

Les dynamiques de la création d'entreprises en France et aux États-Unis : une société du salariat face à un environnement entrepreneurial

Christophe Estay

Volume 16, numéro 3-4, 2003

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1008447ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1008447ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (imprimé)

1918-9699 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Estay, C. (2003). Les dynamiques de la création d'entreprises en France et aux États-Unis : une société du salariat face à un environnement entrepreneurial. *Revue internationale P.M.E.*, 16(3-4), 95–120. <https://doi.org/10.7202/1008447ar>

Résumé de l'article

Cet article a pour objet d'expliquer pourquoi les États-Unis connaissent une dynamique entrepreneuriale à moyen et long terme plus importante que la France. Les raisons avancées sont de trois ordres : économiques, socioculturelles et politiques. Contrairement aux explications soutenues par certains responsables politiques français, l'auteur conclut que le retard en matière de créations d'entreprises dans l'Hexagone ne trouve pas son origine dans les défaillances des dispositifs d'encadrement et d'aide aux porteurs de projets. Les véritables causes se situent dans la faiblesse relative de la croissance française, dans les difficultés de financement des petites entreprises ou dans le manque d'intérêt des organismes de formation français pour les technologies nouvelles.

Hors thème

Les dynamiques de la création d'entreprises en France et aux États-Unis : une société du salariat face à un environnement entrepreneurial

Christophe ESTAY
Bordeaux École de management

MOTS CLÉS

**Création d'entreprises – Aides – Environnement culturel
Dispositifs d'encadrement – Comparaison – France – États-Unis**

RÉSUMÉ

Cet article a pour objet d'expliquer pourquoi les États-Unis connaissent une dynamique entrepreneuriale à moyen et long terme plus importante que la France. Les raisons avancées sont de trois ordres : économiques, socioculturelles et politiques. Contrairement aux explications soutenues par certains responsables politiques français, l'auteur conclut que le retard en matière de créations d'entreprises dans l'Hexagone ne trouve pas son origine dans les défaillances des dispositifs d'encadrement et d'aide aux porteurs de projets. Les véritables causes se situent dans la faiblesse relative de la croissance française, dans les difficultés de financement des petites entreprises ou dans le manque d'intérêt des organismes de formation français pour les technologies nouvelles.

L'AUTEUR

CHRISTOPHE ESTAY est titulaire d'un doctorat en sciences de gestion de l'Université Montesquieu Bordeaux IV. Il est professeur responsable du Département stratégie à Bordeaux École de management. Ses recherches et ses activités de conseil se concentrent sur l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat. Il s'intéresse plus particulièrement aux approches multiculturelles de ces disciplines. Adresse : Domaine de Raba, 680, cours de la Libération, 33405 Talence Cédex, France. Téléphone : (33) 05 56 84 22 02, télécopieur : (33) 05 56 84 55 00. Courriel : <christophe.estay@bordeaux-bs.edu> et <estay@bordeaux-bs.edu>.

ABSTRACT

The object of this article is to explain why the United States experienced a greater level of entrepreneurship in the recent and distant past than France. There are three types of reasons suggested : economic, socio-cultural and political. Contrary to accepted French political opinion, the author finds that the entrepreneurial gap is not linked to the problems related to the administrative support system for small businesses. The real causes are situated in the relative weakness of the French economic growth, the financial difficulties faced by small businesses, and the lack of interest shown by training organizations in new technologies in France.

RESUMEN

El objetivo de este artículo es explicar por qué los Estados Unidos conocen una dinámica empresarial, a medio y a largo plazo, más importante que Francia. Los motivos evocados pueden agruparse bajo tres tipos : económico, sociocultural y político. A pesar de las explicaciones defendidas por algunos políticos franceses, el autor concluye que el retraso en el ámbito de la creación de empresas en el Hexágono no proviene de la escasez de los planes directivos y la falta asistencia a los responsables de los proyectos. Las verdaderas causas radican no sólo en la debilidad del crecimiento francés, sino también en las dificultades de financiación de las pequeñas empresas, y en el desinterés de los organismos de formación por las nuevas tecnologías en Francia.

ZUSAMMENFASSUNG

Dieser Artikel bezweckt zu erklären, warum die Vereinigten Staaten eine bedeutendere mittel- und langfristige Unternehmersdynamik kennen, als in Frankreich. Die vorgebrachten Gründe liegen bei drei Faktoren : Wirtschaftliche, soziokulturelle und politische Faktoren.

Im Gegensatz zu den Erklärungen von verschiedenen französischen Politikern, vertritt der Autor die Meinung, dass der Rückstand in der Gründung von Unternehmen nicht zurückzuführen ist auf die Schwächen in den Rahmenbedingungen. Die wirklichen Gründe sind zu eruieren in der verhältnismässigen Schwäche des französischen Wachstums, in der Schwierigkeit der Finanzierung von kleinen Unternehmen oder im mangelnden Interesse der französischen Ausbildungsstätten an den neuen Technologien.

Introduction

Le rapport d'information Besson (1999), présenté devant l'Assemblée nationale en septembre 1999, dresse un état des lieux du dispositif français d'aide à la création d'entreprises. Il présente la situation paradoxale suivante : « jamais le désir d'entreprendre n'a été si fort en France et pourtant, depuis dix ans, le nombre de créations d'entreprises ne cesse de diminuer ». Plusieurs explications sont avancées (accès inégal au financement, risques, accompagnement insuffisant, etc.) et un plan

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n^{os} 3-4, 2003

d'urgence d'aide aux « très petites entreprises » est suggéré. Les propositions s'appuient en partie sur les expériences menées à l'étranger, mais les présentations des dispositifs d'aide ne sont pas toujours détaillées. Les États-Unis sont souvent cités en exemple pour leur vitalité particulière en matière entrepreneuriale mais parfois de façon relativement anecdotique. L'objet de cet article est donc d'apprécier plus précisément la situation de la France par rapport à celle des États-Unis en matière de créations d'entreprises et de rechercher les origines des différences de dynamisme entrepreneurial dans chaque pays.

Les explications du retard français se sont progressivement déplacées de l'étude des créateurs eux-mêmes – recherche sur les traits de l'entrepreneur (McClelland, 1961) – vers l'identification des facteurs environnementaux susceptibles d'expliquer les dynamiques entrepreneuriales (Julien et Jacob, 1999; Kouriloff, 2000). Pourtant, expliquer ces phénomènes (en particulier la moindre intensité entrepreneuriale en France et le nombre restreint de créations dans les secteurs des nouvelles technologies) nécessite de prendre en compte à la fois les dimensions internes, centrées sur l'individu et les facteurs externes. Cet article¹ s'inscrit dans ce cadre et tente de comparer de façon systématique les situations de la France et des États-Unis en matière de créations d'entreprises. Les explications des écarts se déclinent en trois ensembles : les dimensions économiques / démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques. Mais avant d'expliquer ces écarts, l'appréciation des évolutions du nombre de créations d'entreprises de chaque côté de l'Atlantique semble nécessaire.

Les mesures de l'activité entrepreneuriale

L'importance de la création d'entreprises peut s'apprécier à l'aide d'approches complémentaires. D'abord, l'indice de l'activité entrepreneuriale totale² donne une vue de la création d'entreprises relative à l'importance de la population du pays,

1. Une série d'entretiens a été menée auprès de responsables d'entreprises et d'administrations françaises et américaines afin d'étayer notre analyse. Nos investigations aux États-Unis nous ont conduit à rencontrer, entre autres personnalités, Stan Mandel (Angell Center for Entrepreneurship, Babcock GSM, WFU), Tony Johnson et Vance Parker (Small Business Technology Development Center, Winston Salem, NC), Roger J. Gagnon (North Carolina A et T State University), Janie Peacock (Twin City, NC), Theodore P. Budd (The Budd Group, NC) et Maureen Hall (The Woodbine Agency). En France, outre nos contacts privilégiés avec les chefs d'entreprises suivis par la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux et le Centre Condorcet (pépinière d'entreprises de haute technologie), nous avons contacté Alain Laufenburger (Ernst et Young Entrepreneurs), Jean Cabanes (Andersen Consulting), Stéphane Currenti (Banque Populaire) et Jérémie Caultet (LogicAchat).
2. Le Total Entrepreneurial Activity (TEA) est un indice développé par le programme Global Entrepreneurship Monitor.

