



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



L'entrepreneuriat des étudiants en Suisse: Résultats du GUESSS 2013/2014



Philipp Sieger, Rico Baldegger, Urs Fueglistaller

Institut suisse de recherche pour
les petites et moyennes entreprises



Université de Saint-Gall

Institut Entrepreneuriat & PME



HAUTE ÉCOLE DE GESTION FRIBOURG
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT FREIBURG
SCHOOL OF MANAGEMENT FRIBOURG

GUESS 2013/2014 a bénéficié du soutien d'Ernst & Young, partenaire international du projet.



La réalisation de l'enquête en Suisse a été soutenue par nos sponsors venturelab et venturekick.

VENTURELAB. TRAINING FÜR START-UPS DER
KOMMISSION FÜR TECHNOLOGIE UND INNOVATION KTI



www.venturelab.ch

«venturelab» organise, en étroite collaboration avec des EPF, Universités et hautes écoles spécialisées, des modules de formation sur mesure destinés à encourager les nouvelles entreprises innovatrices et sensibiliser les étudiants au thème de l'entrepreneurship.



www.venturekick.ch

«venture kick» soutient les startups des hautes écoles suisses par un montant annuel dépassant CHF 2 mio., sous forme de contribution d'amorçage pouvant s'élever jusqu' à CHF 130000 par projet. venture kick est financé par Fondation Gebert Rüt, Fondation Ernst Göhner, Fondation Avina, Fondation Lombard Odier, Fondation OPO et Debiopharm Group.

Nous remercions vivement tous nos partenaires pour leur précieuse contribution. Sans eux, GUESS 2013/2014 n'aurait pu paraître sous cette forme.

Prof. Dr Philipp Sieger
Prof. Dr Urs Fueglistaller
KMU-HSG/CFB-HSG

Prof. Dr Rico Baldegger
Marco De Rosa
Haute école de gestion de Fribourg

Citation:

Sieger, P., Baldegger, R. & Fueglistaller, U. (2014). *L'entrepreneuriat des étudiants en Suisse: résultats du GUESSS 2013/2014*. Saint-Gall: Institut Suisse de Recherche pour les PME à L'Université de Saint-Gall (KMU-HSG).

KMU-HSG

Schweizerisches Institut für Klein- und Mittel-
unternehmen an der Universität St. Gallen
Dufourstrasse 40a
CH - 9000 St. Gallen
+41 (0) 71 224 71 00 (Telefon)
+41 (0) 71 224 71 01 (Fax)

www.kmu.unisg.ch

Institut Entrepreneuriat & PME

Haute école de gestion de Fribourg
Chemin du Musée 4
CH - 1700 Fribourg
+41 (0) 26 429 63 78 (téléphone)
+41 (0) 26 429 63 75 (fax)

www.entrepreneurshipinstitute.ch

L'Institut Suisse de Recherche pour les PME à l'Université de Saint-Gall (KMU-HSG) étudie les PME depuis plusieurs décennies. Ses activités comprennent la recherche, l'enseignement, le conseil et la formation continue, en particulier dans les domaines des PME, de l'entrepreneuriat et des entreprises familiales.

L'Institut Entrepreneuriat & PME de la Haute école de gestion de Fribourg se concentre sur la recherche et les mandats portant sur le processus de création d'entreprise, l'internationalisation des PME, la succession dans les entreprises et l'intrapreneuriat. L'Institut est également responsable d'un Master of Science in Business Administration, orientation Entrepreneurship (Innovation & Growth).

Table des matières

| | |
|--|----|
| Avant-propos | 5 |
| 1 Introduction | 6 |
| 1.1 Problématique et buts du GUESSS..... | 6 |
| 1.2 Cadre théorique..... | 6 |
| 1.3 Organisation du projet et récolte de données..... | 7 |
| 2 L'enquête suisse | 8 |
| 2.1 Participation et retour..... | 8 |
| 2.2 Caractéristiques de la population interrogée..... | 9 |
| 3 Intentions entrepreneuriales des étudiants | 13 |
| 3.1 Intentions de carrière à l'issue des études et 5 ans plus tard..... | 13 |
| 3.2 Analyse selon le domaine d'études..... | 15 |
| 3.3 Répartition par hautes écoles | 16 |
| 4 Facteurs influençant les intentions entrepreneuriales..... | 19 |
| 4.1 Le rôle des hautes écoles..... | 19 |
| 4.2 Contexte familial..... | 23 |
| 4.3 Motivations personnelles | 25 |
| 4.4 Entrepreneurial self-efficacy..... | 27 |
| 5 Comparaison internationale..... | 29 |
| 6 Les étudiants engagés dans le processus de création d'entreprise (entrepreneurs naissants) | |
| 32 | |
| 6.1 Pertinence et progrès dans le processus de création d'entreprise | 32 |
| 6.2 Particularités des entreprises envisagées | 33 |
| 6.3 Co-fondateurs..... | 36 |
| 6.4 Soutien des parents | 36 |
| 7 Créations d'entreprise accomplies..... | 38 |
| 7.1 Branche, propriété et engagement des fondateurs | 39 |
| 7.2 Taille et croissance de l'entreprise..... | 41 |
| 7.3 Co-fondateurs..... | 42 |
| 7.4 Soutien des parents et performance de l'entreprise | 43 |
| 8 Synthèse et recommandations | 47 |
| 9 Bibliographie | 50 |

Figures

| | |
|--|----|
| Figure 1: Cadre théorique..... | 7 |
| Figure 2: Nationalité des étudiants interrogés..... | 9 |
| Figure 3: Répartition selon les domaines d'études..... | 10 |
| Figure 4: Regroupement des domaines d'études..... | 11 |
| Figure 5: Autoévaluation de la performance dans les études..... | 11 |
| Figure 6: Investissement en temps hebdomadaire dans une activité professionnelle durant les études | 12 |
| Figure 7: Intentions de carrière à l'issue des études et 5 ans plus tard | 13 |
| Figure 8: Evolution des intentions de carrière: à l'issue des études versus 5 ans après les études | 14 |
| Figure 9: Intentions de carrière selon le groupe et le moment | 14 |
| Figure 10: Répartition des intentions de carrière selon le groupe: à l'issue des études vs. 5 ans après les études | 15 |
| Figure 11: Intentions de carrière selon le groupe à l'issue des études | 15 |
| Figure 12: Intentions de carrière selon le groupe de domaines d'études 5 ans après les études | 16 |
| Figure 13: Répartition des intentions de carrière selon les domaines d'études : à l'issue des études vs 5 ans après les études | 16 |
| Figure 14: Intentions de carrière à l'issue des études selon les hautes écoles..... | 17 |
| Figure 15: Intentions de carrière 5 ans après les études selon les hautes écoles..... | 18 |
| Figure 16: Raisons principales du choix de la haute école..... | 19 |
| Figure 17: Raisons du choix de la haute école par établissement | 20 |
| Figure 18: Climat entrepreneurial dans les hautes écoles | 21 |
| Figure 19: Climat entrepreneurial dans les hautes écoles choisies (étudiants en économie d'entreprise) | 22 |
| Figure 20: Fréquentation de cours sur l'entrepreneuriat | 22 |
| Figure 21: Progrès d'apprentissage dans le domaine de l'entrepreneuriat durant les études... .. | 23 |
| Figure 22: Statut entrepreneurial des parents | 23 |
| Figure 23: Intentions de carrière à l'issue des études, selon le statut des parents..... | 24 |
| Figure 24: Intentions de carrière 5 ans après les études selon le statut des parents | 24 |
| Figure 25: Normes subjectives relativement à l'entrepreneuriat | 25 |
| Figure 26: Normes subjectives selon les groupes | 25 |
| Figure 27: Importance des objectifs de carrière | 26 |
| Figure 28: Importance des objectifs de carrière selon les groupes de profession envisagée | 27 |
| Figure 29: Entrepreneurial self-efficacy selon les groupes | 28 |
| Figure 30: Intentions de carrières selon les groupes 5 ans après les études dans 34 pays | 29 |
| Figure 31: Intention de créer une entreprise chez les étudiants de la catégorie SED (5 ans) dans 34 pays | 31 |

| | |
|---|----|
| Figure 32: Proportion d'entrepreneurs naissants par domaine d'études | 32 |
| Figure 33: Activités de démarrage réalisées par les étudiants dans le processus entrepreneurial | 32 |
| Figure 34: Proportion du temps de travail investi dans l'entreprise envisagée..... | 33 |
| Figure 35: Branches des entreprises envisagées..... | 34 |
| Figure 36: Degré d'innovation des entreprises envisagées | 34 |
| Figure 37: Besoins financiers des entrepreneurs naissants | 35 |
| Figure 38: Part de capital propre de l'entreprise envisagée | 35 |
| Figure 39: Nombre de co-fondateurs..... | 36 |
| Figure 40: Provenance des co-fondateurs | 36 |
| Figure 41: Soutien des parents | 37 |
| Figure 42: Soutien dans le processus de création de l'entreprise et statut des parents | 38 |
| Figure 43: Années de démarrage des entreprises déjà créées | 39 |
| Figure 44: Branches des entreprises créées..... | 39 |
| Figure 45: Part du capital propre des entreprises créées | 40 |
| Figure 46: Temps de travail hebdomadaire investi dans sa propre entreprise | 40 |
| Figure 47: Equivalents plein temps des entreprises créées | 41 |
| Figure 48: Equivalents plein temps prévus dans 5 ans..... | 41 |
| Figure 49: Taux de croissance prévus des entreprises créées | 42 |
| Figure 50: Co-fondateurs dans les entreprises créées | 42 |
| Figure 51: Provenance des co-fondateurs dans les entreprises créées | 43 |
| Figure 52: Soutien des parents aux entreprises créées | 43 |
| Figure 53: Soutien des parents: entrepreneurs naissants versus fondateurs actifs | 44 |
| Figure 54: Groupes de performance des entreprises | 45 |
| Figure 55: Performance de l'entreprise relativement à différentes dimensions..... | 45 |

Tableau

| | |
|--|---|
| Tableau 1: Participation des hautes écoles | 8 |
|--|---|

Avant-propos

Qu'en est-il des intentions et activités entrepreneuriales des étudiants en Suisse?¹ Cette question est des plus pertinentes sur le plan social et économique. Car les étudiants sont les entrepreneurs de demain, et les intentions entrepreneuriales qu'ils nourrissent ainsi que les activités qui en découlent façonnent les entreprises.

La Suisse dépend de ses entreprises futures, et de ce fait, les différents acteurs au niveau scientifique, politique et social ont tout intérêt à examiner plus en détail les intentions et activités entrepreneuriales des étudiants.

Les questions suivantes sont au centre de notre attention :

- Comment se présentent les plans de carrière des étudiants en Suisse en regard de l'entrepreneuriat ? Combien d'étudiants envisagent de créer une entreprise ? Combien sont-ils à être déjà engagés dans le processus de création d'une entreprise et combien sont-ils à avoir démarré leur entreprise ?
- Quels sont les facteurs qui influencent le développement des intentions entrepreneuriales? Quel rôle jouent les hautes écoles, l'environnement familial et les motivations personnelles ?
- Où se situe la Suisse en comparaison internationale? En Suisse, les étudiants ont-ils davantage l'esprit d'entreprise que dans les autres pays ?

Le présent rapport, basé sur le projet GUESSSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), répond à ces questions sur le plan international et national. Dans le cadre de la 6^{ème} collecte de données internationale, des étudiants de plus de 700 hautes écoles ont été interrogés entre octobre 2013 et mars 2014 dans 34 pays. Plus de 109'000 réponses ont été recueillies. En Suisse, 42 hautes écoles ont pris part à l'enquête, et 7'419 étudiants ont répondu à notre questionnaire en ligne.

La réalisation du projet GUESSSS en Suisse ne serait pas possible sans le soutien des dirigeants des hautes écoles, nos sponsors et les étudiants eux-mêmes. Nous leur adressons nos vifs remerciements.

Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir à la lecture de ce rapport et nous nous réjouissons déjà de la prochaine enquête GUESSSS 2015/2016.

Prof. Dr Philipp Sieger
Prof. Dr Urs Fueglistaller

Prof. Dr Rico Baldegger
Marco De Rosa

¹ Dans la mesure du possible, nous utiliserons une formulation neutre pour exprimer le genre. Dans certains cas toutefois, seule la formule masculine apparaît, qui englobe aussi le féminin.

1 Introduction

1.1 Problématique et buts du GUESSS

Le projet de recherche GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) a débuté en 2003. Il explore les intentions et activités entrepreneuriales des étudiants.

Riche de 6 collectes de données, le projet a grandi et s'est internationalisé : GUESSS 2013/2014 a été mené dans 34 pays. Le GUESSS est ainsi devenu l'un des plus grands projets de recherche internationaux sur l'entrepreneuriat.

En Suisse, nous essayons d'inclure un nombre croissant de hautes écoles dans cette enquête, afin d'en tirer une image des étudiants la plus représentative possible.

Les objectifs du projet GUESSS sont les suivants:

- récolte de données systématique et observation à long terme des intentions et activités entrepreneuriales des étudiants,
- identification des facteurs d'influence/conditions cadres relatives à la création d'entreprise/engagement dans une carrière d'entrepreneur,
- recensement et évaluation des activités des hautes écoles dans le domaine de la formation entrepreneuriale de leurs étudiants.

Qui profite du GUESSS?

- Les pays qui y participent en retirent un aperçu des conditions cadres de l'entrepreneuriat et de la force entrepreneuriale de leurs étudiants.
- Les hautes écoles qui y participent peuvent juger de la quantité et de la qualité de leur offre en matière d'entrepreneuriat.
- Les instances politiques et les services publics sont sensibilisés à l'entrepreneuriat en général et à la création d'entreprise en particulier, et peuvent s'en inspirer pour agir.
- Les étudiants peuvent profiter à moyen et long terme de l'introduction de mesures introduites par les hautes écoles et la politique.

Pour de plus amples informations sur le GUESSS: <http://www.guesssurvey.org>

1.2 Cadre théorique

Du point de vue conceptuel, le projet GUESSS repose sur la « Theory of Planned Behavior » (TPB) (Ajzen, 2002; Fishbein & Ajzen, 1975; Krueger *et al.*, 2000). Selon la TPB, l'intention de réaliser une action particulière est déterminée par trois facteurs clés: l'attitude à l'égard de l'action (celle-ci est-elle jugée positivement ou négativement ?), les normes de comportement

subjectives (les personnes concernées ou les groupes sociaux réagiraient-ils positivement ou négativement à la réalisation de l'action ?), et le contrôle perçu de son propre comportement (se sent-on capable et en mesure de mener à bien une action particulière?).

Dans le cadre du projet GUESSSS, nous traitons des intentions de carrière en général et de l'intention de créer une entreprise en particulier. Nous examinons également d'autres facteurs qui influencent la formation des intentions à travers les trois éléments clés de la TPB : le milieu universitaire, le milieu familial et les motivations personnelles. Un quatrième aspect est constitué des facteurs sociaux et culturels auxquels une attention particulière est accordée dans le rapport de projet international (Sieger *et al.*, 2014).

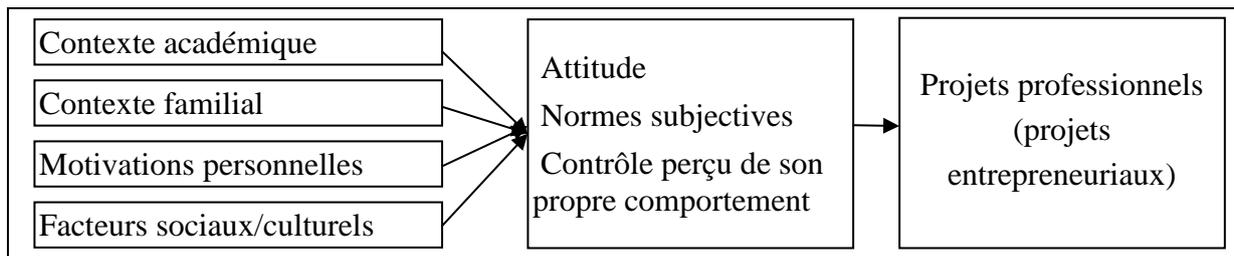


Figure 1: Cadre théorique

1.3 Organisation du projet et récolte de données

La direction du projet GUESSSS est assurée par KMU-HSG et le Center for Family Business de l'Université de Saint-Gall (CFB-HSG). Le chef de projet est le professeur assistant Dr Philipp Sieger. Le board du GUESSSS est constitué des Prof. Urs Fueglistaller (président), Prof. Thomas Zellweger, Prof. Norris Krueger et Dr Frank Halter.

Chaque pays dispose de sa propre équipe qui cherche à atteindre davantage de hautes écoles dans son pays. Le questionnaire GUESSSS est développé par l'équipe du KMU-HSG/CFB-HSG. Un lien sur le questionnaire en ligne est ensuite communiqué aux équipes nationales, qui le transmettent aux hautes écoles participantes qui, à leur tour, le transmettent à leurs étudiants. Les données sont récoltées et préparées de manière centralisée.

Pour la Suisse, le KMU-HSG/CFB-HSG et la Haute école de gestion de Fribourg se partagent la tâche de représentant national. Alors que Philipp Sieger et Hanno Heintzenberg sont responsables de la Suisse alémanique, la Suisse romande est sous la responsabilité du Prof. Rico Baldegger et de Marco De Rosa.

2 L'enquête suisse

2.1 Participation et retour

| Universités/HES | Réponses |
|---|-------------|
| <i>Suisse alémanique</i> | |
| Eidgenössische Hochschule für Sport Megglingen | 28 |
| ETH Zürich | 9 |
| Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) | 6 |
| Hochschule für Angewandte Psychologie (Olten) | 1 |
| Hochschule für Angewandte Wissenschaft (FHS St. Gallen) | 15 |
| Hochschule für Gesundheit Bern | 155 |
| Hochschule für Künste & Design | 43 |
| Hochschule für Technik Rapperswil (HSR) | 189 |
| Hochschule für Technik und Informatik, Biel, Burgdorf, Bern (HTI) | 112 |
| Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) | 101 |
| Hochschule Luzern - Technik + Architektur | 244 |
| Hochschule Luzern - Wirtschaft | 342 |
| NTB Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs | 38 |
| Universität Basel | 4 |
| Universität Bern (UniBE) | 994 |
| Universität Luzern | 206 |
| Universität St. Gallen (HSG) | 632 |
| Universität Zürich | 81 |
| Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) | 27 |
| Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) | 1350 |
| <i>Total Suisse alémanique</i> | <i>4577</i> |
| <i>Suisse romande</i> | |
| Adolphe Merkle Institute | 8 |
| EIA Fribourg | 87 |
| EPFL | 1 |
| Haute École Arc | 15 |
| Haute École de santé Fribourg | 42 |
| Haute École de santé et Haute École de travail social VS | 37 |
| HEG Fribourg | 182 |
| HEPIA Genève | 116 |
| HES-GE (HEG, HEAD, HEDS, HEM, HETS) | 255 |
| HES-SO Valais Économie | 47 |
| HES-SO: EHL, HEG Arc, HEG Sierre, HEIG-VD | 458 |
| LaReSS Haute École de travail social et de la santé | 73 |
| Université de Fribourg | 962 |
| <i>Total Suisse romande</i> | <i>2283</i> |
| <i>Suisse italienne</i> | |
| SUPSI | 319 |
| <i>Autres</i> | <i>240</i> |
| TOTAL | 7419 |

Tableau 1: Participation des hautes écoles

Au total, 41 hautes écoles des trois régions linguistiques de la Suisse ont participé à l'enquête du GUESSS 2013/2014. Dans la plupart de celles-ci, les étudiants ont reçu un e-mail contenant une courte description de l'enquête ainsi qu'un lien sur le questionnaire en ligne. Afin de pouvoir calculer le taux de retour, nous avons demandé à toutes les hautes écoles à combien d'étudiants l'invitation à participer au GUESSS avait été envoyée. La détermination de ce nombre n'est pas toujours facile, l'enquête étant parfois aussi publiée sur les sites web ou dans des newsletters. Dans ces cas, il n'est pas non plus toujours garanti que les étudiants perçoivent consciemment l'invitation à participer.

Un calcul basé sur ces chiffres représente donc un scénario plutôt défensif. Au total, 87'000 étudiants étaient immatriculés en Suisse, ce qui donne un taux de retour de 8,5%.

Compte tenu des difficultés grandissantes à obtenir des réponses par le biais d'une enquête en ligne chez les étudiants, nous sommes très satisfaits de ce taux, ceci d'autant plus que, comme nous l'avons évoqué, il correspond à une estimation prudente. Nous pensons donc que notre enquête fournit une image représentative des étudiants en Suisse.

2.2 Caractéristiques de la population interrogée

Les étudiants de notre échantillon sont âgés de 23,6 ans en moyenne. La part des étudiantes correspond à 60,5%. 79% de toutes les personnes interrogées étudient au niveau bachelor, 18% au niveau master.

Pour ce qui est de la nationalité, la Suisse domine clairement avec plus de trois quarts de tous les étudiants. La nationalité la plus représentée après la Suisse est l'Allemagne (4,9%), suivie de la France et de l'Italie (chacune 2,3%).

