

Rapport Étude

« L'Europe a besoin de plus d'entrepreneur.e.s, et plus de jeunes entrepreneur.e.s »



Ce rapport présente les principales conclusions tirées de 40 interviews de jeunes entrepreneur.e.s issu.e.s de France, de Grèce, d'Irlande et de Slovénie. Au cours de ces entretiens, les entrepreneur.e.s ont été interrogé.e.s sur leurs motivations, mais aussi sur les clichés qu'ils.elles ont identifiés et connus lors de la création de leur entreprise. Les principales conclusions présentées dans ce rapport ont servi de base à la création de plusieurs outils visant à réduire les clichés et à sensibiliser les jeunes entrepreneur.e.s à l'entrepreneuriat de la manière la plus efficace possible.

Les principales motivations de l'entrepreneuriat

Les principales motivations évoquées par les jeunes entrepreneur.e.s interrogé.e.s dans cette enquête peuvent être divisées en deux grandes catégories : les motivations internes et les motivations externes.



- Les motivations internes

De nombreux.ses entrepreneur.e.s ont mentionné en premier lieu un certain nombre de facteurs internes qui les ont amené.e.s à privilégier l'entrepreneuriat plutôt qu'un emploi traditionnel. Certain.e.s d'entre eux.elles **ont identifié une compétence qui, selon eux.elles, pourrait être utile** à d'autres (par exemple les compétences interpersonnelles, les compétences organisationnelles ou encore les compétences artistiques...).

D'autres avaient des motivations généralement associées aux jeunes générations : **désir d'indépendance, créativité, flexibilité** (par exemple, choix des heures de travail), idée d'éviter la routine et de vivre des aventures. Ces motivations venaient soit de situations vécues lors de stages ou d'un premier emploi qu'ils.elles ne souhaitent pas revivre, soit, pour certain.e.s, des

nombreux clichés associés à la vie d'un travailleur typique : choisir l'entrepreneuriat était un moyen de les éviter.

Une autre motivation interne forte était le **désir de suivre ses rêves**, de **construire quelque chose de nouveau**. La confiance en soi et l'ambition ont également été abordées dans quelques entretiens.

- Les motivations externes

Au-delà de ces facteurs internes, de nombreuses personnes interrogées ont mentionné des facteurs externes qui les avaient motivées à poursuivre leur aventure dans la création d'entreprise.

Les principales motivations externes venaient de **leur entourage** : quelqu'un qui croyait en leur projet, qui les encourageait (parents, petit.e ami.e, mentor...), la rencontre d'une personne avec qui ils.elles souhaitaient construire quelque chose et qui finissait par devenir leur cofondateur.trice.

La deuxième source de motivations externes était **l'environnement économique et social** des interviewé.e.s. En Grèce, par exemple, les principaux moteurs ont été le désir d'éviter le chômage, de créer son propre emploi et de participer à la relance économique du pays afin de le promouvoir de manière positive.

Cela pourrait également se traduire par le désir d'avoir un **impact dans une cause plus importante** : un impact positif sur la planète, un moyen d'aider les chômeurs... À cet égard, un moteur intéressant a été évoqué : le désir profond d'avoir un impact plus rapidement qu'il ne le serait possible en travaillant dans une organisation (entrepreneur français).

La dernière source de motivations externes était **l'identification d'une opportunité sur le marché**, qui était n'était pas (ou mal) exploitée (par exemple, un.e entrepreneur.se français.e travaillant dans le domaine des jeux en tant qu'employé.e, s'est aperçu.e que l'offre existante ne correspondait pas réellement aux besoins des clients).

Ce qu'il est intéressant de noter à ce stade, c'est **l'importance de l'écosystème du pays** de la personne interrogée en matière d'entrepreneuriat : au-delà des facteurs de motivation internes et externes mis en lumière par les entretiens, la combinaison de l'environnement économique et social, la culture entrepreneuriale en général ainsi que le degré de soutien apporté par le gouvernement et l'administration, semblent jouer un rôle très important dans la motivation des personnes interrogées à choisir l'entrepreneuriat et sur leur niveau de succès ultérieur.

L'impact de la jeunesse

Interrogées sur l'impact de leur jeune âge sur leur projet de création d'entreprise, de nombreuses personnes ont évoqué le rôle de leur éducation. Parce qu'ils.elles étaient « tout juste sorti.e.s de l'école », la plupart d'entre eux.elles ont eu le sentiment qu'ils.elles étaient toujours dans un **esprit d'apprentissage, désireux.ses de continuer à apprendre**, curieux.ses et doté.e.s de connaissances et de compétences actualisées qui pouvaient être immédiatement mises en œuvre.



Nombre d'entre eux.elles ont également mentionné des compétences qu'ils.elles avaient développées dans le cadre d'**activités extra-scolaires ou de leur engagement associatif**. L'université était souvent pour eux.elles un laboratoire dans lequel ils.elles développaient des compétences qu'ils.elles pouvaient facilement exploiter pour leurs projets : compétences en matière de débats, bénévolat, création d'un portail pour les étudiants, « soft skills » développés au cours de projets et de compétitions, possibilités de réseautage offertes avec ces activités...

La liberté est apparue comme un élément facilitant grandement leur projet de création d'entreprise. Le fait de n'avoir aucune responsabilité financière ou familiale leur a permis de s'impliquer pleinement dans leurs projets. Ils.elles ont estimé qu'ils.elles n'avaient rien à perdre, qu'ils.elles pouvaient se permettre de travailler dur en étant peu ou pas rémunéré.e.s et qu'ils.elles pouvaient gérer leur temps en fonction des besoins du projet. Et, si nécessaire, retourner chez ses parents restait toujours une possibilité !

Cette liberté s'est également exprimée par une **capacité à oser et à prendre des risques**, une intrépidité ou un courage qui peut être très utile au début et que certain.e.s ont le sentiment d'avoir perdu plus tard dans leurs projets lorsque les enjeux ont augmenté. Comme l'explique le.la fondateur.rice d'un cabinet d'expertise comptable de Slovaquie : « Quand on est jeune, on ose plus. On ne pense pas trop aux conséquences de nos décisions. Ce qui n'est pas vraiment bon pour le long terme mais au début cela peut être très utile ».

Un autre trait récurrent est le niveau d'énergie. Beaucoup ont mentionné à quel point l'entrepreneuriat était exigeant et qu'il valait mieux s'être lancé jeune : « quand on est jeune, on n'a pas besoin de beaucoup de sommeil », a déclaré un.e entrepreneur.e français.e. Certain.e.s ont utilisé des mots comme « frénésie », « témérité ».

De même, certain.e.s ont mentionné leur ouverture d'esprit, leur créativité, leur ingéniosité et leur capacité à faire beaucoup avec peu de ressources. Tout cela est lié à une motivation et à une détermination que beaucoup associent à leur jeunesse au moment où ils.elles ont commencé. Le.la fondateur.rice d'une agence de communication numérique française, a bien résumé la situation : « Le fait de n'avoir aucune expérience nous pousse à aller plus loin, car justement, on ne sait pas où s'arrêter, on ne peut pas se comparer, on n'a aucune limite ».

Ce niveau d'énergie peut aussi être l'expression d'une forme de naïveté ou d'innocence : l'idée que tout est possible, une forme d'idéalisme, de passion. Ne pas connaître les complexités, ne pas trop réfléchir peut conduire à faire plus d'erreurs, ce qui peut être compensé par un niveau d'énergie plus élevé. Pour citer le.la fondateur.rice d'un gymnase pour enfants en Slovaquie, « La jeunesse et l'inexpérience sont comme une épée à double tranchant. Ils peuvent constituer un obstacle, mais ils peuvent aussi être un tremplin ». Un.e fondateur.rice irlandais.e d'une entreprise d'illustration, appelle cela « une énergie naïve et une confiance en soi qui est propre aux jeunes diplômés ». Encore une fois, cela peut être lié à des traits associés aux stéréotypes de la jeunesse : un puissant désir de changer le monde qui est à la limite de l'entêtement, le désir de faire les choses « à sa manière », et parfois même le rejet de ce qui peut être perçu comme une « routine ». Mais souvent, cela suscite la sympathie des gens qui veulent les aider et les encadrer.

Enfin, un dernier point fondamental est la conscience que ces jeunes entrepreneur.e.s avaient de leurs compétences, compétences que leurs aînés n'avaient pas. Les plus évidentes sont les outils numériques, la maîtrise des réseaux sociaux, les compétences informatiques. Mais beaucoup ont également mentionné des compétences en matière de marque, de communication, ainsi que leur adaptabilité et leur polyvalence qui leur ont permis de cerner les besoins du marché et de s'y adapter rapidement.

- La jeunesse vue comme une opportunité ou comme un obstacle



Lorsqu'il s'agissait de déterminer si leur jeunesse avait été perçue comme un obstacle ou une opportunité lors du lancement de leur entreprise, les réponses étaient assez mitigées. La plupart ont déclaré qu'être un.e jeune entrepreneur.e avait **ses avantages et ses inconvénients**.

