



HAL
open science

Typologie des entrepreneurs selon leurs motivations

Jérôme Baray

► **To cite this version:**

| Jérôme Baray. Typologie des entrepreneurs selon leurs motivations. 2015. hal-01716728

HAL Id: hal-01716728

<https://hal.science/hal-01716728>

Preprint submitted on 24 Feb 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Typologie des entrepreneurs selon leurs motivations

Jérôme Baray
IRG - Université Paris-Est (UPEC), France
jerome-baray@orange.fr

Typologie des entrepreneurs selon leurs motivations

Mot-clés : entrepreneuriat, motivation des entrepreneurs, typologie de l'entrepreneur

Typologie des entrepreneurs selon leurs motivations

Approche psychosociologique de l'entrepreneur par l'enquête

Ainsi, la problématique est de cerner les profils psychosociologiques des entrepreneurs/repreneurs en se fondant sur une approche multivariée juxtaposant les aspects de ressentis, motivations et du système de valeurs intrinsèques à cette activité.

L'enquête administrée sur 3 territoires francophones de nature socio-économique volontairement très différente, Paris & Région Parisienne, Nord de la France, Maroc a porté sur un échantillon de 948 entrepreneurs ou repreneurs d'entreprise. La base de données issue de ce questionnaire rassemble 153 variables en majorité discrètes liées à des aspects sociodémographiques, à la fiche d'identité de l'entreprise gérée, au parcours personnel du créateur ou repreneur mais aussi et surtout des variables liées à la vision de l'entrepreneur, sur son ressenti du métier et des principales difficultés et freins éprouvés dans la création de son activité, sur les valeurs morales, sociales et culturelles qui le motivent.

Plus précisément, les 69 paramètres pris en compte concernent *les raisons de la création ou reprise, la mesure du stress, les aspects positifs et négatifs du métier, la vision de l'avenir, les objectifs généraux fixés à atteindre pour sa société, l'évaluation de ses compétences, les éléments facilitateurs ou ayant rendu difficile la création de son entreprise, le sentiment sur la santé économique du territoire et sur la pression fiscale, les valeurs personnelles servant de guide à l'entreprise* et en parallèle, quelques variables liées à l'environnement familial et social : *support moral ou financier de la famille pour la création, expérience familiale de la création, type d'activités et statut de la société*. Les variables sociodémographiques classiques comme *âge, sexe, niveau d'études* sont venues compléter ces paramètres.

2. Méthodologie de traitement

Le traitement des données a été effectué à deux niveaux. Dans un premier temps vont être identifiés les paramètres sociodémographiques jouant le plus sur la psychologie de l'entrepreneur. La méthode de la valeur test (Lebart 2000)¹ a été utilisée dans ce cadre. Pour rappel, elle permet de mesurer la force du lien entre des groupes et les modalités de variables discrètes ou des variables continues. Alors que pour les variables continues, elle est apparentée au test de Student, la valeur test se base dans le cas des variables discrètes sur le calcul d'un coefficient qui évalue si le point représentatif d'une modalité est significativement différent de sa valeur moyenne, en l'occurrence pour une variable discrète Y et sa modalité j la quantité :

¹ L. Lebart, A. Morineau, M. Piron (2000) « Statistique Exploratoire Multidimensionnelle », Dunod, pp.181-184.

$$t_d = \frac{n_{jg} - \frac{n_g \times n_j}{n}}{\sqrt{\frac{n - n_g}{n - 1} \times \left(1 - \frac{n_j}{n}\right) \times \frac{n_g \times n_j}{n}}}$$

Où :

n_j : nombre de cas de la modalité j dans la totalité de l'échantillon,

n_g : taille du groupe,

n_{jg} : est le nombre de cas pour $Y=j$ dans le sous-échantillon lié au groupe.

Une valeur de la valeur test positive et élevée indique un lien entre le groupe et la modalité analysés à l'inverse des valeurs négatives. Une valeur test d'au moins 2 est généralement considérée comme étant significative d'un lien au risque d'erreur raisonnable de 5 %.

