

20 mai 2015

Livre Blanc

ENTREPRENEURIAT ETUDIANT

PROPOSITIONS POUR LEVER LES FREINS A
L'ENTREPRENEURIAT ETUDIANT EN FRANCE

Distribué lors du 9^{ème} congrès AEI

CONGRÈS AEI
nantes 2015



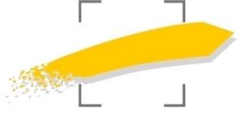
Audencia
INNOVATION

Avec le soutien de :



Avec la participation de :

100 000
entrepreneurs
Transmettre la culture d'entreprendre


APCE
AGENCE POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISES

 **CCI DE FRANCE**

 **Audencia Alumni**

Moovjee
Mouvement pour les jeunes et les étudiants entrepreneurs


FRANCE angels

Fédération des réseaux de Business Angels

 **IES!**
Révélateur d'entrepreneurs®
Incubateurs de l'Enseignement Supérieur

UQTR
 Université du Québec
à Trois-Rivières

 **Pépité**
Pôle Étudiant Pour l'Innovation,
le Transfert, l'Entrepreneuriat

 **reseauentreprendre**

INSPIRING more than ENTREPRENEURS





Frank VIDAL
Directeur Général Audencia Group

La mobilisation en faveur de l'entrepreneuriat étudiant dans notre pays est réelle et c'est une réussite! Pour tardive qu'elle fut, elle implique désormais une large catégorie d'acteurs qui tous, issus tant du monde académique que des milieux économiques et entrepreneuriaux, peuvent se féliciter du chemin parcouru somme toute assez rapidement.

Il semble loin en effet ce temps – pourtant pas si ancien – où l'acte d'entreprendre, vu tout aussi bien comme possible perspective d'avenir que comme domaine ou (pire encore) méthode d'apprentissage, semblait au plus grand nombre très incongru dans la sphère académique sinon radicalement incompatible avec celle-ci. Combien de fois n'ai-je pas entendu ces moqueuses et parfois véhémentes disqualifications a priori de l'académique dès lors qu'il s'agissait d'entrepreneuriat? De ces affirmations péremptoires qui vous somment de vous expliquer, de ces « Moi, Monsieur, j'ai créé mon entreprise sans avoir jamais eu besoin que l'on m'apprenne à le faire : c'est bien la preuve que l'entrepreneuriat ne s'enseigne pas ! ». Ou encore de ces vérités que l'on serait bien irresponsable de ne pas partager: « Les jeunes doivent d'abord trouver un travail : il faut avoir énormément d'expérience pour se lancer. ». Et comme en échos, sur un ton parfois désabusé mais le plus souvent vindicatif: « La mission de l'enseignement supérieur c'est quand même autre chose que de créer des boîtes, non ? ». Il a donc fallu batailler. Sensibiliser les étudiants à ce drôle de 'métier' que celui d'entrepreneur, introduire des enseignements dans ce domaine, y dédier des majeures ou des programmes spécialisés, parfois des écoles dans leur entier, créer des incubateurs puis les mettre en réseaux, organiser des concours et des prix, montrer des réussites et partager des échecs, imaginer un statut de l'étudiant entrepreneur, lancer des travaux de recherche tous azimuts pour consolider en marchant la démarche volontariste des premiers pionniers... Tout ceci fait partie de nos acquis et a donné son fruit. Il faut bien sûr poursuivre, amplifier, consolider, mais l'impact conjugué de cette mobilisation avec celui des crises multiples traversées depuis une quinzaine d'années (pour faire court), renforcé par le déploiement des nouvelles technologies et l'effervescence de leur usage, le tout consacré par les aspirations et rejets des générations nouvelles (pour faire court encore) a conféré à l'entrepreneuriat étudiant une légitimité désormais incontestée.

Tout va-t-il donc pour le mieux? Presque. Presque, car des freins subsistent et ils sont perçus comme d'autant plus insupportables que l'on se sait près du but. C'est donc tout le mérite de ce Livre Blanc de non seulement les cerner avec précision, mais plus encore d'y apporter des solutions très concrètes, souvent nouvelles et toujours praticables. Mais la grande force de ce diagnostic comme des propositions et recommandations qui l'accompagnent est d'être le fait d'étudiants. Sous la conduite du Professeur Vincent LEFEBVRE, les étudiants du programme Grande Ecole d'Audencia Nantes ont en effet travaillé à leur élaboration, se basant pour ce faire sur leurs propres expériences et attentes en ce domaine. Afin d'éclairer cette réflexion, plusieurs témoins ont été conviés à partager avec eux leur analyse et vision des choses. **De cette rencontre, il résulte un ouvrage passionnant, utile, nécessaire et résolument optimiste. Car après tout, ce qui reste à faire pour définitivement consacrer l'entrepreneuriat étudiant n'est (quasiment) rien au regard de ce qui a jusqu'ici été entrepris !**

APPROCHE METHODOLOGIQUE



Professeur Vincent LEFEBVRE
Responsable Majeure Entrepreneuriat – Audencia

Ce *Livre blanc* part de l'hypothèse qu'il y a deux types de profils d'étudiants-entrepreneurs : ceux qui, quelque soit leur cursus académique, souhaitent créer ou reprendre une entreprise pendant les études ou à court terme après le diplôme et ceux qui ont développé des compétences entrepreneuriales dans le cadre d'une formation en entrepreneuriat et qui souhaitent travailler dans une organisation ou une entreprise déjà existante, tout en valorisant leurs compétences particulières en entrepreneuriat (stratégiques, managériales et de réseautage). **Quels sont les défis particuliers auxquels se confrontent les étudiants-entrepreneurs ?**

La méthodologie que nous avons mise en place nous a permis, dans un premier temps, d'identifier les difficultés spécifiques auxquelles ces étudiants se confrontent pour ensuite proposer, dans un deuxième temps, quelques pistes permettant de les solutionner de manière efficace.

- 1- Entre janvier et mai 2015, nous avons suivi 11 grandes étapes méthodologiques afin d'élaborer ce *Livre blanc* : Les 29 étudiants de la Majeure Entrepreneuriat d'Audencia Nantes ont réfléchi individuellement afin d'identifier 2 à 3 problèmes que sont susceptibles de rencontrer les étudiants-entrepreneurs : 71 problèmes ont ainsi été recensés;
- 2- Les 29 étudiants de la Majeure Entrepreneuriat d'Audencia Nantes ont hiérarchisé individuellement l'ensemble des 71 problèmes en évaluant leur pertinence perçue sur des échelles Lickert en 10 points allant de « pas du tout pertinent » à « très pertinent »;
- 3- Les 71 problèmes ont été catégorisés en fonction de leur appartenance aux différentes branches de l'écosystème entrepreneurial d'Isenberg (2009, 2011)¹ : la finance, le capital humain, le marché, l'accompagnement, la politique et la culture. En respectant la représentativité des différentes branches de l'écosystème et en prenant en compte les scores ainsi que les écarts-types de chaque problème, 24 problèmes majeurs ont été retenus;

¹ Isenberg, D. (2009). How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review 88(6), 40-50
Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Retrieved June 12, 2011, from <http://entrepreneurial-revolution.com/wp-content/uploads/2011/06/The-entrepreneurshipecosystem-strategy-for-economic-growth-policy.pdf>

- 4- Un questionnaire en ligne a été proposé à l'ensemble des étudiants d'Audencia Group, invités à évaluer la pertinence perçue des 24 problèmes majeurs des étudiants-entrepreneurs précédemment identifiés par les étudiants de la Majeure Entrepreneuriat d'Audencia Nantes, sur des échelles Lickert en 5 points pour faciliter les réponses allant de « pas du tout pertinent » à « très pertinent ». Il était également demandé aux répondants de se prononcer sur leur niveau d'intention entrepreneuriale (créer ou reprendre une entreprise pendant les études ou tout de suite après le diplôme). 251 étudiants ont répondu à cette enquête en ligne ;
- 5- Nous avons établi le classement des 24 problèmes en prenant en compte 5 profils de répondants, en plus du classement général :
 - a. Les étudiants ayant déclaré une intention entrepreneuriale supérieure ou égale à 7/10
 - b. Les hommes
 - c. Les femmes
 - d. Les hommes à intention entrepreneuriale supérieure ou égale à 7/10
 - e. Les femmes à intention entrepreneuriale supérieure ou égale à 7/10
- 6- Pour chacun de ces 5 profils, nous avons retenu les 10 premiers problèmes. Cela a permis de retenir 14 problèmes majeurs des étudiants-entrepreneurs, tels que perçus par les étudiants d'Audencia Group ;
- 7- En réintégrant ces problèmes dans l'écosystème entrepreneurial, nous en avons fusionné quelques-uns sur la base de leurs caractéristiques communes et nous avons ainsi abouti à 10 problèmes que nous avons traités dans ce *Livre blanc*.
- 8- Pour chacun de ces 10 problèmes, les étudiants de la Majeure Entrepreneuriat d'Audencia Nantes se sont regroupés en équipes de 2/3 étudiants afin de formuler des propositions permettant de les solutionner ;
- 9- Chaque groupe a présenté collectivement ses propositions qui ont été débattues dans le cadre de la Majeure Entrepreneuriat d'Audencia Nantes ;
- 10- Suite au débat collectif, les propositions ont été reformulées et présentées à des professionnels de l'accompagnement des entrepreneurs avec lesquels les étudiants se sont entretenus et qui témoignent dans cet ouvrage de leur vision des défis des étudiants-entrepreneurs ;
- 11- Les étudiants ont ensuite rédigé les différentes sections de ce *Livre Blanc* grâce aux informations recueillies grâce à l'éclairage des témoins, ainsi qu'au travers d'articles de recherche, d'ouvrages et d'études en entrepreneuriat.

Retrouvez l'ensemble des résultats en [page 51](#).

SOMMAIRE

EDITO	5
APPROCHE METHODOLOGIQUE	6
SOMMAIRE	8
PREFACE	9
-	
FINANCE	10
Manque de crédibilité personnelle, d'attractivité du projet et de liens pour attirer les investisseurs	11
Manque de capital et de ressources propres pour boucler son financement	15
Manque de lisibilité de l'offre de financement	18
MARCHE	21
Manque d'expérience et de relations dans le secteur d'activités visé	22
POLITIQUE	26
L'Entrepreneur est dissuadé par l'apparente complexité de la démarche de création d'entreprise	27
L'Entrepreneur est dissuadé par l'apparente complexité de la démarche de création d'entreprise	28
CAPITAL HUMAIN	31
Manque de lien avec des associés potentiels ayant des compétences complémentaires aux siennes	32
Manque d'expérience professionnelle avant d'entreprendre	35
ACCOMPAGNEMENT	38
Manque d'accès à des réseaux d'entrepreneurs confirmés	39
CULTURE	43
Difficulté à appréhender l'incertitude des résultats futurs	44
Difficulté à faire valoir ses compétences et sa polyvalence sur le marché de l'emploi traditionnel	48
-	
Résultats de l'enquête	51
LES ETUDIANTS DE LA MAJEURE ENTREPRENEURIAT	54



Dominique RESTINO
Président APCE Agence Pour la Création d'Entreprises

En favorisant la compétitivité, la création de richesses et d'emplois, l'entrepreneuriat est un levier majeur du développement économique de notre pays. Le dynamisme de notre économie dépend de la vitalité des entreprises qui s'y créent et s'y développent.

Je suis convaincu que la croissance de l'économie d'un pays passe aussi par une jeunesse qui bâtit son avenir. Les jeunes générations sont la première ressource naturelle d'un pays, ses forces vives !

Aujourd'hui, les jeunes sont de plus en plus nombreux à envisager l'entrepreneuriat comme un projet de vie professionnel et personnel. Une carrière au sein d'une grande organisation n'est plus la seule voie rêvée. 34% des étudiants et lycéens professionnels souhaitent à présent créer leur entreprise dont les 2/3 avant 30 ans. Et le résultat est là : en 10 ans, le nombre de créations d'entreprises par des jeunes a quasiment triplé. En 2014, on estime qu'ils ont créé 125 000 nouvelles entreprises. 15% d'entre eux étaient précédemment lycéens ou étudiants.

Leurs motivations ? Être acteur de leur projet de vie et prendre leur destin en main, innover, donner du sens à leur action mais aussi contribuer au développement économique de la France. Audace, esprit d'entreprise et de responsabilité... Bravo !

Des qualités que l'on retrouve dans l'analyse des difficultés rencontrées par les jeunes entrepreneurs présentée ici par les étudiants d'Audencia Group. Je salue avec enthousiasme le travail qu'ils ont effectué en réalisant une enquête qui identifie les freins au développement de l'entrepreneuriat étudiant mais surtout qui propose des solutions concrètes et innovantes pour les lever. Une vraie démarche entrepreneuriale !

Le manque de financement, la difficulté à identifier des partenaires potentiels ou encore le manque d'accès à des réseaux de dirigeants confirmés, autant d'exemples d'obstacles qui retardent ceux qui veulent tenter l'aventure entrepreneuriale. Les jeunes auteurs de cette enquête ont identifié des solutions qui pour un certain nombre d'entre elles proposent de décroiser des mondes qui s'ignorent. Écoutons-les !

Nous devons soutenir l'audace des jeunes et leur permettre de franchir le pas en instaurant un environnement incitatif à la création et reprise d'entreprises et favorable à la prise de risque

Le lancement du Plan Etudiant Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE) et la création du statut « Étudiant-Entrepreneur », auquel je suis particulièrement attaché, marquent des avancées importantes dans ce domaine et traduisent la volonté des pouvoirs publics de mettre en place les conditions favorables au développement de l'esprit d'entreprise chez les jeunes.

Avec les 30 propositions formulées dans cet ouvrage, les étudiants apportent leur contribution à l'amélioration de l'accompagnement des jeunes porteurs de projets et au succès de leurs futures entreprises !

FINANCE

Manque de crédibilité personnelle, d'attractivité du projet et de liens pour attirer les investisseurs

Introduction / Contexte

Si un quart des 18-24 ans affirme avoir envie de créer un jour leur entreprise, seuls 3 % des jeunes passent à l'acte. Effectivement, avec seulement un ou deux stages à son actif, l'étudiant-entrepreneur n'a que peu de références dans le monde professionnel. Son manque d'expérience et de réseau peut rapidement lui porter préjudice face à des projets menés par des entrepreneurs plus âgés, dont les compétences rassurent les investisseurs frileux. A la peur de l'échec s'ajoute parfois le manque de soutien de la part des établissements d'enseignement supérieur, car les étudiants-entrepreneurs font chuter le salaire moyen à la sortie d'un diplôme dans les statistiques d'une école.

C'est pourquoi le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche a créé en septembre dernier le statut d'étudiant-entrepreneur. Celui-ci tend à renforcer la visibilité et la crédibilité des étudiants ou jeunes diplômés qui cherchent à monter leur entreprise, ainsi qu'à assurer leur accompagnement dans le processus entrepreneurial. Il leur offre un tremplin auprès des investisseurs, fournisseurs et clients potentiels et rassure également les familles des jeunes en inscrivant leur projet dans leur parcours scolaire. Ils bénéficient ainsi d'accompagnement, d'une protection sociale, d'un appui financier et de la mise à disposition d'espaces de coworking. A ce jour, plus de 800 étudiants ont déposé une demande pour bénéficier de ce statut. Néanmoins, ce statut reste méconnu aux yeux des entreprises. Il peut même constituer un frein auprès des banquiers, en figeant l'entrepreneur au statut d'étudiant.

