



J.P.Morgan



**ENTREPRENDRE
DANS LES QUARTIERS
LIBÉRER TOUS
LES POTENTIELS**

Votre avis sur cette étude nous intéresse :

Répondez au questionnaire [en cliquant ici](#)

Cette étude sur l'entrepreneuriat dans les quartiers fait suite à une première publication de **Bpifrance Le Lab** et **Terra Nova** datant de 2016.

Elle reposait sur une méthodologie combinant une analyse quantitative des entreprises présentes dans les zones urbaines sensibles (ZUS) et un sondage réalisé par Opinion Way auprès de 500 entrepreneurs des ZUS.

À la différence de l'étude de 2016, notre nouvelle étude se concentre sur la phase particulière de création d'entreprises des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV). Cette phase dure entre 0 et 5 ans. Les premières années étant souvent les plus difficiles à passer pour une entreprise, elles sont décisives pour sa pérennité et sa longévité. La première étude de 2016 ne portait pas sur une phase particulière du cycle de vie d'une entreprise contrairement à celle-ci.

Ainsi, notre nouvelle approche utilise les données SINE INSEE, spécifiques à la création d'entreprise et dont nous avons exclu cette fois les filiales de grands groupes. De plus, nous avons mené un nouveau sondage avec TMO Régions auprès de 700 entrepreneurs dont 50 % sont situés en QPV. Nous en tirons des enseignements nouveaux et complémentaires à notre précédente étude.

Ce changement de méthodologie explique des résultats qui pourraient sembler contradictoires entre nos deux études. Nous invitons donc le lecteur à la prudence s'il souhaitait les rapprocher ou les comparer.



BPIFRANCE LE LAB

EN QUELQUES MOTS

Tout le monde doit en avoir conscience : les PME-ETI sont décisives pour l'économie française, en termes de croissance, d'emplois et d'ancrage local. Pour autant, confrontées à des défis spécifiques, celles-ci restent méconnues : il subsiste un déficit de savoirs sur nos PME-ETI qu'il est essentiel de combler.

Bpifrance Le Lab est le laboratoire d'idées des PME-ETI. Sa mission : stimuler les dirigeants pour faire face aux enjeux d'aujourd'hui et de demain.

Concrètement, **Bpifrance Le Lab** travaille à :

- tirer les meilleures idées de la recherche et du terrain ;
- valoriser les expériences et les témoignages de dirigeants ;
- relier les dirigeants-lecteurs au sein d'une communauté de recherche participative.

Bpifrance Le Lab fait ainsi émerger des idées faites pour les PME-ETI. Son ambition : des dirigeants épanouis, pour des entreprises qui vont bien.



J.P.Morgan

Terra Nova est une association de loi 1901 reconnue d'intérêt général. À travers ses publications et ses événements, elle promeut des propositions innovantes et opérationnelles dans tous les domaines des politiques publiques.

Terra Nova peut s'appuyer sur des experts bénévoles de haut niveau, aux sensibilités et parcours multiples, pour proposer des solutions qui répondent aux enjeux et besoins de l'époque. Les propositions dégagées conjuguent le réalisme et la recherche du progrès économique, social et environnemental. L'identification de signaux faibles, l'anticipation des changements en France comme en Europe sont moteurs dans la poursuite de cet objectif.

L'indépendance du think tank est entière. Terra Nova ne dépend notamment d'aucun parti politique et fixe lui-même son agenda et ses objectifs.

Nous diffusons gratuitement nos travaux via notre site www.tnova.fr et les réseaux sociaux auprès d'un large public.

J.P.Morgan soutient ce programme de recherche dans le cadre de son récent engagement d'un montant de 30 millions de dollars en faveur du Grand Paris, et plus particulièrement de la Seine-Saint-Denis. Son objectif : permettre aux résidents et entrepreneurs de ces territoires d'accéder plus facilement aux opportunités économiques, en se concentrant sur le développement des emplois et des compétences, ainsi que sur l'expansion des petites entreprises.

J.P.Morgan Chase & Co. est l'un des leaders mondiaux de services financiers comptant 2 700 milliards de dollars d'actifs, doté d'une présence internationale. En tant que leader, ses services incluent la banque d'investissement, la banque de détail (aux États-Unis uniquement) pour entreprises et particuliers, la banque commerciale, les transactions financières et la gestion d'actifs. Cotée au Dow Jones Industrial Average, J.P.Morgan Chase & Co. sert des millions de clients aux États-Unis et dans le monde et compte parmi eux les plus grandes entreprises, institutions et gouvernements sous les différentes marques J.P.Morgan & Chase. Les informations concernant J.P.Morgan Chase & Co sont disponibles sur le site : www.jporganchase.com.

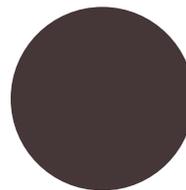


ÉDITO
DE TERRA NOVA

Dans notre première étude publiée en 2016 (« Entreprendre dans les quartiers »), nous avons montré que, loin d'être des déserts entrepreneuriaux, les quartiers politique de la ville (QPV) abritent des entreprises pas si différentes des autres. Nous y mettions cependant en évidence un phénomène de plafond de verre, ces entreprises restant, en moyenne, très locales et peinant à rayonner au-delà de leur territoire d'implantation.

Cette nouvelle étude approfondit ce travail avec des sources statistiques et qualitatives plus riches, fournissant ainsi le premier panorama d'envergure sur le sujet. Elle se focalise en particulier sur la création d'entreprises, cette période cruciale de trois ans à compter du lancement d'un nouveau projet qui est déterminante pour son succès, et pour les emplois qu'il permettra de créer.

Les TPE-PME représentent près de la moitié des emplois salariés de notre pays. Pour les cinq millions d'habitants des QPV, territoires historiquement délaissés par les grandes entreprises et affichant un taux de chômage 2,5 fois supérieur à la moyenne nationale, les petites entreprises revêtent un rôle encore plus important. L'entrepreneuriat dans les quartiers doit donc être un objet d'attention central pour tous ceux qui s'intéressent à l'inclusion des populations les plus défavorisées par le travail et l'activité économique.



Pourtant, la présente étude met en exergue un potentiel de création encore non exploité. Alors que les entreprises créées y sont tout aussi viables à trois ans qu'ailleurs, ces territoires présentent une densité d'établissements près de deux fois plus faible que le reste du pays. À ce constat s'ajoute celui de projets entrepreneuriaux plus petits, sans doute du fait d'obstacles spécifiques aux quartiers, et notamment d'un moindre accès aux services bancaires, aux marchés et aux réseaux professionnels.

Ce constat doit interpeller. Si les entrepreneurs des QPV semblent bénéficier d'atouts qui leur sont propres (détermination, connaissance du marché local, solidarité...), ils sont loin d'avoir atteint tout leur potentiel. Il y a là un gisement de développement que l'on aurait tort de sous-estimer. Terra Nova formulera bientôt, à ce sujet, dans une note indépendante plusieurs recommandations à destination des acteurs publics pour mieux les accompagner.

Pourquoi cette étude ?

Approfondir la connaissance de l'entrepreneuriat dans les quartiers

En 2016, notre première étude sur l'entrepreneuriat dans les quartiers⁽¹⁾ recommandait de favoriser l'open data sur les données des entreprises dans les quartiers. Cette deuxième publication, trois ans après, répond directement à cette indication.

Nous avons mis en place une méthodologie inédite permettant de croiser les données des entreprises et des micro-entrepreneurs géolocalisés dans les quartiers prioritaires avec les données sur la création d'entreprises de l'INSEE⁽²⁾. Ceci nous a permis d'observer les données de la création sur plus de 2 000 entreprises et 1 000 micro-entrepreneurs au moment de la création de leur projet, et 3 ans après. Nous avons également réalisé une enquête⁽³⁾ auprès de 700 dirigeants d'entreprises ayant entre 4 et 5 ans d'existence, afin de compléter les données de l'INSEE et comprendre les problématiques des entreprises dans et hors quartiers, du stade de la création jusqu'à leur cinquième anniversaire.

Mettre en place une méthodologie durable et répliquable dans le temps

Ainsi, nous avons posé les bases d'un travail permettant d'être répliqué dans le temps, et de façon régulière. A terme, nous devrions être en mesure de proposer un Observatoire dédié à la création d'entreprises dans les quartiers. Via les données SINE⁽²⁾ de l'INSEE, ce sont plusieurs cohortes d'entreprises qui pourront être étudiées sur 5 années.

⁽¹⁾ Entreprendre dans les quartiers, les conditions de la réussite, **Bpifrance Le Lab** / Terra Nova, 2016.

⁽²⁾ Données Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises (SINE).

⁽³⁾ Enquête opérée par TMO Régions, de juin à septembre 2019, disponible sur bpifrance-lelab.fr

Donner la parole aux entrepreneurs et aux acteurs de terrain

Loi de rendre compte à eux seuls de la réalité de terrain, les chiffres ne pouvaient être notre unique source. Aussi, nous avons rencontré plus d'une trentaine d'acteurs et d'entrepreneurs pour leur donner la parole et compléter nos analyses. Cette démarche permet d'allier information quantitative et information qualitative.