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n^{os} 3-4, 2003

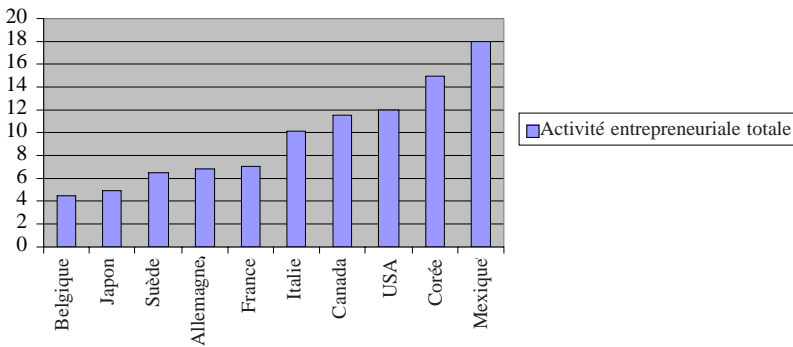
sans distinguer le type (par exemple, entreprise individuelle ou société) ou la taille des entreprises. Ensuite, le nombre d'affaires nouvellement créées et son évolution au cours des dernières années permettent d'apprécier la vitalité de l'entrepreneuriat.

L'activité entrepreneuriale

Depuis quelques années, le programme Global Entrepreneurship Monitor (GEM) collecte des informations d'une trentaine de pays afin de répondre à trois questions principales : Est-ce que l'activité entrepreneuriale varie d'un pays à l'autre et si oui, dans quelle mesure ? Ces différences sont-elles associées aux croissances économiques nationales ? Les caractéristiques nationales sont-elles liées aux différences d'activités entrepreneuriales ? Dans le cadre de ses travaux, le GEM a mis au point un indicateur traduisant le niveau de l'activité entrepreneuriale de chaque pays (il s'agit du nombre de personnes en période de création et ayant créé une entreprise depuis moins de 42 mois par rapport à l'ensemble de la population adulte).

L'activité entrepreneuriale américaine est supérieure à celle de l'Hexagone. Environ 12 % de la population adulte est engagée dans la création d'une entreprise aux États-Unis alors que seulement 7 % poursuit ce type de démarche en France.

GRAPHIQUE 1
Activité entrepreneuriale totale



Source : Reynolds, Hay, Bygrade, Camp et Autio (2000).

Plus largement, les États-Unis ont le taux d'activité entrepreneuriale le plus élevé des pays développés. Parmi les nations retenues, on constate que seuls la Corée et le Mexique dépassent le niveau des Américains. La crise asiatique des dernières années explique le nombre important de créations d'entreprises en Corée, les défaillances de grandes sociétés ayant conduit de nombreux salariés à s'engager dans l'entrepreneuriat. Au Mexique, c'est la forte part de l'agriculture qui justifie le taux d'activité entrepreneuriale plus élevé.

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n^{os} 3-4, 2003

Le nombre et l'évolution des créations d'entreprises

Le tableau suivant rassemble les chiffres globaux des entreprises créées dans les deux pays au cours des 10 dernières années. En valeurs relatives, on ne constate pas de retard particulier de la France par rapport aux États-Unis. En revanche, les deux zones ne connaissent pas les mêmes évolutions.

TABLEAU 1
Les créations d'entreprises en France et aux États-Unis
1990 à 2000*

	France	Variation	États-Unis	Variation
1990	301 627		647 000	
1991	278 976	-0,08	628 000	-0,03
1992	274 642	-0,02	667 000	0,06
1993	273 517	0,00	707 000	0,06
1994	294 185	0,08	742 000	0,05
1995	284 916	-0,03	767 000	0,03
1996	275 331	-0,03	786 000	0,02
1997	272 119	-0,01	799 000	0,02
1998	266 446	-0,02	761 000	-0,05
1999	268 919	0,01	Non disponible	
2000	272 072	0,01	Non disponible	

* Les statistiques présentées regroupent, pour la France, les entreprises nouvellement créées, les reprises et les réactivations. L'administration française ne présente pas de façon séparée les données pour chacune des catégories que depuis 2001. Il est donc plus instructif de s'intéresser à l'évolution totale sur une dizaine d'années afin d'apprécier le dynamisme entrepreneurial de l'Hexagone. Rappelons en effet que, si les statistiques américaines ne reprennent que les créations, elles peuvent être minorées dans la mesure où l'enregistrement des nouvelles entreprises n'est pas obligatoire. Ces remarques permettent de comprendre pourquoi, si l'on rapporte les valeurs du tableau aux populations totales des pays, la France semble avoir une intensité entrepreneuriale plus forte que les États-Unis. Toutefois, les évolutions effacent toute ambiguïté sur la faiblesse de la dynamique française de création d'entreprises comparée à celle observée aux États-Unis.

Sources : INSEE, *Méthodologie*, 2000. U.S. Census Bureau Small Business, *Statistical Abstract of the United States : 2000 (New incorporations)*.

Sur la période 1990-1998, le nombre annuel de créations d'entreprises en France a baissé de plus de 35 000 unités, alors qu'il augmentait de 114 000 unités aux États-Unis. Dans le même temps, l'Hexagone n'a connu que deux années de progression, les États-Unis ne présentant que deux années en retrait. La fin des années 1990 montre une stabilisation de la création en France autour des 270 000 nouvelles entités annuelles.

Par ailleurs, depuis 1996 les créations d'entreprises aux États-Unis ont engendré 64 % des 2,5 millions nouveaux emplois en 1995 et offert du travail aux catégories de personnels généralement laissées à l'écart des grandes sociétés, à savoir les jeunes, les femmes, les salariés à temps partiel, etc.³.

Les mesures de l'activité entrepreneuriale, ainsi que les statistiques sur les créations d'entreprises, montrent le dynamisme de l'entrepreneuriat américain face à la relative frilosité française. Pourtant, la prudence est de rigueur en matière de comparaisons internationales sur ce type de problème. En effet, les informations fournies par les gouvernements et les divers organismes publics ou privés, français ou américains, ne sont comparables que dans la mesure où l'on a suffisamment d'indications sur les données et les traitements effectués. Toutefois, un grand nombre de biais peuvent être réduits en privilégiant l'étude des évolutions statistiques aux données statiques et en reprenant les conclusions des recherches réalisées sur des échantillons représentatifs. Les conclusions sur les différences des dynamiques entrepreneuriales avancées dans cet article s'appuient le plus souvent sur ces catégories d'information et les premiers éléments explicatifs relèvent des dimensions économiques et démographiques de chacun des pays.

1. Les dimensions économiques et démographiques des dynamiques entrepreneuriales

Au cours des dernières années, la France et les États-Unis ont connu des conjonctures économiques et des évolutions démographiques différentes. Ces mouvements peuvent-ils expliquer le retard de la France en matière de créations d'entreprises ?

1.1. Les dynamiques entrepreneuriales face aux mouvements économiques

L'étude menée par Reynolds, Storey et Westhead (1994) indique un impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Les évolutions comparées d'indicateurs de la croissance économique et du nombre de créations d'entreprises apportent un éclairage supplémentaire sur la proximité des tendances.

Les taux de croissance de la valeur ajoutée et de la consommation sont restés relativement faibles dans l'Hexagone au cours de la période 1987-1998 (entre 2 %

3. Notons que la comparaison entre les données statistiques françaises et américaines n'est pas toujours facile. Par exemple, l'INSEE n'a isolé que récemment le nombre d'emplois créés à la suite d'une création d'entreprises. Par ailleurs, le bureau de la statistique de la Small Business Administration ne sépare pas, dans la plupart de ses statistiques, les données concernant les petites entreprises de celles des entreprises nouvellement créées.

et 3 %). Dans le même temps, le nombre de créations a connu en France une évolution très erratique : plus fluctuant que la valeur ajoutée et encore plus que la consommation des ménages (Reynolds *et al.*, 2000). Il est possible d'avancer certaines explications concernant ces variations importantes, en particulier pour le début des années 1990. La France a connu durant cette période une forte crise qui a pris la forme d'une récession en 1993. Face au chômage de masse (rappelons que cette année marque une augmentation importante des licenciements des cadres d'entreprises), l'entrepreneuriat par nécessité a été vécu comme une solution possible à la précarité dans laquelle certaines personnes ont alors été plongées. Le taux de chômage apparaît donc comme déterminant dans le niveau potentiel de créations d'entreprises réalisées lors des périodes de reprise économique (1994).