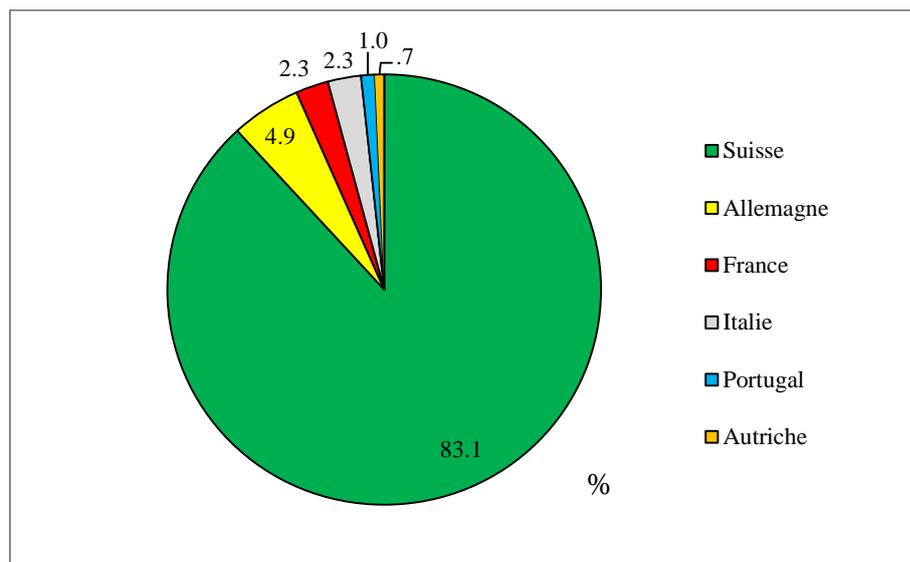


Figure 2: Nationalité des étudiants interrogés

La plupart des étudiants ayant répondu à l'enquête étudient dans une filière « business/management » (économie d'entreprise). La catégorie « Autre » apparaît dans 13,8% des cas, et les étudiants avaient la possibilité de saisir une réponse ouverte. Les commentaires y sont très variés, où de nombreux détails ont ensuite pu être attribués à des catégories existantes. Le schéma de répartition des domaines d'études est ainsi maintenu.

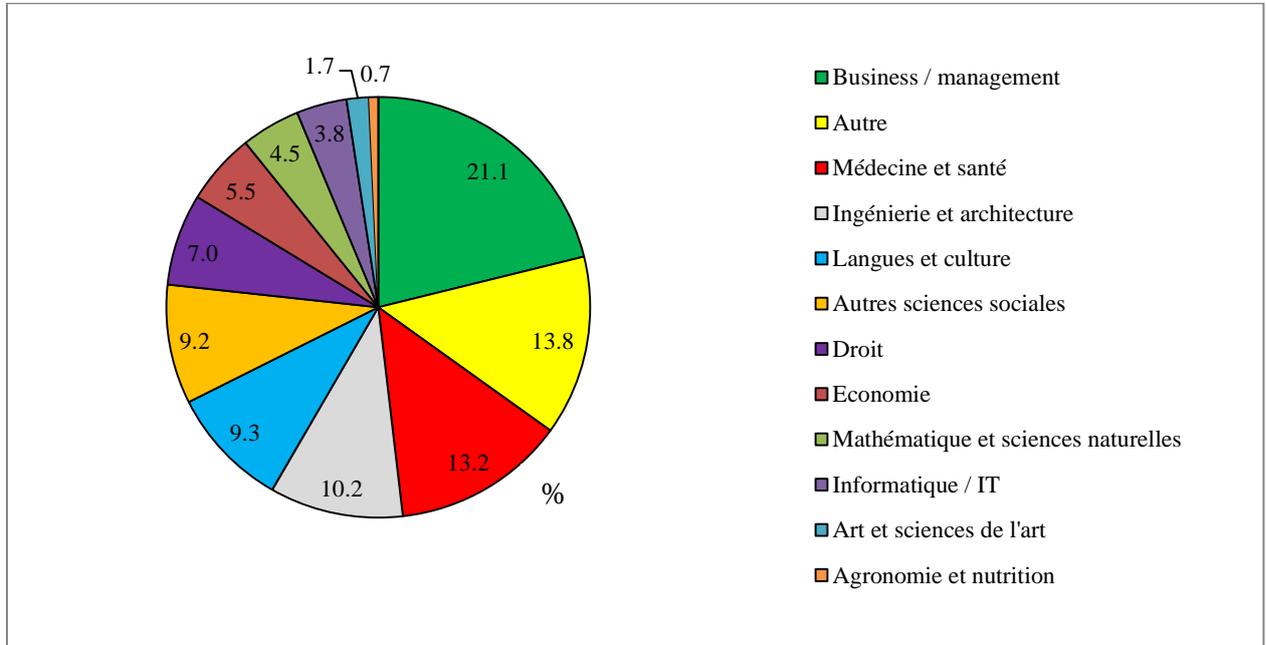


Figure 3: Répartition selon les domaines d'études

Afin de faciliter la répartition des domaines d'études pour une analyse ultérieure, nous formerons trois groupes principaux dans une prochaine étape: économie et droit (business / management, économie d'entreprise, droit), sciences naturelles et médecine (informatique/IT, mathématiques et sciences naturelles, sciences de l'ingénieur/architecture, agronomie et nutrition, médecine/sciences infirmières) et sciences sociales (langues et cultures, autres sciences sociales). La catégorie « Autre » dans le regroupement comprend les catégories « Autre » et « Art et sciences de l'art ».

La proportion d'étudiants du domaine économie et droit et sciences naturelles et médecine est à peu près semblable; ensemble, ces catégories correspondent à deux tiers de l'ensemble de l'échantillon.

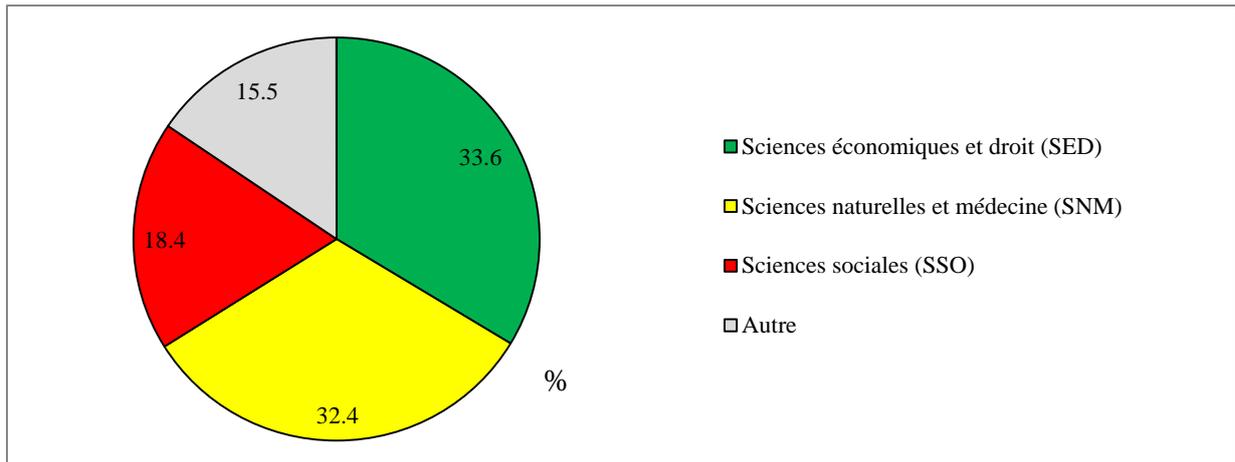


Figure 4: Regroupement des domaines d'études

Nous avons également demandé aux étudiants d'évaluer globalement leur performance dans les études. Les possibilités de réponse allaient de 1 (très inférieur à la moyenne) à 7 (très supérieur à la moyenne). La plupart des étudiants s'évaluent soit moyennement, soit légèrement au-dessus de la moyenne. La répartition des réponses selon une courbe fortement normale montre que les étudiants s'évaluent ici de manière relativement réaliste.

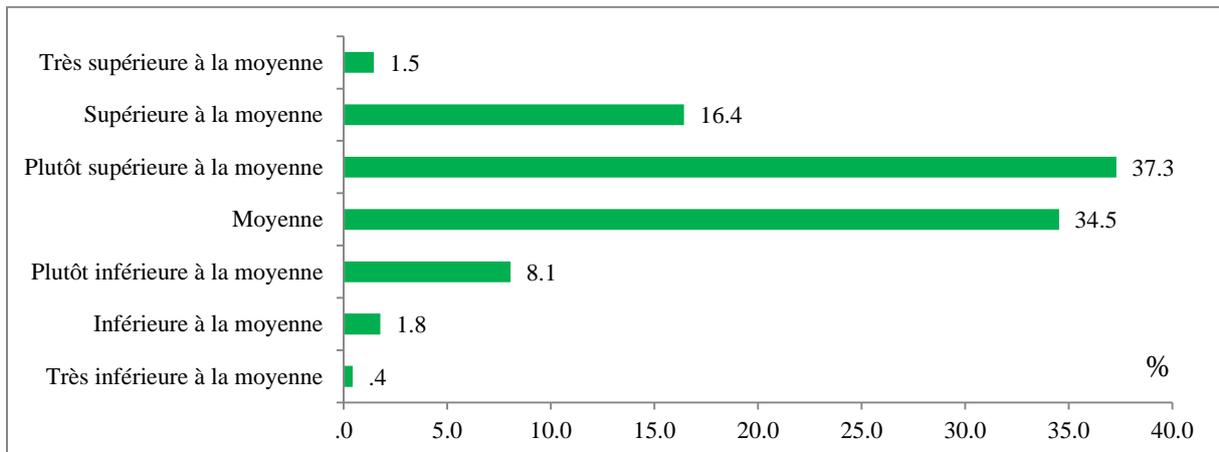


Figure 5: Autoévaluation de la performance dans les études

52,9% des étudiants ont par ailleurs indiqué exercer une activité professionnelle régulière parallèlement aux études. Ils y passent en moyenne 16,9 heures par semaine, ce qui correspond à une activité classique de 40%. Plus de 40% de l'ensemble des étudiants qui poursuivent une activité professionnelle le font à hauteur de 10 heures par semaine.

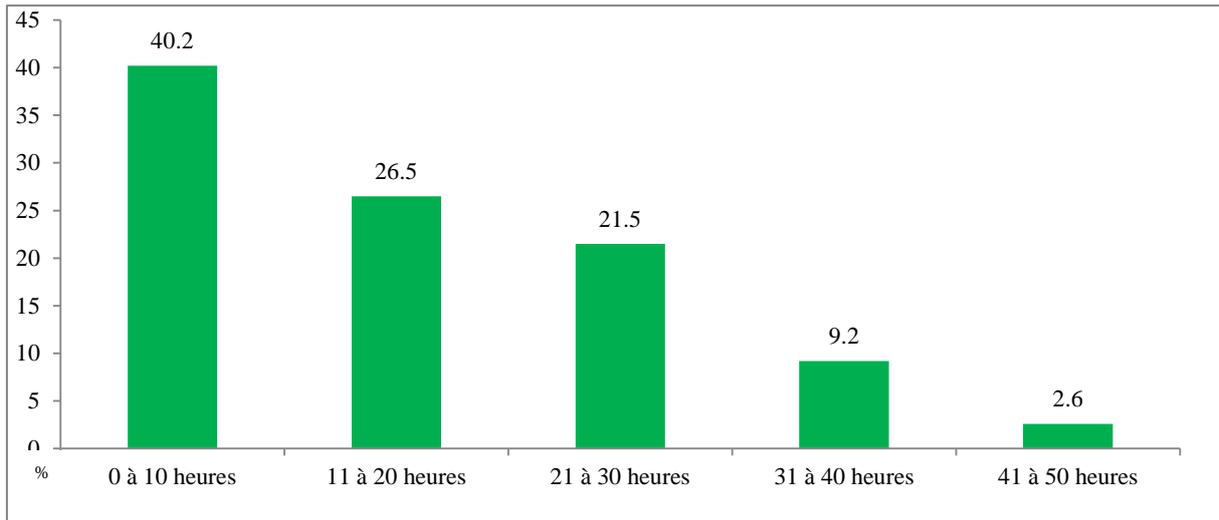


Figure 6: Investissement en temps hebdomadaire dans une activité professionnelle durant les études

3 Intentions entrepreneuriales des étudiants

3.1 Intentions de carrière à l'issue des études et 5 ans plus tard

Les intentions de carrière des étudiants sont au centre du GUESSS. Les étudiants ont été invités à indiquer quelle carrière ils souhaitaient poursuivre à l'issue de leurs études et à quelle carrière ils aspiraient 5 ans après leurs études. De nombreuses possibilités leur étaient proposées.

A l'issue des études, un emploi dans une entreprise existante correspond au souhait mentionné le plus fréquemment. La carrière de fondateur d'entreprise à l'issue des études intervient seulement pour 2% des étudiants ayant répondu à l'enquête. 5 ans après les études, l'attractivité d'une carrière professionnelle d'employé diminue sensiblement, alors que de plus en plus d'étudiants manifestent leur souhait de travailler dans leur propre entreprise (17,7%).

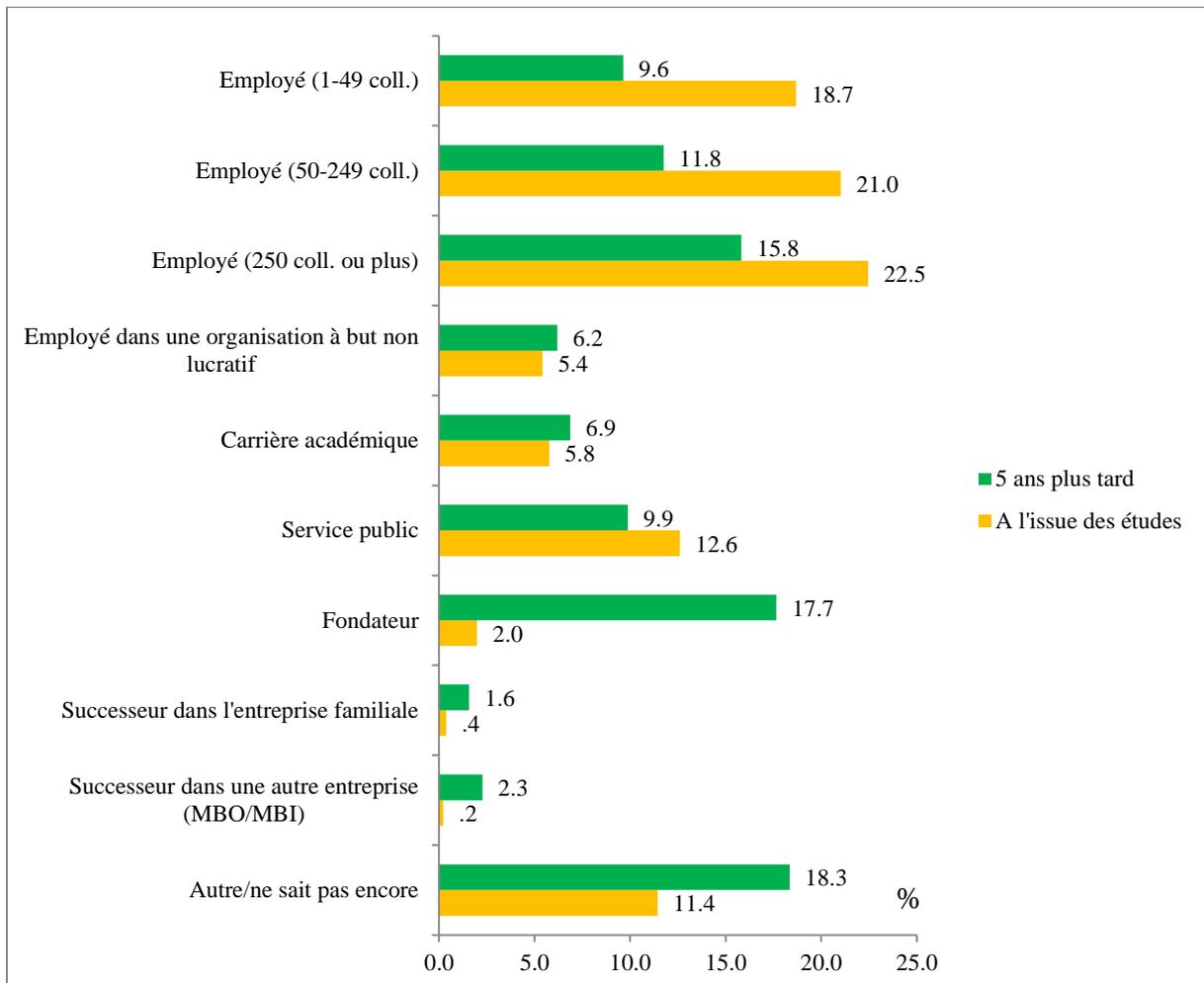


Figure 7: Intentions de carrière à l'issue des études et 5 ans plus tard

La figure suivante souligne les différences entre les deux moments. L'image est relativement explicite: à l'issue des études, la plupart des étudiants voudraient travailler dans une entreprise existante dans le but d'acquérir une première expérience professionnelle. Ceci ne représente toutefois pas un choix définitif. Ainsi, par la suite, d'autres voies sont prises en considération : fondateur d'entreprise, repreneur d'une entreprise existante à travers un MBI ou un MBO, successeur dans l'entreprise familiale, une carrière académique ou salarié dans une organisation à but non lucratif.

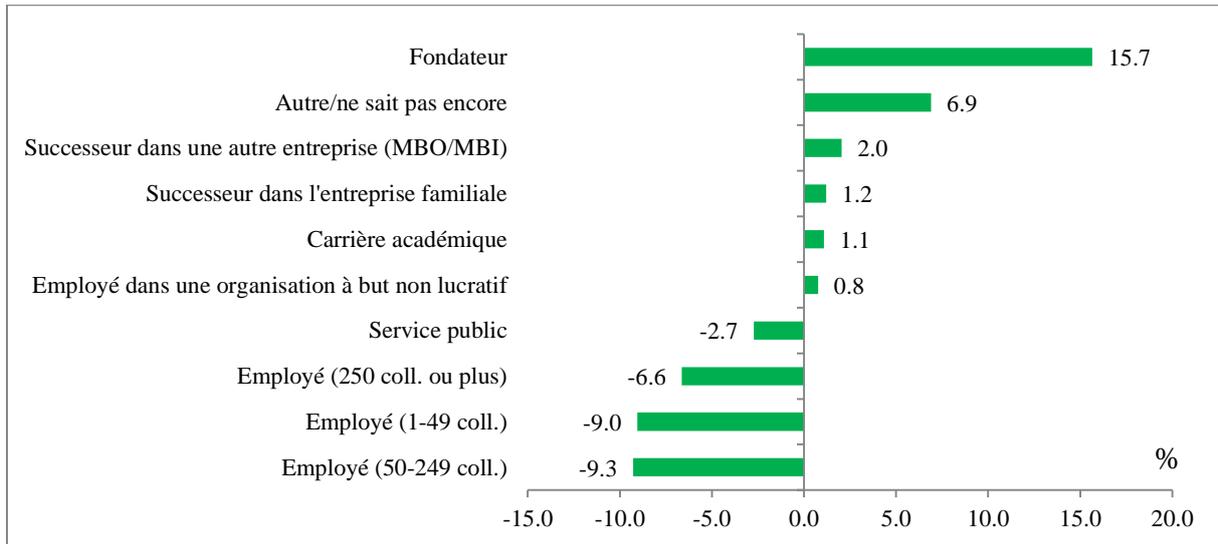


Figure 8: Evolution des intentions de carrière: à l'issue des études vs 5 ans après les études

Pour simplifier l'interprétation, nous avons regroupé les différentes voies de carrière en 3 groupes : employé, fondateur et successeur. Les figures illustrent à nouveau le schéma de base que nous avons décrit : 86% de l'ensemble des étudiants envisagent un comportement d'employé, et près d'un tiers d'entre eux voudraient suivre une voie différente 5 ans plus tard, par exemple en créant leur propre entreprise.

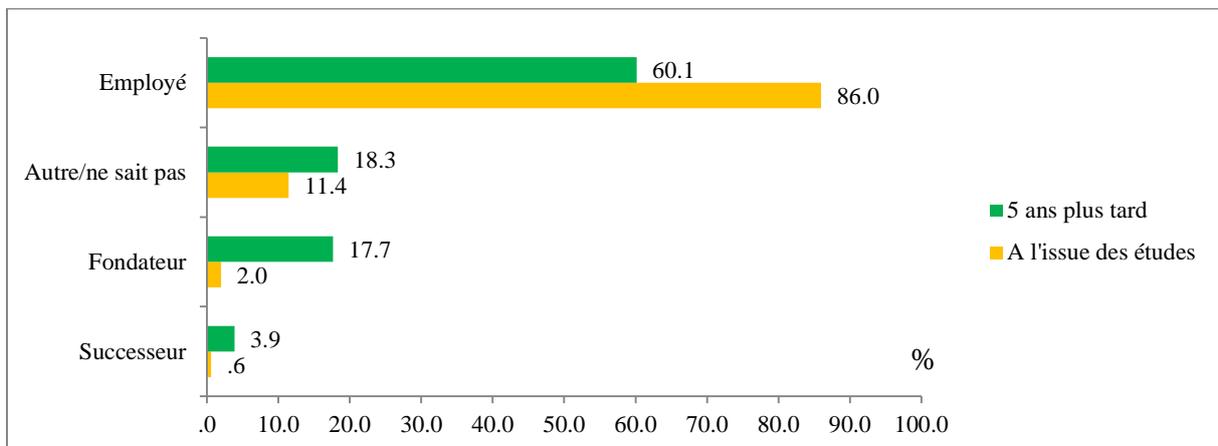


Figure 9: Intentions de carrière selon le groupe et le moment

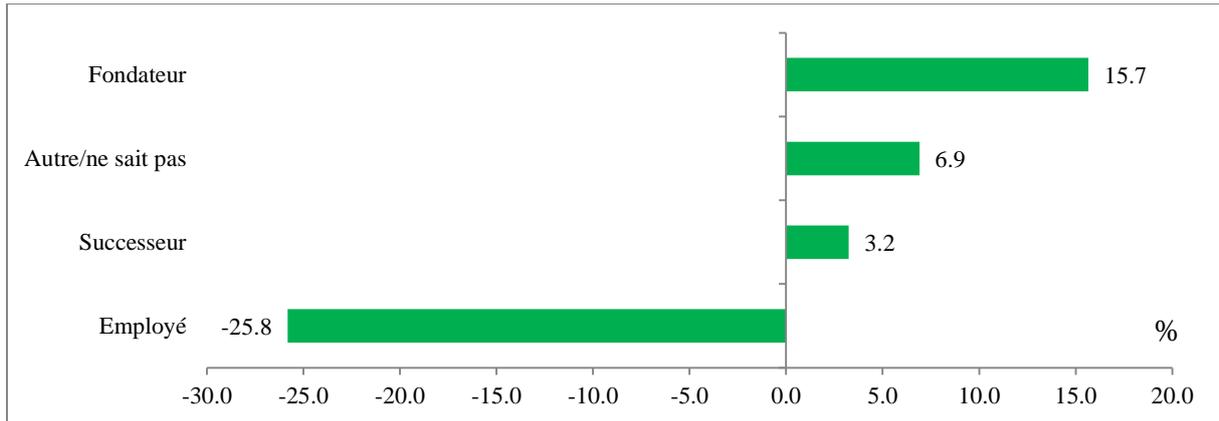


Figure 10: Répartition des intentions de carrière selon le groupe: à l'issue des études vs 5 ans après les études

3.2 Analyse selon le domaine d'études

Les moyennes de tous les étudiants et des hautes écoles donnent un premier aperçu des intentions de carrière des étudiants en Suisse. Pour générer des résultats plus précis, nous adopterons une approche plus différenciée.