Dans un deuxième temps en considérant globalement l'ensemble des variables motivationnelles, des méthodes de classification du type k-means et cartes auto adaptatives de kohonen (Kohonen 1995)² ont été appliquées suite à une analyse factorielle des correspondances multiples destinées à obtenir des variables continues indépendantes. Les cartes auto adaptatives de Kohonen appartiennent aux méthodes d'intelligence artificielle basées sur des méthodes d'apprentissage non-supervisées via les réseaux de neurones artificiels. Les traitements ont été réalisés sous le logiciel Tanagra³ version 1.4.50.

2.1 Résultats concernant l'influence des variables sociodémographiques sur les motivations de l'entrepreneur

Les critères de genre et d'âge sont apparus discriminants à la fois sur le ressenti vis-à-vis du métier d'entrepreneur et sur ses valeurs humaines, mais aussi plus fondamentalement sur le secteur d'activité choisi, l'historique de la création et la forme juridique de la société. Les différences entre ces différents groupes caractérisés par la valeur test vont être présentées.

2.1.1 Différences entre hommes et femmes entrepreneurs/repreneurs

Ayant souvent un niveau d'études secondaires, la fondation ou la reprise d'une entreprise correspondait pour les femmes à un rêve bien qu'assortie à une certaine peur liée à l'incertitude au début de leur activité. Leurs secteurs d'activités privilégiés sont les soins de santé, le commerce de détail, les travaux de gestion de sociétés, l'assistance sociale, la finance et l'assurance, et le statut de leur entreprise concerne davantage l'entreprise individuelle et l'EURL. Leurs valeurs personnelles se centrent autour du travail en équipe, l'innovation, le fait de pouvoir concilier vies familiale et personnelle. Etant souvent seule aux commandes de leur entreprise, elles revendiquent un savoir-

² Kohonen T. (1995) « Self-Organizing Maps », vol. 30, Springer Verlag.

³ Tanagra est un logiciel libre entièrement développé par Ricco Rakotomalala, Maître de Conférences et Chercheur à l'Université Lyon 2

faire en marketing-vente, mais déclarent ne pas bien connaître les nouvelles technologies de l'information. Les femmes entrepreneurs/repreneurs pressentent moins de changements importants à venir dans la structure de leur société. Elles ont comparativement moins d'enfants que les hommes et sont assez souvent divorcées ou en union libre. Leur zone géographique représentative au niveau des personnes enquêtées se situe surtout dans l'Arrageois.

Les hommes entrepreneurs/repreneurs ont plus d'activités dans les secteurs primaires ou secondaires: la construction, la production, la fabrication, l'agriculture. Le choix du secteur d'activité s'est fait sur le critère de son important potentiel de développement mais également du fait de leur niveau de compétence dans ce domaine et de leur expérience des affaires. Contrairement aux femmes, ils n'ont pas ressenti autant d'angoisse lors de la création ou de la reprise. Les hommes ont le point commun de savoir travailler en équipe. Ils sont plus optimistes sur la bonne santé de leur société que les femmes et ont pour elle une ambition importante en souhaitant obtenir une entreprise d'envergure mondiale. Le statut de leur société est la SARL et un peu moins la SA. Ils ont en général un niveau d'études universitaires. Côté familial, ils ont donc davantage d'enfants que leurs homologues femmes, et ont souvent le statut marié. La zone géographique la plus représentative dans l'enquête de ces hommes entrepreneurs est la ville de Casablanca.

Sans vouloir tomber dans les clichés, on peut donc retenir que les femmes considèrent davantage l'aspect relationnel dans la gestion de leur entreprise. Souhaitant la stabilité, elles ont misé davantage sur les activités commerciales et de service d'ailleurs plus exigeantes sur la mise en œuvre de compétences sociales. L'homme plus matérialiste et orienté vers des activités de production a dès la création confiance en ses capacités. Il est, dans cette logique, plus ambitieux dans le développement de ses affaires.

Outre le sexe, l'âge est également un critère discriminant jouant sur l'appréciation du métier d'entrepreneur.

2.1.2 Caractéristiques des entrepreneurs/repreneurs selon les catégories d'âges

Les 3 catégories d'âges de l'enquête correspondent chacune à des postures spécifiques vis-à-vis de l'entrepreneuriat. On cerne également que l'histoire individuelle a été le ferment de la démarche de création plus ou moins volontaire et facile au départ.