La création de ce label prouve qu'il est aujourd'hui de plus en plus important d'aider les étudiants-entrepreneurs à renforcer leur crédibilité auprès de leur écosystème (investisseurs, partenaires, banquiers), légitimer leur activité et rassurer leur entourage. Il est difficile de trouver des garants externes pour démontrer la faisabilité et l'attrait de leur projet. Nous présenterons dans ce chapitre un ensemble de solutions pour les aider à renforcer la crédibilité de leur projet et apporter des éléments de preuve aux investisseurs.

L'étudiant-entrepreneur peut avoir recours à différents leviers d'action pour pallier au manque de crédibilité personnelle, d'attractivité du projet et de liens pour attirer les investisseurs. Il s'agit avant tout pour lui de trouver des « cautions externes », garantes de la viabilité et de la rentabilité du projet. Ceux-ci sont les concours (écosystème d'entrepreneurs), l'effectuation (test et adhésion du marché cible) et le réseau (soutien et suivi de professionnels et de professeurs).

Trois solutions s'offrent alors à l'étudiant-entrepreneur pour rassurer et convaincre les investisseurs :

- Renforcer sa légitimité, en présentant les recommandations d'un tiers et en montrant l'adhésion du public
- Se professionnaliser en gagnant en expérience, en assurance et en références
- Prouver, en apportant des arguments convaincants (prix concours, analyse de marché, tuteur).

Nous nous pencherons donc sur trois comportements à adopter pour gagner en crédibilité et en attractivité face aux investisseurs :

- participer à différents concours d'entrepreneuriat
- privilégier la méthode d'effectuation (prototype)
- choisir un système de parrainage (stratégie réseau)

*Premier frein
identifié :
Manque de
crédibilité
personnelle,
d'attractivité
du projet et de
liens pour
attirer les
investisseurs*

Renforcer la légitimité de l'entrepreneur étudiant en « labélisant » les projets et les profils entrepreneuriaux

Pour prouver la viabilité et la rentabilité de son entreprise, l'entrepreneur étudiant doit soumettre son idée au public ainsi qu'à la concurrence d'autres projets sur le marché. Les résultats d'une étude de marché peuvent être truqués, les témoignages des tuteurs sont subjectifs et ne sont pas forcément représentatifs du potentiel de séduction d'un projet sur le marché cible... Nous conseillons donc aux étudiants-entrepreneurs de **participer à un maximum de concours d'entrepreneuriat**, afin de :

- Gagner en expérience : l'étudiant-entrepreneur doit maîtriser à la perfection son elevator pitch et gagner en assurance à l'oral pour convaincre.
- Confronter son projet au public : ces concours sont l'occasion de vérifier que le projet séduit et si besoin d'affiner certaines caractéristiques du produit/du service ou de ses caractéristiques.
- Rencontrer sur place des investisseurs potentiels : ces derniers sont beaucoup plus enclins à soutenir un projet qui a rencontré le soutien du public et de professionnels du secteur d'activité visé.
- Décrocher un prix : ceci est une preuve que l'offre répond au marché. Que ce soit le prix du public (coup de cœur) ou le prix du jury (pertinence de l'offre, qualité du dossier et de la présentation), cela permet de rassurer les investisseurs sur la rentabilité potentielle du projet.

En communiquant sur les concours remportés, l'étudiant-entrepreneur gagne en assurance et en crédibilité, il teste, affine et valorise son offre.

Professionaliser l'étudiant entrepreneur à la démarche de recherche de financement et le sensibiliser aux freins des investisseurs

La mise en confiance de l'investisseur quant à l'attractivité du projet de l'étudiant-entrepreneur et de sa cohérence avec les besoins et attentes du marché passe également par une professionnalisation de l'étudiant, une mise en route, bien qu'embryonnaire, du projet.

Afin de se professionnaliser, nous conseillons au jeune entrepreneur de favoriser la méthode de l'effectuation, c'est-à-dire d'utiliser dans un premier temps son propre réseau et des moyens dont il dispose afin de faire connaître ses produits et la marque, et de prouver leur attractivité auprès des futurs consommateurs, distributeurs et partenaires. Il s'agit donc de donner priorité à l'action, de procéder par étapes, afin de pouvoir s'adapter aux demandes des consommateurs, de recruter de nouveaux clients et ainsi de bénéficier du soutien des investisseurs.

Cette méthode permet de convaincre des investisseurs potentiels et de rassurer les banquiers, ce qui est nécessaire pour le développement à long terme et l'expansion de l'entreprise. Il s'agit en effet d'une preuve que le marché a été testé et que les produits et services proposés sont connus et accueillis favorablement par des consommateurs, des distributeurs et des partenaires, et que l'entrepreneur étudiant sera capable de les faire adopter à plus grande échelle.

*Premier frein
identifié:
Manque de
crédibilité
personnelle,
d'attractivité
du projet et de
liens pour
attirer les
investisseurs*

Etendre la notion d'équipe entrepreneuriale des associés aux parties-prenantes engagées et aux conseils et cautions externes

Notre dernière proposition serait d'étendre la notion d'équipe entrepreneuriale des associés aux parties-prenantes engagées et à des conseils / cautions externes pour renforcer la légitimité de l'étudiant-entrepreneur.

Un exemple serait d'obtenir un tuteur, professionnel ou professeur reconnu, intéressé par le projet et prêt à aider les entrepreneurs.

Cette **mission de tutorat** se traduirait par :

- Un suivi de l'équipe tout au long du développement jusqu'à l'arrivée d'un investisseur
- Une disponibilité en cas de difficulté
- La validation des différentes étapes nécessaires pour monter un Business Plan
- Une assurance de viabilité.

Cette mission permettrait aux **entrepreneurs** :

- D'être rassurés dans leurs démarches
- De bénéficier de l'expérience d'un professionnel reconnu
- De confronter leur projet à la réalité du marché.

Ce tuteur permettrait aux **investisseurs** d'avoir la **garantie** :

- Du sérieux du projet et des entrepreneurs
- De la viabilité du projet, ayant déjà reçu l'aval d'un professionnel reconnu
- Que tous les éléments du Business plan ont été traités.

En échange de cette mission, le tuteur pourrait continuer de conseiller l'équipe, ou se retirer complètement. C'est un accompagnateur, un gage de sérieux présent pour amener les entrepreneurs à obtenir leurs premiers investisseurs.



Joël SAINGRÉ
Vice-Président IES

De par son expérience au sein du Master Innover Entreprendre à l'ESCP Europe, Joël Saingré nous livre trois recommandations majeures pour les étudiants-entrepreneurs :

- Bien choisir sa source de financement selon son activité
- Apprendre à gérer sa peur
- Ne jamais brûler les étapes

Le premier conseil est à considérer à deux niveaux de réflexion : au niveau macro-et micro-économique.

Si l'entrepreneur s'adresse à une société de capital-risque, il sera automatiquement discriminé sur plusieurs points. Les investisseurs ont tendance à se reposer sur un profil type : un homme de formation supérieure, porteur d'un projet innovant au sens propre du terme.

C'est donc sur son profil et non sur ses études de marché ou des référents qu'il convient de travailler. En outre, les investisseurs privilégient les marchés à forte valeur ajoutée, tel que le marché d'Internet ou des biotechnologies. Ils ne s'engagent pas sur le long terme mais sur le court et moyen terme, font des prévisions sur 3 à 5 ans en vue de revendre leurs parts à des investisseurs plus importants.

C'est pourquoi les entreprises avec de faibles rendements initiaux auront beaucoup de mal à convaincre une société de capital-risque.

Au contraire, les banques font des prêts sur le long terme. Elles cherchent des éléments de réassurance quant au patrimoine de l'entrepreneur, aussi bien en termes de patrimoine matériel (salaire, anciens employeurs...) qu'immatériel (âge, situation personnelle et sociale...).

Les banques effectuent ensuite un arbitrage en prenant en compte les assurances tangibles que l'entrepreneur lui apporte (bail commercial par exemple) et sur lesquelles elles pourraient se refinancer en cas d'échec.

Le manque d'expérience professionnelle n'est donc pas nécessairement un frein à la crédibilité des jeunes entrepreneurs.

En effet, la jeunesse des étudiants peut être un avantage concurrentiel. Comme souligné précédemment, Internet est par exemple un marché très plébiscité par les investisseurs. Or les jeunes ont une légitimité renforcée sur ce secteur d'activité : ils attestent plus facilement d'une expérience en termes d'utilisateurs et de consommateurs mais également en termes de compétences techniques. A l'inverse, ils ont très peu de chances d'être crédibles en lançant une société de conseil, où l'expérience est un atout clé.

Par ailleurs, travailler en entreprise et travailler à son compte est extrêmement différent. Nombreux sont ceux qui rencontrent des difficultés à mener à bien et à prouver la viabilité de leur projet bien qu'ils maîtrisent un panel de compétences clés (marketing, communication, management).

Cette incohérence repose sur le fait que l'entrepreneuriat fait appel à un enjeu émotionnel. Il est alors difficile de définir ou faire des choix quand il s'agit de les prendre pour son propre compte.

Si la peur de l'échec habite l'entrepreneur, c'est encore la peur de la réussite qui l'effraie le plus. Aussi, Joël Saingré invite avant tout l'étudiant-entrepreneur à dépasser ses peurs.

Enfin, Joël Saingré met en garde les étudiants-entrepreneurs contre leur propre entrain et optimisme. Son troisième et dernier conseil est de ne pas brûler les étapes. Bien que ces qualités peuvent s'avérer très bénéfiques lors du lancement et du développement d'un projet, elles peuvent également représenter un risque, celui de ne pas prendre le temps de s'asseoir pour réfléchir. Risque que l'on retrouve notamment dans les stratégies de coping mises en place par les entrepreneurs qui savent gérer leur anxiété, autrement dit des stratégies d'ajustement du comportement en grande période de stress.

Manque de capital et de ressources propres pour boucler son financement

Introduction / Contexte

Les étudiants-entrepreneurs redoutent leur incapacité à financer le lancement de leur entreprise et à assurer sa pérennité lors de ses premières années d'existence. Ceci est d'autant plus le cas des étudiants-entrepreneurs qui souhaitent lancer des entreprises sur la base d'une innovation technologique car ces entreprises demandent en règle générale plus d'argent que les autres. De même, les entreprises qui souhaitent proposer de nouveaux produits, qui intègrent une dimension industrielle, ou encore celles qui ont comme projet de s'internationaliser rapidement ont toutes besoin de capitaux plus importants que les entreprises moins innovantes ou ambitieuses. Comment faire pour trouver les capitaux nécessaires et consolider ses chances de réussite ? Les étudiants-entrepreneurs ont besoin d'un écosystème favorable, et qui englobe à la fois les établissements d'enseignement supérieur et les investisseurs publics et privés, afin de contribuer de manière décisive au bon démarrage d'une carrière entrepreneuriale.

Propositions

Faciliter l'émergence de fonds d'amorçage au travers de fondations en fédérant la communauté des entrepreneurs anciens d'école ou université

Pour aider les étudiants-entrepreneurs à lancer leur entreprise, un fond d'amorçage pourrait être créé par les établissements d'enseignements supérieurs. L'argent de ces fonds pourrait provenir de différentes sources, dont notamment des réseaux de business angels (associations ou SIBA - Société d'Investissement de Business Angels), ainsi que du réseau des anciens élèves. Ces fonds seraient gérés par les investisseurs qui prendraient la décision d'investir ou non dans un projet. Il ne faut pas toutefois oublier qu'une entreprise n'a pas juste besoin d'un fond d'amorçage, mais aussi de capacités de développement. Il faudrait donc, en complément de ce fond, s'appuyer sur un écosystème entrepreneurial de coaching et de partage qui incitera les investisseurs à financer les projets et qui préparera les étudiants-entrepreneurs à la bonne gestion de leur entreprise.

Deuxième frein identifié :

Manque de capital et de ressources propres pour boucler son financement

Faciliter l'accès aux ressources par la mise en réseau et les partenariats avec des entrepreneurs établis

Les étudiants-entrepreneurs manquent souvent de référent vers lequel se tourner pour poser une question et se renseigner dans un environnement de confiance. Notre idée ce serait de créer des annuaires d'entrepreneurs dans les différents établissements d'enseignement supérieur que les étudiants-entrepreneurs pourraient solliciter sur des aspects particuliers. Dans cette liste, certains entrepreneurs seraient désignés comme contact privilégié pour différentes problématiques (financière, juridique...) et ils seraient prêts à aider les jeunes à titre bénévole.

Une autre solution ce serait de créer une journée de l'entrepreneuriat dans différents écoles et universités. Deux types d'activités seraient proposées pendant cette journée :

- Une table ronde avec des entrepreneurs qui partagent leur expérience et témoignent de leur parcours
- Un forum avec des entreprises qui cherchent à recruter des profils entrepreneuriaux.

Former à la levée de fonds (approcher, convaincre et contractualiser avec des business angels)

Les business angels prennent leur décision d'investissement sur la base de deux catégories de critères d'évaluation : la qualité du projet et celle de l'équipe entrepreneuriale. Parmi eux, les plus importants sont les critères relatifs à l'équipe entrepreneuriale : plus celle-ci est perçue comme adéquate au projet en termes de compétences, expertise et expérience antérieure, et plus ses membres sont jugés comme sincères, motivés et persuasifs, plus grandes sont les chances du projet d'être financé par des business angels.

Les recherches académiques montrent que les business angels prennent leur décision d'investissement en 6 minutes environ. Pour les convaincre, des compétences en communication sont cruciales : « pitcher » s'apprend et se prépare. Notre proposition est de proposer des ateliers de formation et de coaching à la levée de fonds dans les incubateurs d'école, les formations en entrepreneuriat, mais aussi sous la forme d'un cours optionnel pour l'ensemble des étudiants. Cette préparation pourrait contribuer au succès des nouvelles entreprises en renforçant leur capacité à trouver les fonds nécessaires au lancement et au développement de leurs activités.



Benjamin BREHIN Délégué général de France Angels

« Les business angels sont de plus en plus présents en France, où en 2014 ils ont investi 36.5M€ dans 305 entreprises permettant ainsi la création de 3 000 emplois en France. Les dossiers financés sont en majorité issus du monde du numérique (51% des dossiers en 2014, selon les chiffres de France Angels). La raison principale de cet engouement est la permanente recherche d'innovation : innovation technologique, certes, mais aussi innovation d'usage. Les business angels cherchent « les champions de demain », qui ne peuvent être que « des entreprises qui innovent ».

Dans ce contexte, les business angels sont les alliés naturels de la French Tech, leur objectif commun étant de contribuer à l'émergence progressive d'un écosystème régional du numérique en France. La contribution de France Angels est de proposer aux entreprises à potentiel de croissance un investissement, mais aussi un « accompagnement de proximité » et « la mise à disposition d'un réseau de contacts ». Benjamin Brehin résume cette contribution à travers le triptyque « Capital, Compétences, Contacts ».

