

Analyses et études (mai 2012)

J'ai repéré un certain nombre d'études et d'analyses qui m'ont semblé utiles pour enrichir l'approche de l'entrepreneuriat des TPE et PME et de la création d'entreprise ; j'en ai extrait les éléments qui me semblaient essentiels et nouveaux, en retravaillant par exemple certains tableaux que j'ai voulus plus explicites ou en complétant l'analyse, et si besoin en formulant quelques commentaires. J'ai voulu aussi citer les chiffres qui servent de cadrage à ces thématiques. André LETOWSKI

Dans ce document :

Création d'entreprise, auto-entrepreneuriat

- L'auto-entrepreneuriat progresse à nouveau plus que pour les autres créations d'entreprises, après avoir connu une nette chute en 2011 (-19%) ; cette forte progression concerne 40% des activités. *Chiffres Insee*
- Les 2/3 des créateurs d'entreprise travaillent toujours seuls, 5 ans après la création de leur affaire, mais certains font appel à la sous-traitance ou à des partenariats interentreprises l'analyse différencie 4 types de créateurs dont un groupe de développeurs (22% des créateurs). *Centre Etudes de l'Emploi*
- Quelle place pour les seniors entrepreneurs ? *Colloque organisé par l'association Seniors Entrepreneurs avec l'appui du Conseil Economique, Social et Environnemental*

Les TPE

- 36 000 entreprises artisanales ont exporté entre 2 004 et 2 007 ; parmi ces entreprises, 63% l'ont fait occasionnellement, alors que 19% considéraient l'export comme le vecteur fort de leur développement. *ISM*

Conjoncture

- 40% des TPE ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires au cours du premier trimestre 2012, mais ils ne sont plus que 20% à envisager des baisses pour le prochain trimestre, 26% pronostiquant même une hausse *Baromètre des TPE Fiducial/Ifop*
- La lente reprise d'activité dans l'artisanat et le commerce de proximité déjà observée au cours du dernier trimestre 2011 s'est maintenue en début d'année 2012 *UPA*
- Un début d'année difficile pour la vente et réparation automobile *CNPA*

Le financement

- 17 750 nouveaux entrepreneurs ont bénéficié de l'appui de France Initiative en 2011 et ont donné naissance à 15 953 entreprises, soit 17% des créations d'entreprise bancarisées et 1,133Md€ injectés dans l'économie des territoires *France initiative*
- Le microcrédit permet une passerelle avec les banques ; il a permis le financement et l'accompagnement de 36 000 entreprises (principalement des créations) en 2011 *Baromètre de la 3ème édition de Convergences 2015*
- Une nouvelle forme de crédit, le crédit entre particuliers : 250 prêts par mois et plus d'un million d'euros de crédit *Les Echos*

Secteurs d'activité

- Début 2010, l'ensemble du commerce regroupe environ 711 869 sociétés et entrepreneurs individuels (20% des entreprises) ; en 2009, les 630 000 entreprises recensées réalisaient un chiffre d'affaires de 1 250 milliards d'euros et employaient près de 2,8 millions de salariés en équivalent-temps plein (23 % des emplois des secteurs marchands). *Insee*,
- Les réseaux réalisent les trois quarts du chiffre d'affaires du commerce de détail en magasin ; les points de vente intégrés réalisent 41% du chiffre d'affaires du commerce de détail hors pharmacie, devant les magasins adhérents à un groupement (22 %) et les commerces franchisés (7 %). *Insee*
- Le commerce associé a accru son chiffre d'affaires en 2011 de 4,1% *Les Echos du 22 mai et le site web de la Fédération du Commerce Associé*
- En 2010, la France est le premier pays destinataire en nombre de touristes et le 3ème en termes de recettes *Mémento du tourisme 2011, DGCIS*

Territoires, développement économique et innovation

- Est-ce que les territoires ont encore du pouvoir et une pertinence économique ? *Datar*
- Ecosystèmes entrepreneuriaux : faut-il arrêter d'essayer de copier la Silicon Valley ? *bulletins-electroniques.com/actualites/69829.htm*

Sensibilisation à l'entrepreneuriat

- Les doctorants bénéficiaires d'un Cifre sont 31% à vouloir créer une entreprise, par plaisir de créer et désir d'autonomie, mais plus de la moitié affirment aussi de nombreuses difficultés (trouver la clientèle, maîtriser le commercial, gérer) *Novancia*

Rapports et propositions (non commentés)

- Rapport de synthèse du Groupe de travail Innovation Sociale *Projet d'avis Conseil Supérieur de l'Economie Sociale et Solidaire Décembre 2011*
- Le nouvel impératif industriel *Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie*

Deux guides :

- Guide de l'innovation pour les PME : *ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche*
- Guide pratique de la transmission des entreprises artisanales, commerciales, hôtelières ou de services *transcommerce, transartisanat édition 2012*

Propos iconoclastes

- Comment prendre une bonne décision et réduire le plus possible le risque d'erreur? *Les Echos*
- Harvard, la première des universités au classement de Shanghai, forme autant les enseignants que les étudiants *Le Monde*
- Le rééquilibrage du capitalisme passe par la mise en évidence du poids, déjà important, du secteur pluriel dans l'économie. *Le Monde interviewe de Henry Mintzberg*

Création d'entreprise, auto-entrepreneuriat et TPE

L'auto-entrepreneuriat progresse à nouveau plus que pour les autres créations d'entreprises, et ce dans la quasi-totalité des activités, après avoir connu une nette chute en 2011 (-19%) ; cette forte progression concerne 40% des activités.

Chiffres Insee et Informations rapides N°124, Insee Conjoncture

L'importance des auto-entrepreneurs a cru dans quasiment toutes les activités entre les 4 premiers mois de 2012 et ceux de 2011. **Les taux en auto-entrepreneurs progressent nettement entre les 4 premiers mois de 2012 et l'année 2011 toute entière.**

Les non auto-entrepreneurs ont pour leur part régressé de 3,6% au cours des 4 premiers mois de 2012, et ce une régression voire une stabilité quasiment dans toutes les activités (sauf la santé/éducation). **Doit-on y voir là les effets de la crise actuelle ? Ou une situation plus durable qui s'installerait dans les modalités de création ?**

Activités	Chiffres Janvier-avril 2012					Auto-entrepreneur			Autres créateurs
	Nbre AE	% dans AE	Nbre autres créateurs	% autres	Nbre total	Evol 01-04/12 comparé à 01-04/11	% AE dans l'activité 01-04/12	% AE dans l'activité en 2011	Evol 01-04/12 comparé à 01-04/11
Fortes progressions au cours des 4 derniers mois (classée par importance décroissante)									
Industrie*	6 281	5,6	3 753	4,1	10 034	+36,3	62,6	55,5	-15,5
Information-com	6 801	6,1	3 459	3,8	10 260	+27,5	66,3	63,0	+0,5
Construction	17 098	15,3	15 213	16,7	32 311	+22,4	52,9	48,6	-6,3
HCR	3 088	2,8	6 528	7,1	9 616	+18,9	32,1	29,8	-1,9
Santé, éducation	10 490	9,4	8 811	9,6	19 301	+12,1	54,3	53,7	+5,9
Transports	920	0,8	2 532	2,8	3 452	+10,3	26,7	27,5	-2,2
Sous total	44 678	40,0	40 296	44,1	84 974	+21,7			-3,2
Faibles progressions, voire régression									
Finances, assurances	642	0,6	3 184	3,5	3 826	+6,5	16,8	12,3	-17,1
Services aux particuliers	17 228	15,5	4 705	5,2	21 933	+4,6	78,5	77,9	+0,6
Commerce	22 177	19,9	19 400	21,2	41 577	+2,7	53,3	51,7	-6,2
Services aux entreprises	25 830	23,2	17 932	19,6	43 762	+2,1	59,0	59,4	-0,1
Immobilier	902	0,8	5 814	6,4	6 716	-1,2	13,4	14,2	-1,2
Sous total	66 779	60,0	51 035	55,9	117 814	+3,0			-3,8
Total	111 457	100,0	91 331	100,0	202,788	+9,7	55,0	53,0	-3,6

*La catégorie industrie est pour bonne part fort éloignée du sens courant ; y sont classées, du fait de la nature de leur activité, des activités artisanales du type imprimerie, couture, métiers d'art, ébénisterie et tapisserie, prothésistes dentaires...

Les 2/3 des créateurs d'entreprise travaillent toujours seuls, 5 ans après la création de leur affaire, mais certains font appel à la sous-traitance ou à des partenariats interentreprises ; l'analyse différencie 4 types de créateurs dont un groupe de développeurs (22% des créateurs).

Connaissance de l'Emploi, 86 CEE, novembre 2011, « le travailleur individuel, la figure dominante parmi les créateurs d'entreprise »

Les auteurs ont exploité l'enquête Sine 2002 (interrogeant les créateurs au démarrage, 3 puis 5 ans après) pour dresser **une typologie de créateur au regard de l'emploi salarié**. Ils ont constaté au préalable **la forte motivation d'indépendance au démarrage (69% des répondants)** ; 38% créaient parce que sans emploi ; 22% seulement s'inscrivent par contre dans la création pour mettre en œuvre une idée nouvelle de produit/service ou de marché nouveau. Ils ont aussi constaté le souhait majoritaire « d'assurer leur propre emploi, une motivation plus largement exprimée par les

« travailleurs individuels » ; ceux qui souhaitent développer l'entreprise qu'ils ont créée (se traduisant par l'embauche ou des partenariats envisagés dès le démarrage), sont 65% à se reconnaître dans l'appellation de chef d'entreprise. **Quelle typologie a été élaborée ?**

Deux sous-groupes n'ont toujours pas de salarié 5 ans après la création

-**Celui du «travailleur individuel » (38% des cas)**, qui exerce lui-même l'activité, créant ainsi son propre emploi. Il n'a recours au cours des 5 premières années de création, ni à des salariés, ni à une coopération interentreprises. On y trouve des créateurs, souvent en profession libérale, un public plus souvent féminin (1/3 des créateurs sont des femmes contre ¼ dans les autres groupes).

-**Celui de Sarl, le plus souvent de services aux entreprises** (27% des cas) : les créateurs sont fréquemment des professionnels de l'encadrement d'entreprise ; nombre d'entre eux poursuivent par ailleurs une activité salariée ; en ce qui concerne le développement de l'entreprise (souhaité par les 2/3 de cette population), ils n'ont pas recours à l'emploi salarié, mais à la sous-traitance ou à un partenariat interentreprises.