Déconstruire les idées reçues

Améliorer la connaissance pour se défaire des idées préconçues : c'est un des objectifs premiers de **Bpifrance Le Lab**. Cette étude s'inscrit dans cette démarche. Au cours de nos recherches, nous avons pu lire à plusieurs reprises que les habitants des quartiers prioritaires créeraient plus d'entreprises mais seraient également plus sujets à l'échec. Aujourd'hui, et à travers notre propre champ d'étude, ce n'est pas ce que l'on peut constater. La création d'entreprise est moins dynamique dans les quartiers, mais les entreprises y sont tout aussi, voire plus pérennes. Et c'est pour nous l'un des principaux messages de cette publication !

Améliorer les politiques publiques

In fine, cette connaissance doit permettre de répondre le plus efficacement possible aux besoins des entrepreneurs dans les quartiers sensibles. En janvier 2019, **Bpifrance** intégrait les missions de soutien à la création historiquement portées par la Caisse des Dépôts et les activités de l'Agence France Entrepreneur (AFE), devenues « Bpifrance Création ». Dans ce cadre, la banque publique s'attache tout particulièrement à la réussite de programmes à destination de tous les entrepreneurs. Le think tank Terra Nova, partenaire de cette étude, publie simultanément ses recommandations à destination des pouvoirs publics.

NOS 6 ENSEIGNEMENTS CLÉS



1 UN POTENTIEL DE CRÉATION ENCORE INEXPLOITÉ DANS LES QUARTIERS

Notre analyse des données de l'INSEE⁽¹⁾ révèle que les entreprises créées dans les quartiers prioritaires ont autant voire plus de chances que les autres d'être pérennes à trois ans. Or, la dynamique de création effective d'entreprises est moindre sur ces territoires : le taux de création par habitant y est plus faible qu'en moyenne, et les habitants sont moins sensibilisés à l'entrepreneuriat. Ainsi, il existerait un « effet de sélection »⁽¹⁾ des entrepreneurs les plus motivés et préparés pour atteindre l'étape cruciale de l'immatriculation.

2 L'AMBITION ET L'OPTIMISME DES ENTREPRENEURS DES QUARTIERS, FORTS AU MOMENT DE LA CRÉATION DU PROJET, S'ÉRODENT AU COURS DES 5 PREMIÈRES ANNÉES D'EXERCICE

Nos chiffres montrent que les entrepreneurs des quartiers ne sont pas plus ni moins accompagnés par des structures d'aides⁽²⁾ alors qu'ils éprouvent un plus fort sentiment de vulnérabilité que la moyenne. Sept entrepreneurs sur dix passent sous les radars de ces structures. Ceux que nous avons rencontrés pointent la difficulté à se repérer dans la nébuleuse des structures existantes, ou encore le manque de spécialisation métier des conseillers.

⁽¹⁾ Cf. partie 2 du document.

⁽²⁾ Données Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises (SINE).

3 DES PROJETS ENTREPRENEURIAUX DE PLUS PETITE TAILLE : LA CONSÉQUENCE D'OBSTACLES SPÉCIFIQUES AUX QUARTIERS

Il existe dans les quartiers un épais plafond de verre, qui ralentit le développement des entreprises. Ce plafond est à l'origine de trois obstacles à la croissance, que nous identifions comme suit :

- l'accès aux services bancaires, dont le crédit ;
- l'accès à un marché et des réseaux professionnels allant au-delà de « l'ultralocalité » ;
- l'accès aux premières compétences entrepreneuriales permettant une meilleure gestion quotidienne de l'entreprise.

4 DÉTERMINATION, CONNAISSANCE DU MARCHÉ LOCAL ET SOLIDARITÉ : TROIS RESSOURCES CLÉS POUR LES ENTREPRENEURS DES QUARTIERS

Tous les entrepreneurs que nous avons rencontrés nous ont témoigné l'importance de ces ressources qui constituent pour eux un capital social fort, et aussi un puissant avantage quant à la pérennisation de leur activité. Mais paradoxalement, les deux dernières ressources, la connaissance de leur marché local et la solidarité, peuvent aussi devenir un frein à la mobilité de l'entrepreneur au-delà des frontières des quartiers. Ce constat est directement issu des retours d'interviews, et mériterait d'être testé quantitativement par la suite.



5 INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX REPOUSSENT LES LIMITES DES QUARTIERS

Les entrepreneurs des quartiers se sont saisis des nouvelles technologies pour améliorer leur accès à la connaissance et l'information. La facilitation des communications à l'international encourage les activités d'import-export. Les réseaux sociaux contribuent à la diffusion de nouveaux modèles entrepreneuriaux, notamment auprès des jeunes. Les business en ligne permettent de dépasser les barrières de l'origine sociale et enfin, la « plateformisation » de secteurs d'activité comme le transport de personnes en VTC, favorise le passage au statut d'indépendant.

6 LES FEMMES ENTREPRENEURES DANS LES QUARTIERS SONT PLUS PRUDENTES, MAIS LEURS ENTREPRISES TOUT AUSSI PÉRENNES

Elles représentent moins du tiers des entrepreneurs des quartiers, et leur priorité reste d'assurer leur propre emploi. Elles mobilisent moins de moyens que leurs homologues masculins au démarrage et occupent plus souvent une position salariée à côté de leur activité entrepreneuriale. Pourtant, elles sont autant pérennes que les hommes des QPV, et affichent elles aussi un taux de 77 % de survie à trois ans.



3 points d'alerte

1 Un déficit d'accompagnement étant donné les conditions de départ plus difficiles

D'après nos analyses de données, les entrepreneurs connaissent un même niveau d'accompagnement, qu'ils soient installés dans les quartiers sensibles ou non.

Selon nous, ils auraient besoin d'un soutien plus prononcé étant donné qu'ils partent de plus loin.

Avant la création : nous avons vu qu'il existait un réservoir de potentiels créateurs d'entreprises dans les QPV, mais qu'il faudrait plus de sensibilisation et d'accompagnement jusqu'au stade de l'immatriculation.

Pendant la création : les entrepreneurs des QPV ont besoin de formations sur les fondamentaux de gestion et finance, mais aussi de conseils spécialisés sur leurs activités (études de marché, connaissances juridiques spécifiques, etc.).

Après la création : pour éviter que la dynamique forte qui anime les entrepreneurs des quartiers ne s'érode au bout de quelques années, ils ont plus que jamais besoin d'un accompagnement resserré pour soutenir leur appétit de croissance, les aider à garder confiance, se sentir moins vulnérables face aux risques, mais aussi à franchir un cap de développement (« voir plus grand »).

2 Une relation trop distante avec les banques

Que ce soit en matière de services (ouverture de comptes professionnels et autorisation de découverts) ou encore de crédits bancaires, les entrepreneurs des quartiers éprouvent plus de difficultés que les autres : 32 % contre 28 %, soit un écart significatif⁽¹⁾.

Avant et pendant la création : les entrepreneurs des QPV sollicitent encore moins que les autres leur banque au moment de créer leur entreprise. 60 % des entrepreneurs des QPV ne prennent pas contact avec la banque contre 50 % hors de ces territoires⁽²⁾, 22 % d'entre eux obtiennent un emprunt contre 29 % hors des quartiers⁽¹⁾.

Après la création : le niveau de satisfaction des entrepreneurs des QPV envers leur banque est médiocre (68 % contre 79 % hors des quartiers⁽²⁾, un score faible pour ce type d'indicateur).

2 L'isolement géographique, économique et culturel : le besoin de passerelles

L'ensemble des entrepreneurs et acteurs de terrain que nous avons rencontrés nous ont fait part d'une certaine inhibition à aller vers les institutions (banques, réseaux d'aide, administrations publiques...), mais aussi d'un manque d'accès aux réseaux de dirigeants hors des quartiers. Par ailleurs, nous retrouvons dans les chiffres⁽¹⁾ la difficulté pour les entrepreneurs des QPV d'aller chercher des clients au-delà de leur marché de proximité, limitant de fait leur potentiel de développement. Pour dépasser ce plafond de verre, les entrepreneurs des quartiers ont besoin de passerelles : réseaux d'accompagnement, mentorat pour intégrer des réseaux professionnels plus conséquents, formations pour utiliser tous les outils en ligne (ventes online, réseaux sociaux...), etc.

Sources :

⁽¹⁾ Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

⁽²⁾ TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

4 idées reçues

sur l'entrepreneuriat dans les quartiers

Idée reçue 1

Les entrepreneurs des quartiers créent plus d'entreprises que la moyenne, mais font également plus souvent faillite

VRAI FAUX

Ni la première ni la deuxième partie de cette affirmation n'ont été vérifiées par notre étude. Le nombre de créations d'établissements rapporté à la population active est de 1,7 % dans les quartiers contre 2,1 % pour toute la France⁽¹⁾. En ce qui concerne la pérennité, les entrepreneurs des quartiers n'ont ni plus ni moins de chance que les autres de faire faillite dans les trois années qui suivent la création de l'entreprise. Pour les micro-entrepreneurs, c'est même le contraire. Les micro-entrepreneurs des quartiers sont plus pérennes que les autres, de façon significative⁽²⁾.

