informations récoltées conduisent l'accompagné à outrepasser les limites à son manque d'expérience. Ceci suppose un niveau d'expertise de la part de l'accompagnant qui doit avoir des savoirs dans le champ de la création d'entreprise auquel s'ajoute la connaissance d'outils de montage de projets entrepreneuriaux comme la mobilisation des capitaux psychosociologiques, le business model et le business plan. Le droit, le marketing, la fiscalité ou encore la finance sont des domaines dans lesquels l'accompagnant doit posséder des savoirs solides et connaître les caractéristiques des secteurs d'activités clés.

Les connaissances élargies au champ de l'entrepreneuriat et de l'entreprise peuvent constituer une part importante du capital d'accompagnement de l'accompagnant. L'accompagnant qui possède de telles connaissances et expériences peut amener l'accompagné à découvrir un ensemble d'opportunités productives supérieures pour son projet entrepreneurial. Par conséquent, la connaissance profonde des ressources/compétences à mobiliser et des capacités organisationnelles que possède le futur entrepreneur peuvent contribuer grandement à un accompagnement apprenant. Mais de longues expériences dans un champ restreint et ou dans un organisme d'accompagnement qui manque de dynamisme ne peuvent pas contribuer au développement de la capacité entreprenante de l'accompagné. L'accompagnement apprenant permet à l'accompagné de prendre conscience des ressources cachées tel que le capital social au sens de Bourdieu (2000).

Dans le processus d'accompagnement, il appartient à l'accompagnant de sensibiliser l'accompagné au fait que le capital social est multidimensionnel et peut être à la fois positif et négatif en même temps. Il peut entraver ou restreindre les actions des individus et entraîner l'exclusion sociale et l'isolement. Il est possible que certains membres du réseau social inhibent plutôt que d'encourager l'aboutissement du processus entrepreneurial. Ceci atteste le rôle de l'accompagnant qui oriente l'accompagné vers la dimension du capital social la plus bénéfique. C'est souvent le cas de la dimension familiale dont l'influence entrepreneuriale est incontestable. Il revient à l'accompagnant d'étendre ses

compétences au décryptage de cette dimension familiale. Selon Shapero et Sokol (1982), la famille en particulier le père ou la mère, joue le rôle le plus puissant dans l'établissement de l'opportunité et de la crédibilité de l'action entrepreneuriale pour un individu. Au-delà des collègues, des amis ou des camarades de classe, les parents se distinguent comme les principaux exemples crédibles pour l'entrepreneuriat ou le passage à l'acte de création d'affaire. Le soutien familial prend la forme d'un réseau intégré de ressources communautaires et de services qui renforcent les pratiques parentales et le développement sain des porteurs de projet. Ce phénomène a été évalué en catégorisant les types de famille afin de connaître l'impact sur l'orientation entrepreneuriale. Près des deux tiers des entrepreneurs sont issus de familles nucléaires. Plus d'un tiers provient des familles mixtes. Cela indique fortement que les personnes issues de familles nucléaires sont plus susceptibles de devenir des entrepreneurs, bien qu'il y ait également un grand nombre d'entrepreneurs issus de familles mixtes. Cela contraste avec la notion selon laquelle une personne qui vit dans une famille nucléaire a plus de chances de devenir un entrepreneur que celle qui vit dans une famille mixte. En fait, on croit généralement que le fait de vivre dans une famille nucléaire crée une sorte d'insécurité pour une personne. Par conséquent, il devient entrepreneur afin de créer un environnement sécurisé non seulement pour lui mais aussi pour sa famille. Au final, les parents, les sœurs et les frères, les oncles et les cousins sont parmi les acteurs déclencheurs du processus entrepreneurial. Ils sont en tête de liste car il s'agit du vecteur primaire de la socialisation entrepreneuriale. On note qu'un entrepreneur dont le père ou bien la mère est entrepreneur également peut bénéficier de leur statut sur trois niveaux : la transmission d'un savoir-faire et de gestion d'entreprise, la transmission d'un réseau social et d'affaires et la transmission d'un capital matériel. Mais il arrive que les amis et les collègues du réseau professionnel décryptent dans le projet une opportunité que la famille ne voit pas. A cet égard, il apparaît que le rôle de la famille et celui du réseau relationnel deviennent complémentaires dans le cadre des projets entrepreneuriaux.

- **Relation accompagnant/accompagné : transmission des connaissances et des compétences**

La transmission repose sur le fait de transmettre quelque chose de palpable et/ou non tangible à une ou plusieurs personne(s) ciblée(s). La transmission non tangible concerne les traditions, les valeurs, le savoir ou encore le savoir-faire. Il s'agit plus particulièrement d'une transmission liée à la communication car cela repose avant tout sur la transmission d'informations. La transmission de compétences est organisée de manière très régulière sur les plans personnel et professionnel. C'est le cas dans les entreprises où la transmission des compétences entreprise vise à transférer et à partager les connaissances avec différents salariés. Ceci procure une

productivité et une performance plus significatives et donne envie aux salariés impliqués d'apprendre toujours davantage. Les connaissances et compétences visées peuvent être techniques ou relationnelles, d'actualisation, d'optimisation ou encore de développement. Les objectifs visés peuvent concerner l'amélioration de l'efficacité professionnelle, l'approfondissement des pratiques managériales, l'actualisation de compétences actuellement possédées, l'enrichissement personnel et la diversification des compétences déjà acquises. Différentes voies permettent aux individus de développer leurs compétences, et d'autant plus depuis l'essor d'internet. C'est le cas des formations professionnelles en présentiel ou en ligne, la participation à des conférences, les forums, le coaching, etc.

Au niveau de l'entrepreneuriat, la transmission des connaissances et compétences relève de l'approche multidisciplinaire axée sur le management des entreprises. En effet, l'éducation à l'esprit d'entreprendre et d'entreprise est constituée par l'acquisition de compétences transversales et axées sur le développement de la personne (Lecorche et Burger-Helmchen, 2019). Mais le mode de transmission de ces compétences est constamment interrogé. Ceci ouvre d'autres perspectives tels que les communautés de pratiques et les tiers lieux. Ces derniers constituent de nouveaux espaces ouverts d'innovation et de transmission de compétences entrepreneuriales. C'est le cas des organismes d'accompagnement entrepreneurial qui sont de véritables lieux de ressources physiques et d'apprentissage (Lecorche et Burger-Helmchen, 2019). C'est à l'instar de la géographie de l'innovation qui étudie l'influence du lieu sur la production et la transmission des connaissances et des pratiques professionnelles. Aussi, l'accompagnant joue-t-il le rôle d'amplification, de renouvellement ou d'actualisation des compétences entrepreneuriales. Pour ce faire, la méthodologie par projet pourrait être éclairante : travaux de groupe, alternance de théorie et de pratique, construction d'un plan d'affaires, utilisation d'outils de gestion, échanges avec des entrepreneurs pairs et d'autres professionnels d'accompagnement, présentation devant un jury, travail par demi-journée sous la pression, avec des débats et des échanges, avec une rivalité relative entre équipes, etc. L'aspect dynamique du lieu doit être pris en compte ainsi que l'influence des outils numériques sur l'environnement d'apprentissage. Rappelons que l'accompagnement est fondé sur une relation accompagnant-accompagné établie dans la durée et sur la proximité géographique du lieu au sens de Lecorche et Burger-Helmchen (2019). Ces deux auteurs soulignent l'importance de quatre dimensions au niveau du lieu. La dimension phénoménologique renvoie au potentiel de développement et d'échanges stimulant la créativité. La dimension sociologique favorise la mise en confiance et en responsabilité. Quant aux dimensions idéologique et écologique, elles influencent respectivement le choix de projet et la prise en compte de l'importance des ressources locales.

La relation accompagnant/accompagné est de plus en plus considérée comme des liens d'interactions humaines favorables à la clarification et à la structuration du projet entrepreneurial ainsi qu'à l'engagement durable du créateur dans une réalisation économique viable. L'accompagnement s'apparente au coaching qui conduit à mettre l'accent sur l'aspect psychosociologique de l'entrepreneur. Ainsi, la qualité relationnelle traduit la capacité des liens humains à satisfaire les besoins du porteur de projet. Dans la notion de qualité relationnelle, on retrouve la confiance et l'engagement réciproque qui fondent les composantes des relations accompagnant/accompagné. On distingue deux groupes de composantes.

Le premier groupe concerne l'empathie et le soutien. Selon Verzat et Gaujard (2009), l'accompagnant mobilise sa capacité d'empathie et permet à l'accompagné de gérer ses émotions telles que la déprime ou encore l'euphorie. L'empathie est une attitude d'écoute qui permet au créateur de tenir dans le temps face aux multitudes d'incertitudes auxquelles il devra faire face. L'accompagnement équivaut à une relation de soutien entre un entrepreneur naissant et une personne expérimentée ou experte dans le monde des affaires. D'un point de vue psychologique, cette personne motive l'accompagné, lui permet d'acquérir de la confiance en soi et de le sortir de l'isolement. L'empathie est un des piliers des relations accompagnant/accompagné puisqu'elle traduit la capacité du premier à comprendre les sentiments, les ressentis et les aspirations du second.

Le deuxième volet des composantes relationnelles a trait à la bienveillance et à la transaction. Un accompagnant est une personne qui possède des qualités ou qui a une position d'autorité. Il veille avec bienveillance sur l'accompagné moins expérimenté et moins expert. Celui-ci bénéficie d'une fonction de support, de balise et de cadre organisateur de l'action. Par bienveillance, l'accompagnant procède essentiellement à des mises en ordre qui soutiennent l'action de l'accompagné. Il crée des effets de signification qui procurent des ressources pour un autopilotage qu'intériorise l'accompagné. Cet autopilotage baigne dans un environnement favorisé par la possession d'un capital social et familial cerné et renforcé.

1.2. Le micro-entrepreneur accompagné : un entrepreneur au cœur du développement économique-social

1.2.1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat appliqués au micro-entrepreneuriat

Les apports de l'entrepreneuriat à la société et à l'économie concernent la création d'entreprises, la création d'emplois, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprise dans les entreprises et les organisations (ou l'intrapreneuriat) et

l'accompagnement de changements structurels (Fayolle, 2007). Même si de tels apports font consensus, il n'en est pas de même pour le contenu du phénomène entrepreneurial. Celui-ci relève de plusieurs paradigmes. Un paradigme est une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui partagent un même point de vue proposé d'un phénomène étudié (Verstraete et Fayolle, 2004). Les paradigmes structurant le champ du phénomène étudié permettent de fédérer l'ancrage des réflexions dans une base d'interprétations partagées au sein de la communauté. S'inscrire dans un ou plusieurs paradigmes permet d'apprécier les évolutions scientifiques, de donner du sens et de la cohérence à ses propres travaux. A ce titre, quatre paradigmes sont connus au niveau de l'entrepreneuriat (Verstraete et Fayolle, 2004) : l'émergence organisationnelle, l'innovation, l'opportunité et la création de valeur.

L'émergence d'une entreprise ou d'une organisation découle de l'interaction entre le créateur et son environnement. Pour Gartner (1995), le créateur organise le monde qui l'entoure à travers l'entreprise qu'il crée. Sa démarche relève d'une impulsion et d'un processus entrepreneurial (Verstraete, 2003). Ceci suppose souvent des idées originales pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou encore, pour réorganiser l'entreprise existante. L'innovation fait partie des paradigmes de l'entrepreneuriat (Verstraete et Fayolle, 2004). Comme le souligne Drucker (1985), l'innovation est la fonction spécifique de l'entrepreneuriat facilitée par l'ouverture à l'opportunité. Le paradigme de l'opportunité intègre l'approche processuelle (découverte, évaluation et exploitations d'opportunités) et la démarche individuelle (découvreur, évaluateur et exploitateur). L'opportunité peut être perçue, découverte et/ou construite. Les dimensions découverte et construction d'opportunité peuvent être complémentaires. Soit l'opportunité existe et il suffirait d'avoir la capacité à la reconnaître pour se l'approprier et la transformer en réalités économiques. Soit l'opportunité est une construction sociale naissant des interactions et des confrontations entre un individu et l'environnement. Dans cette hypothèse, la vigilance entrepreneuriale permet de révéler les opportunités résultantes des interactions entre acteurs socio-économiques et sous-tendant la création de valeur. Celle-ci ne se limite pas au gain des échanges entre des acteurs économiques par l'intermédiaire des prix déterminés sur le marché. La valeur se relativise à la partie prenante à laquelle l'entrepreneur et son organisation doivent apporter satisfaction. La création de valeur est facilitée par l'innovation. C'est dans ce sens que Verstraete et Fayolle (2005) proposent d'associer à l'entrepreneuriat les quatre paradigmes même si le niveau d'importance diffère suivant le sujet et le terrain d'étude retenus.

La spécificité du champ du micro-entrepreneuriat est plurielle. Même si le micro-

entrepreneur est seul dans son entreprise, il met en place une organisation. Il trouve ses sources dans l'exploitation ou la construction d'opportunité. La construction d'opportunité grâce aux interactions avec l'environnement le pousse à la quête de la nouveauté, source de création de valeur. En élaborant un business plan, le micro-entrepreneur doit déterminer dans quelle mesure son projet crée de la valeur, du moins en termes de rentabilité économique, d'impact social, voire sociétal. C'est dans ce sens que Fayolle et Messeghem (2011) définissent l'entrepreneuriat comme un processus de recherche, de poursuite et d'exploitation d'opportunités, effectué par un entrepreneur ou une équipe entrepreneuriale qui développe une organisation mettant en œuvre une vision stratégique et contribuant à créer de la valeur. Cette vision stratégique est le produit des traits de l'entrepreneur et traduit ce qu'il compte faire ou son futur agir. C'est à ce niveau que Cantillon et Say ont introduit la notion de risque qui se caractérise par l'investissement que réalise l'entrepreneur grâce à ses ressources personnelles, une demande fluctuante et des revenus aléatoires. Cantillon précise d'ailleurs que l'entrepreneur achète une matière première à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain. Même s'il sait saisir ou construire une opportunité en vue de réaliser un profit, il le fait avec des risques. C'est au prix de tels risques qu'il incarne l'innovation technique, la réussite matérielle, le changement et la croissance économiques (Boutillier et Uzunidis, 2014).

Une telle incarnation demeure quel que soit le statut de départ. Trois statuts sont proches : le travailleur indépendant, le freelance et le micro-entrepreneur. A ces trois statuts s'ajoutent l'autoentrepreneur qui cherche un complément de revenu. C'est donc un micro-entrepreneur hybride. La microentreprise constitue le régime simplifié de l'entreprise individuelle. En effet, ce statut est en réalité une option offerte à un entrepreneur individuel. Cette option a été créée pour inciter les futurs entrepreneurs à se lancer sans qu'il ne soit nécessaire de réaliser des démarches administratives trop complexes. Ce régime est très favorable aux entrepreneurs puisqu'ils bénéficient d'un régime simplifié concernant l'aspect fiscal et social. Par ailleurs, le micro-entrepreneur jouit également d'un allègement comptable important. Il est avant tout un créateur d'entreprise : une entreprise individuelle (EI), une entreprise individuelle à responsabilité limitée (EIRL), ou une entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée dont l'associé unique est une personne physique dirigeante de cette société. En lançant sa propre activité, le micro-entrepreneur cherche à créer son propre emploi et en vivre durablement. Dans certaines circonstances, le manque d'épargne ou de capital de départ rend l'initiative complexe. De plus, en raison de l'incapacité à fournir des garanties, les personnes démunies se voient refuser tout accès au crédit. De nos jours, la microfinance rend le crédit accessible aux populations exclues des systèmes

traditionnels (banques et institutions financières) de financement. Il facilite et favorise la participation du plus grand nombre à la création de richesse. Ce concept désigne de petites sommes d'argent prêtées à court terme avec des conditions extrêmement souples, en vue de soutenir des activités offrant des revenus. Cette souplesse favorise le démarrage, la consolidation et la croissance de la microentreprise. Dans les pays en développement, ouvrir sa propre microentreprise permet d'accéder à la liberté personnelle, la sécurité et une certaine satisfaction. Le bénéfice direct demeure l'auto-emploi ou le "self-employment". Beaucoup de microentreprises emploient des membres de la famille ou des amis proches les mettant ainsi à l'abri du besoin. Dans ces pays, le modèle du micro-entrepreneuriat semble être une solution pour l'emploi avec des bénéfices indéniables au niveau social et psychologique.

D'ailleurs, pour être assimilé à l'entrepreneur, le micro-entrepreneur doit être enclin à la croissance, la coordination des ressources et à l'innovation. Rappelons que le statut d'autoentrepreneur a été créé dans le but de faciliter l'accès à l'entrepreneuriat au travers de la simplification des formalités administratives. Un micro-entrepreneur est un propriétaire unique, indépendant, bénéficiant d'une forme moins complexe de sécurité sociale. Une micro entreprise se caractérise par sa petite taille, l'instabilité et la fragilité face aux ressources et au capital ainsi que par les relations affectives (familiales, amicales, voire géographiques, etc.). Par ailleurs, les savoirs productifs sont importants au sein d'une microentreprise pour mieux fonctionner et réussir sur le marché économique. Il s'agit des savoirs techniques, des savoirs de la chaîne de production et du savoir en gestion. Le réseau des connaissances professionnelles dans chacun de ces domaines est très important. Ceci permet de développer des relations privilégiées auprès des partenaires susceptibles de recommander d'autres partenaires d'affaires et de favoriser la croissance économique globale.

La croissance organique s'oppose à la croissance par acquisition ou croissance externe. Penrose définissait la croissance d'une firme comme « essentiellement un processus évolutionniste basé sur un accroissement cumulatif de connaissances collectives ». Pour Janssen, la croissance est le résultat d'un accroissement de la demande pour les produits ou les services de la firme. La croissance est aussi considérée comme « une étape de transformation en regard de la taille et/ou des activités d'une entreprise ». Dans une perspective voisine, Churchill et Lewis considèrent la croissance comme faisant partie de l'évolution naturelle d'une entreprise. Les auteurs divisent la croissance en cinq stades : existence, survie, réussite, envol et maturité des ressources. Masuch décrit aussi la croissance de l'organisation comme une succession de phases de créativité et de maintenance.

Rappelons qu'il existe une relation étroite et positive entre l'entrepreneuriat et la croissance économique d'un pays². Le secteur entrepreneurial contribue au développement de l'économie d'un pays de bien des façons et plus particulièrement en ce qui concerne la création d'emploi et l'apport de service. Un secteur privé fort est un atout essentiel pour une croissance économique pérenne. Le micro-entrepreneuriat est sans aucun doute un facteur majeur du retour à une économie globale robuste³. Les bénéfices sociétaux sont nombreux, et on peut notamment citer l'amélioration nette du niveau de vie des micro-entrepreneurs qui peuvent à leur tour aider d'autres à se sortir de la pauvreté. La montée de la microentreprise permet également de faire tourner l'économie, permettant ainsi de mieux redistribuer les richesses d'un pays. Si les microentreprises sont des réussites, cela peut mener à terme une explosion de la croissance et de la prospérité qui transformerait le paysage économique de nombreuses façons.

Le micro-entrepreneuriat semble donc être une bonne solution aux problèmes et aux changements que rencontre le monde du travail et l'économie en général. Les particularités du micro-entrepreneuriat font de ce mode d'entrepreneuriat un atout pour une économie robuste et pérenne. Ses bénéfices sont indéniables et nombreux, tant sur le plan individuel que sociétal.

1.2.2. Le modèle de recherche centré sur les principaux déterminants du devenir du micro-entrepreneur accompagné

- **Entrepreneur accompagné**

La posture de l'entrepreneur accompagné renvoie à l'appréciation et à l'évaluation de la qualité perçue au travers de l'offre proposée par l'accompagnant. Les compétences de l'accompagnant, la qualité des prestations offertes, le temps de réaction, l'accueil administratif et logistique, sont des indicateurs précieux. A ce titre, lors de la phase de pré-incubation, les structures d'accompagnement sensibilisent, détectent et orientent les porteurs de projet entrepreneurial en évaluant la faisabilité entrepreneuriale du projet, les aspirations du porteur, les ressources matérielles et immatérielles nécessaires et les compétences entrepreneuriales, managériales et techniques qu'exige le marché. Le croisement des aspirations des porteurs du projet, de ses compétences et ressources et des facteurs hiérarchisés de son environnement peut justifier l'intérêt de l'accompagnement. Ce diagnostic préalable du couple projet/porteur de projet permet de mettre l'accent sur les besoins de ce dernier et de l'orienter vers l'incubateur le plus adéquat. Ainsi, la

² Carree, M.A., Stel, A. van, Thurik, A.R., and Wennekers, S. (2002). Economic development in business ownerships: An analysis using 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics: An International Journal*, 19(3), 271-290.

³ CHANDY Rajesh, NARASIMHAN Om, (2011). How micro-entrepreneurs could change the world. *Business Strategy Review*, vol. 22, n°1, p. 52-55.

performance d'une structure de pré-incubation peut être jugée en fonction des aptitudes de ces acteurs à analyser le projet et le porteur du projet et à orienter les besoins de ce dernier vers les meilleures solutions. Les deux outils de la réalisation du projet entrepreneurial, à savoir le plan d'affaires (Business Plan) et le modèle économique (Business Model) font partie de ces solutions. Par ailleurs, il faut souligner que les incubateurs évoluent dans le cadre de trois logiques. Le point de vue des financeurs qui priorisent la performance des structures d'accompagnement mesurée par des indicateurs quantitatifs en termes de l'efficacité et de l'efficience. La logique de certains accompagnés qui ont des attentes en termes de fonds et d'accès aux ressources informationnelles et qui priorisent l'effectivité et l'efficience. Le point de vue des accompagnants qui accordent beaucoup d'importance à la satisfaction de leurs accompagnés et qui mettent l'accent sur l'effectivité.

S'agissant du savoir-faire, il représente l'aptitude de l'accompagnant à transférer des connaissances au porteur de projet. Cette compétence passe par la transformation de savoirs tacites en explicites. L'autonomisation du créateur constitue un savoir-faire que l'accompagnant doit absolument maîtriser afin de permettre au créateur de répondre par lui-même aux futurs problèmes qu'il rencontrera en tant que dirigeant d'entreprise. Ajoutons un autre savoir-faire qui consiste à orienter le créateur vers des partenaires extérieurs de façon à combler le manque de réseau relationnel qui le caractérise. En tant que professionnel de l'accompagnement à la création d'entreprise, le rôle de l'accompagnant consiste en une transmission de connaissances spécifiques. Il doit prendre en compte la dimension du projet, toujours adapter son approche et considérer que les organisations de petite taille ne peuvent s'entendre comme un modèle réduit des grandes entreprises. Il se doit d'adapter sa posture afin de cerner la personnalité de l'entrepreneur, ses compétences, ses savoir-faire et ses enjeux. Dans cette démarche, l'accompagnant supporte et épaula le porteur de projet dans sa quête d'informations, sans toutefois se substituer à lui dans la prise de décisions.

- **Performance économique et réussite personnelle**

- Développement économique et social

Il existe une relation étroite entre la situation dans laquelle se trouve une entreprise en termes de cycle de vie et la détermination de ses objectifs économiques, financiers et sociaux. Globalement, lors des phases de lancement et de croissance l'entreprise cherche à augmenter le chiffre d'affaires sur les marchés ciblés et par ricochet, les effectifs salariés. La détermination de la stratégie tient compte de tels objectifs. Dans le stade de stagnation ou de maturité, l'accent porte sur le maintien des parts de marché avec l'amélioration de la compétitivité grâce à une meilleure

optimisation des coûts et à une réelle rationalisation des activités. En situation de déclin, l'entreprise est amenée à atténuer le niveau des investissements et à se limiter à l'entretien de ses capacités de production.

Généralement, l'accompagnement post-crétion intervient lors de la phase de démarrage ou croissance. Mais aujourd'hui, les entrepreneurs accompagnés doivent répondre à de nouvelles exigences notamment liées à un temps d'accès au marché particulièrement court. Certains de ces entrepreneurs, notamment les plus jeunes, utilisent des solutions ou outils numériques au quotidien.

Au niveau du micro-entrepreneur, les besoins sont souvent d'ordre commercial ou marketing : attirer la clientèle, la conserver et la développer. Pour ce faire, la mobilisation des compétences et d'autres ressources devient un facteur clé de succès. Le capital social fait partie de ces ressources et compétences. Ce capital social est constitué des proches, des amis, des collègues et de l'ensemble de l'écosystème entrepreneurial en présence. Celui-ci se compose d'autres entrepreneurs, des structures d'accompagnement y compris le monde de l'éducation, des financeurs, des organisations professionnelles, des institutions publiques, des réseaux de clients et de fournisseurs. Lors de l'accompagnement, le micro-entrepreneur est sensibilisé à l'existence de ce réseau et à sa mobilisation pour y capter des ressources, des compétences et des occasions d'affaires. Son avenir d'entrepreneur (au sens de succès de carrière, de sécurité financière, de potentiel d'idée, d'estime sociale, etc.) s'en trouvera renforcé.

- Potentiel de l'idée

Chez l'entrepreneur, le potentiel d'idée peut être assimilé à la capacité créative. Plus concrètement, la créativité peut être définie comme la création d'un produit nouveau et utile, des idées aux objets concrets. La créativité liée à l'innovation dans le cadre du processus entrepreneurial est définie comme la capacité de développer des produits, des idées ou des solutions à des problèmes nouveaux qui sont utiles à l'entrepreneur individuel et/ou à l'équipe dans la poursuite d'un projet entrepreneurial. Elle sert d'interaction entre les compétences, les processus et l'environnement, et peut être considérée comme la première étape du processus d'innovation. Celle-ci requiert la capacité à générer des concepts nouveaux et utiles, découvrir des problèmes, identifier des opportunités de conception et résoudre des contradictions (Llamas et al., 2019). Au même titre que l'enseignement supérieur, l'accompagnement peut améliorer la créativité dans un environnement axé sur l'acquisition des compétences transversales ou entrepreneuriales. La volonté et la prédisposition de l'accompagnant sont fondamentales pour établir un

environnement propice à l'encouragement de la créativité considérée comme un élément central du succès entrepreneurial. Il est donc crucial pour un entrepreneur de développer une pensée créative et d'être entouré des personnes capables de transformer ces pensées en innovations. A ce titre, l'accompagnant doit démontrer ses propres compétences transversales qui deviennent un sujet commun dans le domaine du conseil en entrepreneuriat (López et Rodríguez-López, 2020). Les compétences transversales de l'accompagnant peuvent être puisées dans la liste des capacités de Gómez-Gasquet et ses co-auteurs (Gómez-Gasquet et al., 2018). Il s'agit de treize compétences génériques ou transversales : Compréhension et intégration, Application et réflexion pratique, Analyse et résolution de problèmes, Innovation/créativité et esprit d'entreprise, Conception de projets, Travail d'équipe et leadership, Responsabilité professionnelle et éthique, Communication efficace, Pensée critique, Connaissance de l'environnement et de la société, Apprentissage continu, Planification et gestion du temps et Spécificité instrumentale.

- Réussite entrepreneuriale

La réussite entrepreneuriale peut se caractériser au niveau personnel mais également au niveau sociétal. En effet, au niveau personnel, cela peut être le fait de réussir à équilibrer la vie professionnelle et personnelle. C'est le fait d'être reconnu par l'entourage mais également de réussir à ouvrir sa propre entreprise, de s'épanouir dans le domaine désiré, d'apprendre sur le métier, de se dépasser, de se développer personnellement. C'est aussi le fait de gagner en clientèle et un revenu économique. Cela peut être également le fait d'apporter du bien-être aux clients. L'entrepreneur retire une satisfaction personnelle de savoir que ses clients ont été satisfaits car cela signifie que leur travail est apprécié par les clients (Lebègue, 2015). La réussite au niveau sociétal va être la réussite autour de l'entreprise que les entrepreneurs vont créer. En effet, la capacité d'entreprendre et de savoir faire face à ces situations devient essentielle surtout dans un secteur concurrentiel (Ganoan et Gempes, 2020). En général, la qualité de vie prend en compte tous les facteurs qui influencent l'état de notre vie, comme la santé physique, l'état psychologique, le niveau d'indépendance, les relations sociales, les croyances personnelles et la relation avec l'environnement (DasGupta, 2018). Il faut également être capable de se gérer soi-même lorsque la situation devient difficile et implique des compétences affectives, cognitives et psychologiques. C'est alors important de savoir s'adapter en trouvant des solutions et des ressources appropriées.

Plusieurs éléments semblent entrer en jeu dans la réussite entrepreneuriale. Nous retrouvons le travail, l'expertise d'un individu, mais aussi la réactivité, la capacité à communiquer, ou encore la créativité afin de se démarquer de la concurrence ou

attiser l'effet de curiosité. Par ailleurs, d'autres éléments peuvent être cités comme la persévérance, la résilience, ainsi que les capacités relationnelles. Pour de nombreux individus, les facteurs de réussite reposent davantage sur la détermination car c'est cette composante qui pousse les individus à mener des actions. Ensuite, il s'agit de la volonté de créer de la valeur à travers la solution apportée aux clients au regard de leurs besoins. C'est aussi une manière de rechercher la singularité et la différenciation à travers une certaine agilité, une réelle capacité d'innovation et de créativité dans un contexte concurrentiel. Enfin, le caractère ambitieux de l'entrepreneur joue un rôle important. Le terme ambitieux relève d'un désir de succès. L'entrepreneur ambitieux est un individu qui est déterminé à réussir son projet entrepreneurial dans la perspective de la croissance économique, de la création d'emploi, de l'innovation et de la productivité. L'entrepreneur ambitieux cherche à développer des performances hors normes grâce à la motivation et aux compétences entrepreneuriales.

Par opposition à la réussite, l'échec entrepreneurial peut être défini comme la renonciation à un projet entrepreneurial, qu'il s'agisse d'un choix contraint ou volontaire mais aussi à la fermeture d'une entreprise nouvellement lancée. Cette notion peut donc se référer à la cessation de toute nouvelle création ou activité entrepreneuriale. Des auteurs comme De Castro (1999) et Thornhill (2000) ont tenté de mettre en relation l'échec entrepreneurial avec la faillite, l'insolvabilité, ainsi que la défaillance d'une structure. Divers facteurs peuvent entraîner une telle situation. Il peut s'agir de raisons économiques, psychologiques, organisationnelles mais aussi structurelles. L'aspect économique est lié à la performance économique d'une entreprise, et donc à ses ressources. L'aspect psychologique se définit par la déception de l'entrepreneur quant aux attentes qu'il a pu énoncer initialement. Ensuite, les facteurs organisationnels sont généralement en lien avec les problèmes rencontrés au niveau de l'organisation de la structure, ce qui peut engendrer un problème d'efficacité et contrer l'optimisation des performances de l'entreprise. Par ailleurs, d'autres facteurs peuvent tenter d'apporter des explications à l'échec entrepreneurial. L'environnement managérial, soit, la qualité, la motivation ou encore les compétences des membres d'une équipe, sont autant d'éléments pouvant être à l'origine d'une défaillance de l'organisation. Enfin, les caractéristiques personnelles du dirigeant, et donc le statut, l'âge, le niveau d'études, les antécédents ou encore l'attitude sont susceptibles de rendre la structure plus encline à l'échec entrepreneurial.

Le succès d'une entreprise peut ainsi être défini comme sa viabilité. Les facteurs clés du succès relèvent de la capacité de communication interpersonnelle, des canaux d'obtention de fonds ainsi que de l'expérience des propriétaires. Des facteurs

psychologiques tels que l'innovation, les attitudes face au risque ou encore les compétences de planification ont également un impact important sur la performance de l'entreprise. La connaissance et l'expérience du marché local jouent un rôle clé dans la réussite de toute entreprise. Un grand nombre de chercheurs croient que les facteurs environnementaux et les compétences en gestion des propriétaires sont les plus importants pour la réussite des petites entreprises. Trois catégories de compétences interviennent : la formation en gestion et l'environnement externe, les compétences psychologiques et personnelles et les compétences techniques.

1.2.3. L'opérationnalisation des concepts et principales hypothèses

- Opérationnalisation des concepts clés

Tableau n°1 - Au niveau des motivations et de légitimité entrepreneuriales

Principales dimensions	Items de mesure
Pull	<ul style="list-style-type: none"> - Liberté / indépendance - Se tester soi-même - Tester une activité avant de passer à une entreprise plus classique - Être autonome : organiser son temps de travail comme on le souhaite - Exercer son activité ou métier à sa manière - Satisfaire sa préférence pour le travail en solo - Créer une activité nouvelle / innovante
Push	<ul style="list-style-type: none"> - Sortir du chômage - Compléter un temps partiel de salariat - Équilibrer sa vie professionnelle et sa vie personnelle - Retrouver du sens et de l'éthique dans son travail - Améliorer sa rémunération - Aller dans le sens de l'incitation de la famille ou de l'entourage
Légitimité : estime sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Confiance des personnes importantes - Capacité de collaborer avec toutes les parties prenantes - Satisfaction des attentes des proches - Crédibilité auprès de clients réels ou potentiels - Réputation de l'entreprise

Tableau n°2 - Au niveau du soutien des pouvoirs publics et des relations d'affaires

Principales dimensions	Items de mesure
Soutien des pouvoirs publics	<ul style="list-style-type: none">- Aide à la digitalisation- Fonds de relance- Investissement dans le matériel ou les agencements
Relations d'affaires	<ul style="list-style-type: none">- Famille- Amis et autres proches- Relations professionnelles : collègues- Clients- Fournisseurs- La connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés- Collaboration entre créateurs en termes d'accès et de partage de ressources (bureaux, services communs, ressources humaines)

Tableau n°3 - Au niveau du contenu de l'accompagnement

Principales dimensions	Items de mesure
Contenu des prestations et des relations accompagnant - acoompagné	<ul style="list-style-type: none">- L'accueil administratif et logistique- La durée de l'accompagnement- Le nombre de rendez-vous- La répartition des entretiens individuels/collectifs- L'adaptation à vos besoins- Les délais de réponse de votre conseiller- La fréquence des contacts- La disponibilité du conseiller- L'expertise de votre conseiller- La qualité relationnelle du conseiller

Contenu des compétences entrepreneuriales

- L'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...)
- L'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation)
- L'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe)
- Les échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers
- L'élaboration des supports : Business plan, études de marché, etc.
- Compétences et conseils marketing : développement des nouveaux produits et services
- Présentation de l'idée/projet aux banques/partenaires financiers
- Gestion efficace de l'entreprise
- Accomplissement des rôles que requiert le poste de dirigeant
- Capacité à réussir

Tableau n°4 - Au niveau de la réussite

Principales dimensions

Items de mesure

Performance commerciale

- Progression du chiffre d'affaires ou des ventes
- Progression de la part de marché
- Perspectives de pérennité
- Adaptation des produits et services par rapport au marché

Performance personnelle

- Peur d'investir plus d'argent dans l'entreprise
- Peur de perdre tout ce qui est investi dans l'entreprise
- Peur de manquer d'argent dans l'entreprise
- Peur de ne pas avoir de revenus suffisants pour vivre
- Peur qu'un échec de l'entreprise ait des conséquences financières sur ma famille
- Peur que l'idée principale qui guide l'entreprise ne réussisse pas

- **Principales hypothèses : leviers sous-tendant l'intention du micro-entrepreneur de développer son affaire**

Le dictionnaire « Larousse » définit l'intention comme une disposition d'esprit par laquelle on se propose délibérément un but. C'est le fait de se proposer un but ou un dessein ferme et prémédité. Elle peut découler de la propension entrepreneuriale au sens d'une « inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale » (Fayolle, 2000 ; p. 405). C'est également un « arrangement des caractéristiques psychologiques et d'expériences professionnelle » assurant l'accroissement de la probabilité de tenter l'aventure entrepreneuriale (Learned, 1992, p. 40). La propension entrepreneuriale du micro-entrepreneur qui veut développer son affaire est influencée par la famille, les proches, la formation et les expériences entrepreneuriales. La carrière entrepreneuriale est alors perçue comme un réel devenir professionnel favorisé par les motivations personnelles et les normes sociales perçues. Le modèle du comportement planifié postule que les intentions façonnées par les facteurs de motivations et d'aptitudes sont un antécédent fondamental du comportement réel (Ajzen, 1991). De même, Fishbein et Ajzen (2011) suggèrent également qu'une fois que les intentions auront été formées, les individus seront fortement enclins à agir conformément à ces intentions lorsque l'occasion se présentera. Cette opinion a été appuyée dans un certain nombre de domaines où il a été démontré que les intentions prédisent de manière significative le comportement. Par exemple, la méta-analyse multidisciplinaire de Sheeran (2002) a montré que les intentions expliquaient environ 28% du comportement réel. Depuis lors, de nombreux chercheurs ont continué à montrer un lien significatif entre les intentions et les comportements dans plusieurs domaines, y compris l'entrepreneuriat. C'est le cas de Shirokova et al. (2016) qui ont montré l'existence d'une relation significative entre les intentions et l'activité entrepreneuriale chez des étudiants de 34 pays. De même, s'appuyant sur les données des répondants en Finlande, Van Gelderen et al. (2015) ont montré que la force des intentions entrepreneuriales était positive et liée de manière significative aux actions entrepreneuriales des individus. En outre, Kautonen et al. (2015) ont également soutenu une corrélation positive et significative entre les intentions d'entreprise et les actions entrepreneuriales à l'aide des données d'une étude longitudinale menée auprès de participants de l'Autriche et de la Finlande. Enfin, Shinnar et al. (2018), à l'aide de données longitudinales recueillies sur quatre ans auprès de répondants aux États-Unis, ont, par ailleurs, confirmé le lien positif existant entre les intentions entrepreneuriales et le comportement réel.

On peut alors postuler que le micro-entrepreneur, fort de ses premières réussites, peut former l'intention de développer son affaire et passer au statut de l'entrepreneur classique. Cette intention nous renvoie aux cinq hypothèses consignées dans les encadrés ci-dessous.

H1 – La mobilisation des réseaux, des aides et des sources de financement impacte l'intention du micro-entrepreneur de développer son affaire

H1a- La mobilisation du réseau des proches et d'affaires impacte positivement l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H1b- L'accès aux financements influence l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H1c- La sollicitation de l'aide auprès des pouvoirs publics pour la digitalisation et/ou pour les investissements dans le matériel ou l'agencement favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H1d- Les relations d'affaires constituées de professionnels favorisent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H1e- Les relations d'affaires constituées de professionnels favorisent l'intention d'embaucher du personnel

H1f- Le niveau de perception de l'aide à la digitalisation des services et activités favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H1g- Le niveau de perception de l'aide à la digitalisation des services et activités favorise l'intention d'embaucher du personnel

Les intentions sont supposées capter les facteurs de motivation qui influencent un comportement. Elles indiquent à quel point les gens sont prêts à essayer, à quel point ils prévoient de faire des efforts pour adopter un comportement donné. Généralement, plus l'intention de s'engager dans un comportement est forte, plus ses possibilités de réalisation sont élevées. Cependant, il est clair qu'une intention ne peut traduire l'expression d'un comportement réel que si ce comportement est volontaire, c'est-à-dire si la personne peut décider d'effectuer ou non le comportement. Bien que certains comportements satisfassent assez bien à cette exigence, la performance de la plupart dépend, au moins, de facteurs contraignants tels que la disponibilité des opportunités et des ressources requises (temps, argent, compétences, implication des autres) (Ajzen, 1985). Globalement, ces facteurs représentent le contrôle réel du comportement par les individus. Si un individu dispose des moyens et des ressources nécessaires, et manifeste l'intention d'adopter ce comportement, il devrait y parvenir. La mobilisation des réseaux d'affaires, les aides et les sources de financement accessibles font partie de ces ressources. Il en est également du capital relationnel qui favorise l'accès à certains financements, à l'acquisition de clients, de fournisseurs et d'autres partenaires importants.

On peut alors postuler que le micro-entrepreneur, fort de ses premières réussites, peut former l'intention de développer son affaire et passer au statut de

l'entrepreneur classique. Cette intention nous renvoie aux cinq hypothèses consignées dans les encadrés ci-dessous.

H2 – Les caractéristiques et les motivations personnelles du micro-entrepreneur influencent son intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H2a- Les caractéristiques personnelles du micro-entrepreneur impactent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H2b- Les motivations intrinsèques (liberté/indépendance, autonomie, créer une activité nouvelle/innovante, équilibre vie professionnelle et ma vie personnelle) du micro-entrepreneur favorisent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H2c- Les motivations intrinsèques (liberté/indépendance, autonomie, créer une activité nouvelle/innovante, équilibre vie professionnelle et ma vie personnelle) du micro-entrepreneur favorisent l'intention d'embaucher du personnel

H2d- Les motivations extrinsèques (sortir du chômage, compléter un temps partiel de salariat, améliorer ma rémunération, incitation de l'entourage/famille) du micro-entrepreneur impactent défavorablement l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H2e- La conciliation vie professionnelle et vie familiale favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société (Duchene et Rusin, 2002 ; Cornet et Constantinidis, 2004)

H2f- La conciliation vie professionnelle et vie familiale favorise l'intention d'embaucher du personnel

Les travaux de Shaw et Sorensen (2017) consolident notre deuxième hypothèse. Ces auteurs rappellent les déterminants de l'acquisition des compétences entrepreneuriales. Il s'agit de la formation, l'expérience professionnelle de salarié, les relations avec les collègues de travail, les responsabilités assurées, la famille et la communauté. De tels déterminants jouent un rôle dans l'apprentissage pour devenir entrepreneur. L'âge et d'autres caractéristiques personnelles interviennent au niveau de cet apprentissage favorable au développement des actions entrepreneuriales. Le micro-entrepreneur enclin au développement de son activité se comporte comme les serial entrepreneurs. Selon les études réalisées par Shaw et Sorensen (2017), ils passent du micro-entrepreneuriat à une SARL. Il s'agit des hommes, de niveau d'études d'au moins Bac+2 qui lancent leur affaire avec au moins un salarié. Le niveau d'études impacte favorablement leurs performances entrepreneuriales. Les diplômés universitaires ont des performances commerciales (niveau des ventes) plus élevées de 10%. Ils ont aussi un léger avantage en termes de

pérennité et de risque de faillite. Ils sont souvent enclins au continuum entre les motivations pull et push. Le contenu de ce continuum de motivation concerne le gain monétaire, l'accomplissement, la recherche de liberté et d'indépendance ainsi que la perte d'emploi (Gabarret et vedel, 2012).

H3 – La satisfaction du micro-entrepreneur accompagné à travers les prestations fournies par l'accompagnant influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H3a- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné au niveau de l'accompagnement favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H3b- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné au niveau de l'accompagnement favorise l'intention d'embaucher du personnel

H3c- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné en termes de connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H3d- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné en termes de connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés favorise l'intention d'embaucher du personnel

H3e- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...) favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H3f- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...) favorise l'intention d'embaucher du personnel

H3g- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation) favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H3h- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation) favorise l'intention d'embaucher du personnel

H3i- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances,

marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe) favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H3j- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe) favorise l'intention d'embaucher du personnel

La satisfaction de l'entrepreneur accompagné passe par la perception des compétences acquises et/ou actualisées. Pour Obrecht (2011), l'individu doit posséder certaines fonctionnalités pour avoir l'étiquette d'entrepreneur. Ces fonctionnalités se résument en la capacité d'innover, de créer, de s'adapter, de développer et diriger, de savoir prendre des risques et de pouvoir passer à l'acte. Ces mêmes fonctionnalités sont des aptitudes au sens des dispositions naturelles, des habiletés, des capacités de l'individu qui lui permettront de se diriger vers l'entrepreneuriat (Gasse, 2005). Si les compétences relèvent d'une combinaison de capacités, de techniques et de connaissances, les aptitudes les expliquent et les traduisent. Ce sont les aptitudes qui font que l'on fait des tâches à un niveau plus élevé que le standard requis. Elles seraient la base des cinq axes de compétences entrepreneuriales mises en évidence par Jansen et Chandler (1992). Ces compétences concernent la capacité à identifier et exploiter des opportunités d'affaires (identifier des biens ou des services dont les individus ont besoin, choisir les produits, optimiser les bénéfiques...), la capacité à travailler intensément (faire de gros sacrifices, important self-control, refus de perdre...), la capacité à diriger des individus (organiser le travail, motiver les individus, superviser, maximiser les résultats...), la capacité politique à affirmer sa position dans un réseau d'affaires (obtenir le support de personnes clés, sentir les personnes avec de grosses ressources...) et la capacité technique (expertise technique, rester sur son domaine d'expertise...).