Un pas important est la distinction entre domaines d'études, car ceux-ci ont une très forte influence sur la pertinence et la préférence des différentes voies de carrière. Pour ce faire, nous utiliserons les groupes déjà introduits : sciences économiques et droit (SED), sciences naturelles et médecine (SNM) et sciences sociales (SSO). Pour tous ces groupes, nous analyserons séparément les intentions de carrière des étudiants.

A l'issue des études, on voit que la proportion d'étudiants ayant l'intention de créer une entreprise dans le domaine SED est la plus élevée (2,9%). Dans le domaine SNM, elle atteint 1,5%, pour le domaine SSO, 0.7%.

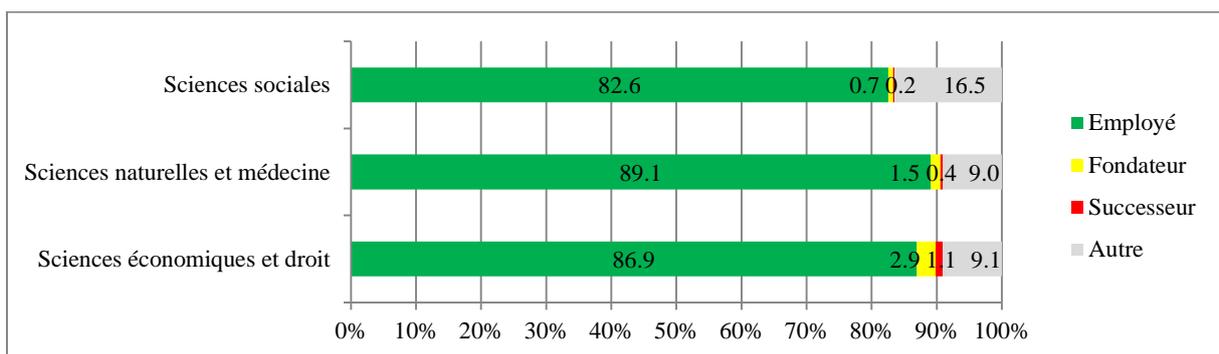


Figure 11: Intentions de carrière selon le groupe à l'issue des études

5 ans après les études, la même image se confirme. Dans les groupes de domaine d'études SED, la proportion des étudiants souhaitant s'engager dans une activité salariée est la plus faible ; comparée avec le moment de l'issue des études, elle chute de 86,9 % à 58,4%. Près d'un tiers des étudiants souhaitant s'engager dans une activité salariée envisage aussi de

suivre une autre voie de carrière 5 ans plus tard. La part des étudiants souhaitant créer leur entreprise dans le domaine SED atteint 22,3% et se situe ainsi au-dessus de cette proportion chez les étudiants du groupe SNM (17,7%) et du groupe SSO (10,8%).

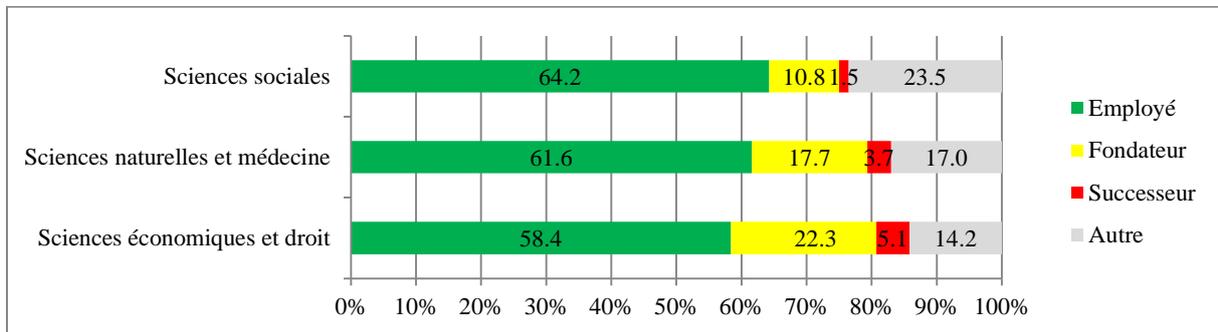


Figure 12: Intensions de carrière selon le groupe de domaines d'études 5 ans après les études

La figure ci-dessous montre les décalages entre les différents groupes de voies de carrière selon les groupes de domaines d'études. Alors que les valeurs individuelles sont relativement différenciées, l'aperçu général est constant dans tous les groupes de domaines d'études.

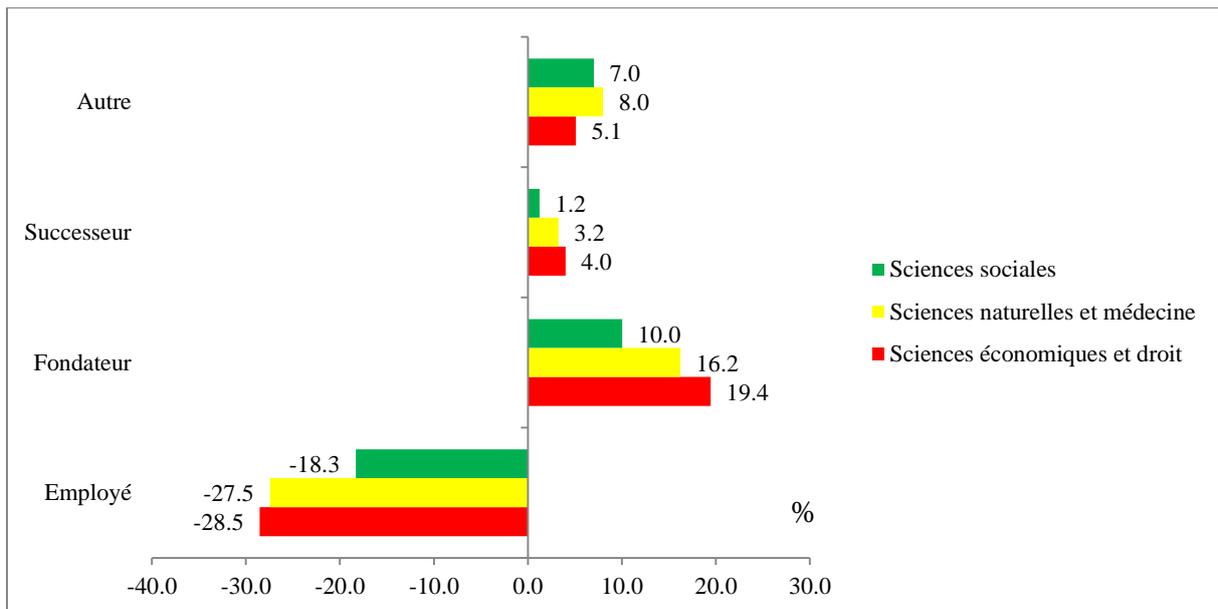


Figure 13: Répartition des intensions de carrière selon les domaines d'études : à l'issue des études vs 5 ans après les études

3.3 Répartition par hautes écoles

Nous sommes bien sûr aussi intéressés à comparer les hautes écoles qui ont participé à l'enquête du GUESSS. Il faut toutefois noter que ces résultats doivent être interprétés avec la plus grande prudence.

Les hautes écoles se distinguent parfois sensiblement en termes de taille, de profil des branches enseignées, de focus, de stratégie et de répartition des étudiants dans les différentes

filères. Il faut également noter que les étudiants dans toutes les hautes écoles n'ont pas tous été invités à participer au GUESSS, ce qui peut introduire un biais. Le nombre de réponses recueillies par haute école diffère également dans certains cas.

Malgré ces limites, nous pensons qu'il est important de donner un aperçu descriptif de la répartition des intentions de carrière dans les hautes écoles. Nous n'avons pris en compte que les établissements ayant fourni au minimum 20 réponses et renonçons aux interprétations normatives.

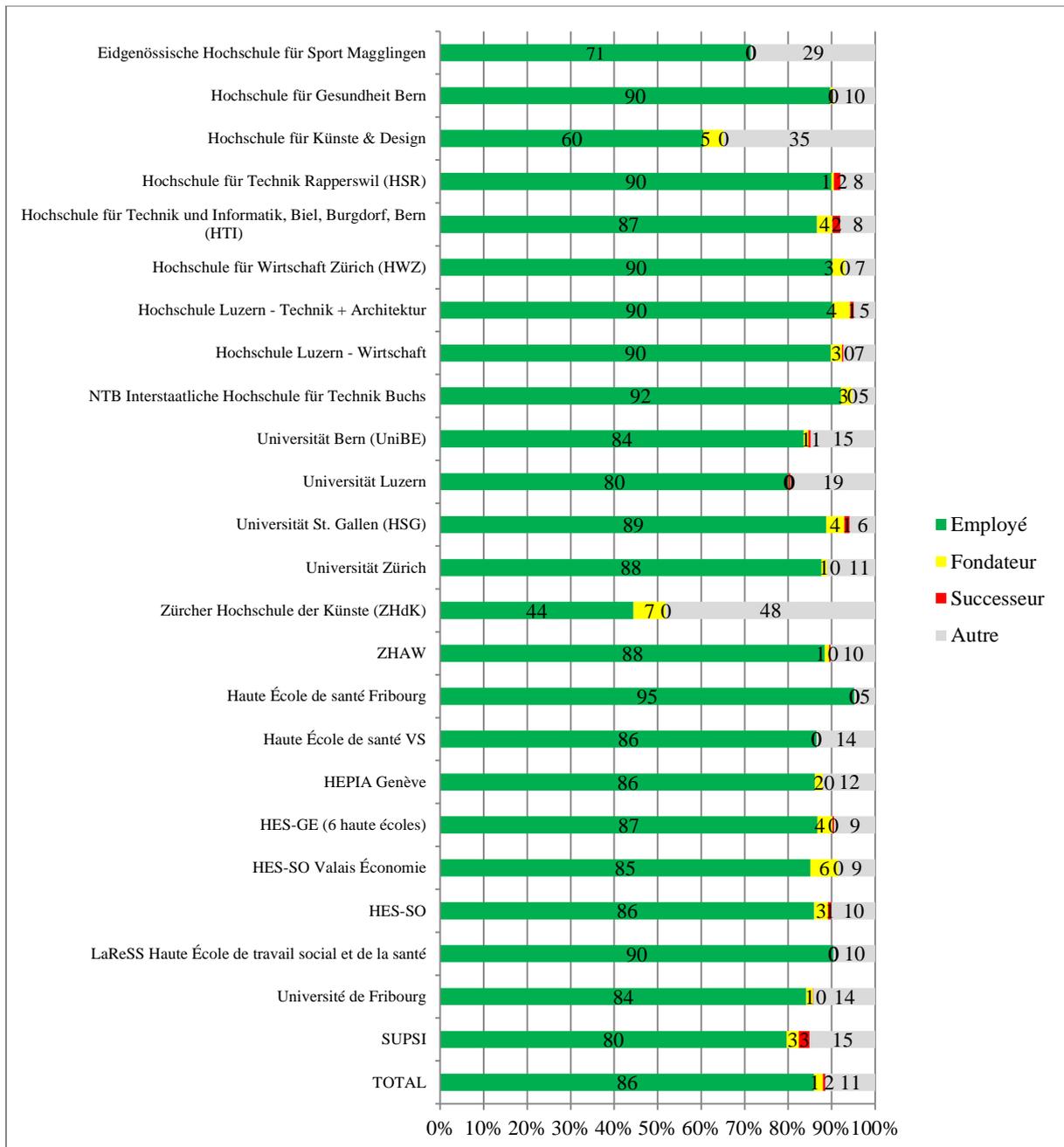


Figure 14: Intentions de carrière à l'issue des études selon les hautes écoles

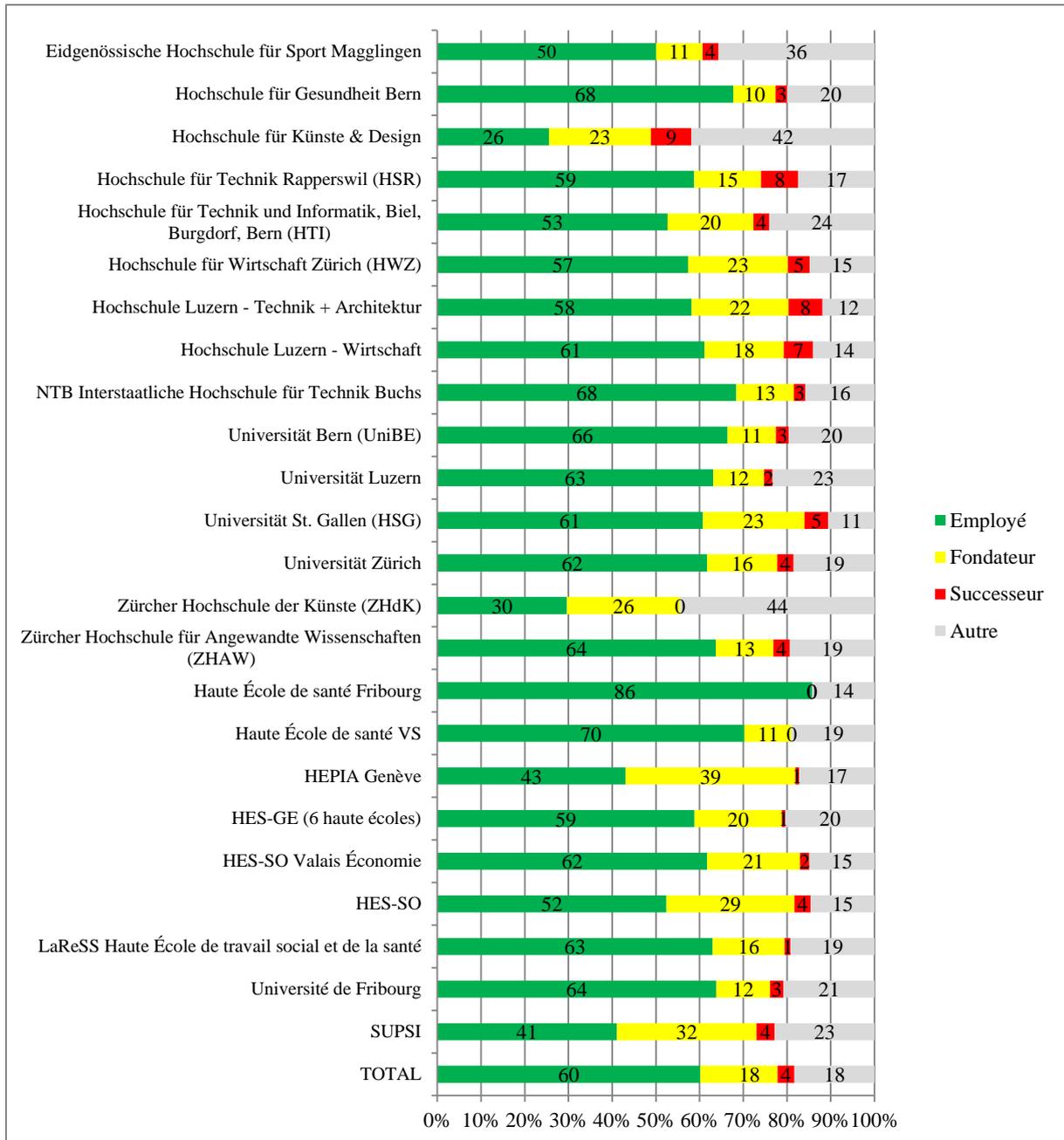


Figure 15: Intentions de carrière 5 ans après les études selon les hautes écoles

4 Facteurs influençant les intentions entrepreneuriales

Le projet GUESSS ne cherche pas seulement à savoir combien d'étudiants envisagent de créer une entreprise ou en ont déjà créé une, mais à connaître les facteurs qui influencent positivement ou négativement l'intention de créer une entreprise. Nous allons traiter cette question.

4.1 Le rôle des hautes écoles

Depuis longtemps, les chercheurs ont tenté de déterminer de quelle manière les hautes écoles pouvaient promouvoir les intentions et les activités entrepreneuriales des étudiants (Lima *et al.*, 2014). Il convient donc d'examiner cet aspect plus en détail.

Tout d'abord, nous avons demandé aux étudiants quelle était la principale raison pour laquelle ils avaient choisi d'étudier dans leur établissement. La raison la plus fréquemment citée est la bonne réputation de la haute école, suivie de la proximité de leur domicile. La réputation entrepreneuriale d'une haute école de même que les coûts ne jouent qu'un rôle secondaire. Il convient de noter que plus d'un quart des étudiants ont choisi « Autre » comme raison principale. Cette catégorie n'a toutefois pas été spécifiée plus loin (voir figure 16).

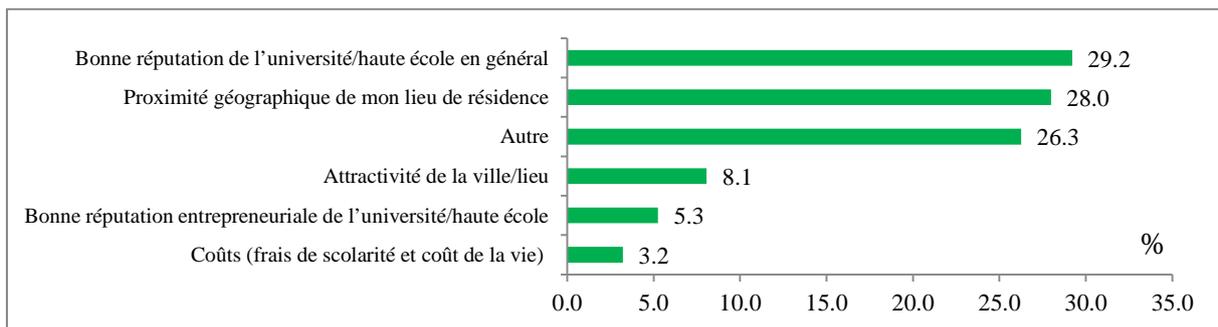


Figure 16: Raisons principales du choix de la haute école

Comme l'importance relative de ces différentes raisons dépend fortement de la haute école, la figure suivante montre la répartition des réponses des raisons principales. Seules les hautes écoles pour lesquelles nous disposons d'au moins 10 réponses valides ont été prises en considération, pour éviter une représentation trop déformée. Les différences entre les établissements sont parfois très grandes.

Bien que ces chiffres doivent être interprétés avec une grande prudence, nous relevons que dans 5 hautes écoles, plus de 10% des étudiants spécifient avoir principalement choisi d'étudier dans leur établissement en raison de sa réputation entrepreneuriale. Il s'agit de la Haute école de gestion de Fribourg (HEG-FR) avec 18%, l'Université de Saint-Gall (14%), la HES-SO (13%), la Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) et la Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) avec chacune 11%.