Idée reçue 2

L'absence de diplôme du fondateur a un impact négatif sur les chances de survie d'une entreprise

VRAI FAUX

Hors QPV, plus un entrepreneur est diplômé, plus son entreprise a de chance de survie à 3 ans. Cette relation ne se vérifie pas statistiquement dans les QPV. Ceci est probablement lié à la prédominance de secteurs comme la construction ou le commerce, où la pérennité de l'entreprise est moins dépendante de qualifications universitaires ou d'études longues⁽³⁾.

Idée reçue 3

Les entrepreneurs des quartiers se reposent principalement sur leurs ressources personnelles pour développer leur entreprise

VRAI FAUX

C'est une réalité pour tous les entrepreneurs. La majorité d'entre eux ne font pas appel à l'extérieur pour financer leur démarrage. En revanche, alors que cela est vrai pour 60 % des entrepreneurs hors des quartiers, cette proportion passe à 70 % pour les entrepreneurs des quartiers⁽¹⁾.

Idée reçue 4

Les entrepreneurs des quartiers sont plus souvent des personnes anciennement éloignées de l'emploi

VRAI FAUX

C'est faux pour les fondateurs d'entreprises mais vrai pour les micro-entrepreneurs. 64 % des micro-entrepreneurs des quartiers étaient anciennement sans activité ou au chômage contre 49 % hors des quartiers. Ce différentiel montre en partie comment ce statut constitue un moyen de retour à l'activité pour les habitants des quartiers éloignés du marché de l'emploi. Pour rappel, le taux d'activité dans les QPV est de 50 %⁽²⁾.

⁽¹⁾ Bpifrance Le Lab d'après INSEE 2015, dernières données disponibles.

⁽²⁾ Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises et micro-entrepreneurs, 2017.

⁽³⁾ Les diplômés niveau BAC et en dessous sont surreprésentés dans les actifs travaillant pour ces deux secteurs.

⁽¹⁾ Enquête opérée par TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, entre mai et septembre 2019. L'intégralité des résultats est disponible sur notre site internet bpifrancelelab.fr

⁽²⁾ Rapport de l'Observatoire national de la politique de la ville (ONPV), 2018.

Qui sont les entrepreneurs des QPV ?

Moyenne nationale : **(XX %)**

70 % sont des hommes **(70 %)**

20 % ont moins de 30 ans **(20 %)**

50 % entre 30 et 45 ans **(46 %)**

55 % ont un diplôme égal ou supérieur au BAC **(63 %)**

20 % sont ressortissants étrangers **(8 %)**

40 % étaient sans emploi avant la création de l'entreprise **(40 %)**

46 % des projets ont nécessité moins de 6 000 € au démarrage **(45 %)**

77 % des entreprises sont pérennes à 3 ans **(74 %)**

40 % dans le commerce, le transport, l'hébergement et la restauration **(29 %)**

27 % dans les services **(38 %)**

19 % dans la construction **(14 %)**



60 %
de créateurs d'entreprises
[60 %]⁽¹⁾

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

⁽¹⁾ Sur l'année 2016 (flux) - Sources : rapport ONPV 2018 et DGE « Entrepreneuriat, faits et chiffres », 2017.

Moyenne nationale : **(XX %)**

70 % sont des hommes **(62 %)**

30 % ont moins de 30 ans **(30 %)**

45 % entre 30 et 45 ans **(41 %)**

17 % n'ont aucun diplôme **(12 %)**⁽¹⁾

15 % sont ressortissants étrangers **(9 %)**

64 % étaient sans emploi avant la création de l'entreprise **(49 %)**

66 % des projets ont nécessité moins de 500 € au démarrage **(62 %)**

48 % des entreprises sont pérennes à 3 ans **(36 %)**

37 % dans les services **(43 %)**

28 % dans le commerce, le transport, l'hébergement et la restauration **(25 %)**

15 % dans la construction **(9 %)**



40 %
de micro-entrepreneurs⁽²⁾
[40 %]⁽³⁾

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données micro-entrepreneurs, 2014 et 2017.

⁽¹⁾ Détail diplômes non disponible.

⁽²⁾ Micro-entrepreneur : personne exerçant une activité non salariée en entreprise individuelle avec un chiffre d'affaires limité suivant le secteur d'activité.

⁽³⁾ Données ONPV 2016 et DGE, 2016.

**ENTREPRENDRE
DANS LES QUARTIERS
LIBÉRER TOUS
LES POTENTIELS**

**01. LES ÉLÉMENTS
DE CADRAGE** 22 - 33

**02. LA SURVIE
DES ENTREPRISES À 3 ANS** 34 - 45

**03. LES OBSTACLES
AU DÉVELOPPEMENT** 46 - 77

**04. LES FACTEURS
DE RÉSILIENCE** 78 - 101

05. L'ACCOMPAGNEMENT 102 - 113

06. ZOOM SUR

- LES FEMMES ENTREPRENEURES
- LES ENTREPRISES QUI SUR
ET SOUS PERFORMENT
- LES ENTREPRENEURS DES ZFU 114 - 135

**LES
ÉLÉMENTS...**

...

DE CADRAGE

01.

Éléments de définition

Qu'entend-on par « quartiers » ?

Par « quartiers » nous désignons les quartiers dits « sensibles », composés des quartiers prioritaires de la ville (QPV) et des zones franches urbaines-territoires entrepreneurs (ZFU-TE). Les deux territoires peuvent se superposer. Ainsi, 162 QPV (sur près de 1 500) sont localisés en ZFU. Les 100 ZFU sont toutes concernées par un ou plusieurs quartiers prioritaires de la ville.

QPV

« quartiers prioritaires de la politique de la ville »
ou « quartiers prioritaires de la ville »
ou « quartiers politiques de la ville »



Définition	<ul style="list-style-type: none">• Désigne les zones urbaines où les habitants sont les plus pauvres• Le taux des personnes vivant sous le seuil de pauvreté⁽¹⁾ y est de 42 % en moyenne (contre 14,5 %, moyenne nationale en 2013)
Date de création	<ul style="list-style-type: none">• 1996• Remplace les zones urbaines sensibles (ZUS) en 2015
Cadre juridique	<ul style="list-style-type: none">• Loi de Programmation pour la ville et la cohésion urbaine• Politique qui vise à compenser les écarts de niveau de vie des quartiers sensibles avec le reste du territoire
Critères de définition	<ul style="list-style-type: none">• Critère unique de revenu, d'après données INSEE
Nombre	<ul style="list-style-type: none">• 1 500• 5,5 millions d'habitants (INSEE 2019)

Sources : bpifrance-creation.fr, impots.gouv.fr, service-public.fr, economie.gouv.fr.

⁽¹⁾ Moins de 60 % du revenu médian.

ZFU - TE

« zones franches urbaines - territoires entrepreneurs »

notées « ZFU » dans le reste du document



Définition	<ul style="list-style-type: none">• Désigne des zones urbaines de plus 10 000 habitants situées dans des quartiers défavorisés ou dits « sensibles »
Date de création	<ul style="list-style-type: none">• 1996• Remplace les ZFU en 2015
Cadre juridique	<ul style="list-style-type: none">• Pacte pour la relance de la ville• Politique qui vise à revitaliser l'activité économique et créer des emplois afin de rendre ces territoires plus attractifs
Critères de définition	<ul style="list-style-type: none">• Taux de chômage, proportion de personnes sorties du système scolaire sans diplôme, proportion de jeunes, potentiel fiscal de la commune
Nombre	<ul style="list-style-type: none">• 100• 1,5 millions d'habitants (INSEE 2006, dernières données disponibles)

Éléments de définition

Quelles implications ?

Pour les habitants

- À l'occasion du « Contrat de ville 2015 », l'État a entrepris de mobiliser en priorité les politiques publiques de droit commun (sécurité, éducation, santé, justice, etc...) en faveur des habitants des quartiers les plus fragilisés. Concrètement, l'État s'engage à ce que les quartiers prioritaires de la politique de la ville soient davantage représentés dans les dispositifs d'aides publiques au niveau national

- Aucune mesure n'a été prise à destination des habitants de ces territoires en particulier

Pour les entreprises

• Exonérations d'impôts locaux

- Exonération de la Contribution économique territoriale (CET) constituée de la Cotisation foncière entreprise (CFE) et de la Cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE)
- Exonération de la Taxe foncière sur les propriétés bâties (TFPB)

• Aide à l'embauche : les emplois francs

Aide de 15 000 € à l'embauche d'un CDI (pendant 3 ans) ou 5 000 € pour un CDD de plus de 6 mois

• Exonérations fiscales

- Exonération totale d'imposition des bénéfices soumis à l'impôt sur le revenu (IR) ou à l'impôt sur les sociétés (IS) pendant 5 ans
- Exonération partielle d'imposition des bénéfices pendant 3 ans
- Exonération des impôts directs locaux (pour les implantations antérieures à 2015 seulement) : CET (5 ans puis dégressif) et TFPB (5 ans)

• Exonération sociale

Exonération des cotisations sociales patronales d'assurances sociales et d'allocations familiales, au Fonds national d'aide au logement et de versement transport

QPV

QPV

ZFU - TE

ZFU - TE

NOTRE MÉTHODOLOGIE

Afin de délimiter le périmètre de notre étude, nous avons considéré l'entrepreneuriat comme la période de vie d'une entreprise allant de 0 à 5 ans. Cette période nous permet d'appréhender les principales problématiques se posant aux fondateurs d'entreprises, de la création jusqu'à un premier développement dans la durée. Un entrepreneur des quartiers est pour nous le fondateur dirigeant d'une entreprise localisée dans un quartier sensible (QPV et/ou ZFU).