H4- Le niveau de perception de succès de carrière et de performance socioéconomique influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H4a- Le niveau de perception de succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H4b- Le niveau de perception de succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur favorise l'intention d'embaucher du personnel

H4c- Le niveau de perception de perspectives de pérennité favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H4d- Le niveau de perception de perspectives de pérennité favorise l'intention d'embaucher du personnel

H4e- Le niveau de perception de progression du chiffre d'affaires ou des ventes favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H4f- Le niveau de perception de progression du chiffre d'affaires ou des ventes favorise l'intention d'embaucher du personnel

H4g- Le niveau de perception des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H4h- Le niveau de perception des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services favorise l'intention d'embaucher du personnel

Le micro-entrepreneur enclin au développement de son affaire a besoin d'un niveau d'efficacité personnelle élevée. Les individus ayant un sentiment d'efficacité personnelle (SEP) faible dans un domaine particulier évitent les tâches difficiles qu'elles perçoivent comme menaçantes. Ces personnes détiennent des niveaux faibles d'aspiration et une faible implication par rapport aux buts qu'elles ont choisis. Confrontées à des difficultés, elles butent sur leurs déficiences personnelles, sur les obstacles et sur les conséquences négatives de leurs actes plutôt que de se concentrer sur la façon d'obtenir une performance satisfaisante. Elles diminuent leurs efforts et abandonnent rapidement face aux difficultés. Elles sont lentes à retrouver leur sens de l'efficacité après un échec ou un délai dans l'obtention de résultats. Elles considèrent une performance insuffisante comme la marque d'une déficience d'aptitude et le moindre échec entame leur foi en leurs capacités. Ces caractéristiques minimisent les opportunités d'accomplissements et exposent l'individu au stress et à la dépression. Au contraire, un SEP élevé augmente les accomplissements et le bien-être personnel de plusieurs façons. Les personnes avec une forte assurance concernant leurs capacités dans un domaine particulier considèrent les difficultés comme des paris à réussir plutôt que comme des menaces à éviter. Une telle approche des situations renforce l'intérêt intrinsèque et approfondit l'implication dans les activités. Ces personnes se fixent des buts stimulants et maintiennent un engagement fort à leur égard. Elles augmentent et maintiennent leurs efforts face aux difficultés. Elles recouvrent rapidement leur sens de l'efficacité après un échec ou un retard. Elles attribuent l'échec à des efforts

insuffisants ou à un manque de connaissances ou de savoir-faire qui peuvent être acquis. Elles approchent les situations menaçantes avec assurance car elles estiment exercer un contrôle sur celles-ci. Cet ensemble de caractéristiques d'auto-efficacité favorise les accomplissements personnels, réduit le stress et la vulnérabilité face à la dépression.

H5 - Niveau de perception de la peur de l'échec et de risque de marché influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H5a- Le niveau de perception de la peur qu'un échec de l'entreprise ait des conséquences financières sur la famille favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H5b- Le niveau de perception de la peur qu'un échec de l'entreprise ait des conséquences financières sur la famille favorise l'intention d'embaucher du personnel

H5c- Le niveau de perception de la peur de ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert le poste de dirigeant de microentreprise favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H5d- Le niveau de perception de la peur de ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert le poste de dirigeant de microentreprise favorise l'intention d'embaucher du personnel

H5e- Le niveau de perception de la peur de ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de la microentreprise favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H5f- Le niveau de perception de la peur de ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de la microentreprise favorise l'intention d'embaucher du personnel

H5g- Le niveau de perception de la peur de perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour le micro-entrepreneur favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H5h- Le niveau de perception de la peur de perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour le micro-entrepreneur favorise l'intention d'embaucher du personnel

H5i- Le niveau de perception de la peur que l'idée principale qui guide la microentreprise ne réussisse pas favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

H5j- Le niveau de perception de la peur que l'idée principale qui guide la microentreprise ne réussisse pas favorise l'intention d'embaucher du personnel

H5k- Le niveau de perception de la peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services de la microentreprise sur le marché favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

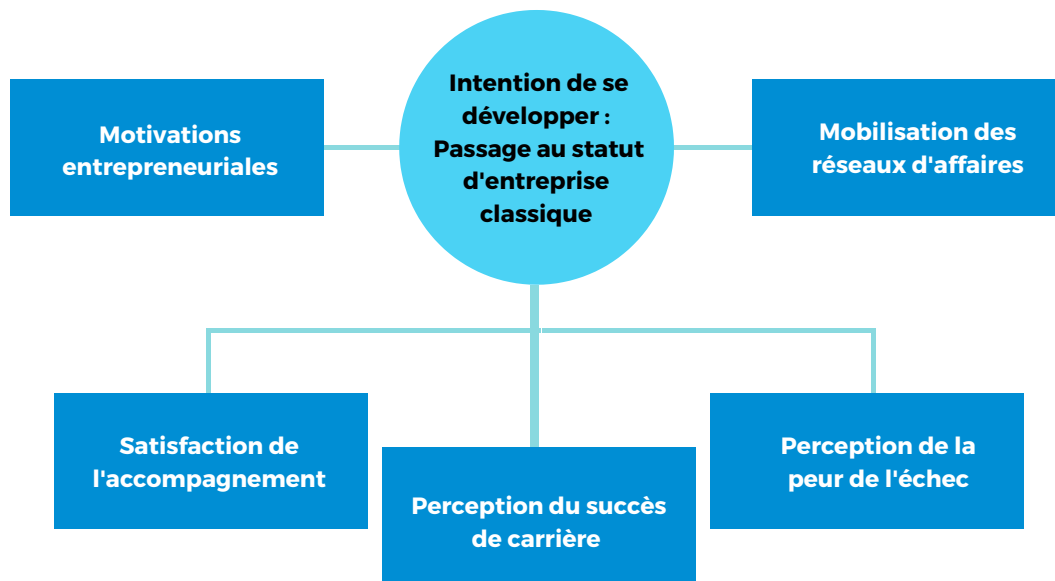
H5l- Le niveau de perception de la peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services de la microentreprise sur le marché favorise l'intention d'embaucher du personnel

Selon la théorie du comportement planifié, la performance d'un comportement est une fonction conjointe des intentions et du contrôle comportemental perçu. Pour une prédiction précise, plusieurs conditions doivent être remplies. D'abord, les mesures d'intention et de contrôle comportemental perçu doivent correspondre (Ajzen et Fishbein, 1977) ou être compatibles (Ajzen, 1988) au comportement à prédire. Cette compatibilité concerne les dimensions motivationnelles et d'aptitudes. En effet, les motivations et les aptitudes doivent interagir et être en rapport avec le comportement qui présente un intérêt dans un contexte donné. Pour une prédiction comportementale, il est nécessaire de prendre en compte les changements qui peuvent s'opérer dans cette interaction. Les événements intervenus peuvent entraîner des changements d'intention ou de perception du contrôle du comportement, ce qui a pour effet que les composantes motivationnelles et d'aptitudes ne permettent plus une prédiction précise du comportement. La validité prédictive du comportement entrepreneurial a trait à la dynamique de ces composantes motivationnelles et d'aptitudes susceptibles de conduire à l'action.

Par ailleurs, l'action entrepreneuriale est perçue comme une construction ciblée, façonnée par l'entrepreneur et le fruit d'une relation qu'il entretient avec le monde par ses actes. Aussi, l'action entrepreneuriale est-elle la relation établie entre la situation présente et le futur grâce à la mobilisation des dimensions motivationnelles et d'aptitudes. Elle passe par la capacité à imaginer des dispositions visant à changer une situation existante en une situation préférée. Elle est constituée de l'ensemble des événements qui lient le présent et l'avenir. En décrivant d'abord ses ambitions, l'entrepreneur part du futur vers le présent de façon interactive (Filion, 1991). Il construit un scénario qui s'organise autour d'un jeu d'hypothèses probables ou de confrontations multiples pour orienter sa vision en lien avec le contexte dans lequel il se projette. Sa vision progresse en tenant compte de ces confrontations et de la solidité du scénario suggéré. Et comme l'action entrepreneuriale se loge dans une logique située, il est nécessaire de développer des systèmes d'évaluation appropriés, plutôt que d'utiliser des systèmes d'évaluation basés sur une causalité linéaire (Saravathy, 2001).

En définitive, les cinq hypothèses ci-dessus exposées fondent notre modèle de recherche schématisé par la figure ci-après.

Figure n°1 - Structuration du modèle de recherche relatif au micro-entrepreneur ambitieux



Pour mesurer la dynamique entrepreneuriale des micro-entrepreneurs suivant la figure ci-dessus, la grille des questions doit s'articuler autour de trois dimensions : le micro-entrepreneur, son entreprise ou activité, les relations entre les deux et le niveau de satisfaction issue de l'accompagnement.

La méthodologie retenue est de perspective combinatoire avec les dimensions qualitative et quantitative afin de réduire la subjectivité. La dimension quantitative concerne les micro-entrepreneurs eux-mêmes alors que la démarche qualitative est réservée aux accompagnants. Les échantillons à construire seront de convenance. Les résultats fourniront des indications précieuses. Mais celles-ci ne pourront être généralisées qu'avec prudence.

1.2.4. Les principaux éléments de méthodologie

- **Rappel des objectifs de l'étude**

Au niveau direct des micro-entrepreneurs, les objectifs fondamentaux de notre étude s'articulent autour de trois points essentiels qui suivent.

- Les principaux profils des micro-entrepreneurs à travers leurs secteurs d'activité, leurs besoins, leurs motivations, leur vision d'avenir, notamment l'évolution de la microentreprise en une autre forme de structure d'entreprise classique.
- La place de la micro-activité pour le micro-entrepreneur : une activité principale ou secondaire, la répartition entre l'activité principale et l'activité secondaire.
- Les principales attentes auprès des structures d'accompagnement, les niveaux de satisfaction et les principales difficultés ou insuffisances rencontrées.

Il est d'abord question d'appréhender la qualité de l'axe montage de projet du dispositif « Chéquier Starter ». L'objectif revient à cerner le niveau de satisfaction des accompagnés bénéficiaires au regard de leurs besoins de micro-entrepreneur naissant (moins de 6 mois), nouveau (6 à 42 mois) ou établi (plus de 42 mois). Durant le processus de montage de projet et d'accompagnement, plusieurs services sont proposés pour faciliter et favoriser la pérennité du projet. L'étude est consacrée aux micro-entrepreneurs qui occupent une grande partie des accompagnés du présent dispositif. Il s'agit d'identifier le type de profils des micro-entrepreneurs, les motivations et pratiques d'affaires du micro-entrepreneur (choix du statut de micro-entrepreneur, la question de l'embauche et l'évolution de la microentreprise en une autre forme de structure d'entreprise). Au-delà de la nature, du contenu et du cadre de ces services, les compétences de l'accompagnant dans la captation de l'écosystème entrepreneurial du territoire et dans la prise en compte des capitaux psychosociologiques du porteur de projet sont déterminants. Plus précisément, le niveau de satisfaction de l'accompagné est mesuré à partir :

- Du contenu de l'accompagnement global : Compétence perçue de l'accompagnateur, Efficacité du processus, Satisfaction de l'accompagné, Echelle succès de carrière, Implication dans le projet et Développement économique et social ;
- Du contenu de la peur de l'échec : Sécurité financière, Capacité personnelle, Menace pour l'estime sociale, et Potentiel de l'idée.

Il s'agit également de mieux comprendre les attentes des micro-entrepreneurs, les particularités rencontrées lors du processus d'accompagnement et les moyens mis en place par l'accompagnateur pour satisfaire au mieux leurs besoins tout au long de l'accompagnement. Les attentes des micro-entrepreneurs qui sont mesurées tiennent compte de leurs profils, les difficultés rencontrées et les solutions proposées par les opérateurs d'accompagnement. Les contenus de l'accompagnement sont de nature à appréhender le niveau de satisfaction des bénéficiaires post-crétion du programme régional « Chéquier STARTER ». Plus précisément, dans le cadre de l'amélioration continue de ce dispositif, la Région Hauts-de-France souhaite recueillir l'ensemble des avis des micro-entrepreneurs post-crétion ayant été accompagnés de manière plus ou moins continue. Ces avis sont renforcés par la perception des opérateurs ou accompagnateurs. Pour ce faire, nous avons réalisé une étude quantitative sur la base d'un questionnaire administré aux accompagnés et une étude qualitative sur la base d'un guide d'entretien destiné aux accompagnateurs.

- **Principaux thèmes structurant le questionnaire de l'étude**

La base du questionnaire est issue des résultats de l'étude de l'année dernière

relative à l'accompagnement post-crédation. Cette base est enrichie de l'état de l'art en termes d'échelles de mesure de l'efficacité de la politique publique d'accompagnement entrepreneurial. Le questionnaire définitif est organisé autour de quatre axes. Les deux premiers axes ciblent les motivations et la satisfaction générale au niveau de l'accompagnement du micro-entrepreneur en tenant compte de la motivation du choix du statut de micro-entrepreneur, de l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ou entreprise classique (voire d'embaucher du personnel), des pratiques d'affaires et de la prise de connaissance du site internet dédié au dispositif « chéquier STARTER ». Le troisième axe vise la satisfaction des sondés par rapport à l'opérateur qui les a accompagnés dans leur processus entrepreneurial prenant en compte l'accueil administratif et logistique ainsi que la nature et l'intensité relationnelles générées. La prise en compte des conditions de base de l'accompagnement, la connaissance des démarches administratives et des techniques ou des outils de pilotage du démarrage des affaires, la sensibilisation aux valeurs et compétences transversales, l'ouverture aux ressources et compétences écosystémiques, la nature et l'intensité de l'accompagnement sont ainsi passés en revue. Dans le troisième axe, sont prises en compte les dimensions concernant la compétence perçue de l'accompagnateur, l'efficacité du processus, les principaux apports, l'échelle succès de carrière perçue par l'accompagné, l'implication de ce dernier dans le projet et le développement économique et social réalisé ou attendu. Dans la foulée, le quatrième axe est centré sur les dimensions relatives à la sécurité financière, à la capacité personnelle, à la menace pour l'estime sociale et au potentiel de l'idée. Un dernier volet est réservé aux facteurs d'identification de l'enquêté. L'enchaînement des questions obéit au principe de l'entonnoir, soit du plus général au plus particulier, afin d'instaurer une certaine confiance et de permettre aux sondés de s'exprimer librement. Au final, le questionnaire est articulé autour de deux types de questions :

- Des questions fermées à échelle ordinale à 7 points (de très satisfait à pas du tout satisfait) ;
- Des questions fermées dichotomiques (oui, non, je ne sais pas).

- **Administration du questionnaire**

Même si notre démarche s'inscrit dans le paradigme de Churchill, un pré-test a été réalisé auprès de 15 personnes faisant partie de la population des enquêtés. L'objectif de ce pré-test est d'évaluer la qualité et la compréhension de ce même questionnaire. À la suite, des éléments de correction ont été apportés pour le rendre plus accessible. Pour le diffuser auprès de la population enquêtée, le « LimeSurvey » du site de l'ULCO a été utilisé. C'est un logiciel de diffusion sécurisée de questionnaire qui présente des atouts considérables. En effet, la diffusion se fait rapidement, il suffit simplement d'envoyer l'URL aux personnes que l'on souhaite

cibler. Par ailleurs, la base de données soigneusement anonymes se transfère directement au logiciel SPSS.

Il a été publié de la mi-octobre à la mi-décembre 2021 et soumis à la population cible composée de 4994 micro-entrepreneurs post-créateurs bénéficiaires du « chéquier STARTER » avec 2253 hommes (45,11%) et 2740 femmes (54,87%). Après avoir obtenu 352 questionnaires exploitables sur 585 réponses en ligne, nous avons fait le choix de lancer une vaste opération d'appels téléphoniques sur 4 semaines. Près de 10% des personnes de la base n'ont pas répondu à l'appel téléphonique. A l'arrivée, nous sommes parvenus à 736 questionnaires exploitables, soit 15% de la population ciblée. Les répondants effectifs sont composés de 467 femmes (63,5%) et 269 hommes (36,5%). Le taux peut être considéré comme satisfaisant avec le déséquilibre entre les hommes et les femmes. Les micro-entrepreneuses ont été beaucoup plus réceptives que leurs homologues micro-entrepreneurs. La base de données constituée des 736 questionnaires est exploitée à l'aide du logiciel SPSS.

- **Principaux thèmes structurant le guide d'entretien et l'administration du guide**

Le guide d'entretien est structuré en quatre thèmes, le premier thème : Profils des micro-entrepreneurs est composé de questions permettant de dégager le profil type des micro-entrepreneurs accompagnés par les accompagnateurs des différentes structures d'accompagnement c'est-à-dire le genre, l'âge, le niveau d'études prédominant, la microentreprise comme activité principale ou secondaire, etc. Le deuxième thème comporte les questions sur les besoins des micro-entrepreneurs. Il est question également de comprendre si les moyens mis en place par les accompagnateurs répondent aux attentes des micro-entrepreneurs. Le thème 3 relatif à l'accompagnement décrypte ce sujet à travers des questions sur la relation tissée entre accompagné et accompagnateur, le nombre de rendez-vous, la fréquence des contacts, les difficultés rencontrées par les accompagnés micro-entrepreneurs etc. Enfin le dernier et quatrième thème traite des solutions proposées. Ce thème s'articule autour de la spécificité du processus d'accompagnement des micro-entrepreneurs et le bon accompagnement à disposer aux micro-entrepreneurs. Un dernier volet permet d'identifier l'accompagnateur interrogé à travers le nom, le sexe, l'âge, la profession, la structure d'accompagnement et le département. Au final, le guide d'entretien est essentiellement focalisé sur des questions ouvertes.

L'entretien semi-directif a été effectué au mois de novembre 2021 par les étudiants de master 2 Management et Achat à l'International (MAI) de l'ULCO auprès de 10 accompagnateurs issus de différentes structures d'accompagnement de la région Hauts-de-France (BGE, CCI, CMA, Plateforme initiative et Réseau France initiative).

Les étudiants ont pris rendez-vous avec des opérateurs et sont partis les interroger en suivant le guide d'entretien préalablement validé par la région. Sur l'accord des enquêtés, toutes les interviews, d'une durée moyenne de 1 heure, ont été enregistrées à l'aide d'un dictaphone (enregistreur numérique) et retranscrites intégralement.

- **Principales méthodes mobilisées pour l'exploitation des questionnaires et du contenu des entretiens**

Le premier test effectué est celui d'alpha de Cronbach. Ce test s'appuie sur un coefficient, souvent désigné « coefficient α » qui est une statistique utilisée pour mesurer la fiabilité de plusieurs questions utilisées pour étudier un même phénomène (ici, le niveau de satisfaction des accompagnés à partir du dispositif « chéquier STARTER ». C'est une mesure généralisée de la cohérence interne de l'échelle multi-items retenue. Précisons que le coefficient alpha est l'estimateur de fidélité le plus largement utilisé car il se base sur les scores entre chaque item et la somme de tous les autres avec la vérification de la bonne homogénéité inter-items. La valeur du coefficient de Cronbach est comprise entre 0 et 1. Si elle est supérieure ou égale à 0,7, la cohérence est validée. La limite supérieure du coefficient alpha α est égale à 1. Alpha est d'autant plus élevé que le nombre d'indicateurs est élevé d'une part, et que les indicateurs sont corrélés d'autre part. Dit autrement, l'analyse de fiabilité est souvent utilisée pour vérifier que les questions (items) d'un questionnaire (test) sont cohérentes les unes avec les autres.

Une fiabilité élevée suggère de fortes relations entre les mesures / items dans une procédure de mesure, c'est-à-dire un questionnaire composé de questions à échelle. Après avoir validé la fiabilité de l'outil de mesure de la satisfaction des enquêtés et procédé aux tris à plat et croisés, d'autres traitements approfondis ont été effectués. C'est le cas de l'analyse de la variance qui est un outil statistique permettant de comprendre la distinction entre une variable explicative (indépendante) et une autre à expliquer (dépendante) en comparant les moyennes d'échantillons. La forme générale de l'analyse de variance repose sur le test de Fisher et donc sur la normalité des distributions et l'indépendance des échantillons. Il s'agit de connaître les données réelles obtenues constituées de plusieurs facteurs que l'on nomme données structurées confirmant ou infirmant les hypothèses testées. Celles-ci sont également soumises au test de Student qui permet de comparer la moyenne de deux groupes. Le résultat de la comparaison de ces moyennes autorise à déterminer si oui ou non ces groupes sont statistiquement différents.

Concernant les entretiens réalisés auprès des accompagnateurs, le matériau informationnel obtenu devient un pertinent corpus. Ce corpus a été analysé par le

biais du système ALCESTE (Analyse des Lexèmes Co-occurents dans un Ensemble de Segments de Textes). C'est une méthodologie complète d'analyse de données qui se définit par trois approches (Reinert, 1998) :

- 1) Approche lexicale grâce à la statistique discursive et la lexicométrie ;
- 2) Approche d'analyse de contenu consistant à découper le texte en unités de contexte ;
- 3) Approche d'analyse de données classifiant ces mêmes unités de contextes.

La méthode que véhicule ALCESTE entre dans le cadre général des recherches en analyse de données linguistiques (Dokou et Lemoine, 2021). Elle consiste principalement en l'étude des lois de distribution du vocabulaire dans un corpus sous-tendue par les approches multidimensionnelles ou multivariées telles que l'analyse factorielle des correspondances et les classifications ascendantes hiérarchiques (C.A.H) ou descendantes hiérarchiques (C.D.H). Les couples les plus significatifs doivent avoir une valeur de Khi^2 supérieure à 4 avec une qualité de restitution du corpus traité estimée à 60 % au moins. Pour notre corpus, ce niveau de qualité dépasse 85 %. Tout ceci autorise la pertinence de l'analyse et de l'interprétation de l'ensemble des résultats.

2. Principaux résultats de l'enquête par questionnaire

La capacité d'un micro-entrepreneur à bâtir et à concrétiser son projet dépend de ses propres volontés et capitaux psychosociologiques. Elle dépend aussi des ressources et compétences que lui apporte la structure d'accompagnement dans un écosystème ouvert. La structure d'accompagnement permet au porteur de projet d'interagir avec les acteurs locaux, sociaux, institutionnels et culturels. C'est tout l'objet des principaux résultats de notre étude. Ils sont exposés au travers des axes du questionnaire soumis aux traitements statistiques unidimensionnels et multidimensionnels grâce au logiciel SPSS. Ainsi, les développements qui suivent concernent les profils des répondants ainsi que les résultats des tris à plat et croisés débouchant sur la vérification des hypothèses. Les résultats de cette vérification génèrent des pistes de vigilance à prendre en compte par les structures d'accompagnement et les acteurs de développement de la région des Hauts-de-France.

2.1. Fiabilité des échelles de mesure et profil des répondants

2.1.1 La fiabilité des échelles de mesure : échelles de mesure incontestablement fiables

La fiabilité de nos échelles de mesure est testée de manière globale et de façon dimensionnelle comme l'indiquent les résultats du tableau ci-après.

Tableau n°5 - Alpha de Cronbach

	Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach
L'ensemble du questionnaire	62	0,905
Axe 1 et axe 2 : Motivations et satisfaction générale au niveau de l'accompagnement	14	0,752
Axe 3 : Satisfaction au niveau du processus et du contenu de l'accompagnement	29	0,948

Dimension 5 : Compétence perçue de l'accompagnement	5	0,949
Dimension 6 : Efficacité du processus	5	0,949
Dimension 7 : Satisfaction de l'accompagné	5	0,946
Dimension 8 : Echelle succès de carrière	4	0,901
Dimension 9 : Implication dans le projet	2	0,237
Dimension 10 : Développement économique et social	8	0,884
Axe 4 : Peur de l'échec	19	0,943
Dimension 11 : Sécurité financière (FS)	5	0,877
Dimension 12 : Capacité personnelle (PA)	5	0,883
Dimension 13 : Menace pour l'estime sociale (EST)	6	0,911
Dimension 14 : Potentiel de l'idée (PI)	3	0,864

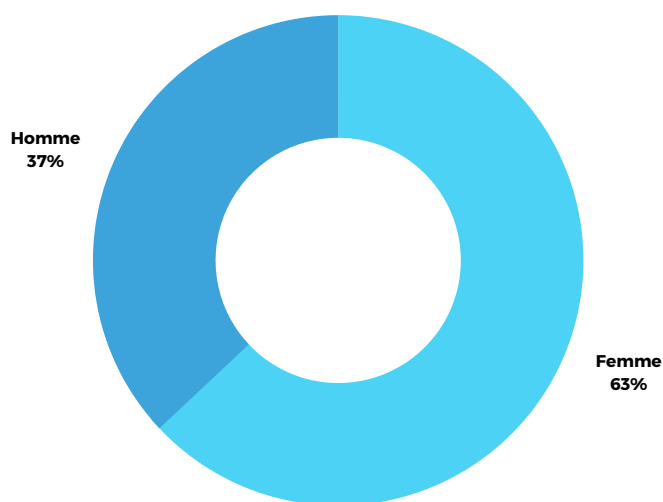
Rappelons que les échelles de mesure sont fiables dès lors que l'alpha de Cronbach est compris entre 0,7 et 1. Les niveaux de satisfaction générale et des deux premiers axes (motivations et satisfaction générale au niveau de l'accompagnement) font état d'un coefficient largement supérieur à 0,7, soit respectivement 0,905 et 0,752. L'axe 3 (satisfaction au niveau du processus et du contenu de l'accompagnement) est de 0,948. L'axe 4 (peur de l'échec) a un coefficient de 0,943. L'alpha de Cronbach montre bien que nos échelles de mesure sont incontestablement fiables avec des questions considérées comme cohérentes à l'égard du test de satisfaction des accompagnés bénéficiaires du chéquier STARTER.

2.1.2. Profils des enquêtés

Le profil des sondés est mis en évidence selon plusieurs critères : le sexe, l'âge, le niveau d'études, le statut professionnel avant la création, le statut professionnel des parents, les connaissances en entrepreneuriat, etc.

- **Sexe** : plus de répondants femmes que d'hommes

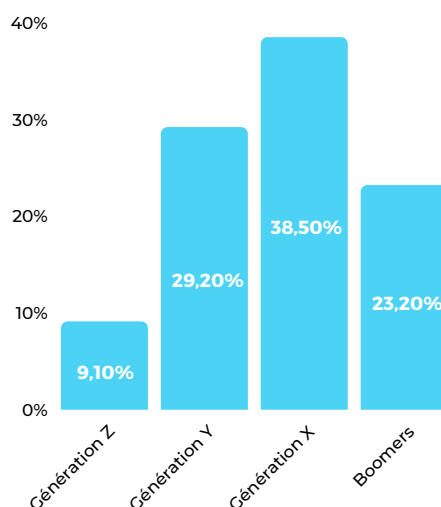
Graphique n°1 : Sexe des enquêtés



La majorité des personnes ayant répondu à notre questionnaire sont des femmes 63% contre 37% d'hommes. Selon les études antérieures, les femmes micro-entrepreneures en France en 2018 représentent 37 % contre 63% des hommes micro-entrepreneurs (Insee). Les résultats montrent une meilleure disponibilité des entrepreneuses à l'égard de notre étude.

- **Âge** : une forte représentation de la Y (36 ans) à l'instar du niveau national

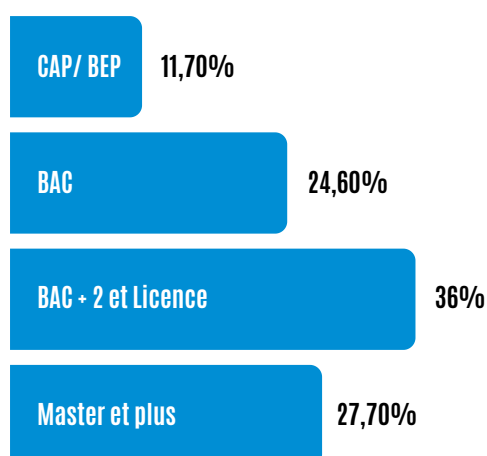
Graphique n°2 : Âge des répondants



La majorité des micro-entrepreneurs ayant répondu à notre questionnaire sont issus de la génération X (38-49 ans). Les boomers (50 ans et +) représentent 23,20% des enquêtés et 9,10% sont de la génération Z (moins de 26 ans). Selon l'Insee (2020), les créateurs d'entreprises individuelles en France en 2020 ont en moyenne 36 ans. Les répondants de notre questionnaire ayant entre 26 et 37 ans (génération Y) représentent 29,20% des enquêtés. Ces chiffres montrent que la tranche d'âge de nos répondants se situe dans la moyenne nationale.

- Niveau d'études : forte représentation des diplômés du supérieur (64%)

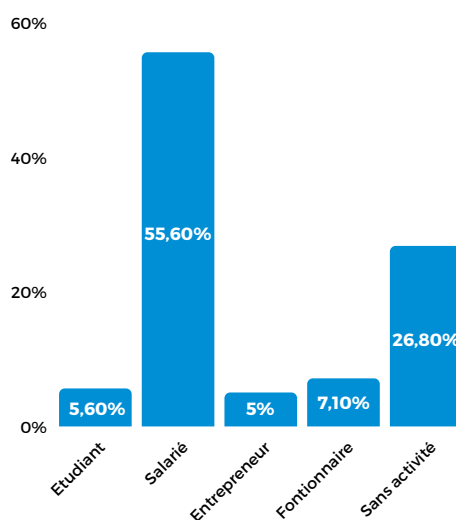
Graphique n°3 : Niveau d'études des répondants



Environ 64% des enquêtés sont des diplômés du supérieur avec 36% de Bac+2 ou de Licence et 27,70% de Master ou plus. Selon une étude de l'Insee datant de 2018, 45 % des micro-entrepreneurs sont diplômés de l'enseignement supérieur. Ce qui conforte nos résultats. 24,60% des micro-entrepreneurs ont un niveau Bac et 11,70% n'ont aucun diplôme.

- Statut professionnel avant la création : forte représentation des salariés (Près de 56%)

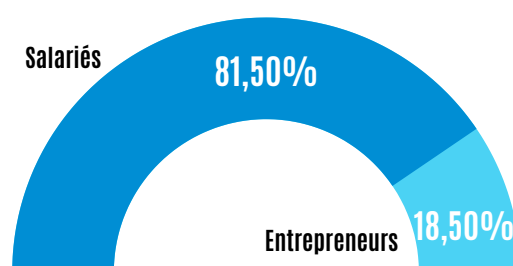
Graphique n°4 : Statut professionnel avant la création



La majorité des répondants soit 55,60% étaient salariés avant de devenir micro-entrepreneur. 26,80% des enquêtés étaient sans activité et 5,60% des étudiants. D'après une étude antérieure CCI Hauts-de-France en 2018 intitulé la création d'entreprise en Hauts-de-France, on compte 41% de micro-entrepreneurs qui étaient au chômage avant de démarrer leur activité et 24 % d'étudiants, de retraités ou d'autres personnes sans activité professionnelle. Les pourcentages obtenus lors de notre étude sont en dessous des moyennes nationales. Deux principales raisons ont poussé des porteurs de projet à choisir le régime de micro-entrepreneur : assurer leur propre emploi et créer leur entreprise.

- **Statut professionnel des parents : micro-entrepreneurs issus des familles de salariés (81,50%)**

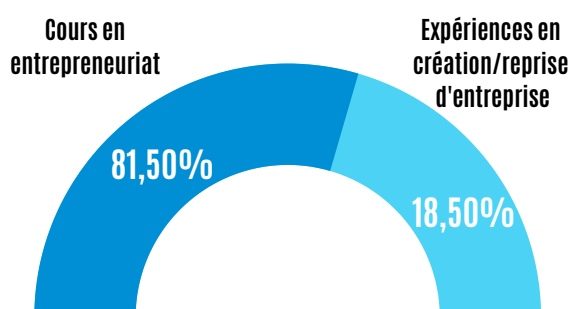
Graphique n°5 : Statut professionnel des parents



81,50% des répondants ont des parents salariés contre 18,50% d'entrepreneurs. Les enfants ayant tendance à reproduire les schémas et comportements de leurs plus proches parents, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs seraient ainsi plus disposés à entreprendre (Sénicourt et Verstraete, 2000). Par contre, ce chiffre très élevé des répondants ayant de parents salariés s'expliquerait par le désir des répondants de ne plus suivre la même voie (celle du salariat) que les parents qui n'étaient pas épanouis par exemple.

- **Connaissance en entrepreneuriat : fort impact de la pédagogie en entrepreneuriat (59,40%)**

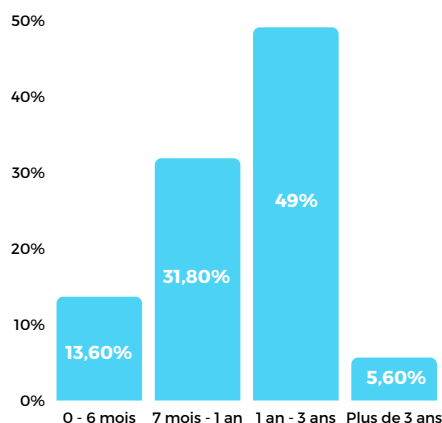
Graphique n°6 : Connaissance en entrepreneuriat



59,40% des enquêtés ont suivi des cours en entrepreneuriat et 40,60% ont des expériences en création ou reprise d'entreprise. Les cours en entrepreneuriat influenceraient positivement la créativité et l'esprit d'entreprendre surtout chez les jeunes.

- **Date de création de l'entreprise : microentreprises essentiellement naissantes et nouvelles (94,40%)**

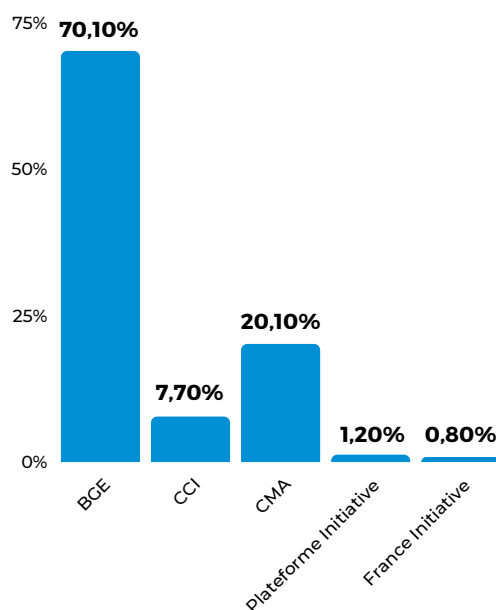
Graphique n°7 : Date de création de l'entreprise



La majorité soit plus 49% des enquêtés ont créé leurs entreprises il y a moins de 3 ans. 31,80% ont commencé leurs affaires dans une période entre 7 mois et 12 mois et 13,60% en moins de 6 mois. Ils sont 5,60% à avoir créé leurs entreprises il y a plus de trois ans.

- **Structure d'accompagnement : prépondérance de l'accompagnement BGE (70%)**

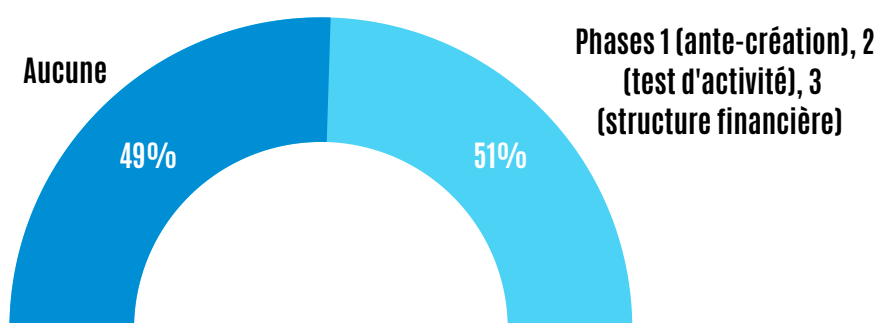
Graphique n°8 : Structure d'accompagnement



La majorité des répondants ont été accompagnés par la BGE (70,10%), suivi de la Chambre des Métiers de l'Artisanat CMA (20,10%) et en troisième position la Chambre de Commerce et d'Industrie CCI (7,70%). Seulement 1,20% et 0,80% des accompagnements ont été réalisés respectivement par la Plateforme Initiative et France Initiative.

- Phase d'accompagnement

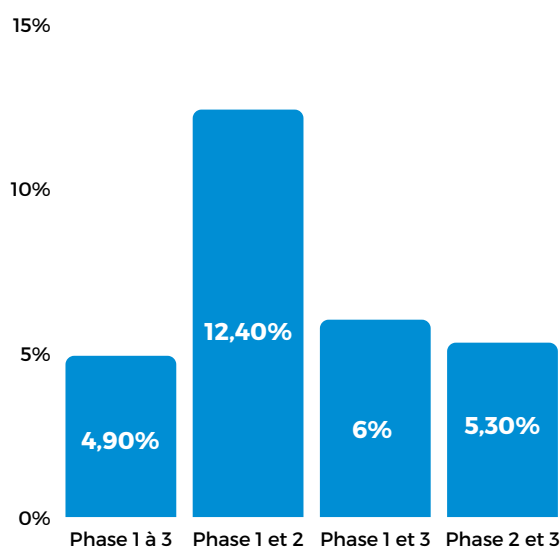
Graphique n°9 : Phase d'accompagnement



À la question "Avez-vous suivi d'autres phases d'accompagnement du dispositif chéquier STARTER ?" 51% des répondants affirment avoir suivi au moins une des trois phases d'accompagnement. En effet, 49 % des micro-entrepreneurs ont répondu n'avoir suivi aucune des trois phases d'accompagnement du dispositif chéquier STARTER.

- Taux des phases d'accompagnement

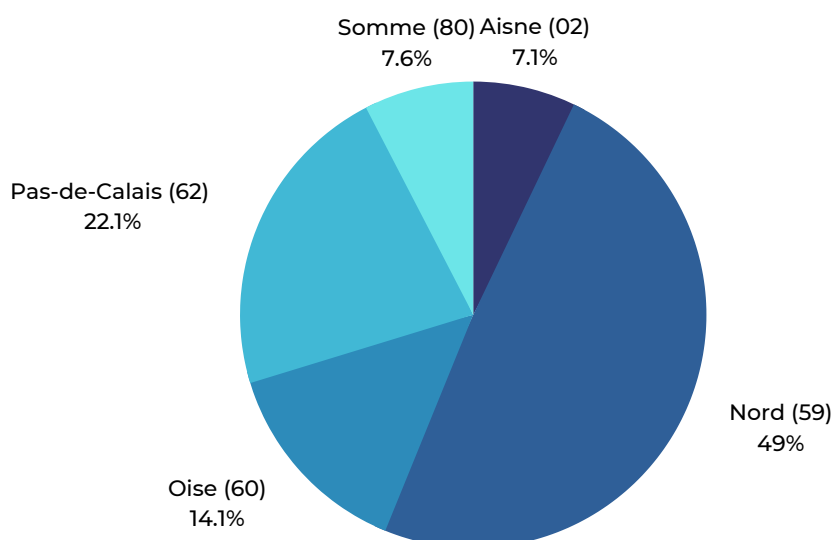
Graphique n°10 : Taux des phases d'accompagnement



12,40% des micro-entrepreneurs ont suivi à la fois la phase 1 (ante-création) et la phase 2 (test d'activité), suivi des personnes ayant été accompagnées au niveau des phases 1 (ante-création) et 3 (structure financière) soit 6%. Seulement 5,30% des accompagnements ont suivi respectivement les phases 2 et 3 puis en dernier on retrouve des accompagnés en phases 1 et 3 soit 4,90%.

- **Département : forte représentation du Nord (49%)**

Graphique n 11 : Département



La répartition des répondants au niveau des cinq (5) départements est la suivante : le Nord (49%), le Pas-de-Calais (22,10%), l'Oise (14,10%), la Somme (7,60%) et l'Aisne (7,10%).

- **Pr eminence des micro-entrepreneurs au niveau national**

- Part importante des jeunes de moins de 30 ans (36%), des diplômés (45%)

En 2018, 420 000 créateurs d'entreprise ont choisi le régime du micro-entrepreneur, soit 61 % des créations de l'année. Les entrepreneurs individuels ayant opté pour le régime de la microentreprise immatriculés au premier semestre privilégient les activités spécialisées, scientifiques et techniques (19 %), le commerce (16 %) et les transports (12 %). Comme pour les générations précédentes, 60 % démarrent leur activité dans l'année : 57 % d'entre eux le font à titre d'activité principale et 43 % en activité de complément.

Si ce sont surtout d'anciens salariés du privé, la part des étudiants ou scolaires augmente par rapport aux créateurs de 2014, tandis que celle des chômeurs et des autres personnes sans activité professionnelle diminue. Les créateurs sont donc plus jeunes (36 % ont moins de 30 ans en 2018 contre 30 % en 2014). Ils sont également

plus diplômés (45 % sont diplômés de l'enseignement supérieur en 2018 contre 41 % en 2014). La proportion de femmes est quant à elle stable (37 %).

Figure n°2 - Répartition des créateurs micro-entrepreneurs selon leur situation professionnelle avant leur immatriculation

	Micro-entrepreneurs immatriculés au 1 ^{er} semestre					
	2018				2014	2010
	Ensemble	ayant démarré dans l'année				
		une activité	une activité principale	une activité de complément		
Indépendant, chef d'entreprise salarié	6	7	8	5	6	6
Agent de la fonction publique	5	5	3	8	7	6
Salarié du secteur privé	38	37	31	45	38	39
<i>dont CDD, intérimaire, intermittent</i>	6	6	6	6	7	7
Chômeur	26	28	37	17	28	29
Étudiant ou scolaire	13	11	8	14	6	5
Sans activité professionnelle	12	12	14	11	15	17
<i>dont retraité</i>	3	4	1	7	5	6
Ensemble	100	100	100	100	100	100

Lecture : parmi les micro-entrepreneurs immatriculés au 1^{er} semestre 2018, 26 % étaient chômeurs juste avant de s'inscrire.

Champ : micro-entrepreneurs immatriculés au 1^{er} semestre 2018.

Source : Insee, enquêtes Sine Micro-entrepreneurs 2018, Auto-entrepreneurs 2010 et 2014.

Figure n°3 - Répartition des nouveaux micro-entrepreneurs selon leur niveau de diplôme (en %)

	2010	2014	2018
Diplôme du 3 ^e cycle du supérieur	12	14	16
Diplôme du 2 ^e cycle du supérieur	12	15	16
Diplôme du 1 ^{er} cycle du supérieur	14	13	13
Baccalauréat	19	21	23
CAP, BEP	22	19	15
Sans diplôme	20	19	16
Ensemble	100	100	100

- **Prééminence des micro-entrepreneurs en Région Hauts-de-France**

Fin 2017, l'auto-entrepreneuriat concerne 1 183 millions de travailleurs, dont 38% qui ne déclarent aucun chiffre d'affaires. La proportion de travailleurs indépendants en Union européenne varie d'un pays à l'autre selon les chiffres d'Eurostat. Elle dépasserait 20% en Italie et en Grèce et serait inférieure à 10% dans les pays du Nord et de l'Est de l'Europe. Afin d'aller plus loin, il est nécessaire d'élargir la focale à l'emploi salarial et s'intéresser à la diversité des voies professionnelles.