Entrepreneurs/repreneurs de moins de 37 ans

Ce groupe rassemble davantage d'étudiants, de jeunes diplômés célibataires ou en union libre qui ont une bonne connaissance des nouvelles technologies ainsi qu'une formation en gestion. La mère, le père ou les 2 parents ont souvent été entrepreneurs eux-mêmes, la famille ayant soutenu le projet. Les fonds sont d'ailleurs souvent d'origine familiale ou sont spéciaux (syndicats, fonds d'investissements, fonds de relève...). Le secteur d'activité a été choisi pour son potentiel de croissance, mais aucun secteur particulier ne se démarque. Ils recherchent principalement le plaisir au travail, sa flexibilité et le fait de pouvoir faire ce que l'on veut ainsi que le plaisir d'apprendre (auto formation). Leur valeur est le dépassement de soi et la reconnaissance des autres. Paris est le lieu représentatif de ces jeunes entrepreneurs.

Entrepreneurs/repreneurs de 37 à 46 ans

Cette tranche d'âge est celle qui aspire le plus à redevenir salarié. Elle considère que le montant des impôts sur les sociétés est trop important. Le premier défi lors de la création d'entreprise a été le recrutement de compétences. Les valeurs personnelles sont la loyauté et la conciliation de la vie personnelle et professionnelle sachant que ces entrepreneurs ont souvent déjà des enfants. Une entreprise peut renforcer son image et son audience auprès de ses parties prenantes (clients, fournisseurs, organismes professionnels, etc...) à condition d'être étayé par un engagement personnel et sincère de la part du dirigeant de l'entreprise. Les entreprises du secteur marchand à but lucratif sont vues comme les plus adaptées à s'engager sur la voie du développement durable. L'objectif à 5 ans est que l'entreprise devienne intéressante à gérer. On recense parmi les secteurs de prédilection de cette catégorie : les services administratifs, services de soutien, service de gestion des déchets et services d'assainissement, la finance et l'assurance. Les statuts de société en nom collectif et d'EURL apparaissent davantage dans ce groupe dont l'aire géographique représentative est surtout l'Île-de-France hors Paris.

Entrepreneurs/repreneurs de plus de 47 ans

Ce groupe est celui qui aspire le moins à redevenir salarié revendiquant une expérience dans le monde des affaires. Son niveau d'études s'arrête souvent au secondaire et ces entrepreneurs n'ont à l'origine pas de formation en gestion. Il s'agit aussi beaucoup de la reprise d'une entreprise familiale et l'objectif était à l'origine de devenir son propre patron : ainsi, cette reprise était aussi par obligation et ne correspondait pas à un rêve. D'ici à 5 ans, ces dirigeants souhaitent que leur entreprise restent à taille humaine, mais n'ont pas une vision très claire de leur avenir. Leurs valeurs personnelles concernent la parité homme / femme.

En résumé, les entrepreneurs les plus jeunes recherchent essentiellement à travers la création les valeurs de plaisir, liberté et reconnaissance des autres. Ils plébiscitent la création d'entreprise avec les entrepreneurs les plus âgés bien que ces derniers se soient davantage lancés au départ par obligation. La tranche d'âge intermédiaire (37 à 46 ans) se plaint le plus de ce métier et cherche à pouvoir concilier vie professionnelle et familiale.

Cette analyse bivariée croisant variables sociodémographiques et comportementales a montré l'importance du genre et de l'âge sur la motivation des entrepreneurs alors que le niveau d'études joue un moindre rôle. Cette phase initiale débouche naturellement sur un examen des données plus élaboré mettant en scène des méthodes de datamining permettant une analyse typologique, et en particulier un prétraitement basé sur l'analyse factorielle des correspondances multiples destinée à générer de nouvelles variables non corrélées, phase indispensable avant l'application des méthodes de classification sur variables quantitatives.