De 1990 à 1999, les États-Unis ont connu des croissances soutenues du produit intérieur brut et de la consommation des ménages (entre 3 % et 6 %)⁴. La progression du nombre d'entreprises nouvellement créées a été particulièrement importante entre 1991 et 1993⁵. La période suivante présente une lente érosion du taux de croissance et une forte baisse en 1998 (Reynolds *et al.*, 2000).

En France, le PIB et la consommation des ménages ont suivi des évolutions très irrégulières, au contraire des États-Unis. Le taux de croissance du nombre de créations d'entreprises américaines est relativement plus fort aux États-Unis qu'en France, bien qu'un ralentissement important puisse être constaté en 1999 (réductions concomitantes du taux de croissance du PIB et du nombre de nouvelles entreprises américaines). *Ces observations conduisent à supposer qu'une croissance régulière peut renforcer la dynamique entrepreneuriale.* Cette hypothèse est corroborée par les conclusions du rapport annuel 2000 de l'APCE⁶. Il indique que la consommation des ménages français a repris en 1998 (+3,1 %) et s'est tassée en 1999 (+2,2 %). Au contraire, leurs investissements ont progressé fortement en 1998 (+3,5 %) et plus fortement encore en 1999 (+7,8 %). Ces évolutions ont sans doute été perçues ou anticipées par les porteurs de projets, puisque le nombre de créations d'entreprises dans le secteur des services aux ménages a reculé en 2000 de 0,3 % par rapport à 1999.

Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est également analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor. En 2000, les données sur 21 pays indiquent une forte corrélation entre les deux

4. Bureau of Economic Analysis, US Department of Commerce (<http://www.bea.doc.gov>), consulté le 13 septembre 2002.
5. Leibenstein (1968) explique le lien entre l'expansion économique et l'entrepreneuriat par les failles des marchés en croissance. Dans ce cadre, les nouveaux entrepreneurs exploitent les espaces économiques qui n'ont pas encore été maîtrisés par les concurrents déjà installés.
6. Agence pour la création d'entreprises.

variables. La France présente un taux de croissance d'environ 3 % pour une activité entrepreneuriale de 2 % (pourcentage des 18-64 ans engagés dans des créations d'entreprises), alors que les États-Unis affichent un taux de croissance de 4,5 % pour une activité entrepreneuriale de 12,8 %.

1.2. Les phénomènes démographiques

Les recherches de Low et MacMillan (1998) révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles. Plus précisément, Baum et Oliver (1992) parviennent à la conclusion suivante : les porteurs de projets intervenant dans un environnement avec une forte intensité d'entreprises ont davantage d'occasions pour apprendre et se créer un réseau de relations, mais ils doivent également faire face à une intensité concurrentielle très forte.

Le lien entre l'importance de la population et l'activité entrepreneuriale fait partie des aspects étudiés par le groupe GEM. Leurs recherches rappellent, d'abord, que les anticipations de la demande en biens et services sont une des clés du dynamisme de la création d'entreprises. Ensuite, et compte tenu du fait que la demande est fortement corrélée à l'importance de la population, elles indiquent que l'entrepreneuriat dépend fortement de la densité démographique.

En France, plus de 60 % des entreprises sont créées dans des villes de moins de 50 000 personnes. L'analyse statistique du nombre de créations pour 10 000 habitants et des densités de population par région en 1999 révèle un lien positif entre ces deux variables (test de Wilcoxon sur des données APCE)⁷. Une étude similaire indique une relation entre les taux de créations d'entreprises pour 10 000 habitants et la densité de population par État américain (données de l'Office of Advocacy)⁸. On peut sans doute émettre l'hypothèse que *le relatif dynamisme démographique américain est un facteur explicatif des différences de taux d'activité entrepreneuriale avec la France*.

Le lien entre la densité de la population et l'activité entrepreneuriale peut toutefois masquer l'influence d'autres variables dont Kangasharju (2000) souligne l'importance : l'existence d'universités et de centres de recherche, le développement du secteur des services, la jeunesse de la population et le dynamisme technologique des entreprises.

7. (<http://www.apce.com>), consulté le 27 septembre 2002.

8. U.S. Census Bureau Small Business, Statistical Abstract of the United States : 2000 (New incorporations).

L'explication économique n'est cependant qu'un premier pas dans la recherche des raisons du retard français en matière de créations d'entreprises. Des facteurs socioculturels peuvent également être avancés.

2. Les raisons socioculturelles à l'origine des dynamiques entrepreneuriales

La création d'entreprises suppose de la part de l'entrepreneur une capacité à développer un capital social et une aptitude pour faire adhérer son entourage à son projet. De plus, la démarche de création n'est pas indépendante des propres caractéristiques de l'initiateur et du contexte culturel dans lequel il évolue.

2.1. L'environnement social

Le concept de capital social est utilisé par Aldrich (1999) pour définir l'ensemble du relationnel d'un individu. Bien qu'il ne soit pas toujours accumulé dans le but de créer une entreprise, le capital social aide largement le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux⁹, clients, etc., difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles. Lin (1999) rappelle que le capital social est composé de trois éléments : les relations sociales, la position dans ces relations et la force des liens. La valeur du réseau de relations est déterminée par les ressources dont disposent les différents contacts. La présence de l'entrepreneur dans des communautés ou des associations importantes conduit à accroître les ressources (Burt, 1992 ; Julien et Jacob, 1999).

Une étude menée par Aldrich, Elam et Reese (1996) confirme que l'existence de liens forts entre professionnels d'un même secteur (confiance) aide le créateur dans sa démarche. Ces relations se nouent souvent à l'occasion de réunions d'associations professionnelles et de rencontres plus informelles. À ce titre, Julien (1996) rappelle la théorie de l'agir communicationnel, introduite par Habermas (1987), et indique l'importance de l'intercommunication dans le développement de nouvelles entreprises. Par ailleurs, Kamm et Shuman (1990) soutiennent que les affaires détenues par plusieurs propriétaires sont généralement plus riches en compétences et en relationnel. L'équipe accroit également la légitimité de l'entreprise, en particulier en sécurisant davantage les éléments financiers.

Plusieurs recherches portent sur l'importance du soutien familial lors de la concrétisation d'un projet de création. Renzulli, Aldrich et Moody (1998) affirment

9. Guiso, Sapienza et Zingales (2003) précisent que les avantages financiers liés au capital social sont plus importants dans les zones géographiques où le contexte légal est peu fiable et où les populations sont les moins instruites.

que des liens familiaux trop étroits peuvent être un désavantage pour l'entrepreneur. Selon eux, le nombre de personnes d'une même famille impliquées dans un projet entrepreneurial est inversement proportionnel aux chances de voir la création se concrétiser. Cette conclusion est appuyée par Greene et Brown (1997) qui montrent que les entreprises peu innovatrices avec de faibles taux de croissance ont un réseau relationnel fondé sur le milieu familial alors que ceux qui étendent leur réseau ont un taux de croissance plus élevé.

La situation sociale du créateur français semble moins favorable que celle de son homologue américain. En effet, la culture anglo-saxonne se fonde largement sur la notion de communauté, dépassant le schéma latin plus centré sur la famille, voire le clan. Historiquement, les villages français sont des agrégats de clans, souvent en rivalité et invitant par là même l'intervention d'une autorité supérieure pour arbitrer les conflits. Au contraire, les Anglo-Saxons s'appuient sur un consensus communautaire. Rappelons que le basculement de la domination du sud vers le nord de l'Europe prend ses racines à la fin IX^e siècle avec l'émergence d'une nouvelle organisation agricole favorable aux peuples communautaires : le fonctionnement coopératif pour investir dans des équipements collectifs dispendieux (chevaux, harnachement, charrues, champs ouverts, etc.). Le même phénomène s'est déroulé lors de la révolution industrielle. « La culture communautaire est facilitatrice pour des entreprises réclamant consensus et participation coopérante alors que les structures des familles méditerranéennes sont facteur inhibant pour ce genre d'innovation collective » (Amado, Fauchaux et Laurent, 1983)¹⁰. Un parallèle avec la dynamique de la création d'entreprises peut sans doute être tracé. *On peut supposer que les différences d'intensité entrepreneuriale entre la France et les États-Unis s'expliquent par un système relationnel plus étendu aux États-Unis.*

2.2. Les caractéristiques du créateur

Bien que les études sur les traits des créateurs d'entreprises ne permettent pas d'expliquer à elles seules la dynamique entrepreneuriale dans son ensemble, elles apportent un éclairage précieux sur l'importance relative de la création d'entreprises aux États-Unis par rapport à la situation française. Plusieurs facteurs sont particulièrement intéressants : les motivations du porteur de projet, le soutien reçu, le sexe, l'âge, le niveau d'instruction et les revenus.