Au-delà des idées exprimées ci-dessus, les avantages qu'ils.elles ont identifiés découlent principalement du « **capital de sympathie** » associé aux jeunes : les gens voulaient les aider et ils.elles n'auraient probablement pas reçu le même soutien s'ils.elles avaient été plus âgé.e.s. Un.e entrepreneur.e grec.que, a déclaré : « Ma jeunesse et ma carte d'étudiant m'ont ouvert des portes et m'ont assuré un soutien que personne ne m'aurait offert si j'avais été plus âgé et mieux équipé pour réussir ». Un.e autre grec.que, fondateur.rice d'une société d'impression 3D grecque utilisant du plastique recyclé, a mentionné les opportunités de mentorat : « J'ai pu avoir accès à de vastes réseaux de mentors et de contacts qui auraient pu ne pas être aussi ouverts plus tard ». Une fois de plus, le niveau d'énergie affiché par les jeunes a souvent été très utile pour convaincre les gens, même lorsque le produit n'était encore qu'une idée, comme l'a mentionné le.la fondateur.rice irlandais.e d'une application : « Même si nous n'avions pas grand-chose en termes de produit, d'expérience ou de compétences, les gens étaient prêts à nous écouter grâce à cette énergie dans la pièce. »

Sur un plan très pratique, les avantages d'être un.e jeune entrepreneur.e pourraient également être trouvés dans **l'accès au crédit, en particulier pour les jeunes femmes** (comme le rappelle un.e entrepreneur.e français.e).

Ceux.celles qui considéraient la jeunesse comme un inconvénient ont mentionné les difficultés liées au fait de se concentrer sur la création d'une entreprise tout en étudiant, ainsi que le **manque de confiance des administrations et des banques** du fait de leur manque d'expérience.

Une des personnes interrogées a également évoqué la difficulté de se lancer dans la création d'entreprise alors que personne autour d'elle ne l'avait jamais fait auparavant et qu'elle manquait d'expérience elle-même. Cela a provoqué des **sentiments de solitude et d'isolement**.

Le rejet des personnes plus âgées, ainsi que celles qui ont tenté de profiter de leur jeune âge, ont également été mentionnés, mais ces cas restent relativement rares.

La majorité des personnes interrogées ont eu une réponse mitigée à cette question. Beaucoup ont déclaré que, bien que leur jeunesse ait créé un capital sympathie et ait été jugée inspirante, ils.elles ont souvent été méprisés.e.s ou n'ont pas été pris.es au sérieux. Comme l'a exprimé un.e entrepreneur.e français.e : « D'une part, on peut bénéficier d'un capital de sympathie qui peut être important, d'autre part, on est rarement pris au sérieux ». Un.e grec.que fondateur.rice d'un logiciel de gestion de réservations B2B destiné aux agences de voyage, a connu des situations similaires : « Lors de présentations et d'événements de pitching, mon âge apportait toujours de la joie et de l'inspiration au public, mais dès qu'on en arrivait à parler affaires, c'était toujours plus dur au début. ».

D'autres ont décrit le contraire : leur jeunesse était d'abord une barrière, les gens hésitaient à travailler avec eux.elles à cause de cela, mais ils étaient ensuite **convaincus par leur professionnalisme, leur compétence**. Le.la fondateur.rice grec.que d'une entreprise d'ingénierie, en a fait l'expérience : « La plupart des gens hésitent à collaborer ou à engager un.e jeune, en particulier un.e ingénieur.e. Mais quand une personne me contacte, elle se rend compte qu'elle n'a rien à craindre car elle constate très vite que j'ai les connaissances nécessaires pour répondre à ses besoins ». Un.e entrepreneur.e français.e a expliqué : « J'ai toujours su comment cacher mon âge en travaillant beaucoup et en étant très structuré.e ».

De nombreuses personnes interrogées ont indiqué que cela évoluait, lentement mais sûrement, avec la **représentation croissante des jeunes entrepreneur.e.s dans les médias**, notamment à la télévision.

L'importance du soutien de l'entourage - qui les a aidé.e.s et comment ?



Les réponses aux questions sur le soutien ont été principalement marquées par la **corrélation étroite entre le niveau d'encouragement reçu et le succès du projet.**

Les sources de soutien, les encouragements et l'aide qui ont été le plus souvent mentionnés sont **la famille et les ami.e.s.** Qu'il s'agisse d'une aide pratique (création d'un site Web, aide à la création de marque, comptabilité), d'un soutien psychologique ou financier, toutes les personnes interrogées ont insisté sur leur importance dans leurs projets, notamment compte tenu des hauts et des bas inhérents à tout projet de création d'entreprise. Un.e entrepreneur.e slovène spécialisé.e dans la traduction, la correction d'épreuves et l'édition linguistique, a commenté : « Ma famille m'a offert un soutien psychologique et financier inestimable qui m'a permis de traverser des moments difficiles ». Certain.e.s ont même mentionné le soutien comme étant la patience de leurs copin.e.s alors qu'ils.elles parlaient sans arrêt de leur projet !

Au-delà de la famille et des ami.e.s, de nombreuses personnes interrogées ont trouvé **un soutien parmi d'autres communautés** : une communauté en ligne de blogueur.euse.s, une communauté artistique, d'autres entrepreneur.e.s qui donnaient des conseils sur la manière d'obtenir plus de client.e.s ou de gérer une entreprise. Pour ces personnes-là, il était extrêmement utile de pouvoir

parler à d'autres quand ils.elles ne savaient pas comment les choses se passaient, ou quand ils.elles cherchaient des conseils ou des réponses que leur famille ou leurs ami.e.s ne pouvaient pas leur offrir. Ce type de soutien peut également provenir d'un.e collaborateur.rice, de l'équipe de la société ou même de partenaires commerciaux tels que des client.e.s ou des fournisseur.euse.s.

Le soutien de leur université a également été un facteur de motivation important pour plusieurs entrepreneur.e.s. Il s'est exprimé sous la forme d'un.e enseignant.e qui croyait en leur projet, la possibilité de mettre en pratique leurs idées, mais aussi un environnement de pensée positive, d'idées et d'enthousiasme de la part des camarades de classe, qui étaient parfois les premiers client.e.s de ces entrepreneur.e.s.

Enfin, **le coup de pouce d'un.e entrepreneur.e chevronné.e** a également grandement aidé certain.e.s répondant.e.s. Le.la fondateur.rice français.e d'une épicerie végétalienne, a expliqué comment les encouragements du père entrepreneur de son ami avaient été comme une validation pour commencer et l'avaient « vraiment poussé à [se] lancer ». Le.la fondateur.rice d'une entreprise irlandaise de production vidéo et de marketing numérique, s'est souvenu.e des mots et des conseils d'un entrepreneur autodidacte à succès (« Vendez du piquant, pas du saucisson », « tu vends une idée, c'est le rêve du résultat final ») et comment cela l'a aidé à façonner sa stratégie et son orientation.

Beaucoup ont souligné **l'importance des liens humains** : un mentor prêt à les présenter à d'autres gens (« beaucoup "d'adultes" désireux de nous accompagner, de nous guider, de nous conseiller et de nous protéger » comme le dit un.e entrepreneur.e grec.que), le soutien d'incubateurs, de fondations, de concours, tout comme le bénévolat, un moyen de nouer des contacts avec des personnes partageant les mêmes idées, de partager ses idées et d'apprendre beaucoup.

Plusieurs répondant.e.s ont insisté sur **les avantages de parler de leur idée** : ils.elles ont reçu des remarques, ont approfondi leurs idées et ont gagné en confiance : « Plus vous parlez aux gens et plus ils.elles critiquent votre idée, plus votre idée se renforce. Vous l'aigüisez à chaque fois et chaque fois que vous posez une nouvelle question, cela mène à un nouveau défi qui suggère une solution qui ne cesse d'évoluer au fil du temps ». Le.la fondateur.rice français.e spécialisé.e dans le tourisme solidaire, a également déclaré : « Nous avons parlé de notre projet sans arrêt, alors à un moment, les gens disaient : Oh, mais je connais quelqu'un qui... ».

Pourquoi les encouragements sont-ils si importants ? Parce qu'ils donnent confiance aux entrepreneur.e.s. Un.e entrepreneur.e a déclaré, au

sujet de la confiance de ses ami.e.s et de sa famille : « Ils m'ont aidé à croire que tous mes rêves pouvaient devenir réalité ». Un puissant cadeau.

Ceux.celles qui n'ont pas reçu ce soutien ont clairement expliqué à quel point cela avait été difficile pour eux.elles. Un.e entrepreneur.e a raconté : « Dans mon environnement personnel, il n'y avait pas de soutien émotionnel. [...] C'était un lourd fardeau émotionnel de ne pas se sentir soutenu.e, comme si je ne pouvais pas parler avec qui que ce soit de ce qui se passait dans ma vie, dans mon entreprise, sans qu'ils me disent de trouver un emploi ». Un.e autre entrepreneur.e a décrit un environnement tout aussi décourageant : « [Les réactions de mes ami.e.s et de ma famille face à mon projet] n'ont pas été positives du tout, ils ne m'ont pas encouragé. La plupart d'entre eux me disaient que j'allais vite fermer mon entreprise de toute façon, et que ce n'était qu'une perte de temps ». Ces deux jeunes entrepreneur.e.s semblent avoir cessé leurs activités entre-temps, et on ne peut s'empêcher de se demander quel en aurait été le résultat si ils.elles avaient reçu plus de soutien.

Il est également important de noter que le manque de soutien était plus courant dans des domaines considérés comme difficiles, tels que les arts (l'idée typique étant « il est impossible de gagner sa vie en tant qu'artiste »). Nous reviendrons vers ce point quand nous étudierons les clichés.