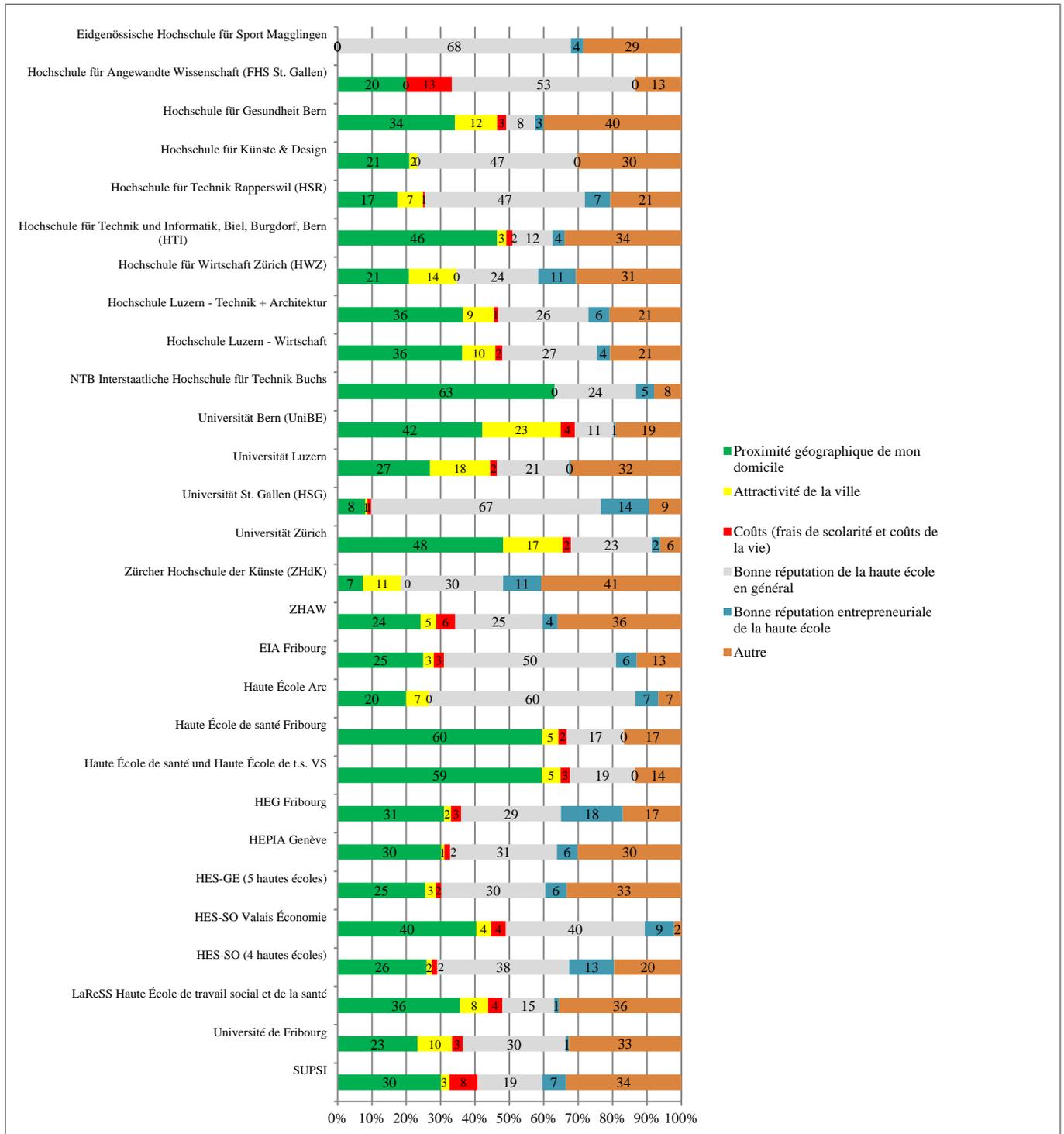


Figure 17: Raisons du choix de la haute école par établissement

Pour le GUESSS, il est également pertinent d'examiner comment les étudiants ressentent l'ambiance liée à l'entrepreneuriat dans leur établissement. Les étudiants ont donc été invités à indiquer leur degré d'accord avec un certain nombre d'énoncés relatifs à l'environnement de leur haute école (1=pas du tout, 7=tout à fait). Nous avons calculé les moyennes des trois énoncés. Nous voyons que toutes les valeurs moyennes se situent encore en dessous de la valeur neutre de l'échelle (4). Dans toute la Suisse, l'environnement universitaire apparaît

comme peu propice à l'entrepreneuriat. Manifestement, un besoin de rattrapage se fait sentir ici.

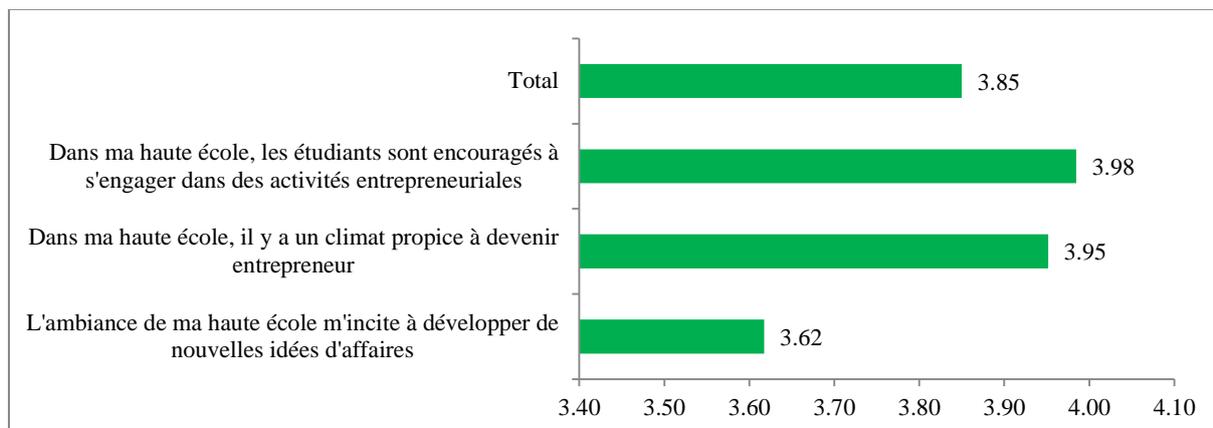


Figure 18: Climat entrepreneurial dans les hautes écoles

Il est bien sûr d'un grand intérêt de comparer le climat entrepreneurial dans les différentes hautes écoles de notre échantillon pour en tirer un aperçu plus différencié.

Cependant, une certaine prudence est de mise, puisque les hautes écoles de notre échantillon ont toutes un profil différent en regard de l'offre de formation proposée. On peut s'attendre à ce qu'une grande université ayant un spectre de branches enseignées très large montre un climat moins entrepreneurial qu'une plus petite université qui s'est focalisée sur des filières économiques ou liées explicitement à l'entrepreneuriat.

Pour donner un aperçu avec toute la prudence requise, nous considérerons exclusivement les étudiants en économie d'entreprise (SED et filières orientées vers le management) dans les différentes hautes écoles. Encore une fois, nous n'avons pris en compte que les hautes écoles pour lesquelles nous disposions d'au moins 20 réponses valides.

Il en ressort une image plus favorable. Les moyennes des hautes écoles se situent toutes au-dessus de la valeur moyenne de l'échelle (4). Les très grandes hautes écoles proposant un large spectre de branches enseignées se situent, comme prévu, au-dessous, contrairement aux hautes écoles plus spécialisées.

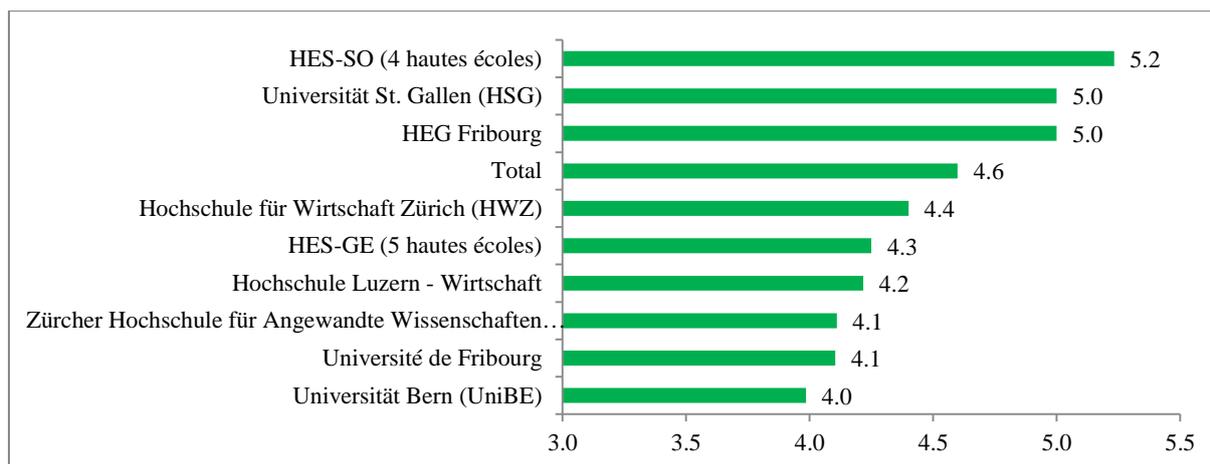


Figure 19: Climat entrepreneurial dans les hautes écoles choisies (étudiants en économie d'entreprise)

Nous avons ensuite demandé aux étudiants combien ils avaient suivi de cours ou séminaires portant explicitement sur l'entrepreneuriat. Les étudiants ont été invités à sélectionner les options représentées dans la figure ci-dessous (plusieurs réponses possibles).

En moyenne, 4 étudiants sur 5 n'ont encore jamais suivi de cours sur l'entrepreneuriat. Presqu'un étudiant sur 10 a indiqué avoir fréquenté un cours, obligatoire ou à option.

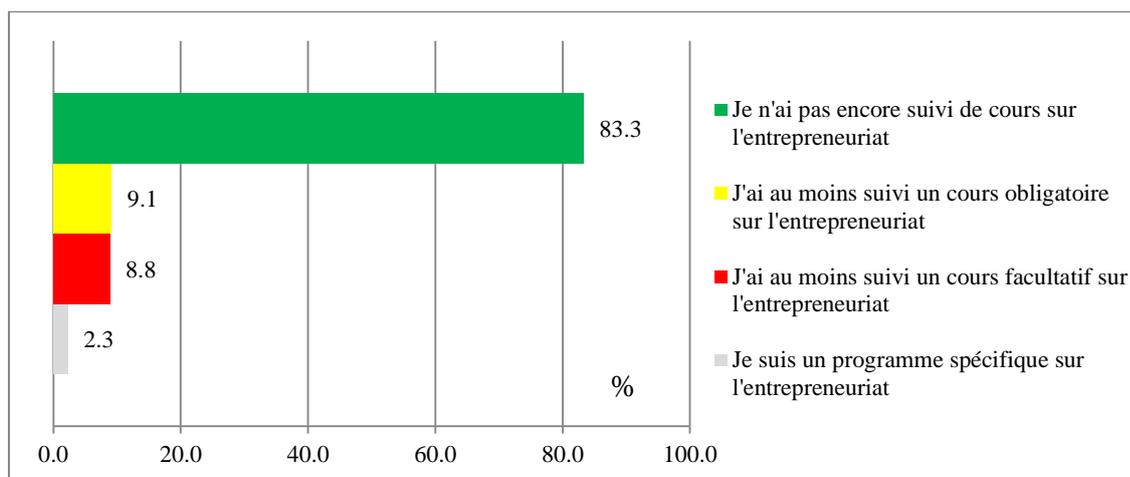


Figure 20: Fréquentation de cours sur l'entrepreneuriat

Puis, nous avons cherché à savoir si les cours et séminaires des hautes écoles avaient amélioré les connaissances et compétences des étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat. Nous avons demandé aux étudiants dans quelle mesure ils étaient d'accord avec différents énoncés portant sur leur progrès durant les études (1=pas du tout, 7=tout à fait).

Les énoncés étaient introduits par « Les formations et offres de formation auxquelles j'ai participé... ». Nous n'avons pris en compte que les étudiants qui avaient suivi au moins un cours sur l'entrepreneuriat en tant que cours obligatoire ou à option. Fondamentalement, les valeurs déterminées se trouvent toutes entre 3 et 4 (sur une échelle de 7), ce qui montre que

les progrès d'apprentissage en lien avec l'entrepreneuriat peuvent, d'une manière générale, être considérés comme modérés.

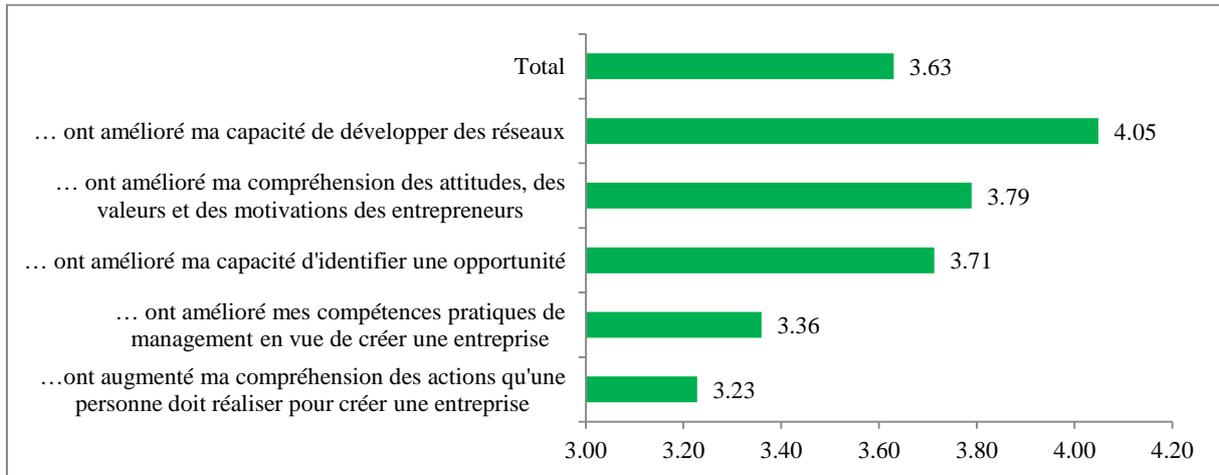


Figure 21: Progrès d'apprentissage dans le domaine de l'entrepreneuriat durant les études

4.2 Contexte familial

Le fait que les étudiants développent des intentions entrepreneuriales ne dépend pas uniquement de facteurs individuels. La communauté scientifique s'accorde à reconnaître que l'environnement social joue un rôle crucial.

Les parents jouent un rôle clé car ils influencent les préférences et les actions professionnelles de leurs enfants d'une manière déterminante. Par conséquent, nous considérerons l'influence des parents plus en détail ci-dessous.

Un thème central dans la recherche scientifique est de savoir si les enfants des entrepreneurs choisissent davantage une carrière d'entrepreneur que les enfants dont les parents n'exercent pas d'activité indépendante. Nous avons d'abord cherché à savoir si le père, la mère ou les deux parents étaient indépendants ou s'ils possédaient des parts majoritaires dans une entreprise privée. Dans près de trois quart des cas, les parents ne possèdent pas d'entreprise, comme le montre la figure ci-dessous.

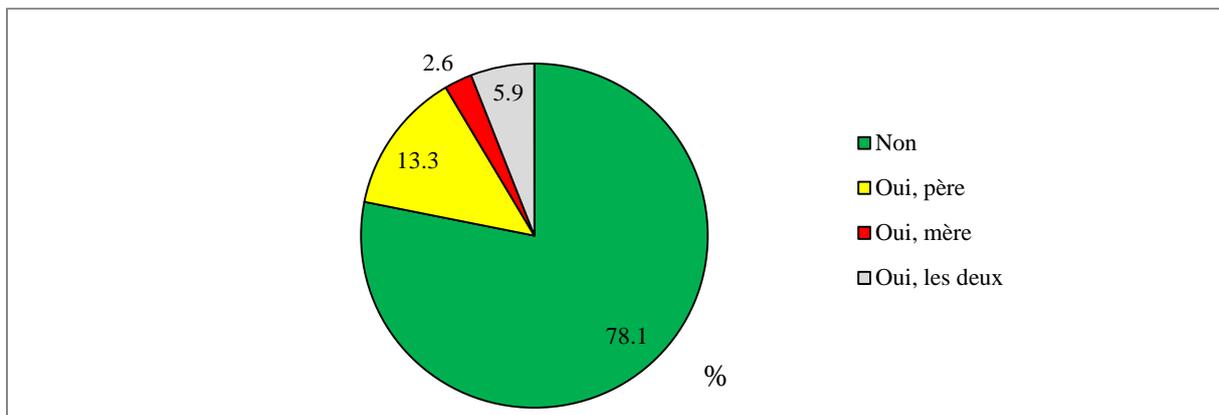


Figure 22: Statut entrepreneurial des parents

Pour étudier plus précisément l'influence des parents entrepreneurs sur le choix de carrière de leurs enfants, nous présenterons séparément les intentions de carrière des étudiants dont les parents sont et ne sont pas entrepreneurs.

A l'issue des études, la différence entre les proportions d'étudiants qui voudraient être employés, fondateurs d'entreprise ou reprendre une entreprise, ne dépasse pas 0,8%.

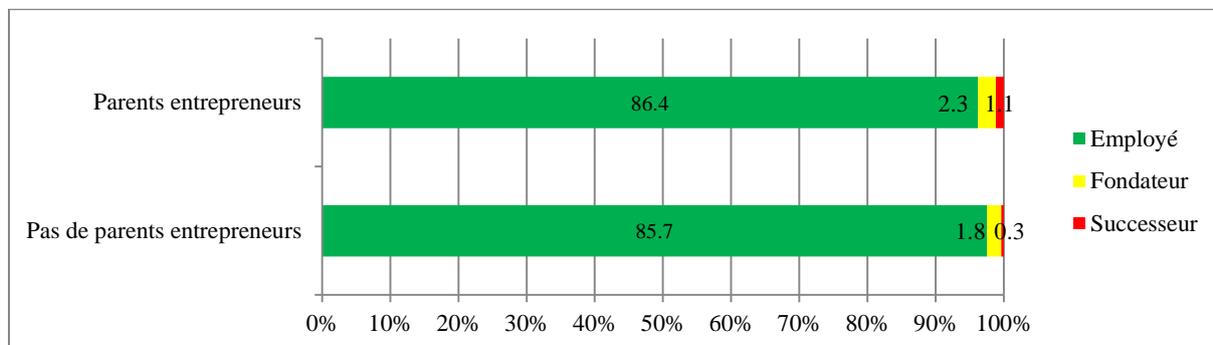


Figure 23: Intensions de carrière à l'issue des études, selon le statut des parents

Si l'on regarde les aspirations de carrière 5 ans après les études, des différences claires apparaissent. La part d'étudiants qui souhaitent créer leur propre entreprise est d'un tiers plus élevée lorsque les parents exercent une activité indépendante. La part d'étudiants qui envisagent de poursuivre une carrière en tant qu'employés est de près de 7% inférieure chez les enfants d'entrepreneurs, la raison étant que la reprise de l'entreprise familiale représente une option de carrière supplémentaire (Zellweger *et al.*, 2011).

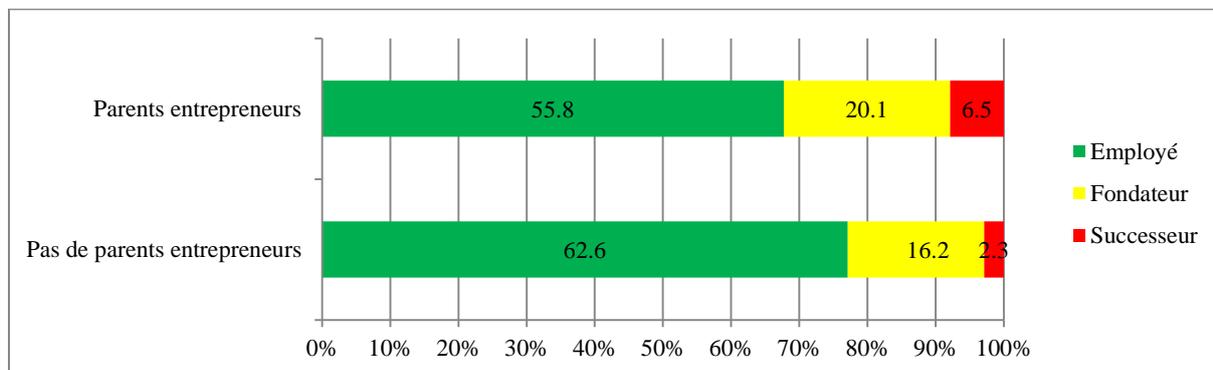


Figure 24: Intensions de carrière 5 ans après les études selon le statut des parents

Dans une deuxième étape, nous avons élargi notre réflexion sur les parents. Dans la théorie du comportement planifié (theory of planned behavior, TPB), l'élément « subjective norme » (norme subjective) représente un des trois déterminants de l'intention d'entreprendre. Cette dimension reflète les réactions attendues de l'environnement personnel, si une action particulière est accomplie. Ces réactions représentent la pression sociale ou les attentes sociales liées à un comportement particulier. Dans notre contexte, il s'agit des réactions que

les étudiants attendent de leur famille, leurs amis et camarades, lorsqu'ils s'engagent dans une carrière entrepreneuriale.

La figure ci-dessous montre que la réaction de l'environnement est globalement très positive (1=réaction très négative, 7=réaction très positive). Le plus positif dans ce contexte semble être la réaction attendue des amis et de la famille.

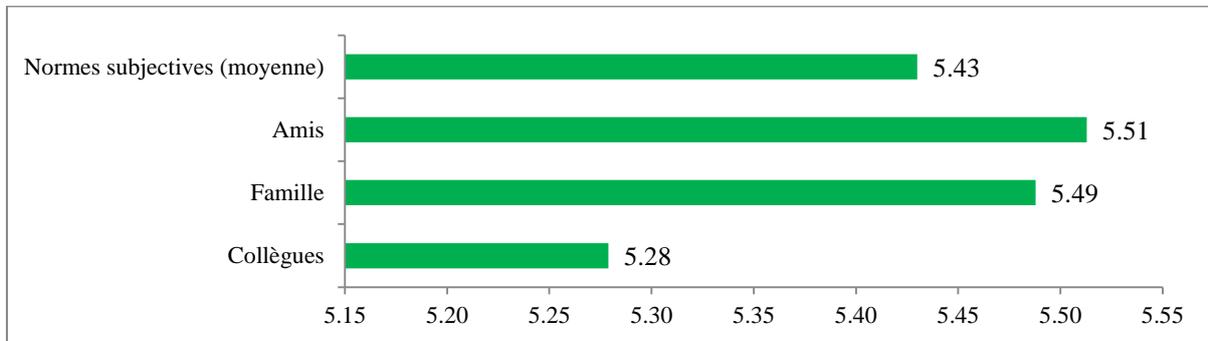


Figure 25: Normes subjectives relativement à l'entrepreneuriat

Pour étudier plus précisément le lien entre les normes subjectives et les intentions entrepreneuriales réelles, nous comparons ci-dessous les valeurs moyennes des réactions de la famille, des amis et des collègues d'études et des normes subjectives selon l'intention de carrière. Il en ressort que chez les étudiants ayant l'intention de créer une entreprise, les réactions attendues des différents groupes sont les plus positives. Cela confirme l'existence d'un lien positif entre les normes subjectives et l'intention d'entreprendre, comme on pouvait s'y attendre selon la théorie.