Deux autres sous-groupes ont embauché :

-**Celui d'entreprise individuelle dans des activités traditionnelles de mains d'œuvre**, notamment de la construction, des HCR... (13% des cas) ; ils sont plus âgés, plus souvent de sexe masculin et longuement expérimentés comme ouvrier ou employé ; ils poursuivent le métier sous la forme d'indépendant (en créant ou en reprenant une entreprise). Les artisans y sont nombreux ; c'est aussi dans ce groupe que l'on trouve le plus grand nombre de créateurs étrangers.

-**Celui des développeurs expérimentés** : chefs d'entreprise déjà expérimentés en tant que tel, ou dirigeants ouverts à des formes de partenariat telles la franchise, la sous-traitance, la coopération interentreprises (22% des cas) ; plus que les autres, ils sont motivés par le goût et l'opportunité d'entreprendre, leur objectif principal étant de développer l'entreprise.

Quid de la présence de salarié au cours des 5 premières années de création/reprise ?

	% au sein des créateurs	Aucun salarié au cours des 3 enquêtes	Parfois un salarié	Au moins un salarié à chaque enquête
Travailleur individuel	38	100	0	0
Sarl de services aux entreprises	27	57	20	23
Entreprise individuelle de main d'œuvre traditionnelle	13	0	76	24
Développeur expérimenté	22	0	59	41

Quelle place pour les seniors entrepreneurs ?

Colloque organisé par l'association Seniors Entrepreneurs avec l'appui du Conseil Economique, Social et Environnemental le 31 mai

Une double difficulté à aborder cette question, celle de la définition du senior et celle de l'entrepreneur. Le terme senior peut à la fois désigner 3 tranches d'âges bien différentes, celle des 50 ans à la retraite, susceptible d'appartenir encore au monde du travail, celle des 60/65-80/85 ans constituée de seniors retraités souvent actifs et le 4^{ème} âge, bien plus inscrit dans la dépendance. Constat est fait selon nombre d'études que l'activité, l'optimisme préservent les seniors de la maladie d'Alzheimer ou des problèmes cardiovasculaires (ou ralentissent les effets de ces maladies).

L'entrepreneuriat, ou plutôt un entrepreneur, c'est quoi ? Une personne porteuse d'un projet qui conjugue une approche cible produit/client dans une concurrence donnée où l'on se différencie par le faire autrement (dont l'innovation) ; il court un risque financier, un risque de positionnement sociétal, de non réussite du projet et doit dégager un profit pour réinvestir et développer, rémunérer les capitaux engagés et rembourser les emprunts (même si beaucoup ne cherchent pas à faire d'abord de l'argent en soi). Tout cela suppose une mise en œuvre du projet avec des

partenaires (fournisseur, clients, autres entreprises, banquier...), une équipe (les forces vives de l'entreprise) et s'inscrit dans une approche stratégique et prospective qui est de la responsabilité première de l'entrepreneur.

Les seniors retraités qui sont perçus comme entrepreneurs s'inscrivent-ils dans cette définition ? Ils **disposent certes de plus d'argent que les plus jeunes**, et sont de ce fait **moins inscrits dans le risque financier** ; ils sont aussi **moins en préoccupation de se réaliser**, de se prouver à eux-mêmes leurs capacités à réussir le challenge qu'ils se donnent, et **plus enclins à l'expertise, au don de temps, voire d'argent** ; ce qui les conduit à être nombreux à s'impliquer dans des business angels (en réel développement), dans la gestion et la conduite d'association (37% des 60-74 ans sont membres d'association), notamment à caractère sociétal ; **dégagés des contraintes hiérarchiques de salarié, ils recherchent le plaisir de l'initiative, certains le plaisir d'entreprendre...** Certains envisagent la création d'entreprise avec des plus jeunes pour apporter expertise et argent ; d'autres ont choisi d'être auto-entrepreneur (parmi les 750 000 auto-entrepreneurs en activité fin 2011, plus de 140 000 sont des retraités, les uns en recherche de complément de revenu, les autres pour maintenir une activité intellectuelle, sans oublier le goût d'entreprendre) ; **ainsi peut-on constater des formes diversifiées pour entreprendre, au-delà de la stricte définition de l'entrepreneuriat.**

Rappelons que parmi les créateurs d'entreprise non auto-entrepreneurs, les plus de 50 ans sont 57 000 en 2010, soit 16% des créateurs (mais 4% seulement sont retraités)

Quatre profils principaux dominent parmi les créateurs seniors :

- Les demandeurs d'emploi (36%) ; en majorité ils cherchent à assurer leur propre emploi dans l'attente de la retraite
- Les ex-salariés (23%), exerçant souvent une double activité ; nombre d'entre eux cherchent à faire fructifier leur expertise et leur réseau de relations, pour enfin conquérir leur autonomie et prendre plaisir à entreprendre.
- Les chefs d'entreprise (20%), dont la moitié en sont à leur 3ème création d'entreprise ; 41% dirigent en même temps une autre entreprise ; leur projet sont ambitieux ; ce sont aussi les plus développeurs.
- les femmes, particulièrement nombreuses en reprise (attente de la retraite, maintien de l'activité pour la transmettre dans les meilleures conditions).

Les TPE

36 000 entreprises artisanales ont exporté entre 2 004 et 2 007 ; parmi ces entreprises, 63% l'ont fait occasionnellement, alors que 19% considéraient l'export comme le vecteur fort de leur développement.

ISM RAPPORT d'étude « Les exportateurs de l'artisanat : portrait et trajectoires de développement sur les marchés internationaux » février 2012

Deux sources de données ont été utilisées :

- la source fiscale permet d'estimer le nombre total des entreprises artisanales ayant réalisé une part de leur chiffre d'affaires à l'exportation, quel que soit le montant et la destination, intracommunautaire ou internationale.
- le fichier des douanes permet de repérer les entreprises ayant exporté hors Union Européenne et/ou ayant réalisé un chiffre d'affaires export supérieur à 150K€ à l'échelle intra-communautaire

L'enquête : le questionnaire a été testé auprès d'un échantillon d'artisans pour vérifier la bonne compréhension des questions, puis a été administré par téléphone, entre janvier et mars 2011, en utilisant le fichier 2009 fourni par les Douanes. 10% des 7 000 entreprises contactées ont répondu.

Selon les données fiscales, **environ 36.000 entreprises artisanales ont déclaré un chiffre d'affaires à l'exportation** entre 2004 et 2007 (4% des entreprises artisanales) ; en 2002, cette même source identifiait 40 000 entreprises artisanales. La moitié des entreprises artisanales 2004-2007 relève du secteur « production » (61% des exportations de l'artisanat).

26% affichent un chiffre d'au moins 30% de leur CA (10 000 entreprises artisanales), dont 19% au moins 50% de leur chiffre d'affaires à l'export :

CA export en % du CA	Moins de 5%	De 5 à 15%	Sous-total « occasionnel »	De 15 à 30%	De 30 à 50%	Plus de 50%	Total
	46	17	63	11	7	19	100

Les fichiers des douanes 2009 et 2010 répertorient environ 18000 entreprises artisanales, ce qui signifie qu'une moitié environ des artisans-exportateurs est présente sur des marchés hors Union Européenne et/ou atteint un CA export intracommunautaire supérieur à 150 K€, alors que les autres exportent uniquement à l'échelle intra-communautaire, pour des montants inférieurs à 150 K€. Une enquête réalisée sur le seul fichier des douanes 1996 concluait à la présence d'un nombre équivalent d'artisans-exportateurs « déclarés » (17 800).

Les caractéristiques des entreprises artisanales exportatrices

40% des entreprises artisanales figurant au fichier des Douanes sont **localisées dans deux régions (Ile-de-France : 23% ; Rhône-Alpes : 17%)**, une proportion bien supérieure à leurs poids dans l'artisanat français.

Deux explications : une forte présence, en Ile-de-France, d'entreprises actives sur les marchés de la décoration intérieure et de la mode et en région Rhône-Alpes, des TPE manufacturières, notamment du travail des métaux, de la plasturgie, à proximité du marché suisse. On constate également une surreprésentation d'entreprises artisanales exportatrices dans les régions frontières d'Alsace et de Franche-Comté.

Les lieux d'implantation des entreprises (milieu rural, urbain, périurbain) et les types de locaux (ateliers-boutiques en centre-ville, locaux attenants au domicile du dirigeant, localisation en zone d'activité....) sont très variables et **semblent avoir peu d'influence sur l'activité d'exportation**, même si les entretiens qualitatifs ont montré que la proximité d'aéroports et d'infrastructures routières et ferroviaires reste un facteur facilitateur pour l'exportation.

Les entreprises artisanales exportatrices ont majoritairement un effectif d'au moins 5 personnes (dirigeant compris) : 8,5% n'ont aucun salarié, 39% ont un effectif de 1 à 5, et 53% plus de 5 personnes.

Le chiffre d'affaires moyen des entreprises interrogées est proportionné à la taille de ces très petites entreprises : 20% des entreprises réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 250 000 euros, 21,5% de 250 à 500 000, 24% de 500 000 à 1 million et **34% plus de 1 million ; le chiffre d'affaires moyen est de 1,124 million.**

Si la moitié des entreprises concernées ont été créées avant 1999, 29% l'ont été entre 1990 et 2001 et 17% plus récemment ; **43% sont de fait d'entreprises reprises** (23% reprise familiale, 14% reprise externe et 6% reprise par un salarié) ; les reprises, notamment d'origine familiale ou externe sont aussi les entreprises aux effectif les plus importants.

Ces entreprises sont essentiellement en société (le 2/3 en SARL, 20% en SA ou SAS).

Pour 64 %, la première exportation a été déclenchée par la sollicitation d'un client étranger.

77% des entreprises de l'échantillon travaillent principalement avec une clientèle d'entreprises ; 8 % le font en situation de sous-traitance ; ce sont les entreprises de taille les plus importantes.