VOLET QUANTITATIF DONNÉES INSEE

- Extraction et analyse des données d'entreprises géolocalisées en quartiers sensibles à partir de la base SINE INSEE.
- Données disponibles pour le suivi de deux cohortes : 40 000 entreprises et 40 000 micro-entrepreneurs, sur 2014 et 2017 (données 2019 non encore publiées).
- Constitution de 3 sous-échantillons d'analyse (excluant les filiales de grands groupes et sociétés) :
 - QPV (1 226 entreprises et 757 micro-entrepreneurs) ;
 - ZFU (452 entreprises et 97 micro-entrepreneurs) ;
 - hors quartiers (37 889 entreprises et 37 399 micro-entrepreneurs), correspondant au reste des territoires en France, y compris DOM TOM.
- L'intégralité des données extraites sont disponibles sous format graphique dans les résultats chiffrés de l'étude sur notre site internet bpifrancelelab.fr.
- Les données SINE INSEE nous permettent d'analyser des données à deux périodes de la vie d'une entreprise, au moment de sa création (données 2014), et 3 ans après (données 2017).

Ce travail a bénéficié d'une aide de l'État gérée par l'Agence nationale de la recherche au titre du Programme Investissements d'avenir portant la référence ANR-10-EQPX-17 (Centre d'accès sécurisé aux données - CASD).

VOLET QUANTITATIF ENQUÊTE

- Enquête réalisée par le cabinet TMO Régions de juin à septembre 2019.
- Questionnaire téléphonique de 15 minutes opéré auprès des dirigeants de 350 entreprises situées en QPV et 350 hors des QPV (communes comprenant un QPV néanmoins).
- Entreprises pérennes ayant entre 4 et 5 ans d'exercice, dans toute la France.
- Les résultats de l'enquête sont disponibles dans leur intégralité sur la version web www.bpifrance-lelab.fr.
- Les données de l'enquête nous permettent d'analyser des données allant de la création jusqu'aux 4-5 ans d'existence.
- Nous précisons ici qu'en QPV, l'interview n'a pas été possible auprès de 67 personnes car elles ne maîtrisaient pas suffisamment le français, soit 2,5 % des contacts (1 % hors QPV).

VOLET QUALITATIF ENTRETIENS

- Entretiens réalisés par **Bpifrance Le Lab**, avec la collaboration de Pierre Grosdemouge, sociologue indépendant, entre mai et septembre 2019.

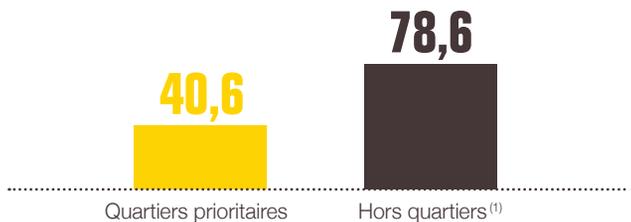
Nous avons rencontré :
 - 8 experts / chercheurs ;
 - 6 responsables / conseillers de réseaux d'accompagnement situés en QPV ;
 - 20 entrepreneurs issus des quartiers prioritaires ou encore en activité au sein de ces quartiers.
- La restitution de ces entretiens, sous format interview ou verbatim, sont pour nous une précieuse source d'informations. Sans relever d'une science exacte, la récurrence de certains propos nous a amené à formuler des messages plus difficilement « visibles » à travers les chiffres.

Les entreprises des QPV

Moitié moins d'établissements par habitant

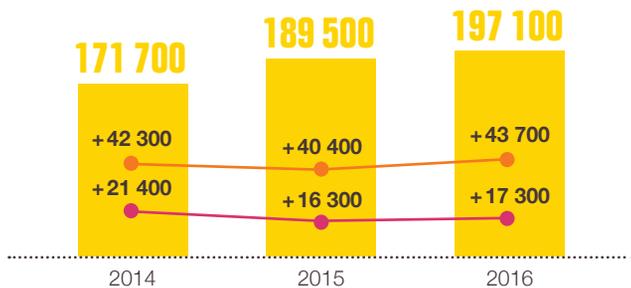
• DENSITÉ D'ÉTABLISSEMENTS

(nombre d'établissements pour 1 000 habitants, données au 1^{er} janvier 2016)



• ÉTABLISSEMENTS EN ACTIVITÉ IMPLANTÉS EN QPV

(en nombre d'unités)



- Stock d'établissements
- Nombre d'installations d'établissements au cours de l'année
- Dont nombre d'installations micro-entrepreneurs

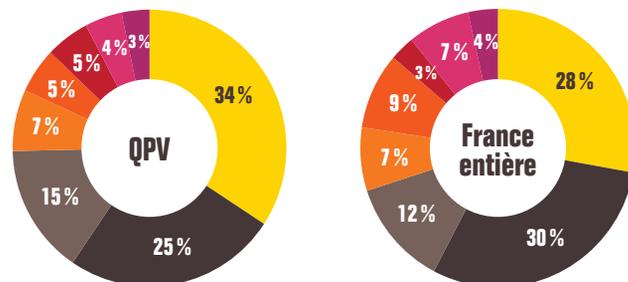
⁽¹⁾ Autres quartiers des unités urbaines englobantes.

Source : Rapport annuel 2018 ONPV.

Surreprésentation du commerce et de la construction en QPV

• RÉPARTITION SECTORIELLE DES ÉTABLISSEMENTS IMPLANTÉS EN QPV

(en % du nombre d'unités, données au 1^{er} janvier 2016)



- Commerce (dont restauration)
- Activité pour la santé humaine et activités scientifiques et techniques
- Construction
- Autres activités de services
- Activités immobilière, financière et d'assurance
- Transports et entreposage
- Industrie manufacturière, industries extractives, etc.
- Information et communication

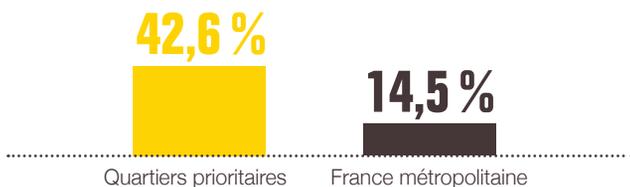
Source : Rapport annuel 2018 ONPV.

Les habitants des QPV

Trois fois plus pauvres que la moyenne nationale

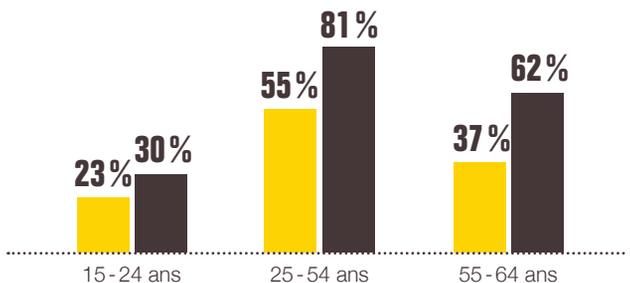
• COMPARAISON DES TAUX DE PAUVRETÉ

(données en % du nombre d'unités, 2013)



• RÉPARTITION DES TAUX D'EMPLOI ⁽¹⁾ PAR ÂGE

(données en % du nombre d'unités, QPV 2015 et national 2018)



- QPV
- France entière

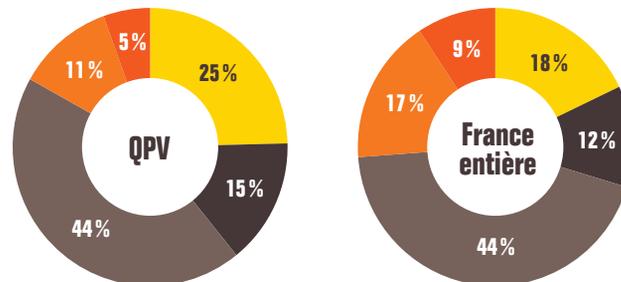
Sources : Insee, recensement de la population, 2015 et 2018.

⁽¹⁾ Le taux d'emploi désigne le rapport entre le nombre d'actifs ayant un emploi et le nombre total d'individus dans la classe.

40 % de la population a moins de 24 ans

• RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR ÂGE

(données en % du nombre d'unités, QPV 2015 et national 2019)



- 0-14 ans
- 15-24 ans
- 25-59 ans
- 60-74 ans
- >75 ans

Sources : Insee, recensement de la population 2015 et 2019.

02.