2.2 Détermination de profils d'entrepreneurs selon leur vision de l'entrepreneuriat

2.2.1 L'analyse factorielle des correspondances multiples au niveau des variables motivationnelles

L'ensemble des variables motivationnelles soit 69 variables a fait l'objet d'une analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM). Les valeurs propres des 2 premiers axes représentent 64,93 % pour l'un et 8,87 % pour l'autre soit 73,80 % en cumul après correction de Benzecri. Le 3^{ème} axe ne représente plus que 4,46 %. Le principe de l'AFCM qui n'est qu'une première étape dans la présente analyse prend on compte au niveau de la représentation factorielle à deux axes, les modalités dont la

contribution est supérieure au poids, c'est-à-dire les modalités qui ont une représentation éloignée de l'origine. On peut en examinant ces modalités, interpréter les axes 1 et 2 de la façon suivante :

Sur l'axe 1 vers les valeurs positives (vers la droite), les individus voient l'entrepreneuriat comme un défi et une opportunité. Ils recherchent la qualité de vie. Ces entrepreneurs correspondent au groupe le plus jeune vue préalablement (moins de 37 ans). Ils résident surtout à Paris et en Île de France. La zone littorale du Nord de la France se rapprocherait davantage de cette tendance. Vers les valeurs négatives (vers la gauche), on trouve à l'inverse les entrepreneurs de plus de 47 ans, souvent originellement chômeurs pour lesquels l'entrepreneuriat a été un moyen de s'en sortir. Ce sont les entrepreneurs assez typiques de Casablanca dans l'enquête.

Sur l'axe 2 vers les valeurs positives (vers le haut), l'entrepreneur assez terre à terre a pour motivation l'aspect lucratif et voit l'entreprise comme assez contraignante. Au contraire vers les valeurs négatives (vers le bas), cela correspond pour lui à la concrétisation d'un rêve et réalise cependant que cette activité est très prenante mais sans doute passionnante. L'entrepreneur est un idéaliste.