Figure n°4 - Données des 5 dernières années

	Niveau national					Niveau Région Hauts-de-France				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
Sociétés	189000	198000	201000	218000	218000	10157	11086	10765	11796	11917
E. Indiv.	79000	79000	90000	95000	82000	5276	5335	6276	6669	5522
Micro-E.	286000	314000	400000	502000	548000	17062	18193	22537	30328	33999
Total	554000	591000	691000	815000	848000	32495	34614	39578	48793	51438
Poids des Micro-E.	51,62%	53,13%	58%	61,6%	64,6%	52,5%	52,56%	57%	62,15%	66,10%

Source : INSEE

Entre 2016 et 2020, le poids des microentreprises par rapport à l'ensemble des entreprises créées reste important. Ce poids dépasse largement le total des nouvelles entreprises avec une progression incontestable. Celle-ci est de 2 points en moyenne au niveau national et de 4 à 5 points au niveau de la Région Hauts-de-France. Au niveau national, trois secteurs sont fortement attractifs en 2020 :

- Les activités spécialisées, scientifiques et techniques avec 95,5% des créations,
- Le secteur des transports et d'entreposage avec des créations 88,5%
- Le commerce, la réparation d'automobiles et de motocycles avec 81, 5 % des créations

Les secteurs d'activités des microentreprises en Hauts-de-France sont proches de ceux du territoire français notamment dans le transport, le commerce et l'hébergement. Ils représentent ainsi la moitié des créations d'entreprises.

Au total, la région des Hauts-de-France comptabilise 42 413 micro-entrepreneurs en 2021 soit 68% des créations d'entreprises avec une évolution de 25%, par rapport à 2020 et de 40% par rapport à 2019 comme l'indique le contenu du tableau-ci après.

Figure n°5 - Répartition par secteurs d'activité

	Nombre de création en 2021				Evolution par rapport à :	
	Hors micro-entrepreneurs	Micro-entrepreneurs	TOTAL	Répartition	2020	2019
Industrie	889	2 354	3 243	5%	24%	25%
Construction	2 185	3 069	5 254	8%	9%	15%
Commerce et réparation automobile	3 770	6 969	10 739	17%	8%	19%
Transports	738	8 438	9 176	15%	46%	78%
Hébergement, restauration	1 480	1 262	2 742	4%	13%	16%
Information et communication	759	2 182	2 941	5%	28%	37%
Activités financières et d'assurance	1 218	236	1 454	2%	23%	32%
Activités immobilières	1 255	1 046	2 301	4%	15%	30%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien	3 648	8 482	12 130	19%	24%	26%
Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale	2 625	3 049	5 674	9%	13%	14%
Autres activités de services	1 416	5 326	6 742	11%	32%	25%
TOTAL	19 983	42 413	62 396	100%	21%	28%

Source : INSEE, données brutes - Traitement CCI de région Hauts-de-France

Fin 2017, 928 000 micro-entrepreneurs (ME) sont économiquement actifs. Ils représentent 33 % de l'emploi non salarié (figure 2), mais cette part varie fortement selon les secteurs : elle culmine à 95 % dans les activités de livraison à domicile et des coursiers urbains. La population des micro-entrepreneurs se renouvelle fortement depuis la création du dispositif en 2009 : plus de 200 000 nouvelles personnes optent chaque année pour le régime du micro-entrepreneuriat. Les effectifs de micro-entrepreneurs ont augmenté en moyenne de 22 % par an entre 2010 et 2013.

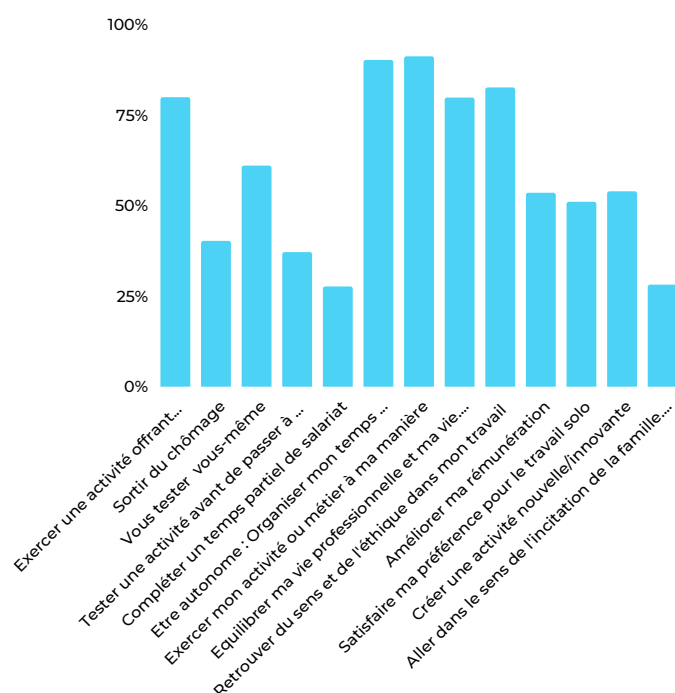
2.2. Résultats issus des tris à plat et croisés

Les principaux résultats sont exposés autour des axes déclinés en dimensions. Les niveaux de satisfaction retenus cumulent les trois derniers degrés les plus élevés sur la base de l'échelle à 7 points utilisée.

2.2.1. Axe 1 : Motivations et pratiques d'affaires du micro-entrepreneur

- Dimension 1 - Motivations positives du micro-entrepreneur en Région : autonomie/liberté (91%), sens et éthique des activités créées (82%), équilibre vie privée et professionnelle (80%) – Femmes et jeunes (<26 ans)

Graphique n°12 : Choix du statut de micro-entrepreneur



Nous remarquons une perception positive aux propositions retenus pour le questionnaire en termes de choix du statut de micro-entrepreneur. Pour cette dimension nous obtenons une moyenne générale de 59,70%. Plus de 91% (91,20%, le taux le plus élevé) des micro-entrepreneurs interrogés ont fait le choix du statut de micro-entrepreneur car ils souhaitent « Exercer mon activité ou métier à ma manière ». Les dimensions ou raisons principales du choix du statut de micro-entrepreneur sont les suivantes : « Être autonome : Organiser mon temps de travail comme je le souhaite » (90,20%), « Retrouver du sens et de l'éthique dans mon travail » (82,60%), « Exercer une activité offrant davantage de liberté/indépendance par rapport au salariat » (79,90%) et « Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle » (79,80%). L'accent est mis également sur « Vous tester vous-même » soit 61% des répondants, puis 53,90% sur « Créer une activité nouvelle/innovante », 53,50% sur « Améliorer ma rémunération » et 51% des enquêtés évoquent « Satisfaire ma préférence pour le travail en solo ».

De tels traits de motivation expliquent majoritairement le choix du porteur de projet à choisir le statut du micro-entrepreneur. En dehors de ces traits motivationnels, d'autres dimensions permettent d'expliquer le choix du statut de micro-entrepreneur. Les micro-entrepreneurs enquêtés sont 27,60% à choisir comme motif du choix du statut de micro-entrepreneur « Compléter un temps partiel de salariat », 28,10% ont choisi « Aller dans le sens de l'incitation de la famille ou de l'entourage », pour 37,10% c'est « Tester une activité avant de passer à une entreprise plus classique », 28,10% des micro-entrepreneurs sont en accord avec « Aller dans le sens de l'incitation de la famille ou de l'entourage », et pour finir 27,60% affirment avoir choisi le statut de micro-entrepreneur afin de « Compléter un temps partiel de salariat ».

- **Autonomie / Exercer une activité à ma manière/ Retrouver du sens ou de l'éthique : indépendance-autonomie (femmes), équilibre vie privée/vie professionnelle + sens-éthique (hommes)**

On observe un grand écart sur certains points entre les femmes et les hommes sur le choix du statut de micro-entrepreneur. La recherche de liberté et d'indépendance est exprimée par 82,23% de femmes contre 75,84% d'hommes. Un écart de 12 points est présent entre les femmes (44,98%) et les hommes (32,55%) pour le fait de tester une activité avant une entreprise classique. 84,80% d'hommes font ce choix dans le but d'équilibrer leur vie professionnelle et personnelle contre 71,38% soit un écart de 13 points. On retrouve également un écart de 9 points avec 86,06% d'hommes et 76,58% de femmes pour le choix de microentreprise basé sur la recherche de sens et de l'éthique dans le travail.

La majorité des enquêtés suivant les tranches d'âges veulent principalement être autonome (94,03% pour la génération Z à 88,89% pour les boomers) et exercer une activité ou un métier à leur manière (94,03% pour la génération Z à 89,47% pour les boomers). Outre ces deux raisons, les moins de 26 ans (88,06%) expriment un fort intérêt pour l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Les personnes de la génération Y (83,72%) et des boomers (74,85%) se sont prononcées pour la liberté et l'indépendance. Pour les personnes de la génération Y (86,57%) il s'agit de retrouver du sens et de l'éthique dans le travail.

Concernant le niveau d'études des répondants, deux premières motivations positionnent les nuances : être autonome (93,02% pour les personnes sans diplôme à 88,84% chez les Master et plus) et exercer une activité ou un métier à leur manière (de 93,02% pour les personnes sans diplôme à 88,40% pour les Bac). La troisième motivation est mentionnée par les enquêtés n'ayant aucun niveau d'études (86,05%). Il s'agit de l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

Les groupes restants voulaient retrouver du sens et de l'éthique dans leur travail ; mais encore les personnes avec un Bac+2 et Licence y ajoutent en plus la liberté/ indépendance.

Le constat est le même pour le statut professionnel avant la création, les deux raisons précitées sont évoquées par chaque groupe. Les personnes sans activité avant la création sont les plus en accord avec les deux motivations résumées en la quête de l'autonomie. L'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle est évoquée en troisième position par les anciens étudiants (85,37%), les anciens fonctionnaires (78,85%) et les personnes sans activité (82,74%). Pour les anciens salariés (80,20%) il s'agit de la liberté/ indépendance alors que les anciens entrepreneurs placent en troisième position à la fois la liberté/ indépendance et retrouver du sens et de l'éthique dans mon travail soit un pourcentage de 75,68%.

Les accompagnés dont les parents sont entrepreneurs sont les plus en accord avec les choix suivants : « Exercer mon activité ou métier à ma manière » (93,38%), « Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle » (82,35%), « Retrouver du sens et de l'éthique dans mon travail » (86,76%) et « Liberté/ indépendance » (80,88%) comparés aux accompagnés dont les parents sont salariés qui sont plus en accord avec le fait d'être autonome soit 90,83% contre 87,50%.

En ce qui concerne la connaissance en entrepreneuriat, la pédagogie semble accentuer le choix de certaines motivations entrepreneuriales. En effet, les enquêtés ayant des connaissances en entrepreneuriat acquises par rapport à leurs homologues expérimentés en entrepreneuriat sont les plus en accord avec les motivations relatives au « sens à l'activité » ou « éthique de l'activité » soit respectivement 41,47% contre 36,96% et 83,75% contre 80,94%.

Les micro-entrepreneurs avec une date de création d'entreprise allant de 7 mois à 1 an sont les plus en accord avec le fait de sortir du chômage (42,31%) ; ceux avec une date de création de 1 an à 3 ans évoquent le fait de compléter un temps partiel de salariat (30,19%). Pour les microentreprises de plus de 3 ans les motivations concernent « être autonome » (92,66%) et « exercer leur activité ou métier à ma manière » (97,56%). Les autres propositions sont très présentes chez les personnes ayant commencé leur activité il y'a moins de 6 mois.

100% des accompagnés par France Initiative et 92,05% par la BGE sont en accord avec le choix du statut de micro-entrepreneur pour être autonome. D'un côté, exercer leur activité ou métier à leur manière est choisi par 100% des accompagnés par la plateforme initiative et 92,44% de la BGE.

La majorité des personnes ayant suivi la phase 1 accompagnement ante-crédation du dispositif Chéquier STARTER sont les plus en accord avec : « Être autonome » (92,69%), « Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle » (85,96%) et « Retrouver du sens et de l'éthique dans mon travail (87,72%) ». Pour les personnes ayant suivi la phase 2 test d'activité il s'agit de se tester (66,95%), alors que chez les personnes n'ayant suivi aucune des phases d'accompagnement c'est d'améliorer leur rémunération (54,42%). Enfin, les accompagnés de la phase 3 (structuration financière) sont plus en accord avec « liberté/ indépendance » (84,21%) et « exercer mon activité ou métier à ma manière » (94,74%).

En termes de département, les personnes ayant choisi l'autonomie sont issues en premier du département du Pas-de-Calais (92,02%), en deuxième position se trouve l'Oise (90,38%), puis en troisième position le Nord (89,75%), suivi de la Somme (89,29%) en quatrième position et en cinquième et dernière position se trouve l'Aisne (88,46%). L'ordre est le même pour le choix d'exercer leur activité ou métier à leur manière sauf au niveau de la deuxième position où on retrouve le Nord (91,97%) et en troisième position l'Oise (90,38%).

- **Importance des motivations (positives) pull**

Les motivations pull des micro-entrepreneurs viennent du fait qu'ils souhaitent être indépendants et de ce fait, pouvoir exploiter leurs propres idées personnelles. Ils sont également motivés par le goût du challenge. Une étude du cabinet EY indique que seul 15 % des micro-entrepreneurs interrogés sont motivés par l'argent. Les principales motivations des 84% des sondés concernent le goût d'entreprendre et la volonté de s'épanouir dans leur secteur d'activités professionnelles. Le besoin de réalisation est au cœur de la création de la microentreprise. En général, cette forme de motivation se traduit pour l'entrepreneur par un désir de progresser vers son idéal, mais aussi un besoin de mieux se connaître. L'aventure entrepreneuriale se transforme alors en un véritable outil de développement personnel. L'ambition liée au besoin de réalisation de soi reste fondamentale. Le créateur d'entreprise aime se lancer dans des projets difficiles, et essaie de relever des défis. Ceci se fait à travers le besoin de liberté, d'autonomie et de la liberté d'action.

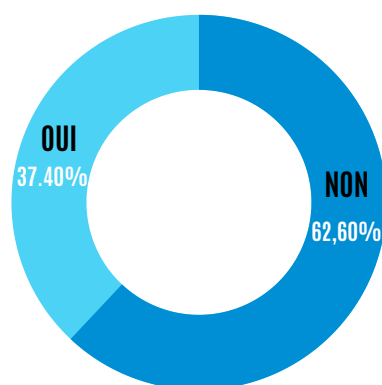
Et selon l'INSEE, la nécessité de créer son propre emploi est aussi l'une des principales motivations des micro-entrepreneurs. Il s'agit de motivations de nature push. La personnalité de chaque micro-entrepreneur résulte d'un cheminement très personnel façonné par le goût pour l'innovation, la perception et saisie d'opportunités et la réactivité par rapport à la situation économique. Voici précisément les principales motivations des micro-entrepreneurs : être indépendant (30,3%), goût d'entreprendre (21,9%), souhait de gagner plus (13,4%), créer son propre emploi (11,9%), une opportunité (10,9%), une idée personnelle (7%) et un entourage composé d'entrepreneurs (4,5%).

- La volonté d'être indépendant (61% des micro-entrepreneurs)
- Le goût d'entreprendre, de relever de nouveaux défis (44% des micro-entrepreneurs)
- Le souhait de gagner plus (27% des micro-entrepreneurs)
- Nécessité de créer son propre emploi (24% des micro-entrepreneurs)
- Opportunité (22% des micro-entrepreneurs)
- Une idée personnelle (14% des micro-entrepreneurs)
- Un entourage composé d'entrepreneurs, univers familiale propice à ce style de vie (9% des micro-entrepreneurs)

Une grande majorité de micro-entrepreneuses interrogées ont pour objectif de développer le chiffre d'affaires et le bénéfice, en passant par exemple par l'investissement dans de nouveaux équipements, ou en améliorant la qualité de leur offre. Développer la taille de l'entreprise, n'est pas une priorité pour d'autres qui choisissent plutôt dans une stratégie de continuité. La survie d'une entreprise dépend de la hauteur d'investissement financier, matériel tout au long de l'exercice. De facto, les entreprises créées par les indépendants ont moins de chance de survie que celles des hybrides, dont la survie ne dépend pas des revenus. Elles peuvent en effet subsister avec leur petite structure et les marges générées.

- **Dimension 2 : Passage au statut d'entreprise classique (37,40%) : hommes (41%), jeunes [(-26 ans) = (37%)], femmes (21%) ; Bac+2+L dont certains encore étudiants (36%) avec des parents entrepreneurs**

Graphique n°13 : Intention de passer de statut d'entreprise individuelle à celui d'une société



37,40% des répondants ont l'intention de passer de statut d'entreprise individuelle à celui d'une société contre 62,60% qui n'envisagent pas de changer de statut.

Suite à ces résultats, il est important de dégager les profils des 37,40% individus qui désirent quitter le statut d'entreprise individuelle pour celui d'une société. Pour ce faire, nous avons effectué une régression logistique dont les résultats sont consignés ci-dessous.

Tableau n°6 : Les variables de l'équation de la régression logistique

		B	E.S	WALD	ddl	Sig.	Exp(B)
Pas 1 ^a	Homme	1,013	,170	35,620	1	,000	2,755
	Age du promoteur			18,721	3	,000	
	Moins de 26 ans	1,255	,314	16,017	1	,000	3,508
	26 à 37 ans	,740	,231	10,231	1	,001	2,096
	38 à 49 ans	,494	,222	4,945	1	,026	1,639
	Niveau d'études			10,315	3	,016	
	Aucun niveau	-,434	,295	2,167	1	,0141	,648
	BAC	-,634	,230	7,612	1	,006	,530
	BAC +2 et Licence	-,037	,200	,034	1	,853	,964
	Expérience en entrepreneuriat	,172	,166	1,074	1	,300	1,187
	Constante	-1,303	,234	31,108	1	,000	,272

Soit p la probabilité d'avoir l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \text{constante} + b_1 * \text{sexe} + b_2 * \text{Age} + b_3 * \text{NivEtu} + b_4 * \text{Expérience}$$

Ainsi, nous obtenons de nos résultats l'équation suivante :

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -1,303 + 1,013 * \text{sexe} + 1,255 * (\text{Moins de 26 ans}) + 0,740 * (26 \text{ à } 37 \text{ ans}) + 0,494 * (38 \text{ à } 49 \text{ ans}) - 0,634 * \text{BAC}$$

D'après les données du tableau 2 ci-dessus, le genre, l'âge, le niveau d'études du promoteur sont des facteurs qui influencent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société. Par contre, l'expérience n'est pas un facteur influençant l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

Plus spécifiquement, en tenant compte du genre, les hommes ont 2,755 de chance plus élevée que les femmes d'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

En termes d'âge :

- les moins de 26 ans ont 3,505 de chance plus élevée que les 50 ans et plus d'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ;
- les 26 à 37 ans ont 2,096 de chance plus élevée que les 50 ans et plus d'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ;
- 38 à 49 ans ont 1,639 de chance plus élevée que les 50 ans et plus d'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

Ainsi, au fur à mesure que le micro-entrepreneur est âgé, moins il a l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

S'agissant du niveau d'études, les résultats indiquent une différence entre les micro-entrepreneurs ayant un niveau Bac et ceux avec un niveau Master. Dans cette optique, les micro-entrepreneurs avec un niveau d'études Bac a 0,530 de chance de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

En d'autres termes, en nous basant sur ces données, nous pouvons énumérer les deux exemples suivants :

- Pour un micro-entrepreneur du sexe masculin, ayant un âge inférieur à 26 ans et disposant d'un BAC :

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -1,303 + 1,013 + 1,255 - 0,634 = 0,928$$

$$\text{Exp}(0,928) = 1,392$$

Ce qui signifie qu'un micro-entrepreneur de sexe masculin ayant un âge inférieur à 26 ans et disposant d'un BAC a 1,392 de chance plus élevée d'avoir l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société que les micro-entrepreneurs de sexe féminin ayant 50 ans et plus et disposant d'un master.

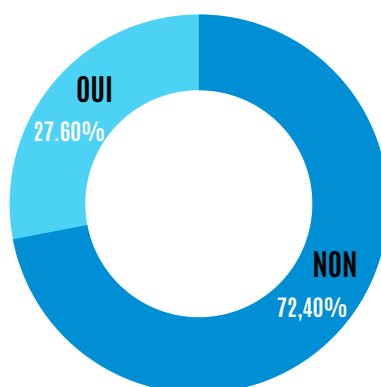
- Pour un micro-entrepreneur du sexe masculin, ayant un âge compris entre 26 et 37 ans et disposant d'un BAC :

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -1,303 + 1,013 + 0,740 - 0,634 = -0,184$$

$$\text{Exp}(-0,184) = 0,8319358$$

Ce qui signifie qu'un micro-entrepreneur du sexe masculin, ayant un âge compris entre 26 et 37 ans et disposant d'un BAC a 0,832 moins de chance d'avoir l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société que les micro-entrepreneurs de sexe féminin ayant 50 ans et plus et disposant d'un master.

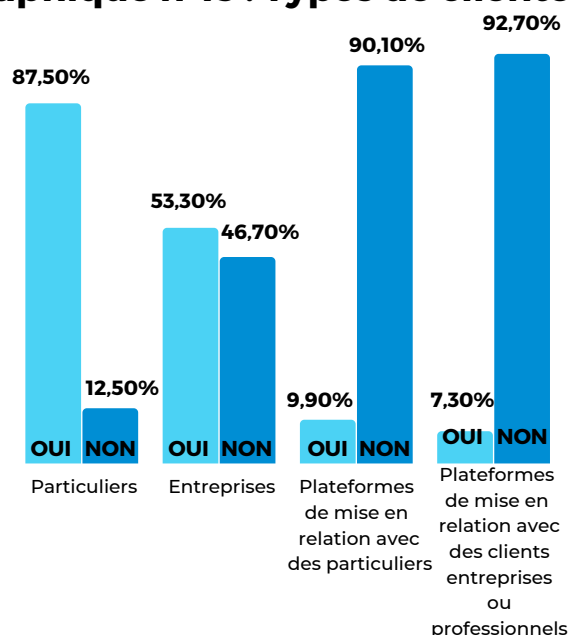
Graphique n°14 : Intention d'embaucher du personnel



Sur les micro-entrepreneurs de notre étude 27,60% d'entre eux ont l'intention d'embaucher du personnel mais la majorité ne l'envisage pas soit 72,40% des répondants.

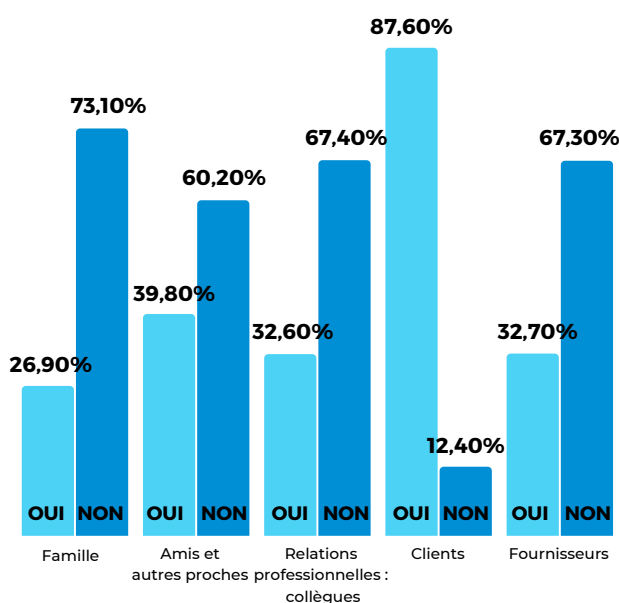
- **Dimension 3 : Clientèle de particuliers 87,50%) - Relations d'affaires centrées sur les clients particuliers (87,60%), entreprises (53%), plateforme de mise en relation (10%) - Attentes des aides publiques pour l'investissement matériel et agencement (61,30%)**

Graphique n°15 : Types de clientèle



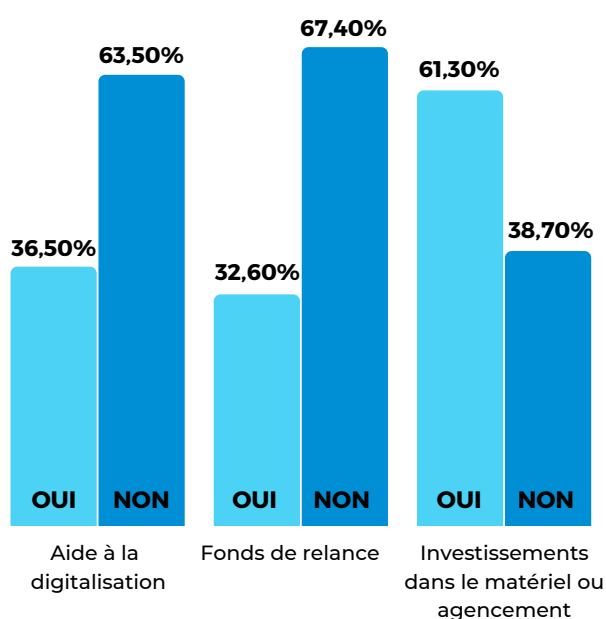
Les répondants affirment avoir comme clientèle principalement des particuliers soit 87,50% et des entreprises (53,30%). 9,90% des micro-entrepreneurs interrogés ont également des clients du type plateformes de mise en relation avec des particuliers et des entreprises ou des professionnels.

Graphique n°16 : Relation d'affaires



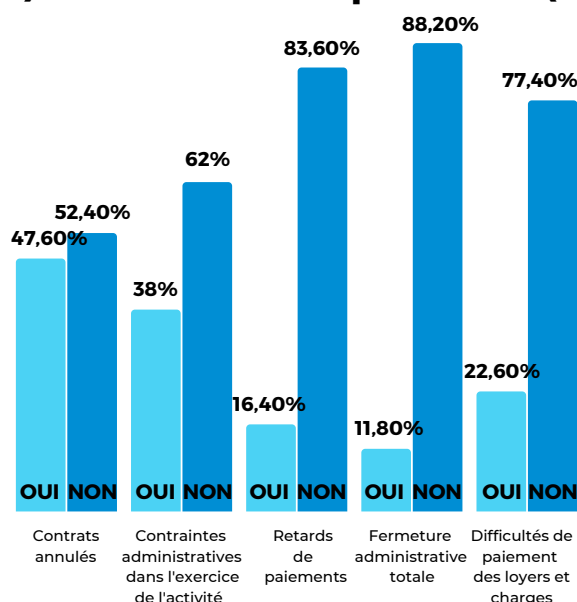
En termes de relation d'affaires, 87,60% des répondants entretiennent des relations d'affaires avec leurs clients, 32,60% avec leurs collègues et 32,70% avec leurs fournisseurs. Les relations d'affaires avec les amis et autres proches sont tenues par 39,80% des micro-entrepreneurs et 26,90% des enquêtés sont en relation avec leurs familles.

Graphique n°17 : Attentes actuelles auprès des pouvoirs publics



Auprès des pouvoirs publics, les micro-entrepreneurs ayant répondu à notre questionnaire attendent des investissements dans le matériel ou agencement soit 61,30%. 36,50% des répondants ont coché l'aide à la digitalisation et 32,60% les fonds de relances.

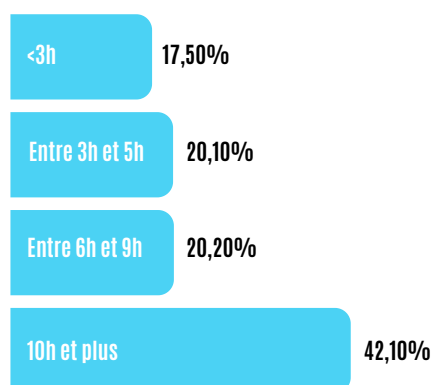
Graphique n°18 : Principales difficultés rencontrées depuis la crise sanitaire : contrats annulés (48%), contraintes administratives (38%) et difficultés de paiement (23%)



Lors de la crise sanitaire, 47,60% des répondants affirment avoir été victime d'annulation de contrats. 38% des enquêtés ont rencontré des contraintes administratives dans l'exercice de l'activité. 22,60% ont eu des difficultés de paiements des loyers et des charges. Pour finir, 16,40% des répondants ont accusé des retards de paiements et 11,80% ont dû procéder à une fermeture administrative totale.

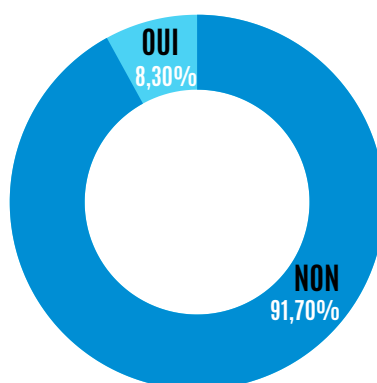
2.2.2. Axe 2 : Satisfaction générale au niveau de l'accompagnement du micro-entrepreneur - Une durée d'accompagnement de plus de 10h (42%)

Graphique n°19 : Durée de l'accompagnement



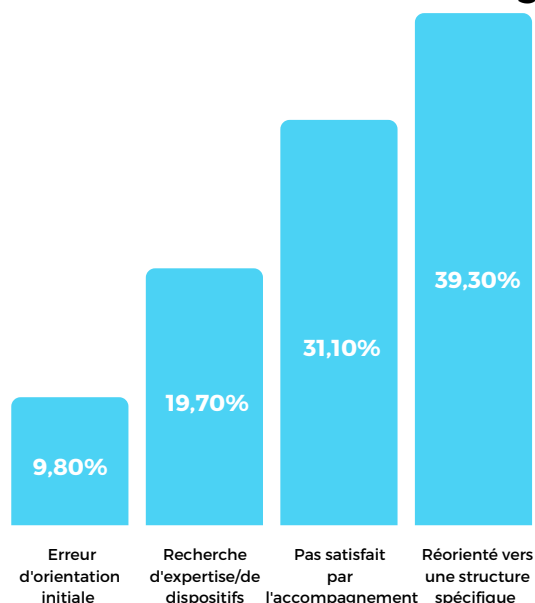
42,10% des répondants affirment être suivis pour une durée de 10h et plus. 20,20% se retrouvent dans une marge de 6h à 9h et 20,10% d'entre eux pour une durée d'accompagnement entre 3h et 5h. Le reste des enquêtés soit 17,50% a été accompagnés pour une durée inférieure à 3h.

Graphique n°20 : Changement de structure d'accompagnement



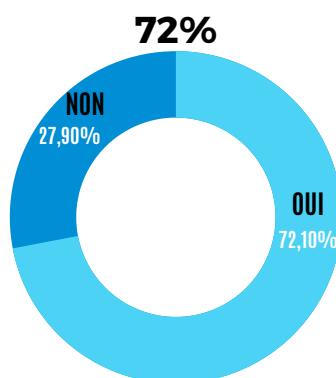
Seulement 8,30% des enquêtés ont changé de structure d'accompagnement contre 91,70% qui ont évolué avec la même structure d'accompagnement tout au long de leur projet de microentreprise.

Graphique n°21 : Les motifs du changement



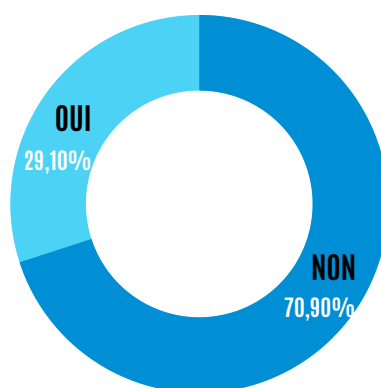
En termes de motifs du changement de structure, la majorité des répondants ayant changé de structure d'accompagnement soit 39,30% ont été réorientés vers une structure spécifique, 31,10% n'étaient pas satisfaits par l'accompagnement, 19,70% sont à la recherche d'expertise/ de dispositifs et le reste aurait fait un changement de structure à cause d'une erreur d'orientation initiale (9,80%).

Graphique n°22 : Connaissance du site starter.hautsdefrance.fr -



72,10% des micro-entrepreneurs interrogés affirment avoir connaissance du site starter.hautsdefrance.fr contre 27,90% qui ne le connaissent pas.

Graphique n°23 : L'écosystème de la création d'entreprise – Non connu à 71%

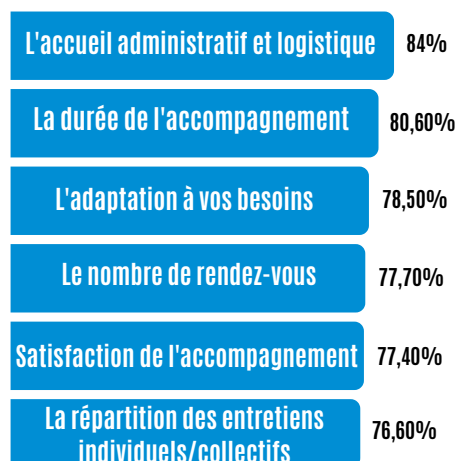


70,90% des enquêtés reconnaissent ne pas connaître l'écosystème de la création d'entreprise contre 29,10% qui ont une connaissance de l'écosystème de la création d'entreprise.

2.2.3. Axe 3 : Satisfaction au niveau du processus et du contenu de l'accompagnement

- Dimension 5 : Compétence perçue de l'accompagnateur : accueil administratif et logistique (84%) et durée de l'accompagnement (81%)

Graphique n°24 : Compétence perçue de l'accompagnateur



En général, les accompagnés ont une perception positive des compétences des accompagnateurs car toutes les dimensions sont à plus de 75% de niveau de satisfaction et nous avons une satisfaction générale de 77,40%. En effet, dans ces compétences, la répartition des entretiens individuels/ collectifs est la plus faible avec un taux de satisfaction de 76,60%. Elle est suivie du nombre de rendez-vous (77,70%) ; de l'adaptation aux besoins (78,50%) ; de la durée de l'accompagnement (80,60%). L'accueil administratif reste la dimension la plus appréciée des micro-entrepreneurs avec un pourcentage de satisfaction de 84%. En somme, les micro-entrepreneurs sont globalement satisfaits des compétences des accompagnateurs.

Cependant, ils aimeraient une meilleure répartition entre les entretiens individuels/collectifs, des rendez-vous un peu plus longs, plus adaptés à leurs besoins et plus fréquents.

- **Accueil administratif et logistique / Répartition entretiens individuels et collectifs : plus satisfaits (femmes de génération X = 86%/76%) – moins satisfaits (générations Z et Y de niveau d'étude Bac+2-Licence = 76%)**

Concernant la satisfaction générale et la compétence perçue de l'accompagnateur, les femmes ont le plus haut score soit 80,91% contre 76,09% pour les hommes. L'élément le plus déterminant au niveau de la satisfaction des femmes concerne l'accueil administratif et logistique. Les hommes sont moins satisfaits surtout par « la durée de l'accompagnement ».

Les micro-entrepreneurs issus de la génération X (38 à 49 ans) sont les plus satisfaits (80,38%) à travers l'accueil administratif (86,57%). La génération Z (moins de 26 ans) est la moins satisfaite (76,05%) ; leur niveau de satisfaction est faible au sujet de la répartition des entretiens individuels/collectifs (74,63%) et de l'adaptation aux besoins (74,63%).

En termes de niveau d'études, les répondants n'ayant aucun diplôme sont les plus satisfaits (81,98%) avec un niveau élevé au sujet de l'accueil administratif (84,88%). Les Bac+2 et Licence ont un faible aperçu du nombre de rendez-vous (74,34%).

En ce qui concerne le statut professionnel avant la création, les « sans activité » ont une satisfaction générale de 81,22% suivis des entrepreneurs (80,63%). De plus, 85,25% des « sans activité » sont les plus satisfaits à la fois de « l'accueil administratif et logistique » et de « la durée de l'accompagnement ». Les étudiants sont les moins satisfaits (soit 65,85%) avec un score encore plus faible (58,54%) au sujet de « la répartition entre les entretiens individuels/collectifs » (58,54%).

Les micro-entrepreneurs ayant des parents entrepreneurs ont un plus haut score soit 81,25% contre 78,67% de ceux qui ont des parents salariés. Les éléments les plus déterminants de la satisfaction des micro-entrepreneurs sont de « l'accueil administratif et logistique » et de « la durée de l'accompagnement ». La satisfaction générale de l'accompagnement (77%) est moindre pour les micro-entrepreneurs ayant des parents salariés.

On observe un léger écart entre la satisfaction des micro-entrepreneurs ayant suivi des cours en entrepreneuriat (79,18%) et ceux ayant des expériences en création/reprise d'entreprise (79,10). 83,98% des personnes ayant eu des cours en entrepreneuriat expriment une grande satisfaction au niveau de l'accueil administratif et logistique. L'adaptation au besoin est désignée par les répondants ayant des expériences en création comme élément le moins satisfaisant.

87,33% des personnes dont la date de création est comprise entre 0 et 6 mois sont les plus satisfaits et la satisfaction est plus grande au niveau de l'accueil administratif et logistique soit 92%. A 72,35%, les répondants avec une date de création supérieure à 3 ans sont les moins satisfaits. La répartition entre le nombre d'entretiens individuels / collectifs est le point le moins satisfaisant (70,73%) pour eux.

Les accompagnés par la BGE sont les plus satisfaits (81,91 %) contre 44,44 % de ceux de la France Initiative. La satisfaction est grande en termes de l'accueil administratif et logistique de la part des personnes accompagnées par la BGE soit 86,05%. A 33,33% comme taux de satisfaction pour « l'accueil administratif et logistique », « la durée de l'accompagnement » et « le nombre de rendez-vous », ces trois points sont évoqués par les personnes ayant été suivies par France initiative comme étant les éléments de satisfaction les plus faibles.

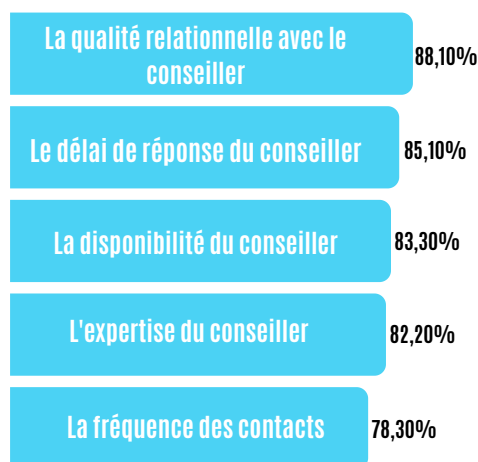
Concernant les phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER, les personnes ayant suivi la phase 2 : test d'activité sont les plus satisfaites (88,98%). Cette satisfaction est d'autant plus grande au niveau de la durée de l'accompagnement soit 90,68%. Quant aux personnes n'ayant suivi aucune des trois premières phases, la satisfaction est moindre (71,27%).

Les personnes issues du département du Pas-de-Calais (62) sont les plus satisfaites en termes de satisfaction générale et de compétence perçue par l'accompagnateur soit une moyenne de 85,28%. Parmi elles, 88,34% affirment être plus satisfaites par l'accueil administratif et logistique. Contrairement au Pas-de-Calais, les enquêtés du département de l'Oise (60) sont les moins satisfaits (71,15%). La répartition des entretiens individuels et collectifs est le point de satisfaction le plus faible, soit à 64,42 %.

Au total, les femmes de génération X (38-49 ans) ayant des connaissances en entrepreneuriat sont les plus satisfaites. Les moins satisfaits sont des jeunes de générations Z (moins de 26 ans) et Y (26-37 ans) d'un niveau d'études élevé (Bac+2-Licence) n'ayant pas bénéficié de cours en entrepreneuriat.

- Dimension 6 : Efficacité du processus : prééminence de la qualité relationnelle (88%), délai de réponse et disponibilité du conseiller (84%)

Graphique n°25 : Efficacité du processus



A travers ce graphique, le processus d'accompagnement se révèle très efficace. Les micro-entrepreneurs développent des relations de qualité très satisfaisante avec leurs conseillers (88,10%) ; ils sont très satisfaits des délais de réponse des conseillers (85,10%) et de la disponibilité de ceux-ci (83,30%). Les accompagnés montrent un fort intérêt également en l'expertise de leurs conseillers qui les satisfont (82,20%). Ils sont un peu moins convaincus par la fréquence des contacts avec leurs accompagnateurs mais ils restent quand même satisfaits (78,30%).

- **Délais de réponse et disponibilité du conseiller / Qualité relationnelle**

Notre étude nous permet de ressortir que la proportion des femmes qui sont satisfaites du délai de réponse du conseiller est plus élevée que celles des hommes. Nous retrouvons le même rapport pour la disponibilité du conseiller et l'expertise du conseiller qui sont des dimensions qui ont satisfait plus de proportions de femmes que d'hommes. Malgré le niveau un peu plus faible des pourcentages de satisfaction de la fréquence des contacts, nous retrouvons la même analyse pour le niveau le plus élevé de satisfaction qui concerne la qualité relationnelle avec le conseiller. En sommes, le niveau de satisfaction est très élevé chez les deux genres (de 78,80 à 89,29 % pour les femmes et de 77,32 à 86,25% pour les hommes). La qualité relationnelle avec le conseiller satisfait plus les femmes (89,29%). Quant aux hommes, la fréquence des contacts est moins satisfaisante (77,32%).

Les personnes appartenant à la génération X sont les plus satisfaites de l'efficacité du processus soit 84,17% avec un niveau très élevé pour la qualité relationnelle avec le conseiller (90,46%). Les micro-entrepreneurs de moins de 26 ans (génération Z) sont les moins satisfaits de l'efficacité du processus, cela se ressent surtout au niveau du « délai de réponse du conseiller » et de « l'expertise du conseiller » soit une proportion de 77,61%.

Par rapport au niveau d'étude, les personnes détenant un Bac sont les plus satisfaites de l'efficacité du processus (85,97%), en deuxième position nous avons les personnes n'ayant aucun niveau d'études (85,35%), en troisième position les Master et plus (84,21%) puis en quatrième et dernière position les Bac+2/ Licence (80,38%). La qualité relationnelle avec le conseiller est très satisfaisante pour les personnes ayant un niveau master et plus soit 90,69% et aussi pour les personnes ayant un niveau Bac soit 89,50%. D'un autre côté, la fréquence avec les contacts est le moins satisfaits au niveau des répondants avec un niveau d'études Bac+2 / Licence (75,09%) et des Master et plus (78,43%).

Quant au statut professionnel avant la création, l'étude ressort que les personnes qui étaient sans activité sont les plus satisfaites de l'efficacité du processus soit une moyenne de 87,21% contre 72,68% pour les anciens étudiants qui sont moins satisfaits. La qualité relationnelle avec le conseiller séduit 91,88% des personnes sans activité avant la création et 63,46 % des anciens étudiants en sont moins séduits.

Remarquons que les enquêtés dont les parents sont des salariés ont globalement plus apprécié l'efficacité du processus avec une proportion moyenne de 83,63% contre 82,36% pour ceux ayant des parents entrepreneurs. La qualité relationnelle est le facteur le plus apprécié chez les deux groupes soit respectivement 91,88% des personnes avec des parents entrepreneurs et 87,50% des personnes dont les parents sont salariés. La fréquence des contacts est l'élément le moins apprécié par les micro-entrepreneurs avec des parents salariés (78,50%) et ceux avec des parents entrepreneurs (77,21%).

Nous remarquons également que les personnes dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises par des cours en entrepreneuriat sont légèrement plus conquises par l'efficacité du processus (83,62%) et ceci sur quasi-totalité des dimensions (Le délai de réponse du conseiller, la disponibilité du conseiller, l'expertise du conseiller et la qualité relationnelle avec le conseiller). C'est presque le cas de ceux dont les connaissances ont été acquises à travers les expériences en création/reprise d'entreprise (83,08%). Concernant la fréquence des contacts, la proportion de satisfaction reste la même (78,26%) pour chacun des deux groupes.

La plupart de ceux qui ont créé leur entreprise de 0 à 6 mois ont été les plus satisfaits du délai de réponse du conseiller (90%) et les moins satisfaits sont ceux ayant plus de 3 ans d'expérience (75,61%), il en est de même pour toutes les autres dimensions : la fréquence des contacts (89% pour les 0 à 6 mois et 73,17% pour les plus de 3 ans) ; la disponibilité du conseiller (90% pour les 0 à 6 mois et 70,73% pour

les plus de 3 ans) ; l'expertise du conseiller (89% pour les 0 à 6 mois et 73,71% pour les plus de 3ans) ; la qualité relationnelle avec le conseiller (95% pour les 0 à 6 mois et 80,49% pour les plus de 3ans). En moyenne, les plus satisfaits de l'efficacité du processus sont ceux qui ont de 0 à 6 mois d'expérience (90,60%), suivit de ceux ayant de 7 mois à 1 an d'expérience (83,59%), puis vient ceux qui ont 1 à 3 ans d'expérience (82,27%) et enfin ceux qui ont plus de 3 ans d'expérience (74,74%).