LA SURVIE
■ ■ ■

■ ■ ■
**DES
ENTREPRISES
À 3 ANS**

Survie des entreprises à 3 ans

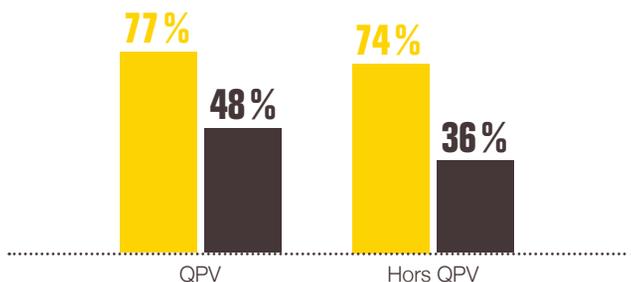
Autant, voire plus de chances de survie dans les quartiers qu'ailleurs

Une entreprise des quartiers a autant de chance de passer le cap des 3 ans que toute autre entreprise.

D'après notre analyse des données INSEE sur la création, les entreprises des quartiers prioritaires enregistrent un taux de pérennité⁽¹⁾ de 77 % à trois ans, contre 74 % hors quartiers. La marge d'erreur statistique ne nous permet pas de conclure à une meilleure survie systématique des entreprises des quartiers. Néanmoins, elle nous permet de dire qu'elles n'ont ni plus, ni moins de chances d'être pérennes à trois ans. Les micro-entrepreneurs des QPV obtiennent de moins bons scores de survie que les entreprises, mais sont bien meilleurs que leurs homologues hors quartiers (48 % versus 36 %, une différence significative).

• TAUX DE PÉRENNITÉ DES ENTREPRISES 3 ANS APRÈS LA CRÉATION

(en % du nombre de répondants composant l'échantillon de départ)



- Entreprises
- Micro-entrepreneurs

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises et micro-entrepreneurs, 2017.

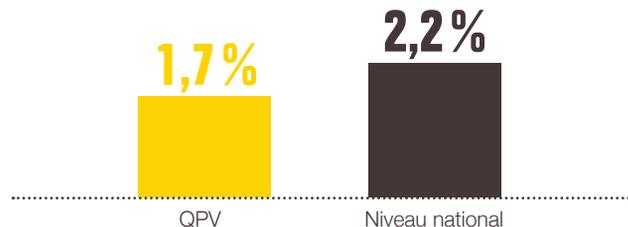
⁽¹⁾ La pérennité n'indique rien en matière de croissance du chiffre d'affaires, d'emploi, ou encore de rentabilité.

Les plus motivés et les mieux préparés atteignent le stade de la création.

En effet, les habitants des QPV sont plus à l'écart de la dynamique entrepreneuriale. L'enquête de l'AFE (Agence France Entrepreneurs, désormais Bpifrance Création) de 2018⁽¹⁾ a montré que les habitants des QPV étaient plus éloignés de l'univers entrepreneurial, et moins incités à devenir entrepreneurs (par rapport à la moyenne nationale). D'ailleurs, le nombre de créations d'établissements par habitant est inférieur dans les quartiers prioritaires. Pour 100 habitants en QPV on compte 1,7 création contre 2,2 pour 100 habitants hors des QPV.

• TAUX DE CRÉATION D'ÉTABLISSEMENTS PAR HABITANT

(en % de la population active)



Source : **Bpifrance Le Lab** d'après INSEE, données démographie population et entreprises, 2015.

⁽¹⁾ Plus de détails sur les chiffres du rapport en annexes du document.

Survie des entreprises à 3 ans

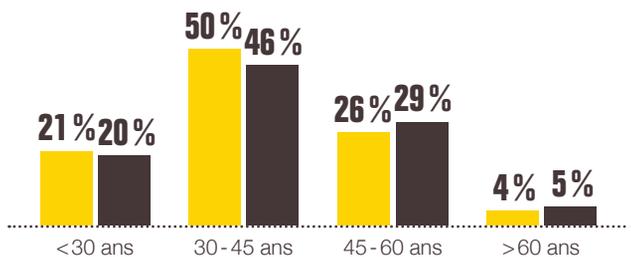
Avoir moins de 35 ans est un avantage...

D'après nos analyses statistiques, être jeune⁽¹⁾ a un effet positif sur la pérennité de l'entreprise.

Or, les créateurs d'entreprises dans les QPV sont sensiblement plus jeunes que les entrepreneurs hors des QPV. Le point de différence s'observe surtout sur la tranche d'âge des 30-45 ans, plus nombreuse en QPV (50 % versus 46 %). Cela s'explique en partie par le fait que la population des QPV est en moyenne plus jeune (40 % de moins de 24 ans contre 30 % au niveau national, données INSEE). Le fait que les entrepreneurs des QPV soient légèrement plus jeunes que les autres se retrouve sur le niveau de pérennité de ces derniers.

• RÉPARTITION DE LA POPULATION DE CRÉATEURS D'ENTREPRISES PAR ÂGE

(en % du nombre de répondants)



● QPV
● Hors QPV

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

⁽¹⁾ Être âgé de moins de 35 ans.

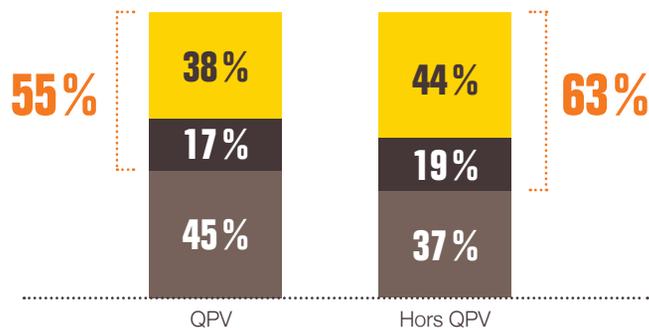
... Être diplômé pas nécessairement

En revanche, il n'y a pas de relation entre le niveau de diplôme de l'entrepreneur et la pérennité de son entreprise dans les quartiers.

Hors QPV, plus un entrepreneur est diplômé, plus son entreprise a de chance de survie à 3 ans. Cette relation ne se vérifie pas statistiquement en QPV. Ceci est probablement lié à la prédominance de secteurs comme la construction ou le commerce, dont la réussite est moins dépendante de qualifications universitaires ou du suivi d'études longues. Nous formulons donc l'hypothèse que les entrepreneurs mobilisent d'autres ressources (plus de détails en partie 4).

• RÉPARTITION DE LA POPULATION DE CRÉATEURS D'ENTREPRISES PAR DIPLÔME⁽¹⁾

(en % du nombre de répondants)



● Niveau > BAC
● BAC
● Niveau < BAC

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

⁽¹⁾ Plus de détails dans la publication des résultats chiffrés sur notre site internet bpifrancecelab.fr

Survie des entreprises à 3 ans

Un potentiel entrepreneurial qui ne demande qu'à être révélé

Si les entreprises des QPV sont aussi pérennes que les autres et si la création est moindre sur ces territoires, c'est que les entreprises sont plus résilientes mais qu'il existe aussi un potentiel encore inexploité. Les entrepreneurs que nous avons rencontrés témoignent de la nécessité d'être sensibilisés et accompagnés vers l'entrepreneuriat, le plus tôt possible.

Paroles de dirigeants

“ Ne pas avoir été éduqué à la création d'entreprise, ni par l'école, ni par la famille, ça crée pas mal d'insécurité, des frayeurs, des craintes. Pour mes amis d'école qui viennent de milieux plus aisés, avec des parents entrepreneurs ou cadres, c'est moins difficile. Ils savent plus ou moins où ils mettent les pieds. Moi, j'ai une famille qui ne comprend pas forcément. On n'a jamais été là-dedans. ”

Entrepreneur, 25 ans
En montage de projet d'une agence de communication digitale,
Marseille, Région PACA

“ C'est surtout à l'école, que ce soit au collège ou au primaire, où ils nous apprennent depuis le début qu'il faut forcément trouver un travail alors qu'on peut entreprendre ! On ne nous dit jamais qu'on peut entreprendre ! ”

Entrepreneur, 19 ans,
Freelance dans l'audiovisuel et le digital
Lognes, Région Île-de-France

“ Les premiers freins ce sont les freins que tu as en toi en fait. Ensuite, il y a ce qu'on t'a dit, ton environnement, tes professeurs... Tu peux avoir des blocages, la peur de te lancer, parce qu'on t'a toujours dit « tu ne vas jamais y arriver ». [...] Si les quelques fois où tu as essayé de mettre des choses en place et on t'a rattrapé pour te dire « non, ce n'est pas pour toi » ou « non, il ne faut pas », tu l'as retenu. On te le fait une, deux, trois fois, tu crées un blocage chez toi, une espèce de plafond de verre. ”

Entrepreneure, 37 ans
Fondatrice d'une plateforme numérique d'aide à la gestion,
Paris, Région Île-de-France

“ Il n'y a pas de modèle de créateur d'entreprise dans ma famille. J'aurais aimé, c'est ce que je me dis aujourd'hui. [...] C'est vrai que si on a des parents qui ont déjà créé leur entreprise, c'est beaucoup plus simple. Pour moi, ça a été l'apprentissage de tout. ”

Fondateur d'une entreprise de pose de fibre optique
Lyon, Région Auvergne-Rhône-Alpes

QUES- TIONS À ...