Au-delà de cette triple contribution, le financement d'une jeune entreprise par des business angels joue aussi un effet de levier car la confiance des investisseurs permet à l'équipe entrepreneuriale de renforcer sa légitimité auprès des parties prenantes et de gagner en capacité à accéder d'autres ressources et de détecter des opportunités supplémentaires. »

Manque de lisibilité de l'offre de financement

Introduction / Contexte

Lors de la création d'une entreprise, la recherche de sources de financement apparaît comme l'une des missions les plus cruciales et les plus complexes des entrepreneurs. En France, il y a de nombreuses sources de financement possibles, qui varient selon le type de projet visé et leurs conditions d'attribution. Comment faire pour choisir le financement le plus adapté à son projet de création ?

Résultat de l'enquête

Les résultats de l'enquête réalisée auprès des étudiants du groupe Audencia indiquent que les jeunes entrepreneurs considèrent le manque de lisibilité de l'offre de financement comme l'un des principaux freins à la création d'une entreprise. Comment clarifier l'offre de financement ? Comment accompagner les jeunes entrepreneurs dans le choix d'une source de financement pertinente et performante ?

Propositions

Vadémécum du financement des startups court et sans excès de technicité

De nombreux organismes, souvent financés et gérés par l'État, accordent des financements aux startups. Malheureusement, leur visibilité est relativement faible pour certaines d'entre eux et les critères d'attribution des bourses et prêts sont souvent méconnus par les jeunes entrepreneurs. Ainsi, un jeune entrepreneur sait rarement à quels organismes il peut s'adresser pour solliciter une aide financière, comme il ignore par ailleurs les critères discriminants permettant de différencier ces organismes et d'identifier celui qui serait le plus adapté à son projet. Nous proposons la publication par l'État d'un guide rassemblant les différentes sources de financement possibles et les modalités de financement des nouvelles entreprises: Love Money investisseurs, business angels, prêts, bourses, concours... Ce vade-mecum serait à la fois synthétique et facile d'accès, avec la possibilité d'aller plus loin et se renseigner sur les différentes possibilités. Il permettrait d'informer rapidement les futurs entrepreneurs en brisant la glace des problématiques de financement.

*Troisième frein
identifié:
Manque de
visibilité de
l'offre de
financement*

Inciter les organismes financiers à suivre un standard de présentation de leur offre

Une autre solution serait la création d'un portail Internet qui regroupe tous les organismes offrant des aides au financement. Leur nombre est très important et leur public visé très variable (national, régional, local). Il faudrait que tous ces organismes soient référencés sur un support Internet commun afin de renforcer leur visibilité et de standardiser leur présentation. Ce portail pourrait être administré par l'Etat ou une association dédiée, qui veillerait à la mise en place de règles communes pour la présentation des organismes et de leur offre de financement. Les organismes référencés transmettraient le contenu et les conditions de leur offre et l'animateur du portail mettrait en ligne ces informations en respectant un standard simple qui permettrait aux entrepreneurs de filtrer rapidement les types d'offres selon leurs caractéristiques et leurs critères d'attribution.

Accéder à une lecture claire des taux d'intérêt des crédits pour création d'entreprise (Meilleur Taux)

Concernant le financement par prêts bancaires, les banques demandent parfois des garanties personnelles de l'ordre de trois fois la valeur du prêt et les taux accordés sont beaucoup plus élevés que pour l'achat d'un logement, par exemple. Les entrepreneurs, qui prennent déjà de grands risques personnels lors du lancement de leur entreprise hésitent à emprunter à taux élevé et méconnaissent les caractéristiques de ces prêts et les conseils dont ils peuvent également bénéficier de la part des banques.

Il semble donc important de pouvoir faire le point sur les avantages et les inconvénients du financement par emprunt bancaire, informer des conditions 'normales' d'emprunt (pour que les entrepreneurs puissent savoir quand dire non concernant les garanties à apporter) et indiquer des fourchettes de taux d'intérêt des prêts pour création d'entreprise. Un nouveau support d'information pourrait être créé sous la forme d'un portail Internet regroupant les principales banques et leur offre de prêt, avec une présentation standardisée des conditions proposées.



Frédérique JESKE Directrice générale du réseau Entreprendre

«Après 20 ans de carrière dans des grands groupes, Frédérique Jeske a commencé à accompagner les créateurs et les dirigeants d'entreprise en 2012, lorsqu'elle a rejoint la direction de l'UPE13 (Medef des Bouches du Rhône). En septembre 2014, elle est devenue Directrice Générale de la Fédération Réseau Entreprendre, car c'était une belle opportunité pour donner plus de sens encore à son métier et pour s'engager encore plus auprès des créateurs d'entreprise, dans l'action et le résultat.

Créé en 1986 par André Mulliez, le Réseau Entreprendre accompagne plus de 900 nouveaux entrepreneurs par an (2000 sont en accompagnement), dans plus de 80 implantations locales et 27 implantations internationales. Le Réseau Entreprendre est aujourd'hui une référence dans «l'accompagnement des entrepreneurs par les entrepreneurs», et contribue à hauteur de près de 22 Millions d'Euros de prêts d'honneur par an, à la création d'entreprises.

Nos propositions font écho aux préoccupations des entrepreneurs accompagnés par Réseau Entreprendre. En effet, le manque de lisibilité de l'offre de financement touche toutes les tranches d'âges d'entrepreneurs. Selon Frédérique Jeske, ce n'est pas le manque de possibilités de financement qui pose problème mais plutôt le foisonnement des offres publiques, para publiques et privées. Certains sites Internet présentent néanmoins les possibilités de financement offertes aux entrepreneurs, notamment le site de l'APCE. Ce site fait référence en matière de création d'entreprise et propose une plateforme optimale qui permet de répondre aux questions sur le financement. L'enjeu serait peut-être de le rendre plus visible auprès des entrepreneurs en démarrage d'activité.

Les réseaux d'accompagnement, comme Réseau Entreprendre, proposent souvent des guides détaillés relatifs aux possibilités de financement, à l'image du « Guide pratique du financement Réseau Entreprendre » ou du guide du routard de l'entrepreneur.

Une autre piste afin d'améliorer la connaissance des dispositifs de financement serait de démultiplier les interventions des Entrepreneurs issus des Réseaux d'accompagnement au sein des grandes écoles de commerce. Réseau Entreprendre est d'ailleurs relation de proximité avec de nombreuses Grandes Ecoles, pour améliorer la présence des chefs d'entreprises auprès des étudiants, entrepreneurs potentiels. L'expérience montre que si les réseaux d'accompagnement sont très présents dans les incubateurs des grandes écoles, il y a nettement moins d'interventions lors des années précédant l'éventuelle incubation, ce qui conduit la majorité des étudiants à une connaissance très partielle des offres de financement et d'accompagnement existantes.

Quant à l'opacité des taux d'intérêt des prêts bancaires pour la création d'entreprise, Frédérique Jeske souligne la difficulté d'harmoniser et de rendre totalement transparentes les informations relatives aux taux d'intérêt. En effet, si cela se fait pour les prêts immobiliers, il semble plus compliqué d'en faire autant pour les prêts bancaires aux entrepreneurs, tant les dispositifs sont nombreux. Les enjeux commerciaux et concurrentiels du secteur bancaire limitent notre capacité d'action, néanmoins, il lui semble essentiel d'arriver à une lecture plus simple de ces taux d'intérêt. Pour Frédérique Jeske, si cela existe pour l'immobilier, il y a sûrement des possibilités d'améliorer la lisibilité de l'offre d'accompagnement financier des banques pour la création d'entreprise et plus particulièrement pour l'entrepreneuriat étudiant.

Il convient enfin de rappeler aux jeunes Entrepreneurs que le meilleur financement est et sera toujours... celui de leurs Clients, et que la priorité est donc avant tout de favoriser culture commerciale et amour du client!»

MARCHE

Manque d'expérience et de relations dans le secteur d'activités visé

Introduction / Contexte

La littérature académique en entrepreneuriat ainsi que les témoignages des entrepreneurs qui ont réussi soulignent l'importance d'une expérience antérieure dans le secteur d'activité visé pour toute création de nouvelles activités. Pourtant, la nécessité d'avoir une expérience professionnelle préalable dans le secteur d'activité visé est difficile à atteindre pour des étudiants qui souhaitent entreprendre. Ceux-ci disposent généralement de peu d'expérience professionnelle, au travers notamment de stages d'études.

Ainsi, lorsqu'il s'agit de se lancer dans un projet de création réel ou bien d'élaborer un projet de création virtuel dans le cadre du cursus académique, les étudiants s'appuient en général sur différents documents (études de marché, articles de presse, ouvrages économiques, données statistiques, etc.) afin d'identifier et d'évaluer des opportunités d'affaires.

En somme, lorsqu'un étudiant défriche un marché dans le cadre d'un projet il puise ses informations dans des études de marché et des travaux relatifs à son secteur d'activité. Il peut aussi demander conseil et être coaché par des entrepreneurs, des accompagnateurs et des professeurs. Ce mode de fonctionnement permet d'avoir une vue d'ensemble des enjeux d'un marché mais connaît aussi ses limites. Il ne permet pas d'approcher les réalités concrètes et pratiques du secteur étudié. Or, ces informations sont essentielles pour le succès du projet et la crédibilité des étudiants entrepreneurs. Il est ainsi impératif de réfléchir à des solutions pour mettre en relation les professionnels du secteur visé et les étudiants entrepreneurs. Deux axes nous semblent utiles à examiner : comment partager la connaissance des professionnels sur leur secteur d'activité ? Comment permettre aux étudiants d'entrer en relation avec des interlocuteurs experts du secteur visé ?

Nous pensons que des solutions existent pour améliorer ce partage de connaissances et la capacité des étudiants à entrer en relations avec les bons interlocuteurs. Les étudiants manquent d'expérience pratique des marchés, des secteurs et des métiers. Les professionnels peuvent apprendre beaucoup aux porteurs de projets et les professionnels, eux, peuvent se nourrir des nouvelles idées et points de vue arrivant sur leur marché. Pour cela, ces protagonistes doivent pouvoir se rencontrer et échanger. En effet, lorsqu'un créateur se lance dans un projet entrepreneurial, il met parfois des mois à rassembler les informations utiles à sa future entreprise. Cette démarche peut être un véritable parcours du combattant pour un porteur de projet qui doit se faire une idée solide à partir de sources pas toujours actualisées ou pertinentes. Il n'existe ainsi par ailleurs aucune structure ou dispositif organisant le partage de connaissances entre professionnels et jeunes entrepreneurs alors que cet échange profiterait aux deux parties.

Pendant leur scolarité, les étudiants ont peu de contacts avec le monde professionnel. Ils nouent, certes, des relations à l'occasion de leurs stages, qu'ils ont ensuite la possibilité d'entretenir, mais ils n'ont pas véritablement la possibilité d'échanger sur des sujets professionnels autres que leur future carrière le cas échéant. Or, connaître des professionnels et avoir des moyens simples de les aborder est essentiel lorsqu'ils créent leur entreprise. Il est nécessaire d'avoir un cadre favorisant la prise de contact. En tant qu'étudiant entrepreneurs, on aimerait avoir la possibilité de créer des réseaux permettant de recueillir l'avis de professionnels sur nos projets respectifs avant de franchir le pas de la création. Pour cela, les professionnels comme les jeunes entrepreneurs doivent être en mesure de se rendre disponible et se sentir motivés de le faire, il faut donc trouver des solutions pour inciter créateurs et professionnels à travailler ensemble.

Un avantage fiscal aux entreprises hébergeant de jeunes entrepreneurs dans leurs murs

*Quatrième
frein identifié :
Manque
d'expérience
et de relations
dans le
secteur
d'activités
visé*

L'offre d'hébergement des jeunes entreprises : incubateurs et pépinières, permettent aux entrepreneurs de trouver des lieux favorables à l'essor de jeunes entreprises. Mais, ces solutions ne permettent pas toujours la proximité avec des entrepreneurs experts ainsi que la proximité avec des acteurs de son secteur. Faciliter l'hébergement dans des entreprises existantes avec de la proximité avec son dirigeant permettrait à la fois d'élargir l'offre d'hébergement et de proposer du mentorat de proximité.

Le concept de mentorat propose un partage de connaissances professionnelles entre le mentor et le mentoré. Le mentorat part de l'idée qu'un métier et un savoir-faire ne se composent pas exclusivement de pratiques concrètes cumulables dans le temps. Il suppose aussi un facteur humain sans lequel un métier perd sa substance. Ainsi, les connaissances et les individus qui les pratiquent sont indissociables. Pour transmettre ce savoir-faire et ce savoir-être professionnel il nous semble utile de mettre en relation des jeunes entrepreneurs désireux de recevoir ce type de connaissances et des professionnels souhaitant les partager. Le mentorat est une relation volontaire et bénévole, il serait en effet vain de prévoir des incitations financières ou fiscales pour un processus qui fonctionne sur une base désintéressée. Il est en revanche possible d'agir sur la mise en relation des acteurs souhaitant s'engager en ce sens. Nous proposons donc aux établissements d'enseignement supérieur d'ajouter à l'offre de conseil et de coaching une alternative, celle du mentorat dans les incubateurs mais aussi sur le site des entreprises jouant le rôle de mentors. En effet, les étudiants entrepreneurs peuvent être hébergés au sein d'incubateur et de pépinières d'entreprises notamment, mais des entreprises qui offriraient du mentorat et de l'hébergement gratuit aux étudiants entrepreneurs seraient très utiles et pourraient bénéficier en échange d'avantages fiscaux. L'offre de mentorat pour les étudiants est pour l'instant centralisée par un organisme : le Moovjee. Notre idée est de créer une offre en régions grâce aux établissements d'enseignement supérieur. Ceux-ci pourraient communiquer sur ce dispositif, recruter des professionnels engagés et faire signer la charte du mentorat aux protagonistes.

*Quatrième
frein identifié :
Manque
d'expérience
et de relations
dans le
secteur
d'activités
visé*

Faciliter l'accès aux salons professionnels aux étudiants entrepreneurs de la branche

Les salons sont l'occasion de rencontrer des professionnels, des partenaires et des futurs clients. Cependant, exposer demande un investissement important aux jeunes startups. Il serait très utile de prévoir un espace réservé aux jeunes entrepreneurs reconnus dans leur domaine, qui pourraient y présenter leur offre à moindre frais. La sélection se ferait par un jury en amont du salon et pourrait se faire sur la base des différents concours remportés éventuellement par la startup et l'évaluation d'un business plan. Cela permettrait de promouvoir la création d'entreprise et d'encourager les jeunes entrepreneurs à présenter leur offre dans un cadre professionnel. Il serait par ailleurs utile d'établir un tarif préférentiel pour les étudiants qui souhaitent aller aux salons professionnels (frais d'inscription et d'entrée). En effet, les salons sont souvent annuels et ont lieu à différents endroits en France. Cela peut augmenter les coûts de transport pour des jeunes entrepreneurs. Une solution serait aussi d'organiser des salons par région pour faciliter la mise en relation des acteurs d'une même zone géographique.