66% des entreprises interrogées estiment ainsi que leur savoir-faire n'est maîtrisé que par quelques entreprises à l'échelle nationale ou mondiale. Cette caractéristique est transversale à l'ensemble des secteurs d'activité ; ainsi que l'a montré l'enquête exploratoire, ces entreprises sont souvent positionnées sur des marchés « haut de gamme », qui font appel à la créativité (design, choix des matières...) en même temps, souvent, qu'à un procédé de fabrication artisanal conduit dans les règles de l'art (fabrication à la main, qualité de finition, respect des normes les plus strictes, adaptation à des demandes complexes...) ; les deux tiers des entreprises de l'échantillon délivrent d'ailleurs des prestations sur mesure et occupent de ce fait souvent des niches commerciales.

Plus d'une entreprise sur trois a ainsi protégé des modèles ou brevets ; la moitié a déposé des marques. L'étude confirme, à l'échelle de l'artisanat, le lien entre innovation et exportation constaté dans de nombreuses études.

La certification ISO 9001 ne concerne que 8% des entreprises ; cette certification ne paraît donc pas une condition essentielle de l'accès aux marchés de l'exportation.

La principale difficulté, évoquée par près d'un artisan sur deux (48%), est la pression exercée sur **les prix**. Cette contrainte peut surprendre de la part d'entreprises qui détiennent souvent des savoir-faire rares à l'échelle nationale, mais elle doit s'analyser à l'aune du processus de production et de la taille des entreprises ; les exigences techniques des clients sont citées par un tiers des entreprises ; la concurrence est jugée difficile par 29% des entreprises (un taux relativement faible) ; la volatilité et l'augmentation du coût des matières premières sont évoquées par un quart des entreprises ; enfin, la réglementation est perçue comme contraignante par 23% des entreprises.

Les entreprises de l'échantillon ont plutôt bien résisté à la crise : **près de 40 % des entreprises ont vécu une évolution positive** ; 18% ont vu leur CA se maintenir et 19 % ont subi une évolution en « dents de scie » ; un peu moins d'1/4 ont connu une régression de leur chiffre d'affaires au cours des cinq dernières années. **Les entreprises artisanales exportatrices semblent donc, à l'instar des PME exportatrices être plus performantes que les autres.** Les entretiens exploratoires conduits avec 28 entreprises confirment ce résultat : l'analyse des données comptables et financières a montré que la rentabilité des entreprises rencontrées était généralement assez bonne.

Le profil des dirigeants : 79% sont des hommes ; 70% ont entre 40 et 60 ans, proche en cela de l'ensemble de artisans ; en revanche, ils sont **nettement plus diplômés de l'enseignement supérieur (57%),** avec beaucoup plus de bac +5 chez les repreneurs externes, de bac+2 chez les repreneurs salariés. Ces dirigeants ne sont pas toujours des hommes « issus du métier » ; le niveau de formation élevé, le fait de reprendre témoignent de trajectoires non linéaires et d'incursions parfois tardives dans le monde de l'artisanat.

En revanche, la **majorité des dirigeants (76%) n'a bénéficié d'aucune expérience internationale préalable qui pourrait expliquer le goût pour l'export.** Seuls un quart d'entre eux avaient préalablement une expérience de vie ou de travail en lien avec l'étranger ; mais la plupart des dirigeants parle au moins une langue étrangère : l'anglais (65,5%), suivi de l'allemand et de l'espagnol (environ 11,5% chacun).

En matière d'objectifs stratégiques, **les artisans-exportateurs sont ambitieux pour le développement de leur entreprise.** 64 % d'entre eux souhaitent développer l'activité en France et

46 % ont comme objectif prioritaire la croissance du chiffre d'affaires à l'export. Dans l'ensemble, ces dirigeants présentent un profil « entrepreneur », particulièrement ouvert aux opportunités et sensibles à la dimension marketing, même s'ils ont peu de moyens de la structurer: ils exploitent toutes les opportunités plutôt qu'ils ne les suscitent par analyse de l'environnement ou prise de risque. Leur démarche est souvent intuitive et il est très fréquent que les marchés soient essentiellement la conclusion d'opportunités saisies sur des salons ou via le bouche à oreille. En matière d'action proactive, c'est la valorisation du savoir-faire qui est privilégiée, à travers des outils de communication. Ils exploitent ainsi leur principal facteur de différenciation.

La démarche et les modalités de l'export

62% ont exporté pour la première fois il y a plus de 10 ans ; ils l'ont fait majoritairement dans les 5 premières années de la création ou de la reprise. Depuis leur première exportation, **43 % des artisans de l'échantillon ont vu leur part de CA à l'export augmenter** ; pour 22 % des entreprises, cette part stagne et pour 15 % l'activité export est fluctuante ; pour 10%, l'activité d'export s'est arrêtée (majoritairement des « exportateurs one shot »).

Dans 72% des cas, aucune démarche n'a été entreprise pour sélectionner les pays vers lesquels exporter : les entreprises répondent à des sollicitations, plus qu'elles ne les suscitent ; toutefois 9% ont procédé à une étude de marché et 11% se sont déplacés dans le pays. **Très peu d'entreprises (6%) ont un budget consacré à l'export.** Lors des entretiens qualitatifs, les artisans exportateurs avaient d'ailleurs des difficultés à chiffrer, a posteriori, ce que l'export leur coûtait et leur rapportait.

3 phases sont habituellement constatées et amorcent une typologie : l'amorçage (attentisme, réponse aux opportunités, correspondant à des exportateurs occasionnels), la confirmation (missions de prospection, outils de communication, foires et salons correspondant à des exportateurs réguliers) et la phase structuration (l'exportation est central dans la démarche commerciale, avec programmation de la prospection et création de poste dédié, correspondant à des exportateurs spécialistes).

Les artisans interrogés exportent majoritairement dans les pays européens (pays frontaliers dont la Suisse, suivis des autres pays d'Europe Occidentale, 36 %).

Dans les deux tiers des cas, le dirigeant s'occupe lui-même de l'export (67 %) du fait de la petite taille de l'entreprise, du faible chiffre à l'export qui ne permet pas d'embaucher un emploi dédié ; toutefois, dans un cas sur dix, les opérations sont pilotées par un responsable commercial également en charge du marché national. La structuration de ce poste s'accroît avec la taille des entreprises (il existe dans 10% des entreprises de 2 à 5 salariés ; 13% des entreprises de 6 à 10 salariés et 17% des entreprises de plus de 10 salariés). Ce sont les parts de CA à l'export les plus importantes (plus de 30 ou 40 %) qui ont généré les emplois, d'abord dans la fonction commerciale, puis dans les postes de production. Au-delà d'un certain niveau d'engagement, l'export engendre également un besoin de compétences spécifiques en conception/adaptation de produits. La création d'un poste commercial intervient plus souvent au-delà d'un effectif de 6 salariés.

La plupart des artisans (76%) exportent leurs produits sans intermédiaire ; les artisans exportateurs s'appuient fortement sur quelques outils structurants : site Internet (80 %), plaquette (18%), échantillons... Parmi ceux qui ont un site internet, 39% l'ont uniquement en français, 30% ont un site en anglais, 11% des entreprises ont un site disponible en au moins 3 langues ; noter que 46% n'ont pas développé d'outil spécifique pour démarcher des clients étrangers.

Les artisans-exportateurs sont plus nombreux à avoir participé à des salons internationaux en France (43%), qu'à l'étranger (35%). 13% ont pris part à ces deux types de manifestations. 35% n'ont jamais participé à des salons

Les artisans interrogés sont satisfaits ou très satisfaits de leur activité export (82%). Le degré de satisfaction ne varie pas en fonction de l'effectif ou de l'activité, mais est corrélé avec la part de chiffre d'affaires réalisée à l'export : les artisans très insatisfaits ou insatisfaits sont aussi ceux qui ont l'activité export la moins développée. **Quant aux plus satisfaits, ce sont également les plus proactifs,** Pour ces derniers, l'export vaut reconnaissance de leur savoir-faire. Il ouvre de nouveaux horizons, permet de faire de nouvelles rencontres et de partager son expérience dans un cadre nouveau. L'export est également souvent une source nouvelle d'inspiration.

L'export semble enfin faire progresser les compétences de l'entreprise (dans près de 52% des cas), en particulier au niveau commercial, puis technique. Cette progression se fait surtout ressentir lorsque l'export représente plus de 25% du chiffre d'affaires ; il a donc des impacts positifs sur l'organisation et les compétences de l'entreprise.

Deux atouts principaux aux dires des artisans, le savoir-faire (24%) et la qualité du produit (24%), moins les prix (11%) ou le made in France (10%) ; toutefois, la présence sur les salons et la notoriété de l'entreprise semblent être de plus grande importance pour les entreprises qui réalisent un plus grosse part de leur chiffre d'affaires à l'export.

Plusieurs facteurs concourent à une activité d'exportation plus élevée :

- la présence d'une démarche d'innovation (la part de CA à l'export des artisans-exportateurs ayant protégé des brevets, modèles, marques est supérieure aux autres)
- la détention d'un savoir-faire rare (plus il y a d'entreprises détenant le même savoir-faire, à l'étranger, moins la part de CA à l'export est importante)
- le fait d'avoir exercé un travail dans les relations internationales favorise l'export (près de 33 % de CA à l'export contre 17% pour la moyenne)
- le niveau de structuration de la démarche : ceux qui sont proactifs à l'export réalisent une part de CA à l'export significativement supérieure. Il en va de même des entreprises qui disposent d'un budget spécifique pour l'export et qui ont mis en place des outils de communication. Ceux qui disposent d'une plaquette ou d'un site (au moins traduit en anglais) affichent un CA export supérieur (23% en moyenne pour les détenteurs d'un site traduit en anglais, 29% pour ceux possédant un site multilingue) ; en revanche, le fait d'avoir un site en français ne semble avoir aucune incidence positive sur l'exportation.
- le recours à une implantation / filiale de l'entreprise à l'étranger (30%), le recours à un agent commercial sur place 26, ou à un importateur ou un distributeur dans le pays 21% sont là encore des atouts.

Les freins

Parmi les 13 difficultés potentielles citées, 3 sont fréquentes, le manque de temps du dirigeant à consacrer à l'export (48%), la recherche de distributeurs (42,5%) et le manque de personnel qualifié (tant export que technique avec 40%).

7 autres difficultés sont habituelles (entre 31 et 37% de citations) : 5 sont de l'ordre de l'export (respect des normes étrangères, barrières douanières, différences culturelles, informations suffisantes sur les marchés, contrefaçon) et 2 de l'ordre d'une action de développement (le financier, faire face aux impayés).