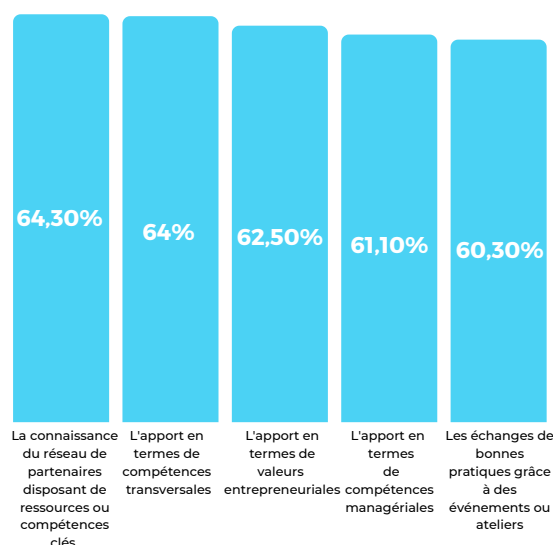
Les micro-entrepreneurs accompagnés par la BGE sont les plus satisfaits de l'efficacité du processus (sur toutes les dimension) avec en moyenne 85,93%. Ensuite ceux accompagné par la CCI qui a également satisfait les accompagnés avec une proportion moyenne de 85,16%. Ils sont les plus satisfaits par la qualité relationnelle avec le conseiller soit 90,70% pour la BGER et 87,22% pour la CCI. Les micro-entrepreneurs accompagnés par France Initiative sont les très peu satisfaits sur toutes les dimensions de l'efficacité du processus soit une moyenne de 33,33%.

Tenant compte des phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER, nous ressortons que, la satisfaction au niveau de l'efficacité du processus pour les accompagnés ayant suivi la phase 2 : test activité (89,49%) et moins par ceux n'ayant suivi aucune phase (78,56%). La satisfaction est grande au niveau de chaque phase en ce qui concerne la disponibilité du conseiller. Néanmoins, on retrouve la plus faible proportion de satisfaction au niveau de la fréquence des contacts (71,27%) pour des personnes n'ayant suivi aucune phase d'accompagnement.

Selon le département, l'efficacité du processus a satisfait la plupart des micro-entrepreneurs dont le code postal est le 62 (Nord-Pas-de-Calais) soit 86,38% et moins ceux dont le code postal est 60 (Oise) soit 78,65%. Le délai de réponse est a satisfait 85,32% des personnes du département du Nord (59) contre 80,77% moins satisfaits dans le département de l'Oise (60). Avec une grande satisfaction dans le Nord-Pas-de-Calais (87,73%), la disponibilité du conseiller est moins appréciée dans le département de la Somme (80) soit 76,79%. En sommes, les plus satisfaits de l'efficacité du processus sont : ceux qui ont le code postal 62 (86,38%) ; suivi de ceux qui ont le 59 (83,60%) ; ensuite ceux qui ont le 80 (82,86%) ; puis ceux qui ont le 02 (82,69%) et enfin ceux qui ont le 80 (78,65%).

- **Dimension 7 : Satisfaction de l'accompagné : connaissance du réseau de partenaires, apports en compétences transversales, entrepreneuriales et managériales (63%) – Jeunes (67%), Femmes (65%), Hommes (63%)**

Graphique n°26 : Satisfaction de l'accompagné



64,30% des micro-entrepreneurs accompagnés sont satisfaits de la connaissance du réseau de partenaires disposant des ressources qui leur sont indispensables dans le développement de leur activité. Ils sont également ravis de l'apport en termes de compétences transversales (64%) qu'ils ont pu avoir lors de leur accompagnement. Cette expérience a permis aux entrepreneurs d'apprendre d'avantages sur les valeurs entrepreneuriales et cela les a satisfaits (62,50%). De même pour l'apport en termes de compétences managériales qui a su les convaincre (61,10%). L'un des aspects importants de l'accompagnement est l'échange de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers ; les micro-entrepreneurs qui en ont profité ont appréciés et ont été satisfaits (60,30%).

- **Connaissance du réseau de partenaires / Compétences transversales et managériales**

Cette analyse permet de ressortir que la proportion des femmes qui sont satisfaites est légèrement plus élevée (62,53%) que celles des hommes (62,31%). Le niveau de satisfaction est élevé chez les deux genres allant de 59,10 à 65,10% pour les femmes et de 60,22 à 63,20% pour les hommes. Les femmes sont les plus satisfaites de la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou de compétences clés (65,10%) mais elles sont moins satisfaites des échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers (59,10%). Quant aux hommes, la satisfaction est plus grande pour l'apport en termes de compétences transversales (63,20%), par contre elle est faible pour l'apport en termes de compétences managériales (60,22%).

Par rapport à l'âge, la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés a été la plus marquante chez les répondants âgés de 26 à 37 ans (68,84%) il est de même que pour les moins de 26 ans (70,15%) et les 38 à 49 ans (63,96%). Les deux dernières tranches d'âges sont satisfaites respectivement aux proportions de l'apport en termes de compétences transversales (70,15%) et de l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (63,96%). Quant aux 50 ans et plus sont majoritairement satisfaits de l'apport en termes de compétences transversales (63,16%) et ils sont moins satisfaits de l'apport en termes de compétences managériales (56,65%). En somme, les accompagnés satisfaits sont en premier la plupart des moins de 26 ans (65,97%), suivit des 26 et 37 ans (62,98%), après ceux entre 38 et 49 ans (62,90%) et en dernière position ceux de 50 ans ou plus (59,05%).

Concernant le niveau d'études, l'apport en termes de compétences transversales a séduit la plupart des groupes de personnes sauf les personnes d'un niveau master et plus qui sont les plus satisfaites de la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés (62,75%). La satisfaction est moindre pour la majorité des répondants des différents niveaux d'études en termes d'échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers par contre les Bac+2 et Licence évoquent l'apport en termes de compétences managériales soit 56,60%. Généralement, la satisfaction des micro-entrepreneurs accompagnés est plus élevée chez les personnes n'ayant aucun niveau d'études (73,26%), suivi de ceux qui ont le niveau BAC (68,39%), de ceux ayant un Bac+2 ou Licence (58,49%) et enfin le Master et plus (57,74%).

L'étude montre que la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés a conquis la plupart des personnes qui étaient avant la création de leur entreprise des étudiants (63,41%), des salariés (65,28%) et des entrepreneurs (70,27%) par contre ils sont moins satisfaits des échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers. Les anciens fonctionnaires (55,77%) ou sans activités (65,48%) sont eux satisfaits par les échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers. Mais les fonctionnaires sont beaucoup moins satisfaits par l'apport en termes des compétences transversales et managériales (46,15%) et les personnes sans activité par l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales soit 62,94%. Globalement, les personnes qui étaient entrepreneures ont été les plus satisfaites (65,95%), suivi de celles qui étaient sans activités (64,14%), puis des anciens salariés (63,23%), des anciens étudiants (59,51%) et enfin de celles qui étaient fonctionnaires (49,55%).

En fonction du statut professionnel des parents, nous remarquons que les enquêtés dont les parents sont des entrepreneurs sont globalement les plus satisfaits avec une proportion moyenne de 65% contre 61,87% pour ceux ayant des parents entrepreneurs. En effet sur toutes les dimensions (la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés, l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales, l'apport en termes de compétences transversales, l'apport en termes de compétences managériales et les échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers), les enquêtés ayant des parents salariés ont été les moins satisfaits.

Les personnes dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises par des expériences en création/reprise d'entreprise, sont les plus satisfaites (63,61%) et ceci sur la plupart des dimensions (l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales, l'apport en termes de compétences transversales, l'apport en termes de compétences managériales et les échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers) ; contrairement à ceux dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises à travers les cours en entrepreneuriat (61,65%).

En moyenne, pour la date de création, les micro-entrepreneurs les plus satisfaits sont ceux qui ont de 0 à 6 mois d'expérience (71,20%), suivit de ceux ayant de 7 mois à 1 an d'expérience (63,85%), puis vient ceux qui ont 1 à 3 ans d'expérience (60,50%), et enfin ceux qui ont plus de 3 ans d'expérience (50,24%). L'apport en termes de compétences transversales est l'élément le plus satisfaisant pour les personnes dont la date de création est inférieure à 6 mois soit 75% et les personnes qui ont créé entre 7 mois et 1 an (66,67%), par contre ils sont moins satisfaits des échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers soit 68% et 59,83%. Les personnes dont la date de création est comprise entre 1 an et 3 ans (63,43%) et celles de plus de 3 ans (58,54%) sont quant à elles les plus satisfaites de la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés. En revanche, le premier groupe est moins satisfait à 58,17% de l'apport en termes de compétences managériales et 41,46% du second groupe des échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers.

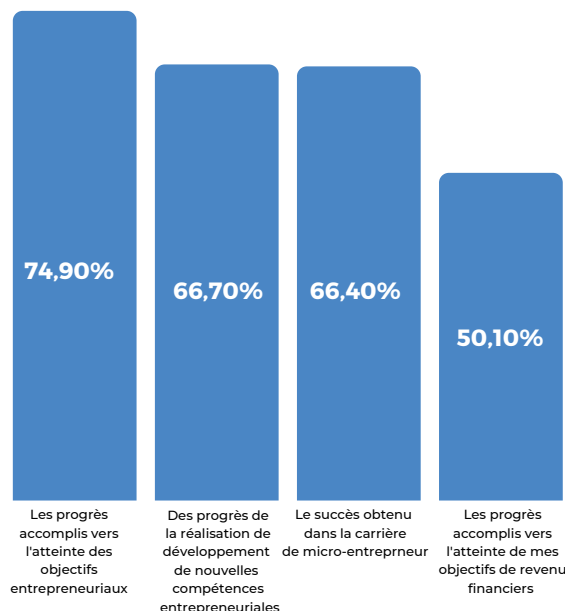
Les entrepreneurs accompagnés par la plateforme initiative sont les plus satisfaits (sur l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales, l'apport en termes de compétences managériales et les échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers) avec en moyenne 75,56%. Il s'en suit les personnes ayant été accompagnées par la BGE soit 66,1%, puis les accompagnés de la CCI soit 57,90%, ensuite nous avons également une moyenne de 52,27% pour les micro-entrepreneurs accompagnés par la CMA. Enfin, les accompagnés par France Initiative sont les moins satisfaits de quasiment toutes les dimensions avec une proportion moyenne de 23,23% avec une insatisfaction totale (0%) pour l'apport en termes de compétences transversales.

Tenant compte des phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER, nous ressortons que, ceux ayant suivi la phase 2 : Test d'activité sont les plus satisfaits sur toutes les dimensions de l'axe par contre ceux qui n'ont suivi aucune phase sont les moins satisfaits sur les dimensions. En moyenne, les plus satisfaits sont les accompagnés ayant participé à la phase 2 (76,44%), suivi de ceux qui ont participé à la phase 3 (74,39%), ensuite à la phase 1 (67,66%) et pour finir ceux qui n'ont participé à aucune phase (56,35%).

Selon la localisation, les personnes appartenant au Pas-de-Calais (68,94%) sont les plus satisfaites. Ils apprécient beaucoup la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences (69,94%). Les personnes les moins satisfaites de l'accompagnement sont issues du département de l'Oise (60) avec une proportion de 49,42%. Ils sont très peu satisfaits de l'apport en termes de compétences managériales soit 47,10%. Suite au micro-entrepreneurs du département Pas-de-Calais, les accompagnés du département de l'Aisne (66,53%) sont les plus satisfaits, suivi du département Nord (63,99%) et pour finir ceux de la Somme (55,71%).

- Dimension 8 : Echelle succès de carrière : atteinte des objectifs (75%) - [hommes (79%) ; femmes (72%) ; jeunes (85%)] ; développement de nouvelles compétences (66%) - [hommes (69%) ; femmes (62%) ; jeunes (82%)]

Graphique n°27 : Echelle succès de carrière



Ce graphique témoigne d'une satisfaction globale des micro-entrepreneurs sur les progrès qu'ils ont accomplis dans l'atteinte de leurs objectifs entrepreneuriaux (74,90%). Il ressort également le niveau élevé de la satisfaction des accompagnés face aux progrès qu'ils ont accomplis vers la réalisation d'objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales (66,70%). Les enquêtés sont ainsi ravis du succès obtenu dans leur carrière de micro-entrepreneur (66,40%). Ils le sont légèrement moins par rapport aux progrès vers l'atteinte des objectifs financiers (50,10%). Cette expérience a manifestement impacté positivement la carrière des micro-entrepreneurs qui ont bénéficié de l'accompagnement et se justifie par une satisfaction générale des accompagnés.

• Succès de carrière / Développement de compétences entrepreneuriales

Notre étude nous permet de mettre en exergue le fait que les hommes sont les plus satisfaits sur tous les points au niveau de l'échelle succès de carrière avec une moyenne de 68,40% contre 62,31% pour les femmes. La satisfaction est grande en termes des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux soit 79,18% d'hommes et 72,38% des femmes. Par contre la satisfaction est faible en termes des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs de revenu financier soit 46,60% des femmes et 55,76% d'hommes.

En termes d'âge, les personnes issues de toutes les tranches d'âges confondues sont très satisfaites des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux (68,42% à 85,07%) par contre elles sont peu satisfaites des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs de revenu financier (43,86% à 73,13%). Globalement, les micro-entrepreneurs qui sont satisfaits de leur succès de carrière sont en premier les moins de 26 ans (79,48%), suivit des 26 à 37 ans (69,88%), après ceux de 38 à 49 ans (60,69%) et en dernière position les 50 ans ou plus (58,33%).

Selon le niveau d'étude, les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux ont plus convaincu la plupart des personnes de tous les niveaux d'études (81,40% de personnes n'ayant aucun niveau d'études à 71,70% pour les Bac+2/ Licence) et ils sont moins satisfaits des progrès obtenus vers l'atteinte des objectifs de revenu financier (45,28% pour les Bac+2/ Licence à 61,63% personnes n'ayant aucun niveau d'études). Le succès de la carrière a été le plus satisfaisant pour les personnes n'ayant aucun niveau d'étude (73,84%), suivit de ceux qui ont le niveau Master et plus (65,20%), ensuite de ceux ayant le Bac (64,37) et enfin les personnes avec un Bac+2 et la Licence (61,13%).

Les anciens étudiants ont été les plus satisfaits par l'échelle de succès de carrière (72,56%), suivi des anciens entrepreneurs (70,27%), puis des anciens salariés (68,16%), des personnes qui étaient sans activité (57,36%) et enfin des anciens fonctionnaires (52,89%). Les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux sont très satisfaisants pour les anciens étudiants (78,05%) ainsi que le reste des accompagnés par contre l'atteinte des objectifs de revenu financier est peu satisfaisante pour les personnes qui étaient sans activités (40,61%) de même que pour le reste des enquêtés.

Quant au statut professionnel des parents, nous relevons que les enquêtés dont les parents sont des entrepreneurs sont globalement plus satisfaits de leur succès de carrière avec une proportion moyenne de 64,89% contre 64,46% pour ceux ayant des parents salariés. En effet sur toutes les dimensions les enquêtés ayant des parents salariés ont été les moins satisfaits sauf au niveau des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux (75,17%) et les progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales (66,83%) où ils sont plus satisfaits que les micro-entrepreneurs avec des parents entrepreneurs (73,53% et 66,18%).

Les personnes dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises par des expériences en création/reprise d'entreprise, sont plus conquises par l'échelle succès de carrière (65,47%), contrairement à ceux dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises à travers les cours en entrepreneuriat (63,90%) ; il en est de même pour le succès obtenu dans la carrière d'entrepreneur, les progrès accomplis vers l'atteinte de leurs objectifs entrepreneuriaux, les progrès accomplis vers l'atteinte de leurs objectifs de revenu financier. Au contraire, ceux dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises à travers les cours en entrepreneuriat (67,96%) sont plus satisfaits des progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales que ceux dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises par des expériences en création/reprise d'entreprise (64,88%). La grande majorité de ceux qui ont créé leur entreprise il y a plus de 3 ans ont été les plus satisfaits du succès obtenu dans leur carrière de micro-entrepreneur (82,93%) et les moins satisfaits sont ceux ayant moins de 6 mois d'expérience (47%), il en est de même pour les progrès accomplis vers l'atteinte de leurs objectifs entrepreneuriaux et de revenu financier et ceux accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales. En moyenne, les plus satisfaits de leur succès de carrière sont ceux qui ont plus de 3 ans d'expérience (68,90%) ; suivi de ceux qui ont entre 7 mois et 1 an d'expérience (64,85%) ; puis viennent ceux ayant de 1 à 3 ans d'expérience (64,61%) et enfin ceux qui ont moins de 6 mois d'expérience (61,75%).

Les micro-entrepreneurs accompagnés par la plateforme initiative sont les plus satisfaits (des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux, des progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs d'avancement et des progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales) avec 88,89%. Ensuite ceux accompagnés par la CCI sont aussi satisfaits avec une proportion moyenne de 66,67%.

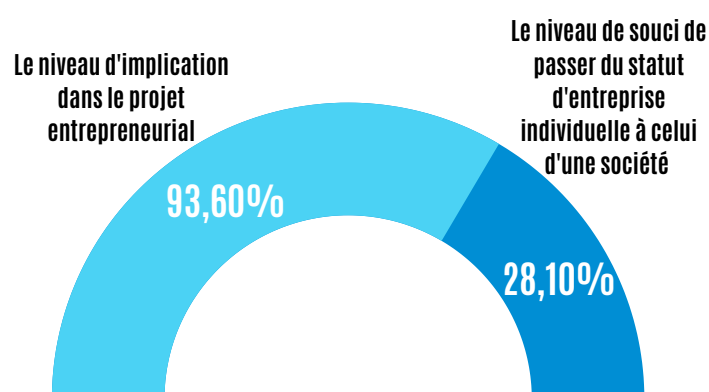
Nous avons également ceux accompagnés par la CMA qui sont satisfaits avec en moyenne 64,86% et les accompagnés de la BGE soit 63,90%. Les personnes accompagnées par France Initiative sont les moins satisfaits (sur quasiment toutes les dimensions) avec une proportion moyenne de 62,50%.

Tenant compte des phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER, nous ressortons que, le succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur a été le plus apprécié par les accompagnés ayant suivi la phase 2 : Structuration financière (74,58%) et moins par les personnes ayant suivi la phase 1 : Accompagnement (65,50%) ; il en est de même pour les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux, les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs d'avancement et les progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales. En moyenne, les plus satisfaits de leur succès de carrière sont ceux ayant participé à la phase 2 (72,67%), suivi de ceux qui ont participé à la phase 3 (66,67%), ensuite à la phase 1 (65,13%) et pour finir ceux qui n'ont participé à aucune phase (62,43%).

Le succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur a satisfait la plupart des répondants du département de la Somme (87,50%) et moins ceux de l'Oise (48,08%). Cette analyse est la même pour les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux, les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs de revenu financier et les progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales. Ainsi, les plus satisfaits de leur succès de carrière sont : les micro-entrepreneurs de la Somme (76,79%) ; suivi de ceux du Pas-de-Calais (70,55%) ; ensuite ceux du Nord (65,17%) ; puis ceux de l'Aisne (63,19%) et enfin ceux de l'Oise (46,64%).

- Dimension 9 : Implication dans le projet

Graphique n°28 : Implication dans le projet



La quasi-totalité des micro-entrepreneurs interrogés soit 93,60% est très impliquée dans leur projet entrepreneurial. Cependant, seulement 28,10% des accompagnés se soucient de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société.

- **Implication dans le projet / Intention de passer de la microentreprise à l'entreprise classique : 21% de femmes, 41% d'hommes, 37% de jeunes de bac+2+L dont certains encore étudiants et parents entrepreneurs (36%)**

À la suite de notre étude, nous avons pu constater que les femmes (94,22%) sont les plus impliquées dans le projet entrepreneurial que les hommes (94,22%). D'un autre côté, en ce qui concerne le niveau de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société, les hommes sont les plus soucieux soit 40,52% contre 20,99% de femmes.

Pour le niveau d'implication dans le projet entrepreneurial, les Boomers (95,91%) sont les plus impliquées suivi des personnes de la génération X (93,29%), puis la génération Y (93,02%) et enfin de la génération Z (91,04%). Au contraire, le niveau de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société est plus grande chez la génération Z (37,31%), puis la génération la génération Y (33,95%), suivi de la génération X (26,15%) et au final des Boomers (20,47%).

L'étude révèle que les personnes sans aucun diplôme (97,67%) sont les plus impliquées dans le projet entrepreneurial suivi des diplômés de Master et plus (94,61%) qui à leur tour sont suivis des autres diplômés. A côté, les Bac+2 / Licence (31,17%) sont les plus soucieux de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société, par contre les Master et plus (25%) sont les moins soucieux.

Les personnes qui étaient des salariés avant la création (95,11%) et sans activité (94,42%) sont les plus impliquées dans le projet entrepreneurial et les personnes les moins impliquées sont les anciens fonctionnaires (86,54). De même, les anciens fonctionnaires (13,46%) sont les moins soucieux de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société contrairement aux anciens étudiants (36,59%) qui ont exprimés beaucoup plus d'inquiétudes.

Notre étude montre que les micro-entrepreneurs ayant des parents salariés (94%) sont les plus impliqués dans le projet entrepreneurial avec une plus faible implication chez ceux avec des parents entrepreneurs (91,91%). Nous observons le phénomène contraire en termes du niveau de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société où les micro-entrepreneurs dont les parents sont entrepreneurs (30,88%) sont les plus soucieux par rapport à ceux dont les parents sont salariés (27,50%).

Les personnes dont les connaissances en entrepreneuriat ont été acquises par des expériences en création/reprise d'entreprise (30,10%) sont plus soucieuses de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société et les personnes avec des connaissances en entrepreneuriat acquises par les cours en entrepreneuriat (26,77%) les sont moins. De l'autre côté, les personnes avec une connaissance en entrepreneuriat acquises par les cours en entrepreneuriat (94,05%) sont les plus impliquées dans le projet entrepreneurial que ceux avec des expériences en création/ reprise d'entreprise (92,98%).

En ce qui concerne la date de création de l'entreprise, les micro-entrepreneurs dont la date de création d'entreprise est supérieure à 3 ans (97,56%) sont les plus impliqués dans le projet entrepreneurial par contre avec une création datant de 1 à 3 ans (92,74%) ils le sont moins. Le niveau de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société est élevé pour les micro-entrepreneurs avec une expérience de création de plus de 3 ans (43,90%) en revanche il est faible pour les personnes qui ont commencé leur activité il y a moins de 6 mois (23%).

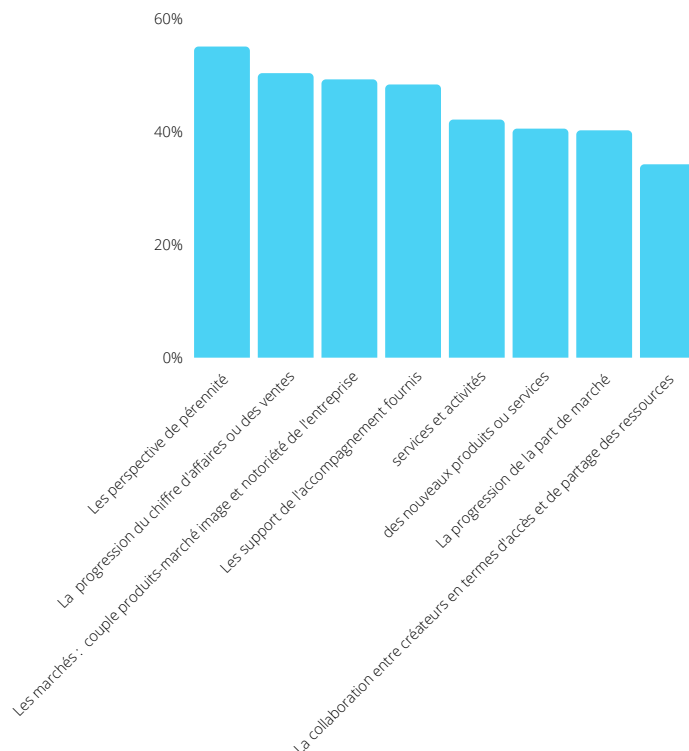
Les micro-entrepreneurs accompagnés par les structures d'accompagnement CCI (96,49%) et BGE (95,35%) sont les plus impliqués dans le projet entrepreneurial mais ils le sont moins pour les accompagnés de la France Initiative (66,67%). Les micro-entrepreneurs ayant reçu un accompagnement de la CCI (38,60%) sont les plus soucieux de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société contrairement à ceux de la France initiative (16,67%) qui le sont moins.

Pour les phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER, les répondants ayant suivi la phase 1 : Accompagnement (94,74%) sont les plus impliqués dans le projet entrepreneurial, en revanche, ils sont très peu soucieux de passer du statut d'entreprise individuelle à celui de société soit une proportion de 26,32%. Au contraire, le niveau de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société est grande pour les accompagnés de la phase 3 : structuration financière (40,35%) mais l'implication dans le projet y est faible (91,23%).

Le niveau d'implication dans le projet est fort sur l'ensemble des départements de notre étude dont la Somme détient le fort taux soit 98,21% et l'Aisne le plus faible soit 90,38%. En termes de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société, les micro-entrepreneurs sont peu soucieux dont les personnes du Pas-de-Calais qui ont le plus faible taux soit 22,09% contrairement aux accompagnés de l'Oise qui sont les plus soucieux avec un taux de 34,62%.

- Dimension 10 : Développement économique et social : perspective de pérennité (55%) – jeunes (57%), progrès du CA (50%) – jeunes (55%), couple produit/marché (49%) – jeunes (58%), supports de l'accompagnement (48%) – jeune (58%), conseils (40%) – jeune (47%)

Graphique n°29 : Développement économique et social



La satisfaction est faible pour la dimension développement économique et social. En effet, les perspectives de pérennité (54,90%) et la progression du chiffre d'affaires (50,20%) sont les seuls points sur lesquels la satisfaction des micro-entrepreneurs est supérieure à 50%. Les accompagnés sont peu satisfaits des marchés actuels (49,10%), qui ne leur permettent pas vraiment de déployer toutes les capacités de leurs produits. De même, la satisfaction est moindre en termes de supports de l'accompagnement fournis (48,20%). 42% sont satisfaits de l'aide à la digitalisation des services et activités. Les conseils concernant le développement des nouveaux produits et services (40,4%) ne satisfont pas la majorité des accompagnés. Il en ressort également de cette enquête une faible progression de la part de marché (40,10%). Pour finir, la satisfaction de la collaboration entre créateurs en termes d'accès et de partage de ressources reste très basse, seulement 34,10% des micro-entrepreneurs affirment leur satisfaction. Ces résultats montrent que les micro-entrepreneurs sont dans l'attente d'une amélioration de l'accompagnement dans le cadre du développement économique et social.

- Développement économique et social / Niveau d'exigence

Dans un premier temps nous avons pu observer que 44,03% des femmes et 46,58% des hommes sont globalement satisfaits du développement économique et social de leur entreprise. Les hommes sont plus satisfaits que les femmes du développement économique et social sur tous les points sauf deux, l'aide à la digitalisation des services et activités dont ils ont pu bénéficier (42,61% pour les femmes et 40,89% pour les hommes) et les supports de l'accompagnement fournis (51,61% pour les femmes et 42,38% pour les hommes). Nous pouvons aussi trouver un gros écart de satisfaction entre les deux genres au sujet de la progression de la part de marché, seulement 36,62% des femmes sont satisfaites contre 46,10% pour les hommes.

D'après l'étude, 53,71% des micro-entrepreneurs de moins de 26 ans sont globalement satisfaits du développement économique et social de leur entreprise contre 50,99% pour les micro-entrepreneurs entre 26 et 37 ans, 42,19% pour les personnes entre 38 et 49 ans et enfin 38,45% pour les 50 ans et plus. Le pourcentage le plus bas relevé est celui de la satisfaction de la collaboration entre créateurs en termes d'accès et de partage de ressources pour les 50 ans ou plus avec 26,32%.

Dans le cas de la satisfaction du développement économique et social, nous pouvons constater que le niveau d'étude peut avoir une incidence sur le niveau de satisfaction du développement de son entreprise. En effet, nous pouvons dire que plus le niveau d'étude est élevé et plus le niveau de satisfaction est faible : 53,92% des micro-entrepreneurs non diplômés sont satisfaits du développement de leur entreprise, contre 41,24% pour les micro-entrepreneurs titulaires d'un Master et plus, 48,62% pour les personnes ayant le Bac et 42,17% pour les personnes détenteurs d'un Bac+2/ Licence.

Pour le développement économique et social, sont les plus satisfaits les accompagnés qui étaient des entrepreneurs (53,72%) surtout au niveau des perspectives de pérennité (64,86%). Ils sont suivis des anciens étudiants (48,78%), des ex-salariés (47,68%) et des personnes qui étaient sans activités (39,78%). La satisfaction est très faible pour les anciens fonctionnaires (32,69%) et cela se ressent principalement au niveau de la collaboration entre créateurs en termes d'accès et de partage de ressources (19,23%).

Concernant le rôle du statut professionnel des parents, nous nous sommes aperçus que 47,52% des enfants d'entrepreneurs étaient satisfaits du développement de leur entreprise contre 44,27% pour les enfants de salariés. Nous pouvons donc en conclure que les enfants de salariés sont les plus insatisfaits et les plus exigeants.

La manière dont les micro-entrepreneurs ont pu obtenir des connaissances en entrepreneuriat ont ici un rôle à jouer dans le développement de leur entreprise. Certains ont suivi des cours en entrepreneuriat et d'autres ont déjà eu une expérience en création ou en reprise d'entreprise. Nous pouvons constater grâce à notre étude que la satisfaction quant au développement économique et social de son entreprise est plus élevée lorsque le micro-entrepreneur a déjà eu une expérience en création d'entreprise (45,74% contre 44,28% pour les personnes ayant suivi des cours en entrepreneuriat).

Concernant la date de création de l'entreprise, nous observons que les entrepreneurs ayant une entreprise de 7 mois à 1 an, 46,15% d'entre eux sont satisfaits du développement de leur entreprise, pour les entreprises entre 1 an et 3 ans, les micro-entrepreneurs satisfaits représentent 44,53%, nous avons 44,38% pour les microentreprises de moins de 6 mois et 41,77% pour les entreprises de plus de 3 ans.

Pour la structure d'accompagnement, nous pouvons relever que les accompagnés ayant été suivis par la plateforme initiative sont les plus satisfaits soit 58,34%. Pour les accompagnés de la CCI il s'agit de 48,68%, 46,12% pour la CMA, 43,87% pour la BGE et le plus faible taux de satisfaction pour France Initiative soit 43,75%.

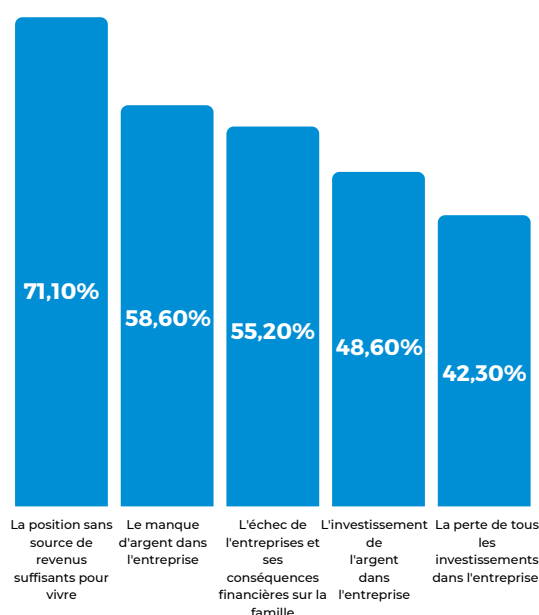
Les micro-entrepreneurs ont pu bénéficier de différentes phases d'accompagnement avec le chéquier Starter, dans un premier temps nous pouvons observer que 92,83% des entrepreneurs ayant suivi la phase 1 d'accompagnement ante création sont les plus satisfaits du développement économique et social de leur entreprise, contre 57,02% pour les micro-entrepreneurs ayant suivi la phase 2 de test d'activité, et 57% pour les personnes ayant suivi la phase 3 de structuration financière. Enfin, seulement 42,16% sont peu satisfaits lorsqu'ils n'ont pas suivi de phases d'accompagnement.

Pour le niveau de satisfaction des entrepreneurs sur le développement économique et social de leur entreprise en fonction de leur localisation, nous nous apercevons que leur niveau de satisfaction est similaire, cependant, le département où les micro-entrepreneurs sont les plus satisfaits de leur développement est le Pas-de-Calais (50,77%) et le département où ils le sont moins est l'Oise (34,74%).

2.2.4. Axe 4 : Peur de l'échec

- Dimension 10 : Développement économique et social : perspective de pérennité (55%) – jeunes (57%), progrès du CA (50%) – jeunes (55%), couple produit/marché (49%) – jeunes (58%), supports de l'accompagnement (48%) – jeune (58%), conseils (40%) – jeune (47%)

Graphique n°30 : Sécurité financière



Jusqu'à 71,10% des micro-entrepreneurs ont peur de se retrouver sans source de revenus pour vivre. En effet, 58,60% des accompagnés ont également peur de manquer de l'argent dans leur entreprise. Nous constatons également une peur de l'échec de l'entreprise et ses conséquences financières sur la famille pour 55,20% des accompagnés. Malgré les craintes un peu plus prononcées pour les éléments préalablement précités, la peur d'investir de l'argent dans l'entreprise est ressentie par 48,60% des micro-entrepreneurs. La peur est également moindre du point de vue de la perte de tous les investissements dans l'entreprise (42,30%). En générale, les micro-entrepreneurs ont peur de se retrouver sans argent mais ils ont moins peur de perdre tous les investissements dans leurs entreprises.

- Sécurité financière / Faillite personnelle

Les femmes (57,26%) expriment plus de peur pour la sécurité financière comparé aux hommes (51,45%). Les femmes ont très peur de se retrouver sans source de revenus suffisants pour vivre soit 75,59% par contre les hommes (43,49%) ont très peu peur d'investir de l'argent dans l'entreprise.

Pour l'âge, nous nous apercevons que les personnes les plus jeunes (moins de 26 ans) sont les personnes les plus susceptibles de craindre une mauvaise sécurité financière (56,90%) par rapport aux personnes les plus âgées (57,49% pour les 26-37 ans, 55,19% pour les 38-49 ans et 50,99% pour les micro-entrepreneurs de 50 ans ou plus). En effet, la peur des risques financiers sur l'entreprise diminue avec l'augmentation de l'âge.

Au sujet du niveau d'études, nous observons que seulement 48,33% des micro-entrepreneurs ayant un master et plus craignent une mauvaise sécurité financière contre 64,19% pour les personnes n'ayant pas de diplôme ; 58,23% pour les micro-entrepreneurs ayant le Bac et 55,32% pour les micro-entrepreneurs ayant un Bac+2 ou une Licence. En conclusion, plus le niveau d'études augmente plus la peur de la sécurité financière diminue. La peur est plus exprimée chez chacun des groupes d'individus au niveau de la dimension « la position sans source de revenus suffisants pour vivre » (de 68,63% pour les Master et plus à 74,42% pour les micro-entrepreneurs sans diplôme).

Pour le statut professionnel avant la création, l'ensemble des répondants ont peur de se retrouver sans source de revenus suffisants pour vivre (63,41% à 78,17%). On observe peu de peur en termes de perte de tous les investissements dans l'entreprises pour les anciens entrepreneurs (40,54%), fonctionnaires (50%) et sans activité (42,64%). En revanche, chez les anciens salariés, la peur de l'échec de l'entreprise et ses conséquences financières sur la famille est peu prononcée soit 39,02% ; alors que les anciens étudiants ont moins peur d'investir de l'argent dans l'entreprise soit 48,78%. En moyenne, les personnes ayant le plus de craintes quant à la sécurité financière sont les personnes qui étaient fonctionnaires (59,36%), et les personnes ayant le moins de crainte à ce sujet sont les anciens salariés (50,49%).

Pour le statut professionnel des parents, nous observons que le taux de micro-entrepreneurs ayant des parents salariés craignant le plus pour leur sécurité financière soit 56%, alors que ceux avec des parents entrepreneurs le sont moins soit 51,33%.

La manière dont les entrepreneurs ont pu obtenir des connaissances en entrepreneuriat ont ici un rôle à jouer dans la sécurité financière. Les micro-entrepreneurs ayant déjà eu une ou plusieurs expériences en création/reprise d'entreprise sont plus nombreux à avoir des appréhensions sur la sécurité financière de leur entreprise : 56,99% contre 53,87% pour les micro-entrepreneurs ayant suivi une formation ou des cours en entrepreneuriat.

Concernant la date de création de l'entreprise, en moyenne 58,54% des micro-entrepreneurs qui ont créé il y a plus de 3 ans ont beaucoup plus d'appréhension pour la sécurité financière, 56,58% pour les microentreprises de 7 mois à 1 an, 55,80% pour les microentreprises âgées de 0 à 6 mois et enfin 53,63% pour les microentreprises datant de 1 an à 3 ans.

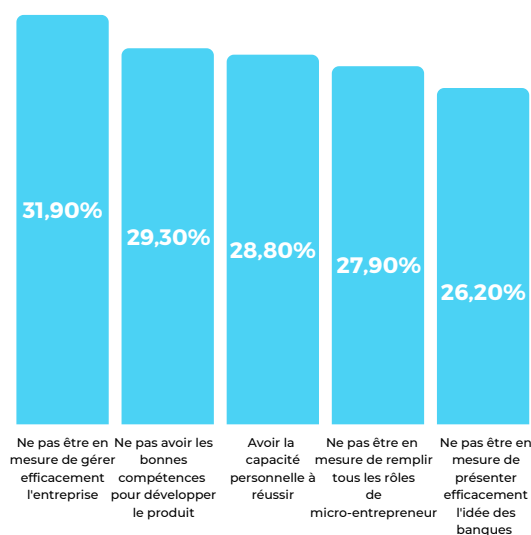
En ce qui concerne la structure d'accompagnement qu'a sollicitée l'accompagné, nous pouvons dire que 59,30% des personnes ayant été accompagnées par la CCI ont une appréhension concernant leur sécurité financière contre 57,43 % pour la CMA, 54,22 pour la BGE, 53,33% pour la plateforme initiative, et enfin 40% pour France Initiative. Ce faible taux est exprimé par les micro-entrepreneurs accompagnés par France Initiative à 33,33% pour les dimensions : « la perte de tous les investissements dans l'entreprise », « la position sans source de revenu suffisant pour vivre » et « l'échec de l'entreprise et ses conséquences financières sur la famille ».

Concernant la phase d'accompagnement nous avons pu observer que 64,30% des accompagnés ayant suivi la phase 3 de structuration financière de leur entreprise avaient des craintes quant à leur sécurité financière contre 54,24% pour ceux ayant suivi la phase 2 Test d'activité. 56,14% ont suivi la phase 1 d'accompagnement ante-création et 54,31% n'ont suivi aucune des trois phases d'accompagnement.

Enfin, grâce à l'étude menée, nous avons pu constater que seulement 50,65% des micro-entrepreneurs de la Somme avaient une crainte au sujet de leur sécurité financière contre 53,37% pour les micro-entrepreneurs du Pas-de-Calais, 55,39% dans l'Aisne, 55,96% pour le Nord et 57,31% pour l'Oise.

- Dimension 12 : Capacité personnelle : gestion efficace de l'entreprise (32%) - [hommes (25%) ; femmes (36%) ; jeunes (29%)], compétences pour développer produit/service (29%) - [hommes (20%) ; femmes (34%) ; jeunes (22%)], capacités personnelles pour remplir les fonctions d'entrepreneur (27%) - [hommes (18%) ; femmes (36%) ; jeunes (33%)]

Graphique n°31 : Capacité personnelle



Suivant le graphique, les affirmations des éléments de la mesure de la capacité personnelle des micro-entrepreneurs sont faibles. Etant donné que nous sommes en présence d'une négation nous pouvons affirmer que la majorité des micro-entrepreneurs interrogés lors de cette enquête ont une image positive de leurs capacités personnelles. Ainsi, 31,90% des répondants affirment ne pas être en mesure de gérer efficacement l'entreprise, 29,30% sont convaincus de ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit. 27,90% et 26,20% des enquêtés ont peur respectivement de ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert ce poste de dirigeant de microentreprise et de ne pas être en mesure de présenter efficacement l'idée aux banques/partenaires financiers. Mais encore, 28,80% des micro-entrepreneurs ont développés la peur d'avoir la capacité personnelle à réussir.

- **Capacité personnelle : efficacité managériale et vision**

En comparant les deux sexes, les hommes se sont montrés plus en mesure de gérer efficacement l'entreprise que les femmes et moins aptes en contrepartie que les femmes à gérer efficacement l'entreprise.

En outre, les jeunes micro-entrepreneurs de la génération Z (38,81%) et ceux de la génération Y (37,21%) pensent ne pas être en mesure de gérer efficacement l'entreprise. Alors que les plus âgés issues de la génération X (32,86%) et les boomers (23,98%) pensent ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert ce poste de dirigeant de microentreprise. Ainsi, en moyenne, la capacité personnelle est plus prononcée chez les boomers (21,75%) que chez les personnes de la génération Y (32,28%).

Concernant le niveau d'études, notre étude montre que plus le niveau d'études augmente plus la capacité personnelle est grande. Ainsi, les personnes qui ont un master et plus sont en moyenne les moins en accord avec les négations de la capacité personnelle soit 24,22% contre 33,49% pour les personnes affirmant avoir aucun niveau d'études (33,49%).

Les micro-entrepreneurs qui avaient le statut de salariés avant la création d'entreprise sont ceux qui pensent le plus avoir les capacités personnelles nécessaires pour bien gérer leur entreprise. Par contre, ceux qui étaient des fonctionnaires le pensent le moins.

Les micro-entrepreneurs qui avaient des parents entrepreneurs pensent avoir beaucoup plus de capacité personnelle que les micro-entrepreneurs avec des parents salariés. Les personnes ayant suivi des cours en entrepreneuriat affirment avoir une meilleure capacité personnelle que les personnes avec des expériences en création / reprise d'entreprise.

En termes de date de création, les micro-entrepreneurs ayant créé leurs microentreprises il y a plus de 3 ans pensent être plus en mesure de gérer efficacement leurs projets que ceux qui ont déjà créé leurs microentreprises il y a moins de 6 mois.

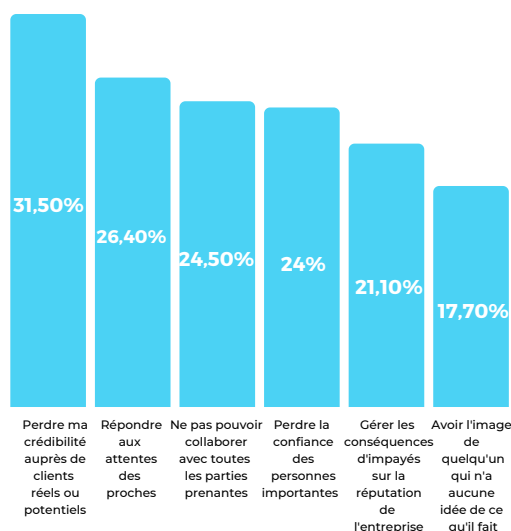
Pour les structures d'accompagnement, les micro-entrepreneurs exprimant peu de capacité personnelle sont ceux accompagnés par France Initiative (33,33%), suivi de la CMA (32,30%), de la CCI (29,82%), de la BGE (27,75%) et pour finir la plateforme initiative (24,44%).

Les personnes n'ayant suivi aucune phase du dispositif Chéquier STARTER, se sentent plus confiantes en leurs capacités personnelles et pensent être plus en mesure d'avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de mon entreprise. Alors que les accompagnés au niveau de la phase 3 : structuration financière sont moins confiants de leur capacité personnelle surtout lorsqu'il s'agit de gérer efficacement l'entreprise.

Les micro-entrepreneurs les moins confiants de la capacité personnelle sont en moyenne ceux issus de l'Aisne (33,46%), suivit de l'Oise (33,27%), puis du Nord (29,42%), du Pas-de-Calais (26,62%) et enfin par la Somme (18,93%).