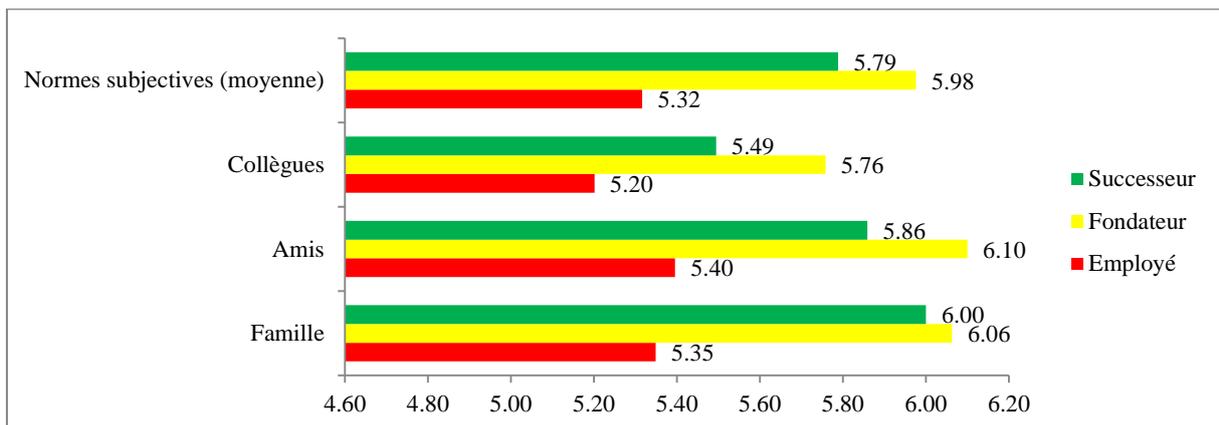


Figure 26: Normes subjectives selon les groupes

4.3 Motivations personnelles

Les motivations et buts des étudiants jouent également un rôle central. Nous avons demandé aux étudiants dans quelle mesure une série de facteurs étaient importants pour leur carrière future (1=pas du tout important, 7=très important). Chez tous les étudiants, le souhait d'une

carrière passionnante arrive en première place. Les trois motifs les mieux classés montrent que les étudiants veulent réaliser leur propre rêve à travers une profession exigeante et passionnante. Le désir d'être son propre chef obtient la valeur moyenne la plus faible en se situant même en dessous de 4, le point neutre de notre échelle.

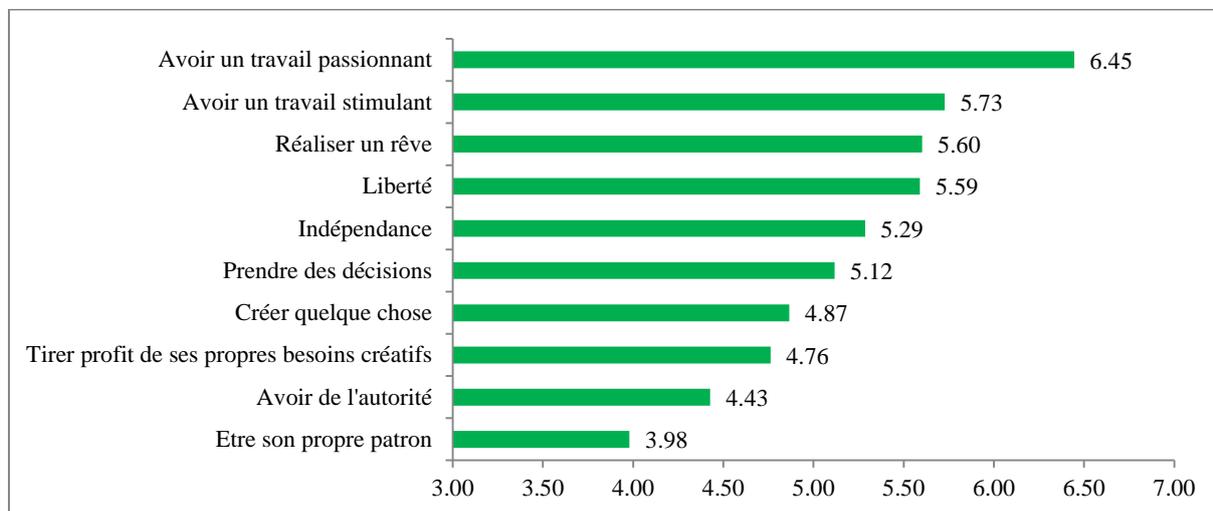


Figure 27: Importance des objectifs de carrière

Pour examiner plus précisément cette question, nous avons calculé séparément les valeurs moyennes des objectifs de carrière selon la catégorie d'intention de carrière 5 ans après les études (employé, fondateur, successeur). Il est évident ici que les étudiants qui ont l'intention de créer une entreprise obtiennent de loin les valeurs les plus élevées pour différentes motivations dont par exemple : « tirer profit de ses propres besoins créatifs », « créer quelque chose de nouveau », « réaliser un rêve », « être son propre patron » et « être indépendant ». Les motivations liées à l'autorité, au pouvoir de décision et à une profession passionnante ne semblent apparemment pas revêtir une grande importance, ou semblent même avoir un poids plus faible que pour les étudiants souhaitant être employés ou successeurs.

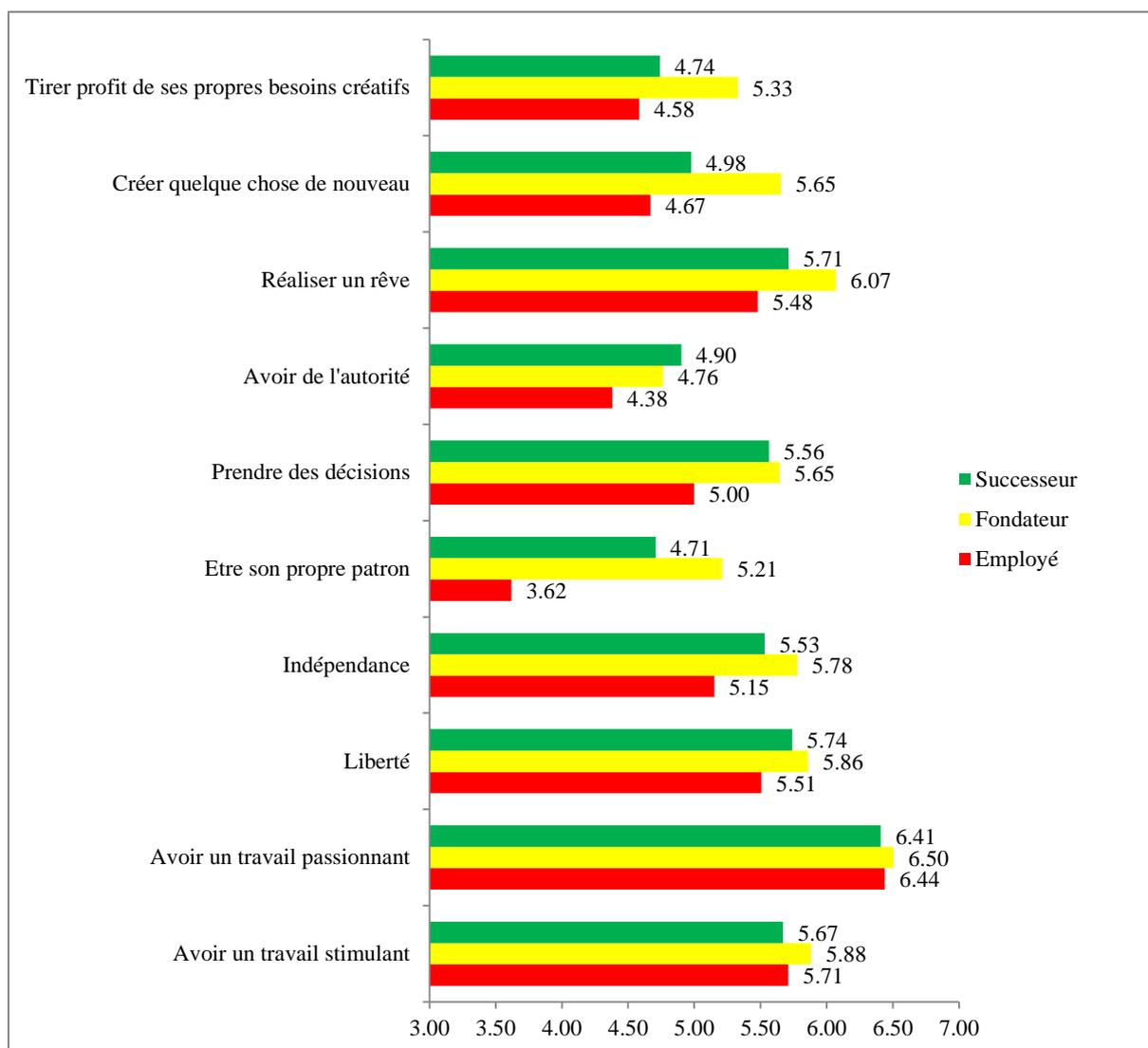


Figure 28: Importance des objectifs de carrière selon les groupes de profession envisagée

4.4 Entrepreneurial self-efficacy

Un autre élément central de la théorie du comportement planifié est la « confiance en soi entrepreneuriale » (entrepreneurial self-efficacy, ESE). Nous accorderons une importance particulière à l'ESE qui montre dans quelle mesure les étudiants sont convaincus de posséder les connaissances et compétences pour mener à bien les tâches nécessaires à créer une entreprise.

Nous avons demandé aux étudiants dans quelle mesure ils se sentaient compétents relativement à une série de tâches (1=pas du tout compétent, 7=très compétent). L'analyse distingue à nouveau entre les étudiants qui envisagent de devenir employés, successeurs ou fondateurs d'entreprise (5 ans après les études).

Nous voyons que les étudiants qui envisagent de créer une entreprise obtiennent la valeur la plus élevée, suivis de près par les étudiants qui envisagent de reprendre une entreprise. En ce

qui concerne les différents aspects de l'ESE, nous constatons que les fondateurs, en comparaison aux autres groupes, se sentent très compétents dans les domaines de la créativité, du développement de nouveaux produits et services de même que de l'identification de nouvelles idées d'affaires. Un lien positif entre l'ESE et les intentions entrepreneuriales paraît donc exister dans la réalité.

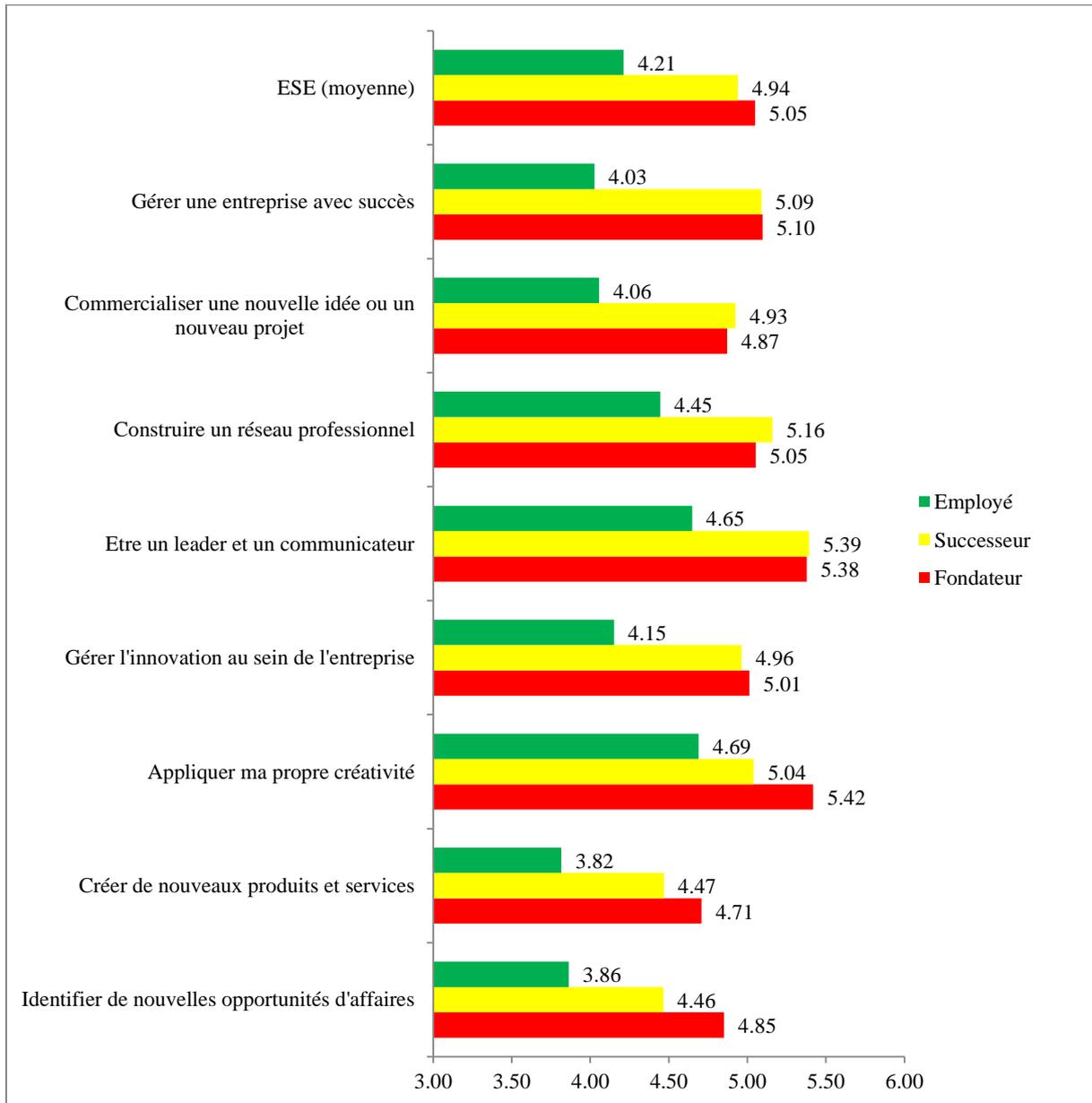


Figure 29: Entrepreneurial self-efficacy selon les groupes

5 Comparaison internationale

Après avoir analysé les étudiants suisses de manière approfondie, nous nous intéressons à la manière dont les intentions entrepreneuriales sont classées en comparaison internationale. Les étudiants suisses ont-ils un esprit entrepreneurial plus fort ou plus faible que les étudiants des autres pays ?

Pour le savoir, nous avons regroupé les différentes intentions de carrière de la même manière qu'au chapitre 3.1, à savoir dans les groupes « employé », « fondateur », « successeur » et « autre ». Pour ce faire, nous nous sommes concentrés sur les intentions de carrière 5 ans après les études, car cette période apparaît plus réaliste et significative. La figure ci-dessous montre l'importance des différents groupes de carrière dans les 34 pays du GUESSS 2013/2014, classés en fonction de leur proportion de fondateurs intentionnels.

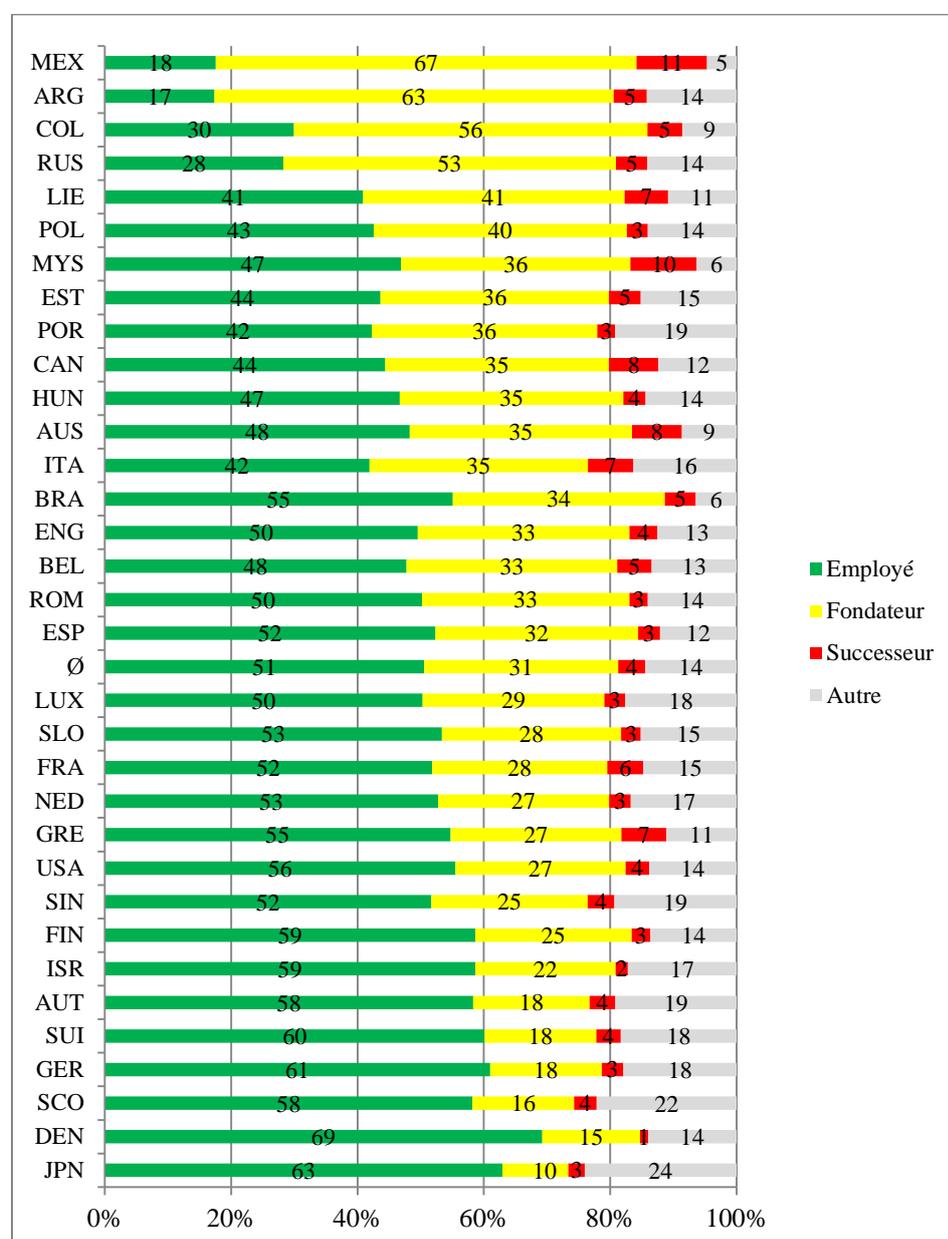


Figure 30: Intention de carrière selon les groupes 5 ans après les études dans 34 pays

Les pays émergents tels que le Mexique, l'Argentine, la Colombie ou la Russie, comptent la proportion de fondateurs intentionnels la plus élevée. Presque tous les pays émergents de l'enquête GUESSSS 2013/2014 se situent au-dessus de la moyenne internationale. Quant aux pays industrialisés, ils se trouvent pour la plupart en dessous de la moyenne mondiale.

En Suisse, comme en Allemagne et en Autriche, 18% des étudiants souhaitent travailler dans leur propre entreprise 5 ans après les études. Seuls trois pays montrent des proportions encore plus faibles de fondateurs intentionnels.

En d'autres termes: chez les étudiants suisses, l'intention de créer sa propre entreprise est peu marquée en comparaison internationale. Si l'on observe les valeurs absolues, la situation apparaît toutefois moins dramatique : après tout, presque un étudiant sur 5 souhaite gérer sa propre entreprise 5 ans après les études, ce qui peut être interprété comme un signe d'esprit d'entreprise ordinaire.

Ces chiffres doivent toutefois être interprétés avec prudence, car la composition des échantillons varie fortement, notamment quant au nombre d'établissements ayant participé à l'enquête, au type de haute école et au nombre d'étudiants ayant pris part à l'enquête.

Pour valider ces résultats, nous distinguerons les étudiants selon le domaine d'études principal et nous recourrons pour ce faire aux catégories SED, SNM et SSO déjà utilisées.

L'analyse des étudiants SED dans les 34 pays montre une tendance similaire. Les pays émergents se situent à nouveau en tête de liste ; les pays industrialisés, à la fin. Avec une proportion de 22% de fondateurs intentionnels, la Suisse se trouve à la sixième place avec le Danemark. L'Allemagne vient ensuite avec 21%, l'Autriche avec 19% (voir figure 31).

Les étudiants des domaines SNM et SSO suivent la même tendance, c'est pourquoi nous renonçons à les représenter sous une forme graphique détaillée.

Chez les étudiants de la catégorie SNM, la part de fondateurs intentionnels s'élève à 18% en Suisse, ce qui correspond à la sixième place avant la fin (29^{ème} place). L'Autriche se situe juste avant avec 20%, l'Allemagne une place après avec 17%. Les fondateurs intentionnels parmi les étudiants de la catégorie SSO sont 11%, ce qui correspond à l'avant-dernière place. L'Autriche (15%) et l'Allemagne (12%) ne sont guère mieux placées.