Pour certain.e.s, le soutien se manifestait lorsque les gens achetaient leurs produits : le.la fondateur.rice slovène d'une marque de sacs écologiques, a déclaré : « L'aide la plus utile que vous puissiez apporter à un.e jeune entrepreneur.e est d'acheter et / ou de partager son travail. C'est ce qui l'encouragera à continuer. Les conseils ne coûtent pas cher, tout le monde aime en donner tout le temps ». Un.e autre entrepreneur.e partage le même point de vue sur les recommandations : « Le moment le plus inoubliable a été quand j'ai entendu dire qu'on avait dit du bien de mon entreprise à d'autres personnes. C'est l'aide et la motivation les plus précieuses ».

Une distinction subtile mais importante à faire à ce stade est le fait que le soutien n'exclut pas les doutes. Quelques créateur.rice.s ont mentionné la jalousie ou même le rejet de leurs camarades de classe ou de leurs proches, mais la plupart avaient une famille et des ami.e.s solidaires, bien que parfois sceptiques, voire inquiets pour leur ami.e / fille / fils. C'est particulièrement vrai lorsque ces jeunes entrepreneur.e.s ont pris la décision de refuser des emplois bien rémunérés pour créer leur entreprise, notamment dans un contexte de difficultés économiques : « Tous mes ami.e.s, ma famille et mes enseignant.e.s étaient opposé.e.s à ma décision, voulant m'empêcher de ruiner ma carrière ». Après tout, comme l'a rappelé le.la journaliste indépendant.e irlandais.e, « Il est naturel que les gens s'inquiètent pour vous, surtout s'ils n'ont jamais essayé de créer leur propre entreprise ou n'ont aucune expérience de l'entrepreneuriat ».

Certain.e.s ont été **convaincus avec le temps**, quand ils ont vu le dévouement, l'engagement, les efforts et le travail acharné de ces jeunes créateur.rice.s. Pour d'autres, ils.elles ont été rassuré.e.s par la couverture médiatique, la stabilité financière.

C'est un domaine à explorer : **la capacité à faire la différence entre les doutes et le manque de soutien de l'entourage**, et l'importance de se faire confiance lorsqu'on se lance dans la création d'entreprise : « [Mes ami.e.s et ma famille] m'ont dit que j'étais fou.folle et ils avaient raison, absolument raison, c'était un gros risque à prendre et ça n'aurait peut-être pas forcément fonctionné pour tout le monde, mais j'étais confiant.e et je savais ce que je voulais. »

Le rôle spécifique des écoles / universités dans la démarche entrepreneuriale de leurs élèves



Nous avons commencé notre analyse par une recherche générale sur le soutien et l'aide reçue par les jeunes entrepreneur.e.s, mais compte tenu de leur âge, il convient d'examiner plus en détail le rôle spécifique que les écoles et les universités ont joué dans la démarche de création d'entreprise de leurs étudiant.e.s.

Nous avons examiné de plus près le rôle joué par les enseignant.e.s et les camarades de classe, puis interrogé l'information et l'enseignement fournis par les écoles sur l'entrepreneuriat.

- Enseignant.e.s et camarades de classe

Interrogé.e.s sur le rôle joué par leurs enseignant.e.s et leurs camarades de classe dans leur aventure entrepreneuriale, les répondant.e.s ont eu des réponses très différentes.

Certain.e.s ont regretté le **manque d'aide ou de soutien de leurs enseignant.e.s**, se demandant si leur entreprise aurait connu une croissance différente si leurs enseignant.e.s avaient été là pour les aider : « Si j'avais eu l'aide d'enseignant.e.s, mon entreprise aurait probablement été plus grosse aujourd'hui ». Certain.e.s ont ressenti de la jalousie, provoquée par leur succès ; d'autres ont estimé que le fait de penser différemment n'était pas encouragé : « J'ai trouvé que l'influence du monde universitaire a joué son rôle en tant qu'exemple à éviter. Je ne me sentais pas poussé à creuser et à approfondir les choses. Dans mon environnement universitaire, on était encouragé.e à ne pas changer les choses, à ne pas essayer d'aller plus loin, à faire le minimum pour chaque défi et à ne jamais se mettre la pression pour en faire plus. Quelque chose qui pourrait facilement tuer votre entreprise dans le monde des startup ». Cette déconnexion vis-à-vis de la « vraie vie » a même poussé certain.e.s étudiant.e.s à abandonner leurs études et à explorer le monde réel à travers leurs projets de création d'entreprise.

Cependant, la plupart des jeunes entrepreneur.e.s ont exprimé une certaine **gratitude envers leurs camarades de classe et leurs enseignant.e.s**. Certain.e.s étaient reconnaissant.e.s de professeurs encourageant.e.s qui ont identifié très tôt leurs qualités et leurs points forts, ou qui ont simplement donné le coup de pouce dont ils.elles avaient besoin pour se faire confiance et se lancer. D'autres ont souligné le rôle important que leurs enseignant.e.s ont joué dans la formation des compétences essentielles à l'entrepreneuriat : capacité à bien présenter, esprit d'analyse, recherche de solutions, capacités d'organisation, gestion du temps, travail d'équipe, sans oublier les connaissances transmises.

En ce qui concerne **les camarades de classe**, beaucoup ont mentionné à quel point ils avaient été utiles, apportant soutien, idées créatives, aide à prendre des notes pendant le cours tout en s'intéressant à leur activité et même en devenant client.e.s dès les premiers jours de leur activité : « Ce sont des gens qui, durant les deux premières années, en cas de doute, étaient là pour dire

“c’est super, continue”. On a vraiment besoin d'entendre qu'on fait les choses bien. »

Il est important de noter que **le soutien et les conseils des enseignant.e.s** étaient deux choses différentes pour ces jeunes entrepreneur.e.s. Certains enseignant.e.s ont apporté leur soutien tout comme de précieux conseils. Mais d'autres, bien qu'encourageant.e.s, n'ont pas offert leur expertise. Lorsque cela se produisait, ces jeunes entrepreneur.e.s allaient généralement chercher ailleurs l'expertise qui leur faisait défaut : dans des pôles d'entrepreneuriat, des réseaux créés à l'école, ou auprès d'ami.e.s hors de l'université qui travaillaient déjà dans le même domaine.

- Informations et enseignement

Outre l'influence et l'aide de leurs enseignant.e.s et de leurs camarades de classe, il est également intéressant de regarder **l'impact du niveau d'informations reçues sur l'entrepreneuriat et le contenu de leur formation.**

Quelques personnes interrogées ont répondu qu'elles n'avaient eu aucune expérience en la matière ni **aucune formation en entrepreneuriat au cours de leurs études.** Dans certains cas, l'entrepreneuriat n'était même pas mentionné comme une option : « On est tellement conditionné.e.s pour le salariat que si on se dit que ça ne nous correspond pas, on se demande si on est vraiment normal ». Mais la plupart des personnes interrogées ont vécu une expérience plus nuancée.

Beaucoup ont regretté le **manque de formation ou l'insuffisance des cours** : par exemple, un cours sur le business plan en première année, tellement hors contexte et si tôt dans le programme qu'il n'a pas du tout été utile pour les étudiant.e.s. D'autres ont estimé que seuls les éléments de base étaient couverts, que les cours n'étaient pas suffisamment pratiques, trop superficiels, non centrés sur la carrière, qu'ils ne fournissaient pas d'étapes concrètes pour débiter, et ne parlaient pas des sujets importants comme la gestion d'équipe ou le développement de ses idées. Comme l'a souligné le.fondateur.rice français.e d'une marque de cosmétiques : « Nous ne parlons pas de la vie quotidienne d'une entreprise, de ce que c'est que d'être entrepreneur.e. Etre chef.fe d'entreprise ne se limite pas à lire un bilan comptable ».

Ceci dit, **la plupart d'entre eux.elles ont convenu que l'entrepreneuriat ne peut être enseigné, que le seul moyen d'apprendre est de l'expérimenter.** Le.fondateur.rice d'une entreprise slovène vendant des chaises pour boire

du vin, a déclaré : « Rien ne peut nous préparer à la vie de chef.fe d'entreprise. J'ai surtout appris de mes erreurs ». Un.e autre entrepreneur.e d'Irlande a dit quelque chose de très similaire : « On apprend en marchant, c'est de la pratique ».

Parmi les répondant.e.s qui ont ressenti un manque de formation en entrepreneuriat, beaucoup étaient **suffisamment motivé.e.s pour aller chercher ailleurs ce dont ils.elles manquaient** : séminaires de formation indépendants, pépinières d'entreprises, cours optionnels et concours de pitch, cours supplémentaires dispensés dans d'autres centres de formation... autant de lieux où ils.elles ont trouvé une formation complémentaire. Une des personnes interrogées a même créé une communauté d'étudiant.e.s pour former d'autres étudiant.e.s à l'esprit d'entreprise et aux startups.

Ce que la plupart des personnes interrogées ont jugé utile, c'est **d'entendre les entrepreneur.e.s parler de leur expérience pratique et des difficultés** qu'ils.elles ont rencontrées. Certain.e.s ont mentionné leur projet d'école ou leur stage de fin d'année dans un incubateur comme des expériences pratiques grâce auxquelles ils avaient beaucoup appris.