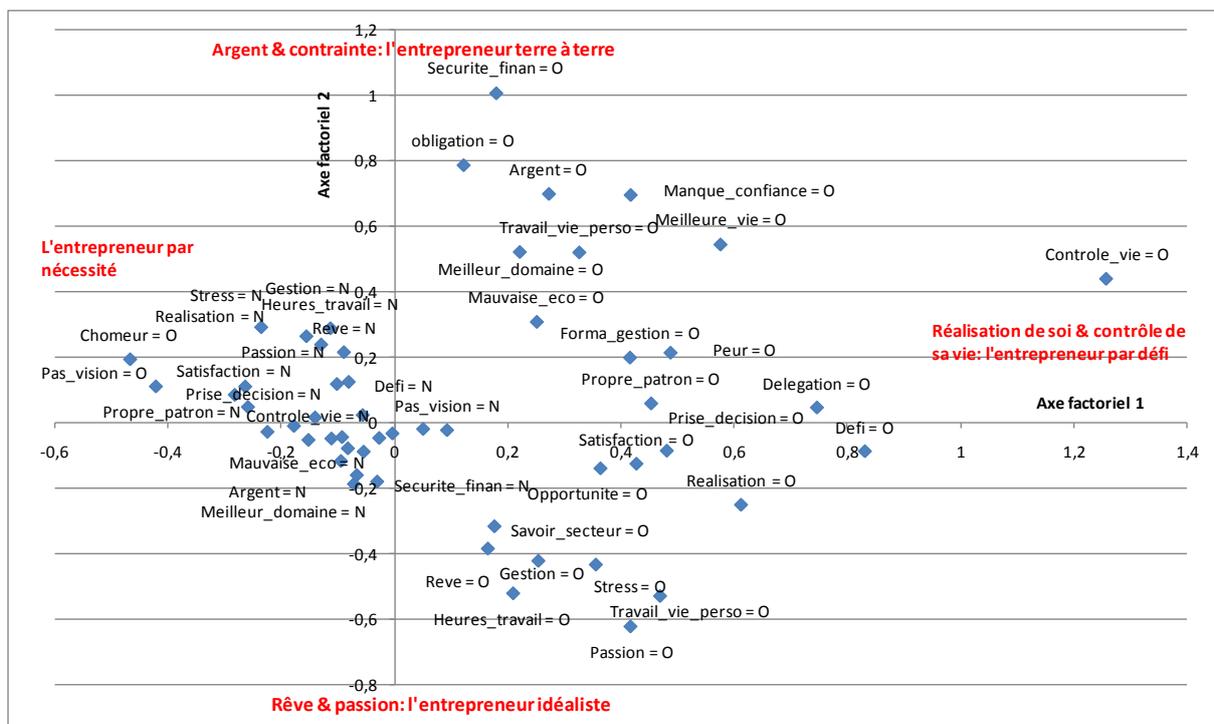


Figure : Carte factorielle des 2 premiers axes et principales modalités

2.2.2 Classification par la méthode des k-means

Dans un deuxième temps, on a considéré les 5 premières variables factorielles indépendantes issues de l'AFCM et rassemblant 84,59% de l'inertie totale pour y appliquer une méthode de classification. Le partitionnement des individus par la méthode itérative des k-means ou k-moyennes consiste à les séparer en k clusters de façon à minimiser la somme des carrés de leurs distances au centre des groupes ainsi constitués. Il est à noter que la méthode de classification ascendante hiérarchique (CAH) donne pratiquement le même résultat en terme de classes : le nombre optimal de ces classes correspondant à une variance intraclasse minimale et variance interclasse maximale est de k=3.

Ainsi, le clustering optimal a fourni les 3 groupes suivants qui ont pu être décrites par certaines modalités de l'ensemble des variables disponibles grâce à la méthode de la valeur test:

Groupe 1 : L'entrepreneur à motivation pécuniaire

Ce groupe rassemble 38,3% de l'effectif (352 individus). Son profil-type de cet entrepreneur a souvent plus de 47 ans, est marié, masculin, détient un bagage universitaire et a moins d'enfants à charge que la moyenne

Ce type d'entrepreneurs ne subit pas de stress et ne considère pas la création d'entreprise comme un défi ou un mode de réalisation de soi, ni comme comportant des contraintes familiales particulières. Ils voient des changements proches importants pour leur entreprise. Leur statut juridique est plus souvent celui de la SARL ou SA et le secteur d'activité souvent celui de la finance ou de l'assurance, le transport et l'entreposage, les services immobiliers ou de location. Dans beaucoup de cas, ils ont originellement créé leur activité car ils étaient au chômage. Ils voient l'entreprise uniquement comme un moyen pour faire de l'argent et ne sont pas entrepreneurs par vocation. Leur ambition est d'être le meilleur dans leur domaine et de permettre à leur société d'atteindre une classe mondiale de manière de partir en retraite avant 55 ans. Il est plus représentatif des entrepreneurs de Casablanca. Le groupe rassemble des entrepreneurs / repreneurs ayant une attitude froide et lucide sur l'entrepreneuriat.

Groupe 2 : L'entrepreneur par défi

Il compte 25,1% de l'effectif de l'échantillon (230 individus). Son profil-type est souvent de moins de 37 ans, en union libre ou célibataire, indifféremment homme ou femme.

Au contraire du groupe 1, les individus du groupe 2 considèrent l'entrepreneuriat comme un défi permettant de se réaliser, d'être son propre patron, d'obtenir de grandes satisfactions. Ils enregistrent néanmoins certaines craintes personnelles et de leur entourage concernant le développement de leur activité. Leur avenir est senti incertain. Le financement initial de leur entreprise a été au départ plus laborieux et a fait appel à des fonds familiaux. Les conseils de professionnels ont aidé au démarrage de l'activité. Se fondant sur les relations humaines et sur les réseaux professionnels, le travail en équipe, la délégation font partie de leurs qualités personnelles mais ils ont peur de ne pas savoir établir de priorités dans leurs tâches. Ils prétendent être bons dans le marketing et la vente, les technologies numériques, la prise de décision sur le plan du management. L'argent est aussi l'un des moteurs de leur action de même qu'être le meilleur dans son domaine. La SAS, SARL et l'EURL sont les statuts les plus représentés et pour les secteurs, on rencontre dans ce groupe, la construction, les services de soutien, les services de gestion des déchets et d'assainissement, les autres services. Le groupe plus représentatif de Paris, mais aussi de reste de l'Île-de-France et auquel appartiennent de jeunes entrepreneurs/repreneurs a une attitude très positive et enthousiaste vis-à-vis de l'entrepreneuriat.

Groupe 3 : L'entrepreneur par contrainte

Ce 3^{ème} groupe rassemble 36,6% de l'effectif (336 individus). Son profil-type est plutôt féminin et marié, avec plus d'enfants que la moyenne. L'âge le plus représentatif est de 37 à 46 ans, mais ce critère est moins discriminant que pour les autres groupes. De même, il y a légèrement moins de personnes ayant réalisé des études supérieures dans cette catégorie.