Sont par contre jugés peu importantes (entre 17 et 25%), l'adaptation technique des produits, une capacité de production suffisante, et l'élaboration des contrats.

L'appui à l'export

La notoriété des réseaux d'accompagnement export est faible : les CCI sont bien plus citées que les organismes spécialisés (46% contre Coface 20%, Ubifrance 18,5) ; les CMA sont citées par 17%. **60% des artisans disent n'avoir reçu aucune aide dans le cadre de leur démarche à l'export** (entre 7 et 9% ont fait appel aux réseaux cités, hors les CMA avec 3%). 54% jugent l'accompagnement adapté,

d'autant mieux que les organismes ont été sollicités. L'accompagnement sur les salons est l'appui jugé le moins adapté.

Les artisans qui n'ont bénéficié d'aucune aide sont majoritairement les artisans qui exportent en direct depuis la France et qui n'ont pas participé à des salons ; Inversement, **les artisans aidés sont pour la plupart présents sur des salons à l'étranger**; Ils ont bénéficié en premier lieu des prestations des CCI (pour près d'un quart d'entre elles) ; quant aux prestations d'Ubifrance, elles sont plus fréquemment mobilisées par les entreprises de plus de 5 salariés, celles de la Coface par les entreprises de plus de 11 salariés.

La majeure partie des aides reçues, par près de 55% des entreprises, sont des aides financières (celles-ci comprennent également les aides aux salons). L'apport d'informations « marché » est surtout donné par les CCI.

Conjoncture

40% des TPE ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires au cours du premier trimestre 2012, mais ils ne sont plus que 20% à envisager des baisses pour le prochain trimestre, 26% pronostiquant même une hausse

Baromètre des TPE vague 46, Fiducial/Ifop, sondage réalisé entre le 10 et le 21 avril auprès 1005 dirigeants de TPE de 0 à 19 salariés

Si le climat des affaires génère largement du pessimisme chez les dirigeants de TPE (71% en avril 2012), le jugement sur leur propre activité est plus favorable (51% de pessimiste, sans grand changement depuis 9 mois). La situation est jugée préoccupante par 26/28% depuis avril 2011 ; ce l'était davantage entre avril 2009 et avril 2011 (entre 30 et 40%).

Pour 41%, les recettes et les ventes ont stagné ; 23% ont connu des baisses de plus de 5% au cours des 3 derniers mois et 19% des hausses ; 26% envisagent des hausses dans les 3 mois à venir :

	Baisse	Dont baisse de plus de 5%	Dont baisse de 1 à 5%	Stable	Hausse
Situation au cours des 3 derniers mois	40	23	17	41	19
Rappel janvier 2012 pour les 3 derniers mois	32	13	19	46	22
Prévision pour les 3 prochains mois	20	10	10	51	26
Rappel prévision janvier 2012	24	10	14	55	19

27% ont récemment fait une demande de financement auprès de leur banque (entre 22 et 33% depuis janvier 2009) ; ceux qui ont fait ces demandes ont connu certaines difficultés : refus de prêt ou de financement (28% en hausse au regard de janvier 2012, 18%), exigence de garanties supérieures (24 contre 22), taux plus élevés (17 contre 18), garanties exigées d'un organisme de caution (en hausse, 17 contre 14), accord de financement pour un montant moins élevé (10 contre 8).

La création nette d'emploi au cours du dernier trimestre est nulle ; 10% ont cependant embauché (dont 5% pour des remplacements de postes) et 5% ont supprimé des postes. **Les prévisions pour le trimestre à venir sont bien plus favorables** (11% comptent embaucher dont 8 pour créer des postes nouveaux, contre 4 pour en supprimer), ce qui conduirait à **une création nette de +4%**, notamment dans les entreprises de 10 à 19 salariés, et dans les services aux entreprises.

La lente reprise d'activité dans l'artisanat et le commerce de proximité déjà observée au cours du dernier trimestre 2011 s'est maintenue en début d'année 2012

UPA communiqué de presse du 10 mai

Le chiffre d'affaires global a progressé de 1% (en valeur) au premier trimestre par rapport à la même période de l'année précédente. En tendance annuelle l'évolution s'établit à + 1,5%.

Cette timide amélioration du chiffre d'affaires ne suffit pas à rassurer les chefs d'entreprise qui se montrent globalement inquiets quant à l'évolution de leur activité. De fait, la trésorerie des artisans et commerçants de proximité se dégrade. Seuls 12% des sondés considèrent que celle-ci s'est améliorée au cours du premier trimestre 2012.

Un début d'année difficile pour la vente et réparation automobile

CNPA baromètre N°12, les chiffres clés du commerce et de la réparation automobile

Le chiffre d'affaires global des professionnels de l'automobile continue de diminuer (-1% lors de ce premier trimestre 2012 par rapport à l'année dernière), plus modérément qu'il y a trois mois, mais uniquement grâce aux intempéries qui ont favorisé l'après-vente :

- **Le chiffre d'affaires de la vente de véhicules neufs recule de 17,5% et celui de l'occasion de 2%**
- Le chiffre d'affaires de la réparation de voitures s'est légèrement redressé
- Pour les concessionnaires en véhicules industriels, ce premier trimestre a également été difficile ; après plusieurs mois de hausse, la situation s'est nettement dégradée, avec un chiffre d'affaires global en recul de 8% (- 10% de chiffre d'affaires sur les véhicules neufs, - 15% sur les véhicules d'occasion et -4% sur les réparations)
- Quant au marché de la location courte durée, il affiche une stabilité en nombre de contrats, avec une tendance à des durées de location réduites

Quant à l'emploi, les responsables d'entreprises ont légèrement diminué leurs effectifs et la tendance ne devrait pas s'améliorer dans les mois à venir.

Le Financement

17 750 nouveaux entrepreneurs ont bénéficié de l'appui de France Initiative en 2011 ; ils ont donné naissance à 15 953 entreprises, soit 17% des créations d'entreprise bancarisées ; 1,133Md€ ont été injectés dans l'économie des territoires.

France initiative, rapport annuel 2011

Toutefois ce nombre est en baisse de 6% au regard de 2010, du fait de la réduction du nombre de prêt Nacre (chute de 37% en 2011 des crédits alloués dans le cadre de Nacre) ; 151,4M€ (dont 33,5M€ pour Nacre) ont été mobilisés pour ces prêts d'honneur à taux zéro, avec **un montant moyen de 8 150€** (7 400 en création, 9 000 en reprise et 9 400€ en développement) ; 93% de ces prêts ont été couplés avec un prêt bancaire (979M€ de financement bancaire, en hausse de 60% en 5 ans). **L'effet levier du prêt d'honneur est ainsi de 8,2** (6 pour la création, 11 pour la reprise et 5,5 pour Nacre).

Année	2007	2008	2009	2010	2011	Evol 2007/2011
Montant des prêts d'honneur engagés (en M€)	92,1	103,6	133,3	166,2	154,1	+67,4%
Dont Nacre (en M€)			24,0	46,8	33,5	
Montants des prêts bancaires associés (en M€)	618,1	654,2	798,1	965,1	979,2	+58,4%

46 848 porteurs de projet ont été accueillis en 2011 ; 23 060 dossiers ont été instruits ; 19 165 ont été présentés en comité d'agrément ; par ailleurs, 51 900 entrepreneurs ont bénéficié d'un suivi

post création pendant la période de remboursement du prêt d'honneur (dont **8 500 dans le cadre d'un parrainage**).

Une diversité de situations a été financée : si la grande majorité concerne des créations, 5 187 sont le fait de reprise et 555 le fait de la croissance post création ; 91 plateformes ont aussi instruit 1 060 prêts à la création d'entreprises (PCE Oseo), soit 7% de l'ensemble des PCE ; 51 plateformes ont par ailleurs instruits des dossiers garantis par le Fonds de Garantie à l'Initiative des Femmes (FGIF) ; 428 entreprises innovantes ont aussi été financées par 5 plateformes spécialisées ou des plateformes ayant eu recours à des fonds régionaux à l'innovation.

Les activités financées sont plus de l'ordre du commerce que pour l'ensemble des créateurs et moins celui des services (32 contre 40), **et de la construction** (22% contre 17) :

Activités	« Commerce »				Services			
	Commerce détail	HCR	Immobilier	Total	Aux particuliers	Aux entreprises	Santé, éducation	Total
France Initiative	32	15	1	48%	20	10	2	32%
Tous les créateurs	23	7	1	31%	6	24	10	40%

**les services aux particuliers incluent aussi des commerces (pressing, coiffure...), mais France Initiative a accentué ses efforts en direction d'activités nouvelles dans ce secteur, plus tournées vers le développement (228 entreprises financées ont créé 786 emplois)*

Pour poursuivre cette diversité de situation, 244 entreprises sont le fait d'éco-activités ; 249 entreprises ont intégré une démarche de responsabilité sociale ; 1 436 projets sont localisés dans des zones de revitalisation rurale et 550 dans des territoires classés politique de la ville.

44% des plans de financement des créations sont au plus égal à 45 000€, alors que 30% se situent entre 45 et 115 000€ et 24% au-delà de 115 000€. **Le plan de financement moyen s'élève à près de 95 000 €, en légère hausse (+ 6%) ; il est plus élevé pour les reprises (140 000 €).**

Un profil qui se différencie de l'ensemble des créateurs : Les créateurs sont **nettement plus souvent des chômeurs** (67%, dont 47% depuis moins d'un an, contre moins de 40% pour l'ensemble des créateurs), et des femmes (35% contre 30) ; 23% ont moins de 30 ans (là encore, plus que pour l'ensemble des créateurs, 16%).

L'ensemble des entreprises aidées ont créé ou maintenu, en 2011, 35 367 emplois directs dès le démarrage (2,2 emplois par entreprise dont 3 en reprise et 1,7 en création).

France Initiative fédère 240 plateformes, avec 849 points d'ancrage ; le réseau compte 529 comités d'agrément.