Les universités ont également manifesté leur soutien à des projets d'entreprise : une personne interrogée en France a pu obtenir un statut spécifique d'étudiant-entrepreneur à l'Université Dauphine, ce qui lui a permis de ne pas assister à certains cours pour se libérer du temps sur son projet de création. Une autre a expliqué que le simple fait d'entendre son université décrire l'entrepreneuriat comme une bonne option l'a aidée à considérer cette voie comme une possibilité.

Toutes ces réponses soulignent l'importance de l'environnement, de la culture, de la mentalité qui entourent ces jeunes entrepreneur.e.s. Au-delà du soutien des enseignant.e.s et des camarades de classe, le simple fait de savoir que la création d'entreprise est une (bonne) option a un impact considérable sur le désir et la capacité d'un.e jeune étudiant.e à envisager cette option.

Au-delà de l'entourage : quel.le.s entrepreneur.e.s ont été des modèles et des sources d'inspiration pour ces jeunes ?



L'entourage a joué un rôle essentiel dans la motivation des jeunes à créer une entreprise très tôt dans leur vie. Il est également très intéressant d'analyser qui étaient leurs sources d'inspiration et leurs modèles.

Certaines personnes interrogées ont **mentionné des entrepreneurs célèbres des États-Unis ou de leur pays**. D'autres ont estimé que leur seule motivation venait d'eux-mêmes et de leur volonté de résoudre un problème : Un.e entrepreneur.e de Slovénie, qui a lancé une entreprise de tutorat, a déclaré : « Je voulais juste devenir indépendante et commencer à faire ce que je sais très bien faire » et un.e entrepreneur.e grec.que a confié : « Mon inspiration ne provenait pas d'une personne mais de mon besoin de m'exprimer et de réaliser mes rêves ». Certain.e.s étaient conscient.e.s d'un changement dans leur motivation, passant d'un modèle un peu « cliché » à une représentation plus nuancée de leur ambition.

Certain.e.s répondant.e.s ont été **inspiré.e.s par des personnes de leur entourage proche**, telles que leurs parents, pour leurs valeurs, ou par des ami.e.s entrepreneur.e.s. D'autres ont mentionné des connaissances qu'ils.elles admiraient pour diverses raisons : leur entreprise prospère, un.e artiste capable de bien gagner sa vie en vendant son art, des concurrent.e.s

performant.e.s dans le même secteur d'activité, ou des personnes du même métier mais un peu plus en aval.

Il semble que ce soient les postures, les visions et les valeurs qui ont le plus inspiré ces jeunes entrepreneur.e.s, par exemple : « Pour moi, le rôle d'une entreprise c'est de trouver sa place dans la société et répondre à des problématiques sociales est le meilleur moyen de le faire ». Un.e entrepreneur.e français.e s'est inspiré.e d'un.e intervenant.e entrepreneur.e dans son école : « Il.elle avait créé sa petite boîte tout.e seul.e en disant qu'il.elle était libre, qu'il.elle portait sa marque, qu'il.elle décidait de ses valeurs, etc. Ça m'avait fait rêver. » Gagner de l'argent n'est pas le seul objectif : « Mon but d'aujourd'hui ce n'est pas seulement de me faire de l'argent pour moi, mais c'est de faire pour les autres aussi ». Le.la fondateur.rice français.e d'une entreprise spécialisée dans l'impression 3D de pièces de rechange pour voitures de collection, préfère lui.elle aussi donner un sens à ce qu'il.elle fait plutôt que de gagner beaucoup d'argent : il.elle s'est inspiré.e des ami.e.s de ses parents, qui « ne gagnent pas des millions, mais sont heureux et profitent de leur vie. ». Un.e entrepreneur.e slovène a ajouté : « les gens qui m'inspirent sont tous des travailleurs acharnés ».

La plupart des réponses ont démontré **une grande maturité et une capacité à prendre du recul et à connaître clairement leurs propres motivations**. C'est également quelque chose qui pourrait être mis à profit ultérieurement dans ce projet.

Comment ces jeunes entrepreneur.e.s définissent-ils.elles et gèrent-ils.elles le succès et l'échec ?



Beaucoup de répondant.e.s ont insisté sur l'ascenseur émotionnel qu'ils.elles ont connu en tant qu'entrepreneur.e.s. Leurs définitions et leurs façons de gérer le succès et l'échec ont fourni de nombreuses pistes de réflexion et des idées pouvant être utilisées pour les productions intellectuelles de ce projet.

Les succès et les échecs avaient des définitions très différentes selon les répondant.e.s. Pour certain.e.s, le succès a été mesuré par l'impact de leur activité, le nombre de personnes qu'ils.elles ont aidés : par exemple pour le.la fondateur.rice français.e d'une application qui aide les gens à rencontrer des collègues d'autres départements, « même si vous n'avez rien pour commencer, vous pouvez créer de la valeur et avoir un impact sur la vie des gens ». Une autre définition intéressante du succès a été donnée par un.e entrepreneur.e irlandais.e : « Le succès pour moi, c'est quand je peux concilier mon propre style et mes intérêts avec mon activité ».

Le terme échec a également de multiples significations : fermer une entreprise endettée, un client déçu, ne pas obtenir de bourse d'étude, des problèmes de trésorerie, des difficultés à convaincre des investisseurs et des client.es potentiel.le.s, un redoublement... Il y a aussi une perception culturelle de l'échec, et il semble qu'en Europe, l'échec ne soit pas perçu de la même façon

qu'aux États-Unis, par exemple : un.e entrepreneur.e slovène a déclaré qu'il.elle était plus à l'aise avec l'approche américaine de l'entrepreneuriat et de l'échec car « ils.elles se félicitent pour leurs échecs parce que chaque échec est un pas de plus vers le succès, parce qu'ils.elles permettent d'apprendre énormément ». Il s'agira d'un sujet de réflexion pour les prochaines étapes du projet SEC.

Beaucoup ont insisté sur le fait que succès et échec étaient intimement liés : le succès peut être une motivation, mais il entraîne aussi une certaine pression à ne pas perdre ce qui a été gagné. L'échec a souvent été considéré comme un chemin vers la réussite, une occasion d'apprendre, une source d'enseignements qui peut procurer du plaisir, comme l'a expliqué un.e entrepreneur.e de Slovénie : « J'ai trouvé que les moments d'échec étaient une bonne expérience de laquelle j'ai appris et où j'ai pris plaisir à essayer ».

Plusieurs répondant.e.s ont convenu que l'échec était plus utile que le succès : « Le succès est bien sûr une source de motivation, mais à mon sens, l'échec peut aider davantage que le succès. Je pense aussi que l'échec rend plus endurant.e et lors d'un marathon, c'est l'endurance qui compte. Je me dis toujours que si je ne suis pas prêt.e à échouer, je ne suis probablement pas prêt.e à réussir ».

Beaucoup ont souligné l'importance de faire face à ce chemin non linéaire, de réussir et d'échouer dans le processus de création : « je tire généralement les leçons de mes échecs et je suis convaincu.e que mon travail tend toujours vers de meilleurs résultats ». Il était essentiel de faire preuve de résilience : « En tant qu'étudiant.e entrepreneur.e, lorsqu'on décide de créer sa propre entreprise, on a l'impression que chaque jour est à la fois un énorme succès et un échec dévastateur. Pour survivre, on doit devenir plus résistant.e, se détacher des émotions extrêmes qu'apporte un succès ou un échec et pratiquer plutôt la maîtrise de soi ».

Un.e entrepreneur.e slovène nous a également rappelé que la définition de l'échec était propre à chacun : « L'échec est une illusion temporaire, le succès est un état dans lequel on peut toujours s'absorber. Les gens peuvent penser qu'on a réussi selon leur vision de la réussite, alors qu'on peut être en train de souffrir en silence. Les gens peuvent penser que vous avez échoué selon leur vision de la réussite, alors que vous êtes en train de mener la vie dont vous rêviez. »

Un.e répondant.e français.e a souligné un point important : « On présente souvent les aventures entrepreneuriales comme des aventures assez lisses et linéaires et, finalement, où l'entrepreneur va de réussite en réussite ; mais la réalité est vraiment différente, on a des hauts et des bas et les hauts sont plutôt très hauts, et les bas, très bas. C'est vraiment l'ascenseur émotionnel en quasi permanence ; moi la manière dont j'ai géré ça, c'est que

« systématiquement je me suis raccroché.e au fait que l'idée que je portais avait un vrai intérêt social ». Il s'agit d'une étape importante pour les prochaines étapes du projet SEC : être clair.e sur les réalités de cet ascenseur émotionnel.

Beaucoup de répondant.e.s ont parlé de cet ascenseur émotionnel, et il est important de prendre en compte ces émotions. L'échec peut être pris personnellement, le succès et la reconnaissance peuvent être stimulants, la tristesse peut être considérée comme un stimulus. Certain.e.s des répondant.e.s plus mur.e.s étaient à l'aise pour évoquer la manière dont ils.elles ont vécu l'échec, comme l'un.e des entrepreneur.e français.e : « Pour les échecs, j'accuse le coup ; je pleure pendant au moins 2 heures (même si je ne pleure pas vraiment), dans le sens où ça fait mal. » Il est important pour lui.elle de reconnaître ces émotions avant de pouvoir se relever et commencer à penser à des solutions.