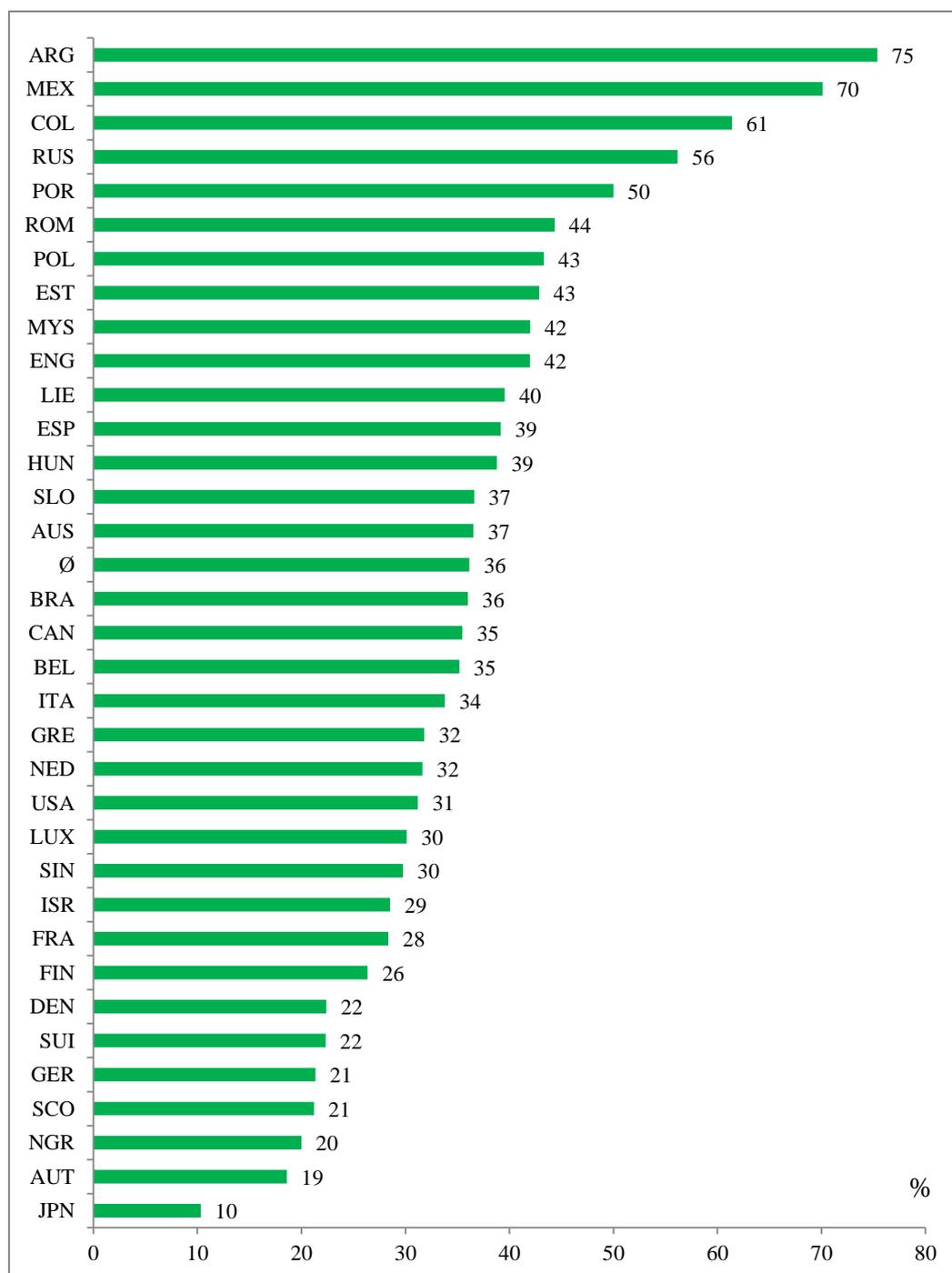


Figure 31:

Intention de créer une entreprise chez les étudiants de la catégorie SED (5 ans) dans 34 pays

En conclusion, on peut dire que les résultats renforcent le modèle global selon lequel les pays émergents possèdent une proportion de fondateurs intentionnels plus élevée chez les étudiants. La Suisse n'échappe pas à ce phénomène global. Elle se situe au même niveau que l'Allemagne et l'Autriche. Par conséquent, il n'y a pas lieu de s'inquiéter, mais il reste encore un potentiel d'amélioration.

6 Les étudiants engagés dans le processus de création d'entreprise (entrepreneurs naissants)

6.1 Pertinence et progrès dans le processus de création d'entreprise

Après avoir examiné les intentions entrepreneuriales générales, nous nous intéresserons aux étudiants qui envisagent très concrètement de créer une entreprise. Afin d'identifier ces étudiants, nous avons posé la question : « Avez-vous entrepris des démarches pour créer votre propre entreprise/devenir votre propre patron ? ». Dans l'ensemble, 356 étudiants (4,7%) ont répondu par « oui » et ont été invités à répondre à d'autres questions.

La répartition par domaine d'études montre que la part des « entrepreneurs naissants », à savoir les étudiants qui sont déjà engagés dans le processus de création d'une entreprise, est la plus importante dans le domaine SED (5%). Les domaines SNM et SSO affichent ici des valeurs inférieures. La part d'entrepreneurs naissants dans le domaine des sciences sociales est cependant plus élevée que dans le domaine des sciences naturelles et médecine.

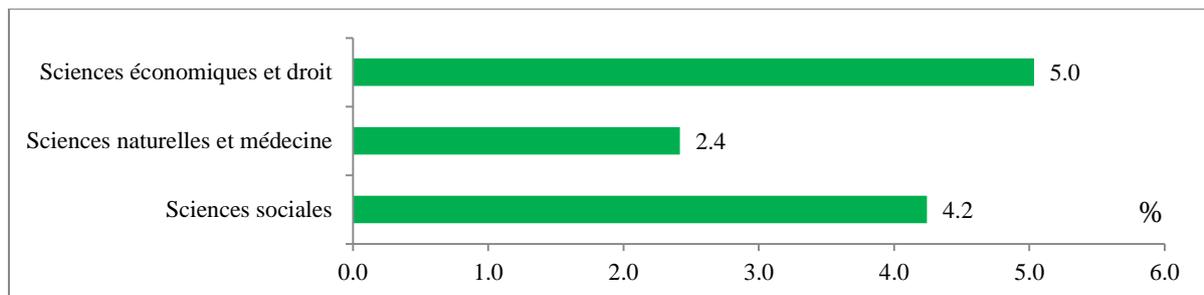


Figure 32: Proportion d'entrepreneurs naissants par domaine d'études

Nous avons ensuite demandé aux entrepreneurs naissants quelles mesures ils avaient déjà prises (plusieurs réponses possibles). Deux tiers ont déjà recueilli des informations sur les marchés et les concurrents, et près de la moitié ont déjà discuté de l'idée de l'entreprise à créer avec des clients potentiels. Un business plan a déjà été établi dans un tiers des cas. Fait intéressant, aucune des activités énumérées n'a été réalisée dans 15% des cas; la création de l'entreprise en est ici encore à un stade précoce.

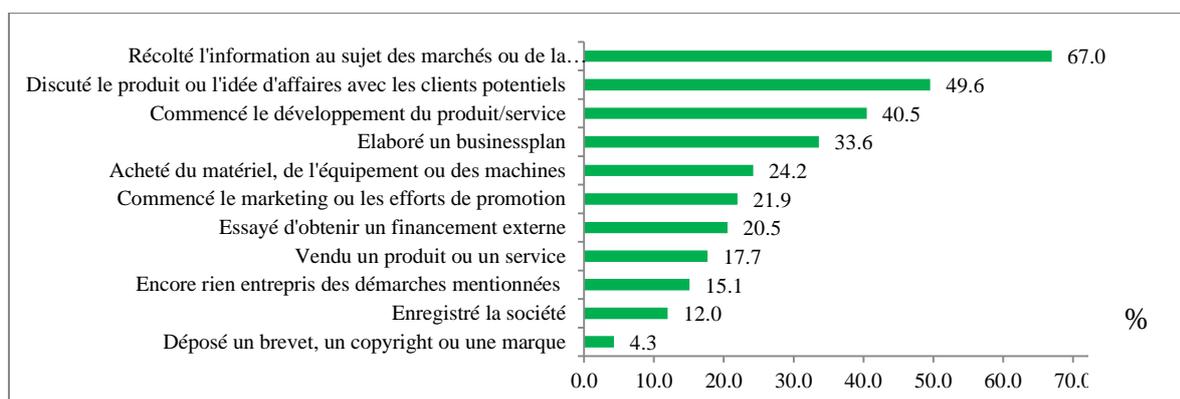


Figure 33: Activités de démarrage réalisées par les étudiants dans le processus entrepreneurial

En termes absolus, les étudiants planifient la création de leur entreprise en 12,18 mois en moyenne. La médiane, la valeur qui divise l'échantillon en deux moitiés, correspond à 12 mois. Dans l'ensemble, les intentions de ces groupes d'étudiants paraissent relativement concrètes.

6.2 Particularités des entreprises envisagées

Les entreprises créées par des étudiants peuvent servir « d'activité accessoire » en marge des études, ou de voie de carrière réelle. Nous avons demandé aux étudiants quel pourcentage de leur temps de travail hebdomadaire ils planifiaient d'investir dans leur propre entreprise. La moyenne est de 57,5% (médiane 56%). La plupart du temps, les entreprises envisagées ne représentent pas des activités secondaires insignifiantes, mais occupent une place importante dans le travail quotidien des étudiants. La figure ci-dessous comporte d'autres détails intéressants : un entrepreneur naissant sur cinq envisage d'investir la plus grande partie de son temps de travail (entre 91 et 100%) dans la nouvelle entreprise.

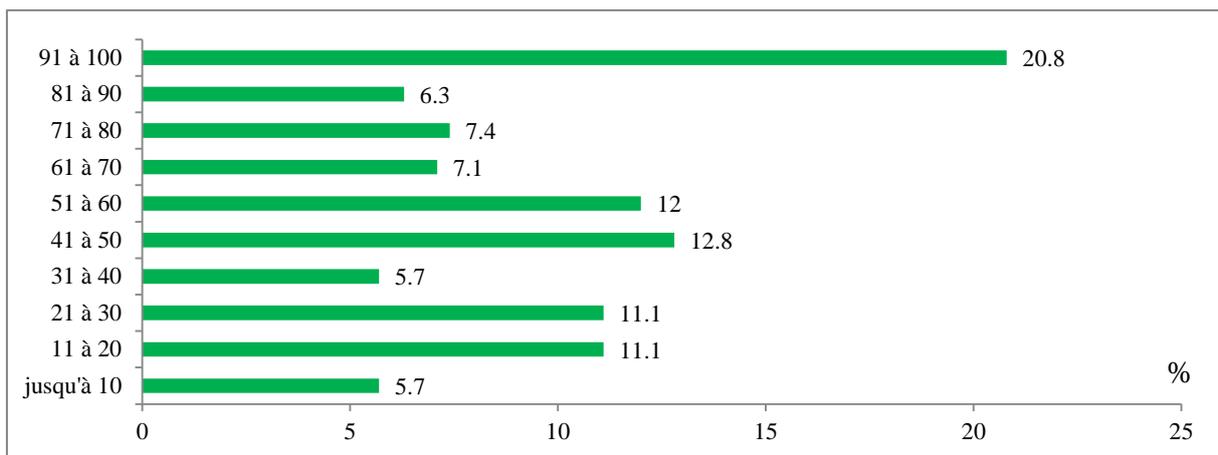


Figure 34: Proportion du temps de travail investi dans l'entreprise envisagée

Quel type d'entreprise doit être créé? Pour répondre à cette question, nous avons demandé dans quelle branche l'entreprise allait être active. Près d'une entreprise sur cinq est envisagée dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (voir figure ci-dessous). Les branches comptant plus de 10% de réponses sont le tourisme et le commerce. La catégorie « Autre » a été visée dans plus de 16% des cas, où les étudiants avaient la possibilité de donner une réponse ouverte. De nombreuses réponses ont pu être classées dans les domaines « Environnement et protection de la nature », « Eventmanagement », « Art et culture » de même que « Musique et divertissement ».

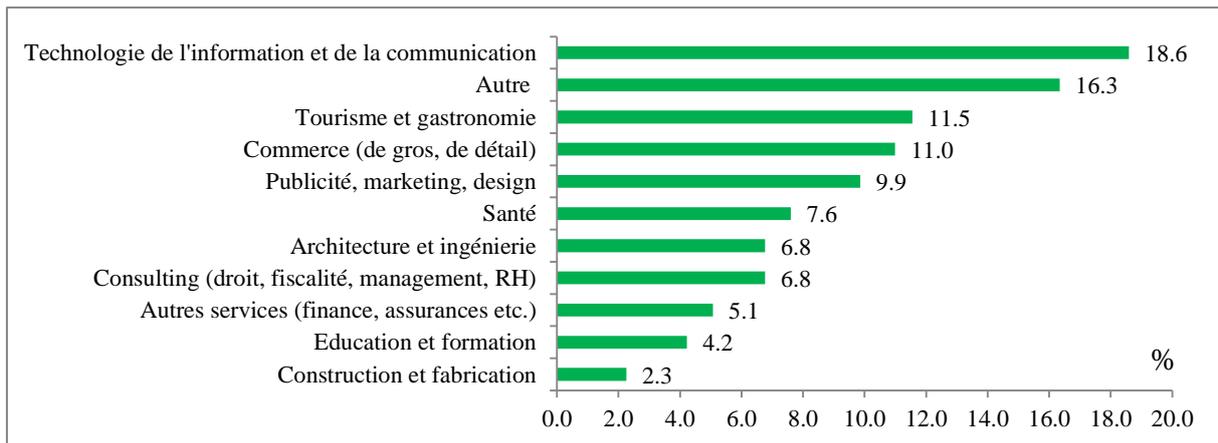


Figure 35: Branches des entreprises envisagées

Nous nous sommes également intéressés au degré d'innovation de l'entreprise. Dans l'ensemble, les données révèlent que les entreprises envisagées peuvent être considérées comme relativement innovantes. 66,1% de ces entreprises offriront des produits ou des services qui sont nouveaux pour la majorité des clients, voire tous. Seule une entreprise sur cinq offrira des produits ou des services qui ne représentent pas des nouveautés.

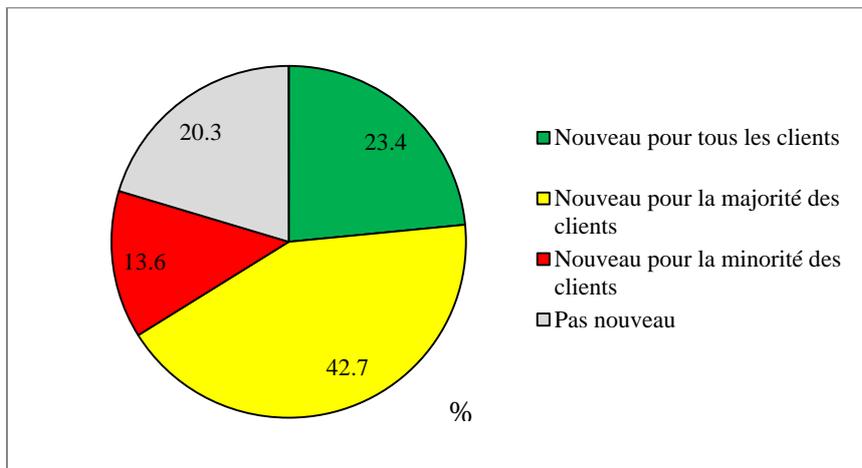


Figure 36: Degré d'innovation des entreprises envisagées

Les recherches existantes ont mis en évidence que la question des ressources financières représentait un goulot d'étranglement dans les créations d'entreprise. L'enquête GUESSS montre que les étudiants qui sont en train de créer une entreprise ont en moyenne besoin d'un capital qui dépasse CHF 150'000 (exactement CHF 154'878). En raison de la grande diversité des données, la médiane est ici encore un meilleur indice. Dans notre échantillon, elle se situe à CHF 40'000. La répartition représentée ci-dessous livre encore d'autres résultats. Ainsi, près d'un quart des entrepreneurs naissants indique avoir besoin d'un montant atteignant CHF 15'000. 20% se situent entre CHF 15'001 et CHF 30'000. 46,1 % des entrepreneurs

naissants indiquent devoir investir CHF 30'000 ou moins. Un entrepreneur naissant sur six (16,2 %) indique avoir besoin d'un montant qui se situe entre CHF 100'000 et CHF 500'000.

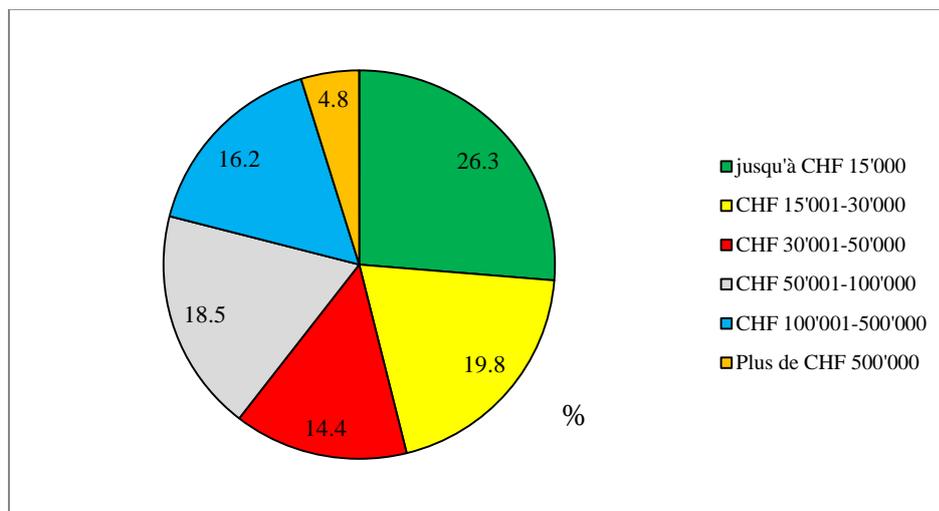


Figure 37: Besoins financiers des entrepreneurs naissants

Le rapport à la fortune s'avère donc important. L'analyse montre que près de la moitié des entrepreneurs naissants seront des actionnaires majoritaires (49,5 %). 16,5 % des entrepreneurs naissants détiendront au contraire au plus 25 % du capital propre de l'entreprise. Ces chiffres indiquent que dans de nombreux cas, d'autres co-fondateurs sont associés à la création de l'entreprise. Nous allons aborder ce point en détail dans la prochaine section.

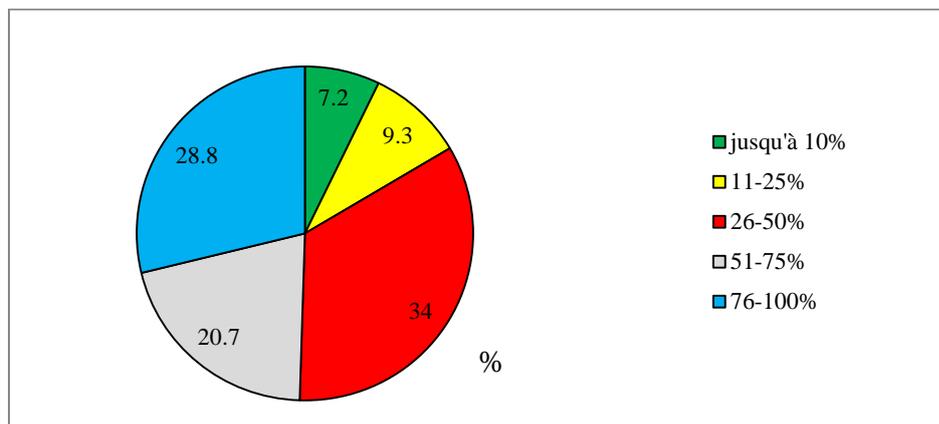


Figure 38: Part de capital propre de l'entreprise envisagée

6.3 Co-fondateurs

Les entrepreneurs naissants indiquent en moyenne vouloir démarrer leur entreprise avec 1,25 co-fondateur. Dans l'enquête GUESSS, la valeur maximale correspond à 4. 27,7% des entrepreneurs naissants veulent créer leur entreprise seuls, 36,7% avec un co-fondateur.

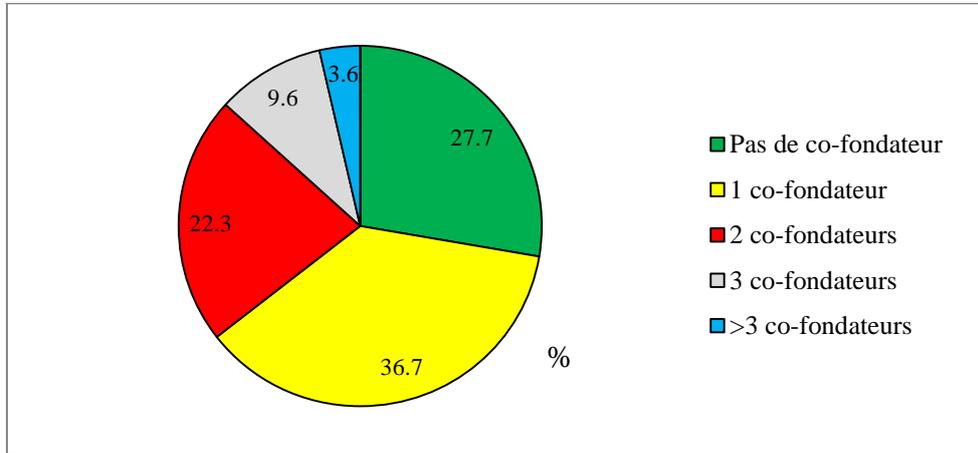


Figure 39: Nombre de co-fondateurs

Ces chiffres soulignent l'importance des co-fondateurs. Dans une prochaine étape, nous regarderons encore plus précisément avec qui l'on crée sa propre entreprise. Nous avons demandé aux étudiants dans quel contexte ils avaient connu les co-fondateurs (plusieurs réponses possibles). En premier lieu est cité le cercle d'amis, que ce soit hors ou au sein de la haute école. Un tiers des fondateurs intentionnels envisage de créer une entreprise avec un membre de la famille.