Développer dans les syndicats professionnels des services à destination de jeunes entrepreneurs

Les étudiants entrepreneurs recherchent des informations et des relations professionnelles par rapport à des secteurs d'activité bien définis. Ainsi, nous pensons qu'un moyen de créer des contacts utiles passe par les syndicats professionnels. Nous proposons donc d'inscrire dans les prérogatives des syndicats le soutien aux jeunes entrepreneurs. Chaque syndicat adhérent à l'initiative devrait disposer d'une offre d'aide aux créateurs du secteur pour les orienter dans leurs démarches de création. L'offre se composerait d'une documentation relative aux acteurs représentés par le syndicat et aux enjeux et actualités du secteur. En proposant cette offre, les syndicats pourraient bénéficier d'un bon moyen de communication sur leur mission et de recrutement de nouveaux adhérents. C'est une relation collaborative facile à mettre en place qui profiterait aux entrepreneurs comme aux syndicats.



Dominique RESTINO
Président APCE

Pensez-vous que les écoles de commerce peuvent relayer l'idée de mentorat ?

Oui mais elles ne doivent pas être les seules à le faire. Le mentorat s'adresse à tout jeune de moins de 30 ans du CAP aux grandes écoles. Le mentorat doit être relayé partout où il y a des entrepreneurs. Les incubateurs, les universités, les écoles, les accélérateurs sont autant de lieux où peuvent être mis en relation les créateurs et les entrepreneurs.

Quelle est votre conception du mentorat, en quoi est-ce différent d'une formation à l'entrepreneuriat ?

Le mentorat c'est un suivi d'un jeune créateur par un entrepreneur plus expérimenté. C'est un partage bénévole de connaissances et d'expérience. Le créateur mentoré garde un contrôle total sur ses décisions, le mentor n'est pas là pour influencer le créateur. Il n'a d'ailleurs aucun intérêt dans l'entreprise dont il accepte d'être le mentor. De cette façon, il n'y a pas de conflit d'intérêts entre les deux. C'est en somme une solidarité entrepreneuriale pure.

Comment ça se passe concrètement ?

Au Moovjee nous mettons en contact des entrepreneurs bénévoles et des jeunes créateurs. Si l'entrepreneur et son mentor se choisissent mutuellement, s'installe ensuite une relation d'un an à deux ans autour du projet d'entreprise du mentoré. Ils prennent chacun des engagements de travail et se rencontrent régulièrement pour faire le point sur le projet. Pour autant, le mentor n'impose rien, il amène le créateur à se poser et à poser les bonnes questions.

Comment vous est venue l'idée ?

L'idée m'est venue quand j'ai été confronté au problème du manque d'expérience et de relations. J'ai créé mon entreprise à 24 ans sans aucune formation scolaire préalable, en autodidacte. Après des années de croissance et de développement, des grandes questions se sont posées sur les décisions que je devais prendre. Je n'ai pas trouvé de réponses dans l'offre qui m'était proposée. Ni mes amis, ni mes associés, ni mon avocat, ni mon banquier... personne ne pouvait avoir de regard réellement extérieur et bienveillant sur mon entreprise. C'est lors d'un voyage au Québec, dans le cadre de mes engagements politiques, que j'ai pu rencontrer un entrepreneur réellement utile à ma démarche. Cette rencontre a été comme une révélation pour moi, mon interlocuteur m'a éclairé sur absolument tout ce que je cherchais. De retour en France, après des recherches sur ce qui se faisait ailleurs, j'ai décidé de créer cette offre pour les entrepreneurs français.

Comment le Moovjee s'y prend pour promouvoir cette offre ?

Nous organisons des ateliers et des formations pour sensibiliser les entrepreneurs à la nécessité d'aider sur le modèle du mentorat. Nous mettons ensuite en relation des personnes susceptibles de fonctionner ensemble. Enfin, nous accompagnons les créateurs dans leur projet et dans leur relation de mentorat. Nous nous adressons exclusivement aux jeunes de moins de 30 ans et aux entreprises en phase de démarrage. Il faut néanmoins que le créateur possède 20% des parts de sa société. Passé un certain stade de croissance, les entreprises peuvent continuer à bénéficier du mentorat qui reste évidemment pertinent. Ils s'adressent alors à des organismes comme l'IME (Institut pour le Mentorat Entrepreneurial).

POLITIQUE

L'Entrepreneur est dissuadé par l'apparente complexité de la démarche de création d'entreprise

Introduction / Contexte

Et si l'« apparente complexité » de la démarche de création d'entreprise ne serait qu'une excuse pour ne pas créer ? Plusieurs études (notamment celle sur l'efficacité de l'ACCRE¹) ont montré que toute personne qui a la volonté profonde de créer son entreprise n'est pas freinée par les démarches administratives : un des modèles étudiés souligne que, quelque soit l'accompagnement dont a bénéficié l'entrepreneur (CCI, incubateur, etc.), sa réussite ne serait pas due à l'aide apportée par l'ACCRE mais bien au comportement même du créateur. Le problème soulevé serait en réalité un faux problème, qu'il ne serait possible de combattre que par un changement de comportement personnel. Selon une thèse émise par Christian Bruyat (2001²), les « barrières à la création » seraient caduques pour les individus déterminés, alors qu'elles seraient réelles pour les autres. Le véritable enjeu à long terme ne serait donc pas de trouver des « solutions magiques » pour répondre à notre problématique, mais d'agir en amont en permettant aux entrepreneurs potentiels de développer dès leur plus jeune âge l'aptitude à faire preuve d'un comportement entrepreneurial, c'est à dire à développer leur autonomie.

En France, chaque année 15 millions d'individus émettent le souhait de créer leur entreprise, mais on dénombre seulement 550 000 créations d'entreprises³ : cela est en partie expliqué par la notion psychologique du « lieu de contrôle », un trait de personnalité qui permet de distinguer les individus ayant un lieu de contrôle interne - mon destin ne tient qu'à moi - ou externe - mon destin est guidé par les autres. Si certaines personnes sont débrouillardes et entreprenantes, la majorité tendrait à se classer dans la catégorie « externe » : « après tout, si je n'ai pas eu d'aides, que mon banquier ne veut pas me prêter d'argent, je ne peux pas m'en sortir ! ». Ce serait donc la faute des autres.

Rapport de la Cours de Comptes sur les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise – 2012.
<https://www.ccomptes.fr/Publications/Publications/Les-dispositifs-de-soutien-a-la-creation-d-entreprises>

² Bruyat, C. (2001). Créer ou ne pas créer?. Revue de l'Entrepreneuriat, 1(1), 25-42.

³ Les Français et l'esprit d'entreprise. APCE.
http://media.apce.com/file/91/6/analyse_sondage_intention-entrepreneuriale_sde_2013-apce.56916.pdf

L'Entrepreneur est dissuadé par l'apparente complexité de la démarche de création d'entreprise

Par ailleurs, la majorité des solutions mises en place (par des entreprises du secteur privé entre autres) pour sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat ne s'adressent qu'à un public cible : étudiants des grandes écoles, incubateurs, etc. Or, si ces profils ont certes un potentiel intéressant, en France 60% des entrepreneurs ont une formation de niveau CAP à BAC+2. À la différence des étudiants en grande école ou université, ces derniers n'ont pas toujours la motivation et la capacité à s'investir sur le long terme dans un projet entrepreneurial: ils ne savent pas nécessairement par où commencer et hésitent face à l'incertitude. Car passer de l'étape d'intention à la création effective demande du temps. Il y a donc certainement un grand nombre de talents qui ne sont pas stimulés et aidés.

Présenter résultats/problèmes dans l'enquête

L'enquête réalisée auprès des étudiants d'Audencia Group indique que l'«apparente complexité de la démarche de création d'entreprise» freine plus les femmes que les hommes. Cependant, les résultats nous montrent que pour les deux sexes, lorsqu'il y a une forte intention d'entreprendre, cela semble s'équilibrer. Il en ressort donc que lorsque l'on est réellement motivé, la barrière administrative s'affaiblit puisque cette crainte diminue de moitié chez les femmes lorsqu'elles ont un fort désir d'entreprendre. Finalement, ce problème ressort en 11^{ème} position des contraintes qui freineraient l'étudiant entrepreneur. Il ressort en 8^{ème} position chez les femmes mais seulement en 17^{ème} position chez les hommes, chez ces derniers l'intensité de l'intention entrepreneuriale n'ayant pas d'impact sur cette contrainte perçue.

Développer un Business Game pour que les personnes à « sensibilité entrepreneuriale » se rendent compte de la facilité du processus de création

*Cinquième frein
identifié :
L'Entrepreneur
est dissuadé par
l'apparente
complexité de la
démarche de*

À court terme, une solution pour répondre à notre problème serait de faire en sorte que les individus se rendent compte concrètement que la démarche de création d'entreprise n'est pas compliquée. Pour cela, un Business Game (ou une autre activité ludique conçue sous cet angle) pourrait être développé. L'objectif serait de « décomplexifier » la démarche de création d'entreprise. En effet, le caractère divertissant du jeu permettrait selon nous d'attirer plus d'étudiants et d'entrepreneurs potentiels à s'intéresser à l'entrepreneuriat. En prenant plaisir, mais surtout en s'impliquant, le joueur en sortirait avec une expérience positive qui le motivera par la suite à se lancer plus facilement dans la démarche de création d'entreprise. Peut-être gardera-t-il cet aspect ludique en tête lorsqu'il entendra parler d'entrepreneuriat, et sera alors plus à même de partager son expérience. Seulement, il n'est pas toujours simple de démontrer la simplicité du processus de création...

Créer un référentiel sous forme de « portraits d'entrepreneurs » proposant une palette variée de profils d'entrepreneurs représentative des différentes catégories socio-professionnelles en France

Il est important de mettre en avant à titre d'exemples différents entrepreneurs Français pouvant être source d'inspiration. Il est très motivant de découvrir un parcours gagnant pour se prouver qu'il n'est pas impossible de réussir soi-même.

En effet, à l'image du sport ou de la musique, les jeunes s'inspirent aisément des *success stories* nationales ou internationales. Les étudiants pourraient s'identifier à un entrepreneur dans le but de réaliser un parcours similaire. De plus, ces portraits d'entrepreneurs pourraient servir de contacts pour guider les étudiants. Il est important de démocratiser l'entrepreneuriat. Pour ce faire, il faudrait démontrer qu'il est possible de réussir et d'entreprendre en France, dans tous les domaines d'activité. Il est donc primordial que ces exemples soient à l'image de la diversité des entrepreneurs, hommes et femmes, jeunes et expérimentés, travaillant dans différents secteurs d'activité et partout en France, dans le but de permettre à chacun de s'y identifier.

Adopter un modèle éducatif à l'image de celui mis en place au Québec afin de développer l'autonomie des étudiants dès le plus jeune âge

Malheureusement, en France l'entrepreneuriat est totalement absent du cursus scolaire. Nous pensons que l'évoquer et l'étudier dès le plus jeune âge permettrait aux futurs étudiants d'être plus familiers avec la création d'entreprise. Au travers de projets virtuels de création d'entreprise ou de création de produits, les enfants pourraient être amenés à vivre l'expérience entrepreneuriale et à y réfléchir comme à une alternative professionnelle possible. C'est par exemple le cas au Québec, où a été mis en place dès 2004 un programme entièrement pensé afin de développer cette aptitude chez les nouvelles générations, dès la maternelle. L'objectif est de développer très tôt la capacité à se faire confiance, à travailler en équipe, à s'estimer suffisamment capable et armé pour initier un projet entrepreneurial, et à penser de manière créative et pragmatique pour formuler des solutions à des problèmes concrets. Finalement, « le seul moyen de savoir si je sais faire est de faire et si je ne sais pas faire est de me tromper » : c'est ce qu'on appelle la méthode du « learning by doing ».



Nathalie CARRE Coordinatrice de CCI Entreprendre en France

«Chaque enquête, environ 12 à 15 millions de Français disent qu'ils ont envie d'entreprendre. Lors du dernier baromètre Envie d'Entreprendre Idinvest Partners et Le Figaro Economie d'avril 2015, 34% des Français interrogés disent avoir envie d'entreprendre s'ils en avaient la possibilité et 10% disent avoir un projet concret à mettre en œuvre dans l'année (ce qui ferait plus de 4 millions de personnes si on rapporte ce pourcentage au nombre de Français âgés de plus de 20 ans...). Bref, quelles que soient les chiffres, la conclusion est claire: les Français imaginent de plus en plus la création d'entreprise comme un choix de carrière.

Pourtant, chaque année, seules 550 000 nouvelles entreprises voient le jour prouvant la difficulté de passer de l'intention d'entreprendre à l'action. L'une des raisons régulièrement évoquées sont «les démarches administratives complexes» ou «la complexité de la démarche de création d'entreprise». Que recouvre cet a priori? Car il s'agit bien d'un «mythe», d'une perception, car ceux qui connaissent le sujet savent bien que créer une entreprise en termes de démarches administratives pour immatriculer l'entreprise ne prend pas plus d'une heure et peut même se faire en ligne depuis plusieurs années.

Alors que se passe-t-il? Trois éléments de réponse:

Créer une entreprise demande, certes, de «remplir un formulaire administratif» mais, pour que cette formalité ne prenne que quelques minutes, encore faut-il savoir répondre aux questions posées: quelle forme juridique choisir, comment s'appellera l'entreprise, qui sera le gérant dans le cas d'une SARL, quel sera le régime fiscal de l'entreprise, quel sera le statut social du dirigeant, quelle sera l'activité de l'entreprise... Des questions qui demandent d'avoir préparé son projet et d'avoir réfléchi au profil de ses futurs clients et à ses partenaires. Et là, la complexité ne vient plus de «l'administratif» mais du fait que trop de créateurs se lancent sans préparation préalable et ne savent donc pas répondre à ces questions. D'où leur conclusion: c'est compliqué.

Lorsqu'une personne est déterminée à faire quelque chose, ce ne sont pas quelques «papiers» ou formalités qui peuvent arrêter son projet. Il s'agit là du concept développé par Christian Bruyat sur l'engagement dans le processus entrepreneurial et qui démontre que, pour qu'un individu s'engage dans ce processus sans retour en arrière possible, il faut que deux conditions soient réunies:

L'action de créer est préférée à d'autres actions et perçue comme réalisable

Les résistances au changement sont dépassées (habitudes, inertie dans les raisonnements et les comportements, peur de l'inconnu, hostilité de la famille et notamment du conjoint, etc.).

Ainsi, ceux qui disent que «c'est compliqué» ne sont peut-être pas déterminés à se lancer.

Enfin, notons un ressort psychologique important dans la création d'entreprise: le lieu de contrôle. Ceux qui se lancent sont ceux qui considèrent qu'ils sont responsables de leur réussite (par les actions qu'ils mènent) et qui ont donc un lieu de contrôle interne. Or, dire que «c'est compliqué» est un excellent moyen pour ceux qui ont un lieu de contrôle externe (et qui estiment que leur réussite dépend des actions des autres) de justifier le fait qu'ils ne soient pas passés à l'acte..»

http://www.idinvest.com/images/b2015-4/barometre_2015.pdf

CAPITAL HUMAIN

Manque de lien avec des associés potentiels ayant des compétences complémentaires aux siennes

Introduction / Contexte

La collaboration et la complémentarité deviennent une priorité de nos jours pour créer une entreprise. D'après l'INSEE, en 1994 39% des créations d'entreprises étaient réalisées en équipe (avec au moins un associé), alors qu'en 2002 ce pourcentage atteint 46%. Les recherches de Kamm et Schuman (1990), Eisenhardt et Schoohaven (1990) ont montré que l'équipe fondatrice était déterminante dans la réussite d'un projet entrepreneurial. Une équipe est généralement composée d'individus ayant différents profils et savoir-faire et qui sont d'accord pour coopérer et coordonner leurs tâches (Bayad, Naffakhi et Schmitt, 2007). Dans un contexte entrepreneurial, les équipes les plus efficaces sont celles dont les membres ont des qualifications, des connaissances et des capacités complémentaires (Cooper et Daily, 1997).