- **Dimension 13 : Menace pour l'estime sociale : crédibilité auprès des clients et des partenaires importants (28%) - [jeune (38%)], réponse aux attentes des proches et partenaires (25%) - [jeune (29%)]**

Graphique n°32 : Menace pour l'estime sociale



En termes de menace pour l'estime sociale, la peur ressentie par les micro-entrepreneurs est moindre pour l'ensemble des éléments composants cette dimension (les taux sont inférieurs à 40%). 31,50% des micro-entrepreneurs ayant participé à notre étude développent une peur de perdre leur crédibilité auprès de clients réels ou potentiels. 26,40% ressentent une peur lorsqu'il s'agit de répondre aux attentes des proches. 24,50% pensent ne pas pouvoir collaborer avec toutes les parties prenantes. 24% des répondants ont peur de perdre la confiance des personnes importantes. Dans cette logique, 21,10% des enquêtés ont peur de gérer les conséquences d'impayés sur la réputation de l'entreprise. Et enfin, très peu de micro-entrepreneurs ont peur d'avoir une image de qui n'a aucune idée de ce qu'il fait (17,70%).

- **Menace pour l'estime sociale : vulnérabilité et auto-efficacité durable**

Les femmes sont plus que les hommes vulnérables à l'estime sociale (EST) soit une proportion de 24,48% contre 23,67%. Elles ont peur de perdre leur crédibilité auprès de clients réels ou potentiels (34,69%). Alors que les hommes n'ont pas peur d'avoir l'image de quelqu'un qui n'a aucune idée de ce qu'il fait (14,50%).

En outre, on peut remarquer que la menace pour l'estime sociale est plus importante chez les jeunes : les moins de 26 ans (30,35%) et ceux âgés entre 26 et 37 ans (27,57%). Le premier groupe a peur de perdre la confiance des personnes importantes (35,82%) tandis que le second groupe d'âge exprime une peur de perdre leur crédibilité auprès de clients réels ou potentiels (38,41%). En revanche, les plus âgés soit les plus de 50 ans ou plus sont confiants et n'expriment quasi pas de peur de l'estime sociale comparé aux autres générations avec une moyenne de 17,74%. Avoir une image de quelqu'un qui n'a aucune idée de ce qu'il fait est l'élément le moins effrayant pour les boomers (11,70%). L'étude nous permet de conclure que plus l'âge de l'accompagné augmente plus la menace pour l'estime sociale est faible.

Tout comme l'âge des enquêtés, nous remarquons que plus l'accompagné a un haut niveau d'études plus il se sent moins menacé par l'estime sociale. Ceci dit, les personnes sans aucun diplôme sont les plus menacées par l'estime sociale soit un taux de 30,23%. Cette peur est plus ressentie au niveau de « Perdre ma crédibilité auprès de clients réels ou potentiels » (34,88%) et de « Gérer les conséquences d'impayés sur la réputation de l'entreprise » (34,88%). Au contraire, les Master et plus ont une faible menace de l'estime sociale au niveau de « Avoir l'image de quelqu'un qui n'a aucune idée de ce qu'il fait » (9,80%). La moyenne de la menace de l'estime sociale est de 29,10% pour les personnes ayant un Bac et de 24,15% pour ceux avec un Bac+2/ Licence.

En termes de statut professionnel avant la création, « perdre de ma crédibilité auprès de clients réels ou potentiels » est désigné comme la menace pour l'estime sociale principalement par les anciens salariés (28,85%), les anciens fonctionnaires (34,62%) et les personnes sans activité (35,53%). D'un autre côté, les anciens étudiants (36,59%) parlent de « perdre la confiance des personnes importantes » et les anciens entrepreneurs (32,43%) de « pouvoir collaborer avec toutes les parties prenantes ». Globalement, les étudiants avant la création (30,89%) se sentent les plus menacés par l'estime social, suivi des fonctionnaires (28,53%), puis des personnes sans activité (27,58%), des entrepreneurs (23,87%) et enfin des salariés (21,35%).

Les micro-entrepreneurs qui avaient des parents salariés sont les plus menacés de l'estime sociale que ceux dont les parents sont des entrepreneurs soit 24,72% contre 21,82%. Dans la même logique, les micro-entrepreneurs ayant des expériences en création/ reprise d'entreprise ont plus peur de la menace de l'estime sociale que ceux ayant suivi des cours en entrepreneuriat soit une proportion de 26,20% contre 22,80%.

En ce qui concerne la date de création de la microentreprise, tous les groupes de personnes expriment une plus grande menace de l'estime sociale pour « perdre ma crédibilité auprès de clients réels ou potentiels » sauf les entreprises datant de plus de 3 ans de création qui parlent de « répondre aux attentes des proches » et « gérer les conséquences d'impayés sur la réputation de l'entreprise » (29,27%). En moyenne, les accompagnés avec une date de création de 0 à 6 mois se sentent plus menacés par l'estime sociale soit 29,50%, suivit des 7mois à 1 an (25,71%), puis des plus de 3 ans (22,36%) et pour finir les 1 à 3 ans (21,93%).

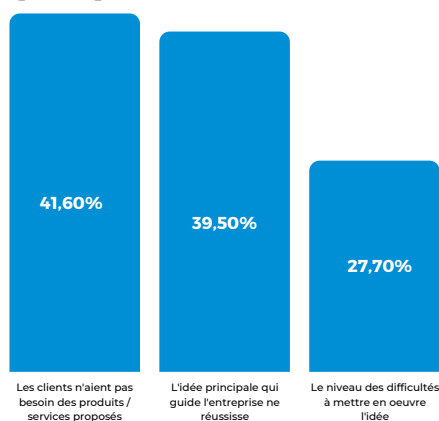
Les accompagnés par France Initiative ont plus peur de la menace de l'estime sociale soit 36,11% contrairement aux accompagnés de la plateforme initiative qui sont à 9,26% et qui se sentent les moins menacés. Ces derniers n'expriment aucune (0%) menace pour les éléments suivants : « pouvoir collaborer avec toutes les parties prenantes » et « gérer les conséquences d'impayés sur la réputation de l'entreprise ». La proportion de la menace de l'estime sociale est de 24,13% pour les accompagnés de la BGE, 22,23% pour ceux de la CCI et 25,57% pour ceux de la CMA.

Perdre la crédibilité auprès de clients réels ou potentiels est l'élément le plus menaçant pour l'estime sociale pour l'ensemble des accompagnés ayant suivi ou non les phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER avec jusqu'à 47,37% pour les accompagnés de la phase 3 structuration financière. Ces derniers se sentent les plus menacés de l'estime sociale soit une moyenne de 29,24%, suivi des accompagnés ayant suivi la phase 2 (25,14%), puis la phase 1 (24,37%) et pour finir les accompagnés n'ayant suivi aucune des trois phases soit 23,43%.

En termes de département, les personnes appartenant au département de l'Aisne ont plus peur de la menace de l'estime sociale soit 34,30%, suivi des accompagnés du département de l'Oise (25,94%), puis du Nord (25,1%), de la Somme (19,64%) et enfin du Pas-de-Calais (19,63%).

- **Dimension 14 : Potentiel de l'idée : adéquation produit/service aux besoins clients (42%), génération et mise en œuvre de nouvelles idées (34%)**

Graphique n°33 : Potentiel de l'idée



Les potentialités des idées entrepreneuriales sont fortement remises en causes par les entrepreneurs / micro-entrepreneurs eux-mêmes, et cela s'explique par leurs peurs. Ce graphique permet de faire ressortir les peurs ressenties par les micro-entrepreneurs ayant participé à notre étude. La plus grande peur réside dans la pensée selon laquelle les clients n'aient pas besoin des produits/ services proposés (41,60%). 39,50% des enquêtés ont peur que leur idée principale qui guide l'entreprise ne réussisse pas. La peur du niveau des difficultés à mettre en œuvre l'idée est ressentie par 27,70% des micro-entrepreneurs interrogés.

- **Potentiel de l'idée : vision et projet**

Le pourcentage des femmes interrogées qui ont peur du potentiel de leur idée était plus important que le pourcentage des hommes soit 40,83% contre 28,38%.

Les personnes de la génération Y (41,40%) et ceux de la génération X (46,64%) ont peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services proposés, à qui s'ajoute les accompagnés de la génération Z (40,30%) et qui ont peur à la fois que l'idée principale qui guide l'entreprise ne réussisse pas (40,30%). Cette dernière peur exprimée par les Z est ressentie par les accompagnés boomers (38,40%). En somme, en moyenne, les accompagnés de la génération X (38,40%) ont plus peur du potentiel de l'idée et au contraire, ceux de la génération Y ont moins peur (31,97%).

Tout niveau d'études confondue, les enquêtés ont plus peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services proposés (allant de 44,20% à 39,22%). La peur du potentiel de l'idée est grande chez les accompagnés sans aucun diplôme (37,98%) suivit des Bac+2/ Licence (37,10%), puis des Bac (36,28%) et enfin des Master ou plus (34,48%).

Comme vu précédemment pour le niveau d'études des accompagnés, en termes de statut professionnel avant la création, les micro-entrepreneurs ont plus peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services proposés (de 55,77% pour les fonctionnaires à 36,19% pour les salariés). Les anciens entrepreneurs (29,73%) expriment une faible peur pour le potentiel de l'idée ce qui se ressent surtout pour le niveau des difficultés à mettre en œuvre l'idée (16,22%). Par contre avec une moyenne de 50%, ceux sont les anciens fonctionnaires qui ont plus peur du potentiel de l'idée. Les pourcentages pour la peur du potentiel de l'idée pour les autres professions sont les suivants : les anciens étudiants (35,77%), les anciens salariés (31,95%) et les sans activités (42,98%).

Les personnes dont les parents sont salariés ont plus peur du potentiel de l'idée que ceux dont les parents sont entrepreneurs soit 36,89% contre 33,58%. Concernant la connaissance en entrepreneuriat, les accompagnés ayant eu des expériences en entrepreneuriat ont plus peur de « l'idée principale qui guide l'entreprise ne réussisse pas » (40,13%) et du « le niveau des difficultés à mettre en œuvre l'idée » (28,76%) que les accompagnés ayant suivi des cours en entrepreneuriat. Mais, on constate l'effet inverse lorsqu'il s'agit de « les clients n'aient pas besoin des produits / services proposés » où la peur est grande pour les accompagnés avec une connaissance en entrepreneuriat acquise par les cours en entrepreneuriat soit 41,88% contre 41,14%. En somme, les personnes avec des expériences en création/ reprise d'entreprise ont plus peur du potentiel de l'idée (36,68%) que ceux avec des cours en entrepreneuriat (36%).

Concernant les structures d'accompagnement, les personnes ayant été accompagnées par la plateforme initiative sont confiantes du potentiel de l'idée soit 11,11% comme pourcentage sur les trois points permettant d'évaluer cette dimension. Les accompagnés de la BGE (41,47%), CMA (41,89%) et de la France initiative (83,33%) ont peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services proposés. Les accompagnés de la CCI (45,61%) ressentent plus de crainte au niveau de l'énoncé suivant : « l'idée principale qui guide l'entreprise ne réussisse pas ». En moyenne, la peur du potentiel de l'idée est plus prononcée pour les accompagnés de France Initiative (50%) et moins par les accompagnés de la plateforme initiative (11,11%).

Les accompagnés ayant suivi la phase 3 structuration financière (38,01%) du dispositif Chéquier STARTER sont les premiers à avoir peur du potentiel de l'idée, suivi en deuxième position par les accompagnés de la phase 1 accompagnement (37,43%). On retrouve en troisième position les personnes ayant été accompagnées au niveau de la phase 2 test d'activité (35,31%) et en quatrième et dernière position on retrouve des personnes n'ayant suivi aucune des trois phases d'accompagnement dudit dispositif soit 34,72%.

En définitive, selon l'ensemble des départements, les micro-entrepreneurs accompagnés ont moins peur du niveau des difficultés à mettre en œuvre l'idée (23,31% pour le Pas-de-Calais à 36,57% pour l'Oise). Globalement, les personnes issues de l'Oise (42,32%) ont plus peur du potentiel de l'idée suivit de la Somme (36,90%), puis de l'Aisne (36,54%), du Nord (36,47%) et enfin du Pas-de-Calais (31,70%).

3. Résultats issus des tests d'hypothèses, de l'étude qualitative et principales implications opérationnelles

La troisième partie de notre rapport d'étude expose d'abord les hypothèses confirmées quant aux déterminants de l'ambition du micro-entrepreneur enclin au développement de son affaire. Il s'attèle ensuite aux résultats de l'étude qualitative. Ces résultats sont pertinemment en jonction avec ceux issus de l'enquête quantitative et des données secondaires préalablement récoltées. Pour finir, les implications opérationnelles de l'ensemble de l'étude sont clairement mises en évidence.

3.1. Principales hypothèses confirmées

Le test des hypothèses (ANOVA et test de khi2) confirment 7 types de déterminants de l'intention du micro-entrepreneur de passer en entreprise classique et de développer son affaire avec la possibilité de création d'emploi :

- Réseau d'affaires : collègues, fournisseurs et aides publiques
- Caractéristiques personnelles : genre (femmes), âge (50 ans et plus), niveau d'études (minimum Bac)
- Motivations : liberté/indépendance/autonomie, équilibre vie familiale/vie professionnelle, création activité/nouvelle et innovante, amélioration de la rémunération, pression familiale/entourage
- Conseils des structures d'accompagnement
- Compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation)
- Succès de carrière : perspective de pérennité, progression du chiffre d'affaires
- Peur de l'échec et capacité personnelle : adaptation produit/service au marché (crédibilité et compétences d'entrepreneur), conséquences financières de la faillite sur la famille

Les sous-hypothèses confirmées sont consignées dans le tableau ci-dessous.

Tableau n° 7 : Principales sous-hypothèses confirmées

Hypothèses	Sous-hypothèses	Test effectué	Données / Résultat
H1 – La mobilisation des réseaux, des aides et des sources de financement impacte l'intention du micro-entrepreneur de développer son affaire	H1a - La mobilisation du réseau des proches et d'affaires impacte positivement l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Test de Khi-carré	<ul style="list-style-type: none"> • Collègues Khi deux = 3,389, ddl = 1, p = 0,066 (seuil de 10%) • Fournisseurs Khi deux = 15,124, ddl = 1, p = < 0,001 (seuil de 5%)
	H1b - L'accès aux financements influence l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Test de Khi-carré	<ul style="list-style-type: none"> • Fonds de relance des pouvoirs publics Khi deux = 2,817, ddl = 1, p = 0,093 (seuil de 10%)
	H1d - Les relations d'affaires constituées de professionnels favorisent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Test de Khi-carré	<ul style="list-style-type: none"> • Fournisseurs Khi deux = 15,124, ddl = 1, p = < 0,001 (seuil de 5%)
	H1e - Les relations d'affaires constituées de professionnels favorisent l'intention d'embaucher du personnel	Test de Khi-carré	<ul style="list-style-type: none"> • Fournisseurs Khi deux = 28,787, ddl = 1, p = < 0,001 (seuil de 5%)
H2 – Les caractéristiques et les motivations personnelles du micro-entrepreneur influencent son intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel	H2a - Les caractéristiques personnelles du micro-entrepreneur impactent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Test de Khi-carré	<ul style="list-style-type: none"> • Genre : femme Khi deux = 31,532, ddl = 1, p = < 0,001 (seuil de 5%) • Age : 50 ans et plus Khi deux = 18,142, ddl = 3, p = < 0,001 (seuil de 5%) • Niveau d'études : Bac Khi deux = 6,493, ddl = 3, p = < 0,090 (seuil de 10%) • Structure d'accompagnement : BGE Khi deux = 17,111, ddl = 4, p = < 0,002 (seuil de 5%) • Département : Pas de Calais Khi deux = 8,179, ddl = 4, p = < 0,085 (seuil de 10%)

Hypothèses	Sous-hypothèses	Test effectué	Données / Résultat
	H2b - Les motivations intrinsèques (liberté/indépendance, autonomie, créer une activité nouvelle/innovante, équilibre vie professionnelle et ma vie personnelle) du micro-entrepreneur favorisent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	<ul style="list-style-type: none"> -Liberté/indépendance F= 2,736, ddl= 735, p= 0,099 (seuil 10%) Equilibre vie professionnelle et vie personnelle F= 3,276, ddl= 735, p= 0,071 (seuil 10%) Créer une activité nouvelle / innovante F= 9,510, ddl= 735, p= 0,002 (seuil 5%)
	H2c - Les motivations intrinsèques (liberté/indépendance, autonomie, créer une activité nouvelle/innovante, équilibre vie professionnelle et ma vie personnelle) du micro-entrepreneur favorisent l'intention d'embaucher du personnel	Anova	<ul style="list-style-type: none"> Créer une activité nouvelle / innovante F= 11,747, ddl= 735, p= <0,001 (seuil 5%)
	H2d - Les motivations extrinsèques (sortir du chômage, compléter un temps partiel de salariat, améliorer ma rémunération, incitation de l'entourage/famille) du micro-entrepreneur impactent défavorablement l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer ma rémunération F= 4,796, ddl= 735, p= 0,029 (seuil 5%)
	H2e - La conciliation vie professionnelle et vie familiale favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	<ul style="list-style-type: none"> Équilibre vie professionnelle et vie personnelle F= 3,276, ddl= 735, p= 0,071 (seuil 10%)

Hypothèses	Sous-hypothèses	Test effectué	Données / Résultat
H3 – La satisfaction du micro-entrepreneur accompagné à travers les prestations fournies par l'accompagnant influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel	H3a - Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné au niveau de l'accompagnement favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	<ul style="list-style-type: none"> F= 3,715, ddl= 735, p= 0,054 (seuil 10%)
	H3b - Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné au niveau de l'accompagnement favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	<ul style="list-style-type: none"> F= 4,561, ddl= 735, p= 0,033 (seuil 5%)
	H3h - Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation) favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	<ul style="list-style-type: none"> F= 5,001, ddl= 735, p= 0,026 (seuil 5%)
H4- Le niveau de perception de succès de carrière et de performance socioéconomique influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel	H4a - Le niveau de perception de succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	<ul style="list-style-type: none"> F= 4,126, ddl= 735, p= 0,043 (seuil 5%)

Hypothèses	Sous-hypothèses	Test effectué	Données / Résultat
	H4b - Le niveau de perception de succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	• F= 4,447, ddl= 735, p= 0,035 (seuil 5%)
	H4c - Le niveau de perception de perspectives de pérennité favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	• F= 15,299, ddl= 735, p= <0,001 (seuil 5%)
	H4d - Le niveau de perception de perspectives de pérennité favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	• F= 11,466, ddl= 735, p= <0,001 (seuil 5%)
	H4e - Le niveau de perception de progression du chiffre d'affaires ou des ventes favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	• F= 13,048, ddl= 735, p= <0,001 (seuil 5%)
	H4f - Le niveau de perception de progression du chiffre d'affaires ou des ventes favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	• F= 7,850, ddl= 735, p= 0,005 (seuil 5%)
H5 - Niveau de perception de la peur de l'échec et de risque de marché influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel	H5a - Le niveau de perception de la peur qu'un échec de l'entreprise ait des conséquences financières sur la famille favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	• F= 5,880, ddl= 735, p= 0,016 (seuil 5%)

Hypothèses	Sous-hypothèses	Test effectué	Données / Résultat
	H5i - Le niveau de perception de la peur que l'idée principale qui guide la microentreprise ne réussisse pas favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	• F= 5,860, ddl= 735, p= 0,016 (seuil 5%)
	H5j - Le niveau de perception de la peur que l'idée principale qui guide la microentreprise ne réussisse pas favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	• F= 7,206, ddl= 735, p= 0,007 (seuil 5%)
	H5k - Le niveau de perception de la peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services de la microentreprise sur le marché favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Anova	• F= 6,345, ddl= 735, p= 0,012 (seuil 5%)
	H5l - Le niveau de perception de la peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services de la microentreprise sur le marché favorise l'intention d'embaucher du personnel	Anova	• F= 10,805, ddl= 735, p= 0,001 (seuil 5%)

Au contenu de ce tableau s'ajoutent les résultats complets des tests ANOVA issus du croisement des variables de contrôle (notamment : genre, âge, niveau d'études) au reste des énoncés du questionnaire de départ. Au total, nous obtenons trois profils de micro-entrepreneurs comme l'indique le tableau ci-après.

Tableau n°8 : Tableau des profils

Dimensions	Femmes - Micro-entrepreneuses 38/49 ans et 50 ans + (Génération X - Boomer)	Micro-entrepreneurs de moins de 26 ans (Génération Z)	Hommes - Micro-entrepreneurs
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> Femme ; 15% de l'échantillon 38/49 ans & 50 ans et plus Minimum - Bac 	<ul style="list-style-type: none"> Femme et homme ; 9% de l'échantillon Moins 26 ans Bac+2/Licence 	<ul style="list-style-type: none"> Homme ; 13% de l'échantillon Tout âge Licence/Master
Motivations	<ul style="list-style-type: none"> Indépendance, autonomie, équilibre vie privée/vie professionnelle Sens et éthique au travail 	<ul style="list-style-type: none"> Test de soi-même Compléter un temps partiel Incitation/pression familiale et entourage 	<ul style="list-style-type: none"> Test d'activité Améliorer sa rémunération Incitation/pression familiale et entourage
Contenu de la satisfaction de l'accompagnement	<ul style="list-style-type: none"> Accueil administratif et logistique Durée de l'accompagnement Nombre de rendez-vous Délais de réponse et disponibilité du conseiller Supports de l'accompagnement 	<ul style="list-style-type: none"> Connaissance de réseau de partenaires Succès de carrière Développement économique et social 	<ul style="list-style-type: none"> Accueil administratif et logistique Adaptation aux besoins Connaissance de réseau de partenaires Succès de carrière Progression de part de marché
Déterminants de la satisfaction	<ul style="list-style-type: none"> Niveau d'études : plus est élevé, plus le niveau de satisfaction est faible Age de l'accompagné : les plus jeunes sont moins satisfaits Age de l'entreprise créée : les entrepreneurs des entreprises (3 ans et plus) établies sont moins satisfaits Expérience entrepreneuriale : la pédagogie en entrepreneuriat favorise le niveau de satisfaction Environnement familial : les entrepreneurs issus de famille d'entrepreneurs sont les plus satisfaits 		
Difficultés majeures	<ul style="list-style-type: none"> Manquer d'argent dans l'entreprise Génération de revenu suffisant pour vivre Gérer efficacement l'entreprise Remplir les rôles de dirigeant Avoir des compétences de développement produit Avoir la capacité à réussir Génération de nouvelles idées 	<ul style="list-style-type: none"> Peur de perdre ma crédibilité auprès des clients 	<ul style="list-style-type: none"> Atteinte des objectifs de revenu financier Génération de revenu Collaboration entre entrepreneurs Adaptation de l'offre au marché

Dimensions	Femmes - Micro-entrepreneuses 38/49 ans et 50 ans + (Génération X - Boomer)	Micro-entrepreneurs de moins de 26 ans (Génération Z)	Hommes - Micro-entrepreneurs
Besoins d'accompagnement	<ul style="list-style-type: none"> Echanges de bonnes pratiques et compétences managériales Développement des capacités personnelles pour gérer efficacement l'entreprise et réussir Développement de la crédibilité auprès de clients réels ou potentiels 	<ul style="list-style-type: none"> Echanges de bonnes pratiques et compétences entrepreneuriales Développement des capacités personnelles pour gérer efficacement l'entreprise et réussir Développement de la crédibilité auprès de clients réels ou potentiels 	<ul style="list-style-type: none"> Compétences transversales et managériales Développement des capacités personnelles pour gérer efficacement l'entreprise et lancer de nouveaux produits Développement de la crédibilité auprès de clients réels ou potentiels

Le premier groupe (comme les deux autres ci-dessous) est constitué de micro-entrepreneuses ayant l'intention de changer de statut. Elles ont 38 ans et plus avec un niveau Bac et représentent environ 15% de la population enquêtée. Elles semblent afficher quatre motivations clés : liberté/indépendance ; équilibre vie personnelle et vie professionnelle, création d'une activité nouvelle/innovante et amélioration du revenu. Elles appartiennent aux réseaux d'affaires composés de collègues et de fournisseurs et ont bénéficié du fonds de relance des pouvoirs publics. Elles sont satisfaites des compétences de l'accompagnateur et du processus de l'accompagnement. Plusieurs facteurs de satisfaction issus de l'accompagnement sont à noter : accueil administratif et logistique, compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation), perception de la réussite personnelle (succès de carrière), commerciale (progression du chiffre d'affaires, adéquation produit/service au marché et client), financière (famille) et perspectives de pérennité de l'entreprise. Elles sont sensibles à leur carrière d'entrepreneuses. Mais elles affichent des craintes concernant : leur capacité personnelle, leur potentiel de l'idée, la sécurité financière, l'échec et l'estime sociale.

Le deuxième profil relève de micro-entrepreneurs de génération Z (moins de 26 ans) représentant 9% de l'échantillon avec un niveau d'études d'au moins Bac+2. Leurs motivations s'articulent autour de : Tester soi-même, Compléter un temps partiel, Incitation/pression familiale et entourage. Ils sont satisfaits du processus et du contenu de l'accompagnement. Ils se sentent très impliqués dans leurs activités entrepreneuriales et attentifs au succès de leur carrière. Ils sont également sensibles au développement économique et social, à la menace de l'estime sociale, à la peur de l'échec et à la sécurité financière de leur entreprise.

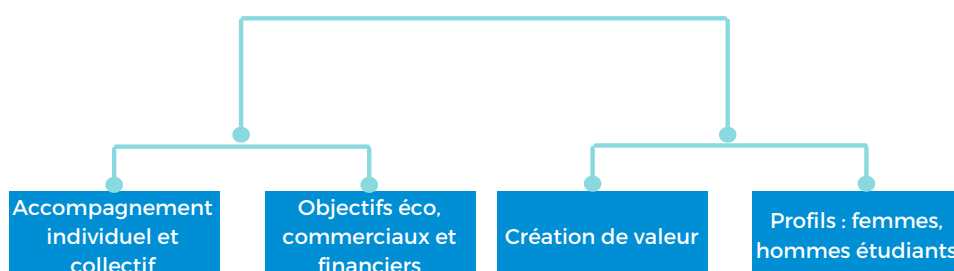
Le troisième groupe est constitué essentiellement d'hommes de tout âge de niveau d'études élevé (Licence et Master) et représente près de 13% de notre population des micro-entrepreneurs. Leurs motivations concernent : Test d'activité, Améliorer sa rémunération, Incitation/pression familiale et entourage. Ils semblent s'appuyer sur la valorisation du savoir et des connaissances ainsi que l'utilisation du diplôme comme outil d'autopromotion et de différenciation. La scolarisation avancée semble constituer un capital de ressource. Ces résultats peuvent surprendre dans la mesure où l'on remarque une présence grandissante des femmes dans les institutions universitaires et que l'on compte désormais presque autant de femmes que d'hommes diplômés du supérieur dans la population régionale. On observe également que les femmes prennent plus le temps à valider toutes leurs options avant d'agir tandis que certaines d'entre elles attendent de fonder leur famille avant de se lancer en affaires. De plus, il est possible que les femmes diplômées préfèrent occuper des postes décisionnels sur le marché du travail. Celles qui sont moins scolarisées verraient dans l'entrepreneuriat un tremplin pour améliorer leurs conditions de vie, gagner en autonomie, bâtir leur capital financier ou encore propulser leur cheminement de carrière. Dans cette veine, les hommes de ce groupe ne se considèrent guère comme puissants. Ils semblent afficher les mêmes difficultés que les femmes. Il s'agit de : Atteinte des objectifs et génération de revenu financier, Collaboration entre entrepreneurs et Adaptation de l'offre au marché. Leurs besoins en accompagnement sont également quasiment identiques à ceux des femmes et des jeunes. Ils concernent : Compétences transversales et managériales, Développement des capacités personnelles pour gérer efficacement l'entreprise et lancer de nouveaux produits et Développement de la crédibilité auprès de clients réels ou potentiels. Aussi, ils éprouvent l'obligation de se mettre à jour et d'exploiter toutes les compétences et ressources accessibles à l'instar de tout entrepreneur ambitieux. C'est d'ailleurs pourquoi certains semblent voir l'entreprise comme un moyen pour faire de l'argent ou créer de la valeur économique, se valoriser dans la société et obtenir un certain pouvoir.

3.2 Analyse des résultats de l'étude qualitative

Le corpus constitué de 10 entretiens réalisés auprès des accompagnants a été analysé à l'aide de la méthodologie Alceste. A l'arrivée, 85% des unités textuelles du corpus ont été classées avec une richesse du vocabulaire située à 97,59%. Le niveau de pertinence est très élevé au regard du niveau exigé qui est de 60%. Les unités classées sont réparties en 4 groupes que nous appelons *classes d'énoncés significatifs* ou tout simplement *classes*.

Nous observons que la classe 1 est la plus spécifique, c'est la première à s'être détachée dans l'arbre de classification, son vocabulaire est le plus homogène, elle représente 53,15% des unités textuelles classées et se caractérise par des mots tels que « accompagner, rendez-vous, individuel/collectif, proposer, entrepreneur, venir ». Elle se focalise sur la mission de l'accompagnant, notamment les différentes prestations, les ateliers, la logistique pédagogique et la durée de l'accompagnement (6 à 10 heures). Ensuite se détache la classe 2, qui représente 19,46% des unités textuelles classées : ses mots significatifs sont « affaire, rentable, économique, commercial, payer, statut ». Elle a trait aux attentes de l'accompagné à travers l'acquisition, l'activation ou le développement des compétences stratégiques et fonctionnelles (commerciale, gestionnaire, relationnelle, etc.). Ces compétences constituent de réels freins au passage en entreprise classique. Cette deuxième classe est suivie de la classe 3 qui représente 15,50% des unités textuelles classées : ses mots significatifs sont relatifs à : « propre, emploi, valeur, revenu, action, partir ». Elle est centrée sur les motivations du micro-entrepreneur accompagné. Il s'agit essentiellement de : « indépendance, autonomie, accès à l'emploi, amélioration de revenu, accomplissement (épanouissement, passion) quête du sens et de valeur, etc. ». Il faut reconnaître que l'accès à l'emploi ou la reconversion professionnelle occupe la place de premier plan. Pour finir, nous avons la classe 4 qui représente 11,89% des unités textuelles classées, marquée par les mots « femme, artisanat, homme, commerce, étude, âge ». Elle met en évidence un profil type du micro-entrepreneur accompagné. Deux profils sont très représentatifs : les jeunes (étudiants ou non) sans expérience entrepreneuriale et les femmes. La tranche d'âge est large et se situe entre 30 et 50 ans. L'artisanat reste également prégnant. Ces quatre classes sont représentées par la figure ci-après.

Figure n°6 : Schéma reproduit des 4 classes



Le détail du contenu de chacune des classes se traduit par des thématiques significativement saillantes suivant leurs scores en termes de khi2 et de fréquences. En effet, la méthode que véhicule ALCESTE entre dans le cadre général des recherches en analyse de données linguistiques (Lebart et Salem, 2000). Elle consiste principalement en l'étude des lois de distribution du vocabulaire dans un corpus sous-tendu par les approches multidimensionnelles ou multivariées telles que l'analyse factorielle des correspondances et les classifications ascendantes hiérarchiques (C.A.H) ou descendantes hiérarchiques (C.D.H).

C'est sur la base des classes identifiées que les perceptions et les logiques d'actions des enquêtés sont explicitées pour être interprétées. Les perceptions et logiques d'actions les plus saillantes sont appréciées à l'aide du coefficient Khi2 (métrique du Khi2) en termes de la significativité du lien ou de l'association entre deux thématiques, voire deux classes. Les thématiques les plus significatives doivent avoir une valeur de Khi2 supérieure à 4 avec une qualité de restitution du corpus traité estimée à 60 % au moins. Pour notre corpus, ce niveau de qualité dépasse 85 %. Tout ceci autorise la pertinence de l'analyse et de l'interprétation de l'ensemble des résultats. Les opinions des enquêtés sont fortement et positivement convergentes. Elles traduisent des valeurs, des objectifs, des souhaits ou des préoccupations partagées. Il s'agit de valeurs suffisamment prégnantes qui permettent aux enquêtés de centrer, de façon commune, leurs représentations. Les plus importantes sont consignées dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°9 : Tableau des thématiques significatives

Classes	Thématiques saillantes	Khi2	Fce	Classes	Thématiques saillantes	Khi2	Fce
Classe 1 - Accompagnement	Accompagnement	46	156	Classe 3 - Motivations de l'entrepreneur	Valeurs personnelles	123	27
	Rendez-vous	24	33		Création emploi personnel	68	24
	Individualisation des prestations	22	27		Complément d'activité et de revenu	39	7
	Contenus phares : ateliers, formation, conseils	20	26		Equilibre vie familiale/professionnelle , indépendance, autonomie	32	11
	Entrepreneur	20	100		Travail en solo	32	8
	Fréquences des relations	18	35		Création nouvelle activité, nouvelles valeurs sociétales	32	8
Classe2 – Attentes de l'accompagné	Développement des ventes	44	17	Classe4 – Profils de l'entrepreneur	Femmes	75	14
	Rentabilité	17	12		Secteurs d'activité clés	60	9
	Faisabilité économique	38	11		Hommes	59	12
	Compétences commerciales	36	14		Jeunes	38	7
	Compétence gestionnaire et trésorerie	34	8		Niveau d'étude : Bac, Bac Pro, BEP	49	11
	Statut et compétences numériques	33	28		Manque d'expérience entrepreneuriale	45	8

Les thématiques retenues affichent des scores très élevés au niveau du khi2 et des fréquences. L'importance de ces thématiques et leur regroupement sont validés par les nuages des mots et les réseaux lexicaux affichés dans le rapport de synthèse. Trois dimensions fondamentales sont mises en évidence : l'accompagnement associé au profil de l'accompagné, le modèle économique et/ou le modèle d'affaires issu de l'accompagnement et faisant appel aux compétences du binôme accompagnant/accompagné, la création de valeur traduisant les performances commerciales et financières attendues par l'accompagné.

3.2.1. Accompagnement : entrepreneur, conseiller, traits de personnalité et motivations

Cette première dimension associe respectivement les figures des réseaux lexicaux de la classe 1 et de la classe 4 ci-après.

Figure n°7 : Figure du réseau lexical de la classe 1

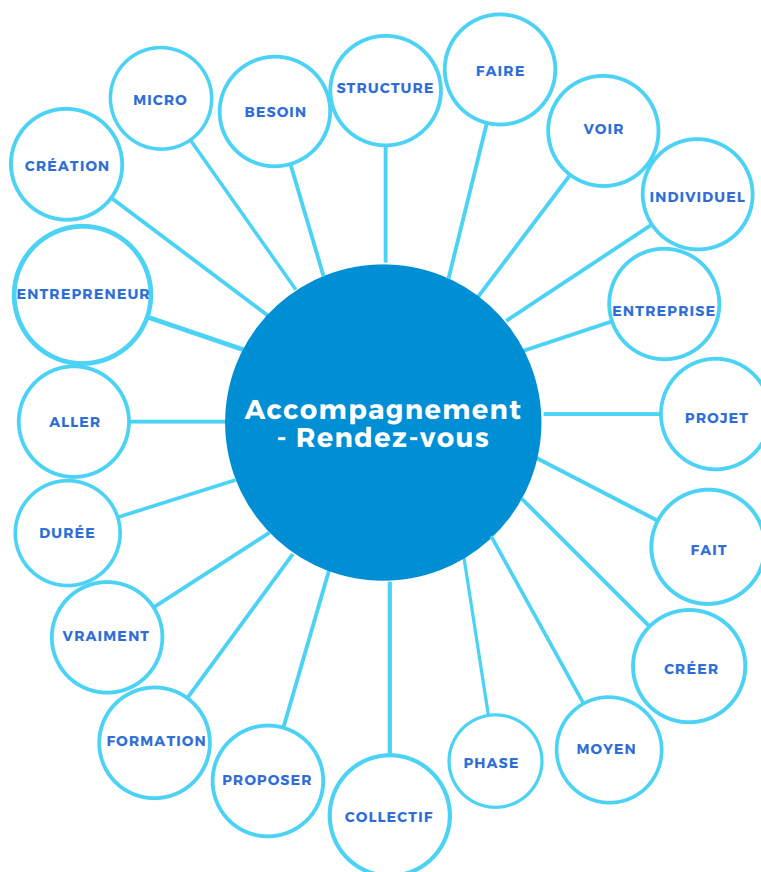
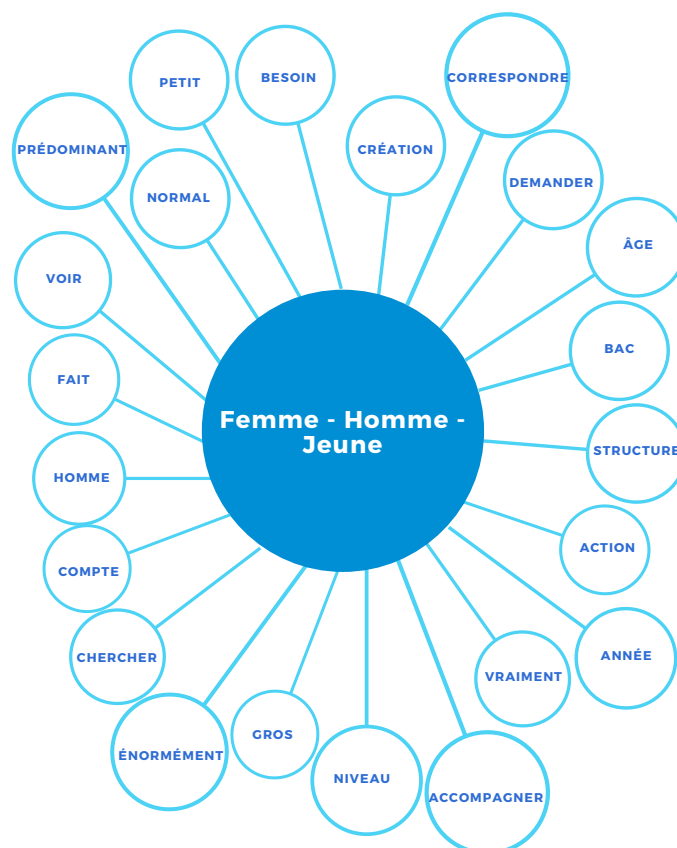


Figure n°8 : Figure du réseau lexical de la classe 4



Le contenu de ces figures semble traduire l'importance que les accompagnants enquêtés accordent aux composantes de l'accompagnement et celle du binôme conseiller accompagnant/entrepreneur accompagné. L'accompagnement reste le principal pilier des représentations des 10 professionnels enquêtés avec un khi2 de 46 et une fréquence de 156. On est en présence d'une occurrence lexicale de près de 16 par enquêté. Le contenu prestataire, organisationnel et fréquentiel de l'accompagnement est significativement évoqué. Au niveau des bénéficiaires, les femmes occupent la première place, soit 75 de khi2 et 14 de fréquence. Les hommes (khi2 = 59 ; fréquence = 12) et les jeunes (khi2 = 38 ; fréquence = 7) sont également très présents dans la perception des enquêtés. Les domaines de création d'activité (khi2 = 60 ; fréquence = 9) concernent, entre autres, l'artisanat, l'amélioration de l'habitat, la livraison, le service, le commerce, etc. Au-delà du niveau d'études (BEP, Bac et Bac+), le manque d'expérience entrepreneuriale reste significatif (khi2 = 45 ; fréquence = 8). Ceci accroît l'importance et la nécessité de l'accompagnement entrepreneurial. Précisément, celui-ci repose sur deux facteurs importants : le niveau de connaissances, d'expériences et d'expertise de l'accompagnant et la démarche d'apprentissage accessible pour l'accompagné. L'accompagnement permet un apprentissage facilitant les premières fonctions de l'entrepreneur. Il s'agit notamment de traiter avec les clients, les fournisseurs, les financeurs et les collaborateurs, de gérer les dossiers administratifs, de récolter des informations importantes ou encore d'obtenir les premiers contrats et d'être capable de fidéliser les clients (Dokou, 2018).

Un projet entrepreneurial accompagné augmente significativement ses chances de réussite. Cette idée est généralement admise, aussi bien du point de vue des acteurs de l'accompagnement qui peuvent s'en prévaloir que de celui des autres acteurs de l'écosystème socio-économique territorial. Être accompagné permet, par exemple, de construire ou d'élargir son réseau, d'améliorer ses capacités cognitives (élaboration de sa vision, stimulation de ses capacités réflexives) ou de construire une forme de légitimité qui favorise l'accès aux ressources stratégiques. Le tout est de pouvoir concevoir des approches plus appropriées à la complexité du processus entrepreneurial et du système Acteur/Projet/ Contexte. Il s'agit de vouloir entrer dans un processus maïeutique pour que l'entrepreneur soit en mesure d'exposer ses besoins d'accompagnement. Dans la langue française, l'accompagnement est souvent synonyme d'aide, de conseil, de soutien ou d'appui. L'accompagnement renvoie à trois réalités établies : le tutorat, le coaching et le mentorat.

- Le tutorat entrepreneurial est sous-tendu par les différentes phases du processus de création/reprise d'entreprise. L'accompagnement est basé sur la transmission de savoir destiné à la construction du projet entrepreneurial. Le travail collaboratif et collectif s'instaure qui peut s'appuyer sur plusieurs structures d'expertise et d'aides.

- Le coaching entrepreneurial est centré sur le savoir et le savoir-être à transmettre à l'entrepreneur accompagné. Une lecture attentive sur la cohérence du projet par rapport à la vie professionnelle et personnelle, par rapport aux valeurs et aux priorités de l'accompagné est nécessaire. Le bagage humain et professionnel de l'entrepreneur (qualités, faiblesses, peurs, angoisses, croyances, niveau de confiance en soi) est pris en compte en vue de la construction du projet entrepreneurial. La performance recherchée tient compte des ressources humaines et psychologiques de l'entrepreneur (émotives, cognitives et interactionnelles) et celles qualifiées de financier, de matériel ou de logistique en présence.

- Le mentorat entrepreneurial est axé sur le savoir-être et la vision stratégique de l'entrepreneur. C'est un accompagnement basé sur la transmission entre une personne ayant eu une expérience réussie dans la création à un entrepreneur « débutant », de par le questionnement et le partage. Le savoir-être de l'entrepreneur et la vision stratégique qu'il confère à son entreprise sont les principaux leviers d'action.

Le tutorat et le coaching s'imbriquent fortement. Ces deux missions peuvent être assurées par la même personne. Par contre, le mentorat conduit à une référence. Le mentor est donc un modèle. C'est la combinaison de ces trois principaux axes qui complexifie le métier d'accompagnant et le bénéfice attendu par l'accompagné.

Lorsque le créateur (ou repreneur) est accompagné, son accompagnateur, qui aura connu les mêmes étapes des années auparavant, pourra lui permettre d'anticiper, de se poser les bonnes questions et surtout de prendre de la hauteur sur toutes les situations délicates rencontrées. C'est pourquoi trois niveaux de qualités sont souvent évoqués.

- La confiance que l'accompagnateur peut inspirer lors de la première rencontre avec le dirigeant de l'entreprise ;
- Les réalisations antérieures que l'accompagnateur a effectuées et ses expériences dans le domaine ;
- La compréhension des problèmes auxquels l'accompagné est confronté.

Par ailleurs, il convient de respecter quelques règles simples pour que l'accompagnement soit agréable et utile à chacun (Eiglier et Lanéard, 1987).

1. L'accompagnateur prodigue des conseils mais ne décide pas à la place du créateur ;
2. Tout peut être dit pendant l'accompagnement, dès lors que les remarques sont constructives ;
3. Le créateur doit donner un maximum d'informations sur sa société pour que l'accompagnateur dispose de la vision la plus précise possible de son environnement ;
4. La fréquence des rencontres doit être régulière (mensuelle par exemple) et pas seulement au gré des envies,
5. Il doit y avoir un feeling dans le tandem pour que les relations soient franches et amicales ;
6. Il est préférable que l'accompagnateur soit en dehors du cercle social (famille, amis, client...) pour éviter toute interaction extérieure ;
7. De même, il faut bannir les notions d'argent pour que l'accompagnement ne soit pas une obligation de l'un vers l'autre mais une envie commune du tandem pour la réussite du projet.