14 200 bénévoles (13 100 en 2007) ont apporté leur concours à l'action des plateformes, des coordinations régionales et des instances nationales. À leurs côtés, les équipes d'animation des plateformes sont constituées de 882 salariés, soit 624 équivalents temps plein. En moyenne, l'animation d'une plateforme repose sur 3,8 permanents ; le nombre d'entreprises financées par an est de 32 entreprises en moyenne pour les plateformes ayant moins d'un équivalent temps plein et de 153 entreprises quand la plateforme s'appuie sur 5 ETP ou plus.

Les bénévoles sont administrateurs (4550). 7750 bénévoles ont aussi participé aux comités d'agrément ; par ailleurs, 4700 ont joué le rôle de parrain pour 8 500 parrainages. Le taux de parrainage des créateurs s'établit à 21%. L'objectif du réseau est de parrainer au moins un créateur sur trois.

L'adhésion à France Initiative se traduit par le partage de principes, de valeurs et d'un référentiel qualité. Les valeurs sont celles inscrites dans sa charte éthique : la solidarité, la confiance, le

caractère désintéressé et le respect des personnes. La démarche qualité, enfin, repose sur une norme Afnor et un système de qualification piloté par les instances nationales, qui permet de s'assurer du professionnalisme des plateformes.

Le cout moyen de l'emploi crée est de 1 245 € par emploi : le modèle partenarial de France Initiative permet de générer ou de maintenir des emplois à un coût unitaire très faible comparé à celui des emplois aidés. Ce coût prend en compte le budget de fonctionnement de l'ensemble représenté par France Initiative (plateformes et tête de réseau) ainsi que les pertes prévisionnelles sur les fonds de prêts d'honneur engagés (hors valorisation du bénévolat).

La moitié des financements, qu'il s'agisse des fonds de prêts d'honneur, ou des budgets d'accompagnement provient des collectivités locales, 27 à 29 % d'autres organismes publics :

	Conseils régionaux	Conseils généraux	Communes et intercommunalités	Etat	Europe	CDC	Compagnies consulaires	Sous-total
Fonds de prêt d'honneur (toutes années)	22,7	16,0	12,5	4,1	7,2	15,9	2,2	80,6
Fonds de prêt d'honneur en 2011	30,7	10,1	13,0		9,9	11,8		
Budget d'accompagnement des entreprises 2011	15,0	12,0	20,0	16,0*	7,0		4,0	74,0

*Dont Nacre 11%

Les autres ressources proviennent des banques (respectivement 9,4 et 4%), des entreprises (7 et 2%), d'autres ressources privées (3,8 et 4%) et de la valorisation du bénévolat pour l'accompagnement (16%); il est à noter 614 partenariats avec de grandes entreprises, près de 5 000 avec des TPE/PME, et 1 727 locaux avec des banques.

Le taux de remboursement s'élève fin 2011 à 98,5% (après mise en jeu de la garantie).

Le microcrédit permet une passerelle avec les banques ; il a permis le financement et l'accompagnement de 36 000 entreprises (principalement des créations) en 2011

Baromètre de la 3ème édition de Convergences 2015 et Le Monde Eco-Entreprise du 31 mai

Le microcrédit est apparu en France en 1989 avec la création de l'Adie, opérant dans un environnement économique et financier très différent de celui qui prévaut dans les pays en développement (en France, 1% seulement de la population n'a accès à aucun compte bancaire et les services d'épargne sont assez bien développés); **c'est donc principalement l'accès au crédit** (microcrédit personnel, microcrédit professionnel, mais aussi micro-assurance) qui peut aujourd'hui encore se révéler difficile, d'où le fait en France que **le microcrédit est conçu comme une passerelle vers le secteur bancaire et reste étroitement lié aux banques.**

Pour mieux approcher ces réalités, la Banque de France a lancé fin 2011 un vaste chantier statistique visant à répondre aux obligations légales de reporting des acteurs de la microfinance et à collecter régulièrement des données quantitatives exhaustives sur les microcrédits personnels et professionnels auprès des acteurs bancaires et extrabancaires.

Les montants consacrés par les investisseurs français à la microfinance ont progressé de 33% en 2011 (772 millions €), avec 616 000 épargnants et 563 000 emprunteurs.

Plusieurs acteurs en France se partagent la distribution du microcrédit professionnel, en ce qui concerne les aides à la création d'entreprise (par microcrédit on entend un prêt bancaire ou extrabancaire, inférieur à 25 000 euros, assorti obligatoirement d'un d'accompagnement) :

- L'Adie dont la cible est le porteur de projet de moins de 5000 euros, souvent titulaire de minima sociaux.

- France Initiative : microcrédit « à caractère de fonds propres » qui s'adresse à des projets de taille plus importante. Il permet, en complément du microcrédit accordé sous forme de prêt d'honneur à taux zéro par l'association, de contracter un prêt bancaire.

Il en est de même pour Réseau Entreprendre qui accompagne des projets à fort potentiel de développement.

- France Active garantie un prêt bancaire et accompagne via une des 40 associations locales du réseau.

- Par ailleurs, l'Etat et la Caisse des Dépôts ont mis en place en 2009 le dispositif NACRE ; ce dispositif accompagne les projets, de leur élaboration à leur développement à trois ans ; il inclut l'octroi des microcrédits sous forme de prêts d'honneur d'un montant maximum de 10 000 euros et vise les publics éloignés de l'emploi

En 2011, l'ensemble des dispositifs de microcrédit a permis la création de 36 065 entreprises.

Les bénéficiaires de l'Adie, France Active et France Initiative sont à 62% des hommes ; 22% ont moins de 30 ans et 18%, 50 ans et plus. 43% ont un niveau de formation au moins égal au bac et 22% pas de diplôme ou le niveau CEP. 65% étaient chômeurs, 18% indépendants et 13% salariés. La pérennité de leurs entreprises à 3 ans est plus forte que pour l'ensemble des créateurs (75% contre 66).

Chaque année, le Baromètre de la Microfinance présente les résultats d'un sondage exclusif sur l'opinion des Français sur la microfinance (sondage Ipsos/Logica Business Consulting réalisé en mars 2012 auprès d'un échantillon représentatif de 1006 personnes)

Depuis 2010, on assiste à **une nette progression de la notoriété de la microfinance en France. 84% des personnes interrogées ont déjà entendu parler du microcrédit en 2012** et plus d'un tiers d'entre elles savent précisément de quoi il s'agit. **70% des personnes interrogées sont d'accord avec l'idée** que le microcrédit donne aux bénéficiaires les moyens de subvenir eux-mêmes à leurs besoins et qu'il constitue **une solution innovante pour lutter contre la pauvreté et l'exclusion dans le monde**. Par ailleurs, environ 55% des personnes interrogées n'adhèrent pas aux critiques formulées sur le niveau des taux d'intérêt des microcrédits et les risques d'insolvabilité des débiteurs

Les Français qui décident de s'engager financièrement pour aider les populations pauvres privilégient toujours deux solutions, dans des proportions équivalentes aux années passées. 39% d'entre eux préfèrent investir dans un produit d'épargne solidaire, tandis que 41% privilégient le don à un organisme luttant contre la précarité. Seules 20% des personnes interrogées préfèrent prêter une somme d'argent à un organisme ayant vocation à proposer des microcrédits.

Une nouvelle forme de crédit, le crédit entre particuliers : 250 prêts par mois et plus d'un million d'euros de crédit

Les Echos du 24 mai « Le crédit aux particuliers fait sa percée en France »

Ce concept a été créé par les britanniques en 2005 (Zopa), un concept qui a essaimé en Italie, au Japon, en France ; Zopa revendique près de 500 000 membres et près de 190 millions de livres de crédit déjà accordés. Prosper, créé un an plus tard aux USA, affiche 1,3 million de clients et 341 millions de dollars de prêts.

En France seulement 1% des demandes de crédit aboutissent (4% des dossiers sont reçus complets) ; pour le moment, le défaut de remboursement est de 1%. Les emprunteurs sont choisis avec soin : en majorité des 30-40 ans qui gagnent au moins 3 000€ par mois pour financer des travaux de logement ou acheter une voiture d'occasion (prêt moyen de 8 000€).

Les prêteurs (200) sont essentiellement des actifs en bourse qui ont exercé une profession dans la banque ou la finance et qui recherchent des rendements meilleurs (entre 5 et 6,5%) ; ¼ disposent d'un patrimoine de plus de 500 000€.

Les secteurs d'activité

Début 2010, l'ensemble du commerce regroupe environ 711 869 sociétés et entrepreneurs individuels (20% des entreprises) ; en 2009, les 630 000 entreprises recensées réalisaient un chiffre d'affaires de 1 250 milliards d'euros et employaient près de 2,8 millions de salariés en équivalent-temps plein (23 % des emplois des secteurs marchands). *Fiches thématiques Insee, « le commerce dans l'économie »*

Le nombre d'entreprise est celui début 2010, alors que les autres données sont relatives à 2009.

Le commerce regroupe les secteurs du Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles (NAF 45), Commerce de gros (NAF 46), Commerce de détail (NAF 47) et l'Artisanat commercial (NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D) ; ce dernier comprend les boulangeries, pâtisseries et charcuteries, classés dans l'industrie et peu traité de ce fait dans ce document :

- **Le commerce de détail (66 % des entreprises du secteur commerce)** regroupe en 2010, 457 441 entreprises, dont 45% en société ; il occupe en 2009, 1,649 million de salariés, soit 55 % des emplois de l'ensemble du commerce. Il réalise 33% du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce, avec un taux de marge de 29%.

- **L'artisanat commercial (89 % sont des boulangeries-pâtisseries)** regroupe 44 706 entreprises, dont 57% sous forme individuelle.

- **Le commerce de gros comprend 186 160 entreprises** (dont 29% comme intermédiaires du commerce) ; 73% sont en société (dont 58% en SARL) ; il réalise **55 % du chiffre d'affaires du commerce** avec un taux de marge de 21 %.

- La part du **commerce automobile** dans l'ensemble du commerce est de l'ordre de 12 %, que ce soit en termes de nombre d'entreprises (12 % avec 83 391 entreprises), de chiffre d'affaires (12 %), de valeur ajoutée (10 %) ou d'emplois (13 %). Le taux de marge de ce secteur (14%) est le plus faible de l'ensemble du commerce. La réparation et entretien emploie la moitié des effectifs de ce sous-groupe.