Les membres de ce groupe voient l'entrepreneuriat comme étant très contraignant sachant qu'ils sont sans doute aussi très pris par leurs obligations familiales: Le nombre d'heures passé à la gestion est incalculable et génère un stress important, le montant des impôts est jugé beaucoup trop élevé. Ces entrepreneurs n'ont pas bénéficié d'aide à la création et ont fait appel souvent à l'emprunt en rachetant parfois une entreprise ou un commerce. Ils ne placent pas de hautes ambitions dans leur activité qui n'est pas destinée à atteindre une stature mondiale. Ils ne cherchent pas non plus à être les meilleurs dans leur domaine malgré le fait qu'ils connaissent bien à l'origine leur secteur d'activité. L'argent, la conciliation de la vie personnelle et du travail, les perspectives d'amélioration de sa qualité de vie ne sont pas les objectifs de la création d'entreprise bien qu'à l'origine c'est par passion et pour réaliser un rêve finalement presque déçu que l'entrepreneur s'est lancé. Possédant rarement une formation à la gestion, les qualités mises en avant sont celle de l'autonomie personnelle et le travail en équipe. Le secteur d'activité de prédilection de ce groupe est surtout le commerce de détail ou d'autres activités indépendantes à taille humaine comme l'agriculture, la foresterie et la pêche et la chasse. Le statut est celui de l'entreprise individuel et de la SARL. L'entrepreneur déclare ne pas avoir de vision pour l'avenir de son activité et semble naviguer à vue. Subissant sa situation, il semble avoir une posture assez négative et désabusée sur l'entrepreneuriat.

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3
	L'entrepreneur à motivation pécuniaire	L'entrepreneur par défi	L'entrepreneur par contrainte
<i>Part dans la population des entrepreneurs</i>	38,30%	25,10%	36,60%
<i>Secteurs d'activité</i>	Finance, assurance, transport et entreposage, services immobiliers ou de location	Construction, services de soutien, services de gestion des déchets et d'assainissement, autres services	Commerce de détail, agriculture-chasse & pêche
<i>Formes juridiques typiques</i>	SARL, SA	SAS, SARL, EURL	Entreprise individuelle, SARL
<i>Origine & historique de la création</i>	Succède à une période de chômage	Financement difficile au départ, appel à des fonds familiaux, a bénéficié du conseil de professionnels	Financement par emprunt, rachat d'une entreprise ou de commerce
<i>Caractères socio-démographiques dominants</i>	Plus de 47 ans, marié, homme, études supérieures, peu d'enfants à charge	Moins de 37 ans, en union libre ou célibataire, homme ou femme	De 37 à 46 ans, femme, davantage d'enfants à charge que la moyenne des entrepreneurs
<i>Caractères motivationnels principaux</i>	Ambition de gagner de l'argent, souhaite être le meilleur dans son domaine, le métier d'entrepreneur n'est pas une vocation	Attitude très positive et enthousiaste vis-à-vis de l'entrepreneuriat vécu comme un défi, souhaite avoir le contrôle de sa vie, crainte pour l'avenir	Stress, montant des impôts jugé trop élevé, rêve parfois déçu ou appréciation assez négative de l'entrepreneuriat, peu de vision du futur
<i>Qualités ou défauts personnels exprimés</i>	Attitude froide et lucide sur la fonction	Privilégient relations humaines, réseaux professionnels et travail en équipe, capacité à déléguer, peur de ne pas savoir établir de priorités dans les tâches	Autonomie, capacité de travail en groupe, peu de formation à gestion

Figure : Description des 3 groupes d'entrepreneurs obtenus par classification k-means

Sachant que les résultats dépendent souvent des méthodes de classification utilisées qui ne sont souvent pas très robustes, les typologies obtenues précédemment ont été mises à l'épreuve d'une méthode de classification par réseau de neurones.

2.2.3 Classification par la méthode des cartes auto-organisatrices de Kohonen

La méthode de classification automatique par les cartes auto-organisatrices de Kohonen ou en anglais self organizing maps (SOM) adaptée aux bases de données de grande taille se fonde sur les réseaux de neurones artificiels orientés à 2 couches. La couche d'entrée intègre les neurones ou variables descriptives alors que la couche de sortie forme une carte, le plus souvent un tableau de n lignes et m colonnes, chaque neurone étant représenté par une cellule et constituant un groupe. Une caractéristique des cartes de Kohonen est aussi que les propriétés topologiques des données en entrée sont conservées dans les résultats : les groupes voisins sur la carte possèdent en effet davantage de traits communs que des groupes distants.