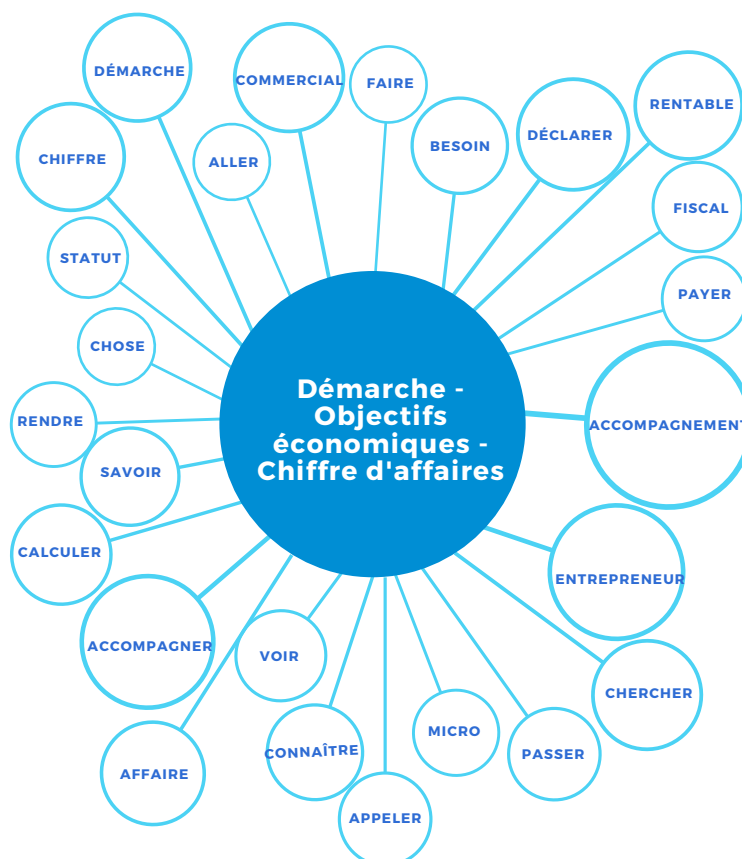
Au total, dans la mesure du possible, la demande d'accompagnement doit anticiper l'effet de l'accompagnement. La qualité du service attendue est également espérée voire anticipée. Il est même difficile de l'objectiver. Les expériences vécues par d'autres entrepreneurs accompagnés permettent d'anticiper sur les résultats envisageables. La prise en compte des traits et des faits du candidat à l'accompagnement entrepreneurial permet à l'accompagnant de ne pas se limiter au modèle de rôle managérial basé sur la prévision et le contrôle. Elle autorise l'accompagnant à une construction entrepreneuriale identitaire qui se veut créative, effectuable ou progressive, tolérante aux ambiguïtés et aux erreurs.

Selon la théorie défendue en psychologie différentielle, la personnalité se décompose en traits, qu'il faut identifier et caractériser. Le problème, c'est que ces traits ne sont pas observables directement, on doit donc observer les comportements des individus pour en inférer les dimensions psychologiques qui les sous-tendent. Pour ce faire, il convient de partir d'un postulat simple : nous savons parler des comportements, les décrire, nous avons des mots pour désigner les émotions et les caractéristiques de personnalité : extraverti, taciturne, joyeux, etc. Le langage est donc une voie pratique vers l'identification et le recensement des traits de personnalité. Rappelons que les travaux de l'école des traits débutés dans les années 1960 permettent de différencier les entrepreneurs des autres individus, notamment au travers de l'identification de leurs caractéristiques psychologiques. Le but recherché est l'identification des qualités qui permettraient de prédire le comportement entrepreneurial d'un individu. A ce titre, Danjou (2002, p.112) précise que « l'entrepreneur se distingue des autres citoyens par des traits de caractères spécifiques, qui peuvent être identifiés et de servir d'indicateurs du potentiel entrepreneurial d'un individu. ».

3.2.2. Compétences et besoins d'apprentissage associés à l'accompagnement : réalisation des objectifs économiques, commerciaux et financiers

La deuxième dimension des résultats de notre enquête qualitative s'intéresse au contenu clé du réseau lexical de la classe 2 schématisé par la figure ci-dessous.

Figure n°9 : Figure du réseau lexical de la classe 2



La synthèse rapide du contenu de cette figure souligne le niveau d'apprentissage associé aux objectifs économiques, commerciaux et financiers que peut médiatiser l'accompagnement entrepreneurial. Les objectifs de développement des ventes ($khi2 = 44$; fréquence = 17) et rentabilité ($khi2 = 17$; fréquence = 12) sont des récurrences que perçoivent les accompagnants enquêtés. La réalisation de tels objectifs est soumise à la validation de la faisabilité économique du projet accompagné ($khi2 = 38$; fréquence = 11) et l'acquisition des compétences commerciales ($khi2 = 36$; fréquence = 14), gestionnaires ($khi2 = 34$; fréquence = 8), voire numériques ($khi2 = 33$; fréquence = 28). C'est à ce titre que l'accompagnement intègre le suivi individuel et au coaching collectif. En effet, l'observation des réseaux d'accompagnement d'entrepreneurs met en évidence la combinaison des logiques individuelles et collectives. A l'échelle individuelle, les besoins d'un porteur de projet entrepreneurial peuvent prendre plusieurs formes. Il s'agit d'abord de la capacité du candidat à la création/reprise d'entreprise à formuler les problèmes auxquels il est confronté. L'accompagnant part du principe que la solution toute faite n'existe pas. L'accompagnant met à profit la période d'accompagnement pour proposer à l'accompagné des situations d'apprentissage construites à partir de sa propre expérience et autour de son projet. L'essentiel porte sur le développement d'une capacité d'apprentissage. Une des fonctions clés d'un système d'accompagnement renvoie bien à l'écoute mutuelle entre les entrepreneurs et leurs partenaires prestataires de conseils, de formations ou d'autres ressources. L'écoute mutuelle ne peut qu'être améliorée, si les acteurs en présence ont une meilleure idée de ce que veulent les uns (les besoins d'assistance) et de ce qu'apportent les autres (les prestations d'assistance et leurs modalités de production). L'amélioration de l'écoute mutuelle passe également par une meilleure connaissance réciproque des objectifs économiques, commerciaux et financiers sous-jacents au projet entrepreneurial.

Les porteurs de projet entrepreneurial sont souvent hésitants face à des dispositifs de formation qui les éloigneraient des besoins immédiats de leurs projets. En ce sens, ils ont une nette préférence pour du « coaching » ciblé même si certaines formations ciblées et adaptées aux besoins de leurs projets sont proposés. A noter qu'il y a indéniablement une prédominance de l'accompagnement qui est organisé sous la forme d'entretiens individuels entre coachs et créateurs, entre pairs en quelque sorte, sur une transmission des savoirs, savoir-faire et savoir-être par des mentors expérimentés et capables de transmettre leur expérience et leurs compétences. Dans ce type d'apprentissage « par compagnonnage », les connaissances et pratiques transmises sont souvent tacites. Aussi, les référentiels de compétences peuvent être perçus comme des outils et dispositifs nécessaires à la dynamique de construction de compétences nouvelles en rapport avec les acquis initiaux de l'entrepreneur et les objectifs poursuivis.

La valeur de l'action comme vecteur d'apprentissage renvoie à une réflexivité qui permette à l'entrepreneur de s'interroger sur ses antécédents et les résultats économiques, commerciaux et financiers qu'il projette. Il paraît nécessaire mesure d'expliquer les conséquences des actions d'accompagnement en objectivant les connaissances et savoir-faire mobilisés pour tendre vers les objectifs retenus. C'est là que le construit des compétences entrepreneuriales prend tout son sens. Un tel construit permet d'explicitier les comportements de performance nécessaires. Le socle de ce comportement est composé d'antécédents, de motivations, d'aptitudes et d'attitudes. Les antécédents illustrent la culture familiale et les histoires de vie dans lesquelles on peut trouver les raisons d'une orientation vers l'entrepreneuriat. Les motivations sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir : réalisation, réussite, défi, indépendance, autonomie, pouvoir et contrôle, reconnaissance en sont les principales. Les aptitudes sont des dispositions naturelles, des habiletés, des capacités (confiance en soi / enthousiasme, persévérance / détermination, tolérance à l'ambiguïté / gestion du stress, intuition / flair et créativité / imagination). Les attitudes sont perçues comme les perceptions, les dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose, les jugements que nous portons : attitude envers le risque / initiative, attitude envers le destin / chance, attitude envers l'argent / richesse, attitude envers le succès / l'échec et attitude envers l'action / le temps.

Au-delà de tel construit, l'accompagnement des entrepreneurs consiste également à leur fournir des prestations en termes de secrétariat, d'assistance administrative, d'installation et de soutien d'affaires en management, en démarches commerciales, finance et comptabilité. L'objectif est d'amener le créateur à approfondir le lien entre ses aspirations, les ressources et les compétences détenues et celles requises par le projet. La meilleure perception de leur environnement pour mieux se réaliser en fait partie. Le modèle d'apprentissage est ici centré sur la réalisation de soi à travers le projet. Dans certains cas, l'apprentissage du créateur est accéléré par l'expérimentation dans un espace de temps et de lieu. Cet apprentissage se situe à trois niveaux : individuel, collectif et organisationnel.

3.2.3. Création de valeur et d'activité nouvelle : performances commerciales et financières

Cette troisième dimension des résultats de notre enquête traduit le contenu du réseau lexical de la classe 3 schématisé par la figure ci-dessous.

Figure n°10 : Figure du réseau lexical de la classe 3



Le contenu de ces figures va essentiellement dans le sens de la création de valeur sous-tendue par des motivations entrepreneuriales. Les valeurs personnelles sont fortement représentées avec un khi2 de 123 et une fréquence de 27. La valeur économique est traduite par la création d'emploi (khi2 = 68 ; fréquence = 24) et celle de l'activité au service du revenu (khi2 = 39 ; fréquence = 7). Trois types de motivations sous-tendent cette logique de création de valeur. Il s'agit de : équilibre vie familiale/professionnelle – indépendance – autonomie (khi2 = 32 ; fréquence = 11) ; travail en solo (khi2 = 32 ; fréquence = 8) ; création de nouvelles activités et nouvelles valeurs sociétales (khi2 = 32 ; fréquence = 8). De tels résultats représentationnels confirment que l'entrepreneur est un individu qui réussit à identifier dans son environnement une opportunité et qui arrive à réunir les ressources nécessaires pour l'exploiter en vue de créer de la valeur. La création de valeur suppose la création de toute forme de richesse (solution à un des problèmes d'aujourd'hui, réalisation d'une passion, d'une motivation, atteinte de performances commerciales, financières, etc.). Elle est faite pour l'entrepreneur, mais aussi pour les parties prenantes du projet (clients, fournisseurs, proches, etc.). La notion de valeur est donc fonction de la perception de l'entrepreneur et des aspirations personnelles qui le poussent à entreprendre.

Ainsi, en fonction de ses attentes, l'entrepreneur créera une firme dans le secteur marchand, s'investira dans une association ou, tout simplement, dans un projet au travers duquel il cherchera à se réaliser et à s'épanouir. Si Bill Gates (Fondateur de Microsoft) est indéniablement un entrepreneur, Coluche ou Mère Teresa, à leur façon, en sont également.

Plus précisément, les valeurs propres à l'entrepreneur et son parcours professionnel participent à la construction de ses aspirations entrepreneuriales. Celles-ci doivent être associées aux supports de l'accompagnement pour conduire à la création de nouvelles valeurs. Le « Business Model » (BM) et le Business Plan (BP) font partie de ces supports en termes d'outils intégrés. Il s'agit surtout d'outils qui permettent de mieux cerner la capacité de la nouvelle organisation à créer et à capter la valeur. Dans leur évolution, ils sont associés à d'autres dispositifs tel que le Business Model Canvas (BMC). Ils font état de trois logiques incontestables :

- Une logique de création de valeur pouvant dépasser les attentes du client. Il s'agit de bénéfices d'ordre économique, technique, symbolique ou politique d'un produit ou d'un service pour le client et les parties prenantes de l'activité envisagée.
- Une logique d'expertise fondée sur les ressources et compétences clés de l'entreprise en création.
- Une logique de réseau (de valeur) où l'ouverture envers l'externe et un réseau stratégique de parties prenantes.

Un business model décrit la manière dont une organisation crée, délivre et capture de la valeur. C'est une représentation très visuelle de la façon dont une organisation réalise du chiffre d'affaires et gagne de l'argent. Il détaille donc la façon dont l'organisation crée de la valeur pour ses clients et la monétise. Toutefois, comme les autres outils d'analyse, il ne donne qu'une description et une représentation simplifiée de la réalité que vit une entreprise. Même s'il ne rentre pas dans les détails complexes relatifs aux stratégies et aux processus organisationnels mis en œuvre, il conduit à :

- Décrire et analyser
- Générer des idées en utilisant des techniques de créativité
- Identifier les interdépendances qui les relient
- Concevoir des plans d'action pertinents, innovants et performants.

En l'espèce, il traduit la démarche affichée et promue par une entreprise pour réaliser ses affaires et générer des revenus. C'est une manière de décrire comment l'entreprise gagne de l'argent en précisant où et comment elle se positionne dans son ou ses marchés. C'est donc un dispositif destiné à mieux analyser le couple entreprise/marché et à mieux coordonner les actions d'affaires en situation d'incertitude.

Il permet alors aux entrepreneurs d'explorer un marché potentiel et de donner corps à leur innovation. Ceci implique tant l'élaboration d'une stratégie que sa mise en œuvre. C'est le plan d'entreprise, le plan d'affaires ou encore le «business plan».

Plus précisément, le plan d'affaires est un document écrit qui expose l'activité future d'une entreprise, fixe les objectifs de chacun de ses acteurs (internes ou externes), exprime les besoins (financiers, matériels, humains), sollicite l'adhésion de toutes les parties prenantes et montre leur intérêt à agir. Il s'inscrit pleinement dans les différents projets économiques tels que la création d'une activité économique, l'accroissement important de l'activité existante, le lancement de produits nouveaux, la pénétration ou l'attaque d'un nouveau marché. Il vise la cohérence des actions de l'entrepreneur, de ses salariés et de ses nombreux partenaires financiers, administratifs, productifs et commerciaux. Il conduit les entrepreneurs à tisser des liens d'information et de collaboration avec les structures d'accompagnement tout au long des diverses étapes de leurs projets. Il s'agit souvent de liens destinés à influencer les entrepreneurs dans la perception de leur propre parcours ainsi que de leur environnement et à influencer sur leur capacité à exploiter au mieux : 1- les opportunités d'affaires perçues ou « créées », 2- les connaissances, les expériences et les compétences acquises, 3-les ressources financières et spécifiques accessibles. Ces mêmes liens conduisent à prendre en compte le potentiel entrepreneurial du porteur de projet de création ou de reprise d'entreprise. Ce potentiel se traduit par la capacité à mobiliser constamment et durablement un ensemble de compétences et de ressources en termes d'information, de conseils, de moyens humains, financiers, logistiques et technologiques.

3.3 Analyse des résultats de l'étude qualitative

La présente étude a mis en évidence l'existence de groupes d'entrepreneurs bien définis par leurs motivations et attentes quant à la création d'une microentreprise. En particulier, il devient alors possible d'adapter le contenu des programmes d'accompagnement proposé par les opérateurs du « Chéquier Starter » de notre Région. Ainsi, on remarque par exemple que les entrepreneurs les plus jeunes, souvent très idéalistes, ont besoin des conseils de mentors en plus de l'intervention de leur coach. Les entrepreneurs qui souhaitent rester dans le micro-entrepreneuriat et qui ont perdu leur enthousiasme du départ pourront nécessiter une « thérapie » de re-motivation. Les entrepreneurs qui se veulent plus ambitieux souhaitent davantage être accompagnés. Plusieurs leviers d'action sont mobilisables.

3.3.1. Profils à prendre en compte

Le groupe des jeunes rassemble davantage d'étudiants, de jeunes diplômés célibataires ou en union libre qui ont une bonne connaissance des nouvelles technologies ainsi qu'une formation en gestion et en entrepreneuriat. Certains sont formés ou sensibilisés en entrepreneuriat. La situation est propice pour les jeunes depuis plus d'une décennie. En effet, il convient de rappeler que l'offre de formations en entrepreneuriat a pris de l'ampleur au cours des dernières années au point qu'il est de plus en plus enseigné dans la plupart des programmes de gestion ou de management. En plus d'être mieux outillés pour faire face aux exigences de leur environnement, la formation en gestion/entrepreneuriat permettrait à certains jeunes entrepreneurs de se démarquer à travers une forte concurrence et de consolider leur crédibilité sur le marché.

Par ailleurs, d'autres jeunes ont la mère, le père ou les deux parents qui sont ou ont été entrepreneurs eux-mêmes. Les fonds mobilisés sont d'ailleurs souvent d'origine familiale. Ils ont tendance à choisir le secteur d'activité pour son potentiel de croissance. Ils recherchent principalement le fait de se tester, tester une activité, le plaisir au travail, la flexibilité et le fait de pouvoir faire ce que l'on veut ainsi que le plaisir d'apprendre. Leur valeur est le dépassement de soi et la reconnaissance des autres. On peut penser qu'ils enregistrent néanmoins certaines craintes personnelles de leur entourage concernant le développement de leur activité. Leur avenir est ressenti comme incertain. Même si le financement initial de leur entreprise a été au départ plus laborieux, ils ont pu compter sur les conseils de professionnels d'accompagnement au démarrage de l'activité. On peut également penser que certains sont bons dans le marketing, la vente, les technologies numériques, etc.

Les plus âgés (Femmes et hommes) affichent des valeurs personnelles qui concernent la conciliation de la vie personnelle et professionnelle, l'indépendance ou l'autonomie. Ils ont souvent déjà des enfants. La microentreprise créée peut renforcer leur image et leur audience auprès des parties prenantes (clients, fournisseurs, organismes professionnels, etc...) à condition que cette création soit étayée par un engagement personnel et sincère. L'argent et les perspectives d'amélioration de la qualité de vie font partie des objectifs entrepreneuriaux bien que la passion et la réalisation d'un rêve soient au rendez-vous. Certains ne possèdent pas de formation à la gestion même si d'autres peuvent revendiquer une expérience dans le monde des affaires.

Au niveau du public féminin, l'entrepreneuriat est, pour la plupart, une manière d'assurer une passion longtemps enfouie. Le chômage et/ou d'autres événements de la vie deviennent des déclencheurs. Ayant souvent une double charge familiale et professionnelle, la création d'une microentreprise correspondait à un rêve bien qu'assortie à une certaine peur liée à l'incertitude au début de l'activité. Celle-ci peut être accentuée par le manque de formation en gestion ou en entrepreneuriat. Leurs valeurs personnelles se centrent autour du travail en équipe ou en réseaux, l'innovation et le fait de pouvoir concilier vie familiale et personnelle. Ce sont des créatrices très centrées sur l'obligation de résultats grâce au réel savoir-faire en marketing-vente, voire les nouvelles technologies de l'information. Certaines de ces femmes micro-entrepreneures sont divorcées ou en union libre et partent du principe que la conciliation travail et vie privée exige une certaine créativité, l'innovation organisationnelle et de solides qualités psychologiques.

3.3.2. Importance des qualités psychosociologiques de l'entrepreneur

Les micro-entrepreneurs enquêtés disposent de plusieurs qualités et atouts qui leur permettent de réussir dans leurs projets. Ils sont très motivés et persévérants. Ils ont la capacité de maintenir une cadence de travail élevée, même sur la durée. Leur créativité et engagement leur facilite le lancement de l'entreprise. Ils sont capables de faire face aux situations difficiles et sont fortement convaincus et engagés dans des actions. De telles caractéristiques psychosociologiques sont importantes dans la création d'entreprise. Les micro-entrepreneurs cherchent l'autonomie, la liberté et l'indépendance et souhaitent devenir leur propre patron en prenant des initiatives dans ce sens.

Il convient de mettre également l'accent sur les attitudes, les valeurs, les connaissances et les compétences entrepreneuriales. Les jeunes semblent posséder une réelle charge culturelle propice à l'entrepreneuriat grâce aux influences familiales et éducatives. Parmi les moins jeunes, certains sont poussés vers le micro-entrepreneuriat par la quête de réinsertion professionnelle. D'autres sont incités par le désir de quitter leur organisation de travail. Ceux-ci ont des motivations qui sont influencées par l'organisme d'origine. En effet, plusieurs études soulignent que de 20 à 80% des créateurs ont laissé leur emploi suite à la frustration vécue à l'intérieur d'une entreprise. Ainsi, certains individus insatisfaits de leurs rapports avec leur supérieur ou ayant perdu leur emploi, sont prêts à envisager un changement, en fondant une nouvelle entreprise.

N'oublions pas que les facteurs clés de succès du processus entrepreneurial sont souvent reliés aux attributs psychologiques de l'entrepreneur. Sa personnalité et ses motivations sont incontournables. Le premier trait de personnalité formalisé par les économistes et les sociologues les plus connus reste incontestablement la capacité de prise de risque. Celle-ci canalise les autres traits personnels qui prédisposent

l'entrepreneur à agir de façon particulière. C'est le cas de la confiance en soi, l'optimisme, la persévérance, l'autonomie ou l'indépendance et l'accomplissement. La propension à l'action est une variable psychologique qui se traduit par les caractéristiques personnelles et les motivations de l'individu. Elles sont nécessaires et déterminantes pour réussir la carrière entrepreneuriale. Celle-ci intègre les antécédents biologiques, la propension à prendre des risques, l'éducation, l'activité des parents, l'environnement social, le sexe, l'âge, la motivation, la persévérance, le pouvoir, l'indépendance, l'accomplissement ou la réalisation de soi, le pouvoir de contrôle («locus de contrôle interne»), etc. Cette prédisposition conduit à la création effective d'entreprise sous l'effet d'un événement catalyseur ou déclencheur. Mais l'entrepreneur potentiel ne choisira de créer une entreprise que si l'acte d'entreprendre est perçu comme crédible au regard des exigences familiales, sociales et économiques perçues.

Les travaux de Danjou (2004) insistent sur l'importance de la confiance en soi traduite par la passion de réaliser, le sens du projet et le goût de l'œuvre collective. Cette image quelque peu héroïque de l'entrepreneur prend en compte la variable motivationnelle ainsi que les croyances, les valeurs et les représentations que l'entrepreneur se fait de son milieu. Si les actions entrepreneuriales prennent corps grâce aux compétences mobilisées, le premier niveau de mobilisation concerne l'entrepreneur lui-même enclin à la volonté et au dépassement. C'est dans ce sens que l'on considère que la réussite liée à l'esprit d'entreprise est une question de comportement au même titre que les traits de caractère. L'approche par les comportements permet de prendre en compte l'influence de la situation et de l'expérience de l'entrepreneur. Le système comportemental comprend les valeurs, les orientations profondes qui structurent les représentations, les actions, les buts et les objectifs de l'entrepreneur. D'après plusieurs études, les entrepreneurs qui présentent un ensemble d'attitudes traduisant des sentiments de confiance globale semblent plus disposés à la croissance que ceux centrés sur la sécurité et la protection. Ils cherchent souvent à se projeter dans le futur par l'action.

3.3.3. Importance du milieu, des ressources et des soutiens

Le milieu dans lequel se situe l'entrepreneur exerce une influence sur le processus qu'il emprunte afin de mettre son organisation sur orbite. En effet, outre les précédents facteurs de motivation évoqués, se greffent d'autres influences tels que la proximité avec des parents, notamment entrepreneurs, l'accès à l'information sur l'entrepreneuriat, la réceptivité de la société envers l'entrepreneuriat, la capacité à accéder et à mobiliser les ressources de tous genres, notamment le capital financier, la disponibilité du personnel compétent et des services des organismes d'accompagnement régionaux ainsi que l'accessibilité à une clientèle solvable et rentable. Il convient de rappeler que la création d'une entreprise dépend de la perception qu'a l'entrepreneur des risques et des gratifications qu'elle comporte et de la connaissance qu'il a des sources de financement ainsi que des individus et des organismes qui pourraient lui fournir aide et conseils. La réceptivité de la société envers l'entrepreneuriat peut être également soulignée même s'il est difficile d'affirmer qu'une telle attitude a pu influencer de façon importante sur la décision de nos micro-entrepreneurs de se lancer en affaires. Il n'empêche qu'ils ont été sensibles à la disponibilité et aux apports des opérateurs du « Chéquier Starter » tenant compte de leurs propres valeurs finales et instrumentales. Les valeurs finales sont liées aux convictions de l'individu et aux buts qu'il souhaite atteindre (sentiment de sécurité, succès, vie agréable, équilibre familial, estime de soi, etc.). Les valeurs instrumentales concernent les convictions de l'individu et les mesures à adopter pour réaliser les objectifs souhaités (ambition, indépendance, autonomie, courage, etc.). Finalement, les valeurs à travers leur impact sur les attitudes et les comportements des personnes, constituent le principal lieu d'ancrage et d'enracinement de l'intention et de l'engagement entrepreneurial.

Cet engagement est souvent le fait d'une certaine perception de la crédibilité de l'acte et celui des antécédents socioprofessionnels. La crédibilité de l'acte est une variable sociologique essentielle pour la création d'entreprise. Elle s'appuie sur des facteurs incontestables : parents, amis, collègues professionnels ou d'école, entrepreneurs proches, groupes sociaux et réseaux des professionnels d'accompagnement. L'entrepreneur est le fruit de tels milieux d'envergure locale, régionale ou nationale. Par exemple, la présence d'un parent (père ou mère) entrepreneur est une variable marquante du profil psychologique et des compétences du créateur d'entreprise.

3.3.4. Importance des composantes du métier d'entrepreneur

Dans la tradition de Fayol (1916), le métier d'entrepreneur comporte les actions clés suivantes : PREVOIR, PLANIFIER, ORGANISER, CONDUIRE, CONTROLER. Il s'agit de : Prévision / Planification (objectifs, plans), Manœuvres stratégiques, Organisation (structuration, délégation), Conduite et Motivation des collaborateurs (recrutement, motivations, résolution des conflits), Contrôle (budgets, tableaux de bord, évaluations). A ces fonctions s'ajoutent des rôles qui concernent la garantie de pérennité de l'entreprise, la production, l'interaction entreprise environnement (y compris l'écosystème entrepreneurial), la construction de la réalité et sa diffusion, la contribution à la création et à la promotion de valeurs communes. Ces rôles traduisent la création et l'entretien de réseaux d'affaires qui facilitent les actions suivantes :

- Avocat du client
- Veille informationnelle
- Projection de l'entreprise dans le futur
- Promotion des valeurs fondamentales de l'entreprise
- Analyse du changement et préparation au changement
- Élaboration de principes stratégiques
- Acquisition de la légitimité concurrentielle et territoriale

Ces composantes du métier de l'entrepreneur sont en interaction forte. Elles lui permettent de mieux maîtriser la dynamique de son organisation en prenant les décisions les plus adaptées à l'évolution des marchés convoités. Les décisions sont éclairées par la vision stratégique de l'entrepreneur. La vision stratégique, c'est-à-dire l'image que l'entrepreneur se fait de l'entreprise dans le présent et le futur, va influencer ses intentions et son comportement. Des projets stratégiques, déclinés en action, vont se développer à partir de la vision personnelle de l'entrepreneur. Mais tout commence par la mise en place d'un référentiel. Dans un monde de discontinuités, de ruptures multiples, de turbulences, toute entreprise a un besoin de point d'ancrage, de référentiel par rapport à quoi l'entrepreneur et ses collaborateurs peuvent se déterminer et savoir comment se comporter en toutes circonstances. Ce référentiel s'étend au rôle de la signification tant il conduit à assurer la continuité, la transition et la liaison. Il est question de donner un sens à l'activité des membres de l'entreprise, à combler le vide existentiel en rendant « significative » la participation des individus au fonctionnement et à l'évolution de l'entreprise. La signification des actions de l'entreprise favorise la gestion de l'interaction avec les acteurs et partenaires externes. Selon la formule de Foucault, l'entrepreneur est « à l'intérieur de l'extérieur et à l'extérieur de l'intérieur » de son entreprise. La capacité d'évolution de l'entreprise dépend de la capacité de l'entrepreneur à transcender la dichotomie entreprise-environnement, de percevoir

les messages de l'environnement, de les retranscrire pour l'entreprise, de transmettre à l'environnement les messages de son entreprise et d'en être le premier avocat et la première image.

La réalité est plurielle au regard des acteurs en présence. Pour enrichir celle retenue pour l'entreprise, l'entrepreneur doit protéger les déviations constructives qui émergent au sein de son organisation. C'est une manière de créer de nouvelles valeurs culturelles susceptibles de dynamiser l'entreprise. La création culturelle concerne les mécanismes d'intégration et le sentiment d'appartenance, la circulation de l'information, la communication interpersonnelle et de groupe, l'établissement et le respect des normes, les processus de décision, etc. Il appartient à l'entrepreneur de susciter le changement pour son organisation. A ce titre, il doit identifier les besoins de changement, apporter son soutien à la firme en situation de changement, encourager les actions et réactions favorables au changement ; rassurer les individus, modérer le pas d'un changement trop rapide ou trop brutal ; être, par ses actions, un modèle de progrès. Ceci suppose la prévalence de certains traits de compétence ci-après.

- L'habileté à planifier et à administrer les activités de l'entreprise.
- L'habileté à prendre des décisions, à s'organiser et à organiser les activités de l'entreprise.
- L'habileté à identifier, à construire et à exploiter des opportunités.
- L'habileté à comprendre son secteur d'activité et ses tendances.
- L'habileté à créer des relations d'influence dans son réseau d'affaires.
- L'habileté politique à affirmer sa position dans un réseau d'affaires.
- L'habileté à innover et à concevoir des produits – services.
- L'habileté à motiver les collaborateurs.
- L'habileté à évaluer les diverses fonctions de l'entreprise.
- L'habileté à utiliser les outils, les procédures et les techniques dans un champ de spécialisation.

Le métier d'entrepreneur relève donc d'une alchimie des compétences et de potentialités consignées dans le modèle MACES (Motivations, Aptitudes, Compétences Entrepreneuriales et Stratégiques). Il exige une imbrication active et contextualisée de connaissances, de pratiques et d'attitudes articulées autour des axes motivations, aptitudes, comportements, capital psychosociologique et capacités stratégiques. Les composantes de ces axes varient et sont différemment sollicitées en fonction des stades de développement de l'entreprise. Ces composantes tiennent compte aussi du profil de l'entrepreneur, notamment, l'artisan ou le PIC (Pérennité, Indépendance et Croissance), l'opportuniste ou le CAP (Croissance, Autonomie et Pérennité). L'entrepreneur artisan ou PIC s'appuie sur des

compétences plus techniques et opte pour une stratégie réactive avec l'indépendance comme boussole. L'opportuniste ou le CAP, souvent plus expérimenté et moins réticent à l'innovation, fait valoir des compétences à la fois techniques et managériales, est guidée par l'autonomie décisionnelle. Celle-ci, couplée à l'innovation ouverte, le prédispose à la croissance au sens de l'entrepreneur ambitieux.

Conclusion

Cette étude a produit des résultats pour certains aisément acceptables et compréhensibles et pour d'autres totalement inattendus. Différentes analyses ont été effectuées pour avoir de plus amples compréhensions des phénomènes touchant aux micro-entrepreneurs de notre région des Hauts-De-France. C'est ainsi que nous avons récolté des données secondaires et primaires. Celles-ci sont décryptées à partir des analyses descriptives, multivariées, qualitatives de concomitances thématiques grâce aux logiciels SPSS et ALCESTE. Ces différentes analyses visent à comprendre le phénomène du micro-entrepreneuriat à travers ses acteurs clés : le micro-entrepreneur et son accompagnant. Le premier évoque ses principales motivations, ses besoins, ses satisfactions en matière d'accompagnement, son intention de passer au statut de l'entrepreneur classique. Il semble mettre l'accent sur les compétences qu'il mobilise dont certaines lui sont transmises par l'accompagnant. La liste des principales compétences (actualisées, acquises ou développées) est naturellement longue : les compétences transversales versus entrepreneuriales, la gestion quotidienne, la prise de décision, le marketing et les ventes, le travail d'équipe, les stratégies, la finance et le contrôle, la sollicitation des proches ou des partenaires pour certaines tâches, les méthodes techniques de production, la mobilisation des partenaires d'affaires, les technologies numériques, etc. Quant à l'accompagnant du micro-entrepreneur, il obéit au système du type Acteur/Projet/ Contexte. Les représentations livrées par les dix accompagnants sondés de façon qualitative confirment les opinions émises par la majorité des 736 micro-entrepreneurs enquêtés. Tout laisse à penser que l'accompagnant entre dans un processus de personnalisation qui combine l'individuel et le collectif. Une lecture attentive portée sur la cohérence du projet par rapport à la vie professionnelle et personnelle ainsi que par rapport aux valeurs et aux priorités de l'accompagné est nécessaire. Le capital humain et professionnel du micro-entrepreneur (qualités, faiblesses, peurs, angoisses, croyances, niveau de confiance en soi, etc.) est pris en compte en vue de la construction de son projet entrepreneurial. La performance recherchée tient compte des ressources psychologiques (émotives, cognitives et interactionnelles), et de celles qualifiées d'économique ou de financier, de matériel ou de logistique en présence. Le savoir-être d'entrepreneur et la vision stratégique transmis constituent également de précieux leviers d'action.

Pour le micro-entrepreneur désireux de passer au statut d'entrepreneur classique avec ambition, le cœur de l'exercice d'accompagnement sera de l'amener à parler de sa situation, de ses espoirs, de ses craintes et de sécurisation de son projet dans un contexte concurrentiel exigeant. Et il conviendra de lui demander de s'exprimer

sur les freins, les blocages, les limites ou les faiblesses qu'il pourrait rencontrer, qu'il ressentirait. A partir des boîtes à outils existants et connus, il est possible d'aller systématiquement sur des conclusions porteuses de propositions, notamment en suggérant une initiative pour le faire avancer. Ainsi, le modèle MACES peut être associé aux autres outils et techniques conseillés par les opérateurs d'accompagnement habituels de nature à permettre au micro-entrepreneur d'élaborer le modèle économique et le plan d'affaires de son projet entrepreneurial dans une perspective systémique.

Rappelons que les résultats de l'étude renvoient à l'interrogation portant sur les compétences à mobiliser par l'accompagnant en tant que facilitateur pour l'accompagné. Ces mêmes résultats semblent confirmer la tendance vers un outil d'accompagnement plus global et systémique avec un fort ancrage sur le capital psychosociologique (socio-familial et psychologique) et la capacité stratégique de l'entrepreneur. La demande est particulièrement forte au niveau des jeunes micro-entrepreneurs et les micro-entrepreneuses. L'accent semble être mis sur les capacités personnelles ou le sentiment d'auto-efficacité, le potentiel d'idée par rapport aux besoins du marché et le métier d'entrepreneur. Certes, l'expression du même type de demande varie selon le milieu d'appartenance de l'accompagné. Comme indiqué dans la section consacrée aux aspects conceptuels de ce rapport d'étude, l'individu tire des ressources personnelles (d'ordre physique, financier, relationnel, psychologique ou encore comportemental) au travers de sa famille, de ses proches et de ses réseaux professionnels ou d'affaires. Mais nous savons aussi que les effets de la transmission et la reconnaissance parentales peuvent être amplifiés par l'expérience formative et professionnelle. A ce titre, l'engagement personnel de l'individu dans l'acquisition de nouvelles pratiques et connaissances est déterminant. Il revient à l'accompagnant de repérer un tel engagement à travers l'expérience-acquisition et l'expérience-révélation que peut évoquer l'accompagné (Vincens, 2001). Les réponses aux besoins issus de ce double nœud d'engagement demandeur passent par les implications opérationnelles évoquées dans la dernière section de rapport. Il s'agit de la prise en compte des profils différenciés des micro-entrepreneurs, des qualités psychosociologiques, des ressources et compétences du milieu ainsi que des composantes du métier d'entrepreneur.

Références bibliographiques

Ajzen Icek, (1985). Des intentions aux actions : une théorie du comportement planifié. Dans : *Commande d'action*. Springer, Berlin, Heidelberg, p.11-39.

Ajzen Icek, (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, vol.50, n°2, p.179-211.

Ajzen, I. (1988) Attitudes, Personality and Behavior. Milton Keynes : Open University Press.

Backes-Gellner U., Janssen S. (2009). Obsolescence des compétences, effets vintages et tâches changeantes. *Économie appliquée trimestrielle*, vol.55, n°1, p.83-104.

Bakkali C., Messeghem K., Sammut S. (2010). Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise à l'heure de la gestion des compétences. *Management Avenir*, n°9, p.149-162.

Baluku M. M., Kikooma J. F., Bantu E., Otto, K., (2018). Psychological capital and entrepreneurial outcomes : the moderating role of social competences of owners of micro-enterprises in East Africa, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, vol.8, n°1, p.1-23.

Bauvet Sébastien, (2019). L'accessibilité aux outils d'identification et de développement des compétences transversales : un enjeu d'égalité sociale. *Administration Education*, n°1, p.73-79.

Bourdieu Pierre (2000), Les structures sociales de l'économie, *Le Seuil*, Paris.

Boutillier S., Uzunidis D. (2014). L'empreinte historique de la théorie de l'entrepreneur. Enseignements tirés des analyses de Jean-Baptiste Say et de Joseph Aloïs Schumpeter. *Innovations*, n°3, p.97-119.

Carree, M.A., Stel, A. van, Thurik, A.R., and Wennekers, S. (2002). Economic development in business ownerships: An analysis using 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics: An International Journal*, vol.19, n°3, p.271-290.

Chandler G. N., Jansen E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business venturing*, vol.7, n°3, p.223-236.

Chandy Rajesh, Narasimhan Om, (2011). How micro-entrepreneurs could change the world. *Business Strategy Review*, vol. 22, n°1, p. 52-55.

Chatterjee Namrata, Das Niladri, (2016). A study on the impact of key entrepreneurial skills on business success of Indian micro-entrepreneurs : A case of Jharkhand region. *Global Business Review*, vol.17, n°1, p.226-237.

Collins, O.F. et Moore, D.G. (1970), *The organization makers*, New York : Appleton-CenturyCrofts.

Cooley Eric, Ayres Robert, Dunn Cory, (1990). Concept de soi, attribution et persévérance chez les élèves ayant des troubles d'apprentissage. *Journal of School Psychology*, vol. 28, n°2, p.153-163.

Cunningham J. B., Lischeron J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of small business management*, vol.29, n°1, p.45-61.

Cuzin Romaric, Fayolle Alain, (2006). Quel appui à la création d'entreprise ? *L'Expansion Management Review*, n°1, p.92-97.

Danjou I. (2002). L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité". *Revue française de gestion, avril-juin*, vol.28, n°138, p.109-125.

Danjou I. (2004). *Entreprendre : la passion d'accomplir ensemble*. Editions L'Harmattan.

DasGupta M. (2018). Literature Review on Micro Entrepreneurship development and Quality of Life improvement. *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, p.2455-3085.

De Grip Andries, Van Loo Jasper, (2002). *The economics of skills obsolescence : a review*. Emerald Group Publishing Limited.

Delanoë-Gueguen, S. (2015). Aide à la création d'entreprise et auto-efficacité entrepreneuriale. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.14, n°4, p.47-71.

Dokou G. A. K. (2018). La construction des dimensions de l'innovation managériale : une résultante de l'accompagnement de l'entrepreneur ambitieux. *Gestion 2000*, vol.35, n°4, p.143-168.

Dokou G. A. K., Lemoine S. (2021). L'innovation produit dans la pme de service de haute technologie : le rôle clé de la communauté de pratique. *Marche et organisations*, vol.40, n°1, p.103-136.

Drucker Peter F. The discipline of innovation. *Harvard business review*, 1985, vol. 63, no 3, p. 67-72.

Eiglier P., Langeard E., Mathieu V. (1997). Le marketing des services. *Encyclopédie de gestion*, vol.2, p.1937-1948.

Estay Christophe, Durrieu François, Diop Pape, (2011). Motivation entrepreneuriale et logique d'action du créateur. *Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 24, n°1, p.135-165.

Fayol H.(1916), Administration industrielle et générale, Bulletin de la société de l'industrie minérale, p. 5- 162.

Fayolle A, (2000). Des propositions épistémologiques et méthodologiques pour repositionner les recherches en entrepreneuriat, *Actes de la journée de l'IRG*, Université Paris XII, *Épistémologie et méthodes en Sciences de Gestion*, p. 401-420.

Fayolle A. (2007). *Entrepreneuriat et nouvelle création de valeur : la dynamique du processus entrepreneurial*. La presse de l'Université de Cambridge.

Fayolle Alain, Messeghem Karim, (2011). La recherche en entrepreneuriat entre 2008 et 2009. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.10, n°1, p. 53-72.

Filion Louis Jacques, (1991). Vision and relations : elements for an entrepreneurial metamodel. *International Small Business Journal*, vol.9, n°2, p.26-40.

Fishbein M., Ajzen I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior : An introduction to theory and research. *Philosophy and Rhetoric*, vol.10, n°2.

Fishbein M., Ajzen I. (2011). Predicting and changing behavior : The reasoned action approach. *Psychology press*.

Gabarret I., Vedel B. (2012). Quitter son emploi pour devenir entrepreneur. *@ grh*, n°3, p.79-97.

Gano-An Jonathan C., Gempes Gloria P, (2020). The success and failures of sari-sari stores : Exploring the minds of women micro-entrepreneurs. *HOLISTICA–Journal of Business and Public Administration*, vol.11, n°2, p.25-51.

Gartner William B., Shane Scott A., (1995). Measuring entrepreneurship over time. *Journal of business Venturing*, vol.10, n°4, p. 283-301.

Gasse Y., Tremblay M. (2005). Sensibilisation à l'entrepreneuriat (construction et validation empirique d'un outil pratique).

Gómez-Gasquet P., Verdecho M. J., Rodriguez-Rodriguez R., Alfaro-Saiz J. J. (2018). Formative assessment framework proposal for transversal competencies : Application to analysis and problem-solving competence. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, vol.11, n°2, p.334-340.

Gómez-Gasquet P., Verdecho M. J., Rodriguez-Rodriguez R., Alfaro-Saiz J. J. (2018). Formative assessment framework proposal for transversal competencies : Application to analysis and problem-solving competence. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, vol.11, n°2, p.334-340.

Herman E. (2007). La notion d'autonomie et ses impensés dans la socialisation enfantine. *Mouvements*, n°1, p.46-52.

Jain Ravindra K., (2011). Entrepreneurial competencies : a meta-analysis and comprehensive conceptualization for future research. *Vision*, vol.15, n°2, p.127-152.

Kautonen T., Van Gelderen M., Fink M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, vol.39, n°3, p.655-674.

Klein Yves, (2019). Le dépassement de la problématique de l'art et autres écrits. *Beaux-Arts de Paris Éditions*.

Laviolette E. M., Loue C., (2006). Les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, *Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse*, vol.25, p. 26 - 27.

Le Boterf Guy (2003). *Construire les compétences individuelles et collectives : la compétence n'est plus ce qu'elle était*. Éditions d'Organisation,

Le Boterf, G. (2005). La compétence professionnelle. De quoi s'agit-il ? Comment l'évaluer ? Quelques hypothèses de travail. Conférence donnée à la Faculté des sciences de l'éducation de l'Université de Montréal, le 6 mai.

Learned K. E, (1992). What happened before the organization? A model of organization formation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.17, n°1, p.39-48.

Lebart L., Salem A., Becue M., Peña D. (2000). Análisis estadístico de textos. Milenio.

Lebègue Typhaine, (2015). La réussite de carrière entrepreneuriale des femmes. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.14, n°1, p.93-127.

Lecorche V., Burger-Helmchen T. (2019). L'influence du lieu dans l'acquisition de compétences entrepreneuriales : le cas du séminaire BEST. *La Revue des Sciences de Gestion*, n°5, p.13-26.