Activités	Total 2010	Dont entre individuelles	Dont Sarl	Dont autres sociétés	Evol 2010/2009 en %
Commerce de détail	457 441	251 363	179 815	27 233	+11,3
Dont non alimentaire	237 701	91 968	128 683	17 050	+3,0
Dont marchés	105 066	97 957	6 778	331	+21,9
Dont alimentaire spécialisé	46 896	23 551	20 819	2 526	+2,5
Dont vente à distance	33 374	23 493	8 904	977	+118,2
Dont non spécialisé	28 130	14 348	12 438	1 344	+5,5
Dont grandes surfaces	6 274	46	2 193	4 035	-0,5
Commerce de gros	186 160	48 485	108 511	29 164	+4,3
Dont commerces de gros	132 037	13 076	92 926	26 035	+2,0
Dont intermédiaires du commerce	54 123	35 409	15 585	3 129	+10,2
Commerce et réparation auto	83 391	28 870	47 844	6 677	+8,3
Dont entretien et réparation auto	41 327	17 028	22 899	1 400	+9,8
Dont commerce véhicules et équipement	36 174	9 692	21 459	5 023	+6,8
Dont motocycles	5 890	2 150	3 486	254	+6,6
Sous-total commerce	726 992	328 718	336 170	62 104	+9,0
Artisanat commercial	44 706	25 459	18 002	1 745	-1,0
Dont boulangerie/pâtisserie	39 736	22 503	16 133	1 100	-0,5
Ensemble commerce y compris artisanat commercial	771 698	354 177	354 172	63 349	+8,4

Noter les hausses entre 2010 et 2009 du fait des auto-entrepreneurs, particulièrement présents dans la vente à distance et les ventes sur les marchés.

Sur environ 46 000 groupes d'entreprises recensés en France, **près d'un sur trois (14 300) emploie la plus grande partie de ses salariés dans les secteurs commerciaux ; en plus, 3 700 groupes possèdent au moins une filiale dans les secteurs commerciaux.**

34 400 sociétés commerciales (5,6 % des sociétés du commerce) sont **contrôlées par des groupes** et réalisent **plus des trois quarts du chiffre d'affaires total du commerce** (78 % dans le commerce de gros, 66 % dans le commerce automobile, et 61 % dans le commerce de détail, dont près des trois quarts pour les grandes surfaces).

En termes d'emploi et de valeur ajoutée, **l'importance des groupes est tout aussi significative : 62 % des salariés du commerce**, soit un peu plus de 1,6 millions de personnes, travaillent dans des groupes ; ces derniers réalisent par ailleurs 62 % de la valeur ajoutée du secteur. **Presque tous les groupes commerciaux (92 %) sont des PME ; plus d'un groupe commercial sur deux emploie moins de 20 salariés en France.**

Fin 2009, le commerce emploie environ 3 millions de salariés (19 % de l'ensemble des secteurs marchands) : 1,6 million travaillent dans le commerce de détail (hors artisanat commercial), 1 million dans le commerce de gros, et 0,4 million dans le commerce et la réparation automobiles. Les non-salariés représentent 375 000 emplois fin 2008, soit 11 % de l'emploi du commerce (plus de 70 % d'entre eux travaillent dans le commerce de détail).

L'emploi salarié du commerce a connu une forte croissance de 1994 à 2002. Depuis, son évolution a été très modérée. Le secteur perd 13 300 emplois en 2010 (en moyenne annuelle, - 0,4 %, après - 1,4 % en 2009). **L'emploi est tiré par le commerce de détail**, où les effectifs salariés augmentent de 0,4 % en moyenne annuelle (+ 6 100 emplois) ; en revanche, **l'emploi salarié diminue dans le commerce de gros** (- 1,8 % en moyenne annuelle) et, dans une moindre mesure, dans le commerce et la réparation automobiles (- 0,5 % en moyenne annuelle).

La proportion de femmes dans le commerce de détail est particulièrement élevée : 63 %, contre 35 % dans le commerce de gros. La proportion de salariés à temps partiel est également plus forte dans le commerce de détail (36 %, contre 12 %).

Le commerce de détail est un secteur jeune : 14 % des actifs occupés ont entre 15 et 24 ans. Il est aussi particulièrement féminisé (59 % de femmes contre 48 % dans l'ensemble de l'économie et 46% dans le commerce). Près de la moitié des actifs occupés sont des employés, contre un tiers dans l'ensemble du commerce. Le temps partiel est fréquent dans le commerce de détail (36 %), particulièrement dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire (44 %). **Le secteur du commerce et de la réparation automobiles est aussi un secteur jeune** (16 % des actifs occupés ont entre 15 et 24 ans).

fin 2009, un salarié du commerce perçoit en moyenne un salaire brut horaire de 15,36 euros et la moitié des salariés du commerce ont un salaire brut horaire inférieur à 12,43 euros. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou les services.

Au 1er janvier 2010, 71 % des communes de France métropolitaine possèdent au moins un commerce de détail (y compris artisanat commercial).

Les boulangeries-pâtisseries sont les commerces le plus souvent présents dans les communes : près d'une commune sur trois (31 %) en possède une dans le rural. Les commerces alimentaires se localisent à proximité de la population, alors que les commerces non alimentaires sont moins souvent présents, se regroupant près des zones à forte densité de population. Plus des trois quarts (76 %) des personnes habitant dans l'espace urbain ont accès dans leur commune à un supermarché ou un hypermarché, contre seulement 42 % dans l'espace rural.

Les commerces de « quotidienneté » constituent le socle commercial des plus petites communes : 57 % des communes rurales possèdent au moins un commerce de quotidienneté (le plus souvent, il s'agit d'une boulangerie-pâtisserie ou d'un débit de boissons). Dans le périurbain, ce sont 66 % des communes.

Les réseaux réalisent les trois quarts du chiffre d'affaires du commerce de détail en magasin ; les points de vente intégrés réalisent 41% du chiffre d'affaires du commerce de détail hors pharmacie, devant les magasins adhérents à un groupement (22 %) et les commerces franchisés (7 %).

Dossier thématique Insee « Les réseaux d'enseignes dominent le commerce de détail »

Quelques définitions au préalable : Un réseau est un ensemble de points de vente qui présentent des caractéristiques communes (vente de mêmes produits, offre de mêmes services, etc.) et qui sont coordonnés par la même société : la tête de réseau. Il existe différents types de lien entre la tête et les magasins du réseau (intégration, franchise, groupement, etc.).

Les points de vente en propre ou intégrés sont les points de vente détenus par la société tête de réseau.

Les réseaux sont particulièrement présents dans le commerce alimentaire non spécialisé, le bricolage et les grands magasins. Ils sont un peu moins présents, mais encore fortement majoritaires dans l'habillement, la chaussure et l'électroménager. Ils sont moins répandus dans l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial. **Forme d'organisation prédominante, ils réalisent 65% des ventes de produits alimentaires et 58 % des ventes de produits non alimentaires.**

Le poids des réseaux est globalement plus élevé dans le commerce de détail alimentaire : 81 % du chiffre d'affaires, contre 64 % dans le non alimentaire :

- Les points de vente intégrés, majoritaires dans les deux secteurs, représentent une part de chiffre d'affaires un peu plus élevée dans l'alimentaire (42 %, contre 38 % dans le non alimentaire). Les seules exceptions sont les petites surfaces alimentaires où les points de vente en groupement et en franchise réalisent chacun plus de 35% de chiffre d'affaires, le commerce de livres, journaux et papeterie où les points de vente en concession sont très développés, et le commerce de meubles où les réseaux non intégrés représentent 46 % du chiffre d'affaires.

Les secteurs les plus concentrés sont les hypermarchés, les supermarchés et le commerce de bricolage : les cinq plus gros réseaux y réalisent respectivement 82 %, 73 % et 67 % du chiffre d'affaires

- L'organisation la plus fréquente après les magasins intégrés est tantôt le groupement (commerce de bricolage, grandes surfaces alimentaires, par exemple), tantôt la franchise (commerce de meubles, grands magasins). Les magasins adhérents à un groupement sont beaucoup plus présents dans le secteur alimentaire (30 % contre 11 %).

- La concession et la licence de marque sont en revanche un peu plus présentes dans le non alimentaire et représentent au total 7 % de son chiffre d'affaires

Le commerce associé a accru son chiffre d'affaires en 2011 de 4,1%

Les Echos du 22 mai « Les coopératives de commerçants positivent sur de bonnes performances » et le site web de la Fédération du Commerce Associé

La fédération du commerce associé regroupe **80 groupements, dont 82% sous forme coopérative et exploitent 142 enseignes avec en moyenne 300 points de vente par réseau** (au total 40 362 points de vente, dont 2 075 nouveaux et 829 sorties en 2011) ; ils couvrent **28,5% du commerce de détail** et réalise un chiffre d'affaires de 131,4 Md€.

Secteurs d'activité	Nombre de groupement	Nombre d'enseignes		Nombre de points de vente	
		Nombre	%	Nombre	%
Pharmacie	9	5	3,5	12 583	31,2
Alimentation	6	15	11,0	5 075	12,6
Equiperment de la maison (bricolage, jardinage, électroménager, meubles, décoration...)	18	31	22,0	4 615	11,4
Optique-Audioprothèse	6	12	8,5	4 333	10,7
Immobilier et autres services aux entreprises	12	10	7,0	3 710	9,2
Tourisme, restauration	8	14	10,0	2 762	6,8
Equiperment de la personne (chaussure, bijouterie, parfumerie, beauté...)	6	13	9,0	2 472	6,1
Autres équipements (jouets, photo, culturel...)	10	14	10,0	1 957	4,8
Sports, loisirs	5	13	9,0	1 381	3,4
Réparation automobile	6	8	5,0	963	2,4
Equiperment professionnel	5	7	5,0	513	1,3
Total	80	142	100,0	40 362	100,0

66,8% des commerces sont implantés en centre ville ou en centre bourg, 9% dans un centre commercial, 7,4% en galerie d'hypermarché et 16% en zone d'activité commerciale de périphérie.

61% des groupements affichent des croissances supérieures à celle du marché. En 2011, la croissance des effectifs a été de 6,4%.