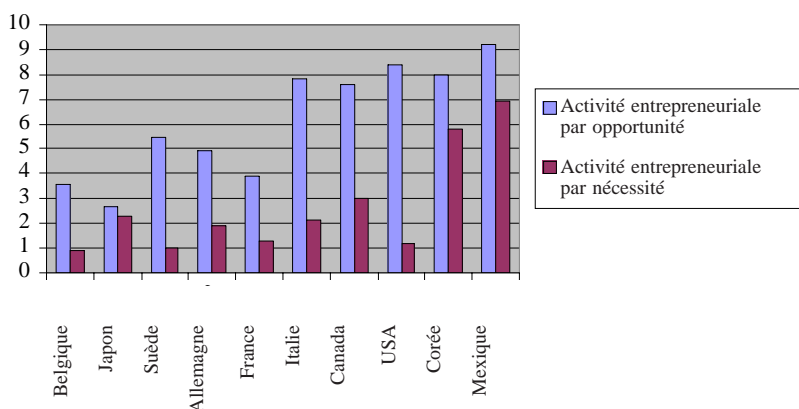
10. Amado, Fauchaux et Laurent (1983) ajoutent : « De la même façon, Habermas (1962-1970) explique qu'au-delà de la Réforme et des bouleversements de la Renaissance, l'Angleterre a permis le développement d'un "espace public" dès la fin du XVII^e siècle qui a gagné le continent au XVIII^e siècle sans parvenir à s'y épanouir en opinion publique libre avant la révolution française. On pourrait montrer que l'industrialisation se développa plus rapidement en Angleterre et dans l'Europe du Nord protestante que dans les pays du Sud, catholiques. »

2.2.1. Les motivations aux origines de la création

Les créateurs français affirment en majorité avoir mûri leur projet avant de saisir une occasion d'affaires. Près de 50 % avouent avoir fait précéder la phase d'installation d'une période de six mois de réflexion. Seulement un cinquième des porteurs de projets ont attendu plusieurs années avant d'entreprendre. En moyenne, le temps de maturation est de sept mois (Ducheneaut, 1999).

L'étude GEM 2001 distingue les installations liées à des occasions favorables de celles liées à des nécessités¹¹.

GRAPHIQUE 2
Activités entrepreneuriales



Source : Reynolds *et al.* (2001).

Bien que cela se traduise à des niveaux différents en France et aux États-Unis, l'engagement dans la création d'entreprises se fait rarement sous la pression de la nécessité (p. ex., le chômage). Le plus souvent, les individus décident de créer leur affaire lorsqu'une occasion se présente (intérêt personnel en particulier). Les enquêtes menées dans le cadre SINE (système d'information sur les nouvelles entreprises) ne corroborent pas cette conclusion dans le cas de la France. En effet, en 1994, plus de 40 % de créateurs-repreneurs étaient des chômeurs (que l'on peut classer dans les créateurs par nécessité) et ils étaient 28 % en 1998, proportions nettement plus importantes que leur poids dans la population totale.

11. La distinction entre les créations par opportunité et celles par nécessité soulève quelques commentaires. Ainsi, le chômeur qui entreprend par « nécessité » peut avoir réfléchi à son projet au cours de ses années d'activité salariale. De même, on peut saisir d'autant mieux une occasion d'affaires que l'on se situe dans une situation salariale précaire.

2.2.2. Le sexe, l'âge et le niveau d'instruction des créateurs

Les résultats de Cressy et Storey (1995) révèlent que la durée de vie d'une entreprise est corrélée positivement avec l'âge de son dirigeant. Cette influence de l'âge s'explique par les plus grandes difficultés auxquelles se heurtent les jeunes entrepreneurs pour obtenir des financements et par leur manque d'expérience. Toutefois, les résultats de Van Auken (1999) s'éloignent relativement de ces affirmations. En effet, l'auteur montre que l'âge, le statut marital et le niveau d'instruction ne sont pas des obstacles significatifs à l'installation d'un porteur de projet américain.

En France, le niveau de formation des entrepreneurs – apprécié par le dernier diplôme obtenu – est très hétérogène. Près de la moitié des créateurs n'ont pas suivi d'études secondaires, 15 % se sont arrêtés à ce niveau et les autres ont poursuivi des études supérieures, dont 13 % en premier cycle et 21 % en second cycle (Ducheneaut, 1999). La comparaison avec le niveau de formation de la population active française montre que cette distribution est décalée vers le haut. En revanche, l'analyse par niveau de diplôme indique que la propension à créer (pourcentage de créateurs par catégorie de diplômés) progresse avec la formation¹².

L'étude du GEM 2000 relève les pourcentages des créateurs par niveau de formation. La majorité des entreprises américaines sont créées par des personnes ayant au moins suivi un premier cycle universitaire (68,4 %). Au contraire, en France, 50 % des nouveaux entrepreneurs n'ont pas fait d'études.

Le rapport annuel 2000 de l'APCE rappelle que sur 100 créations d'entreprises, environ 30 résultent d'une initiative féminine. Plus précisément, les femmes françaises représentent 27 % des créateurs *ex-nihilo* et 39 % des repreneurs. Elles exercent majoritairement sous la forme d'une activité indépendante et elles sont en moyenne plus âgées que les hommes. Les deux tiers des créateurs (tous sexes confondus) ont entre 30 et 49 ans (24 % ont moins de 30 ans et 15 % plus de 50 ans). Les plus jeunes (25 ans au plus) représentent 8 % des créateurs et possèdent au minimum un certificat d'aptitude professionnelle. L'entrepreneuriat lié aux nouvelles technologies a attiré les moins de 30 ans au cours des dernières années ; il représente plus de 50 % des projets dans les technologies de l'information et de la communication.

Le ratio des femmes entrepreneurs sur les hommes est de 0,42 en France alors qu'il est de 0,53 aux États-Unis. Ce dernier représente l'un des plus élevés parmi les pays retenus par le Global Entrepreneurship Monitor. Tous sexes confondus, les 25-44 ans représentent 30 % des porteurs de projets américains¹³.

12. INSEE.

13. (<http://www.sba.gov>), consulté le 28 septembre 2000.

Remarquons qu'il n'y a pas de différence significative entre l'âge du créateur français et américain ; tous les deux se situent en moyenne dans une fourchette de 30 à 44 ans¹⁴.

2.2.3. *Les revenus du créateur*

Le lien entre la création d'entreprises et le revenu des populations est complexe. Reynolds, Storey et Westhead (1994) n'observent pas de relation entre ces variables. La recherche menée par le groupe GEM 2000 indique que les niveaux de revenus les plus bas sont associés à des niveaux entrepreneuriaux (par opportunité) les plus faibles. En revanche, les porteurs de projets « par nécessité » sont les plus nombreux parmi les bas revenus¹⁵.

En ce qui concerne la richesse, Reynolds (1994) met en évidence aux États-Unis une liaison entre le nombre de propriétaires de logements individuels et la « fertilité régionale ». Ce phénomène s'explique, d'une part, par la nécessité faite aux créateurs d'apporter des cautions lors des emprunts et, d'autre part, du fait que la propriété peut être considérée comme un indicateur de richesse locale pouvant influencer la demande. À l'opposé, Guesnier (1994) met en évidence sur le territoire français une relation négative entre la propriété et la fertilité régionale. Afin de comprendre ces résultats divergents, il suggère d'affiner la comparaison internationale par une étude régionale au sein des pays : grandes zones urbaines, milieux technologiques, zones résidentielles attractives, etc. La région Île-de-France, par exemple, présente une très forte intensité entrepreneuriale et un niveau de revenu par habitant élevé, ce qui renvoie à l'idée d'opportunités de créations. D'autres facteurs que les revenus peuvent également expliquer le relatif dynamisme entrepreneurial de certaines zones géographiques : la qualité de vie réelle ou supposée (sud-ouest et du sud-est de la France), le flux de retraités apportant avec lui de nouvelles opportunités de création, l'image technologique de certaines régions (Rhône-Alpes), etc.