Dans la plupart des cas, l'identification d'une opportunité d'affaires est le fait d'un seul individu, le porteur de projet. Toutefois, comme Bayad, Naffakhi et Schmitt (2007) le soulignent, cet individualisme nécessaire pour la gestation de l'idée devient problématique lors de la création effective. C'est à ce moment qu'il est important pour le porteur de projet de s'entourer d'une équipe ou tout au moins d'un associé. Trouver des associés et former une équipe entrepreneuriale est néanmoins un processus difficile. Nous avons pu remarquer avec nos collègues de la majeure Dirigeants Entrepreneurs d'Audencia qu'une des difficultés les plus importantes à s'entourer d'une équipe provient du manque de liens avec des associés potentiels ayant des compétences complémentaires aux siennes. En effet, le porteur de projet est confronté à la double question de trouver des associés avec lesquels l'entente est bonne et qui ont des compétences complémentaires.

D'après Bird (1989), le processus de création d'une équipe entrepreneuriale comprend plusieurs phases : l'attraction, l'attachement, la projection, les conflits et le développement. Les membres de l'équipe doivent passer un certain temps ensemble pour arriver à partager une vision commune et s'épanouir dans le projet entrepreneurial. Nous pensons donc qu'il est impératif que des étudiants porteurs de projet aient la possibilité de rencontrer d'autres étudiants avec des aspirations communes. Nous avons pensé à trois propositions pour aider les étudiants porteurs de projet à rencontrer des associés potentiels.

Organiser des rencontres formelles et informelles sur l'entrepreneuriat entre les étudiants des établissements du supérieur

*Sixième frein
identifié :
Manque de
lien avec les
associés
potentiels
ayant des
compétences
complémenta
ires aux
siennes*

Les étudiants d'un même établissement ont suivi plus ou moins le même parcours académique et ont développé des compétences similaires. Favoriser les rencontres entre étudiants d'établissements différents souhaitant créer leur entreprise permettrait aux futurs entrepreneurs de s'associer et d'articuler leurs compétences. Une de nos propositions serait d'organiser une fois par an un salon ou une conférence sur le thème de l'entrepreneuriat entre plusieurs établissements du supérieur. Nous pensons notamment à une conférence annuelle sur un weekend pendant lequel les étudiants auraient la possibilité de suivre des présentations animées par des professionnels la journée et de rencontrer d'autres étudiants intéressés par la création d'entreprise le soir.

Favoriser les contacts entre étudiants en management et étudiants ingénieurs

Souvent, dans le cadre de projets innovants, l'étudiant-entrepreneur doit maîtriser des techniques et des technologies particulières tout en sachant s'occuper du pilotage stratégique, des aspects financiers et du travail administratif. Réunir toutes ces compétences devient alors un réel frein à la création d'entreprise. Cependant, les étudiants ingénieurs ont les capacités pour créer des prototypes, des sites internet, des applications mobiles, etc. et les étudiants en management sont formés à la finance, au marketing, à la communication et au développement commercial. Ces deux populations ont des profils très complémentaires pour réussir à créer ensemble une entreprise. En s'associant, ils réduisent les risques d'échec liés au manque de compétences et rassurent les investisseurs. Nous pensons que la création de partenariats entre écoles d'ingénieurs et écoles de management peut favoriser la création d'entreprise en facilitant la rencontre des co-fondateurs des startups de demain. Il est important que ces rencontres se fassent au plus tôt dans le cursus des étudiants, car les projets entrepreneuriaux mettent souvent plusieurs années à mûrir, d'où le rôle déterminant des écoles à nouer des partenariats localement pour favoriser ces contacts dès la première année.

Plateforme d'appel à participation sur des projets entrepreneuriaux éligible en tant que stage en entreprise

Les fondateurs d'une startup à la recherche de partenaires/associés avec des compétences complémentaires devraient pouvoir proposer des stages dans leur entreprise. Nous pensons par exemple à une plateforme où les fondateurs pourraient poster des offres de stage pour leur jeune entreprise. Cette plateforme serait un lien entre les startups et les établissements d'enseignement supérieur, qui pourrait tout simplement prendre la forme d'une page Facebook, Twitter ou d'un site Internet. Ce type de stage serait très utile pour les étudiants qui prévoient de créer leur propre entreprise plus tard. La plupart des étudiants font deux stages pendant leurs études. Notre proposition est de donner aux étudiants souhaitant devenir entrepreneurs l'opportunité de rencontrer d'autres jeunes entrepreneurs auprès desquels ils pourront faire l'expérience des épreuves et des bénéfices de la création d'entreprise.

Par ailleurs, d'après les études citées ci-dessus, il a été démontré que la création d'une équipe entrepreneuriale prend du temps. En effet, les membres d'une équipe doivent apprendre à travailler ensemble et à partager la même vision. Un porteur de projet ayant récemment lancé sa startup aurait grâce à notre plateforme la possibilité d'embaucher un stagiaire. Après avoir travaillé ensemble pendant 6 mois, l'entrepreneur pourrait par exemple proposer au stagiaire d'intégrer l'entreprise et s'associer au projet. Nous pensons que cette plateforme qui encourage les rencontres entre étudiants et porteurs de projet aura un impact positif sur l'économie à long terme.



Etienne SAINT-JEAN Professeur à Trois Rivières - Québec et spécialiste de renommée internationale du Mentorat

« Nous avons eu la chance de pouvoir partager sur ce sujet avec Etienne St-Jean, titulaire de la Chaire de recherche UQTA sur la carrière entrepreneuriale à l'université de Québec à Trois Rivières. Etienne St-Jean nous a confirmé que « la problématique de la composition des équipes entrepreneuriales est toujours d'actualité ». D'après lui, nos recherches sont cependant un peu trop centrées sur les étudiants. En effet, M. St-Jean fait partie de l'Institut de recherche sur les PME et il n'est pas persuadé que les étudiants passeront davantage à l'action ou même auront des entreprises plus pérennes que d'autres entrepreneurs. De plus, d'après ces recherches, Etienne St-Jean s'est aperçu que « même si la notion de compétence est importante, la complémentarité entre les fondateurs n'est pas forcément un gage absolu de réussite d'une part, et l'apport d'autres ressources (réseaux, expériences et connaissances de l'industrie, capitaux, etc.) peut s'avérer d'une grande importance dans la réussite du projet, d'autre part ». Par exemple, on a démontré que l'expérience et les connaissances d'une industrie chez les membres des équipes entrepreneuriales sont importantes pour maintenir la croissance de l'entreprise (Kor, 2003). Etienne St-Jean suggère donc d'aller au-delà de la mise en contact entre étudiants, afin d'encourager également la mise en relation des étudiants-entrepreneurs avec des personnes expérimentées du secteur d'activité visé.

Au-delà de la complémentarité des compétences, il peut s'avérer utile de se mettre en relation avec des partenaires potentiels aux ressources complémentaires et l'ouverture aux non-étudiants semble donc une avenue à explorer. Au niveau des moyens, on peut penser à l'organisation d'une *Startup Weekend*, qui ne se limite pas aux étudiants, bien que ce soit son principal public cible. Les activités proposées pendant cet événement permettraient aux étudiants-entrepreneurs de rencontrer des personnes susceptibles de devenir des partenaires d'affaires. Pendant le week-end, des conférences animées pourraient être animées par des spécialistes de différentes technologies qui pourraient venir présenter les avancées en la matière à des groupes d'étudiants-entrepreneurs. Les participants disposeraient du week-end pour constituer des équipes, détecter collectivement des opportunités d'affaires et identifier des débouchés, ainsi que pour réfléchir ensemble aux innovations découlant de différentes technologies.

Etienne St-Jean estime très utile l'idée d'une plateforme d'appel à participation sur des projets entrepreneuriaux éligible en tant que stage en entreprise non-rémunéré. Cette solution comporte néanmoins un inconvénient majeur : le risque d'un refus d'adoption de la plateforme. En effet, l'enjeu demeure sa popularité auprès des deux catégories de protagonistes visés : les entrepreneurs et les étudiants-entrepreneurs, les premiers pour fournir un maximum de stages intéressants, et les deuxièmes pour s'en tenir informés et poser leur candidature. Pour que la plateforme soit active, il serait donc nécessaire que les établissements d'enseignement supérieur, les responsables d'incubateurs et les responsables de spécialisations en entrepreneuriat incitent les jeunes entrepreneurs à la consulter régulièrement. »

Manque d'expérience professionnelle avant d'entreprendre

Introduction / Contexte

Des économistes et des politiques défendent aujourd'hui l'idée selon laquelle la sortie de crise sera accélérée avec l'augmentation du nombre de créations d'entreprises par les jeunes. Cependant, les jeunes étudiants capitalisent en moyenne un an d'expérience en entreprise à l'issue des études. Cette expérience comprend les stages de découverte de l'entreprise, les jobs étudiants et les stages de fin d'études. La plupart de ces expériences se sont déroulées dans des entreprises déjà existantes, sous l'autorité d'un tuteur de stage et dans un cadre normé par les objectifs et la culture de l'entreprise d'accueil.

Or, en tant que futur entrepreneur, les étudiants-entrepreneurs aspirent à créer eux-mêmes une entreprise et sa culture, et à décider des objectifs à poursuivre dans le cadre de leur travail. En outre, les responsabilités confiées aux étudiants-entrepreneurs dans le cadre de leurs stages sont bien loin de celles auxquelles doit faire face un chef d'entreprise. De même, la variété d'interlocuteurs avec lesquelles un entrepreneur est en relation demande des compétences transversales qu'un stage propose rarement de mettre en œuvre. Ces étudiants ont donc en somme une expérience professionnelle, mais pas ou peu d'expérience entrepreneuriale. En plus d'un manque d'expérience entrepreneuriale, les étudiants-entrepreneurs n'effectuent pas toujours leur stage dans le secteur d'activité de leur future entreprise. Ils ne connaissent donc pas les pratiques, le vocabulaire et l'industrie visée. Certes, ils peuvent se former au marché sur lequel ils entreprennent tout en entreprenant, mais c'est une difficulté et un risque supplémentaire pour la structure qu'ils vont créer.

Toutefois, grâce à leurs stages en entreprise, les étudiants entrepreneurs évoluent dans des structures de différentes tailles, pérennes et aux processus de fonctionnement bien établis. Ceci leur permet d'appréhender différents types d'organisation et de management qu'ils pourront ensuite transférer ou transformer en tant que créateurs d'entreprise.

Pour compenser ce manque d'expérience professionnelle entrepreneuriale, trois propositions ont été identifiées :

- Inciter les TPE et PME à proposer des stages « main droite du dirigeant » aux étudiants souhaitant développer un profil d'entrepreneur,
- Identifier les stages permettant d'acquérir une expérience entrepreneuriale,
- Faciliter l'acquisition progressive d'une expérience entrepreneuriale tout au long du cursus académique.

Inciter les TPE et les PME à proposer des stages « main droite du dirigeant » aux étudiants souhaitant développer un profil entrepreneur

*Septième frein
identifié :
Manque
d'expérience
professionnelle
avant
d'entreprendre*

Les entrepreneurs expérimentés ont connu les difficultés auxquelles doivent faire face les futurs entrepreneurs. Ils seraient les mieux placés pour transmettre leur expérience et leur expertise aux jeunes qui souhaitent créer leur entreprise. Dans le cadre de ces stages, l'étudiant pourrait accompagner pendant plusieurs mois le dirigeant dans son quotidien afin de mieux cerner ses fonctions. Il se confronterait ainsi à la réalité du management, à la prise de décisions stratégiques et aux différentes négociations. Ainsi, si des annonces d'emplois sur des sites de recrutement comme Monster ou Apec voient aujourd'hui apparaître le terme « entrepreneur » dans la description des profils recherchés, demain les étudiants-entrepreneurs ayant effectué un stage « main droite du dirigeant » pourront démontrer avoir acquis ce profil et les compétences qui en découlent.

Identifier les stages permettant d'acquérir une d'expérience d'entrepreneuriale

Concrètement, cela pourrait se traduire par la mise en place par la direction des relations entreprises de chaque école d'une mention sur les offres de stages : « stage pour futur entrepreneur ». On pense que les stages qui pourraient porter ce label sont soit des stages qui comprendraient à la fois une dimension stratégique et une mise en œuvre opérationnelle (en conduite de projet, par exemple), soit des stages avec une forte composante opérationnelle en lien avec des compétences entrepreneuriales (lancement de nouveaux produits/services, développement d'affaires, financement de nouvelles entreprises, etc.).

Dans le cadre de ces stages, les étudiants-entrepreneurs participeraient à la détection d'opportunités d'affaires, à la prise de rendez-vous avec différentes parties prenantes, à la négociation et à la réflexion stratégique. Ces stages peuvent être identifiés aussi bien en TPE et PME qu'en grande entreprise. Dans les petites structures, les profils polyvalents sont très recherchés et les étudiants-entrepreneurs pourraient y consolider avec profit leurs compétences entrepreneuriales. Dans les entreprises de plus grande taille, des missions « intrapreneuriales » sont parfois proposées, consistant par exemple à assister un chef de projet à la création d'un nouveau département ou d'une business unit ou participer au développement d'une filiale à l'étranger.

Faciliter l'acquisition progressive d'une expérience professionnelle entrepreneuriale tout au long du cursus académique

Une solution envisageable serait de créer une junior entreprise pour aider les étudiants-entrepreneurs à acquérir une expérience entrepreneuriale dès leur entrée à l'université ou en école de commerce. Ceci permettrait aux étudiants, outre le développement de différentes compétences métier, d'entrer en contact avec des dirigeants et des créateurs d'entreprise qui constitueraient leur premier carnet d'adresses et qui pourraient les aider plus tard au lancement de leur propre entreprise. Une autre solution serait de proposer des formations à l'entrepreneuriat dans tous les types de cursus à partir de la deuxième année d'étude pour sensibiliser les étudiants et les aider à construire une première « boîte à outils entrepreneuriale ». Dans ces cours de sensibilisation animés par des professeurs, des accompagnateurs et/ou des entrepreneurs, des créateurs d'entreprise pourraient témoigner et coacher les étudiants dans le montage d'un projet de création virtuel. Ces formations seraient très utiles pour donner le goût d'entreprendre et initier les étudiants-entrepreneurs à la façon de lancer une entreprise, en leur apprenant comment créer une organisation et la rendre compétitive sur son marché. Les jeunes entrepreneurs deviendraient ainsi plus confiants en leur capacité à entreprendre et ceux qui n'auraient pas d'intention entrepreneuriale à l'issue des études seraient néanmoins capables d'entreprendre plus tard dans leur vie, s'ils en auraient besoin ou envie.



Philippe HAYAT

Président de l'association 100 000 Entrepreneurs

« Je ne pense pas que l'expérience soit nécessaire avant d'entreprendre, ce qui compte réellement, c'est d'avoir le bon projet au bon moment, mais surtout l'envie d'entreprendre et de réussir. Cette expérience «manquante» peut être compensée rapidement par un réseau d'entrepreneur qui accompagne le porteur de projet et par des incubateurs. Des systèmes de tutorat existent aussi et sont très efficaces.