De nombreux.ses répondant.e.s ont également avoué que leur perception de l'échec et de la réussite avait évolué au fil du temps, car les enjeux avaient changé. Par exemple, un.e entrepreneur.e français.e a déclaré : « On se fait des montagnes au début, mais les enjeux ne sont pas monumentaux ; demain si ça s'arrête, je me dis que j'ai su créer ça, donc je saurais créer autre chose ou me reconverter, aller travailler chez quelqu'un avec mon super carnet d'adresses. Aujourd'hui quand je vis une grande réussite, je me dis que je l'ai un peu provoquée mais avant tout c'est de la chance ». Un.e entrepreneur.e irlandais.e a également expliqué que « la vraie réussite, c'est de ne pas stresser là-dessus. Il ne s'agit pas de se taper dans les mains parce qu'on a signé un contrat, mais d'avoir confiance qu'on fait tout bien et que tout se passe comme prévu. » De même : « Maintenant, dès que j'ai réussi quelque chose, je passe à la suivante en me demandant "Comment m'améliorer ? Comment faire mieux ?" ».

Beaucoup ont également remarqué que, avec le temps, ils.elles ne prenaient pas assez le temps de fêter et de profiter de leurs réussites : « On a tendance à vivre un peu plus mal les échecs et à ne pas assez profiter des réussites ». Un.e entrepreneur.e français.e trouve que la quantité de travail les empêche de prendre ce temps : « Le succès, eh bien, je pense que nous ne l'apprécions pas autant que nous le devrions, car nous travaillons beaucoup ». Un.e autre apprécie le fait que chaque membre de l'équipe voie du succès dans différentes choses, ce qui donne d'autant plus de raisons de se réjouir. Encore un.e a expliqué comment il.elle avait cultivé ces sentiments positifs de gratitude : « En fin de journée, j'écris 3 points positifs sur ma journée, cela m'aide à me sentir reconnaissant envers moi-même. ».

Comme beaucoup de ces témoignages le montrent, de nombreux.ses répondant.e.s ont souligné que le fait de faire partie d'une équipe était un atout pour faire face aux échecs et fêter les réussites : « le succès de la

société a été le succès de ses collaborateurs ». Et : « Notre force est que nous sommes deux et que nous ne commettons pas les mêmes erreurs ».

- Qu'est-ce qui les a aidé.e.s à dépasser leurs échecs ?

Dépasser les moments vécus comme des échecs a pris de nombreuses formes selon les répondant.e.s.

Nombre d'entre eux.elles ont eu recours aux encouragements de la famille, des ami.e.s, des mentors pour se relever et continuer à travailler sur leurs projets. L'un.e d'eux.elles a évoqué l'aide de son mentor : « Et le fait qu'il nous ait rappelé que nous étions bons ! Nous sommes devenu.e.s encore meilleur.e.s ». D'autres comptaient sur leurs qualités personnelles : patience et confiance, travailler dur, le courage de faire mieux, la résilience.

Plusieurs personnes interrogées ont partagé leur philosophie face à l'échec : « Dans la vie professionnelle comme dans la vie quotidienne, on fait des erreurs et on prend des revers, et on prend tout ça trop sérieusement », et il est important de voir le tableau dans son ensemble et de se rappeler le sens de son projet : « Avoir des idées qui ont du sens donne vraiment de la valeur, une âme supplémentaire qui est nécessaire dans les moments difficiles ».

La réponse la plus répandue, cependant, était la perception de l'échec comme une opportunité. Un.e entrepreneur.e grec.que a expliqué : « Nous ne pouvons pas ignorer que nous vivons et travaillons dans un environnement bureaucratique encore très difficile en Grèce et que la plupart des "échecs" résultent de limitations structurelles et culturelles. Cela nous rend plus résilient et créatif ». L'échec est l'occasion de rencontrer des gens, de changer le positionnement d'une entreprise, d'adapter une stratégie, un style de communication ou une « raison de s'améliorer ». Plus important encore, l'échec est une opportunité d'apprendre : « Chaque fois que j'ai échoué, j'ai mieux compris la cause de l'échec, ce qui m'a permis de mieux gérer les nouveaux défis », a déclaré le.la fondateur.rice grec.que d'une base de données et plate-forme pour les propriétés touristiques. C'est aussi l'occasion de se prouver qu'on peut surmonter les difficultés et gagner en confiance. Un.e entrepreneur.e français.e a décrit son expérience en ces termes : « Ça m'a donné de la force. C'est un élément à ne pas négliger car finalement le premier actif de l'entreprise, c'est l'entrepreneur.e. Si l'entrepreneur.e est démotivé.e, l'entreprise n'a aucune chance de survivre. Être capable de se prouver à soi-même qu'on peut surmonter les difficultés c'est quelque chose

qui permet de mettre l'entreprise dans une démarche positive de développement et du coup, d'avancer ».

Les personnes interrogées ont également formulé des remarques intéressantes sur le concept d'échec. Pour un.e entrepreneur.e grec.que, tout est un mouvement perpétuel vers l'avant : « Chaque moment de la vie est un combat pour devenir meilleur.e dans tout ce qu'on fait. Par conséquent, on ne peut jamais vraiment réussir car on peut toujours s'améliorer. Si on ne peut pas vraiment réussir, alors on ne peut pas vraiment échouer ; c'est une conviction très, très puissante ». Un.e autre entrepreneur.e grec.que a davantage perçu l'échec comme un réajustement, une occasion de changer : « Tout au long de ma carrière, j'ai préféré un équilibre de petits pas et de sauts de foi. Pour moi, les objectifs sont là pour nous montrer le chemin. On ne doit pas toujours atteindre un objectif avant de changer de voie, quand on voit une meilleure opportunité. Tous ces moments cachent des échecs et des réussites. Pouvoir les reconnaître tous, c'est ce qui apporte le plus de valeur ». Enfin, un.e fondateur.rice grec.que d'une plateforme correspondante pour le don de sang a expliqué que les moments d'échec étaient aussi des moments où il.elle pouvait gérer / motiver / inspirer son équipe et que les enseignements tirés de l'échec étaient bien plus importants que le succès lui-même. Un.e entrepreneur.e français.e a partagé un point de vue similaire : « Parfois, il faut être sous pression, être en crise pour passer au niveau suivant ».

Ces derniers témoignages, combinés au consensus selon lequel l'échec fait partie du voyage, sont sans aucun doute des pistes de réflexion pour les prochaines étapes du projet SEC. Peut-être un exercice de redéfinition du terme d'échec ? Ou, du moins, une inspiration d'autres régions du monde où l'échec est considéré comme un signe de curiosité et de motivation.

Clichés empêchant les jeunes de créer leur entreprise et idées reçues ayant disparu au fur et à mesure de leur projet

Les réflexions des personnes interrogées ont convergé vers les mêmes clichés empêchant les jeunes de créer une entreprise :

« Je suis trop jeune »

L'âge est souvent considéré comme un élément essentiel pour réussir. De nombreuses personnes interrogées ont déclaré que les personnes plus âgées qui les méprisaient ou leur donnaient l'impression d'en savoir moins auraient pu les empêcher de poursuivre leurs rêves de création d'entreprise. Un.e jeune entrepreneur.e français.e a parlé du regard surpris des clients quand ils demandent à voir le.la patron.ne, et qu'il.elle leur dit que c'est lui.elle. Le.la fondateur.rice slovène d'une entreprise de médiation interculturelle a expliqué que sa rencontre avec de jeunes entrepreneur.e.s prospères l'avait aidé.e à déconstruire ce stéréotype. Un.e autre entrepreneur.e a suggéré que la mise en réseau et la coopération entre les générations seraient très utiles. Matière à réflexion pour les prochaines étapes de SEC...

« Je n'ai pas assez d'expérience »

L'expérience et l'âge sont souvent étroitement liés et sont au cœur de l'hypothèse selon laquelle les jeunes sont inexpérimenté.e.s. C'est un sujet que beaucoup de personnes interrogées ont évoqué et qui pourrait être lié à des spécificités culturelles (nous reviendrons dessus plus tard). Un.e entrepreneur.e a déclaré à ce sujet : « En Grèce, il existe une culture qui suggère que les jeunes n'ont pas d'expérience de la vie ». La peur de l'échec, liée au manque d'expérience, a également été mentionnée.

« Je n'ai pas les bonnes compétences »

Les compétences dont bon nombre de personnes interrogées ont estimé manquer étaient liées à l'âge et l'expérience. Ne pas être bon.ne commercial.e, ne pas savoir comment rédiger un business plan, ne pas avoir de réseau font partie des clichés qui ont été évoqués. Un autre était :

« L'entrepreneuriat, ce n'est pas pour moi », ce qui remet en question le stéréotype de l'entrepreneur.e idéal.e.