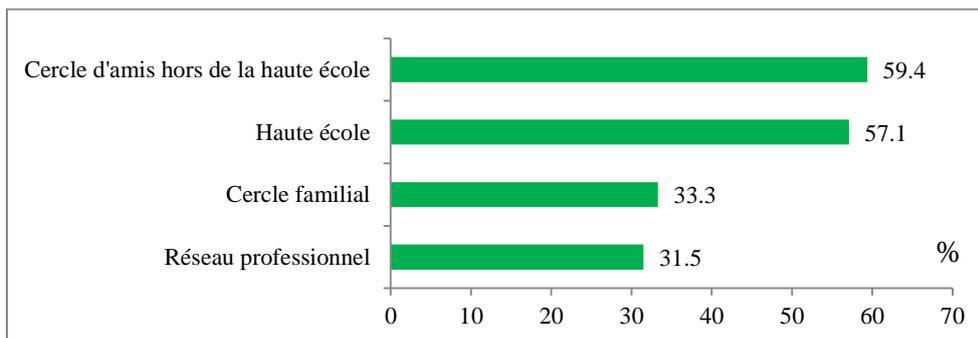


Figure 40: Provenance des co-fondateurs

6.4 Soutien des parents

La littérature scientifique s'accorde sur le fait que les parents des fondateurs d'entreprise jouent un rôle très important à plusieurs égards, en tant que modèle ou soutien moral ou matériel. Nous nous devons donc d'examiner ces aspects. Nous avons demandé aux entrepreneurs naissants de notre échantillon dans quelle mesure leurs parents les soutenaient

dans le processus de création de l'entreprise par différents biais (de 1=pas du tout à 7=très fortement).

Dans l'ensemble, le soutien s'avère relativement modéré. Les valeurs les plus élevées concernent le soutien immatériel en termes de connaissance, de génération d'idées et d'échange de contacts. Le soutien financier se situe encore au-dessous de la valeur neutre de 4 (sur une échelle de 7). Il convient de noter néanmoins que le soutien financier par les parents est souvent une condition sine qua non de la création d'une entreprise. Cet aspect pourrait encore se renforcer au cours du processus de création de l'entreprise.

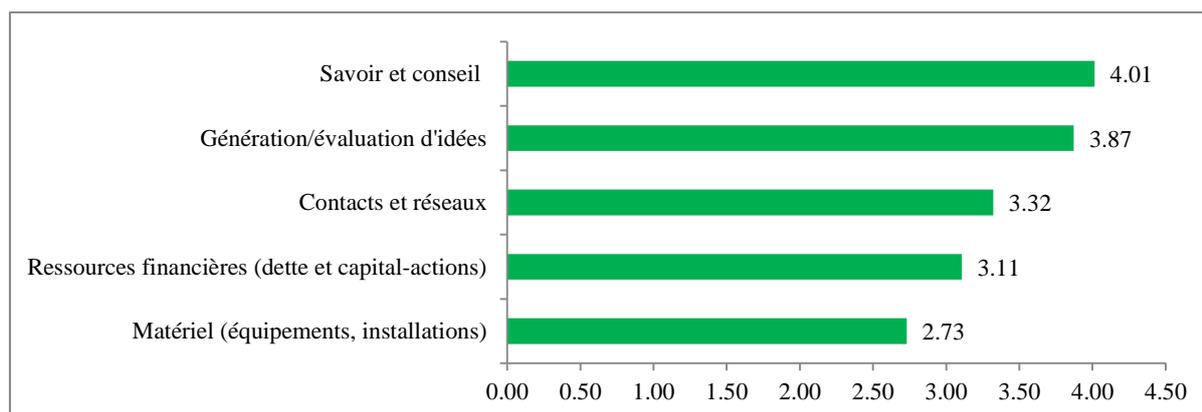


Figure 41: Soutien des parents

Le rôle joué par le statut des parents suscite un grand intérêt parmi les chercheurs. Nous nous attendons également à des différences significatives selon que les parents d'entrepreneurs (intentionnels) sont eux-mêmes entrepreneurs ou non. Nous avons distingué entre les entrepreneurs naissants dont les parents sont entrepreneurs et ceux dont les parents ne le sont pas, et constatons que le soutien est plus fort dans tous les domaines énumérés lorsque les parents sont eux-mêmes entrepreneurs : les enfants issus de famille d'entrepreneurs jouissent donc d'un avantage certain.

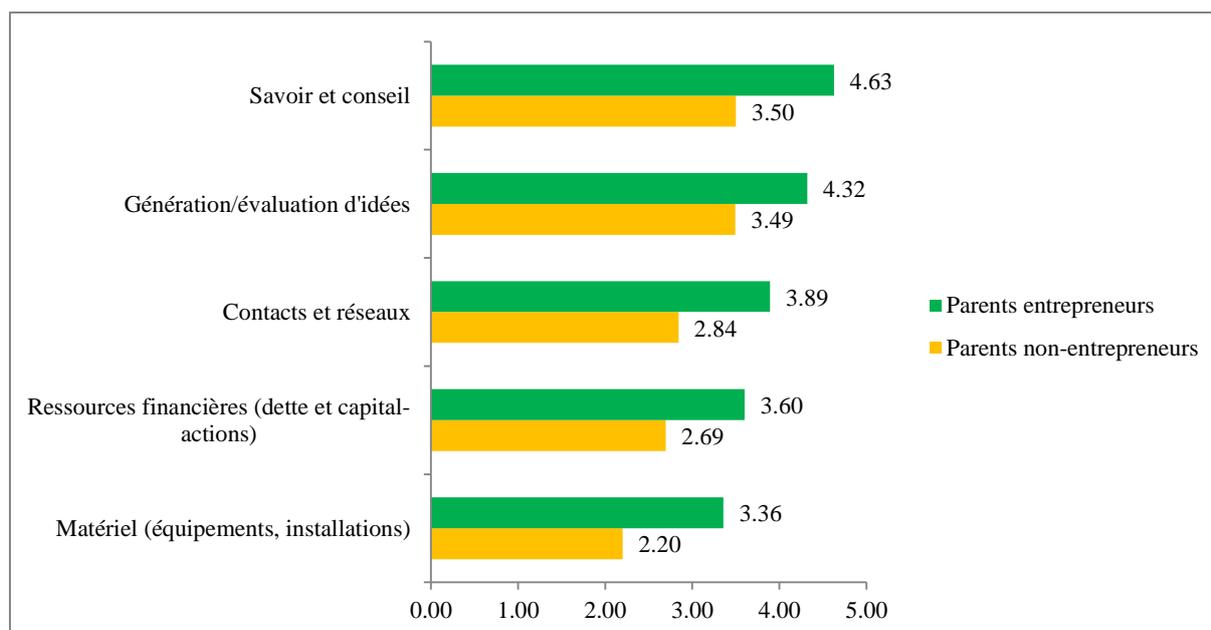


Figure 42: Soutien dans le processus de création de l'entreprise et statut des parents

7 Créations d'entreprise accomplies

Le GUESSS ne s'intéresse pas uniquement aux intentions entrepreneuriales des étudiants, mais aussi à leurs activités entrepreneuriales. L'étude des facteurs qui influencent les intentions d'entreprendre n'est que la première étape ; nous souhaitons ensuite savoir dans quelle mesure ces intentions conduisent réellement à la création d'une entreprise, quelles sont les particularités de ces entreprises et si elles réussissent.

Notre échantillon compte 166 étudiants ayant déjà créé une entreprise (2,2%). Ceux-ci ont répondu à un questionnaire complémentaire.

En moyenne, ces entreprises ont été créées en 2010. La médiane correspond à l'année 2011. Comme la majorité des étudiants de notre échantillon poursuit des études au niveau bachelor, on ne peut conclure que de nombreux étudiants ont déjà créé leur entreprise avant le début de leurs études. La figure ci-dessous illustre les proportions pour les différentes années de création d'entreprise. Près d'un quart des entreprises ont été créées en 2013, l'année-même de l'enquête GUESSS ; au total, 52,4% depuis 2011.

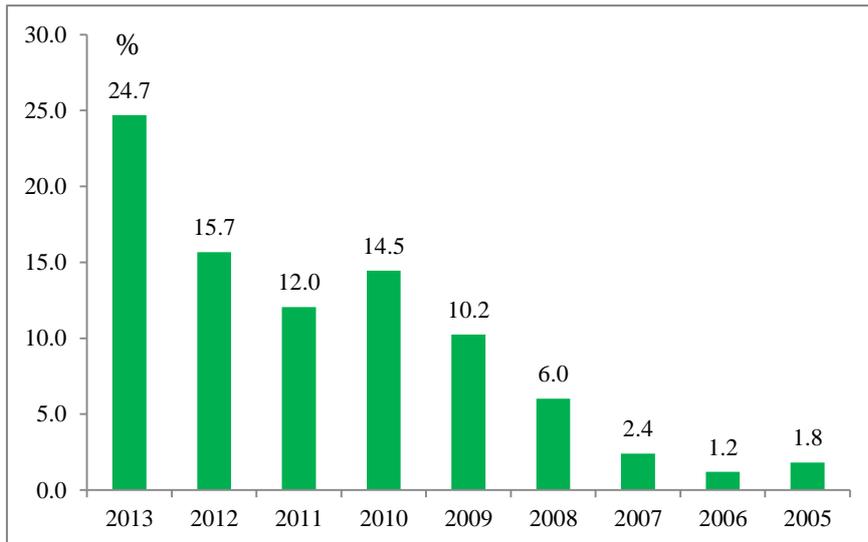


Figure 43: Années de démarrage des entreprises déjà créées

7.1 Branche, propriété et engagement des fondateurs

Comme le montre la figure ci-dessous, la plupart des entreprises déjà établies peuvent être associées à la catégorie de branche « Autres » (29 cas). Les réponses textuelles recueillies brossent un tableau très hétérogène des entreprises créées. Les catégories dans lesquelles plusieurs entreprises peuvent être classées sont « Eventmanagement », « Art et culture » de même qu'« Industrie de la musique ». La deuxième branche la plus citée est « Technologies de l'information et de la communication », suivie de « Commerce ». Ces deux catégories rassemblent plus de 30% des entreprises créées.

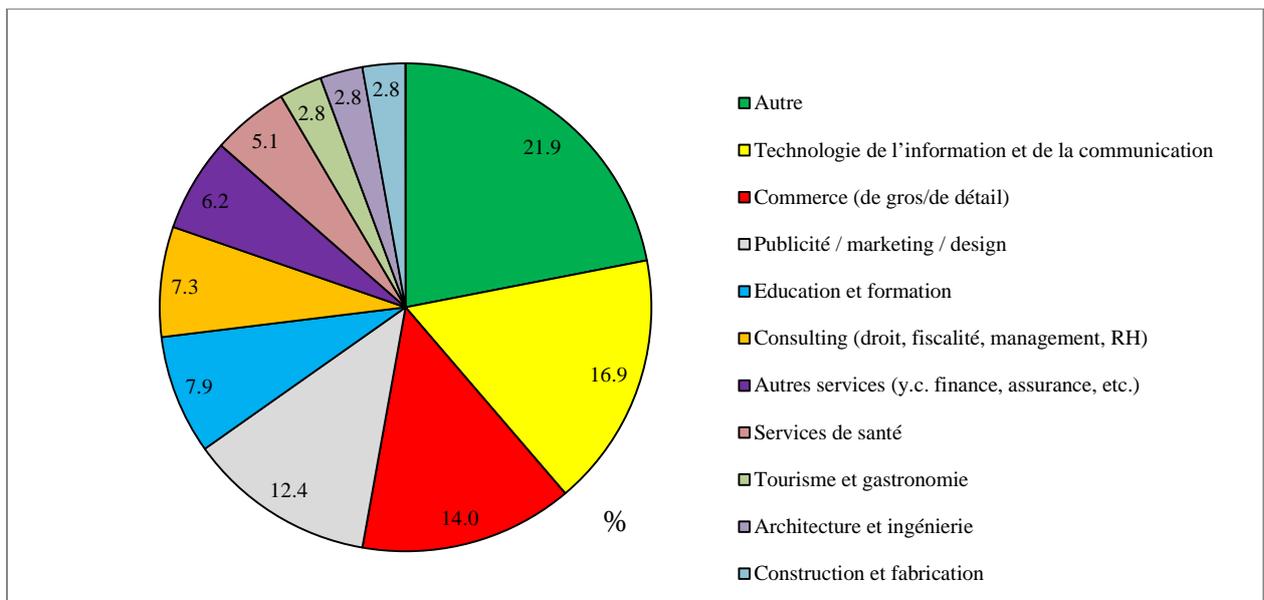


Figure 44: Branches des entreprises créées

En ce qui concerne la propriété, on peut dire que près de 40% des fondateurs possèdent l'intégralité de leur entreprise (100% du capital propre). Près de la moitié possède au maximum 50% du capital propre (voir figure ci-dessous), et dans 14,9% des cas, la part de la propriété se situe à 25% ou moins. La valeur moyenne correspond à 64,1%, la médiane est à 51%.

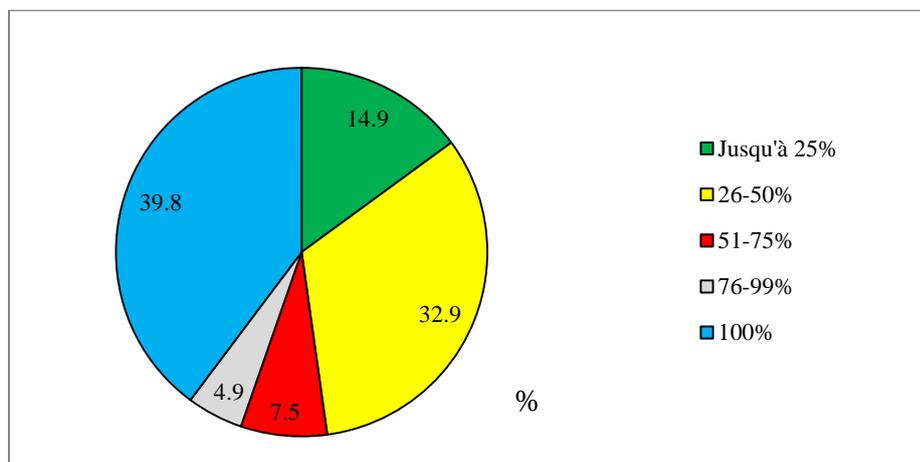


Figure 45: Part du capital propre des entreprises créées

Dans le cas des entreprises envisagées, la question de l'intensité avec laquelle les fondateurs intentionnels veulent se consacrer à la nouvelle entreprise a déjà été discutée. De la même manière, nous avons cherché à savoir combien d'heures par semaine les étudiants ayant créé une entreprise y consacraient. La valeur moyenne de 19,6 heures et la médiane de 12 heures montrent que globalement, les étudiants considèrent l'entreprise comme une activité à temps partiel à côté des études. Dans l'ensemble, 66,3% des entrepreneurs actifs travaillent 20 heures par semaine ou moins pour l'entreprise ; près de la moitié travaille 10 heures ou moins.

Par ailleurs, plus de 10% des fondateurs actifs indiquent travailler plus de 40 heures par semaine pour l'entreprise. Allier cette activité avec les études représente un grand défi.

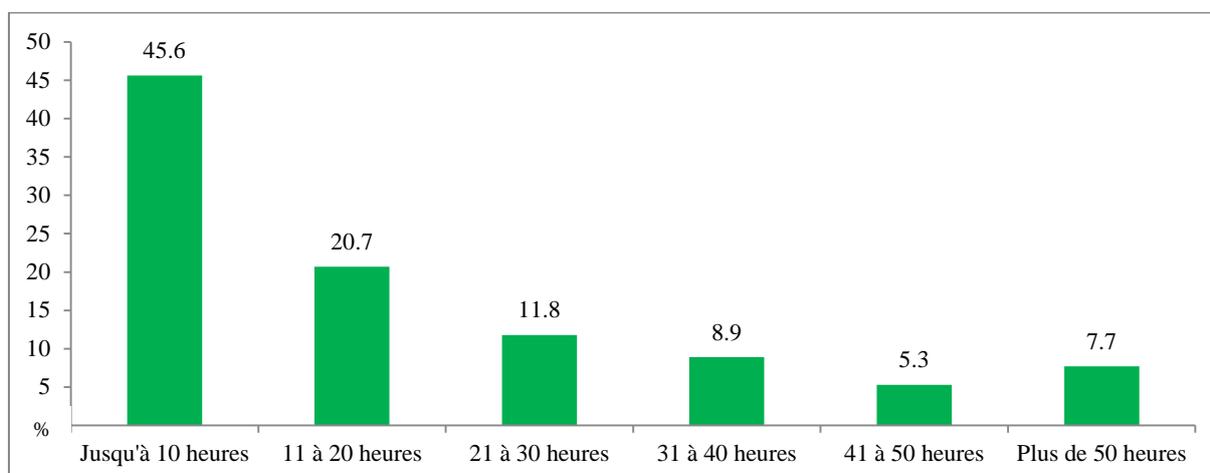


Figure 46: Temps de travail hebdomadaire investi dans sa propre entreprise

7.2 Taille et croissance de l'entreprise

Les entreprises créées disposent en moyenne de 2,28 employés (équivalents plein temps). La dispersion de cette valeur est toutefois relativement grande. Comme le montre le graphique ci-dessous, plus de la moitié des entreprises n'a pas d'employé ; près de 20% atteignent 1 équivalent plein temps. Les entreprises qui comptent plus de 5 équivalents plein temps sont rares (un peu plus de 7%). Les entreprises déjà créées sont donc relativement petites et dans la plupart des cas, sont exploitées par le fondateur ou la fondatrice uniquement.

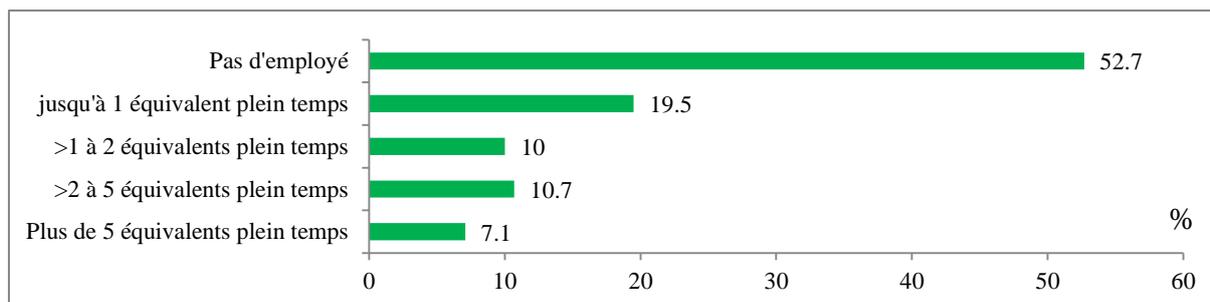


Figure 47: Equivalents plein temps des entreprises créées

Cette situation est cependant appelée à évoluer; c'est pourquoi nous avons demandé aux étudiants combien d'employés ils envisageaient d'engager en l'espace de 5 ans. Nous avons été étonnés de constater que dans un tiers des cas, ils ne prévoyaient pas d'engager de personnel. Aucune croissance n'est envisagée. Or dans 14,2% des cas, plus de 10 postes à plein temps sont prévus.

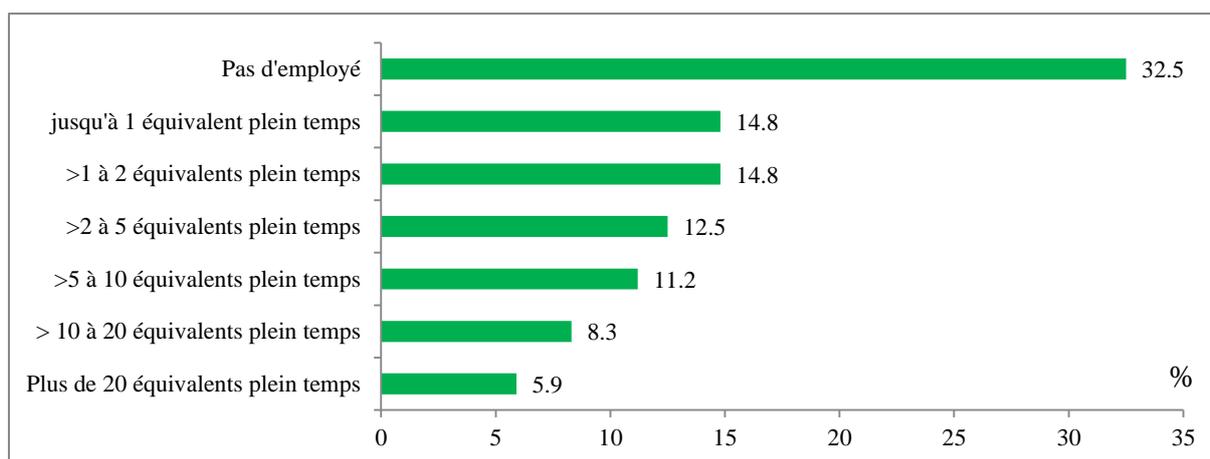


Figure 48: Equivalents plein temps prévus dans 5 ans

Compte tenu de ces analyses, on peut calculer un taux de croissance pour chaque entreprise. Un tiers des entreprises ne va pas croître. Près de 20% des entreprises devraient voir quintupler leur taille.