Nicolas Chapelle

Entrepreneur fondateur de WIDOO,
Agence de communication
Montreuil, Île-de-France

“ **Même si l'échec est beaucoup plus douloureux, on aura toujours cette volonté de ne rien abandonner** ”

Les entrepreneurs des quartiers créent des entreprises qui ont un aussi bon voire meilleur taux de survie que les autres, qu'est ce qui pourrait l'expliquer selon vous ?

Si les entrepreneurs des quartiers ont une durée de vie un peu plus longue, c'est parce qu'ils font preuve d'une forte détermination. On a la pression des pairs. C'est un peu la honte si on s'est lancé dans un projet et qu'on ne va pas jusqu'au bout. Dans notre culture, les gens vont dire : il s'est brûlé les ailes, ça y est, il rentre à la maison « la queue entre les jambes ». L'échec n'est pas interdit, mais il est très mal vécu. C'est pour ça qu'on a des capacités à travailler toujours plus, à ne pas assez se payer, à faire des sacrifices et à essayer de gérer comme on le peut. Il n'y a pas de papa-maman pour réinjecter de l'argent en cas de coup dur.

Quand on vient d'une famille nombreuse et/ou d'un milieu modeste et qu'on dit : « bon bah je me lance », tout le monde nous soutient. Beaucoup de gens mettent de l'espoir en nous, en disant : « ça y est, il va changer la famille ». C'est une responsabilité énorme, bien qu'elle ne soit pas exprimée telle quelle, elle pèse sur le mental. Je pense que c'est pour ça que même si l'échec est beaucoup plus douloureux, on aura toujours cette volonté de ne rien abandonner.

Vous nous parliez des réseaux comme élément crucial dans votre quête de clients, qu'en est-il selon vous dans les quartiers ?

Plusieurs réseaux professionnels ont compté dans l'évolution de mon entreprise. Au tout début, j'ai été aidé par l'association « Nos quartiers ont du talent ». Ils m'avaient engagé pour leurs premières plaquettes et cartes de visite. Puis, j'ai intégré le ME93, dont je suis dorénavant au conseil d'administration. Ensuite, j'ai rencontré un agent immobilière qui m'a introduit au Business Network International (BNI), il y a onze ans. C'est un réseau international situé dans le quartier de l'Arc de Triomphe à Paris. C'est là que j'ai rencontré des personnes qui d'ordinaire ne font pas partie de mon réseau personnel : des family offices, des gestionnaires de patrimoines, des grands avocats, ... Ils m'ont permis d'accéder à leurs réseaux de clients, principalement constitués de grosses sociétés.

J'ai fait pas mal de « réseau business » en banlieue, ce sont des petits projets, qui restent entre petits projets. Comme par exemple quelqu'un qui fait des produits de beauté maison, qui va parler à quelqu'un qui fait des flyers et ils vont se vendre entre eux des flyers et des produits de beauté. On voit vite les limites de ce procédé. Moi aussi, j'étais pareil au début. Puis j'ai compris avec l'expérience que dans le business, il faut absolument voir plus gros.

Ce qu'il manque, c'est une approche de réseau global. Il faut comprendre que l'objectif, ce n'est pas d'essayer de vendre tout de suite son produit, mais plutôt de se constituer un réseau de partenaires, de relais et de clients. Il faut que les entrepreneurs sortent des quartiers pour aller dans des réseaux plus régionaux, plus globaux, plus internationaux et qu'ils réinjectent ensuite leur expérience vers la banlieue.

LES OBSTACLES

■ ■ ■

03.

■ ■ ■

AU DÉVELOPPEMENT

- LES CONDITIONS DE DÉMARRAGE
- LES ENTREPRENEURS ET LA BANQUE
- LE QUARTIER, UN MARCHÉ LIMITÉ
- LA CULTURE ENTREPRENEURIALE

Les conditions au démarrage

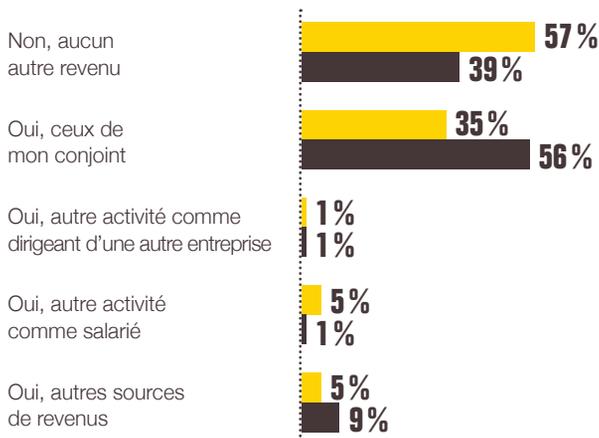
Une plus grande fragilité économique

Les foyers des entrepreneurs des quartiers prioritaires sont plus dépendants des revenus qu'ils génèrent grâce à leur entreprise.

Après la création de leur entreprise, les fondateurs hors des quartiers peuvent davantage compter sur les revenus de leur conjoint.

• RÉPARTITION DES REVENUS DES ENTREPRENEURS AU SEIN DE LEUR FOYER

(en % du nombre de répondants, total supérieur à 100 % en raison des réponses multiples)



- QPV
- Hors QPV

Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

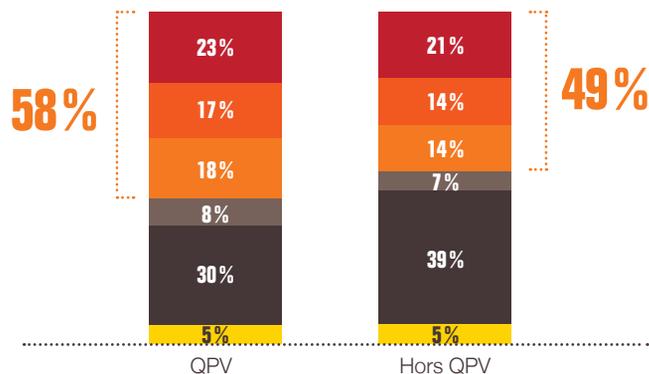
Pour les entrepreneurs en régime micro-entrepreneurs, plus de la moitié était sans emploi avant leur projet de création en QPV.

Cette proportion montre l'importance du statut de micro-entrepreneur comme moyen d'un retour à l'emploi ou d'une sortie de situation de l'emploi de court terme (cf. part d'intérimaires et CDD versus hors quartiers dans le graphique ci-dessous). Elle est également le reflet de la situation plus précaire de la population en QPV où le taux d'inactivité atteint 50 %⁽¹⁾ de la population en âge de travailler.

En revanche, les créateurs d'entreprises étaient environ un tiers à être anciennement sans emploi, qu'ils soient en QPV ou pas.

• SITUATION PERSONNELLE DES MICRO-ENTREPRENEURS AVANT LA CRÉATION

(en % de répondants)



- Sans activité professionnelle
- Chômage depuis un an ou plus
- Chômage depuis moins d'un an
- Intérimaire, CDD
- Salarié du secteur privé et fonction publique
- Indépendant et chef d'entreprise salarié

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données micro-entrepreneurs, 2014.

⁽¹⁾ Rapport ONPV 2018.

Les conditions au démarrage

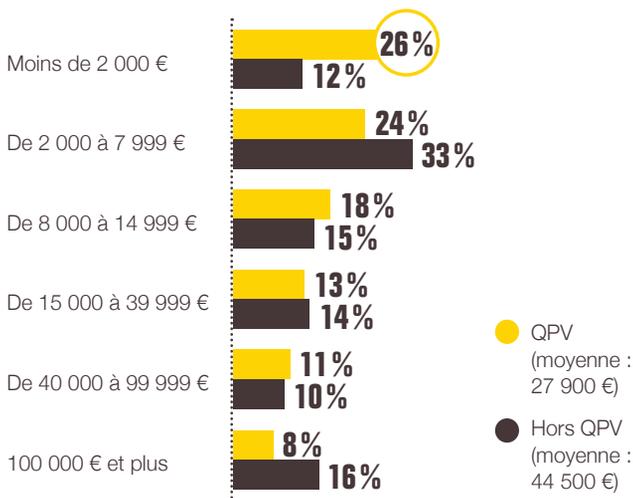
Moins d'investissements de départ

Les entreprises des QPV pérennes entre 4 et 5 ans d'existence ont débuté avec nettement moins de moyens que les autres hors QPV.

La mise de départ des entreprises en QPV est en moyenne de 27 900 € contre 44 500 € pour les entreprises hors des QPV, soit 37 % de moins. On remarque également que les projets de moins de 2 000 € représentent un quart des projets développés en QPV⁽¹⁾.

• INVESTISSEMENTS INITIAUX NÉCESSAIRES AU DÉMARRAGE DU PROJET

(en % du nombre de répondants)



Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

NB : Il est important de rappeler que cet échantillon est constitué d'entreprises pérennes au terme de 4 ou 5 ans. Les résultats ici présentés ne reflètent donc pas la situation de l'ensemble des créations / reprises mais seulement celle des unités pérennes.