En choisissant une carte de Kohonen de 2 lignes et 2 colonnes, les 4 groupes suivants ont été mis en évidence confirmant et étendant les résultats de la classification par les k-means. Le taux d'inertie expliqué honorable par cette méthode s'est amélioré en passant à 36,74% alors qu'il était de 30,94% par les k-means.

Cellule 1 : L'entrepreneur à motivation pécuniaire (37,2%)	Cellule 2 : L'entrepreneur par défi et opportunité (18,7%)
Cellule 3 : L'entrepreneur par contrainte (31,8%)	Cellule 4 : L'entrepreneur par défi et vocation (12,3%)

Figure : Représentation de la carte de Kohonen 2x2 obtenue et de ses cellules

Les 4 cellules possèdent les spécificités suivantes :

Cellule 1 : L'entrepreneur à motivation pécuniaire (1^{ère} ligne – 1^{ère} colonne)

Cette cellule rassemble 37,2% de l'effectif (341 individus) et il correspond parfaitement au groupe 1 de la classification k-means.

Cellule 2 : L'entrepreneur par défi et opportunité (1^{ère} ligne – 2^{ème} colonne)

La présente cellule comprend 18,7% de l'effectif (172 individus).

On y retrouve une partie du groupe 2 de la classification k-means (L'entrepreneur par vocation). Cet ensemble a dû surmonter au départ un grand manque de confiance en soi et une peur devant l'ampleur du défi et de négliger son entourage qu'il a su dépasser en particulier en réussissant à déléguer les tâches essentielles. La création ou la reprise de l'entreprise s'est faite suite à une période de chômage et n'a pas été véritablement choisie au départ, ni n'a constitué un rêve, mais une aisance financière s'est installée et les membres de cette cellule sont devenus des inconditionnels de l'entrepreneuriat. Parmi les secteurs d'activité de cette catégorie, on recense l'industrie de l'information et culturelle, les soins de santé et d'assistance sociale, la construction,

l'extraction minière, de pétrole ou de gaz. Ces entrepreneurs autodidactes ont un bagage éducatif assez faible et n'ont pas de vision claire de l'avenir. Leur zone géographique davantage représentative est le Cambrésis,

Cellule 3 : L'entrepreneur par contrainte (2^{ème} ligne – 1^{ère} colonne)

Cette cellule compte 31,8% de l'effectif (292 individus) et coïncide avec le groupe 3 de la classification k-means. C'est le groupe qui aspire le plus à redevenir salarié.

Cellule 4 : L'entrepreneur par défi et vocation (2^{ème} ligne – 2^{ème} colonne)

La cellule 4 rassemble 12,3% de l'effectif (113 individus).

On retrouve une partie du groupe 2 de la classification k-means (L'entrepreneur par défi). La différence avec la cellule 2 est que ces entrepreneurs ont véritablement fait au départ le choix de la création ou de la reprise par aspiration personnelle, pour être son « propre patron », pouvoir concilier vies personnelle et professionnelle, aspirer à une meilleure qualité de vie. Ce choix s'est fait néanmoins avec une certaine peur au ventre en étant conscient des risques possibles d'échec. Au contraire de la cellule 2, ces entrepreneurs ont une formation à la gestion, une bonne connaissance des nouvelles technologies. Versés en finance, marketing et commerce, souvent associés, ils cherchent à valoriser leur entreprise pour éventuellement leurs parts plus tard. Ces entrepreneurs se concentrent sur la région Paris – île de France et leur secteur de prédilection est plutôt les services.

Le graphique ci-dessous montre une très bonne adéquation des 4 cellules avec les 4 directions des 2 principaux axes factoriels. La qualité de la représentation est très bonne compte tenu du fort taux d'inertie cumulée des 2 axes.