Croissance du chiffre d'affaires	Commerce alimentaire	Commerce B to B	Commerce détail non alimentaire	Services marchands (services aux entreprises, agences de voyage...)	Total
Evolution 11/10	4,6	4	3,5	2,5	4,1
Evolution 10/09	4,1	4,4	2,5	3,3	3,4

Le commerce associé emploie 506 021 salariés et concerne **30 495 associés ; 5 profils d'associés ont été repérés parmi les créateurs** : 22,5% de nouveaux entrepreneurs déjà associés, 18,5% des salariés appartenant au groupement, 18% des enfants d'associé, 16% des salariés de réseaux concurrents, et autres (25%)

En 2010, la France est le premier pays destinataire en nombre de touristes et le 3ème en termes de recettes

Mémento du tourisme 2011, DGCIS

Le choix a été fait de présenter parmi les nombreuses données, celles relatives relatives « aux activités de tourisme », au type de voyage fait par les français et au poids de la France au regard du tourisme international.

Activités	Entreprises		Effectif salarié Au 31/12/09		Chiffre d'affaires HT		Effectif moyen par entreprise	CA moyen HT par salarié en millier €
	Nbre	%	Nbre	%	En millions €	%		
Hébergement	32 415	14,7	171 742	22,7	19853	25,3	4,5	135,5
55.1 Hôtels	17 765	8,1	146 874	19,4	14 829	18,9	6,6	125,8
55.2 autres hébergements courte durée	9 952	4,5	17 056	2,3	3 080	3,9	1,8	171,2
5.3 camping, parcs pour Caravanes, véhicules de loisir	4 698	2,1	7 812	1,0	1 944	2,5	2,3	183,1

Restauration	182 466	83,0	548 659	72,4	44 751	57,1	2,3	106,3
56.1 restauration	133 640	60,8	496 502*	65,5	38 440	49,0	2,9	100,0
56.3 débit de boisson	48 826	22,2	52 157	6,9	6 311	8,1	0,7	173,3
Activités des agences de voyages et activités connexes	4 886	2,2	37 538	5,0	13 790	17,8	7,0	405,9
79.1 agences de voyage	3 534	1,6	31 167	4,1	11 440	14,6	8,1	400,4
79.9 autres services de réservation et activités connexes	1 352	0,6	6 371	0,8	2 350	3,0	4,0	435,4
Ensemble	219 767	100,0	757 939	100,0	78 394	100,0	2,7	130,4
Ensemble des activités marchandes	2 866 078		14 726 724		3 404 391		4,3	277,0

*dont les 2/3 en restauration traditionnelle, 30% en restauration rapide et 3% en cafétéria et libres-services

Les voyages pour motif personnel en France le sont pour des visites en famille (38%), pour les vacances et les loisirs (31%), pour des raisons autres (santé, pèlerinage, formation...11,8%), et pour des visites aux amis (9%).

Les durées moyennes en nuitées sont en moyenne de 5,3 nuitées ; par ordre décroissant, ce sont 7,5 nuitées pour les vacances et loisirs, 4,9 pour les questions santé/formation/pèlerinage, 4,1 pour des visites à la famille, 3,2 pour des visites aux amis.

81% se font en voiture, 14% en train, 1,4 en avion, 1,3 en autocar et 1,4 en camping car.

En 2010, la France est le premier pays destinataire en nombre de touristes et le 3ème en termes de recettes, alors que les USA, second en nombre de visiteurs ont toujours été premier en termes de recettes en 1990 comme en 2010 (2 fois plus qu'en France en 2010) :

Pays	France	USA	Chine	Espagne	Italie	Royaume-Uni	Turquie	Allemagne	Malaisie	Mexique
Nombre d'arrivées										
Nbre de visiteurs en millions	77,1	59,8	55,7	52,7	43,6	28,1	27,0	26,9	24,6	22,3
Evol 2010/1990 (coefficient multiplicateur)	1,47	1,52	5,30	1,55	1,63	1,56	5,62	1,58	3,32	1,30
Rang en 2010	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rang en 1990	1	2	8	3	4	5	10	7	9	6
Recettes										
En Md \$ US	49,5	103,5	45,8	52,5	38,8	30,6	20,8	34,7	18,3	NC
Evol 2010/1990 (coefficient multiplicateur)	2,31	2,41	20,8	2,84	2,35	2,00	6,5	2,44	10,76	NC
Rang en 2010	3	1	4	2	5	7	10	6	14	NC
Rang en 1990	2	1	10	3	4	5	9	6	16 ?	NC

Territoires, développement économique et innovation

Est-ce que les territoires ont encore du pouvoir et une pertinence économique ?

Datar, travaux en ligne N°9 « Territoires et innovation »

Ce travail est l'aboutissement d'un processus collectif. Pendant deux ans une trentaine d'experts et d'acteurs (chercheurs en sociologie, en géographie, en économie, en sciences politiques, architectes, artistes, scientifiques, chefs d'entreprises, banquiers, fonctionnaires européens, nationaux, territoriaux, développeurs locaux, élus) ont réfléchi ensemble sur le rôle du territoire dans l'innovation

« Tout territoire possède des capacités d'innovation et de croissance, encore faut-il les identifier et les mobiliser (investissements et expériences accumulées, énergie et créativité des individus,

proximité physique qui facilite les rencontres, climat de confiance qui accélère les décisions, etc.). Le territoire est le lieu d'un processus endogène qui va de l'émergence de l'innovation en amont à la capitalisation des connaissances en aval. Ce processus s'articule **en trois grandes étapes** :

1. La première étape est celle de l'initialisation des collectifs territoriaux. Il s'agit de **l'amorçage** des idées et de la création de projets nouveaux.

2. L'étape de **structuration** est celle de la conception et de l'organisation économique, politique et financière.

Pendant la phase de structuration, l'enjeu est de garantir la création d'entreprises pérennes :

- D'une part, en permettant aux acteurs économiques et territoriaux de se rencontrer sur des enjeux sociétaux ; on permet l'émergence de bouquets d'entreprises autour de problématiques convergentes. Dès lors que l'on inscrit ces relations dans une perspective de long terme, elles peuvent mettre des moyens et des projets en commun. Cela permet de dépasser la taille critique là où chacune se heurterait à des problèmes de seuil de rendement, d'accès aux marchés ou aux ressources.

- D'autre part, il faut profiter de l'inscription de chaque acteur local dans des réseaux plus vastes : la mobilisation et l'activation au bénéfice du « territoire » de ces réseaux ouvre un nombre beaucoup plus grand de contacts et de solutions à chacun. Cela concerne les questions de financement comme les problèmes techniques ou industriels.

3. La phase **d'ancrage** permet la réappropriation et le réinvestissement de cette expérience dans le territoire et la diffusion d'une culture de « Territoire Innovant » facilitant le réamorçage du processus.

Quatre groupes d'acteurs sont impliqués dans une boucle locale d'innovation, ils forment les bases du « carré de l'innovation » :

- les entreprises et investisseurs potentiellement intéressés et initiateurs ;
- les vecteurs de généralisation, qu'ils soient prescripteurs, financeurs, consultants, etc. ;
- les chercheurs et enseignants, qui ont vocation à approfondir et élargir le socle de connaissances ;
- les collectivités et les citoyens qui permettent de légitimer et élargir les questionnements.

En faisant travailler ensemble des acteurs positionnés différemment sur la chaîne de la valeur (fournisseurs, transformateurs, prescripteurs, clients, sphère de la recherche et experts, fonctions supports associées telles que les assurances), **le développement de « l'écosystème intellectuel local »** permet de :

- renforcer la capacité d'analyse stratégique de la filière, et donc la pertinence des investissements
- renforcer sa connaissance du marché
- renforcer la compétence collective autour de fonctions clés
- faire émerger une dynamique créative pour répondre efficacement au marché.

Cette nouvelle approche du développement et de l'aménagement des territoires présente deux spécificités :

- Elle **suppose de ne plus faire de grands schémas déclinés en projets** pour adopter une logique beaucoup plus souple : l'idée est plutôt **d'accompagner un processus susceptible d'engendrer des projets**.

- Une autre spécificité est son **caractère ouvertement expérimental** : le regain d'intérêt des démarches expérimentales marque le renouveau d'une approche plus « micro » et « contextuelle » des politiques publiques. Il ne s'agit plus de mettre en place une nouvelle politique à l'échelle de tout le pays mais **d'accompagner une expérience sur des territoires cibles, sans nécessairement avoir en tête une généralisation** »

Ecosystèmes entrepreneuriaux : faut-il arrêter de tenter de copier la Silicon Valley ?

<http://www.bulletins-electroniques.com/actualites/69829.htm>

La Silicon Valley est l'écosystème entrepreneurial le plus dynamique du monde. Les études menées année après année le confirment, peu importe les critères choisis. De ce fait, les décideurs de la planète n'ont cessé de vouloir prendre cette réussite comme modèle ; jusqu'à présent, personne n'a réussi à "dupliquer" l'environnement Californien, bien que celui-ci ait été étudié et s'appuie sur **des caractéristiques identifiables**, dont les plus importantes sont :

- **Des entreprises à succès**, qui agissent comme **modèles, dynamisent la recherche scientifique et soutiennent l'entrepreneuriat** local grâce à des initiatives spécifiques,
- **Une recherche de pointe, grâce à des institutions de haut niveau** (Stanford, Berkeley, etc.) qui alimente l'innovation grâce à la valorisation de la recherche,
- **La présence d'un vivier d'investisseurs privés parmi les plus denses au monde**, qui sont parfaitement intégrés dans les réseaux entrepreneuriaux, facilitant la détection de projets et l'accès des entrepreneurs à des fonds de financement,
- **Un réseau de talents particulièrement bien maillé**, qui interagit en permanence, génère des idées et collabore, ce qui accélère grandement les développements des entreprises locales. La plupart de ces professionnels ne sont pas originaires de la région, mais sont attirés par capillarité, ce qui produit un renouvellement constant des talents présents, et donc des idées.
- **Une culture de l'entrepreneuriat unique**, et un taux de création de startups 3 ou 4 fois supérieur aux régions concurrentes.

Bien que la plupart de ces caractéristiques soient "transférables", recréer la culture locale semble une tâche impossible.