⁽¹⁾ Ceci s'explique entre autres par la plus grande proportion de micro-entrepreneurs dans l'échantillon QPV.

OBSTACLES au DÉVELOPPEMENT DANS les QUARTIERS



Les conditions au démarrage

Des barrières psychologiques

Les obstacles auxquels les entrepreneurs des quartiers font face ne se limitent pas aux dimensions matérielles ou à l'absence de réseau. Renforcer leur estime de soi et dépasser les stéréotypes négatifs, entretenus sur eux et les territoires dont ils sont issus, représentent deux défis récurrents qui marquent leurs parcours. L'accompagnement doit contribuer à fournir une partie de la réponse, en développant la confiance en soi ainsi qu'en encourageant les entrepreneurs de ces territoires à voir plus grand.

Paroles de dirigeants

“ Mon père cachait le fait qu'il ne savait pas écrire, et donc ça conditionne psychologiquement. Ça veut dire qu'il y a les autres, et puis nous. Et nous, on est pauvres. Ce n'est pas un sentiment de honte, parce qu'on n'a pas honte, mais c'est un sentiment d'illégitimité, en fait. Ce qui est totalement stupide, mais c'est comme ça. ”

Entrepreneur, 37 ans
Entrepreneur fondateur d'une agence de design
Montreuil, Région Île-de-France

“ On est confronté, un peu comme tout le monde, à de la discrimination, à du racisme, des choses qui peuvent ralentir la progression de notre entreprise. Ça, il faut savoir le gérer, il faut savoir avancer, ne pas laisser tomber son projet. Il ne faut rien lâcher. ”

Fondateur d'une société de formation
Rennes, Région Bretagne

“ Même quand un mec des quartiers pitche son projet, qu'il l'a bossé à la perfection, avec un prof de théâtre... Dès qu'il commence à parler, à répondre à des questions, avec son accent des quartiers Nord, le vocabulaire ne va pas être le même qu'une personne qui a fait des études, qui est issue d'un milieu favorisé. Il y a cette barrière-là. On prend plus au sérieux une personne qui sait bien parler qu'une personne qui parle le langage de rue. ”

Entrepreneur, 25 ans
En montage de projet d'une agence de communication digitale
Marseille, Région PACA

“ Il y a des préjugés qui sont collés aux quartiers. Côté clients surtout. Au début, ils hésitent à venir : « Mais ça va ? Vous ne vous êtes jamais faite agresser ? - Ben non ». Je leur dis toujours « Vous pouvez venir, moi je n'ai jamais eu de problème ». Je les rassure et ils viennent. Je me bats constamment contre ces clichés. ”

Entrepreneure, 43 ans
Fondatrice d'une entreprise de gestion administrative d'entreprises
Marseille, Région PACA

QUES- TIONS À ...



Pierre Grosdemouge

Sociologue

Pierre Grosdemouge a accompagné **Bpifrance Le Lab** dans la réalisation et l'analyse des entretiens d'entrepreneurs issus des quartiers, sur les villes de Lyon et de Marseille.

“ La création d'entreprise s'accompagne d'un sentiment d'insécurité et de fragilité important ”

Quel est le profil sociologique des entrepreneurs que vous avez interrogés ?

Il s'agit essentiellement d'hommes, plutôt jeunes et majoritairement peu diplômés.

Leur volonté d'entreprendre s'ancre dans le constat que le salariat peu qualifié est devenu synonyme de précarité et de faibles perspectives de mobilité verticale. Le travail salarié ne tient plus sa promesse méritocratique, ce qui inquiète, déçoit et démobilise. Face à cela, ils se tournent vers la création d'entreprise qui leur paraît une porte de sortie désirable, un moyen de retrouver de la maîtrise sur leur trajectoire professionnelle. Il ne s'agit pas tant de faire un autre métier que de prétendre à un statut valorisant enfin leurs compétences et leur engagement, et permettant une reconnaissance économique et sociale.

Quelles sont les principales difficultés rencontrées par ces entrepreneurs ?

La principale difficulté qu'ils identifient est leur manque de capitaux sociaux : ils n'ont pas fait de grandes écoles, n'ont même le plus souvent aucune formation de base pour se lancer dans l'entrepreneuriat.

Ils se comparent volontiers avec les entrepreneurs de milieu plus favorisés, qui ont hérité de savoir-faire familiaux, d'un réseau de relations, ont bénéficié d'une formation à la fois formelle (école de commerce...) et informelle (exemple parental...), et bien sûr d'un capital économique.

La création d'entreprise s'accompagne pour eux d'un sentiment d'insécurité et de fragilité important : entrer dans une banque pour demander un prêt, construire un business-plan, identifier les acteurs susceptibles de les accompagner..., c'est une entrée en terre inconnue pour laquelle ils ne sentent pas équipés. Faute de connaissances et de compétences spécifiques, ils s'en remettent à leurs qualités humaines, notamment à leur détermination. Mais on peut supposer un phénomène de sur-sélection : beaucoup abandonnent en chemin.

Enfin le processus de création d'entreprise les amène à réaliser un important travail sur eux-mêmes, notamment afin d'éviter les réactions discriminatoires : vêtements, accent, vocabulaire... ils s'efforcent de gommer leurs origines populaires pour s'éviter des réactions disqualifiantes et asseoir la crédibilité de leur projet.

Quelles ressources spécifiques mobilisent-ils pour y faire face ?

Leur principale ressource est la familiarité avec une population et des territoires dans lesquels d'autres entrepreneurs s'aventurent peu. Ils ont les codes et les relations permettant de s'implanter au sein des quartiers populaires. Ils peuvent compter sur une forte solidarité de leur groupe familial étendu et de leur réseau amical, dans lequel ils trouvent certaines compétences, un accompagnement, mais aussi un premier marché.

Ils mettent également en avant les vertus de la socialisation spécifique qu'ils ont reçue : venir « des quartiers », c'est avoir un dynamisme, une ténacité que d'autres n'ont pas. C'est également avoir une expérience des relations humaines que n'ont pas ceux qui ont été plus protégés. Ils ont le sentiment de pouvoir s'appuyer sur leur capacité à déchiffrer et anticiper les comportements de leurs interlocuteurs. Ils ont confiance dans ces compétences sociales, et dans leur capacité à les transférer à l'entrepreneuriat.

Les entrepreneurs des quartiers et la banque

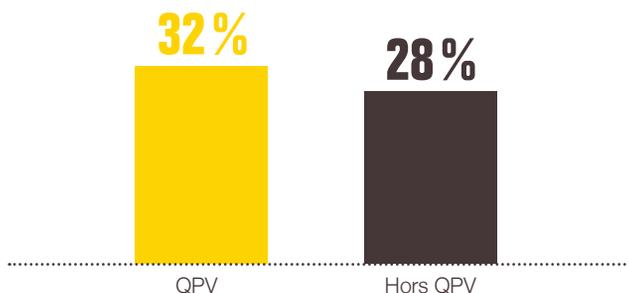
L'accès plus compliqué aux services bancaires

Les entrepreneurs des quartiers ont une probabilité plus importante de rencontrer des difficultés d'accès aux services bancaires.

La notion de difficultés d'accès aux services recouvre ici trois aspects : ouvrir un compte bancaire professionnel, obtenir l'autorisation de découvert, et obtenir un financement. Presque un tiers des entrepreneurs des quartiers rencontre des difficultés d'accès aux services des banques au moment de la création de leur entreprise. L'analyse statistique nous permet de dire que le différentiel entre les entrepreneurs des quartiers et les autres (32 % versus 28 %) est significatif.

• PART DES ENTREPRENEURS AYANT RENCONTRÉ DES DIFFICULTÉS D'ACCÈS AUX SERVICES BANCAIRES

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)

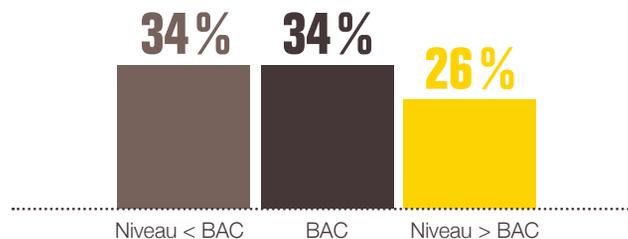


Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

Des difficultés accentuées pour les moins diplômés, et dans les deux principaux secteurs des QPV (le commerce et la construction).