Par ailleurs, l'étude GEM 2000 montre une dispersion des revenus américains beaucoup plus forte qu'en France. Ainsi, le revenu des 10 % des plus riches Américains est 17 fois plus important que celui des plus pauvres. En France, le rapport est de 1 à 9. Pourtant, Dunn et Holtz-Eakin (1996), lors d'une étude sur l'ensemble du territoire américain, révèlent que le niveau de richesse personnelle

14. Rapport annuel 2000, APCE et Reynolds *et al.* (2000).

15. Les recherches de Evans et Leighton (1989) et de Amit, Muller et Cockburn (1995) révèlent qu'un salarié américain est d'autant plus disposé à créer sa propre affaire qu'il se considère moins bien rémunéré que ses collègues.

n'est pas lié avec l'action d'entreprendre. *Ces résultats conduisent à relativiser l'importance des inégalités de revenus dans l'explication du dynamisme de la création d'entreprises.*

2.3. Le contexte culturel

Les entreprises nouvelles et innovantes se heurtent à deux contraintes importantes, chacune contribuant fortement au risque entrepreneurial : un manque d'orientation organisationnelle et un défaut de légitimité (Reynolds, Storey et Westhead, 1994). Dans un secteur nouveau, il n'existe pas de modèle organisationnel à suivre et les entreprises sont parfois conduites à expérimenter des solutions coûteuses qui peuvent se révéler inadaptées. Les entrepreneurs sont également confrontés à une insuffisance de reconnaissance à la fois cognitive, morale et légale. Le manque de légitimité cognitive renvoie au fait que les nouveaux produits ou services n'ont pas encore été repérés par les clients. La légalité morale est liée à l'adéquation entre la production de l'entreprise et les normes culturelles et les valeurs de la population cible. Enfin, la reconnaissance légale concerne les aspects légaux liés à l'entreprise nouvelle et aux produits et services qu'elle propose. Afin de limiter ces contraintes, les entrepreneurs peuvent engager des actions à la fois de coopération (lobbying dans le but d'influencer les aspects réglementaires), de croissance (afin d'imposer un modèle d'organisation) ou de communication (pour faire évoluer les valeurs).

Palich et Bagby (1995), s'éloignant de la vision traditionnelle du niveau d'aversion au risque comme facteur explicatif des décisions d'entreprendre (Hofstede, 1994 ; Busenitz et Barney, 1997), montrent que la propension à prendre des risques chez les non-entrepreneurs et chez les entrepreneurs n'est pas différente. Ils affirment que les porteurs de projets perçoivent les situations de façon plus positive et ainsi repèrent des occasions d'affaires là où d'autres ne voient que des possibilités. Peut-on supposer alors que les Français ont une perception de l'environnement différente des Américains qui les rend moins réactifs à une conjoncture favorable ? L'étude de Van Auken (1999) semble renforcer cette idée de différence culturelle en montrant que si le manque d'argent ou de temps sont des éléments qui peuvent conduire un Américain à abandonner son projet, le risque n'est pas considéré comme un facteur insurmontable. Ces résultats empiriques corroborent les premières analyses de Hénault (1974) sur les liens entre le mode de management et la culture.

Plusieurs éléments socioculturels contribuent à une meilleure appréhension des raisons de la relative faiblesse entrepreneuriale française par rapport aux États-Unis. Pourtant, un dernier ensemble de facteurs est susceptible d'expliquer cette différence de façon plus complète : les motifs politiques.

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n^{os} 3-4, 2003

3. Les motifs politiques

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. D'abord, l'environnement juridique est susceptible d'encourager ou de limiter l'initiative individuelle. Ensuite, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation effective d'un projet, voire son développement. Enfin, les États accordent des aides spécifiques à destination des entrepreneurs sous la forme d'avantages financiers, d'ouverture des marchés publics ou d'assistance aux personnes en difficulté.

3.1. L'environnement juridique

Trois aspects essentiels des dispositifs juridiques français et américains méritent d'être approfondis : la pression fiscale, les prélèvements sociaux et les formes juridiques des entreprises.

3.1.1. La pression fiscale

La complexité est sans doute l'élément le plus visible réunissant l'environnement fiscal américain et français. Mais alors que les obstacles pour appréhender le système français proviennent de la multiplicité des types d'impôts, la difficulté américaine résulte de la multiplicité des niveaux de législation qui coexistent : législation fédérale, lois des États, des districts, des cantons et des municipalités. En outre, quel que soit le pays considéré, chaque catégorie d'entreprises répond à des règles spécifiques et un formalisme comptable est imposé à la plupart d'entre elles. L'opacité des législations rend donc une présentation détaillée des dispositifs fiscaux difficile à réaliser.

Une comparaison des versements effectués par les entreprises aux services fiscaux en France¹⁶ et aux États-Unis¹⁷ est toutefois possible. Ainsi, en 1996, le pourcentage des recettes fiscales par rapport au PIB s'élevait à 27,9 % aux États-Unis et à 44,5 % en France. Toutefois, l'impôt sur les sociétés a représenté 2,6 % du PIB américain et seulement 1,6 % du PIB français. *La pression fiscale directe de l'administration française sur les entreprises (impôts sur les sociétés) apparaît donc plus faible que celle opérée aux États-Unis.* Toutefois, ce résultat doit être nuancé au regard des prélèvements sociaux.

16. Ministère des Finances (1997).

17. American Express Tax and Business Service Inc. (2000).

3.1.2. Les prélèvements sociaux

Aux États-Unis, les bénéficiaires sociaux que reçoivent les salariés ne sont pas très différents de la couverture sociale que la plupart des entrepreneurs peuvent s'offrir. Le salariat n'apporte qu'une sécurité temporaire, l'employeur n'ayant aucune difficulté pour licencier et l'employé doit s'occuper directement d'une part importante de sa couverture sociale. Au contraire, le salarié français bénéficie de nombreux avantages qui échappent souvent au créateur d'entreprise. S'installer en France conduit également à accepter une plus grande précarité économique et sociale (revenus irréguliers, couverture sociale plus faible, etc.), comparé à la protection dont les salariés profitent. Pour ces derniers, comme pour les jeunes diplômés, le prix à payer pour créer une entreprise paraît souvent démesuré par rapport à la sécurité financière et sociale qu'offrent les grandes entreprises et les administrations.

Le montant des prélèvements sociaux est une autre différence importante entre la France et les États-Unis. En 1996, la contribution à la sécurité sociale des employeurs américains représentait 3,65 % du PIB, alors qu'elle était de 11,9 % en France. Pour la même année, les contributions des salariés américains s'élevaient à 2,98 % du PIB, alors que celle des Français atteignait 5,82 %¹⁸. *Les prélèvements obligatoires opérés par les autorités françaises pèsent donc lourdement sur l'entreprise et peuvent parfois dissuader l'initiative individuelle. Ce constat doit toutefois être nuancé. En grande majorité, les employeurs américains assurent leurs salariés contre les principaux risques de la vie (retraite complémentaire, assurance sociale et couverture maladie). Ces avantages ne sont pas obligatoires et ne sont donc pas comptabilisés dans les pourcentages précédents. Certaines entreprises sont pourtant amenées à effectuer des versements relativement importants, à l'instar de cette université privée dont les montants versés pour assurer ses employés représentent plus de 25 % de sa masse salariale¹⁹.*

3.1.3. Les formes juridiques

Le tableau suivant (tableau 2) présente une synthèse des principales caractéristiques des formes légales d'entreprises offertes par les législations française et américaine.