Une étude approfondie réalisée auprès de près de 20.000 startups technologiques réparties dans le monde entier a été menée par la société "Startup Genome". Il en ressort un classement surprenant qui place Londres, New York City et Toronto juste derrière la Silicon Valley mais aussi des caractéristiques radicalement différentes entre ces écosystèmes :

- Alors que la plupart des entrepreneurs de la Silicon Valley souhaite aborder de nouveaux marchés, de plusieurs milliards de dollars, **les entrepreneurs européens, préfèrent des marchés un peu plus matures, capables d'être conquis rapidement, pour faciliter les possibilités de revente rapide**, d'où une grande disparité dans les entreprises créées.
- Les entreprises de la Silicon Valley **s'orientent deux fois plus souvent que leurs homologues New Yorkais vers la création de jeux en ligne ou de médias sociaux**, alors que les entrepreneurs New Yorkais sont très en avance sur les startups liées au design ou au commerce électronique.
- **Alors que dans la Silicon Valley les équipes fondatrices ont essentiellement un profil technique, l'Europe favorise nettement la création d'entreprises par des entrepreneurs ayant un parcours en administration des affaires.**

Ce constat démontre avant tout que les écosystèmes à succès ont su s'appuyer sur leurs forces culturelles et sur les points forts des régions dans lesquelles ils sont implantés, avant de transmettre cette inclination aux jeunes entreprises créées ; la duplication du modèle Californien serait une erreur stratégique. La clé de la réussite et du dynamisme entrepreneurial réside donc dans la différenciation des écosystèmes les uns par rapport aux autres.

Sensibilisation à l'entrepreneuriat

Les doctorants bénéficiaires d'un Cifre sont 31% à vouloir créer une entreprise, par plaisir de créer et désir d'autonomie, mais plus de la moitié affirment aussi de nombreuses difficultés (trouver la clientèle, maîtriser le commercial, gérer)

Novancia Business School Paris, avec le concours de l'ANRT (Association Nationale de la Recherche et de la Technologie), ont mené l'enquête auprès de 1 618 doctorants Cifre et Les Echos du 29 mai « les docteurs à la conquête de l'entreprise »

51,5% des doctorants Cifre indiquent avoir un projet de création d'entreprise dont **31,3% ont l'intention ferme de créer**. Il y a toutefois disparités d'intention entrepreneuriale selon les disciplines : les doctorants en sciences humaines et humanités sont les plus tentés (44%), suivis des doctorants en science de la société (41%), en information/communication (41%) puis les doctorants en sciences de l'ingénieur (40%). Les chimistes et physiciens, quant à eux, optent majoritairement pour une carrière de chercheurs en grande entreprise (respectivement 52% et 44%).

Les doctorants ayant l'intention ferme de créer **mettent d'abord en avant le plaisir de créer (90,3%), le désir d'autonomie (87,5%) et la possibilité d'appliquer leurs travaux de recherche (85,9%)**. L'aspect financier est important mais n'est pas prioritaire, cité par 72% d'entre eux.

Concernant **les freins à la création**, les doctorants tentés par l'aventure entrepreneuriale soulignent d'abord la difficulté de mobiliser des ressources financières suffisantes pour 79%, la complexité (55,4%) et le facteur risque trop important (52%). Le tiercé est identique pour les doctorants qui ne sont pas tentés par l'entrepreneuriat. Ils ont en revanche une sensibilité forte à un autre frein qui semble plus décisif dans leur intention de ne pas se lancer : **la crainte de ne plus avoir assez de temps pour leur recherche, citée par 59,3% d'entre eux** (contre 39,6% des doctorants ayant l'intention ferme de créer qui y voient un frein).

Lorsqu'on les interroge sur les difficultés pressenties et liées à la création, les doctorants ayant l'intention ferme de créer citent d'abord :

- L'obtention des ressources financières : 82,8%
- La constitution d'une clientèle : 78,8%
- Les formalités administratives : 66,9%
- L'acquisition des compétences commerciales : 61,4%
- L'acquisition des compétences gestionnaires : 54,1%

Pour compléter cette brève analyse, rappelons que les docteurs sont 48% à travailler en entreprise ; les postes de R&D dominant (53%). Rappelons aussi que parmi les lauréats du Concours National d'Entreprises Innovantes, la moitié sont des docteurs.

Le regard sur les docteurs change ; ils ne sont plus perçus comme déconnectés du réel mais comme capables de résister au stress, capables de manager des projets et respecter les échéances, porteurs de maturité et de créativité.

Pour leur part les docteurs se tournent de plus en plus vers les entreprises, bénéficiaires qu'ils sont aussi de formation adaptées pour réussir cette insertion.

Rapports et propositions, guides

Rapport de synthèse du Groupe de travail Innovation Sociale

Projet d'avis Conseil Supérieur de l'Economie Sociale et Solidaire Décembre 2011

« Le présent rapport se fixe pour objectif, non pas d'être un document conceptuel sur l'innovation sociale, mais de dégager des propositions opérationnelles pour favoriser l'innovation sociale en France. »

Le nouvel impératif industriel

Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, mission Innovation & Production en Europe - Mai 2012

La nouvelle stratégie industrielle de la France devra reposer sur quelques grands principes qui constituent autant de conditions de réussite de son élaboration et de sa mise en œuvre :

- en France, **la complexité de l'organisation territoriale provoque de nombreux effets négatifs. L'illisibilité et l'instabilité du dispositif étatique local sont également des handicaps** pour les industries. Toute simplification de cette organisation, dépendant bien évidemment de nombreuses autres considérations, ne pourra donc que faciliter les initiatives territoriales et est souhaitable du seul point de vue de l'efficacité industrielle

- **Le facteur humain est déterminant dans la réussite industrielle.** La formation des hommes et des femmes, leur adaptation aux besoins des entreprises, l'esprit d'entreprise, la qualité des relations sociales, la motivation et la capacité d'adaptation en particulier sont des enjeux prioritaires ainsi que le démontre notamment l'Allemagne dont c'est l'un des avantages compétitifs.

- **Le rôle de l'Etat stratège est d'organiser cette approche systémique** associant tous les acteurs concernés. L'approche systémique doit mettre l'accent sur les PME. Les appuis publics leur sont en effet plus nécessaires qu'aux grands groupes qui disposent de moyens propres

- **Le développement de la culture de coopération entre entreprises est un enjeu majeur.** Les pôles de compétitivité constituent un moyen de favoriser cette mutualisation.

- **La nécessité d'écosystèmes locaux favorisant la mutualisation des efforts**, non seulement les centres de production et les laboratoires mais également une variété d'acteurs importants : des formations adaptées aux besoins en ressources humaines (centres de formation et d'apprentissage, écoles d'ingénieur et de commerce), des infrastructures de qualité (distribution d'énergie, logistique...) voire un cadre de vie agréable pour attirer les talents. Les écosystèmes font intervenir des acteurs privés et publics qui ont besoin de se connaître et de travailler de façon étroite pour agir chacun à leur niveau pour améliorer l'ensemble. Cette gouvernance décentralisée nécessite proximité et confiance.

Deux guides :

Guide de l'innovation pour les PME : *ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche*

Guide pratique de la transmission des entreprises artisanales, commerciales, hôtelières ou de services : *transcommerce, transartisanat édition 2012*

Propos iconoclastes

Comment prendre une bonne décision et réduire le plus possible le risque d'erreur?

Les Echos du 22 mai

Les modèles de management élaborés (lois de Pareto, analyse swot, pyramide de Maslow, courbes des tendances, matrice d'Eisenhower...) sont efficaces en environnement stable mais plus dans les turbulences. Christian Morel cite des garde-fous qui permettent de faire face :

- Des « avocats du diable » pour délibérer de façon contradictoire et approfondir la réflexion et le développement d'un esprit de contradiction
- Une expression individuelle pour amoindrir la dynamique du groupe qui survalorise la conformité ; chacun doit pouvoir exprimer ses réserves sans crainte de la hiérarchie
- La valorisation de l'expertise terrain dans la prise de décision
- Des décisions véritablement collégiales et une généralisation de l'interaction
- Le droit à l'erreur

Harvard, la première des universités au classement de Shanghai, forme autant les enseignants que les étudiants

Le Monde du 17 mai « Les secrets d'Harvard, la première des universités »

« A Harvard, on ne forme pas que les étudiants, on forme aussi leurs enseignants les façonnant à l'image qu'ils se doivent de dégager....**Profs et enseignants s'évaluent mutuellement...**Les enseignants se voient aussi gratifiés d'un diplôme, le Derek C bok Award par leurs étudiants...**Mais le plus déroutant pour un enseignants français, c'est le mode de notation des étudiants...La notion de moyenne n'existe pas et les appréciations doivent toujours être positives et constructives...** sans jamais dévaloriser les étudiants. » Ajouter à cela la proximité des réalités avec les **études de cas réels** dans la mesure où les enseignants sont par ailleurs très souvent consultants... et un excellent taux d'encadrement (un professeur pour 8 à 10 étudiants) et des **parcours très ouverts, avec une grande multidisciplinarité et des méthodes pédagogiques très interactives.**

Le rééquilibrage du capitalisme passe par la mise en évidence du poids, déjà important, du secteur pluriel dans l'économie.

Le Monde du 25 mai « Henry Mintzberg contre l'entreprise arrogante », entretien du « célèbre gourou du management » prônant le développement de nouvelles organisations issues du mouvement social qu'il appelle « le secteur pluriel » ; il s'agit de modes d'organisation issus des mouvements sociaux, ONG, écoles et hôpitaux non lucratifs, syndicats, coopératives de clients ...qui ont par nature plus de facilité à créer une dynamique communautaire de création de valeur, et à adopter un comportement responsable vis-à-vis des biens communs que sont les ressources naturelles et les communautés humaines.

« Un patron qui gagne 200 fois ce que gagne son salarié ne peut prétendre être un leader...**Le vrai changement ne viendra ni des gouvernants ni des marchés, mais du mouvement social...** les grandes sociétés internationales sont devenues trop souvent les exploiters des ressources naturelles et humaines, plutôt que des explorateurs et des innovateurs...Les grandes écoles forment une élite excellent dans l'analyse, mais qui ne sait pas bien souvent ce qui se passe dans l'organisation qu'il dirige...L'entreprise ne peut plus dès lors être une communauté dans laquelle chacun à plaisir à s'investir dans un but qui lui est supérieur...**La crise du capitalisme, provoquée par un trop fort déséquilibre au profit des grandes entreprises et des marchés financiers, ne pourra être résolue que si le secteur privé est plus responsable, le secteur public plus respecté et le secteur pluriel plus robuste... qui par leur action feront aussi évoluer les grandes entreprises. »**