Si toutefois un jeune créateur veut obtenir des expériences entrepreneuriales avant de se lancer, je pense qu'il doit favoriser les expériences opérationnelles et «de terrain». Des stages ou expériences en business développement et web-marketing sont très appropriés, car ils combinent la prise de rendez-vous, la négociation et la vente. En effet, la première tâche de l'entrepreneur va être de vendre son projet et son produit. Je conseille donc aux étudiants de ne pas chercher des stages back office avec de la rédaction de dossier ou en support de quelqu'un. De plus, il faut être sûr que votre tuteur de stage sera disponible pour vous accompagner et vous transmettre ses connaissances. Je vous conseille de trouver votre stage dans des petites structures, si votre tuteur peut vous dégager du temps à vous consacrer, vous travaillerez sur des tâches opérationnelles. A l'inverse, si vous cherchez dans des grandes entreprises, votre tuteur de stage aura sûrement plus de disponibilité pour vous mais veillera à ne pas faire de tâches supports aux autres personnes et favorisera les tâches opérationnelles. C'est en faisant que l'on apprend.

Je conseillerais aux étudiants de trouver des structures qu'elles soient associatives ou professionnelles, comme des Juniors-Entreprises qui travaillent pour des entrepreneurs. Avec l'association 100 000 Entrepreneurs que j'ai créée il y a 8 ans, nous faisons intervenir des chefs d'entreprises dans les lycées pour sensibiliser les étudiants à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat. Pour les études supérieures, nous avons mis en place dans plusieurs écoles lors de la deuxième année, des formations permettant aux étudiants de disposer d'une «boîte à outils» de l'entrepreneur. »

ACCOMPAGNEMENT

Manque d'accès à des réseaux d'entrepreneurs confirmés

Introduction / Contexte

La difficulté pour un jeune entrepreneur à entrer en contact et à nouer des partenariats avec des entrepreneurs plus expérimentés peut être un réel frein à la création d'entreprise. L'étudiant-entrepreneur qui débute sur un marché n'a souvent pas l'expérience nécessaire au lancement d'entreprise et connaît souvent mal son secteur. Ce manque d'expérience peut être un frein en termes de crédibilité et de légitimité face à des partenaires potentiels. Notre étude indique qu'il est difficile pour un jeune de s'intégrer dans les réseaux d'entrepreneurs confirmés et de lancer son entreprise de manière optimale sans l'aide et les conseils avisés d'entrepreneurs en activité.

Résultat de l'enquête

Selon les résultats de l'enquête réalisée auprès des étudiants d'Audencia Group (2015), le manque d'accès à des réseaux d'entrepreneurs est la quatrième cause qui explique l'hésitation des jeunes à entreprendre. Les étudiants ayant une forte intention de créer leur entreprise, citent ce problème comme la troisième difficulté la plus importante à laquelle ils se confrontent. Ce manque d'accès aux réseaux d'entrepreneurs confirmés s'avère moins problématique pour les femmes interrogées (elles le classent comme cinquième) que pour les hommes (qui le classent troisième).

La connaissance et l'intégration d'un réseau d'entrepreneurs confirmés dès le lancement de l'entreprise permettrait aux étudiants-entrepreneurs de:

- Se confronter à des modèles de réussite entrepreneuriale,
- Acquérir plus rapidement de l'expérience avec l'aide d'entrepreneurs confirmés,
- Structurer leur entreprise et leur modèle économique de manière plus optimale, en profitant des conseils du réseau d'entrepreneurs. Négocier plus facilement les prix, les conditions, les délais en bénéficiant de l'appui ou en passant par un entrepreneur intermédiaire confirmé.

L'une des façons d'apprendre à entreprendre est d'aller à la rencontre des professionnels qui ont réussi ou qui ont échoué, afin de s'inspirer de leur expérience pour guider la sienne. Nous souhaitons apporter des pistes de réflexion pour faciliter et encourager les relations entre professionnels et étudiants qui partagent le même goût pour l'entrepreneuriat. Il nous a semblé nécessaire de proposer des solutions qui intègrent les étudiants dans des réseaux souvent difficiles d'accès et apportent une légitimité à leur projet en leur offrant, sans attendre la création de l'entreprise, le soutien d'un professionnel qui les suivra dès le début du projet.

Huitième frein identifié : Manque d'accès à des réseaux d'entrepreneurs confirmés

Ouvrir des places dans les réseaux existants pour des étudiants entrepreneurs

Les étudiants estiment qu'il est difficile à la fois d'identifier des réseaux d'entrepreneurs et de pouvoir se faire accepter en tant que membre pendant ses études. En effet, une fois les réseaux identifiés, il est parfois ardu du point de vue des étudiants de prendre contact avec les membres et d'intégrer ces cercles qui leurs semblent très fermés. Les réseaux d'entrepreneurs confirmés regroupent majoritairement des professionnels dont l'entreprise est déjà opérationnelle, l'entrepreneur en devenir ne dispose souvent pas d'une expérience suffisamment riche pour y justifier sa présence, et bien souvent n'est pas en mesure de s'offrir l'adhésion qui peut être perçue comme coûteuse.

Nous avons pensé qu'il était intéressant de donner aux étudiants-entrepreneurs la possibilité de rejoindre ces «réseaux d'initiés», en leur réservant quelques places. Cela leur permettrait à la fois de rencontrer des membres susceptibles de les conseiller et d'apprendre à réseauter dans un environnement rassurant. Le nombre de places attribués au sein de chaque réseau pourrait être proportionnel à sa taille et la cotisation, s'il y en a une, pourrait être adaptée. Cet accès à des réseaux d'entrepreneurs serait un appui significatif pour les entrepreneurs en devenir sur le plan de apprentissage du métier et des opportunités d'échange et de conseil.

Les réseaux d'entrepreneurs sont nombreux en France et ils jouent un rôle important dans les régions où ils sont implantés. Pourtant, les institutions académiques, dont les écoles de commerce, en font peu mention auprès de leur public. Les étudiants interrogés (Audencia, 2015) soulignent la nécessité de mieux connaître les réseaux d'entrepreneurs avec l'appui de leur école. Des partenariats pourraient être noués avec des réseaux d'entrepreneurs et de dirigeants d'entreprises afin d'aider les étudiants intéressés par une carrière entrepreneuriale à mieux s'intégrer sur leur territoire. Parmi les réseaux existants, outre les réseaux nationaux comme le CJD (Centre des Jeunes Dirigeants d'Entreprise), nous avons identifié par exemple <http://www.club-business.fr/>. Ce réseau a retenu notre attention notamment pour son implication auprès des entrepreneurs de la Sarthe et de la Loire. Ce club bien connu des entrepreneurs de la région permet d'échanger mais aussi de trouver des fournisseurs ou des personnes susceptibles d'investir dans les projets. En 2008, il comptait déjà près de 200 membres. Un autre club bien connu de la région parisienne est <http://www.capdigital.com/>. Créé en 2006, Cap Digital est un pôle de transformation numérique qui regroupe 670 PME, 50 ETI et 70 écoles, laboratoires de recherches et universités. Ce hub contribue à la visibilité et à la compétitivité de ses membres tant au niveau national qu'international, à travers la mise en réseau et la collaboration entre adhérents. Faire partie d'un tel pôle de créativité et de compétitivité permettrait aux étudiants-entrepreneurs de faire un grand pas en avant dans la mise en œuvre de leur projet. Cap Digital pourrait réserver chaque année quelques places aux étudiants afin de les aider à concrétiser leur projet. Par ailleurs, Cap Digital pourrait proposer à certains étudiants de les accompagner à l'innovation et à l'entrepreneuriat.

Huitième frein identifié : Manque d'accès à des réseaux d'entrepreneurs confirmés

Faciliter le mentorat entrepreneurial

Une grande difficulté lors du lancement d'activités par les étudiants est la connaissance limitée du secteur, du métier et du milieu entrepreneurial, qui peuvent être palliées avec l'aide de professionnels. Des dispositifs de mentorat existent aujourd'hui pour les jeunes créateurs d'entreprise ainsi que pour les entrepreneurs de croissance, qui trouvent en la personne qui les accompagne un réel soutien et une motivation précieuse. Le mentor peut répondre aux différentes interrogations du créateur, dévoiler les secrets du métier pour accélérer le développement de l'activité, mais aussi ouvrir son carnet d'adresses pour soutenir son protégé. C'est pour ces raisons que nous pensons qu'il est nécessaire de proposer le mentorat aux étudiants-entrepreneurs. En effet, afin de renforcer sa légitimité et sa crédibilité auprès des interlocuteurs, l'appui d'un mentor peut s'avérer salutaire pour des étudiants avant même qu'ils aient créé leur société. De nombreux organismes indépendants tels que le Moovje proposent du mentorat mais seulement aux personnes ayant déjà créé leur entreprise et nous pensons que ce type de relation d'accompagnement serait très utile aux étudiants-entrepreneurs, afin de les aider à passer les différents caps de la création d'entreprise.

Parmi les dispositifs de mentorat entrepreneurial, l'IME (Institut du Mentorat Entrepreneurial) accompagne les PME de croissance (gazelles) en agissant comme un catalyseur de savoir : le mentorat consiste ici en la mise en relation de deux dirigeants qui s'engagent à échanger et partager leurs expériences. L'IME est parti d'un constat : le chef d'entreprise est concentré sur son métier qui se retrouve bien souvent limité à un secteur d'activité. Le mentorat peut apporter une ouverture d'esprit sur d'autres activités et sur d'autres modèles. Le programme développé par l'IME est toutefois exclusivement dédié aux PME à fort potentiel et intervient en "aval" de la création de l'entreprise. Ainsi, de nombreux étudiants-entrepreneurs en début d'activité ne peuvent pas accéder à ce type de mentorat. Or, ce dispositif pourrait être transposé au moment de la création d'entreprise, ce qui permettrait de rassurer et d'engager un certain nombre d'étudiants dans la démarche entrepreneuriale.

Etendre la réduction d'impôts pour accompagnement des entrepreneurs à l'accompagnement d'étudiants-entrepreneurs

Une réduction d'impôt est accordée aux contribuables qui aident bénévolement des demandeurs d'emploi, des titulaires du revenu de solidarité active ou de l'allocation aux adultes handicapés à créer ou reprendre une entreprise. Mais la réduction d'impôt sur cette aide n'est effective que si les personnes accompagnées font partie d'une de ces trois catégories et si elles peuvent en apporter la preuve : inscription à Pôle emploi pour les chômeurs, être titulaire du RSA ou de l'allocation aux adultes handicapés. Les accompagnateurs, quant à eux, doivent pouvoir justifier d'une expérience ou de compétences professionnelles qu'un réseau d'appui à la création et au développement des entreprises ou une maison de l'emploi reconnaissent par un agrément obligatoire.

Nous proposons d'étendre la réduction d'impôt de l'accompagnement d'entrepreneurs à l'accompagnement d'étudiants-entrepreneurs. L'extension de cette réduction d'impôt à l'accompagnement d'étudiants-entrepreneurs qui ne peuvent pas rentrer dans l'une des trois catégories citées précédemment permettrait de faciliter l'accès à un réseau d'entrepreneurs confirmés pour des jeunes entrepreneurs. Cette extension serait bénéfique à la fois à l'accompagnateur qui obtiendrait une réduction d'impôt et à l'étudiant-entrepreneur qui serait aidé par quelqu'un d'expérimenté à la création de son entreprise.



Bénédicte SANSON Délégue générale du MoovJee

Nous avons pu recueillir le témoignage de Bénédicte Sanson au sujet de nos propositions. Après avoir occupé la fonction de directrice marketing et créé plusieurs sociétés dans les domaines du marketing et de la communication, Bénédicte Sanson est aujourd'hui co-fondatrice et déléguée générale du Moovjee (Mouvement pour les jeunes et les étudiants-entrepreneurs). Le Moovjee est un organisme accompagnant les « jeunes » entrepreneurs et les porteurs de projet grâce à trois éléments : **le mentorat** s'adressant aux jeunes entrepreneurs entre 18 et 30 ans, **le prix Moovjee** - Innovons Ensemble ouvert à tous les porteurs de projets, et **la communauté** Moovjee informant et soutenant ceux qui veulent poursuivre cette voie.

Comment choisir et s'insérer dans un réseau ?

Ce qu'il faut savoir avant tout, c'est que l'on rejoint un réseau autant pour donner que pour recevoir. Lorsque j'ai lancé mon entreprise en 2005, j'ai voulu m'insérer dans un réseau d'entrepreneurs et je me suis donc demandé pour commencer ce que j'avais à apporter au réseau, les compétences que j'avais à offrir, et ce que j'attendais des membres du groupe. Il faut bien identifier les raisons pour lesquelles on s'insère dans un réseau et ensuite chercher l'organisme qui correspond au mieux à cet équilibre : donner et recevoir. Pour ma part, je l'ai trouvé dans le réseau des entrepreneurs de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris. Mon implication au sein de ce réseau m'a permis d'être choisie par les responsables pour présenter mon projet lors du salon de Paris et ainsi de gagner en visibilité. Le réseau fut un formidable moyen de rebond car après la fermeture de mon entreprise en 2008, Dominique Restino, alors Président du réseau, m'a proposé en 2008 de co-fonder Moovjee.

Comment Moovjee accompagne les jeunes entrepreneurs ?

Moovjee accompagne les jeunes entrepreneurs entre 18 et 30 ans de trois manières différentes. Tout d'abord, nous avons mis en place un programme de mentorat, dans lequel chaque entrepreneur débutant est accompagné par un entrepreneur confirmé. Ensuite, nous promovons l'entrepreneuriat chez les jeunes en leur offrant la possibilité de participer au prix Moovjee - Innovons Ensemble, concours national qui prime une vingtaine de porteurs de projets et entrepreneurs chaque année. Pour finir, nous informons et soutenons tous ceux qui souhaitent développer leur entreprise via la communauté Moovjee. L'objectif de notre démarche est de permettre aux jeunes étudiants de choisir l'entrepreneuriat comme premier choix de vie.

En quoi le mentor se différencie d'un coach ou d'un conseiller ?

Le rôle du mentor est bien éloigné de celui d'un coach ou d'un conseiller. C'est une personne ayant pour but d'accompagner le savoir-être de l'entrepreneur, c'est-à-dire, l'accompagner dans ses choix, et le soutenir dans la voie qu'il a choisie en l'aidant à se questionner sur ses décisions stratégiques, à l'inverse du coach qui va l'aider à atteindre un but précis. Il intervient après la création de l'entreprise car c'est grâce à sa connaissance de la réalité du terrain qu'il pourra agir en véritable pair ; il aidera l'entrepreneur à passer les épreuves qu'il a lui-même eues à surmonter. Les conseillers et coach sont rémunérés pour leur aide tandis que le mentor est un véritable soutien du porteur de projet, qui le suit dans son évolution de manière bénévole. Il a, de plus, l'interdiction d'investir financièrement dans la société pendant toute la durée de l'accompagnement et pendant une année après la fin du programme afin d'éviter toute tentation de guider l'entrepreneur vers une stratégie qui lui serait personnellement favorable.

Quelles sont les valeurs du mentor ?