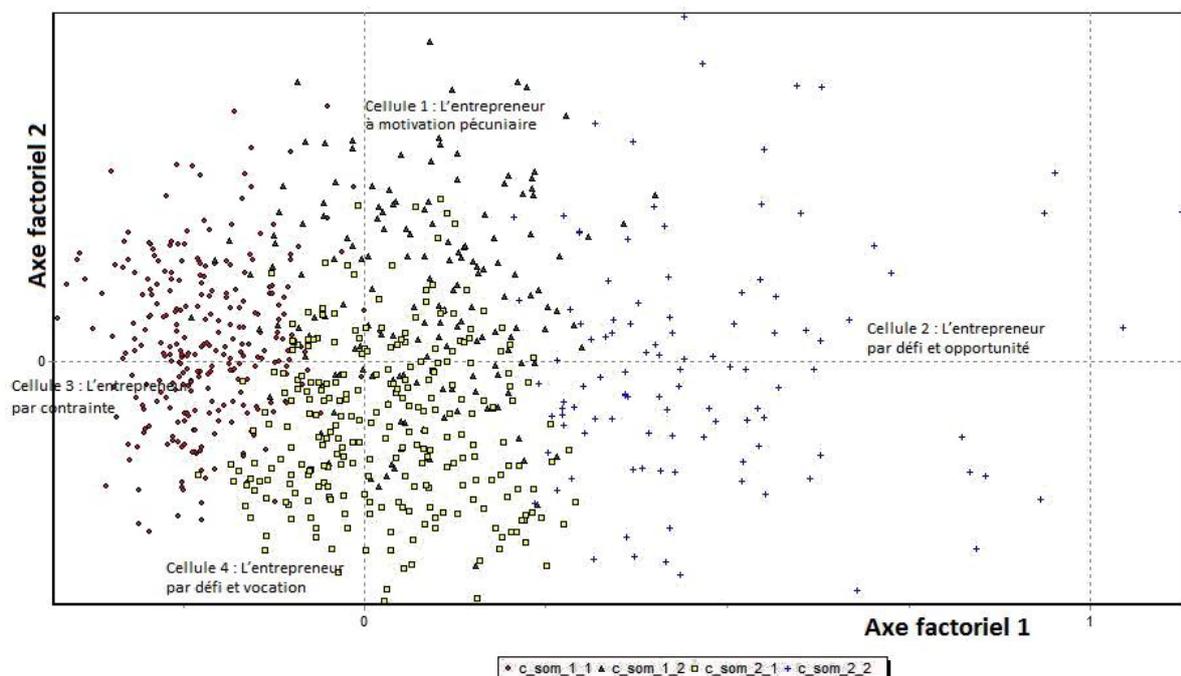


Figure : Représentation des individus sur la carte factorielle des 2 premiers axes associés aux 4 cellules issues de la méthode de classification de Kohonen

Les pures vocations ne rassemblent qu'un peu plus d'1 entrepreneur sur 10 alors que l'entrepreneuriat subi et presque regretté en concerne plus de 1 sur 3.

3. Implications managériales

La présente étude a mis en évidence l'existence de groupes d'entrepreneurs bien définis par leurs motivations et attentes quant à la création ou reprise d'une entreprise. En particulier, il devient alors possible d'adapter le contenu des programmes d'appui à la création d'entreprise proposés par les institutions publiques ou privées. Ainsi, on remarque par exemple que les entrepreneurs les plus jeunes souvent très idéalistes cherchent avant tout le conseil de mentors. La tranche d'âge intermédiaire ayant perdu son enthousiasme du départ nécessitera une « thérapie » de remotivation. Les entrepreneurs les plus âgés souhaitent davantage être accompagnés pour revendre et transmettre leur société quitte à prendre une retraite anticipée.

4. Limites et perspectives

L'étude basée sur du déclaratif a cherché à identifier les profils-types d'entrepreneurs mais ne les a pas liés avec la santé plus ou moins bonne de leur société ce qui pourra être une voie de recherche complémentaire. L'une des autres perspectives de recherche appliquée est de cerner les 5 ou 10 questions les plus fondamentales permettant d'automatiquement établir très rapidement ce profil pour un entrepreneur existant ou potentiel. On pourra ainsi mesurer son taux probable de succès ou d'échec futur dans sa fonction d'entrepreneur ou de repreneur, outil très utile pour évaluer les « business models » ou les candidats à des franchises par rapport à des facteurs humains et psychologiques.

Bibliographie

Kohonen T. (1995) « Self-Organizing Maps », vol. 30, Springer Verlag.

L. Lebart, A. Morineau, M. Piron (2000) « Statistique Exploratoire Multidimensionnelle », Dunod, pp.181-184.