« Je ne suis pas prêt.e »

L'idée fautive selon laquelle tout doit être parfait dès le départ a été évoquée très souvent. Cela conduit à trop réfléchir, ce qui est paralysant : « Le cliché que j'ai le plus entendu est qu'il faut être "vraiment prêt.e" pour ça et avoir beaucoup d'argent pour commencer. Si je regarde de mon côté je n'étais en fait jamais prêt.e. Je pense que la chose la plus importante est de se lancer. On apprend en cours de route. On ne peut pas apprendre si on ne fait pas d'erreurs, voire même si on ne les répète pas » et « Le sentiment de ne pas être prêt.e est un faux obstacle, car nous sommes tous toujours prêt.e.s et toujours pas prêt.e.s en même temps. Ce n'est que lorsque nous commençons nos projets que nous pouvons développer nos compétences et mettre en place le réseau de soutien nécessaire. »

« Il faut de l'argent pour créer une entreprise et je n'en ai pas »

Il existe de nombreux clichés concernant l'argent : la nécessité de disposer d'un capital décent pour créer une entreprise, la peur des banques (liée également à l'âge, et la peur de ne pas être pris au sérieux), l'idée qu'il faut au moins trois ans pour pouvoir gagner sa vie.

Pour un.e entrepreneur.e irlandais.e, c'est en réalité l'inverse, l'argent est une conséquence et non un point de départ : « Il suffit de travailler dur, de comprendre les besoins du client, de le satisfaire et là, on gagne de l'argent ». Un.e jeune entrepreneur.e grec.que a également partagé son point de vue sur le lancement d'une entreprise avec peu ou pas d'argent : « Une fois que j'ai réalisé qu'on devait le faire dans notre environnement et notre pays qui a moins d'actifs accessibles, moins d'opportunités d'investissement, des taux d'injection et de financement plus bas, c'est le moment où j'ai appris à étudier mon environnement et à toujours garder mes attentes en phase avec les opportunités disponibles ». Quant à l'un.e des répondant.e français.e, il.elle a démarré son entreprise avec 200 euros et levé 3 millions d'euros !

« Créer une entreprise est long, difficile et risqué »

Ces clichés étaient souvent alimentés par les craintes de l'entourage : parents, famille, ami.e.s, enseignant.e.s, qui s'inquiétaient pour eux.elles, en particulier

dans des contextes économiques difficiles. Un.e entrepreneur.e de Grèce, a expliqué comment sa famille avait exprimé ses craintes : « Les premières réactions sont "il y a tellement d'entreprises qui ferment", "comment tu vas faire", "pourquoi tu crois que personne ne l'a fait avant toi", "Que peux-tu faire de plus en tant qu'entrepreneur.e dans ce pays ?" ». Certains domaines d'activité étaient plus susceptibles de déclencher ces craintes que d'autres, en raison d'un parti pris implicite (par exemple, « il est impossible de gagner sa vie de son art » ou « les parcs d'attractions gonflables ne constituent pas un secteur d'activité sérieux »). Il est important d'anticiper cette résistance, et nous pourrions y remédier au cours des prochaines étapes du projet SEC.

Les répondant.e.s partageaient également le sentiment accablant de ne pas savoir par où commencer et leur inquiétude quant aux premières étapes du démarrage d'une entreprise, l'idée qu'ils.elles n'auraient nulle part où trouver de l'aide.

« Pour créer une entreprise, il faut une idée et la garder pour soi afin que personne ne la vole »

Les clichés autour de l'idée étaient nombreux : de « je n'ai pas d'idée » à « mes idées ne suffisent pas » et, plus important encore, « si je partage mon idée, elle sera volée ». Nous approfondirons ce dernier cliché dans le paragraphe sur les recommandations.

Les clichés autour de la culture « startup »

Il existe de forts clichés autour de la culture start-up, assez largement et universellement partagés entre les différents pays : un super héros entrepreneur, généralement un homme, qui collecte des fonds et porte son addiction au travail comme un badge d'honneur. Une jeune femme entrepreneure grecque a soulevé ce point et expliqué à quel point la passion est le véritable moteur de l'entrepreneuriat : « Les entrepreneur.e.s sont les super-héros.ine de notre époque et pour moi, c'est le plus grand ennemi. L'idée selon laquelle nous devons réussir, croître, lever des fonds aussi rapidement que possible et que je devienne accro au travail me dérange vraiment. [...] Je suis tombée dans ce piège [...] et j'aurais aimé savoir avant que l'entrepreneur.e, du moins pour moi, est quelqu'un de passionné.e pour résoudre un problème et prêt.e à prendre des risques, à faire beaucoup de sacrifices ».

Une jeune femme entrepreneure française a également reformulé le débat sur l'entrepreneuriat : « Une entreprise ne doit pas nécessairement être une startup avec 2 personnes qui va se faire racheter, elle doit être rentable avec un véritable modèle d'entreprise, des valeurs et une équipe ».

Il est très intéressant de noter que ces commentaires ont été formulés par 2 femmes, qui ne pouvaient probablement pas s'identifier à la manière dont l'entrepreneur typique est généralement dépeint...

Un autre cliché largement répandu à propos de l'entrepreneuriat est de voir l'entrepreneuriat comme n'étant que liberté et indépendance, alors qu'il s'agit surtout de rentabilité et de travail : « Il existe toujours cette idée fausse sur la liberté et l'indépendance offertes par l'entrepreneuriat. En réalité, la liberté est assez limitée et les décisions qu'on doit prendre au quotidien dépendent fortement du facteur de rentabilité ». L'entrepreneuriat est une question de passion, mais aussi de discipline, et cela n'est pas assez souligné : « Ce qui fait qu'on se lance, c'est cette passion, être à fond dans son projet, être super motivé.e, mais ce qui permet de réussir à long terme, c'est d'avoir de la discipline. Il faut insister davantage sur cette discipline et donner suite à ce que vous dites que vous allez faire », a déclaré un.e entrepreneur.e irlandais.e.

Ce qu'il est intéressant de noter, c'est l'impact de la culture locale sur les réponses des répondant.e.s à cette question sur les clichés. La culture de leur pays d'origine a fortement contribué à façonner les clichés qu'ils.elles ont identifiés et vécus. Par exemple, le cliché relatif à l'âge a été évoqué principalement par les répondant.e.s grec.que.s, alors que les répondant.e.s français.es étaient les seul.e.s à expliquer comment la paperasse et la mauvaise image des patron.ne.s (avides et exploitant leurs employé.e.s) pouvaient empêcher les jeunes de songer à la création d'entreprise. C'est quelque chose que nous pouvons exploiter au cours des étapes ultérieures du projet.

La situation spécifique des jeunes femmes : Qu'est-ce qui les a poussées à choisir l'entrepreneuriat ? Quels obstacles ont-elles rencontrés et comment les ont-elles surmontés ?



Une proportion surprenante de femmes interrogées trouvaient n'avoir rencontré aucun obstacle dans leur parcours entrepreneurial. Deux d'entre elles ont même exprimé leur surprise à cette question, comme si la question était inappropriée ou datée : « Je ne vois pas de quoi vous parlez. Pas dans notre génération, peut-être celle de mes parents ».

D'autres avaient une approche plus nuancée. Une femme entrepreneure de Slovénie a expliqué à quel point de telles idées ne lui avaient pas traversé l'esprit jusqu'à ce qu'elle rencontre des attentes à ce qu'elle prenne soin de sa maison, en tant que femme et en tant que propriétaire d'entreprise qui « a le temps » car elle travaille à domicile. De la même manière, d'autres ont expliqué qu'elles ne rencontraient pas d'obstacles personnellement, mais qu'elles réalisaient que beaucoup de femmes étaient obligées d'abandonner leurs rêves professionnels parce qu'elles étaient censées s'occuper de leur ménage. Une certaine crainte que les choses deviennent plus difficiles le jour où elle aurait des enfants a été exprimé : « Si vous êtes une femme avec des enfants, ça doit être compliqué ».

D'autres étaient très conscientes de la différence de traitement entre les femmes et les hommes. Les personnes interrogées qui travaillaient dans des industries à prédominance féminine (comme dans l'illustration) ont noté que les hommes étaient pourtant mieux payés en général. Une entrepreneure grecque a souligné que « le principal obstacle que rencontrent les femmes, et en particulier les femmes ingénieures, c'est la méfiance. Mais lorsqu'on a un vrai bagage de connaissances et que c'est ce qu'on veut faire, on peut convaincre tout le monde, et avec ses connaissances, on peut faire en sorte que chaque homme se comporte comme un égal ». Une entrepreneure française a estimé que les obstacles à l'entrepreneuriat féminin sont les mêmes que ceux dans la société : « ne pas être prise au sérieux, manque de crédit, ne pas être écoutée ». Une journaliste indépendante irlandaise a également insisté sur les barrières intériorisées chez les femmes, qui ont tendance à minimiser leurs réalisations et à sous-estimer leurs performances : « Un manque de confiance en soi peut être un obstacle majeur ». Un autre sujet de réflexion pour les prochaines étapes du projet SEC.

Le point commun entre ces réponses est le fait que ces jeunes femmes ont toutes cherché des solutions. Lorsqu'elles ont rencontré des obstacles, elles n'étaient pas disposées à les laisser les arrêter. Par exemple, lorsqu'elle a remarqué qu'elle était moins bien payée, la fondatrice irlandaise d'une entreprise d'illustration a expliqué : « Le moyen de les battre est d'être l'une des meilleurs ». Une autre, qui travaille dans le même domaine et pense qu'il y a une différence significative dans le montant de son salaire par rapport à ses homologues masculins, a déclaré : « J'ai réfléchi aux moyens de rendre cette information plus publique ». Une entrepreneure grecque s'est « sentie obligée moralement d'utiliser ses compétences pour aider son pays à se relever et pour aider les personnes les plus touchées par la crise. Être une femme n'était pas un problème ». La réponse d'une entrepreneure slovène et son moyen de lutter contre ces obstacles étaient : « commencez à vous respecter et à respecter votre art et vous mettrez facilement des barrières en place ». Une entrepreneure française a même tiré avantage du fait d'être une femme dans une industrie à prédominance masculine: « 55% des acheteurs sont des femmes donc quand elles poussent la porte pour venir acheter les jeux pour leurs enfants ou leur compagnon, elles sont plutôt contentes de voir une femme dans les lieux, surtout s'il y a un jeu en cours avec 7 garçons en train de brailler ».