Le mentor est un entrepreneur expérimenté, bénévole et désintéressé. Le mentor n'a aucun intérêt financier dans les projets et ne reçoit aucune rémunération en contrepartie de son implication. Il doit avoir envie de voir le jeune entrepreneur grandir, tout intérêt financier dans le projet pourrait biaiser la démarche. Le mentor est une personne qui s'engage de sa propre volonté, soit parce qu'il a lui-même eu la chance de bénéficier de cette aide à ses débuts, soit parce qu'il a justement manqué de soutien en se lançant et souhaite apporter ce soutien en sortant l'entrepreneur de son isolement.

Comment accroître le nombre de mentors : proposer une réduction d'impôt ?

Nous souhaitons instaurer une relation de confiance entre le mentor et l'entrepreneur. L'entrepreneur confirmé a pour mission d'accompagner le « jeune » entrepreneur dans son cheminement personnel. Chez Moovjee, nous sommes convaincus que proposer une réduction d'impôt ne provoquerait pas de raz de marée et risquerait de biaiser la relation que le mentor entretient avec l'entrepreneur : certains mentors seraient présents dans un intérêt financier et non dans un but de transmission bénévole de leur expérience.

L'entrepreneur est une personne passionnée qui cherche à faire croître son entreprise et qui souhaite contribuer à une dynamique économique. Pour accroître le nombre de mentors il faut faire savoir aux entrepreneurs à quel point leur engagement auprès des nouveaux entrepreneurs permet de créer un cercle vertueux générateur de valeur économique et d'emplois. Les résultats obtenus par les entrepreneurs accompagnés au Moovjee sont là pour le prouver. »

CULTURE

Difficulté à appréhender l'incertitude des résultats futurs

Introduction / Contexte

On entend souvent dire que les entrepreneurs aiment prendre des risques, alors qu'en fait, s'ils en prennent, ils ont tendance à les minimiser. La notion de risque ne caractérise probablement pas de manière tout à fait adéquate l'environnement dans lequel les entrepreneurs agissent lorsqu'ils créent une nouvelle entreprise : il s'agit plutôt d'une situation d'incertitude que d'une situation de prise de risque.

Qu'entend-on par la notion d'incertitude ? Selon Frank Knight (1921), prix Nobel d'économie, qui utilise le vocabulaire de la probabilité, il faut opposer les situations de risque en général, où il est possible de calculer ou d'estimer la probabilité qu'un événement spécifique survienne, à celles d'incertitude où aucun calcul n'est possible. La raison d'être de l'incertitude est qu'elle est liée à des événements uniques, sans précédent véritable. L'entrepreneur est celui qui se trouve confronté à cette situation d'incertitude – à l'image de la création d'une nouvelle entreprise – et qui ne peut donc pas être exprimée en probabilités. La caractéristique essentielle d'un environnement incertain est l'isotropie, un terme introduit par le philosophe Jerry Fodor (1985)², qui signifie simplement que soit il n'y a pas d'informations sur l'environnement, soit l'entrepreneur n'a aucun critère pour décider de leur pertinence. Aucun «calcul» rationnel n'est donc possible.

La problématique qui se pose à l'étudiant-entrepreneur, comme aux entrepreneurs en général, est la suivante : sur quels critères décider à entreprendre une action donnée dans une situation où tout se vaut ? Pour faire face à cette situation, deux changements sont préconisés. Le premier est de passer d'une logique de décision par le calcul à une logique de décision par le jugement et l'hypothèse. Le second consiste à passer de critères objectifs de pertinence de l'information à des critères subjectifs, ou plus exactement intersubjectifs en confrontant son projet directement aux clients potentiels. Après tout, trouver quelqu'un qui est d'accord pour avancer sur la base d'une hypothèse commune suffit, nul besoin d'autres critères de décision. Dans la plupart des cas, la résolution de l'incertitude par l'entrepreneur n'est pas une opération cognitive prédictive mais au contraire une opération de transformation de l'environnement. Résolution et transformation sont inséparables, et la transformation est un processus intrinsèquement social au sens où elle se produit en créant des liens avec d'autres acteurs, parties prenantes au processus de création. Engager des relations avec les parties prenantes tôt dans le projet – clients, partenaires, fournisseurs, investisseurs, employés – n'est pas seulement utile pour l'entrepreneur, ceci constitue le pilier de l'activité entrepreneuriale : la création d'une institution nouvelle, le marché de son entreprise.

Knight, F. H. (1921). Risk, uncertainty and profit. New York: Hart, Schaffner and Marx.

² Fodor, J. A. (1985). Precipice of the modularity of mind. Behavioral and brain sciences, 8(01), 1-5.

Accompagner les étudiants entrepreneurs vers les approches de l'entrepreneuriat visant à lever les incertitudes (lean startup et effectuation)

*Neuvième frein
identifié :
Difficulté à
appréhender
l'incertitude
des résultats
futurs*

Comment réduire les incertitudes des entrepreneurs grâce à l'effectuation et au Lean Startup? Tout d'abord, rappelons les étapes clés de la représentation que l'on se fait généralement d'un démarrage classique d'entreprise : un entrepreneur a une grande idée, il rédige rigoureusement un long business plan, trouve des financements, recrute une équipe et se lance; une préparation rigoureuse pour tenter un amorçage sans faille.

La réalité en est différente, les entrepreneurs passant plutôt par la méthode de l'effectuation lorsqu'ils créent leur entreprise: ils partent avec une idée assez simple et inventent au fur et à mesure leur projet avec un minimum de moyens afin de limiter les pertes éventuelles, tout cela en faisant preuve de créativité, d'écoute et de flexibilité. Pour tester la viabilité de leur offre, les entrepreneurs ont la d'utiliser la méthode du Lean Startup. L'effectuation et le Lean Startup mettent en lumière le fait que les entrepreneurs procèdent par étapes qu'ils valident progressivement, des séquences dont le résultat est évalué rapidement plutôt que par un long processus orienté vers un objectif précis connu à l'avance. Cet avancement séquentiel permet de lever le maximum d'incertitudes et d'économiser du temps et de l'argent.

Accompagner les étudiants entrepreneurs à envisager des alternatives et à tirer profit de résultats non attendus

En se lançant dans un projet, l'étudiant-entrepreneur peut se préparer à de multiples cas de figure mais n'arrive jamais à tout prévoir. Il est donc nécessaire d'adopter très vite un état d'esprit souple et agile, et profiter de la flexibilité dont on dispose quand le projet n'en est qu'à ses premières phases. Le porteur de projet doit savoir tirer parti des surprises. En effet, le point commun essentiel entre les méthodes de l'effectuation et du Lean Startup est la notion d'itération qui s'éloigne des visions classiques de la démarche entrepreneuriale. Pour reprendre les termes de Philippe Silberzahn (2013), spécialiste de la problématique, «traditionnellement, un des grands principes en création d'entreprise et en management, c'est de faire un plan, un business plan, des prévisionnels pour éviter les surprises. Or, cette démarche est très coûteuse... En réalité, c'est la capacité à réagir aux surprises qui fait l'entrepreneur. »³

Ces nouvelles façons d'aborder l'entrepreneuriat mettent beaucoup plus l'accent sur l'expérimentation, la confrontation au marché et la validation rapide des données plutôt que sur le fait de consacrer la majeure partie des efforts à la préparation, la projection et l'anticipation des événements. L'expérience de chaque entrepreneur étant unique, celui-ci est susceptible de rencontrer des difficultés nouvelles, que l'expérience et la préparation peineront à résoudre, il serait donc plus judicieux d'être toujours en capacité de « pivoter », dans les termes de la théorie du Lean Startup, et d'être à l'affût d'opportunités insoupçonnées comme le propose l'effectuation.

³ <http://business.lesechos.fr/entrepreneurs/business-plan/10026916-l-effectuation-et-ses-5-cles-pour-creer-la-fin-des-createurs-d-entreprise-super-heros-34176.php>

Développer la créativité et la capacité à faire face à l'incertitude de manière positive par des dispositifs hors salle de classe (art, sport)

*Neuvième frein
identifié :
Difficulté à
appréhender
l'incertitude
des résultats
futurs*

Afin de préparer les étudiants-entrepreneurs à faire face à l'incertitude de manière flexible et créative, l'art et le sport nous semblent très utiles. Les deux pourraient être proposés dans le cadre des cursus académiques afin d'aider les jeunes à identifier leurs émotions et à les mobiliser de manière positive en situation d'incertitude. L'art permet d'ouvrir l'horizon des individus vers l'extérieur et vers le passé. En s'imprégnant de la personnalité d'artistes reconnus, les jeunes peuvent réfléchir à des modèles qui dépassent l'univers de l'entrepreneuriat, la culture jouant par ailleurs un rôle clé dans la génération d'idées et d'innovations. Quant au sport, celui-ci n'est pas juste un moyen d'évasion qui offre une porte de sortie idéale pour évacuer toute la pression accumulée lors de phases intenses d'efforts intellectuels et physiques, ce qui est déjà très important pour un entrepreneur. Le sport participe aussi à la création d'un corps sain, tout en y retrouvant les mêmes caractéristiques que dans le lancement d'une startup : la nécessité de tenir dans la durée, d'alterner avec intelligence phases de sprint et d'endurance, et l'importance du collectif dans la réussite d'une entreprise. La pratique du sport constitue une flèche supplémentaire au carquois de l'entrepreneur étudiant dans sa confrontation à la réalité d'une autre compétition - celle pour faire sa place sur le marché visé.



Jean Pierre BOISSIN

Professeur à Grenoble et missionné par le
Ministère de l'Education Nationale pour la direction des Pépites

Un succès dans la mise en place des mesures pour l'entrepreneuriat-étudiant

Les quatre mesures annoncées en novembre 2013 par la Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche ont été mises en œuvre :

- 29 Pôles Etudiants Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE) ont été créés sur l'ensemble des sites d'enseignement supérieur permettant un maillage du territoire national avec une mise en réseau des établissements d'enseignement supérieur ;
- L'entrepreneuriat et l'innovation font l'objet de modules dans les maquettes pédagogiques des Licences, Masters, Doctorats ou des programmes Grandes Ecoles ; plus de 100 000 étudiants ont eu accès à ces modules en France au 30 juin 2014 ;
- Le Prix PEPITE a été lancé en 2014, il connaît sa deuxième édition avec 50 lauréats nationaux et 150 lauréats régionaux ;
- Le statut national Etudiant-Entrepreneur a été lancé avec succès ; plus de 600 étudiants-entrepreneurs ont eu leur dossier de candidature accepté par les PEPITE.

Consolider le réseau des 29 PEPITE

Fort de ce succès, les 29 Pôles Etudiants Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE) doivent être renforcés sur les territoires pour développer leurs actions sur les sites d'enseignement supérieur :

- De sensibilisation à l'entrepreneuriat et à l'innovation notamment dans les établissements moins bien dotés en ressources humaines et pédagogiques dans ces domaines,
- De transfert des ressources de l'enseignement supérieur vers les petites et jeunes entreprises ou les moyennes entreprises en croissance : recherche-développement, stages, projets pour tiers, emplois notamment de business développeur,
- De réponse à la diversité de la demande en intégrant l'économie sociale et solidaire, les propositions des organisations étudiantes (CNJE, Solidarité Etudiantes, Animafac...) afin de mieux reconnaître l'engagement associatif dans le statut étudiant-entrepreneur et sous forme d'équivalence d'ECTS,
- De mise en réseau des étudiants et des établissements dans leur diversité (universités, grandes écoles, autres établissements ; IAE, IUT, Ecoles de commerce, Ecoles d'ingénieur).

Accélérer le développement des PEPITE des étudiants-entrepreneurs

8 mois après la mise en place du statut national Etudiant-Entrepreneur, les établissements des 29 PEPITE vont faire des propositions d'amélioration :

- Créer des centres de coworking transversaux afin de favoriser l'atteinte d'une taille critique des communautés d'étudiants-entrepreneurs dans leur diversité pendant qu'ils ont le statut ; cette phase d'amorçage des projets ne s'oppose pas mais au contraire s'appuie sur les incubateurs existant (« Allègre », IES, autres pépinières) et les structures d'accompagnement et de financement existantes,
- Des plateformes doivent permettre de mettre en réseau les étudiants-entrepreneurs sur les territoires et au plan national,
- Améliorer le contexte réglementaire pour l'étudiant-entrepreneur en rénovant les textes de la Jeune Entreprise Universitaire (JEU proche de la JEI) : RSI, connaissance de l'ACCRE et du statut CAPE, statut autoentrepreneur et APL, intégration du statut et du diplôme Etudiant-Entrepreneur (DZE) dans le PPAE pour les jeunes inscrits à Pôle Emploi, possibilité pour les étudiants étrangers de rester sur le territoire dans le cadre de leur projet de création d'entreprise
- Renforcer l'accompagnement de l'étudiant-entrepreneur en facilitant l'accès à des bourses d'études et bourse d'accompagnement, prêts d'honneur et autres avances remboursables et en mettant en lien avec les structures de financement (Initiative France, Réseau Entreprendre, France Active) et d'investissement (nouveaux fonds d'amorçage dédiés, business angels, capital-risque, grandes entreprises).

Difficulté à faire valoir ses compétences et sa polyvalence sur le marché de l'emploi traditionnel

Introduction / Contexte

*Dixième frein
identifié :
Difficulté à
faire valoir
ses
compétences
et sa
polyvalence
sur le
marché de
l'emploi
traditionnel*

La majorité des étudiants en entrepreneuriat décide de rejoindre le marché du travail traditionnel une fois diplômée. On comprend que cela puisse troubler un employeur potentiel : un entrepreneur est celui qui crée son entreprise. L'étudiant en entrepreneuriat qui n'entreprendrait pas après le diplôme serait-il alors un oxymore ?

En réalité, l'employeur qui recrute un jeune diplômé d'école de commerce ne sait pas toujours ce qui se cache derrière une spécialisation en entrepreneuriat, comme il ignore généralement ce que les étudiants y font, ce qu'ils y apprennent. Car, s'il est facile de déterminer les domaines de compétence d'un étudiant en marketing, finance ou contrôle de gestion, il est plus difficile d'appréhender ceux d'un étudiant en entrepreneuriat à la simple lecture de l'intitulé de son diplôme. Quant aux jeunes diplômés, ils reconnaissent leur difficulté à exposer de manière synthétique les compétences qu'ils ont développées en étudiant l'entrepreneuriat, il est donc plus laborieux pour eux de « se vendre » sur un marché du travail compétitif, et où les employeurs préfèrent faire confiance aux profils métiers qu'ils connaissent bien.

De plus, les compétences développées par l'étudiant en entrepreneuriat peuvent sembler abstraites (par exemple, le management de projet, la capacité à élaborer et à implémenter une stratégie, la capacité à travailler en équipe etc.) et leur degré d'acquisition varie beaucoup selon les élèves. Tous n'assument pas le même rôle au sein de leurs groupes de travail et la diversité des projets entrepreneuriaux ainsi que des compétences nécessaires pour mener à bien un travail de groupe imposent une complémentarité de la part des élèves, qui consolident ainsi des compétences différentes selon leur rôle effectif au sein des équipes.