L'étendue des choix offerts à un entrepreneur américain quant à la forme juridique de son entreprise n'est pas très éloignée de celle existant dans l'Hexagone. Ainsi, la *sole proprietorship* présente de nombreuses similarités avec l'entreprise individuelle française. Dans chacune de ces structures, le formalisme est extrêmement

18. Ministère des Finances (1997).

19. Témoignage recueilli lors de notre visite à Wake Forest University, Caroline du Nord, États-Unis.

TABLEAU 2
Les principales formes légales d'entreprises aux États-Unis et en France*

États-Unis	France
<p><i>La sole proprietorship</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit de la forme juridique la plus répandue. - La plus simple à créer : aucune permission n'est nécessaire. - La comptabilité se limite à un relevé des dépenses et des recettes. - Le propriétaire est responsable sur ses biens propres des dettes qu'il peut contracter. - Le créateur ne peut pas être salarié de son entreprise. 	<p><i>L'entreprise individuelle</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Un formalisme extrêmement réduit. - Aucun capital minimal n'est exigé. - Le dirigeant est dispensé de publication des comptes. - Il engage sa responsabilité sur la totalité de son patrimoine. - Le régime de sécurité sociale pour le salarié n'est pas applicable au dirigeant.
<p><i>Le limited partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Il contingent la responsabilité des seuls <i>limited partners</i> à leurs apports. - Les partenaires ont la possibilité de demander des garanties de paiement. - Ils peuvent fixer de façon contractuelle les règles de partage des bénéfices et des pertes. - Une comptabilité des opérations effectuées au nom de l'entreprise doit être tenue. - Chaque associé doit déclarer ses interventions (pas d'impôt sur les sociétés). - L'associé est considéré comme un entrepreneur individuel. 	<p><i>La société à responsabilité limitée</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit de la forme juridique la plus répandue. - La responsabilité est limitée au montant des apports. - Elle a un nombre d'associés limité à 50. - Le capital minimal est obligatoire. - Cette forme juridique ne peut pas être adoptée pour des activités comme les assurances, certaines professions libérales, etc. - Elle est soumise à l'impôt sur les sociétés. - Le gérant minoritaire est assimilé à un salarié mais le majoritaire ne peut pas être salarié.
<p><i>Le general partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les associés sont solidairement responsables. - Les autres règles de la <i>limited partnership</i> s'appliquent. 	<p><i>La société civile professionnelle</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Une structure qui permet à des personnes physiques exerçant une profession libérale réglementée d'exercer en commun leur activité. - Les associés sont personnellement garants de leurs actes professionnels. - Ils sont également indéfiniment et solidairement responsables des dettes de la société.
<p><i>La limited liability company</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elle limite le risque des actionnaires à leurs apports**. - Un nombre illimité d'associés. - Elle est soumise à des obligations comptables importantes. - Elle n'est pas redevable de l'impôt sur les sociétés (seuls les actionnaires sont taxés). 	<p><i>L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - La responsabilité de l'entrepreneur est limitée à ses apports. - Elle n'est composée que d'un associé qui gère seul son affaire. - Les mêmes règles que celles des SARL s'appliquent, avec quelques aménagements : les règles de tenue des assemblées sont différentes, etc.
<p><i>La corporation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elle possède une personnalité juridique. - Elle est redevable des taxes. - Sa création réclame un formalisme important. - La tenue d'une comptabilité complète est obligatoire. - Le recours à un conseiller juridique est indispensable. 	<p><i>La société anonyme</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - La constitution est soumise à un formalisme important. - Sept associés sont nécessaires. - Un capital minimal est obligatoire. - La présence d'un commissaire aux apports est obligatoire. - La constitution n'est possible que par un acte sous seing privé ou un acte notarié. - L'administration est relativement lourde et coûteuse.

* Signalons que les autorités américaines n'imposent aucun capital minimal quelle que soit la forme juridique choisie.

** La responsabilité limitée des associés n'est pas reconnue partout sur le territoire américain.

réduit, une liberté importante est laissée au dirigeant dans la gestion de son affaire et aucun capital minimal n'est exigé. En contrepartie, l'entrepreneur est responsable sur ses biens propres des dettes de l'entreprise.

Cependant, on ne peut pas relier chaque structure présente aux États-Unis à une entité légale française. La SARL, proche du *Limited Partnership* ou de la *limited liability company*, connaît néanmoins un formalisme plus contraignant. Le juridisme imposé dans le cadre de la *corporation* est proche de celui que connaissent les sociétés anonymes. La différence la plus marquante est l'existence d'un capital minimal dans les entreprises françaises alors que les corporations échappent à cette obligation. De plus, la création d'une *corporation* ne nécessite pas la désignation d'un commissaire aux apports. Néanmoins, de chaque côté de l'Atlantique, le recours à un cabinet d'avocat est fortement conseillé lors de la rédaction des statuts. Cette exigence s'oppose au mythe qui voudrait que l'on puisse créer une entreprise aux États-Unis avec moins de cinq dollars.

3.2. Les dispositifs d'accompagnement

En France comme aux États-Unis, les dispositifs d'accompagnement des porteurs de projet relèvent d'administrations particulières et chacune a développé des programmes d'aides spécifiques.

3.2.1. Les administrations chargées du soutien

La Small Business Administration finance trois partenaires délocalisés qui offrent de la formation et du conseil²⁰ :

- Le Service Corps of Retired Executives (SCORE) rassemble plus de 13 000 bénévoles (pour la plupart à la retraite) qui proposent un conseil personnalisé.
- Les Small Business Development Centers (SBDC) proposent de la formation, du conseil et autres services par l'intermédiaire de 600 points d'accueil. Ces associations regroupent des entreprises privées, des instituts de formation et des organismes publics.
- Le Small Business Institute met à la disposition des entrepreneurs des étudiants en management issus de plus de 500 universités.

En France, l'Agence pour la création d'entreprises (APCE) est un important vecteur d'information. Parallèlement, les Chambres consulaires organisent régulièrement des réunions d'information à destination des porteurs de projets et

20. Parallèlement aux institutions rattachées à la SBA, chaque État a mis en place des organismes d'accompagnement particuliers.

préparent les stages de gestion, obligatoires avant toute installation. En outre, les Chambres de commerce et d'industrie, ainsi que les Chambres des métiers, ont mis en place des réseaux d'aide et de suivi des entreprises en création ou en développement (France Initiative Réseau, etc.). Ces réseaux regroupent des associations, des entreprises et des administrations. Conjointement aux systèmes d'accompagnement mis sur pied par l'État, de nombreuses initiatives privées et publiques ont vu le jour sur le territoire français au cours des 15 dernières années (les incubateurs et les pépinières d'entreprises en particulier).

Le système français d'information et d'accompagnement semble principalement souffrir d'un manque d'homogénéité. Parmi les multiples initiatives, le créateur a parfois du mal à se retrouver.

3.2.2. Les dispositifs d'aide

Aux États-Unis, la SBA apporte une aide financière, technique et managériale aux personnes désirant créer ou développer une entreprise (O'Hara, 1998). En 1997, le budget de cette administration s'élevait à 852 417 000 \$. Ce montant a permis d'obtenir 10 milliards de dollars de prêts garantis, de prêts directs et de capital-risque, de financer les programmes de développement pour environ 80 millions de dollars, de développer la formation au management pour un coût de 16 millions de dollars et d'aider au développement de l'entrepreneuriat féminin (4 millions de dollars).

En France, le soutien à la création d'entreprises est l'une des missions de la Direction des entreprises commerciales, artisanales et de services, laquelle relève du secrétariat d'État aux Petites et Moyennes Entreprises, au Commerce et à l'Artisanat. Avec 65 millions d'euros de moyens de paiement et 500 000 euros d'autorisations de programme, le budget du secrétariat d'État aux PME, au Commerce et à l'Artisanat regroupe 13 % des aides budgétaires aux PME du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie.

Le dispositif français s'éloigne du système américain dans la mesure où la Direction des entreprises commerciales, artisanales et de services a pour vocation de suivre des organisations avec des tailles et des profils très différents (commerce de gros, grands magasins, professions libérales, artisans, etc.), alors que la SBA s'occupe essentiellement des petites entreprises, quel que soit leur secteur d'appartenance. La séparation traditionnelle qui existe en France entre une administration chargée de l'industrie et une autre s'occupant du commerce n'apparaît pas aux États-Unis. De plus, le budget de la SBA est dix fois plus important que celui du secrétariat d'État aux Petites et Moyennes Entreprises, au Commerce et à l'Artisanat, ce dernier ayant une mission bien plus large que l'administration américaine pour les petites entreprises.