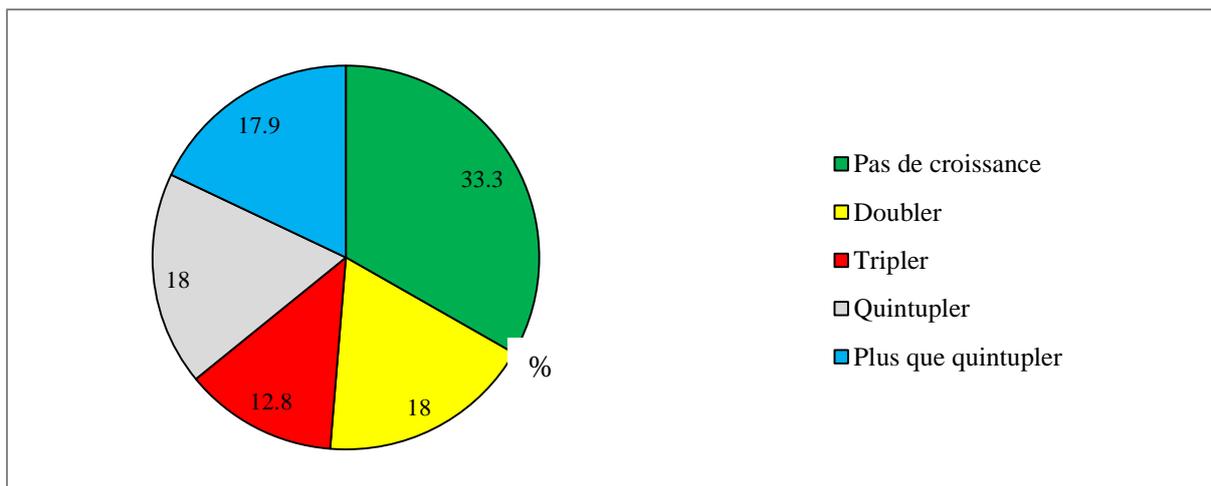


Figure 49: Taux de croissance prévus des entreprises créées

7.3 Co-fondateurs

La question des co-fondateurs a déjà été abordée au sujet des entrepreneurs naissants. Il est intéressant d'examiner comment l'équipe de fondateurs se présente effectivement dans les entreprises déjà créées. Nous voyons que dans près de la moitié des cas, l'entreprise a été fondée par une seule personne. On rencontre un co-fondateur ou une co-fondatrice dans un quart des cas. Les grandes équipes de fondateurs comptant plus de 3 membres sont très rares.

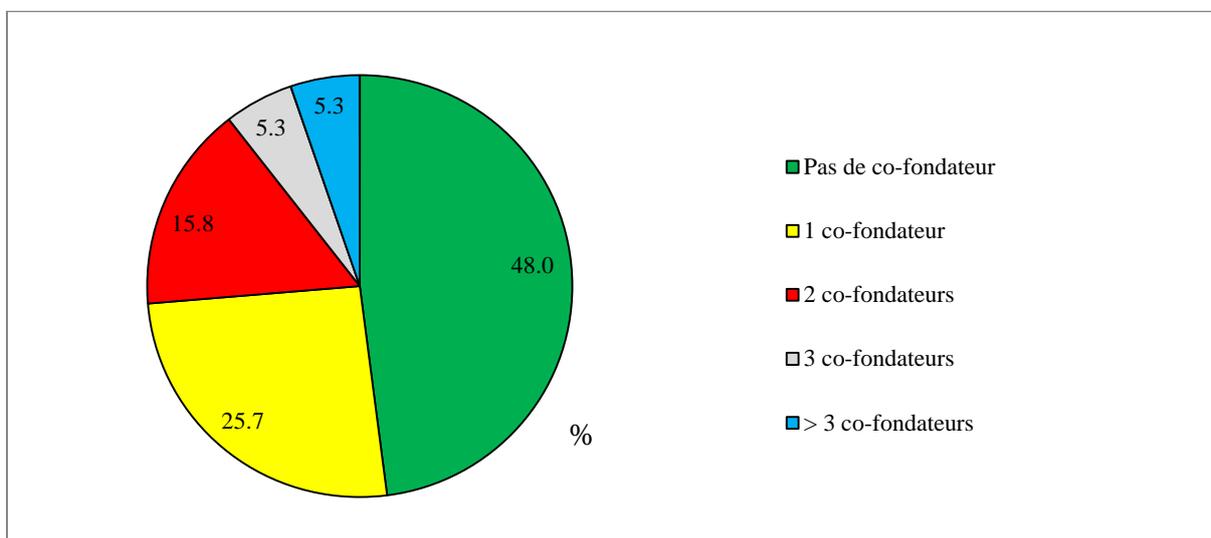


Figure 50: Co-fondateurs dans les entreprises créées

A propos de la provenance des co-fondateurs, il apparaît que le cercle d'amis hors de la haute école représente la source la plus riche. Il est intéressant de constater que la haute école figure à la dernière place ; ceci est d'autant plus étonnant que dans les entreprises envisagées, la part de co-fondateurs issus du contexte académique est très importante (voir partie 6.3). Il serait

intéressant de savoir si cette valeur évoluera pour les entreprises créées à l'avenir, ou si des obstacles à la coopération avec des co-fondateurs du milieu académique apparaissent entre la planification et la mise en œuvre réelle.

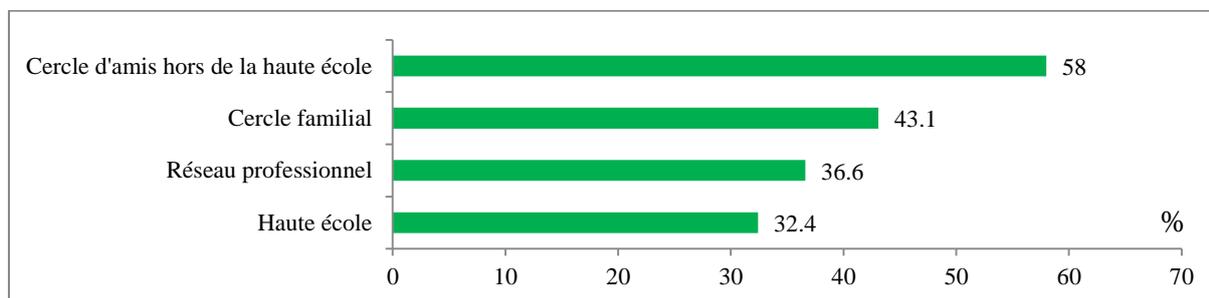


Figure 51: Provenance des co-fondateurs dans les entreprises créées

7.4 Soutien des parents et performance de l'entreprise

Nous étudierons de manière plus approfondie le soutien à la création de l'entreprise par les parents ainsi que la performance de l'entreprise.

Après avoir examiné le soutien accordé aux entrepreneurs naissants (voir section 6.4), nous confronterons à ces résultats le soutien accordé aux entreprises créées. En termes absolus, le soutien par les parents dans le cas des entreprises déjà créées est relativement modéré. Les valeurs moyennes dans les différentes dimensions du soutien sont toutes situées en dessous du point neutre de 4 sur notre échelle de 1 à 7 ; la moyenne globale est de 3,6. Le soutien des parents apparaît donc globalement peu important, mais nous pensons qu'il peut être très utile, surtout si les parents sont eux-mêmes entrepreneurs car dans ce cas, ils disposent d'un savoir et de contacts précieux.

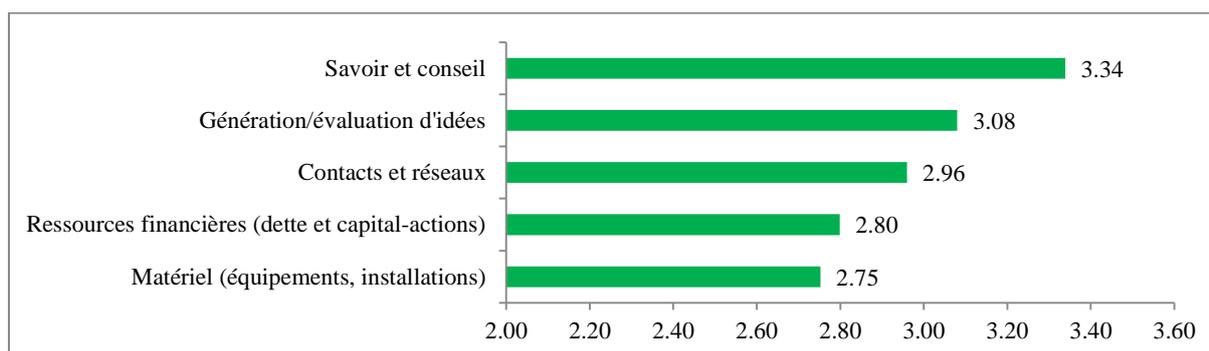


Figure 52: Soutien des parents aux entreprises créées

Il est intéressant de confronter le soutien des parents aux entrepreneurs naissants au soutien accordé aux fondateurs actifs. Comme le montre le graphique ci-dessous, le soutien des parents en termes de ressources matérielles et physiques comme par exemple les locaux, les

installations, ou un équipement technique, est sensiblement plus important chez les fondateurs actifs. La situation est inverse quant au soutien à la génération et à l'évaluation d'idées.

Cela signifie que pour mener le processus de création d'entreprise jusqu'au démarrage effectif, il faut pouvoir disposer d'un soutien accru en termes de capital physique et financier ; simultanément, l'importance du soutien dans le domaine des idées entrepreneuriales diminue.

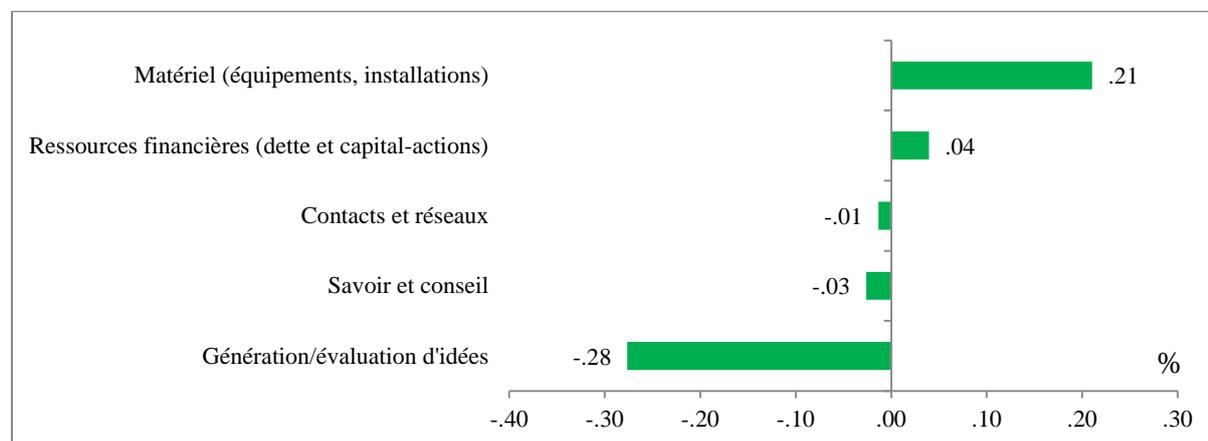


Figure 53: Soutien des parents: entrepreneurs naissants vs fondateurs actifs

La performance d'une entreprise déjà créée revêt également une grande importance. Les fondateurs actifs ont répondu à la question de savoir comment ils évaluaient la performance de leur entreprise en comparaison à la concurrence, ceci en regard de plusieurs dimensions (depuis la création de l'entreprise). Les dimensions sont la croissance du chiffre d'affaires, la croissance des parts de marché, la croissance du bénéfice, la création de places de travail et l'innovation. Les possibilités de réponse allaient de 1 (beaucoup moins bien) à 7 (beaucoup mieux).

Calculée à partir des 5 dimensions, la valeur moyenne est de 3,6 et se situe en dessous de l'option de réponse « même performance ». En d'autres termes, les entreprises créées de notre échantillon s'avèrent en moyenne moins performantes que leurs concurrents directs.

Ce premier constat nécessite un examen plus approfondi. Nous avons tout d'abord formé trois groupes en y répartissant les réponses agrégées : le groupe des entreprises qui sont nettement meilleures que la concurrence (avec des valeurs moyennes de plus de 5 jusqu'à 7), le groupe des entreprises qui sont à peu près aussi bonnes que la concurrence (avec des valeurs moyennes de plus de 3 à 5), et le groupe des entreprises qui sont nettement moins bonnes que la concurrence (avec des valeurs moyennes de 1 à 3). L'évaluation montre que le groupe des entreprises ayant une performance similaire à la concurrence représente plus de la moitié de toutes les entreprises. Seuls 10% de toutes les entreprises parviennent à distancer la concurrence.

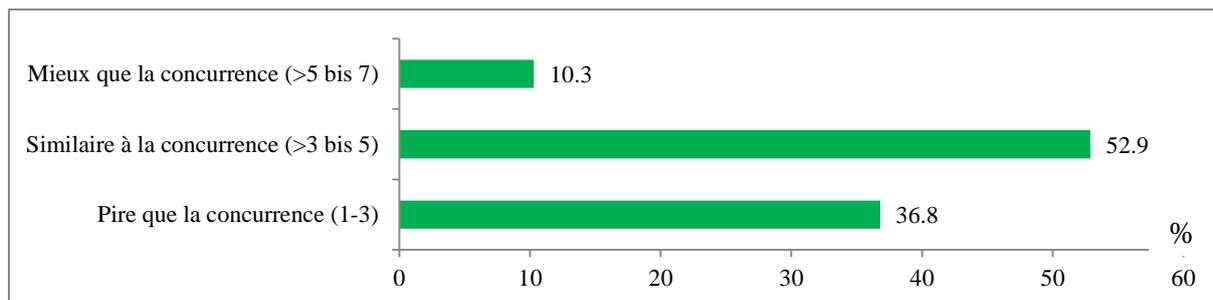


Figure 54: Groupes de performance des entreprises

L'examen des différentes dimensions de la performance d'entreprise révèle des différences significatives. Comme l'indique déjà l'analyse du nombre d'équivalents plein temps, la performance dans la catégorie « création de places de travail » est évaluée comme « bien pire » que la concurrence dans près de la moitié des cas. Les forces des entreprises de notre échantillon se trouvent ailleurs, et de toute évidence dans le domaine de l'innovation : près de 20% des entreprises se considèrent comme « bien meilleures » comparées avec la concurrence, 54,1% s'estiment au moins « plutôt meilleures ». La « croissance des bénéfices » et la « croissance du chiffre d'affaires » obtiennent un bon résultat : 34%, respectivement 33,5% des entreprises sont jugées au moins « plutôt meilleures ».

En conclusion, on constate que malgré que la performance relative de l'entreprise soit considérée globalement comme plutôt médiocre, les entreprises déjà créées affichent de relativement bons résultats dans certaines dimensions de la performance. Il convient de noter que l'évaluation de la performance des entreprises a été faite par leurs fondateurs respectifs, ce qui ne garantit pas une objectivité absolue. Nous pensons néanmoins que les modèles discutés sont valides.

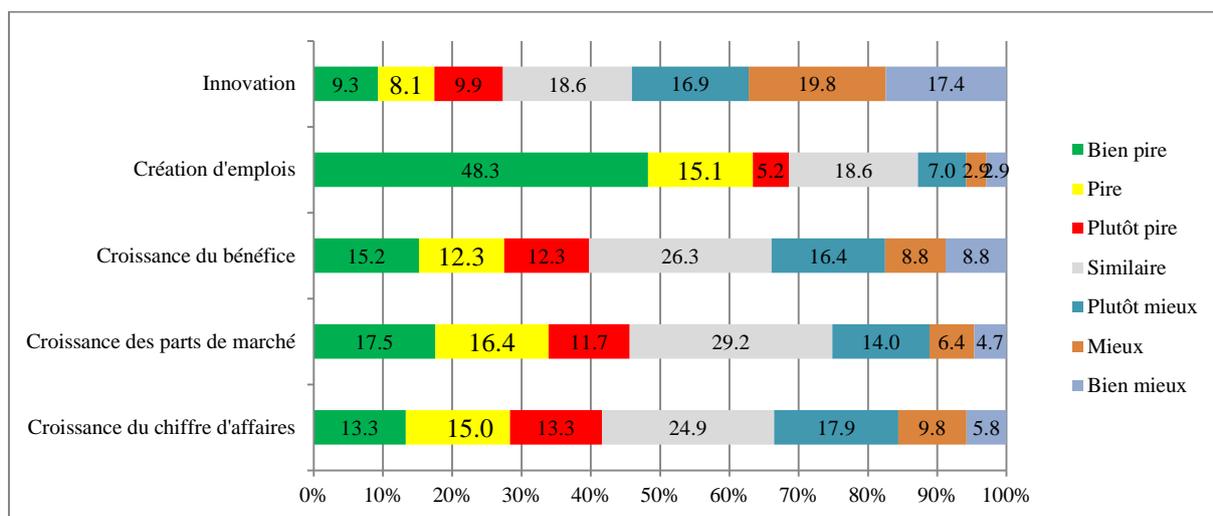


Figure 55: Performance de l'entreprise relativement à différentes dimensions

8 Synthèse et recommandations

Le présent rapport du GUESSSS Suisse a fourni de nombreux constats intéressants sur les intentions et activités entrepreneuriales des étudiants à ce jour. Nous tenons à souligner ci-dessous quelques résultats particulièrement significatifs.

- Fondamentalement, l'enquête GUESSSS en Suisse 2013/2014 confirme le modèle « d'abord employé, ensuite (peut-être) fondateur » qui a également été constaté au niveau international de même qu'à travers les enquêtes GUESSSS précédentes.
- A l'issue des études, 2% des étudiants interrogés veulent créer une entreprise; 5 ans après les études, ils sont 17,7%.
- La distinction selon les domaines d'études révèle que les étudiants des domaines SED montrent des intentions entrepreneuriales constamment plus fortes que les étudiants des domaines SNM et SSO.
- Les hautes écoles jouent un rôle très important dans le développement d'intentions entrepreneuriales. Certaines hautes écoles en Suisse jouissent d'une très bonne renommée entrepreneuriale et attirent ainsi les étudiants entrepreneurs.
- Le climat entrepreneurial dans les hautes écoles est plutôt médiocre en moyenne nationale ; ici réside un grand potentiel d'amélioration.
- Les progrès d'apprentissage des étudiants en relation avec l'entrepreneuriat sont, de manière générale, plutôt modérés. Ici également réside aussi un grand potentiel.
- Les facteurs familiaux sont également très importants: les étudiants dont les parents sont eux-mêmes entrepreneurs semblent profiter d'avantages certains ; par ailleurs, l'environnement social des étudiants s'avère de manière générale très important.
- Concernant les motivations personnelles, il apparaît que l'importance de certains objectifs de carrière a un impact important sur les intentions de carrière. Les futurs fondateurs se distinguent ici par un profil de motivations particulier.
- L'« entrepreneurial self-efficacy » apparaît comme un autre facteur central qui peut influencer le développement d'intentions entrepreneuriales.
- En comparaison internationale, les intentions entrepreneuriales des étudiants en Suisse se situent en permanence à la traîne de l'échantillon international du GUESSSS qui comprend 34 pays.
- Ceci est dû au fait que les pays très développés, comme la Suisse, affichent des valeurs fondamentalement plus basses que les pays émergents par exemple.
- La Suisse se situe à un niveau comparable à l'Allemagne et l'Autriche en ce qui concerne l'esprit entrepreneurial des étudiants.
- Les étudiants envisagent d'investir une part considérable de leur temps de travail dans l'entreprise à créer. Il ne s'agit donc pas de « projets secondaires » insignifiants.
- Près de la moitié des entrepreneurs naissants ont besoin d'un financement de CHF 30'000 au plus pour démarrer leur entreprise.

-
- Les entreprises créées sont pour la plupart des cas d' « entreprise à une seule personne » pour lesquelles la moitié des fondateurs consacre jusqu'à 10 heures par semaine.
 - Un tiers des entreprises ne doivent pas croître à l'avenir ; près de la moitié des entreprises doivent au moins tripler leur taille en l'espace de 5 ans.
 - Comparée avec la concurrence, la performance des entreprises déjà établies est jugée globalement moyenne ; dans certaines dimensions dont la force d'innovation, la performance est toutefois meilleure.

Sur la base de ces résultats, nous formulons une liste de recommandations destinées aux différents acteurs concernés.

- Les hautes écoles
 - Compte tenu du rôle important des hautes écoles dans le développement des intentions entrepreneuriales des étudiants, nous recommandons d'élargir l'offre de cours, de séminaires et d'événements sur le thème de l'entrepreneuriat et d'améliorer la qualité des offres existantes.
 - Ceci devrait permettre d'améliorer encore le climat entrepreneurial dans les hautes écoles, et de transmettre aux étudiants un savoir et des compétences entrepreneuriales encore meilleures.
 - Il faut tout spécialement renforcer l' « entrepreneurial self-efficacy » des étudiants.
 - Nous notons que le nombre absolu d'étudiants souhaitant créer une entreprise n'est pas le seul critère d'évaluation pertinent. Au début, nombreux sont les étudiants qui ont une image idéalisée et romantique de ce que signifie être entrepreneur. La formation à l'entrepreneuriat montre souvent à ces étudiants que la réalité n'est pas toujours positive et les dissuade de créer leur propre entreprise. A notre avis, cela n'est pas mauvais en soi. Au lieu d'amener le plus d'étudiants possible à la création d'entreprise, il appartient à la formation en entrepreneuriat de donner une vision la plus réaliste possible aux étudiants de ce que signifie devenir entrepreneur, afin qu'ils puissent faire le meilleur choix de carrière.
 - Les hautes écoles devraient transmettre aux étudiants qui s'intéressent à une carrière d'entrepreneur en toute connaissance de cause, les connaissances et compétences nécessaires pour améliorer leurs chances de succès.
- Les étudiants
 - Nous aimerions essentiellement encourager les étudiants à envisager une carrière d'entrepreneur. Chacun devrait réfléchir à cette option de carrière et se

demander si « devenir entrepreneur » représente une possibilité qui puisse satisfaire ses compétences personnelles, ses motivations et ses préférences.

- C'est ce que proposent les offres toujours plus nombreuses des hautes écoles.
- Le public / la société
 - Comme les entreprises déjà établies le montrent, l'entrepreneuriat étudiant influe sur le bien-être économique de la Suisse, en particulier à travers la création d'emplois.
 - Il est de ce fait nécessaire d'améliorer les conditions juridiques et économiques de la création et de la reprise d'entreprise par les étudiants.

Une fois de plus, l'enquête GUESSS en Suisse a généré un bon nombre de nouvelles connaissances qui, nous l'espérons, contribueront à améliorer à long terme les intentions et les activités entrepreneuriales des étudiants.

9 Bibliographie

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Krueger, N., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lima, E., Lopes, R. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2014). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, forthcoming.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student entrepreneurship across the globe: A look at intentions and activities*. St.Gallen: KMU-HSG.
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should i stay or should i go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521-536.