Tous sont des éléments à retenir pour les prochaines étapes du projet SEC, notamment le kit d'atelier à développer dans le cadre de l'IO4.

Les conseils à un.e jeune qui envisage de créer son entreprise

Au-delà de quelques conseils de gestion d'entreprise très pragmatiques (tels que prendre en compte sa rémunération dans le business plan, se concentrer sur le modèle économique et la productivité, être à jour pour les papiers, avoir de la trésorerie...), les recommandations formulées par les personnes interrogées convergeaient vers les mêmes thèmes :

- Définir une vision claire

Être clair.e sur sa vision et ses objectifs est la toute première étape d'un projet de création d'entreprise. Le.la fondateur.rice grec.que d'une entreprise de solutions électriques, a conseillé : « Soyez clair.e sur vos visions et vos objectifs, et allez-y ! Ne laissez pas les gens vous arrêter ». Un.e autre entrepreneur.e grec.que a expliqué l'importance de l'adéquation du projet avec ses centres d'intérêt : « Si vous aimez votre projet au point où vous seriez heureux de le faire même s'il ne générerait aucun revenu, vous tenez le bon projet ». Compte tenu de la quantité de travail requise, il s'agit d'un conseil important.

- Faire ses recherches

La deuxième étape consiste à effectuer les recherches nécessaires au projet : étudier le marché et s'assurer qu'on possède les bonnes compétences (« Assurez-vous d'avoir développé vos compétences à un niveau approprié pour établir votre crédibilité, puis démarrez rapidement en sachant que vous continuerez à développer vos compétences et connaissances chaque jour », et comprendre les besoins du marché : « Réfléchissez bien, essayez d'obtenir des informations de ceux qui l'ont déjà fait et bonne chance »).

- Croire en soi et s'entourer de personnes qui croient en nous aussi

Ce conseil a été formulé sous plusieurs formes : trouver son chemin et le suivre, ne pas se comparer aux autres, croire en soi. En plus de cela, beaucoup ont insisté sur l'importance de sélectionner les gens auprès

desquels on sollicite un soutien et de choisir ceux qui nous comprennent et nous encouragent : « se concentrer sur les personnes qu'on est censé servir ».

- Eviter le piège du perfectionnisme

C'est un conseil récurrent, car beaucoup d'entrepreneur.e.s semblaient l'avoir vécu. L'idée générale qu'ils ont transmise était « d'abord on commence, ensuite on perfectionne ». Pourquoi ? Parce qu'il y a un vrai risque à trop réfléchir, alors que le seul moyen de tester et de valider une idée est de la concrétiser : « On ne peut pas voir les prochaines étapes avant de passer par la première » et « Si on n'essaie pas, on ne peut pas savoir comment ça va évoluer ». Un projet continue d'évoluer et de s'améliorer : « On doit juste se lancer sans attendre d'avoir le produit ou le service parfait. On doit lancer le produit en l'état et l'améliorer plus tard ».

Il est important de mettre sa peur de côté et d'adopter un état d'esprit acceptant les erreurs : « la peur est toujours présente pour nous tous, mais il nous appartient de la vaincre ». Selon un.e entrepreneur.e français.e, il n'y a rien à perdre, bien au contraire, il y a beaucoup de risques à ne pas essayer, c'est vivre avec des regrets : « Je connais beaucoup de personnes, même à 35 ans, qui ne sont pas heureuses du tout dans leur vie ».

Comme le dit poétiquement un.e entrepreneur.e slovène : « Si on a une idée, la graine est déjà semée. Maintenant, il ne reste plus qu'à l'arroser et à la nourrir ».

- Impliquer les autres et s'impliquer avec les autres

La première raison d'impliquer d'autres personnes est d'obtenir des conseils précieux. En réponse au cliché selon lequel les idées ne sont pas assez partagées, beaucoup de personnes interrogées ont insisté sur l'importance de parler de son idée au plus grand nombre de personnes possible. Comme un.e répondant.e français.e l'a fait remarquer, l'exécution de l'idée est plus importante que l'idée elle-même : « Si quelqu'un a une idée, il y a 100 ou 200 personnes dans le monde qui ont eu la même idée, mais là n'est pas la question : c'est comment on va la mettre en place, etc. ». Un.e entrepreneur.e grec.que a également soulevé deux points très positifs : si l'idée vaut la peine d'être poursuivie, en débattre attirera l'attention et permettra de commencer à faire de la publicité. Et, de façon quelque peu contre-intuitive : « Assurez-vous que toute la communauté vous connaisse comme le gars qui a eu cette idée - il n'y a pas de meilleure protection de la propriété intellectuelle que celle-ci ».

S'engager avec les autres peut prendre la forme du bénévolat, de suivre quelqu'un du même secteur pour en savoir plus et créer des réseaux avec les

meilleur.e.s spécialistes de son domaine. Cela peut aussi signifier former une équipe : recruter d'autres personnes qui croient en l'idée, trouver des étudiant.e.s qui peuvent faire du bénévolat, rassembler une communauté : « On rencontre tellement de personnes qui ont réussi et qui meurent d'envie d'apporter leur aide. Alors allez-y, demandez-leur ce qu'elles feraient, demandez leurs conseils, obtenez leur avis. C'est crucial - il y a tellement de gens qui m'ont donné des conseils qui me servent toujours aujourd'hui ».

Beaucoup ont également insisté sur le fait qu'il est beaucoup plus facile de créer une entreprise avec un.e associé.e (il.elle apporte des compétences supplémentaires et c'est une personne avec laquelle partager des idées).

- Chercher de l'aide

En lien avec ce qui a été soulevé précédemment, il est important de demander et de chercher de l'aide. Un grand nombre de personnes interrogées ont insisté sur le fait que la période était idéale pour créer une entreprise, grâce à toutes les pépinières, hackathons, opportunités de mentorat, aide fournie par les chambres de commerce et les associations. Le grand avantage de ces organisations est qu'elles savent de quoi elles parlent (contrairement à votre mère et à vos ami.e.s ;-)) : « Autre conseil : n'écoutez pas vos ami.e.s, n'écoutez pas votre famille, mais demandez de l'aide à des gens (des organisations) qui savent de quoi ils parlent ».

Un autre thème qui a été soulevé est l'importance d'être reconnaissant.e.

- Etre réaliste

Comme de nombreuses personnes interrogées l'ont fait remarquer, créer son entreprise implique beaucoup de travail, et ce n'est pas toujours ce qui est mis en valeur par les entrepreneur.e.s qui réussissent « [qui] ont une vie super, mais ont dû travailler pareil – ils.elles ont des jobs difficiles, ils.elles ont passé des nuits blanches. C'est un long jeu dans lequel il faut être prêt.e à investir ». Il est important d'être réaliste dans les attentes relatives à la quantité de travail, mais aussi à la patience requise pour créer une entreprise : « L'entrepreneuriat n'est pas un sprint, mais un marathon ».

La gestion des attentes des jeunes entrepreneur.e.s est un exercice subtil qu'il serait intéressant d'explorer dans les prochaines phases de SEC.

- Prendre soin de soi

Enfin et surtout, plusieurs personnes interrogées ont expliqué combien il était important de donner la priorité à soi-même, de ne pas développer son entreprise au détriment de sa santé mentale et physique, de se récompenser, et non d'attendre des récompenses de l'extérieur. Dans une société où l'entrepreneur.e typique est décrit.e comme un.e bourreau de travail, il s'agit d'un conseil important pour les jeunes.