Léger-Jarniou Catherine, (2008). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes. *Revue française de gestion*, n°5, p.161-174.

McClelland D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, N.J. : Van Nostrand.

Messeghem K., Sammut S. (2010). Accompagnement du créateur : de l'isolement à la recherche de légitimité. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.9, n°1, p.82-107.

Mintzberg Henri (1986), *Le Pouvoir dans les Organisations*, Paris, Editions d'Organisation.

Murray, H.A. (1938) *Explorations in personality*. New York : Oxford Univer. Press

Nassif V. M. J., Andreassi T., Simões F. (2011). Competências empreendedoras: há diferenças entre empreendedoras e intraempreendedoras?. *RAI Revista de Administração e Inovação*, vol.8, n°3, p.33-54.

Obrecht Jean-Jacques, (2011). On the relevance of the concept of entrepreneurial capabilities. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol.13, n°2, p.107-125.

Reinert Max, (1998). Quel objet pour une analyse statistique du discours ? Quelques réflexions à propos de la réponse Alceste. In : *JADT. Lexicometrica*, p.557-569.

Rodríguez-López Á., Souto J. E. (2020). Empowering entrepreneurial capacity: training, innovation and business ethics. *Eurasian Business Review*, vol.10, n°1, p.23-43.

Sarasvathy Saras D, (2001). Effectual reasoning in entrepreneurial decision making : existence and bounds. In : *Academy of management proceedings*. Briarcliff Manor, NY 10510 : Academy of Management, p.D1-D6.

Schumpeter J. A. (1942). Capitalism. *Socialism and democracy*, vol.3, p.167.

Sefiani N., Boumane A., Campagne J. P., Bouami D. (2011). Démarche d'identification des compétences requises basée sur une approche fonctionnelle. In *9ème Congrès International de Génie Industriel (CIGI 2011)* (p. 8p).

Sénicourt Patrick, Verstraete Thierry, (2000). Apprendre à entreprendre. *Reflets et perspectives*, vol.39, p.2000-4.

Shapiro A., Sokol L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.

Shaw K., Sørensen A. (2019). The productivity advantage of serial entrepreneurs. *ILR Review*, vol.72, n°5, p.1225-1261.

Sheeran Pascal, (2002). Relations intention-comportement : une revue conceptuelle et empirique. *Revue européenne de psychologie sociale*, vol.12, n°1, p.1-36.

Shinnar R. S., Hsu D. K., Powell B. C., Zhou H. (2018). Entrepreneurial intentions and start-ups : Are women or men more likely to enact their intentions ? *International small business journal*, vol.36, n°1, p.60-80.

Shirokova G., Osiyevskyy O., Bogatyreva K., (2016). Exploration du lien intention-comportement dans l'entrepreneuriat étudiant : effets modérateurs des caractéristiques individuelles et environnementales. *Journal européen de gestion*, vol.34, n°4, p.386-399.

Siegel, D. (2006). Technological entrepreneurship. *Edward Elgar Publishing*.

Starck Sylvain, Boancă Ioana, (2019). Édito-Les compétences transversales : une notion et des usages qui interrogent. *Recherches en éducation*, n°37.

Thornhill A. (2000). Managing change. *Pearson Education India*.

Toutain Olivier, Fayolle Alain, (2008). Compétences entrepreneuriales et pratiques d'accompagnement : approche exploratoire et modélisation. *Marché et organisations*, vol.6, n°1, p.31-72.

Valéau Patrick, (2006). L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.5, n°1, p.31-57.

Van Gelderen M., Kautonen T., Fink M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions : Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, vol.30, n°5, p.655-673.

Varela Llamas R., Ramírez Ozua R. R. (2019). Entrepreneurship, investment in R & D and framework Institutional in Mexico. *Análisis económico*, vol.34, n°86, p.133-156.

Verstraete T. (2003). Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat. *Editions de l'ADREG*.

Verstraete Thierry, Fayolle Alain, (2004). Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat. *7ème Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME*, vol.27, p.28.

Verstraete Thierry, Fayolle Alain, (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.4, n°1, p.33-52.

Verzat C., Gaujard C. (2009). Expert, conseiller, mentor, confident ou tout à la fois ? *L'expansion entrepreneuriat*, vol.2, p.6-12.

Verzat Caroline, Toutain Olivier, (2015). Former et accompagner des entrepreneurs potentiels, diktat ou défi ? *Savoirs*, n°3, p.11-63.

Vincens J. (2001). Expérience professionnelle et formation. *Agora débats/jeunesses*, vol.25, n°1, p.55-67.

Vroom V.H. (1964), *Work and motivation*, New York, Wiley.

Zacharakis Al Meyer G.D., De Castro J., (1999). Differing perceptions of new venture failure: a matched exploratory study of venture capitalists and entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, vol.37, n°3, p.1-14.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire

Cher(e) accompagné(e),

Vous avez participé au programme régional Chéquier STARTER.

Dans le cadre de l'amélioration continue de ce dispositif, la Région nous a chargé de recueillir de manière anonyme votre avis en tant que micro-entrepreneurs sur la satisfaction générale de l'accompagnement dont vous avez bénéficié. Nous vous remercions de bien vouloir nous accorder quelques minutes de votre temps pour répondre à ce questionnaire.

Nous vous prions de croire, cher(e) micro-entrepreneur(e), en l'expression de nos sincères salutations.

L'équipe du CEL/Hubhouse, Université du Littoral Côte d'Opale

I. Motivations et pratiques d'affaires du micro-entrepreneur

Questions à échelle de 7 points : (de 1 : pas du tout à 7 tout à fait)

1. Vous avez choisi le statut de micro-entrepreneur pour :
 - Exercer une activité offrant davantage de liberté/indépendance par rapport au salariat
 - Sortir du chômage
 - Vous tester vous-même
 - Tester une activité avant de passer à une entreprise plus classique
 - Compléter un temps partiel de salariat
 - Etre autonome : Organiser mon temps de travail comme je le souhaite
 - Exercer mon activité ou métier à ma manière
 - Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle
 - Retrouver du sens et de l'éthique dans mon travail
 - Améliorer ma rémunération
 - Satisfaire ma préférence pour le travail en solo
 - Créer une activité nouvelle/innovante
 - Aller dans le sens de l'incitation de la famille ou de l'entourage

Question à choix unique

2. Dans les prochaines années, :
 - Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?
OUI / NON
 - Avez-vous l'intention d'embaucher du personnel ?
OUI / NON"

Questions à choix multiples

3. Types de clientèle
 - Particuliers
 - Entreprises
 - Plateformes de mise en relation avec des particuliers
 - Plateformes de mise en relation avec des clients entreprises ou professionnels
4. Relations d'affaires
 - Famille
 - Amis et autres proches
 - Relations professionnelles : collègues
 - Clients
 - Fournisseurs
5. Attentes actuelles auprès des pouvoirs publics
 - Aide à la digitalisation
 - Fonds de relance
 - Investissements dans le matériel ou agencement
6. Principales difficultés rencontrées depuis la crise sanitaire
 - Contrats annulés

- Contraintes administratives dans l'exercice de l'activité
- Retards de paiements
- Fermeture administrative totale
- Difficultés de paiement des loyers et charges

II. Satisfaction générale au niveau de l'accompagnement du micro-entrepreneur

7. Quel est votre niveau de satisfaction de l'accompagnement dont vous avez bénéficié pour créer/repandre votre entreprise ? (de 1 : pas du tout satisfait à 7 tout à fait satisfait)

8. Combien de temps a duré votre accompagnement ?

- < 3h Entre 3h et 5h Entre 6h et 9h 10h et plus

9. Avez-vous changé de structure d'accompagnement durant la phase d'accompagnement ?

- Oui Non

10. Si oui, quels sont les motifs du changement ?

- Erreur d'orientation initiale Recherche d'expertise/de dispositifs
 Pas satisfait par l'accompagnement Réorienté vers une structure spécifique
 Autre (précisez) :

11. Connaissez-vous le site starter.hautsdefrance.fr ?

- Oui Non

12. L'écosystème de la création d'entreprises (autres structures d'accompagnement, financement régional et européen de l'accompagnement collectivités, organisations professionnelles, universités, ...)?

- Oui Non

III. Satisfaction au niveau du processus et du contenu de l'accompagnement

Compétence perçue de l'accompagnateur Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : (de 1 : pas du tout satisfait à 7 tout à fait satisfait)

13. L'accueil administratif et logistique
 14. La durée de l'accompagnement
 15. Le nombre de rendez-vous
 16. La répartition des entretiens individuels/collectifs
 17. L'adaptation à vos besoins

Efficacité du processus

Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : (de 1 : pas du tout satisfait à 7 tout à fait satisfait)

18. Des délais de réponse de votre conseiller ?
19. De la fréquence des contacts ?
20. De la disponibilité de votre conseiller ?
21. De l'expertise de votre conseiller ?
22. De la qualité relationnelle de votre conseiller ?

Satisfaction de l'accompagné

Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : (de 1 : pas du tout satisfait à 7 tout à fait satisfait)

23. De la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés
24. De l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...)
25. De l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation)
26. De l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe)
27. Des échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers

Echelle succès de carrière

Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : (de 1 : pas du tout satisfait à 7 tout à fait satisfait)

28. Du succès que j'ai obtenu dans ma carrière de micro-entrepreneur.
29. Des progrès que j'ai accomplis vers l'atteinte de mes objectifs entrepreneuriaux.
30. Des progrès que j'ai accomplis vers l'atteinte de mes objectifs de revenu financier.
31. Des progrès que j'ai accomplis vers la réalisation de mes objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales

Implication dans le projet

Répondre de 1 : pas du tout à 7 : complètement

32. Dans quelle mesure êtes-vous impliqué dans votre projet entrepreneurial ?
33. Dans quelle mesure vous souciez-vous de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?

Développement économique et social

Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : (de 1 : pas du tout satisfait à 7 tout à fait satisfait)

34. Perspectives de pérennité
35. Collaboration entre créateurs en termes d'accès et de partage de ressources (bureaux, services communs, ressources humaines)
36. Marchés : couple produit-marché (attentes clients, risques marché), image et notoriété de l'entreprise
37. Progression du chiffre d'affaires ou des ventes
38. Progression de la part de marché
39. Des supports de l'accompagnement fournis (Business plan, études de marché, etc.) ?
40. De l'aide à la digitalisation des services et activités ?
41. Des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services ?

IV. Peur de l'échec

Sécurité financière (FS)

Au cours des derniers mois, j'ai eu peur...

Répondre de 1 : pas du tout à 7 : complètement

- 42.... d'investir plus d'argent dans l'entreprise
- 43.... de perdre tout ce que j'ai investi dans l'entreprise
- 44.... de manquer d'argent dans l'entreprise
- 45.... de n'avoir pas des revenus suffisants pour vivre
- 46.... qu'un échec de mon entreprise ait des conséquences financières sur ma famille

Capacité personnelle (PA)

Au cours des derniers mois, j'ai eu peur...

Répondre de 1 : pas du tout à 7 : complètement

- 47.... de ne pas être en mesure de présenter efficacement l'idée aux banques/partenaires financiers
- 48.... de ne pas être en mesure de gérer efficacement l'entreprise
- 49.... de ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert ce poste de dirigeant de micro-entreprise
- 50.... de ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de mon entreprise
- 51.... de ma propre capacité à réussir

Menace pour l'estime sociale (EST)

Au cours des derniers mois, j'ai eu peur...

Répondre de 1 : pas du tout à 7 : complètement

- 52.... de perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour moi
- 53.... de ne pas pouvoir collaborer avec toutes mes parties prenantes
- 54.... des attentes de mes proches envers moi
- 55.... des autres qui pensent que je n'ai aucune idée de ce que je fais
- 56.... de perdre ma crédibilité auprès de clients réels ou potentiels
- 57.... des conséquences d'impayés sur la réputation de mon entreprise

Potentiel de l'idée (PI)

Au cours des derniers mois, j'ai eu peur...

Répondre de 1 : pas du tout à 7 : complètement

- 58.... que l'idée principale qui guide mon entreprise ne réussisse pas
- 59.... que les clients n'aient pas besoin de mes produits / services sur le marché
- 60.... que cette idée d'entreprise est trop difficile à mettre en œuvre

V. Éléments de profil

61. Vous êtes :

- Une femme Un homme

62. Vous avez :

- Moins de 26 ans entre 26 et 37 ans entre 38 et 49 ans 50 ans ou plus

63. Votre niveau d'étude :

- Aucun BAC BAC +2 et Licence Master et plus

64. Votre statut professionnel avant la création :

- Etudiant Salarié Entrepreneur
 Fonctionnaire Sans activité

65. Statut professionnel des parents

- Entrepreneurs Salariés

66. Connaissances en entrepreneuriat

- Cours en entrepreneuriat Expériences en création/reprise d'entreprise

67. Date de création

- 0 - 6 mois 7 mois - 1 an 1 an - 3 ans Plus de 3 ans

68. Vous avez été accompagné par :

- BGE CCI CMA Plateforme Initiative
 France Initiative

69. Avez-vous suivi d'autres phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER ?

- Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation) Phase 2 : Test d'activité
 Phase 3 : Structuration financière Aucun

70. Votre code postal : _____

Nous vous remercions de votre participation.

Annexe 2 : Guide d'entretien Opérateurs_Etude micro-entrepreneurs accompagnés en Région Hauts-de-France_2021

Guide d'entretien Opérateurs_Etude micro-entrepreneurs accompagnés en Région Hauts-de-France_2021

Introduction

Dans le cadre de l'amélioration continue du dispositif Chéquier Starter, la Région cherche à recueillir votre avis en tant qu'accompagnateur sur l'accompagnement fourni aux micro-entrepreneurs.

Ce guide d'entretien est conçu à cet effet pour mieux comprendre les attentes des micro-entrepreneurs, les particularités rencontrées lors du processus d'accompagnement et les moyens mis en place en tant qu'accompagnateur pour satisfaire au mieux leurs besoins tout au long de l'accompagnement.

A partir des réponses obtenues de ce guide d'entretien, une étude qualitative sera réalisée dans le but de mieux cerner les attentes des accompagnateurs et de mettre à leurs dispositions les moyens nécessaires pour un accompagnement de qualité.

Coordonnées de la personne interrogée

Nom et prénoms	
Sexe	
Age	
Structure d'accompagnement	
Profession	
Département / Code postal	

Liste de questions

Thèmes	Questions
Profils des micro-entrepreneurs	Pour vous, qui qualifie-t-on de micro entrepreneurs ?
	Quel est le genre prédominant ?
	Quelle est en moyenne la tranche d'âge des micro-entrepreneurs ?
	Quel est leur niveau d'études ?
	Quelle profession exerce-t-il le plus souvent avant la création de la micro-entreprise ?
	Les micro-entrepreneurs ont-ils préalablement une expérience entrepreneuriale ?
	Quels sont les secteurs d'activités dans lequel les micro entreprises sont créées ?
	La micro-entreprise est-elle souvent une activité principale ou secondaire ?

Besoins des micro-entrepreneurs	Quels sont les besoins d'accompagnement des micro-entrepreneurs ?
	Quelles sont les différences entre les micro-entrepreneurs et les entrepreneurs ?
	Quelle est la particularité dans le processus d'accompagnement des micro-entrepreneurs ?
L'accompagnement	L'accompagnement dont bénéficient les micro-entrepreneurs répond-il à leurs besoins ?
	Combien de temps dure un accompagnement de micro-entrepreneur ?
	Quel est le nombre de rendez-vous pour un micro-entrepreneur ?
	Quelle est la répartition des entretiens individuels/collectifs ?
	Quels sont les délais de réponses lors de l'accompagnement d'un micro-entrepreneur ?
	Quelle est la fréquence des contacts ?
	Quelle est votre disponibilité pour l'accompagnement du micro-entrepreneur ?
	Quelle est la relation tissée avec le micro-entrepreneur ?
	Quels sont les points forts de l'accompagnement du micro-entrepreneur ?
	Quels sont les points faibles de l'accompagnement du micro-entrepreneur ?
	Les micro-entrepreneurs rencontrent-ils des difficultés durant l'accompagnement ?
	Si oui, quelles sont les difficultés que rencontrent les micro-entrepreneurs ?
	Arrive-t-il au micro-entrepreneur d'arrêter l'accompagnement dont il bénéficie ?
	Quelle est la cause de cet arrêt ?
	Peut-il arriver qu'un micro-entrepreneur change de structure d'accompagnement ?
	Pensez-vous que les moyens dont vous disposez actuellement sont suffisants pour répondre aux besoins des micro-entrepreneurs ?
Les solutions proposées	L'accompagnement au niveau des micro-entrepreneurs est-il le même que pour les autres accompagnés ?
	Le processus d'accompagnement est-il le même pour chaque micro-entrepreneur ?
	Quels sont les moyens mis en place pour satisfaire les besoins des micro-entrepreneurs (expertise, les apports en termes de compétences, etc.) ?
	Comment vous adaptez-vous aux besoins des micro-entrepreneurs ?
	Comment fournir un bon accompagnement aux micro-entrepreneurs ?
Quel est votre mot de la fin ?	

Besoins des micro-entrepreneurs	Quels sont les besoins d'accompagnement des micro-entrepreneurs ?
	Quelles sont les différences entre les micro-entrepreneurs et les entrepreneurs ?
	Quelle est la particularité dans le processus d'accompagnement des micro-entrepreneurs ?
L'accompagnement	L'accompagnement dont bénéficient les micro-entrepreneurs répond-il à leurs besoins ?
	Combien de temps dure un accompagnement de micro-entrepreneur ?
	Quel est le nombre de rendez-vous pour un micro-entrepreneur ?
	Quelle est la répartition des entretiens individuels/collectifs ?
	Quels sont les délais de réponses lors de l'accompagnement d'un micro-entrepreneur ?
	Quelle est la fréquence des contacts ?
	Quelle est votre disponibilité pour l'accompagnement du micro-entrepreneur ?
	Quelle est la relation tissée avec le micro-entrepreneur ?
	Quels sont les points forts de l'accompagnement du micro-entrepreneur ?
	Quels sont les points faibles de l'accompagnement du micro-entrepreneur ?
	Les micro-entrepreneurs rencontrent-ils des difficultés durant l'accompagnement ?
	Si oui, quelles sont les difficultés que rencontrent les micro-entrepreneurs ?
	Arrive-t-il au micro-entrepreneur d'arrêter l'accompagnement dont il bénéficie ?
	Quelle est la cause de cet arrêt ?
	Peut-il arriver qu'un micro-entrepreneur change de structure d'accompagnement ?
	Pensez-vous que les moyens dont vous disposez actuellement sont suffisants pour répondre aux besoins des micro-entrepreneurs ?
	Les solutions proposées
Le processus d'accompagnement est-il le même pour chaque micro-entrepreneur ?	
Quels sont les moyens mis en place pour satisfaire les besoins des micro-entrepreneurs (expertise, les apports en termes de compétences, etc.) ?	
Comment vous adaptez-vous aux besoins des micro-entrepreneurs ?	
Comment fournir un bon accompagnement aux micro-entrepreneurs ?	
Quel est votre mot de la fin ?	

Annexe 3 : Résultats des tri croisés suivant la satisfaction des profils des micro-entrepreneurs

RESULTATS DES TRI CROISES SUIVANT LA SATISFACTION DES PROFILS DES MICRO-ENTREPRENEURS

Axe 1 : Motivations et pratiques d'affaires du micro-entrepreneur

Dimension 1 : Choix du statut de micro-entrepreneur

Profils		Liberté/indépendance	Sortir du chômage	Se tester	Tester une activité avant entreprise classique	Compléter un temps partiel de salariat	Être autonome	Exercer mon activité ou métier à ma manière	Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle	Retrouver du sens et de l'éthique dans mon travail	Améliorer ma rémunération	Travail solo	Créer une activité nouvelle/innovante	Aller dans le sens de l'incitation de la famille ou de l'entourage	Moyenne
Sexe	Femme	75,84	39,19	59,53	32,55	27,19	91,43	93,36	84,80	86,08	48,39	50,75	53,53	26,55	59,17
	Homme	82,23	42	63,57	44,98	28,25	88,10	87,36	71,38	76,58	62,45	51,67	54,28	30,86	60,29
Age	Moins de 26 ans	76,12	28,36	65,67	34,33	38,81	94,03	94,03	88,06	83,58	61,19	58,21	58,21	40,30	63,15
	Entre 26 et 37 ans	83,72	36,74	65,58	43,26	30,23	91,16	91,63	76,28	79,53	56,28	53,49	52,56	24,65	60,39
	Entre 38 et 49 ans	80,92	36,75	57,60	34,98	25,09	89,40	91,17	82,33	86,57	51,24	45,94	53	26,86	58,60
	50 ans ou plus	74,85	54,97	59,06	33,92	23,98	88,89	89,47	77,19	79,53	50,88	53,80	54,97	29,82	59,33
Niveau d'études	Aucun	77,91	62,79	62,79	45,35	37,21	93,02	93,02	86,05	82,56	70,93	73,26	60,47	48,84	68,78
	BAC	81,22	41,44	60,77	42,54	30,39	91,71	88,40	80,11	83,98	54,70	57,46	56,91	38,67	62,18
	BAC +2 et Licence	81,89	38,11	61,51	32,45	26,04	89,81	91,32	79,25	81,89	55,47	44,53	53,58	25,28	58,55
	Master et plus	76,96	32,35	59,80	34,80	23,04	88,24	92,65	77,94	82,35	42,65	44,61	48,53	13,73	55,20
Statut professionnel avant la création	Etudiant	75,61	17,07	53,66	31,71	26,83	90,24	87,80	85,37	75,61	56,10	60,98	56,10	34,15	57,79
	Salarié	80,20	33,99	60,88	36,67	28,36	89,49	91,44	79,22	84,11	55,99	47,43	54,28	27,87	59,23
	Entrepreneur	75,68	43,24	67,57	40,54	21,62	86,49	83,78	67,57	75,68	59,46	59,46	56,76	32,43	59,25
	Fonctionnaire	76,92	13,46	57,67	42,31	36,54	88,46	94,23	78,85	84,62	51,92	50	59,62	34,62	59,17
	Sans activité	81,73	64,47	62,44	37,06	24,87	92,89	91,88	82,74	81,73	47,21	55,33	50,25	24,87	61,34
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	80,88	38,50	52,94	35,29	23,53	87,50	93,38	82,35	86,76	52,94	52,21	59,56	29,41	59,63
	Salariés	79,67	40,22	62,83	37,50	28,50	90,83	90,67	79,33	81,67	53,67	50,83	52,50	27,83	59,70
Connaissance en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	78,49	39,36	61,78	32,95	25,86	89,47	90,39	79,41	83,75	50,80	48,97	51,03	24,49	58,21
	Expériences en création/reprise d'entreprise	81,94	41,47	59,87	43,14	30,10	91,30	92,31	80,60	80,94	57,53	54,18	57,86	33,44	61,90
Date de création	0 - 6 mois	83	38	64	45	29	90	91	82	85	63	49	59	33	62,38
	7mois - 1 an	79,91	42,31	61,54	41,03	23,93	88,89	88,89	79,91	82,91	58,12	52,99	57,26	30,77	60,65
	1 an - 3 ans	80,89	39,34	60,94	32,41	30,19	90,86	91,97	79,78	81,99	47,09	49,03	49,31	23,82	58,28
	Plus de 3 ans	63,41	41,46	51,22	36,59	21,95	92,66	97,56	75,61	80,49	60,98	63,41	60,98	39,02	60,41
	BGE	81,78	44,19	62,60	35,08	24,81	92,05	92,44	82,36	84,11	51,60	48,45	52,33	23,64	59,65
	CCI	75,44	31,58	56,14	47,22	24,56	82,46	85,96	73,68	75,44	63,16	45,61	66,67	36,84	58,83
Structure d'accompagnement	CMA	75	30,41	58,78	41,22	35,81	87,16	89,19	75,68	80,41	58,78	62,16	54,05	36,49	60,40
	Plateforme Initiative	88,89	33,33	33,33	22,22	44,44	77,78	100	66,67	88,89	44,44	44,44	55,56	66,67	58,97
	France Initiative	66,67	33,33	66,67	33,33	66,67	100	66,67	50	66,67	50	66,67	50	66,67	60,26
Phase d'accompagnement	Phase 1 : Accompagnement (ante-création)	83,92	42,11	64,91	38,89	26,02	92,69	94,44	85,96	87,72	51,17	48,25	53,51	26,02	61,20
	Phase 2 : Test d'activité	83,90	44,07	66,95	37,29	26,27	92,37	94,07	83,05	88,14	53,39	52,54	60,17	30,51	62,52
	Phase 3 : Structuration financière	84,21	45,61	63,16	36,84	26,32	89,47	94,74	82,46	85,96	52,63	52,63	50,88	33,33	61,40
	Aucun	75,97	37,85	56,08	35,08	27,62	87,58	87,57	75,41	77,35	54,42	53,31	54,70	28,73	57,82
Département	02 Aisne	80,77	44,23	50	48,08	26,92	88,46	84,62	82,69	76,92	65,38	63,46	59,62	40,38	62,43
	59 Nord	79,78	39,06	62,33	31,86	27,42	89,75	91,97	77,01	84,21	50,69	45,43	51,52	26,59	58,28
	60 Oise	82,69	44,23	62,50	55,77	37,50	90,38	90,38	84,62	84,62	61,54	55,77	59,62	29,81	64,57
	62 Pas-de-Calais	80,37	39,26	63,13	34,97	25,15	92,02	92,64	82,82	81,60	53,99	55,21	52,15	28,22	60,12
	80 Somme	73,21	39,29	53,57	32,14	17,86	89,29	89,29	78,57	76,79	44,64	55,36	57,14	23,21	56,18

Axe 2 : Satisfaction au niveau du processus et du contenu de l'accompagnement

Dimension 5 : Satisfaction générale et Compétence perçue de l'accompagnateur

Profils		Satisfaction de l'accompagnement %	L'accueil administratif et logistique %	La durée de l'accompagnement %	Le nombre de rendez-vous %	La répartition des entretiens individuels/collectifs %	L'adaptation à vos besoins %	Moyenne
Genre	Femme	79,44	87,15	83,08	79,23	77,09	79,44	80,91
	Homme	73,98	78,44	76,21	75,09	75,84	76,95	76,09
Age	Moins de 26 ans	77,45	76,12	77,61	76,12	74,63	74,63	76,09
	Entre 26 et 37 ans	77,61	82,79	82,33	79,53	76,74	80,93	79,99
	Entre 38 et 49 ans	77,67	86,57	81,27	77,74	78,45	80,57	80,38
	50 ans ou plus	78,45	84,21	78,36	76,02	74,27	73,68	77,50
Niveau d'études	Aucun	81,40	84,88	82,56	83,72	80,23	79,07	81,98
	BAC	76,24	85,64	81,22	77,35	79,01	79,01	79,75
	BAC +2 et Licence	76,60	84,15	78,11	74,34	76,60	78,11	77,99
	Master et plus	77,94	81,86	82,35	79,90	73,04	78,43	78,92
Statut professionnel avant la création	Etudiant	68,29	68,29	70,73	65,85	58,54	63,41	65,85
	Salarié	78,24	85,33	80,44	78,73	78,48	80,20	80,24
	Entrepreneur	83,78	81,08	78,38	78,38	78,38	83,78	80,63
	Fonctionnaire	67,31	82,69	73,08	65,38	69,23	75	72,12
	Sans activité	79,19	85,28	85,28	81,22	78,17	78,17	81,22
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	79,41	85,29	85,29	79,41	75,74	82,35	81,25
	Salariés	77	83,67	79,50	77,33	76,83	77,67	78,67
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	78,26	83,98	80,55	77,12	75,51	79,63	79,18
	Expériences en création/reprise d'entreprise	76,25	83,95	80,60	78,60	78,26	76,92	79,10
Date de création	0 - 6 mois	86	92	88	87	86	85	87,33
	7 mois - 1 an	77,78	83,33	82,48	77,78	74,79	79,91	79,35
	1 an - 3 ans	76,18	82,23	78,12	75,62	75,90	76,45	77,42
	Plus de 3 ans	65,85	78,05	73,13	73,17	70,73	73,17	72,35
Structure d'accompagnement	BGE	80,23	86,05	83,91	80,43	79,84	81,01	81,91
	CCI	75,44	87,72	82,46	77,19	73,68	73,68	78,36
	CMA	70,95	79,05	69,59	70,95	68,24	72,30	71,85
	Plateforme Initiative	55,56	55,56	88,89	66,67	66,67	77,78	68,52
	France Initiative	50	33,33	33,33	33,33	50	66,67	44,44
Phases d'accompagnement du	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	85,67	91,23	88,01	84,80	85,09	85,38	86,70
	Phase 2 : Test d'activité	88,98	89,83	90,68	86,44	89,83	88,14	88,98
dispositif Chéquier STARTER	Phase 3 : Structuration financière	80,70	89,47	92,98	87,72	89,47	85,96	87,72
	Aucun	68,78	77,35	72,93	70,44	67,13	70,99	71,27
Code postal	02 Aisne	78,85	86,54	78,85	73,08	71,15	82,69	78,53
	59 Nord	76,18	83,10	80,89	76,73	75,90	78,39	78,53
	60 Oise	73,08	76,92	72,12	70,19	64,42	70,19	71,15
	62 Pas-de-Calais	80,98	88,34	87,73	85,28	87,12	82,21	85,28
	80 Somme	82,14	87,50	75	80,36	78,57	80,36	80,66

Dimension 6 : Efficacité du processus

Profils		Le délai de réponse du conseiller	La fréquence des contacts	La disponibilité du conseiller	L'expertise du conseiller	La qualité relationnelle avec le conseiller	Moyenne
Genre	Femme	86,08	78,80	84,15	82,66	89,29	84,20
	Homme	83,27	77,32	81,78	81,41	86,25	82,01
Age	Moins de 26 ans	77,61	79,10	83,58	77,61	82,09	80,00
	Entre 26 et 37 ans	86,05	78,14	83,72	83,26	87,91	83,82
	Entre 38 et 49 ans	85,87	77,74	83,39	83,39	90,46	84,17
	50 ans ou plus	85,38	78,95	82,46	80,70	87,13	82,92
Niveau d'études	Aucun	84,88	81,40	86,05	86,05	88,37	85,35
	BAC	86,74	81,22	86,74	85,64	89,50	85,97
	BAC +2 et Licence	83,02	75,09	80	78,49	85,28	80,38
	Master et plus	86,27	78,43	83,33	82,35	90,69	84,21
Statut professionnel avant la création	Etudiant	75,61	70,73	70,73	70,73	75,61	72,68
	Salarié	84,84	78,73	83,13	82,64	88,02	83,47
	Entrepreneur	78,38	78,38	81,08	83,78	86,49	81,62
	Fonctionnaire	82,69	63,46	80,77	76,92	86,54	78,08
	Sans activité	89,34	82,74	87,31	84,77	91,88	87,21
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	80,15	77,21	80,15	83,09	91,18	82,36
	Salariés	86,17	78,50	84	82	87,50	83,63
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	85,58	78,26	83,07	82,84	88,33	83,62
	Expériences en création/reprise d'entreprise	84,28	78,26	83,61	81,27	87,96	83,08
Date de création	0 - 6 mois	90	89	90	89	95	90,60
	7mois – 1 an	85,90	76,50	82,48	82,91	90,17	83,59
	1 an – 3 ans	84,21	77,01	83,38	80,89	85,87	82,27
	Plus de 3 ans	75,61	73,17	70,73	73,71	80,49	74,74
	BGE	87,98	81,98	85,47	83,53	90,70	85,93
Structure d'accompagnement	CCI	85,96	82,46	85,96	84,21	87,22	85,16
	CMA	77,70	66,22	76,35	79,73	83,11	76,62
	Plateforme Initiative	66,67	66,67	88,89	66,67	66,67	71,11
	France Initiative	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	89,47	83,92	88,01	85,67	91,52	87,72
	Phase 2 : Test d'activité	91,53	89,83	88,98	84,75	92,37	89,49
	Phase 3 : Structuration financière	91,23	91,23	89,47	78,95	91,23	88,42
	Aucun	80,11	71,27	77,62	78,73	85,08	78,56
Code postal	02 Aisne	84,62	75	84,62	82,69	86,54	82,69
	59 Nord	85,32	78,67	82,55	83,10	88,37	83,60
	60 Oise	80,77	72,12	76,92	77,88	85,58	78,65
	62 Pas-de-Calais	86,50	82,82	87,73	84,66	90,18	86,38
	80 Somme	87,50	76,79	85,71	76,79	87,50	82,86

Dimension 7 : Satisfaction de l'accompagné

Profils		La connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés	L'apport en termes de valeurs entrepreneuriales	L'apport en termes de compétences transversales	L'apport en termes de compétences managériales	Les échanges de bonnes pratiques grâce à des événements ou ateliers	Moyenne
Genre	Femme	65,10	62,31	64,45	61,67	59,10	62,53
	Homme	62,83	62,83	63,20	60,22	62,45	62,31
Age	Moins de 26 ans	70,15	62,69	70,15	64,18	62,69	65,97
	Entre 26 et 37 ans	68,84	64,19	62,33	62,33	57,21	62,98
	Entre 38 et 49 ans	63,96	63,96	64,31	60,42	61,84	62,90
	50 ans ou plus	56,73	57,89	63,16	56,65	60,82	59,05
Niveau d'études	Aucun	73,26	74,42	74,42	72,09	72,09	73,26
	BAC	70,72	67,40	71,21	66,85	65,75	68,39
	BAC +2 et Licence	58,11	57,36	60,75	56,60	59,62	58,49
	Master et plus	62,75	59,80	57,35	57,35	51,47	57,74
Statut professionnel avant la création	Etudiant	63,41	56,10	63,41	58,54	56,10	59,51
	Salarié	65,28	64,30	66,26	61,61	58,68	63,23
	Entrepreneur	70,27	67,57	62,16	67,57	62,16	65,95
	Fonctionnaire	51,59	48,08	46,15	46,15	55,77	49,55
	Sans activité	64,47	62,94	64,47	63,45	65,48	64,16
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	64,71	66,91	65,44	64,71	63,24	65,00
	Salariés	64,17	61,50	63,67	60,33	59,67	61,87
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	62,93	61,33	63,62	60,64	59,73	61,65
	Expériences en création/reprise d'entreprise	66,22	64,21	64,55	61,87	61,20	63,61
Date de création	0 - 6 mois	69	74	75	70	68	71,20
	7mois - 1 an	64,53	63,68	66,67	64,53	59,83	63,85
	1 an - 3 ans	63,43	60,11	60,11	58,17	60,66	60,50
	Plus de 3 ans	58,54	48,78	56,10	46,34	41,46	50,24
Structure d'accompagnement	BGE	66,86	66,67	67,64	64,92	63,95	66,01
	CCI	63,16	59,65	59,65	54,39	52,63	57,90
	CMA	56,08	49,32	54,73	51,35	51,35	52,57
	Plateforme Initiative	77,78	77,78	77,78	77,78	66,67	75,56
	France Initiative	33,33	33,33	0	16,67	33,33	23,33
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	71,05	67,25	69,01	64,62	66,37	67,66
	Phase 2 : Test d'activité	79,66	74,58	77,12	74,58	76,27	76,44
	Phase 3 : Structuration financière	75,44	75,44	73,68	75,44	71,93	74,39
	Aucun	57,46	56,63	58,84	56,08	52,76	56,35
Code postal	02 Aisne	65,38	65,38	65,38	65,38	71,15	66,53
	59 Nord	66,48	65,65	66,48	62,60	58,73	63,99
	60 Oise	49,04	49,04	50,96	47,10	50,96	49,42
	62 Pas-de-Calais	69,94	67,48	69,33	66,87	68,10	68,34
	80 Somme	60,71	50	55,36	57,14	55,36	55,71

Dimension 8 : Echelle succès de carrière

Profil		Le succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur	Les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux	Les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs de revenu financier	Les progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales	Moyenne
Genre	Femme	64,45	72,38	46,90	65,52	62,31
	Homme	69,89	79,18	55,76	68,77	68,40
Age	Moins de 26 ans	77,61	85,07	73,13	82,09	79,48
	Entre 26 et 37 ans	72,09	80,47	53,95	73,02	69,88
	Entre 38 et 49 ans	62,90	72,08	45,58	62,19	60,69
	50 ans ou plus	60,82	68,42	43,86	60,23	58,33
Niveau d'études	Aucun	76,74	81,40	61,63	75,58	73,84
	BAC	67,96	75,14	51,38	62,98	64,37
	BAC +2 et Licence	61,51	71,70	45,28	66,04	61,13
	Master et plus	67,16	75,98	50,49	67,16	65,20
Statut professionnel avant la création	Etudiant	70,73	78,05	65,85	75,61	72,56
	Salarié	70,42	79,22	53,55	69,44	68,16
	Entrepreneur	72,97	83,78	54,05	70,27	70,27
	Fonctionnaire	57,69	59,62	44,23	50	52,89
	Sans activité	58,38	67,51	40,61	62,94	57,36
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	69,12	73,53	50,74	66,18	64,89
	Salariés	65,83	75,17	50	66,83	64,46
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	64,07	74,14	49,43	67,96	63,90
	Expériences en création/reprise d'entreprise	69,90	75,92	51,17	64,88	65,47
Date de création	0 - 6 mois	61	73	47	66	61,75
	7mois - 1 an	66,67	77,78	50,43	64,53	64,85
	1 an - 3 ans	66,76	72,58	50,97	68,14	64,61
	Plus de 3 ans	75,61	82,93	48,78	68,29	68,90
Structure d'accompagnement	BGE	65,50	74,22	47,48	68,41	63,90
	CCI	70,18	73,68	56,14	66,67	66,67
	CMA	68,92	77,70	54,05	58,78	64,86
	Plateforme Initiative	66,67	88,89	88,89	88,89	83,34
	France Initiative	50	50	66,67	83,33	62,50
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	65,50	74,56	49,12	71,35	65,13
	Phase 2 : Test d'activité	74,58	79,66	58,47	77,97	72,67
	Phase 3 : Structuration financière	64,91	73,68	50,88	77,19	66,67
	Aucun	66,02	74,31	48,90	60,50	62,43
Code postal	02 Aisne	56,62	69,23	55,77	71,15	63,19
	59 Nord	65,93	75,62	50,42	68,70	65,17
	60 Oise	48,08	58,65	31,73	48,08	46,64
	62 Pas-de-Calais	74,23	80,98	55,83	71,17	70,55
	80 Somme	87,50	87,50	60,71	71,43	76,79

Dimension 8 : Echelle succès de carrière

Profils		Le succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur	Les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs entrepreneuriaux	Les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs de revenu financier	Les progrès accomplis vers la réalisation des objectifs de développement de nouvelles compétences entrepreneuriales	Moyenne
Genre	Femme	64,45	72,38	46,90	65,52	62,31
	Homme	69,89	79,18	55,76	68,77	68,40
Age	Moins de 26 ans	77,61	85,07	73,13	82,09	79,48
	Entre 26 et 37 ans	72,09	80,47	53,95	73,02	69,88
	Entre 38 et 49 ans	62,90	72,08	45,58	62,19	60,69
	50 ans ou plus	60,82	68,42	43,86	60,23	58,33
Niveau d'études	Aucun	76,74	81,40	61,63	75,58	73,84
	BAC	67,96	75,14	51,38	62,98	64,37
	BAC +2 et Licence	61,51	71,70	45,28	66,04	61,13
	Master et plus	67,16	75,98	50,49	67,16	65,20
Statut professionnel avant la création	Etudiant	70,73	78,05	65,85	75,61	72,56
	Salarié	70,42	79,22	53,55	69,44	68,16
	Entrepreneur	72,97	83,78	54,05	70,27	70,27
	Fonctionnaire	57,69	59,62	44,23	50	52,89
	Sans activité	58,38	67,51	40,61	62,94	57,36
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	69,12	73,53	50,74	66,18	64,89
	Salariés	65,83	75,17	50	66,83	64,46
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	64,07	74,14	49,43	67,96	63,90
	Expériences en création/reprise d'entreprise	69,90	75,92	51,17	64,88	65,47
Date de création	0 - 6 mois	61	73	47	66	61,75
	7mois - 1 an	66,67	77,78	50,43	64,53	64,85
	1 an - 3 ans	66,76	72,58	50,97	68,14	64,61
	Plus de 3 ans	75,61	82,93	48,78	68,29	68,90
Structure d'accompagnement	BGE	65,50	74,22	47,48	68,41	63,90
	CCI	70,18	73,68	56,14	66,67	66,67
	CMA	68,92	77,70	54,05	58,78	64,86
	Plateforme Initiative	66,67	88,89	88,89	88,89	83,34
	France Initiative	50	50	66,67	83,33	62,50
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	65,50	74,56	49,12	71,35	65,13
	Phase 2 : Test d'activité	74,58	79,66	58,47	77,97	72,67
	Phase 3 : Structuration financière	64,91	73,68	50,88	77,19	66,67
	Aucun	66,02	74,31	48,90	60,50	62,43
Code postal	02 Aisne	56,62	69,23	55,77	71,15	63,19
	59 Nord	65,93	75,62	50,42	68,70	65,17
	60 Oise	48,08	58,65	31,73	48,08	46,64
	62 Pas-de-Calais	74,23	80,98	55,83	71,17	70,55
	80 Somme	87,50	87,50	60,71	71,43	76,79

Dimension 9 : Implication dans le projet

Profils		Le niveau d'implication dans le projet entrepreneurial	Le niveau de souci de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	Moyenne
Genre	Femme	94,22	20,99	57,61
	Homme	92,57	40,52	66,55
Age	Moins de 26 ans	91,04	37,31	64,18
	Entre 26 et 37 ans	93,02	33,95	63,49
	Entre 38 et 49 ans	93,29	26,15	59,72
	50 ans ou plus	95,91	20,47	58,19
Niveau d'études	Aucun	97,67	27,91	62,79
	BAC	92,82	26,52	59,67
	BAC +2 et Licence	92,08	31,70	61,89
	Master et plus	94,61	25	59,81
Statut professionnel avant la création	Etudiant	87,80	36,59	62,20
	Salarié	95,11	30,07	62,59
	Entrepreneur	89,19	32,43	60,81
	Fonctionnaire	86,54	13,46x	50,00
	Sans activité	94,42	25,38	59,90
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	91,91	30,88	61,40
	Salariés	94	27,50	60,75
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	94,05	26,77	60,41
	Expériences en création/reprise d'entreprise	92,98	30,10	61,54
Date de création	0 - 6 mois	94	23	58,50
	7mois - 1 an	92,74	30,34	61,54
	1 an - 3 ans	93,63	26,32	59,98
	Plus de 3 ans	97,56	43,90	70,73
Structure d'accompagnement	BGE	95,35	25,78	60,57
	CCI	96,49	38,60	67,55
	CMA	87,84	32,43	60,14
	Plateforme Initiative	88,89	33,33	61,11
	France Initiative	66,67	16,67	41,67
Phases d'accompagnement du dispositif Chèqueier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-création)	94,74	26,32	60,53
	Phase 2 : Test d'activité	94,07	27,97	61,02
	Phase 3 : Structuration financière	91,23	40,35	65,79
	Aucun	93,09	29,83	61,46
Code postal	02 Aisne	90,38	26,92	58,65
	59 Nord	93,35	29,64	61,50
	60 Oise	92,31	34,62	63,47
	62 Pas-de-Calais	94,48	22,09	58,29
	80 Somme	98,21	25	61,61