3.3. Les avantages accordés

Trois grands ensembles de mesures ont été adoptés de chaque côté de l'Atlantique afin d'aider les créateurs d'entreprises dans leur démarche : les avantages financiers, l'ouverture des marchés publics et le soutien aux personnes en difficulté.

3.3.1. Les avantages financiers

En complément du financement bancaire classique, les porteurs de projets bénéficient d'aides publiques. En 1999, le pourcentage des entrepreneurs français en bénéficiant s'élevait à 46 %. L'étude de Abdesselam, Bonnet et Le Pape (2000) indique clairement que ce support financier a un effet positif sur l'espérance de vie des entreprises nouvellement créées, en particulier lorsque les porteurs de projets sont des chômeurs. Les aides françaises à la création se déclinent en plusieurs catégories : les allègements de charges sociales et fiscales ; les fonds privés (subventions, de prêts remboursables et de prêts d'honneur)²¹ ; les aides au développement de zones difficiles et pour encourager l'innovation ; les chéquiers conseils et les fonds régionaux d'aide au conseil, à l'innovation et à l'exportation ; le prêt à la création d'entreprises²². Il existe également des garanties offertes par les organismes publics ou privés (BDPME, SOFARIS, etc.).

L'aide américaine est largement constituée de garanties accordées aux organismes qui apportent des fonds aux petites entreprises. Les prêts peuvent être à court ou long terme et sont attribués aux porteurs de projets qui ne peuvent pas se procurer des financements par les circuits classiques²³. La garantie est de 80 % pour des montants de 100 000 dollars ou moins, et de 75 % pour des sommes supérieures. Pour un prêt de moins de 150 000 dollars, les formalités se limitent à un seul formulaire qui rassemble les caractéristiques du demandeur et son historique financier. Des prêts spécifiques sont également prévus pour financer les programmes de reconversion militaire, de lutte contre la pollution, etc. Les Small Business Investment Companies (organismes privés à but lucratifs) apportent des aides au développement sous formes de participations au capital, de prêts à long terme et de conseils. Un site Internet permet aux entrepreneurs (listés) d'obtenir des fonds d'un montant compris entre 250 000 et 5 millions de dollars et la SBA a mis en place des obligations garanties.

21. En moyenne, les sommes distribuées dépassent rarement 8 000 euros.

22. Un crédit de 3 000 et 8 000 euros sans garantie ni caution personnelle du créateur.

23. La SBA ne concède aucune subvention de financement.

Le système français d'aide au financement est relativement plus restreint que celui mis en place aux États-Unis. Les garanties de prêts offertes par le gouvernement américain se chiffrent en centaines de milliers de dollars, alors que la France ne pense généralement qu'en milliers d'euros. Toutefois, en France, en plus du prêt à la création d'entreprises, quelques mesures ont été prises pour pallier ce problème. Le contrat de développement-crédit a été créé afin de renforcer les capitaux permanents des entreprises nouvelles²⁴. Il existe également des organismes locaux, financés directement par des entreprises (Aquitaine entreprendre, par exemple) qui proposent des prêts sans garanties à des porteurs de projets choisis qui acceptent de se faire accompagner. De plus, un fonds public pour le capital-risque, d'un montant de 100 millions d'euros, a été confié à la Caisse des dépôts et consignations. Contrairement à la situation française²⁵, les États-Unis ont vu se développer le capital-risque dans la sphère privée.

3.3.2. *L'ouverture des marchés publics*

L'administration américaine a effectué un travail de morcellement des contrats publics afin d'en permettre l'accès aux petites entreprises. Une surveillance particulière existe pour offrir aux PME le maximum de possibilités de contracter en tant que sous-traitants ou fournisseurs dans les projets fédéraux. Des certificats de compétence permettent aux entreprises ayant une carence de reconnaissance d'obtenir des contrats. L'objectif global est d'assurer 23 % des commandes publiques aux PME. En France, plusieurs mesures ont été prises en direction des artisans afin de leur faciliter l'accès aux marchés publics sur le territoire français.

Les interventions de la SBA auprès de donneurs d'ordres publics se reflètent clairement dans les données statistiques. En 1998, sur les 182 milliards de dollars dépensés en biens et services par le gouvernement fédéral, 42,5 milliards ont profité aux petites entreprises. Un tel effort n'a jamais été fait en France et les mesures prises en faveur de l'artisanat ne se sont pas traduites dans les faits. Les programmes destinés à l'ouverture des marchés publics sont donc plus transparents aux États-Unis qu'en France.

24. Ce contrat prend la forme d'un prêt d'une durée de six ans, compris entre 15 000 euros et 80 000 euros, au plus égal aux fonds propres disponibles. Aucune garantie réelle ou personnelle n'est exigée.

25. Cieply (2001) indique l'existence de vides de financement en fonds propres dans certaines zones de l'Hexagone (zones rurales) et pour certaines tailles de projets relativement modestes (moins de 100 000 €) et de façon plus importante, pour les nouvelles entreprises.

3.3.3. *Le soutien des personnes en difficulté*

En France, la loi d'orientation du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre l'exclusion complète le dispositif d'aide à la création et à la reprise d'entreprises, réservé jusqu'alors aux chômeurs, en l'étendant à toutes les personnes en situation difficile (salariés repreneurs d'entreprises, bénéficiaires de minima sociaux).

Aux États-Unis, les programmes d'aides aux personnes en difficulté comprennent des dispositions financières et informationnelles à destination de divers groupes ethniques et sociaux. Les forces armées proposent des formations et mettent à disposition une cellule d'information pour les vétérans entrepreneurs. Le Bureau des affaires indiennes développe des programmes permettant d'assurer aux Indiens un meilleur accès à la vie économique. Il prend également en charge les populations d'Alaska et d'Hawaii. Les centres des femmes entrepreneurs conseillent et développent des formations pour encourager la création et le développement d'entreprises dirigées par des femmes.

Les dispositifs américain et français de soutien aux personnes en difficulté sont différents, car la définition d'une « personne défavorisée » n'est pas la même de chaque côté de l'Atlantique. La France cherche à démocratiser l'accès à la création et met en place une série de mesures permettant aux personnes socialement défavorisées d'entreprendre. La logique américaine est différente, car les aides sont généralement destinées à réduire les inégalités entre groupes ethniques (minorités). Le point commun entre les dispositifs se situe dans le soutien à l'entrepreneuriat féminin.

Les programmes d'aides diffèrent donc sur trois points. Premièrement, le montant des garanties offertes par l'administration américaine est très élevé par rapport à celui proposé dans l'Hexagone. Deuxièmement, l'organisation des systèmes d'information et de suivi des petites entreprises est plus structuré aux États-Unis. Troisièmement, le système français de soutien à la création est complété par un dispositif étendu d'aides sociales et fiscales qui n'a pas son équivalent aux États-Unis, les charges pesant sur les entreprises américaines étant relativement faibles.

Conclusion

Contrairement à ce que suggère le rapport Besson, le dispositif légal américain en matière de créations d'entreprises apparaît relativement similaire à celui mis en place dans l'Hexagone, et ce pour plusieurs raisons. Premièrement, les formes juridiques accessibles aux entrepreneurs situés de chaque côté de l'Atlantique sont suffisamment variées pour répondre aux besoins de créations d'entreprises dans chacun des pays. Deuxièmement, bien que les modalités de constitution soient

plus contraignantes en France, l'expérience américaine nous enseigne que l'absence de cadres formels conduit à des complications juridiques (recours à des conseillers juridiques, frais de justice, etc.). Troisièmement, les contraintes fiscales imposées aux entreprises américaines ne sont pas sensiblement différentes de celles auxquelles doit faire face l'entrepreneur français.

En revanche, le poids des prélèvements sociaux et les obligations sociales imposées en France s'éloignent fortement du libéralisme qui domine les relations sociales aux États-Unis. Par ailleurs, le système américain d'aides à la création d'entreprises apparaît très structuré et possède des ressources financières importantes, mais, comme en France, il ne supporte qu'une minorité d'entreprises.