Élément déclencheur ayant eu un effet booster sur le développement de l'activité

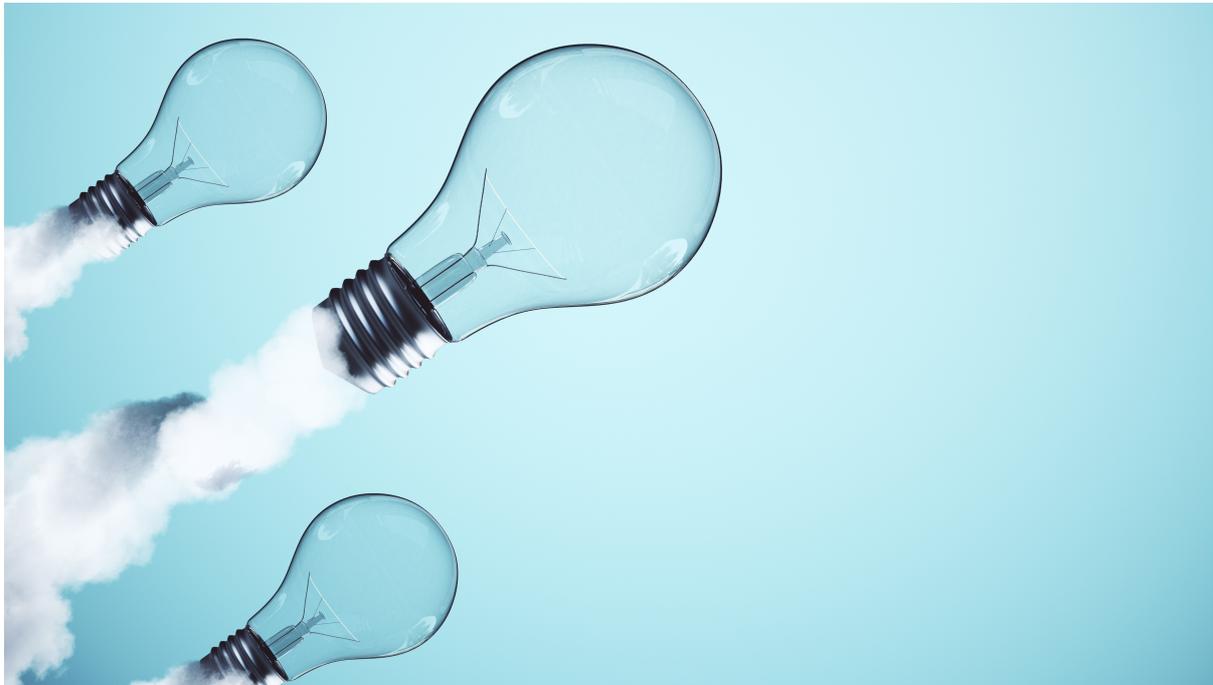
Sur cette question, un grand nombre de personnes ont évoqué un événement spécifique qui leur a donné plus de visibilité, une occasion d'apprendre ou de rencontrer de nouvelles personnes : le lancement d'un produit à succès, le succès d'une campagne de crowdfunding, la victoire à un concours ou un hackathon, gagner accès à un incubateur, l'intérêt des médias, gagner une foire sur Instagram, assister à des événements locaux, participer à des cours supplémentaires ou à des initiatives internationales. La principale leçon à en tirer est l'importance de mettre en lumière un projet pour créer des opportunités.

D'autres ont évoqué le rôle des personnes qui les entourent : un modèle, un véritable système de soutien (petit.e ami.e, ami.e.s, équipe), un.e client.e, un.e concurrent.e devenu partenaire, un fournisseur, un mentor...

Deux personnes interrogées ont dit leur reconnaissance pour le soutien qu'elles ont reçu sous forme d'aides au travail indépendant ou d'accès à un soutien financier via des fonds d'incubateur.

D'autres ont également évoqué l'évolution de leurs modèles économiques induite par les crises : la crise grecque, la nécessité de stabiliser toute l'année une activité très saisonnière qui a créé de nouvelles opportunités commerciales, le test de la sous-traitance qui s'est révélé très concluant...

Conclusions



Ces entretiens ont permis de mieux comprendre les facteurs de motivation et les clichés empêchant les jeunes de se lancer dans la création d'entreprise.

Les thèmes que nous avons identifiés et les principales conclusions à explorer sont les suivants :

- Une représentation plus diversifiée des entrepreneur.e.s ayant réussi

Les clichés sur l'entrepreneur.e qui réussit sont très universellement partagés : un homme blanc aux cheveux gris. Éliminer les biais liés à cette représentation est essentiel et constitue une piste à creuser dans le cadre du projet SEC : représenter de jeunes entrepreneur.e.s à succès, davantage de femmes, des origines plus diverses, etc. Le commentaire d'un.e entrepreneur.e sur des gens qui lui demandaient qui était le patron (alors que c'était lui.elle) peut être un point de départ pour des portraits de jeunes entrepreneur.e.s avec une légende humoristique : « C'est qui le patron ? ».

- Encourager le réseautage et le mentorat intergénérationnel

Une façon de lutter contre les préjugés sur les jeunes et leur manque d'expérience relatif ou supposé serait de créer des opportunités permettant aux entrepreneur.e.s jeunes et âgés de partager leur expertise, d'apprendre les un.e.s des autres, de se prendre en charge et d'être le mentor l'un.e de l'autre.

- Former les “adultes” sur la manière de soutenir les jeunes

Nous avons mis l'accent sur le point de vue des jeunes dans ces entretiens, mais il était frappant de constater à quel point leur succès avait été influencé par la confiance des adultes qui les entouraient. On ne peut pas s'attendre à ce qu'un.e jeune réussisse si il.elle ne reçoit aucun soutien ou encouragement de la part des adultes de son entourage. Là encore, il est naturel que les parents ou les enseignant.e.s se préoccupent du succès de leurs enfants ou de leurs élèves, en particulier dans des contextes économiques difficiles. Nous pourrions penser à des outils pour aider ces adultes à mieux soutenir les jeunes, ou même à une boîte à outils pour les jeunes « Comment convaincre vos parents (ou du moins, ne pas être trop influencé par leurs peurs) ? », etc. Il est important de les aider à rester concentré.e.s et à pouvoir faire la distinction entre les doutes naturels et les peurs des adultes qui les entourent, et à prévenir réellement que le projet est potentiellement non viable. La clé consiste à aider les jeunes à trouver le soutien dont ils.elles ont besoin pour leur donner les meilleures chances de réussir.

- Promouvoir un état d'esprit où les jeunes entrepreneur.e.s sont supposé.e.s réussir par défaut

Au-delà de l'environnement proche des ami.e.s et de la famille, analysé dans cette enquête, l'environnement culturel du pays joue un rôle important dans la capacité des jeunes à envisager le succès en tant qu'entrepreneur.e : il semble y avoir des pays où les jeunes sont voué.e.s à l'échec en raison de leur inexpérience et des pays où ils sont encouragé.e.s à réussir. Les initiatives européennes et internationales peuvent jouer un rôle important en soutenant un esprit et une motivation entrepreneuriale. Le but est d'inciter les jeunes à adopter l'état d'esprit décrit par Mark Twain : « Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait ».

- Redéfinir l'échec

Un grand nombre de personnes interrogées ont exprimé leur conviction que leur expérience d'entrepreneur.e serait très utile, même si leur projet venait à échouer. Ils étaient conscients des compétences, des connaissances et de l'expérience qu'ils développaient et ne correspondaient pas à la perception générale de l'échec en Europe. La perception de l'échec peut être façonnée différemment et présentée comme une étape du parcours entrepreneurial plutôt que sa fin. Cela peut commencer par illustrer les multiples situations pouvant être interprétées comme des échecs mais qui sont naturelles et prévisibles.

- Être encourageant.e mais réaliste face aux réalités de la création d'entreprise – « à quoi s'attendre quand on crée son entreprise »

Conformément au commentaire ci-dessus, il est important d'être très clair.e et franc.he sur ce à quoi s'attendre lors de la création d'une entreprise : manque d'enthousiasme, manque de soutien, proximité de la vie personnelle et professionnelle, retards de paiement, discipline requise, ascenseur émotionnel... Cela aidera les jeunes à ne pas être décontenancé.e.s ou découragé.e.s lorsqu'ils.elles se retrouveront dans ces situations et à les voir plutôt comme faisant partie du processus. La clé ici est de fournir des informations, mais surtout d'insister sur les solutions, où trouver de l'aide, etc.

- Définir les qualités essentielles d'un.e entrepreneur.e qui réussit

Définir ce qu'il faut pour réussir est important : dynamisme, soutien, passion, discipline, capacité à nouer des liens avec les autres, compréhension approfondie du marché... L'élaboration d'une telle liste pourrait aider les adultes à orienter et à conseiller les étudiant.e.s qui envisagent la création d'entreprise. Cela peut également les aider à distinguer l'âge de leurs compétences et de leur état d'esprit et à identifier les jeunes qui ont ce qu'il faut.

- Aider les jeunes à démarrer

Beaucoup de personnes interrogées ont dit s'être senties submergées quand elles ont commencé, ne sachant pas vraiment par où commencer ni où trouver de l'aide. Les aider à se libérer de la peur de commettre des erreurs et insister

sur l'importance de se lancer (pas à pas, la clarté découle de l'action) sera essentiel pour combattre le piège du perfectionnisme mentionné par de nombreuses personnes interrogées. Cela est particulièrement vrai pour les jeunes femmes, qui ont tendance à y tomber plus souvent que les jeunes hommes.

- Repenser la manière dont l'entrepreneuriat est enseigné dans les écoles et les universités

Dans les questions sur le rôle joué par l'école, de nombreuses personnes interrogées ont commenté le manque de pertinence de leurs cours sur l'entrepreneuriat : trop théorique, pas assez de connaissances venant de vrais entrepreneur.e.s, certains cours enseignés trop tôt (business plan par exemple) ... Il y a de grandes possibilités d'amélioration sur ce point et c'est l'occasion de sensibiliser les écoles à ce dont les jeunes entrepreneur.e.s ont réellement besoin en termes de compétences.

- Adapter les messages spécifiques aux jeunes femmes

Les entretiens avec les jeunes femmes ont mis en évidence des différences dans la manière dont les femmes perçoivent et vivent la création d'entreprise. Plusieurs des thèmes que nous avons identifiés pour cette population spécifique sont les suivants : renforcement de la confiance en soi, aptitudes à la négociation, prise au sérieux dans des domaines à prédominance masculine, impact de la maternité...