Dimension 10 : Développement économique et social

Profils		Les perspectives de pérennité	La collaboration entre créateurs en termes d'accès et de partage de ressources	Les marchés : couple produit-marché	La progression du chiffre d'affaires ou des ventes	La progression de la part de marché	Les supports de l'accompagnement fournis	L'aide à la digitalisation des services et activités	Les conseils concernant le développement des nouveaux produits et services	Moyenne
Genre	Femme	54,82	32,55	47,11	47,54	36,62	51,61	42,61	39,40	44,03
	Homme	55,02	36,80	52,79	56,65	46,10	42,38	40,89	42,01	46,58
Age	Moins de 26 ans	56,72	40,30	55,22	58,21	53,73	58,21	55,22	47,76	53,17
	Entre 26 et 37 ans	60,93	42,33	54,88	60,47	45,58	53,95	43,72	46,05	50,99
	Entre 38 et 49 ans	53,36	31,10	45,58	45,58	35,34	48,81	39,22	38,52	42,19
	50 ans ou plus	49,12	26,32	45,61	41,52	35,67	36,84	39,18	33,33	38,45
Niveau d'études	Aucun	62,79	47,67	62,79	56,98	51,16	48,84	50	51,16	53,92
	BAC	60,77	41,99	55,25	50,83	44,20	48,62	44,20	43,09	48,62
	BAC +2 et Licence	51,32	26,79	44,53	46,04	38,87	48,30	41,13	40,38	42,17
	Master et plus	50,98	30,88	44,12	51,96	33,33	47,55	37,75	33,33	41,24
Statut professionnel avant la création	Etudiant	53,66	36,59	48,78	60,98	51,22	48,78	46,34	43,90	48,78
	Salarié	59,66	36,43	53,55	54,03	42,05	49,14	44,01	42,54	47,68
	Entrepreneur	64,86	43,24	54,05	59,46	48,65	59,46	40,54	59,46	53,72
	Fonctionnaire	42,31	19,23	26,92	42,31	32,69	36,54	32,69	28,85	32,69
	Sans activité	46,70	30,96	45,18	40,10	34,01	47,21	39,59	34,52	39,78
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	61,03	34,56	50	54,41	42,65	50	44,85	42,65	47,52
	Salariés	53,50	34	49	49,17	39,50	47,83	41,33	39,83	44,27
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	53,09	32,49	48,51	50,11	37,76	49,89	43,02	39,36	44,28
	Expériences en création/reprise d'entreprise	57,53	36,45	50,17	50,17	43,48	45,82	40,47	41,81	45,74
Date de création	0 - 6 mois	50	36	35	48	35	59	46	46	44,38
	7mois - 1 an	57,69	36,32	51,28	50,43	41,03	50,85	41,45	40,17	46,15
	1 an - 3 ans	53,19	32,69	50,42	50,97	41,55	45,71	42,38	39,34	44,53
	Plus de 3 ans	65,85	29,27	60,98	46,34	34,15	29,27	31,71	36,59	41,77
	BGE	52,91	31,98	48,45	48,45	38,95	50	40,12	40,12	43,87
Structure d'accompagnement	CCI	57,89	43,86	45,61	49,12	42,11	54,39	50,88	45,61	48,68
	CMA	60,14	35,14	52,70	55,41	43,93	38,51	45,27	37,84	46,12
	Plateforme Initiative	66,67	55,56	66,67	55,56	44,44	77,78	44,44	55,56	58,34
	France Initiative	50	66,67	33,33	66,67	16,67	33,33	33,33	50	43,75
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTE R	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	55,85	33,04	49,71	50,29	412,23	55,56	43,86	42,11	92,83
	Phase 2 : Test d'activité	59,32	42,37	59,32	53,39	43,22	69,49	55,08	56,78	54,87
	Phase 3 : Structuration financière	64,91	49,12	61,40	50,88	38,60	77,19	52,63	61,40	57,02
	Aucun	54,14	33,15	47,51	49,45	39,23	39,78	38,12	35,91	42,16
Code postal	02 Aisne	42,31	40,38	48,08	46,15	36,54	44,23	44,23	50	43,99
	59 Nord	56,23	34,07	49,31	49,86	41,27	49,31	42,38	40,17	45,33
	60 Oise	50	30,77	41,35	35,58	23,08	40,38	29,81	26,92	34,74
	62 Pas-de-Calais	58,28	38,65	53,99	58,28	47,24	52,15	50,31	47,24	50,77
	80 Somme	57,14	21,43	50	58,93	46,43	48,21	35,71	37,50	44,42

Axe 4 : Peur de l'échec

Dimension 11 : Sécurité financière

Profils		L'investissement de l'argent dans l'entreprise	La perte de tous les investissements dans l'entreprise	Le manque d'argent	La position sans source de revenus suffisants pour vivre	L'échec l'entreprise et ses conséquences financières sur la famille	Moyenne
Genre	Femme	51,61	41,97	61,03	75,59	56,10	57,26
	Homme	43,49	42,75	54,28	63,20	53,53	51,45
Age	Moins de 26 ans	47,76	59,70	70,15	65,67	46,20	57,90
	Entre 26 et 37 ans	51,63	44,19	60,47	73,95	57,21	57,49
	Entre 38 et 49 ans	49,12	41,34	56,89	69,96	58,66	55,19
	50 ans ou plus	44,44	34,50	54,39	71,35	50,29	50,99
Niveau d'études	Aucun	56,98	53,49	67,44	74,42	68,60	64,19
	BAC	51,93	50,83	59,12	71,27	58,01	58,23
	BAC +2 et Licence	47,55	43,40	60,38	71,70	53,58	55,32
	Master et plus	43,63	28,43	51,96	68,63	49,02	48,33
Statut professionnel avant la création	Etudiant	48,78	51,22	65,85	63,41	55,16	56,88
	Salarié	45,48	40,34	57,46	70,17	39,02	50,49
	Entrepreneur	45,95	40,54	62,16	56,76	55,01	52,08
	Fonctionnaire	57,69	50	59,62	67,31	62,16	59,36
	Sans activité	53,30	42,64	59,62	78,17	59,90	58,73
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	50,74	33,09	55,15	66,91	50,74	51,33
	Salariés	48,17	44,33	59,33	72	56,17	56,00
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	45,77	40,73	56,75	71,62	54,46	53,87
	Expériences en création/reprise d'entreprise	52,84	44,48	61,20	70,23	56,19	56,99
Date de création	0 - 6 mois	45	47	61	68	58	55,80
	7mois - 1 an	52,99	44,44	60,68	69,23	55,56	56,58
	1 an - 3 ans	46,26	39,61	55,68	73,13	53,46	53,63
	Plus de 3 ans	53,66	41,46	65,85	70,73	60,98	58,54
Structure d'accompagnement	BGE	46,51	40,50	56,78	72,87	54,46	54,22
	CCI	61,40	42,11	66,67	71,93	54,39	59,30
	CMA	50,68	49,32	62,84	66,22	58,11	57,43
	Plateforme Initiative	55,56	33,33	44,44	66,67	66,67	53,33
	France Initiative	50	33,33	50	33,33	33,33	40,00
Phases d'accompagnement du dispositif	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	47,37	42,98	58,48	74,56	57,31	56,14
	Phase 2 : Test d'activité	48,31	39,83	59,32	69,49	54,24	54,24
Chéquier STARTER	Phase 3 : Structuration financière	52,63	54,39	63,61	82,46	68,42	64,30
	Aucun	49,17	41,16	59,12	69,06	53,04	54,31
Code postal	02 Aisne	48,08	50	61,54	63,46	53,85	55,39
	59 Nord	49,31	43,77	59,83	71,19	55,68	55,96
	60 Oise	51,92	44,23	62,50	75	52,88	57,31
	62 Pas-de-Calais	47,85	39,88	55,21	70,55	53,37	53,37
	80 Somme	41,07	28,27	50	71,43	62,50	50,65

Dimension 12 : Capacité personnelle (PA)

Profils		Ne pas être en mesure de présenter efficacement l'idée aux banques/partenaires financiers	Ne pas être en mesure de gérer efficacement l'entreprise	Ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert ce poste de dirigeant de micro-entreprise	Ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de mon entreprise	Ne pas Avoir la capacité personnelle à réussir	Moyenne
Genre	Femme	24,20	35,76	31,91	34,48	35,97	32,46
	Homme	29,74	25,28	20,82	20,45	16,36	22,53
Age	Moins de 26 ans	29,85	38,81	31,34	22,39	34,33	31,34
	Entre 26 et 37 ans	29,30	37,21	29,77	31,16	33,95	32,28
	Entre 38 et 49 ans	26,15	31,45	31,10	32,86	27,92	29,90
	50 ans ou plus	21,05	23,39	18,71	23,98	21,64	21,75
Niveau d'études	Aucun	47,67	39,53	27,91	30,23	22,09	33,49
	BAC	33,70	32,60	30,39	28,73	33,15	31,71
	BAC +2 et Licence	23,77	32,08	29,43	29,81	29,43	28,90
	Master et plus	13,73	27,94	23,53	28,92	26,96	24,22
Statut professionnel avant la création	Etudiant	26,83	31,71	31,71	19,51	36,59	29,27
	Salarié	23,47	31,05	25,18	27,87	25,18	26,55
	Entrepreneur	27,03	21,62	40,38	21,62	27,03	27,54
	Fonctionnaire	28,85	44,23	29,95	42,31	40,38	37,14
	Sans activité	30,96	32,49	29,95	32,49	31,98	31,57
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	21,32	22,06	20,59	25	25	22,79
	Salariés	27,33	34,17	29,50	30,33	29,67	30,20
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	23,24	30,21	28,60	29,06	27,92	27,81
	Expériences en création/reprise d'entreprise	30,43	34,45	26,76	29,77	30,10	30,30
Date de création	0 - 6 mois	32	35	33	28	33	32,20
	7mois – 1 an	29,49	34,62	29,06	29,49	30,77	30,69
	1 an – 3 ans	22,16	29,09	26,32	29,92	27,98	27,09
	Plus de 3 ans	29,27	34,15	21,95	26,83	14,63	25,37
Structure d'accompagnement	BGE	23,45	30,23	27,91	28,49	28,68	27,75
	CCI	29,82	35,09	24,56	35,09	24,56	29,82
	CMA	33,78	37,84	29,73	29,73	30,41	32,30
	Plateforme Initiative	22,22	22,22	22,22	33,33	22,22	24,44
	France Initiative	50	16,67	16,67	33,33	50	33,33
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	22,81	32,16	27,78	29,82	28,95	28,30
	Phase 2 : Test d'activité	33,90	33,05	28,81	25,42	25,42	29,32
	Phase 3 : Structuration financière	38,60	43,86	38,60	31,58	31,58	36,84
	Aucun	27,35	30,66	26,80	27,90	27,90	28,12
Code postal	02 Aisne	42,31	32,69	28,85	30,77	32,69	33,46
	59 Nord	25,21	31,58	29,92	31,02	29,36	29,42
	60 Oise	27,88	36,54	27,88	35,58	38,46	33,27
	62 Pas-de-Calais	25,15	31,90	25,77	25,15	25,15	26,62
	80 Somme	17,86	25	19,64	17,86	14,29	18,93

Dimension 13 : Menace pour l'estime sociale (EST)

Profil		Perdre la confiance des personnes importantes	Pouvoir collaborer avec toutes les parties prenantes	Répondre aux attentes des proches	Avoir l'image de quelqu'un qui n'a aucune idée de ce qu'il fait	Perdre ma crédibilité auprès de clients réels ou potentiels	Gérer les conséquences d'impayés sur la réputation de l'entreprise	Moyenne
Genre	Femme	23,55	23,77	26,34	19,49	34,69	19,06	24,483
	Homme	24,91	25,65	26,39	14,50	26,02	24,54	23,668
Age	Moins de 26 ans	35,82	26,87	31,34	22,39	40,30	25,37	30,348
	Entre 26 et 37 ans	24,19	29,30	29,77	22,33	38,41	21,40	27,567
	Entre 38 et 49 ans	25,44	23,32	25,44	16,61	31,80	21,91	24,087
	50 ans ou plus	16,96	19,30	21,64	11,70	19,30	17,54	17,740
Niveau d'études	Aucun	25,58	31,40	31,40	23,26	34,88	34,88	30,233
	BAC	33,15	25,41	32,60	24,86	35,36	23,20	29,097
	BAC +2 et Licence	23,40	24,53	25,66	16,98	32,08	22,26	24,152
	Master et plus	16,198	20,59	19,61	9,80	25,98	11,76	17,323
Statut professionnel avant la création	Etudiant	36,59	31,71	31,71	21,95	39,02	24,39	30,895
	Salarié	21,27	22,49	22,49	13,45	28,85	19,56	21,352
	Entrepreneur	24,32	32,43	21,62	13,51	27,03	24,32	23,872
	Fonctionnaire	28,85	21,15	32,69	30,77	34,62	23,08	28,527
	Sans activité	25,89	26,40	32,49	22,84	35,53	22,34	27,582
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	25	22,79	19,12	16,18	30,15	17,65	21,815
	Salariés	23,83	24,83	28	18	31,83	21,83	24,720
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	21,97	23,11	25,17	16,48	32,49	17,62	22,807
	Expériences en création/reprise d'entreprise	27,09	26,42	28,09	19,40	30,10	26,09	26,198
Date de création	0 - 6 mois	31	30	27	15	44	30	29,500
	7 mois - 1 an	25,21	26,92	26,07	22,22	32,48	21,37	25,712
	1 an - 3 ans	21,61	22,44	26,04	16,07	27,98	17,45	21,932
	Plus de 3 ans	21,95	14,63	29,27	12,20	26,83	29,27	22,358
Structure d'accompagnement	BGE	23,06	24,81	26,94	17,05	32,36	20,54	24,127
	CCI	26,32	21,05	22,81	10,53	26,32	26,32	22,225
	CMA	27,03	25,68	25,68	21,62	31,08	22,30	25,565
	Plateforme Initiative	11,11	0	22,22	11,11	11,11	0	9,258
	France Initiative	33,33	33,33	33,33	50	50	16,67	36,110
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTIER	Phase 1 : Accompagnement (ante-création)	23,68	22,81	26,61	17,84	33,92	21,35	24,368
	Phase 2 : Test d'activité	21,19	26,27	29,66	15,25	39,83	18,64	25,140
	Phase 3 : Structuration financière	22,81	28,07	29,82	19,30	47,37	28,07	29,240
	Aucun	24,03	25,41	24,59	17,40	27,90	21,27	23,433
Code postal	02 Aisne	32,69	34,62	36,54	26,92	42,31	32,69	34,295
	59 Nord	23,55	27,42	28,81	16,90	31,30	22,44	25,070
	60 Oise	31,73	18,27	28,85	25	36,42	15,38	25,942
	62 Pas-de-Calais	19,63	19,63	18,40	14,72	27,61	17,79	19,630
	80 Somme	17,86	21,43	19,64	8,93	28,57	21,43	19,643

Dimension 14 : Potentiel de l'idée (PI)

Profils		L'idée principale qui guide l'entreprise ne réussisse pas	Les clients n'aient pas besoin des produits / services proposés	Le niveau des difficultés à mettre en œuvre l'idée	Moyenne
Genre	Femme	45,40	46,90	30,19	40,83
	Homme	29,37	32,34	23,42	28,38
Age	Moins de 26 ans	40,30	40,30	34,33	38,31
	Entre 26 et 37 ans	39,07	41,40	28,37	36,28
	Entre 38 et 49 ans	42,40	46,64	26,15	38,40
	50 ans ou plus	35,09	33,92	26,90	31,97
Niveau d'études	Aucun	39,53	43,02	31,40	37,98
	BAC	40,33	44,20	24,31	36,28
	BAC +2 et Licence	40,75	41,13	29,43	37,10
	Master et plus	37,25	39,22	26,96	34,48
Statut professionnel avant la création	Etudiant	34,15	41,46	31,71	35,77
	Salarié	35,45	36,19	24,21	31,95
	Entrepreneur	32,43	40,54	16,22	29,73
	Fonctionnaire	50	55,77	44,23	50,00
	Sans activité	47,72	49,24	31,98	42,98
Statut professionnel des parents	Entrepreneurs	37,50	39,71	23,53	33,58
	Salariés	40	42	28,67	36,89
Connaissances en entrepreneuriat	Cours en entrepreneuriat	39,13	41,88	27	36,00
	Expériences en création/reprise d'entreprise	40,13	41,14	28,76	36,68
Structure d'accompagnement	BGE	40,12	41,47	26,55	36,05
	CCI	45,61	42,11	31,58	39,77
	CMA	37,16	41,89	31,08	36,71
	Plateforme Initiative	11,11	11,11	11,11	11,11
	France initiative	33,33	83,33	33,33	50,00
Phases d'accompagnement du dispositif Chéquier STARTER	Phase 1 : Accompagnement (ante-crédation)	40,94	42,11	29,24	37,43
	Phase 2 : Test d'activité	37,29	44,92	23,73	35,31
	Phase 3 : Structuration financière	35,09	47,37	31,58	38,01
	Aucun	37,57	39,78	26,80	34,72
Code postal	02 Aisne	42,31	36,54	30,77	36,54
	59 Nord	40,44	42,11	26,87	36,47
	60 Oise	44,23	46,15	36,57	42,32
	62 Pas-de-Calais	34,97	36,81	23,31	31,70
	80 Somme	35,71	48,21	26,79	36,90

Annexe 4 : Résultats des tests Anova et Khi-carré pour la vérification des hypothèses

H1 – La mobilisation des réseaux, des aides et des sources de financement impacte l'intention du micro-entrepreneur de développer son affaire

H1a- La mobilisation du réseau des proches et d'affaires impacte positivement l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société (Crittenden, Crittenden, Aijan, 2019)

- Famille

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Correction pour continuité ^b	,065	1	,799		
Rapport de vraisemblance	,116	1	,733		
Test exact de Fisher				,797	,401
Association linéaire par linéaire	,116	1	,734		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 73,98.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,116, ddl = 1, p = 0,734)

- Amis et autres proches

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,486 ^a	1	,486		
Correction pour continuité ^b	,383	1	,536		
Rapport de vraisemblance	,487	1	,485		
Test exact de Fisher				,534	,268
Association linéaire par linéaire	,485	1	,486		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 109,48.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,486, ddl = 1, p = 0,486)

- Relations professionnelles : collègues

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	3,389 ^a	1	,066		
Correction pour continuité ^b	3,096	1	,078		
Rapport de vraisemblance	3,364	1	,067		

Test exact de Fisher				,074	,040
Association linéaire par linéaire	3,384	1	,066		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 89,67.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 3,389, ddl = 1, p = 0,066)

- Clients

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,214 ^a	1	,644		
Correction pour continuité ^b	,120	1	,729		
Rapport de vraisemblance	,213	1	,645		
Test exact de Fisher				,645	,362
Association linéaire par linéaire	,214	1	,644		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 34,00.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,214, ddl = 1, p = 0,644)

- Fournisseurs

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	15,124 ^a	1	<,001		
Correction pour continuité ^b	14,500	1	<,001		
Rapport de vraisemblance	14,940	1	<,001		
Test exact de Fisher				<,001	<,001
Association linéaire par linéaire	15,104	1	<,001		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 90,05.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test significatif (Khi deux = 15,124, ddl = 1, p = < 0,001)

H1b- L'accès aux financements influence l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société (Matouk et Nacéra, 2019)

- Fonds de relance des pouvoirs publics

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	2,817 ^a	1	,093		
Correction pour continuité ^b	2,551	1	,110		
Rapport de vraisemblance	2,798	1	,094		

Test exact de Fisher				,104	,055
Association linéaire par linéaire	2,813	1	,093		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 89,67.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 2,817, ddl = 1, p = 0,093)

H1c- La sollicitation de l'aide auprès des pouvoirs publics pour la digitalisation et/ou pour les investissements dans le matériel ou l'agencement favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

- Aide à la digitalisation

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	2,255 ^a	1	,133		
Correction pour continuité ^b	2,023	1	,155		
Rapport de vraisemblance	2,245	1	,134		
Test exact de Fisher				,154	,078
Association linéaire par linéaire	2,252	1	,133		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 100,51.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 2,255, ddl = 1, p = 0,133)

- Investissement dans le matériel

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,493 ^a	1	,483		
Correction pour continuité ^b	,389	1	,533		
Rapport de vraisemblance	,494	1	,482		
Test exact de Fisher				,532	,267
Association linéaire par linéaire	,492	1	,483		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 106,49.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,493, ddl = 1, p = 0,483)

H1d- Les relations d'affaires constituées de professionnels favorisent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

- Clients

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)

Khi-deux de Pearson	,214 ^a	1	,644		
Correction pour continuité ^b	,120	1	,729		
Rapport de vraisemblance	,213	1	,645		
Test exact de Fisher				,645	,362
Association linéaire par linéaire	,214	1	,644		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 34,00.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,214, ddl = 1, p = 0,644)

- Fournisseurs

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	15,124 ^a	1	<,001		
Correction pour continuité ^b	14,500	1	<,001		
Rapport de vraisemblance	14,940	1	<,001		
Test exact de Fisher				<,001	<,001
Association linéaire par linéaire	15,104	1	<,001		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 90,05.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test significatif (Khi deux = 15,124, ddl = 1, p = < 0,001)

H1e- Les relations d'affaires constituées de professionnels favorisent l'intention d'embaucher du personnel

- Clients

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,528 ^a	1	,467		
Correction pour continuité ^b	,362	1	,547		
Rapport de vraisemblance	,518	1	,472		
Test exact de Fisher				,455	,271
Association linéaire par linéaire	,528	1	,468		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 25,10.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,528, ddl = 1, p = 0,467)

- Fournisseurs

Tests du khi-carré					
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	28,787 ^a	1	<,001		
Correction pour continuité ^b	27,852	1	<,001		

Rapport de vraisemblance	27,875	1	<,001		
Test exact de Fisher				<,001	<,001
Association linéaire par linéaire	28,748	1	<,001		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 66,47.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test significatif (Khi deux = 28,787, ddl = 1, p = <0,001)

H1f- Le niveau de perception de l'aide à la digitalisation des services et activités favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	2,255 ^a	1	,133		
Correction pour continuité ^b	2,023	1	,155		
Rapport de vraisemblance	2,245	1	,134		
Test exact de Fisher				,154	,078
Association linéaire par linéaire	2,252	1	,133		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 100,51.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 2,255, ddl = 1, p = 0,133)

H1g- Le niveau de perception de l'aide à la digitalisation des services et activités favorise l'intention d'embaucher du personnel

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,425 ^a	1	,515		
Correction pour continuité ^b	,321	1	,571		
Rapport de vraisemblance	,423	1	,515		
Test exact de Fisher				,549	,285
Association linéaire par linéaire	,424	1	,515		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 74,19.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Test non significatif (Khi deux = 0,425, ddl = 1, p = 0,515)

H2 – Les caractéristiques et les motivations personnelles du micro-entrepreneur influencent son intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H2a- Les caractéristiques personnelles du micro-entrepreneur impactent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société (Paraire, 2015 ; Gourdon, 2019 ; Van Philippe et al, 2019)

- Genre

Tests du khi-carré					
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	31,532 ^a	1	<,001		
Correction pour continuité ^b	30,650	1	<,001		
Rapport de vraisemblance	31,243	1	<,001		
Test exact de Fisher				<,001	<,001
Association linéaire par linéaire	31,489	1	<,001		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 100,51.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Khi deux = 31,532, ddl = 1, p = < 0,001 (seuil de 5%)

Descriptives								
Dans les prochaines années: [Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?]								
	N	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
Femme	467	1,70	,458	,021	1,66	1,74	1	2
Homme	269	1,49	,501	,031	1,43	1,55	1	2
Total	736	1,63	,484	,018	1,59	1,66	1	2

- Age

Tests du khi-carré			
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	18,142 ^a	3	<,001
Rapport de vraisemblance	18,209	3	<,001
Association linéaire par linéaire	17,806	1	<,001
N d'observations valides	736		

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 25,03.

Khi deux = 18,142, ddl = 3, p = < 0,001 (seuil de 5%)

Descriptives								
Dans les prochaines années: [Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?]								
	N	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
Moins de 26 ans	67	1,46	,502	,061	1,34	1,59	1	2
Entre 26 et 37 ans	215	1,58	,495	,034	1,51	1,64	1	2
Entre 38 et 49 ans	283	1,64	,481	,029	1,58	1,70	1	2
50 ans ou plus	171	1,73	,445	,034	1,66	1,80	1	2
Total	736	1,63	,484	,018	1,59	1,66	1	2

- Niveau d'études

Tests du khi-carré			
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	6,493 ^a	3	,090

Rapport de vraisemblance	6,610	3	,085
Association linéaire par linéaire	1,697	1	,193
N d'observations valides	736		

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 32,13.

Khi deux = 6,493, ddl = 3, p = < 0,090 (seuil de 10%)

Descriptives								
Dans les prochaines années : [Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?]								
	N	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
Aucun	86	1,63	,486	,052	1,52	1,73	1	2
BAC	181	1,70	,459	,034	1,63	1,77	1	2
BAC +2 et Licence	265	1,58	,494	,030	1,53	1,64	1	2
Master et plus	204	1,61	,488	,034	1,55	1,68	1	2
Total	736	1,63	,484	,018	1,59	1,66	1	2

- Statut professionnel

Tests du khi-carré			
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	4,442 ^a	4	,349
Rapport de vraisemblance	4,417	4	,353
Association linéaire par linéaire	1,919	1	,166
N d'observations valides	736		

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 13,82.

- Statut professionnel des parents

Tests du khi-carré					
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	,026 ^a	1	,873		
Correction pour continuité ^b	,004	1	,951		
Rapport de vraisemblance	,026	1	,873		
Test exact de Fisher				,922	,477
Association linéaire par linéaire	,026	1	,873		
N d'observations valides	736				

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 50,82.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

- Connaissance en entrepreneuriat

Tests du khi-carré					
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	1,651 ^a	1	,199		
Correction pour continuité ^b	1,457	1	,227		
Rapport de vraisemblance	1,646	1	,199		
Test exact de Fisher				,215	,114

Association linéaire par linéaire	1,648	1	,199	
N d'observations valides	736			

- a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 111,72.
b. Calculée uniquement pour une table 2x2

- Date de création

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	5,633 ^a	3	,131
Rapport de vraisemblance	5,526	3	,137
Association linéaire par linéaire	,031	1	,860
N d'observations valides	736		

- a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 15,32.

- Structure d'accompagnement

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	17,111 ^a	4	,002
Rapport de vraisemblance	16,860	4	,002
Association linéaire par linéaire	9,693	1	,002
N d'observations valides	736		

- a. 3 cellules (30,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 2,24.

Khi deux = 17,111, ddl = 4, p = < 0,002 (seuil de 5%)

Dans les prochaines années : [Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?]									
	N	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		Minimum	Maximum	
					Borne inférieure	Borne supérieure			
BGE	516	1,66	,475	,021	1,62	1,70	1	2	
CCI	57	1,53	,504	,067	1,39	1,66	1	2	
CMA	148	1,59	,493	,040	1,51	1,67	1	2	
Plateforme Initiative	9	1,22	,441	,147	,88	1,56	1	2	
France Initiative	6	1,17	,408	,167	,74	1,60	1	2	
Total	736	1,63	,484	,018	1,59	1,66	1	2	

- Aucune phase d'accompagnement

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	3,771 ^a	1	,052		
Correction pour continuité ^b	3,481	1	,062		
Rapport de vraisemblance	3,774	1	,052		
Test exact de Fisher				,057	,031
Association linéaire par linéaire	3,766	1	,052		
N d'observations valides	736				

- a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 135,26.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Khi deux = 3,771, ddl = 1, p = < 0,052 (seuil de 10%)

Descriptives								
Dans les prochaines années: [Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?]								
	N	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
Oui	362	1,59	,492	,026	1,54	1,64	1	2
Non	374	1,66	,474	,025	1,61	1,71	1	2
Total	736	1,63	,484	,018	1,59	1,66	1	2

- Département

Tests du khi-carré			
	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	8,179 ^a	4	,085
Rapport de vraisemblance	8,386	4	,078
Association linéaire par linéaire	2,712	1	,100
N d'observations valides	736		

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 19,43.

Khi deux = 8,179, ddl = 4, p = < 0,085 (seuil de 10%)

Descriptives								
Dans les prochaines années: [Avez-vous l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société ?]								
	N	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
Aisne (02)	52	1,62	,491	,068	1,48	1,75	1	2
Nord (59)	361	1,60	,490	,026	1,55	1,65	1	2
Oise (60)	104	1,57	,498	,049	1,47	1,66	1	2
Pas de calais (62)	163	1,72	,451	,035	1,65	1,79	1	2
Somme (80)	56	1,63	,489	,065	1,49	1,76	1	2
Total	736	1,63	,484	,018	1,59	1,66	1	2

H2b- Les motivations intrinsèques (liberté/indépendance, autonomie, créer une activité nouvelle/innovante, équilibre vie professionnelle et ma vie personnelle) du micro-entrepreneur favorisent l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA						
		Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Exercer une activité offrant davantage de liberté/indépendance par rapport au salariat	Entre groupes	5,995	1	5,995	2,736	,099
	Intra-groupes	1608,418	734	2,191		
	Total	1614,413	735			
Etre autonome : Organiser mon temps de travail comme je le souhaite	Entre groupes	,047	1	,047	,026	,872
	Intra-groupes	1330,723	734	1,813		
	Total	1330,770	735			
Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle	Entre groupes	8,112	1	8,112	3,276	,071
	Intra-groupes	1817,366	734	2,476		
	Total	1825,478	735			

Créer une activité nouvelle/innovante	Entre groupes	31,861	1	31,861	9,510	,002
	Intra-groupes	2459,247	734	3,350		
	Total	2491,109	735			

H2c- Les motivations intrinsèques (liberté/indépendance, autonomie, créer une activité nouvelle/innovante, équilibre vie professionnelle et ma vie personnelle) du micro-entrepreneur favorisent l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA						
		Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
[Exercer une activité offrant davantage de liberté/indépendance par rapport au salariat]	Entre groupes	,427	1	,427	,194	,660
	Intra-groupes	1613,987	734	2,199		
	Total	1614,413	735			
[Être autonome : Organiser mon temps de travail comme je le souhaite]	Entre groupes	1,048	1	1,048	,579	,447
	Intra-groupes	1329,722	734	1,812		
	Total	1330,770	735			
[Équilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle]	Entre groupes	4,174	1	4,174	1,682	,195
	Intra-groupes	1821,304	734	2,481		
	Total	1825,478	735			
[Créer une activité nouvelle/innovante]	Entre groupes	39,239	1	39,239	11,747	<,001
	Intra-groupes	2451,869	734	3,340		
	Total	2491,109	735			

H2d- Les motivations extrinsèques (sortir du chômage, compléter un temps partiel de salariat, améliorer ma rémunération, incitation de l'entourage/famille) du micro-entrepreneur impactent défavorablement l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA						
		Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
[Sortir du chômage]	Entre groupes	,074	1	,074	,015	,904
	Intra-groupes	3723,142	734	5,072		
	Total	3723,216	735			
[Compléter un temps partiel de salariat]	Entre groupes	1,790	1	1,790	,391	,532
	Intra-groupes	3359,579	734	4,577		
	Total	3361,370	735			
[Améliorer ma rémunération]	Entre groupes	15,860	1	15,860	4,796	,029
	Intra-groupes	2427,160	734	3,307		
	Total	2443,020	735			
[Aller dans le sens de l'incitation de la famille ou de l'entourage]	Entre groupes	6,145	1	6,145	1,524	,217
	Intra-groupes	2959,936	734	4,033		
	Total	2966,082	735			

H2e- La conciliation vie professionnelle et vie familiale favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société (Duchene et Rusin, 2002 ; Cornet et Constantinidis, 2004)

ANOVA
[Équilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle]

	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	8,112	1	8,112	3,276	,071
Intra-groupes	1817,366	734	2,476		
Total	1825,478	735			

H2f- La conciliation vie professionnelle et vie familiale favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
[Equilibrer ma vie professionnelle et ma vie personnelle]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	4,174	1	4,174	1,682	,195
Intra-groupes	1821,304	734	2,481		
Total	1825,478	735			

H3 – La satisfaction du micro-entrepreneur accompagné à travers les prestations fournies par l'accompagnant influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H3a- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné au niveau de l'accompagnement favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Quel est votre niveau de satisfaction de l'accompagnement dont vous avez bénéficié pour créer/reprendre votre entreprise ?					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	9,083	1	9,083	3,715	,054
Intra-groupes	1794,743	734	2,445		
Total	1803,826	735			

H3b- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné au niveau de l'accompagnement favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Quel est votre niveau de satisfaction de l'accompagnement dont vous avez bénéficié pour créer/reprendre votre entreprise ?					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	11,139	1	11,139	4,561	,033
Intra-groupes	1792,687	734	2,442		
Total	1803,826	735			

H3c- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné en termes de connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	3,101	1	3,101	1,467	,226
Intra-groupes	1551,735	734	2,114		

Total	1554,836	735		
-------	----------	-----	--	--

H3d- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné en termes de connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De la connaissance du réseau de partenaires disposant de ressources ou compétences clés]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	4,971	1	4,971	2,354	,125
Intra-groupes	1549,864	734	2,112		
Total	1554,836	735			

H3e- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...) **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...)]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	1,174	1	1,174	,601	,439
Intra-groupes	1434,168	734	1,954		
Total	1435,342	735			

H3f- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...) **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De l'apport en termes de valeurs entrepreneuriales (leadership, prise de risque, sens des responsabilités, solidarité, esprit d'équipe...)]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	3,620	1	3,620	1,856	,174
Intra-groupes	1431,723	734	1,951		
Total	1435,342	735			

H3g- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation) **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation)]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	4,291	1	4,291	1,995	,158
Intra-groupes	1578,834	734	2,151		

Total	1583,125	735		
-------	----------	-----	--	--

H3h- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation) **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De l'apport en termes de compétences transversales (créativité, flexibilité, capacité de communication, réseautage, résolution de problème, esprit critique, capacité d'adaptation)]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	10,714	1	10,714	5,001	,026
Intra-groupes	1572,411	734	2,142		
Total	1583,125	735			

H3i- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe) **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe)]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	,838	1	,838	,393	,531
Intra-groupes	1563,076	734	2,130		
Total	1563,913	735			

H3j- Le niveau de satisfaction du micro-entrepreneur accompagné concernant l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe) **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Satisfaction de l'accompagné : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [De l'apport en termes de compétences managériales (prise de décision, finances, marketing, mobilisation de compétences, délégation, organisation et travail d'équipe)]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	3,851	1	3,851	1,812	,179
Intra-groupes	1560,062	734	2,125		
Total	1563,913	735			

H4- Le niveau de perception de succès de carrière et de performance socioéconomique influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H4a- Le niveau de perception de succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
-------	--	--	--	--	--

Echelle succès de carrière : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [Du succès que j'ai obtenu dans ma carrière de micro-entrepreneur.]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	8,658	1	8,658	4,126	,043
Intra-groupes	1540,293	734	2,098		
Total	1548,951	735			

H4b- Le niveau de perception de succès obtenu dans la carrière de micro-entrepreneur favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Echelle succès de carrière : Quel est votre niveau de satisfaction par rapport aux points qui suivent : [Du succès que j'ai obtenu dans ma carrière de micro-entrepreneur.]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	9,327	1	9,327	4,447	,035
Intra-groupes	1539,624	734	2,098		
Total	1548,951	735			

H4c- Le niveau de perception de perspectives de pérennité favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Développement économique et social : Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : [Perspectives de pérennité]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	30,616	1	30,616	15,299	<,001
Intra-groupes	1468,862	734	2,001		
Total	1499,478	735			

H4d- Le niveau de perception de perspectives de pérennité favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Développement économique et social : Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : [Perspectives de pérennité]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	23,063	1	23,063	11,466	<,001
Intra-groupes	1476,415	734	2,011		
Total	1499,478	735			

H4e- Le niveau de perception de progression du chiffre d'affaires ou des ventes favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Développement économique et social : Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : [Progression du chiffre d'affaires ou des ventes]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	28,982	1	28,982	13,048	<,001
Intra-groupes	1630,360	734	2,221		
Total	1659,342	735			

H4f- Le niveau de perception de progression du chiffre d'affaires ou des ventes favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Développement économique et social : Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : [Progression du chiffre d'affaires ou des ventes]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	17,559	1	17,559	7,850	,005
Intra-groupes	1641,783	734	2,237		
Total	1659,342	735			

H4g- Le niveau de perception des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Développement économique et social : Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : [Des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services ?]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	1,938	1	1,938	,995	,319
Intra-groupes	1430,006	734	1,948		
Total	1431,944	735			

H4h- Le niveau de perception des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Développement économique et social : Quel est votre niveau de satisfaction des points qui suivent en tant que micro-entrepreneur : [Des conseils concernant le développement des nouveaux produits et services ?]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	1,104	1	1,104	,566	,452
Intra-groupes	1430,841	734	1,949		
Total	1431,944	735			

H5 - Niveau de perception de la peur de l'échec et de risque de marché influence l'intention de passer au statut de société et d'embaucher du personnel

H5a- Le niveau de perception de la peur qu'un échec de l'entreprise ait des conséquences financières sur la famille favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Sécurité financière (FS) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [Qu'un échec de mon entreprise ait des conséquences financières sur ma famille]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	25,217	1	25,217	5,880	,016
Intra-groupes	3148,064	734	4,289		
Total	3173,281	735			

H5b- Le niveau de perception de la peur qu'un échec de l'entreprise ait des conséquences financières sur la famille favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Sécurité financière (FS) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [Qu'un échec de mon entreprise ait des conséquences financières sur ma famille]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	,258	1	,258	,060	,807
Intra-groupes	3173,023	734	4,323		
Total	3173,281	735			

H5c- Le niveau de perception de la peur de ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert le poste de dirigeant de micro-entreprise **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Capacité personnelle (PA) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [De ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert ce poste de dirigeant de micro-entreprise]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	2,974	1	2,974	,916	,339
Intra-groupes	2382,977	734	3,247		
Total	2385,951	735			

H5d- Le niveau de perception de la peur de ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert le poste de dirigeant de micro-entreprise **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Capacité personnelle (PA) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [De ne pas être en mesure de remplir tous les rôles que requiert ce poste de dirigeant de micro-entreprise]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	,010	1	,010	,003	,956
Intra-groupes	2385,941	734	3,251		
Total	2385,951	735			

H5e- Le niveau de perception de la peur de ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de la microentreprise **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Capacité personnelle (PA) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [De ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de mon entreprise]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	3,146	1	3,146	,958	,328
Intra-groupes	2409,505	734	3,283		
Total	2412,651	735			

H5f- Le niveau de perception de la peur de ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de la microentreprise **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Capacité personnelle (PA) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [De ne pas avoir les bonnes compétences pour développer le produit / service de mon entreprise]					

	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	8,018	1	8,018	2,447	,118
Intra-groupes	2404,633	734	3,276		
Total	2412,651	735			

H5g- Le niveau de perception de la peur de perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour le micro-entrepreneur **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Menace pour l'estime sociale (EST) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [De perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour moi]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	,879	1	,879	,240	,624
Intra-groupes	2684,724	734	3,658		
Total	2685,603	735			

H5h- Le niveau de perception de la peur de perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour le micro-entrepreneur **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Menace pour l'estime sociale (EST) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [De perdre la confiance des personnes qui sont importantes pour moi]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	1,255	1	1,255	,343	,558
Intra-groupes	2684,348	734	3,657		
Total	2685,603	735			

H5i- Le niveau de perception de la peur que l'idée principale qui guide la microentreprise ne réussisse pas **favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société**

ANOVA					
Potentiel de l'idée (PI) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [Que l'idée principale qui guide mon entreprise ne réussisse pas]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	20,982	1	20,982	5,860	,016
Intra-groupes	2627,970	734	3,580		
Total	2648,951	735			

H5j- Le niveau de perception de la peur que l'idée principale qui guide la microentreprise ne réussisse pas **favorise l'intention d'embaucher du personnel**

ANOVA					
Potentiel de l'idée (PI) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [Que l'idée principale qui guide mon entreprise ne réussisse pas]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	25,753	1	25,753	7,206	,007
Intra-groupes	2623,198	734	3,574		
Total	2648,951	735			

H5k- Le niveau de perception de la peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services de la microentreprise sur le marché favorise l'intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société

ANOVA					
Potentiel de l'idée (PI) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [Que les clients n'aient pas besoin de mes produits / services sur le marché]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	21,399	1	21,399	6,345	,012
Intra-groupes	2475,536	734	3,373		
Total	2496,935	735			

H5l- Le niveau de perception de la peur que les clients n'aient pas besoin des produits / services de la microentreprise sur le marché favorise l'intention d'embaucher du personnel

ANOVA					
Potentiel de l'idée (PI) : Au cours des derniers mois, j'ai eu peur... [Que les clients n'aient pas besoin de mes produits / services sur le marché]					
	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig.
Entre groupes	36,222	1	36,222	10,805	,001
Intra-groupes	2460,712	734	3,352		
Total	2496,935	735			

Table des graphiques

Graphique n°1 : Sexe des enquêtés	55
Graphique n°2 : Age des répondants	55
Graphique n°3 : Niveau d'études des répondants	56
Graphique n°4 : Statut professionnel avant la création	56
Graphique n°5 : Statut professionnel des parents	57
Graphique n°6 : Connaissance en entrepreneuriat	57
Graphique n°7 : Date de création de l'entreprise	58
Graphique n°9 : Phase d'accompagnement	59
Graphique n°10 : Taux des phases d'accompagnement	59
Graphique n°11 : Département	59
Graphique n°12 : Choix du statut de micro-entrepreneur	64
Graphique n°13 : Intention de passer du statut d'entreprise individuelle à celui d'une société	68
Graphique n°14 : Intention d'embaucher	71
Graphique n°15 : Type de clientèle	72
Graphique n°16 : Relation d'affaires	72
Graphique n°17 : Attentes actuelles après des pouvoirs publics	73
Graphique n°18 : Principales difficultés rencontrées depuis la crise sanitaire : contrats annulés (48%), contraintes administratives (38%) et difficultés de paiements	73
Graphique n°19 : Durée de l'accompagnement	74
Graphique n°20 : Changement de structure d'accompagnement	74
Graphique n°21 : Les motifs du changement	75
Graphique n°22 : Connaissance du site starter.hautsdefrance.fr - 72%	75
Graphique n°23 : L'écosystème de la création d'entreprise - Non connu à 71%	76
Graphique n°24 : Compétence perçue de l'accompagnateur	77

Graphique n°25 : Efficacité du processus	————	79
Graphique n°26 : Satisfaction de l'accompagné	————	82
Graphique n°27 : Echelle succès de carrière	————	86
Graphique n°28 : Implication dans le projet	————	89
Graphique n°29 : Développement économique et social	————	92
Graphique n°30 : Sécurité financière	————	95
Graphique n°31 : Capacité personnelle	————	98
Graphique n°32 : Menace pour l'estime sociale	————	100
Graphique n°33 : Potentiel de l'idée	————	102

Table des tableaux

Tableau n°1 : Au niveau des motivations et de légitimité entrepreneuriales	————	36
Tableau n°2 : Au niveau du soutien des pouvoirs publics et des relations d'affaires	————	37
Tableau n°3 : Au niveau du contenu de l'accompagnement	————	37
Tableau n°4 : Au niveau de la réussite	————	38
Tableau n°5 : Alpha de Cronbach	————	53
Tableau n°6 : Les variables de l'équation de la régression logistique	————	69
Tableau n°7 : Principales sous-hypothèses confirmées	————	106
Tableau n°8 : Tableau des profils	————	111
Tableau n°9 : Tableau des thématiques significatives	————	115

Table des figures

Figure n°1 : Structuration du modèle de recherche relatif au micro-entrepreneur ambitieux	—	47
Figure n°2 : Répartition des créateurs micro-entrepreneurs selon leur situation personnelle avant leur immatriculation	—	61
Figure n°3 : Répartition des nouveaux micro-entrepreneurs selon leur niveau de diplôme (en %)	—	61
Figure n°4 : Données des 5 dernières années	—	62
Figure n°5 : Répartition par secteurs d'activité	—	63
Figure n°6 : Schéma reproduit des 4 classes	—	114
Figure n° 7 : Figure du réseau lexical de classe 1	—	116
Figure n°8 : Figure du réseau lexical de classe 4	—	117
Figure n° 9 : Figure du réseau lexical de la classe 2	—	120
Figure n°10 : Figure du réseau lexical de la classe 3	—	123

CONTACT

MAÎTRE DE CONFÉRENCES HDR,
DIRECTEUR DU CEL
Gérard Kokou DOKOU

Tel : +33(0) 28 23 70 91

Mail : gerard.dokou-kokou@univ-littoral.fr



[@CEL.HUBHOUSE](#)



[CELHUBHOUSE](#)



[@CEL.ULCO](#)