Faciliter l'identification des spécificités entrepreneuriales d'un poste

Les étudiants en entrepreneuriat ne savent pas quels postes et quelles entreprises leur conviendraient le mieux lors de leur entrée sur le marché de l'emploi. Les offres pour jeunes diplômés ne sont simplement pas rédigées d'une manière qui permettrait aux étudiants-entrepreneurs d'identifier les postes susceptibles de leur convenir. Toutes les entreprises n'ont pas la même ouverture à l'intrapreneuriat et à l'innovation, et tous les postes ne laissent pas la même chance à l'étudiant d'exprimer son esprit d'entrepreneur. En résumé, les étudiants-entrepreneurs manquent de moyens leur permettant d'identifier les offres et les entreprises susceptibles de répondre à leur profil et où ils pourraient exprimer pleinement leurs compétences.

Pour y répondre, deux solutions sont envisageables :

- Une rédaction des offres d'emploi plus explicite de la part des recruteurs : une mention qui préciserait l'intérêt de l'entreprise pour les étudiants-entrepreneurs serait utile à la fois à l'étudiant et à l'entreprise.
- Une meilleure communication entre les anciens étudiants-entrepreneurs et les futurs diplômés. Cette communication pourrait avoir lieu par le biais du réseau d'alumni, ou plus simplement par l'intermédiaire d'un site Internet.

*Dixième frein
identifié :
Difficulté à
faire valoir
ses
compétences
et sa
polyvalence
sur le
marché de
l'emploi
traditionnel*

Proposer aux étudiants-entrepreneurs de faire un "portfolio" résumant leurs expériences et les compétences acquises

La particularité des spécialisations en entrepreneuriat est de permettre aux étudiants de faire des expériences concrètes et de se confronter au monde du travail pendant leurs études. En effet, un projet entrepreneurial conduit les étudiants à se confronter à leur futurs clients et partenaires pour savoir s'ils seraient intéressés par leurs produits, à interroger des investisseurs potentiels pour savoir s'ils seraient éventuellement susceptibles d'investir dans le projet, et à être évalués par des acteurs du monde du travail qui jugent leurs idées d'affaires (lors de concours de startup ou de crash test par exemple). Un projet entrepreneurial demande aussi la plupart du temps de réaliser des maquettes (version bêta d'un site internet ou d'une application, par exemple). Des problématiques très concrètes sont abordées: design, image de marque, finance, faisabilité de chaque aspect du projet. Bref, les majeures en entrepreneuriat renvoient à une expérience directe et concrète, un véritable passage à l'action dès les premiers mois dans des domaines très variés du monde de l'entreprise. Les élèves accumulent ainsi une expérience unique et susceptible d'être valorisée après le diplôme, ce qui leur permet de se démarquer des étudiants des autres majeures.

Pour valoriser leur parcours, les étudiants-entrepreneurs pourraient élaborer des portfolios de compétences sur la base de l'ensemble des cours et de projets réalisés pendant la formation afin d'être en mesure d'apporter des arguments concrets pour appuyer ses savoirs, savoir-faire et savoir-être dans un contexte d'entretien de recrutement. Ce type de portfolio reprendrait l'ensemble des expériences académiques, des stages et des projets et indiquerait pour chacun les compétences acquises avec des illustrations concrètes et des preuves (résultats, feedbacks du monde professionnel, notes, concours, etc.). Ce serait un outil précieux pour préparer un entretien de recrutement et l'alimenter en exemples permettant de convaincre et de rassurer l'employeur.

Sensibiliser les professionnels du recrutement aux profils entrepreneuriaux

Cette sensibilisation pourrait être réalisée par plusieurs acteurs : les écoles et les universités, les professeurs, le tissu associatif entrepreneurial et les entrepreneurs ou professionnels qui auraient à cœur de promouvoir le développement de l'esprit entrepreneurial dans le monde du travail. Le rôle des établissements et du corps professoral nous semble primordial. Leur crédibilité serait un atout important dans la sensibilisation des recruteurs.

Un autre axe de sensibilisation serait le développement de projets conjoints entre étudiants et entreprises. Au cours du premier semestre 2015, des étudiants en entrepreneuriat d'Audencia ont travaillé en partenariat avec l'entreprise Maison du monde au développement d'une offre innovante. La démultiplication de ce type d'initiatives permettrait de sensibiliser les recruteurs en leur donnant un aperçu direct de la valeur ajoutée qu'un étudiant en entrepreneuriat peut apporter au sein d'une entreprise déjà établie, en quête de développement.



Estelle MARIE Présidente Audencia Alumni

« « La France a besoin d'entrepreneurs », soulignent les politiques et les dirigeants. Loin d'être un simple effet de mode, il s'agit d'une aspiration de plus en plus partagée par les jeunes diplômés. Mais qu'est-ce qu'un entrepreneur précisément ? « On est entrepreneur avant tout par état d'esprit », souligne Estelle Marie, présidente d'Audencia Alumni. Selon elle, même si les étudiants en entrepreneuriat doutent parfois de leurs compétences et de leur capacité à les faire valoir dans un contexte de recrutement, les formations en entrepreneuriat développent des compétences bien spécifiques, dont notamment l'esprit d'entreprendre. « C'est une filière où l'on développe surtout des softs skills qu'il ne faut pas avoir peur de mettre en avant en entretien » rappelle Estelle Marie. « Un entrepreneur est quelqu'un de curieux et d'autonome, qui possède de vraies qualités en gestion de projet, tant de compétences que les entreprises recherchent activement » ajoute-t-elle. Par ailleurs, les études en entrepreneuriat développent des compétences dans tous les champs de la gestion : « C'est justement la polyvalence qui fait la force de l'entrepreneur. En plus de ses qualités personnelles, c'est quelqu'un qui possède des bases solides en finance d'entreprise, en marketing, en stratégie. Il ne faut pas oublier que la plupart des hard skills on les apprend surtout en entreprise ! » remarque Estelle Marie.

Au-delà de la connaissance limitée des compétences spécifiques des étudiants entrepreneurs, les recruteurs peuvent aussi exprimer certaines réticences supplémentaires. Est-ce qu'un étudiant entrepreneur est fiable, est-ce qu'il supporte la hiérarchie, est-ce qu'il saura travailler dans une équipe ? Estelle Marie s'est montrée rassurant : « Cela fait bien longtemps que je n'avais pas entendu une telle chose ! » ironise-t-elle. Cependant, elle avoue que certaines entreprises sont plus réticentes au changement que d'autres, et cela ne dépend pas exclusivement de la taille ou du secteur d'activité : « C'est à l'étudiant de se renseigner sur cet aspect de l'entreprise. Certaines boîtes comme Danone sont totalement réceptives au changement et cherchent à innover continuellement. D'autres le sont moins. Il n'y a pas de règles. Il serait faux de penser que dans les petites boîtes il est plus facile de faire bouger les lignes ». Selon Estelle Marie, une bonne méthode pour y voir plus clair serait de se tourner vers le réseau des anciens pour recueillir un maximum d'informations sur un poste ou une entreprise. En rêvant un peu plus, on pourrait alors imaginer un classement des entreprises plus ou moins « entrepreneur friendly » à l'instar de Glassdoor pour les salariés. Cela pourrait d'ailleurs être un axe de différenciation pour les entreprises.

Compte tenu du parcours professionnel d'Estelle Marie, ancienne salariée chez Cartier à New-York et aujourd'hui directrice de la recherche chez Richemont, nous lui avons demandé si l'hésitation des recruteurs face aux profils entrepreneurs était une spécificité française. Elle a reconnu que la mentalité anglo-saxonne était effectivement plus encline à recruter ce type de profil, tout en soulignant que de plus en plus d'entreprises françaises s'orientent aujourd'hui vers ces profils perçus comme porteurs d'innovation.

1- Ecole d'origine

Ecole d'origine	Réponses	Répartition
Audencia Nantes	173	68,92%
EAC – Audencia Group	37	14,74%
SciencesCom – Audencia Group	33	13,15%
Centrale Nantes	1	0,40%
Audencia Nantes (Double Coursus)	6	2,39%
Mines Nantes	1	0,40%
Total	251	100,00%

2- Répartition Homme / Femme

Sexe	Réponses	Répartition
Homme	112	44,62%
Femme	139	55,38%
Total	251	100,00%

3- Niveau Intention entrepreneuriale (sur des échelles en 10 points)

Niveau Intention	Répondants	Répartition	Homme	Répartition	Femme	Répartition
Inférieur à 7	94	37,45%	29	25,89%	65	46,76%
Supérieur ou égal à 7	157	62,55%	83	74,11%	74	53,24%
Total	251	100,00%	112	100,00%	139	100,00%

4- Résultats en fonction du genre du répondant

Quelques résultats ont retenu notre attention car ils présentent des écarts significatifs de classement, selon que le répondant qui évalue les problèmes est une femme ou un homme.

1- Les femmes sont plus sensibles aux problèmes suivants :

a. La difficulté à appréhender les résultats futurs

Problème classé en 4^{ème} position par les femmes et en 2^{ème} position par les hommes à forte intention entrepreneuriale. Les hommes le classent en 8^{ème} position et les femmes à forte intention en 16^{ème}.

b. Le manque de crédibilité par rapport aux investisseurs

Problème classé en 3^{ème} position par les femmes et par les hommes à forte intention entrepreneuriale. Les hommes le classent en 9^{ème} position et les femmes à forte intention en 8^{ème}.

Résultats de l'enquête

c. Découragement face à l'apparente complexité de la démarche de création

Problème classé en 8^{ème} position par les femmes et par les femmes à forte intention entrepreneuriale. Les hommes ainsi que les hommes à forte intention entrepreneuriale le classent en 17^{ème} position.

2- Les hommes sont plus sensibles au problème suivant :

Manque d'expérience professionnelle avant d'entreprendre

Problème classé en 2^{ème} position par les hommes en général et les hommes à forte intention entrepreneuriale. Les femmes le classent en 9^{ème} position et les femmes à forte intention entrepreneuriale en 10^{ème}.

	Classement Général	Classement Intention Supérieure à 7/10	Classement général Femmes	Femmes Intention Supérieure à 7/10	Classement général Hommes	Hommes Intention Supérieure à 7/10
Difficulté à appréhender l'incertitude des résultats futurs	3	6	4	2	8	16
Manque de crédibilité par rapport aux investisseurs	5	7	3	3	9	8
Manque d'expérience professionnelle avant d'entreprendre	7	5	9	10	2	2
Est dissuadé par l'apparente complexité de la démarche de création d'entreprise	11	12	8	8	17	17
Manque de capital pour amorcer son entreprise	12	14	13	15	10	13

5- Résultats en fonction du niveau d'intention entrepreneuriale

Quelques résultats ont retenu notre attention car ils présentent un écart significatif de classement entre les étudiants ayant déclaré une forte intention entrepreneuriale et le classement général.

a. La difficulté à faire valoir ses compétences et sa polyvalence sur le marché de l'emploi traditionnel

Ce problème ressort en 10^{ème} position du classement général et en 13^{ème} position du classement des étudiants ayant une forte intention entrepreneuriale.

b. Manque de lisibilité de l'offre de financement

Ce problème apparaît en 10^{ème} position au classement des étudiants à forte intention entrepreneuriale et en 14^{ème} position pour les étudiants en général

Résultats de l'enquête

	Classement Général	Classement Intention Supérieure à 7/10	Classement Femmes	Femmes Intention Supérieure à 7/10	Classement Hommes	Hommes Intention Supérieure à 7/10
Difficulté à faire valoir ses compétences et sa polyvalence sur le marché de l'emploi traditionnel	10	13	11	13	12	15
Manque de lisibilité de l'offre de financement	14	10	14	11	13	10

6- Résultats en fonction du niveau d'intention entrepreneuriale et du genre

Quelques résultats ont retenu notre attention car ils présentent un écart significatif de classement entre les étudiants, hommes ou femmes, ayant déclaré une forte intention entrepreneuriale et le classement général.

- a. Le manque de lien avec des associés potentiels ayant des compétences complémentaires aux siennes

Ce problème ressort en 9^{ème} position pour les hommes à forte intention entrepreneuriale, en 10^{ème} position pour les femmes, en 12^{ème} position pour les femmes à forte intention entrepreneuriale et en 16^{ème} position pour les hommes.

- b. Manque de capital pour amorcer son entreprise

Ce problème ressort en 10^{ème} pour les hommes et 13^{ème} pour les femmes alors que pour les hommes à forte intention entrepreneuriale il ressort en 13^{ème} position et en 15^{ème} pour les femmes à forte intention entrepreneuriale.

	Classement Général	Classement Intention Supérieure à 7/10	Classement Femmes	Femmes Intention Supérieure à 7/10	Classement Hommes	Hommes Intention Supérieure à 7/10
Manque de capital pour amorcer son entreprise	12	14	13	15	10	13
Manque de lien avec des associés potentiels ayant des compétences complémentaires aux siennes	13	11	10	12	16	9

LES ETUDIANTS DE LA MAJEURE ENTREPRENEURIAT

Les étudiants de la majeure ont été répartis par groupes de travail sur les 10 freins identifiés.



Auriane Dominois, Marie Liesse
Cabaret, Pauline Allonas

*Manque de crédibilité personnelle,
d'attractivité du projet et de liens
pour attirer des investisseurs*

Arnaud Breden, Wanda Béguelin,
Eugène Mahon

*Manque de lien avec des associés
potentiels ayant des compétences
complémentaires aux siennes*



Jack Wright, Romain Savouré,
Pierre Régnier

*Manque d'expérience
professionnelle avant
d'entreprendre*



Louis Brouard, Laura Chehade,
Léo Chalon

*Manque d'accès à des réseaux
d'entrepreneurs confirmés*



David Sertillange, Danier Robinard,
Yassine Cherti

*Difficulté à appréhender
l'incertitude des résultats futurs*





Matthieu Soucheleau, Frédéric Monnier, Dan Scemama

Difficulté à faire valoir ses compétences et sa polyvalence sur le marché de l'emploi traditionnel

Johnny Smith, Philip O'Dwyer, Arnaud Sferlazza

Manque de capital et de ressources propres pour boucler son financement

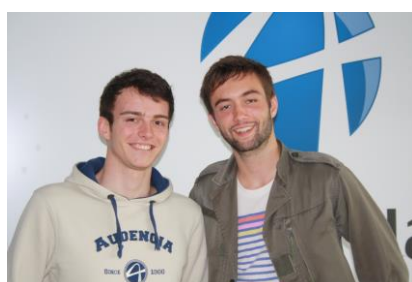


Paul Baratte, Violaine Bailleul, Edouard O'byrne

Manque de lisibilité de l'offre de financement

Martin de Gouvion, Hugo de Gabrielli, Daniel Mc Gowan

Manque d'expérience et de relations dans le secteur d'activités visé



Alain de Christen, François Lelièvre

L'entrepreneur est dissuadé par l'apparente complexité de la démarche de création d'entreprise



Audencia Nantes

École de Management

La Mission d'AUDENCIA

Rayonnant en France et à l'international depuis son territoire, Audencia Nantes École de Management forme et accompagne dans le développement de leurs compétences, des étudiants et des managers issus d'horizons diversifiés, attentifs à donner du sens à leurs projets et à leur engagement.

Guidée par ses valeurs d'Innovation, de Coopération et de Responsabilité, Audencia produit et diffuse des connaissances utiles à la société, conçues pour faire évoluer l'enseignement du management et inspirer de nouvelles pratiques en entreprise.

www.audencia.com - innovation.audencia.com

www.centrale-audencia-ensa.com