Finalement, expliquer le manque de dynamisme de la création d'entreprises en France par la faiblesse de son dispositif d'encadrement et d'aide aux porteurs de projets paraît peu convaincant. En effet, le système français a de nombreux points communs avec le dispositif américain et les différences entre les deux modèles existaient déjà au cours des périodes où le nombre de créations d'entreprises dans l'Hexagone était en forte croissance. D'autres éléments peuvent sans doute mieux expliquer cette situation : les différences en termes de propension à consommer, les difficultés de financement auxquelles se heurtent les petites entreprises françaises, le manque d'intérêt des organismes de formation français pour les technologies nouvelles et la perception plus ou moins positive de l'environnement dans chaque pays.

Toutefois, transposer le modèle entrepreneurial américain en France pour accroître le nombre de créations d'entreprises n'a pas beaucoup de chances de succès. La rénovation du modèle français est sans doute plus indiquée. Des mesures importantes ont été prises au cours des dernières années. La simplification des démarches administratives est l'une des mesures les plus visibles, mais d'autres initiatives méritent d'être citées. Le rapprochement du régime d'assurance maladie des professions indépendantes de celui des salariés est susceptible de limiter une partie du coût d'opportunité lié à la création d'entreprises dans l'Hexagone. Les pouvoirs publics ont également concédé à des efforts importants afin d'étendre les possibilités de financement des projets, en particulier avec la mise en place de prêts spéciaux.

Au terme de cette analyse et après avoir tiré les leçons du modèle entrepreneurial dominant aux États-Unis, on pourrait sans doute s'interroger sur les possibles contributions de la vision française en matière de créations d'entreprises au modèle américain, en particulier au niveau du formalisme juridique extrême de ce dernier.

Bibliographie

- ABDESSELAM, R., J. BONNET et N. LE PAPE (2000), *An Explanation of the Life Span of New Firms : An Empirical Analysis of French Data*, GEMMA-LERE, Faculté de sciences économiques et de gestion, Université de Caen, p. 21.
- ALDRICH, H.E. (1999), *Organizations Evolving*, Londres, Sage Publications, p. 432.
- ALDRICH, H.E., A. ELAM et P.R. REESE (1996), « Strong ties, weak ties, and strangers : do women business owners differ from men in their use of networking to obtain assistance ? », dans S. Birley et I. MacMillan (dir.), *Entrepreneurship in a Global Context*, 1-25, Londres, Routledge, p. 208.
- AMADO, G., C. FAUCHEUX et A. LAURENT (1983), *Changement organisationnel et réalités culturelles : contrastes franco-américains*, INSEAD, n° 89, p. 17.
- AMERICAN EXPRESS TAX AND BUSINESS SERVICE INC. (2000), *American Express Tax Guide*, American Express Publishing Corporation, p. 706.
- AMIT, R., E. MULLER et I. COCKBURN (1995), « Opportunity costs and entrepreneurial ability », *Journal of Business Venturing*, vol. 10, n° 2, p. 95-106.
- APCE (2000), *Le financement des plus petites créations d'entreprises*, Enquête, novembre, p. 20.
- BAUM, J.A.C. et C. OLIVER (1992), « Institutional embeddedness and the dynamics of organizational populations », *American Sociological Review*, vol. 57, n° 4, p. 540-559.
- BESSON, E. (1999), *Pour un plan d'urgence d'aide à la création de « très petites entreprises »*, Assemblée nationale, Rapport d'information, Commission des finances, de l'économie générale et du plan, p. 43.
- BURT, R.S. (1992), *Structural Holes : The Social Structure of Competition*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, p. 324.
- BUSENITZ, L.W. et J.B. BARNEY (1997), « Differences between entrepreneurs and managers in large organizations », *Journal of Business Venturing*, vol. 12, n° 1, p. 22.
- CIÉPLY, S. (2001), « New initiatives to bridge the financial gap for innovative firms in France », *Industry & Innovation*, vol. 8, n° 2, p. 159-178.
- CRESSY, R. et D. STOREY (1995), *New Firms and Their Banks*, Center of Small and Medium Sized Enterprise, Warwick University, p. 231.
- DUCHENEAUT, B. (1999), « Portrait robot et socio-styles des créateurs d'entreprises en 1998 », *Euro PME Groupe ESC Rennes et Salon des Entrepreneurs*, p. 28.
- DUNN, T. et D. HOLTZ-EAKIN (1996), *Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment : Evidence from Intergeneration Links*, Document de recherche 5622, Cambridge, Mass., National Bureau of Economic Research, p. 56.
- EVANS, D.S. et L.S. LEIGHTON (1989), « Some empirical aspects of entrepreneurship », *American Economic Review*, vol. 79, n° 3, p. 519-535.
- GREENE, P. et T. BROWN (1997), « Resource needs and the dynamic capitalism typology », *Journal of Business Venturing*, vol. 12, p. 161-173.

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n°s 3-4, 2003

- GUESNIER, B. (1994), « Regional variations in new firms formation in France », *Regional Studies*, vol. 28, p. 347-358.
- GUISSO, L., P. SAPIENZA et L. ZINGALES (2003), *The Role of Social Capital in Financial Development*, Document de recherche, Chicago, p. 59.
- HÉNAULT, G.M. (1974), *Culture et management, le cas de l'entreprise québécoise*, Montréal, McGraw-Hill, p. 160.
- HABERMAS, J. (1987), *La théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, p. 480.
- HOFSTEDE, G. (1994), « Vivre dans un monde multiculturel : comprendre nos programmations mentales », Paris, Éditions d'Organisations, p. 336.
- JULIEN, P.-A. (1996), « Entrepreneuriat, développement du territoire et appropriation de l'information », *Revue internationale PME*, vol. 9, n^{os} 3-4, p. 149-178.
- JULIEN, P.-A. et R. JACOB (1999), « La transformation du rôle de l'entrepreneur et l'économie du savoir », *Gestion*, vol. 24, n^o 3, p. 43-50.
- KAMM, J.B. et J.C. SHUMAN (1990), « Entrepreneurial teams in new venture creation : a research agenda », *Entrepreneurship : Theory et Practice*, vol. 14, n^o 4, p. 7-18.
- KANGASHARJU, A. (2000), « Growth of the smallest : determinants of small firm growth during strong macroeconomic fluctuations », *International Small Business Journal*, vol. 19-1, p. 28.
- KOURILOFF, M. (2000), « Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship : a multidisciplinary approach », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n^o 2, p. 59-79.
- LEIBENSTEIN, H. (1968), « Entrepreneurship and development », *American Economic Review*, vol. 58, n^o 2, p. 72.
- LIN, N. (1999), « Building a theory of social capital », *Connections*, vol. 22, p. 28-51.
- LOW, M.B. et I.C. MACMILLAN (1998), « Entrepreneurship : past research and future challenges », *Journal of Management*, vol. 14, p. 139-161.
- MCCLELLAND, D.C. (1961), *The Achieving Society*, Toronto, Van Nostrand, p. 512.
- O'HARA, P.D. (1998), *A Step-by-Step Guide SBA Loans*, New York, John Wiley et Sons, p. 336.
- PALICH, L.E. et D.R. BAGBY (1995), « Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking : challenging conventional wisdom », *Journal of Business Venturing*, vol. 10, p. 425-438.
- RENZULLI, L., H.E. ALDRICH et J. MOODY (1998), « Family matters : gender, networks, and entrepreneurial outcomes », Communication présentée à l'International Conference on Entrepreneurship, INSEAD, Fontainebleau, p. 523-546.
- REYNOLDS, P.D. (1994), « Autonomous firm dynamics and economic growth in the United States, 1986-1990 », *Regional Studies*, vol. 28, n^o 4, p. 429-442.
- REYNOLDS, P.D., M. HAY, W.D. BYGRADE, S.M. CAMP et E. AUTIO (2000), *Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Executive Report*, États-Unis, Babson College, p. 53.

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n^{os} 3-4, 2003

- REYNOLDS, P.D., M. HAY, W.D. BYGRADE, S.M. CAMP et E. AUTIO (2001), *Global Entrepreneurship Monitor, 2001 Executive Report*, États-Unis, Babson College, p. 58.
- REYNOLDS, P., D.J. STOREY et P. WESTHEAD (1994), « Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates », *Regional Studies*, vol. 28, n° 4, p. 443-456.
- VAN AUKEN, H.E. (1999), « Obstacles to business launch », *Journal of Development Entrepreneurship*, vol. 4, n° 2, p. 175-187.

Revue internationale P.M.E., vol. 16, n°s 3-4, 2003