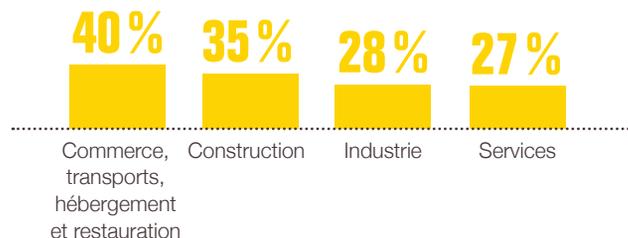
• DIFFICULTÉS D'ACCÈS AUX SERVICES BANCAIRES EN FONCTION DU NIVEAU DE DIPLOME EN QPV

(en % de répondants, à la création de l'entreprise)



• DIFFICULTÉS D'ACCÈS AUX SERVICES BANCAIRES EN FONCTION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ EN QPV

(en % de répondants, à la création de l'entreprise)



Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

Les entrepreneurs des quartiers et la banque

Une relation « à distance »

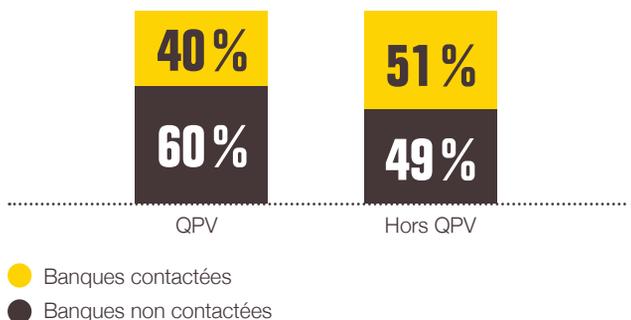
Les entrepreneurs des quartiers se tiennent à distance des banques.

60 % des entrepreneurs des quartiers ne prennent pas contact avec leur banque à la création de leur entreprise, contre 50 % hors quartiers.

Comment expliquer ce différentiel de 10 points ? Il existerait une forme de « réserve » voire de défiance envers les institutions bancaires. L'analyse des données qualitatives suggère une forme « d'autocensure » des entrepreneurs des quartiers, et aussi parfois, une crainte d'être « mal jugés ». En témoigne également un niveau de satisfaction sensiblement dégradé des entrepreneurs des quartiers envers leur banque (score de satisfaction de 68 % versus 79 % hors QPV, un score faible pour ce type d'indicateur).

• RAPPORT AVEC LES BANQUES LORS DU FINANCEMENT INITIAL

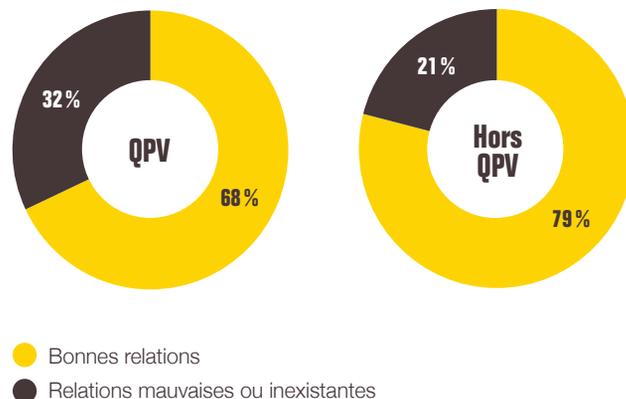
(en % du nombre de répondants)



Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

• ÉVALUATION DES RELATIONS AVEC LA BANQUE PRINCIPALE

(en % du nombre de répondants)



Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

Parole d'expert

“ J'avais souvent le sentiment que certains jeunes qui venaient nous trouver avaient quelques questions à poser et que finalement, d'une certaine manière, ils nous échappaient après. Il y avait le côté système D. J'ai fait mon propre réseau, mais à l'échelle du quartier. Et au final, j'ai quelques questions au niveau fiscal, au niveau du statut. Mais après, pas de demande de financement, ni Adie, ni banque, ou autre. On va se débrouiller de toute façon, je démarre avec mes moyens. Et puis, finalement, je compte un peu sur mon réseau, mes familles et proches. ”

Conseiller dans la création d'entreprise pour une structure d'accompagnement Saint-Denis, Région Île-de-France

Les entrepreneurs des quartiers et la banque

Le recours à l'emprunt peu pratiqué

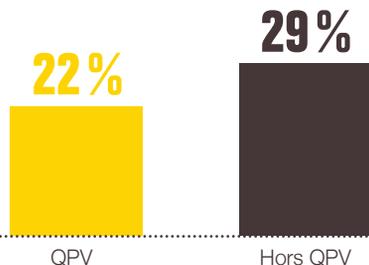
Le recours à l'emprunt est peu ancré dans les usages.

Comme dit précédemment, il existerait aussi une forme d'inhibition envers les institutions, notamment bancaires (« ce n'est pas pour nous »). Certains entrepreneurs n'ont pas recours aux banques traditionnelles également pour des raisons culturelles et se tournent vers d'autres alternatives (ex. tontines).

Ce déficit de recours à l'emprunt bancaire est d'autant plus dommageable que nos analyses sur les données SINE montrent qu'il existe une corrélation positive entre les entreprises qui en ont fait usage et de meilleurs scores de pérennité à 3 ans (83 % contre 70 % pour celles qui n'ont pas contracté d'emprunt), qu'elles soient dans les quartiers ou non.

• CRÉDIT BANCAIRE OBTENU POUR UNE PART IMPORTANTE DU PROJET LORS DU FINANCEMENT INITIAL

(en % du nombre de répondants)



Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

Le recours à l'emprunt n'est pas perçu comme une option possible par les entrepreneurs des quartiers

Paroles de dirigeants

“ Je ne suis pas une personne qui fait des prêts. Travailler, avoir mon argent, et monter mon entreprise. Tout le monde le fait comme ça chez moi et ça marche. ”

Entrepreneur, 19 ans,
Freelance dans l'audiovisuel et le digital
Lognes, Région Île-de-France

“ J'ai toujours géré ma société en « bon père de famille », à savoir : on ne dépense pas l'argent qu'on n'a pas. Puisqu'on ne peut pas le dépenser, la santé financière est extrêmement saine. Il n'y a aucune dette. De toute façon, il y a eu zéro crédit. [...] Mettre le doigt dans l'administratif, dans les banques, c'est rentrer dans un autre système, un système qu'on ne connaît pas et qui n'est pas le nôtre. ”

Entrepreneur, 37 ans
Entrepreneur fondateur d'une agence de design
Montreuil, Région Île-de-France

Le quartier, un marché limité

Un isolement géographique et économique

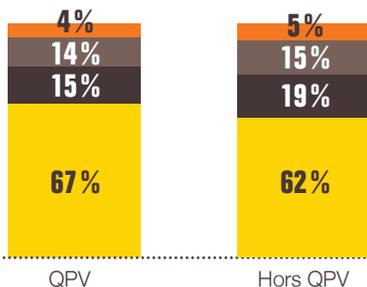
Une entreprise en QPV a moins de chances qu'une entreprise hors QPV d'avoir une clientèle installée en dehors des limites du « local ou de proximité ».

Trois ans après la création, 67 % de la clientèle des entrepreneurs des QPV est locale ou de proximité contre 62 % hors des QPV, un écart significatif.

Ces limites géographiques, mais aussi culturelles (comme l'accès à des réseaux et clubs de dirigeants), ont des conséquences sur la taille des entreprises, leur développement, mais aussi sur la volonté de délocaliser l'activité vers un environnement plus favorable économiquement.

• RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DE LA CLIENTÈLE

(en % du nombre de répondants, trois ans après la création)



- Internationale
- Nationale
- Régionale
- Locale ou de proximité

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2017.

L'isolement économique par le non accès au « réseau », importante dimension relationnelle de l'entrepreneuriat

Paroles de dirigeants

“ On voit bien qu'il y a beaucoup de marchés, beaucoup de contrats qui se signent dans des réseaux internes. Et on ne pourra jamais aller chercher ces clients-là, ceux des clubs. Du coup, c'est plus compliqué. Ça nous ferait gagner beaucoup d'énergie dans le démarchage de bien comprendre tout ce système parallèle des clubs et d'échanges de procédés. Ça c'est quelque chose qu'on ne connaît pas assez. ”

Fondateur d'une société de formation
Rennes, Région Bretagne

“ L'environnement des quartiers est très complexe, avec un déficit criant : le réseau. Tu peux n'avoir aucun diplôme, n'avoir rien dans la tête, mais quand tu as du réseau et que tu sais l'utiliser, tu peux rebondir. Dans ces territoires-là, le réseau, en général, c'est l'environnement proche. ”

Entrepreneur, 42 ans
Cofondateur d'une agence de création de développement de marques et franchises en France et à l'international
Saint-Ouen, Région Île-de-France

Le quartier, un marché limité

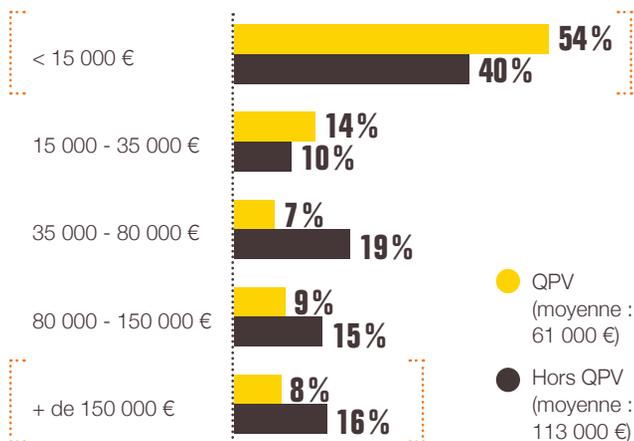
Des projets de moindre envergure

Les projets des entreprises des QPV font presque moitié moins de chiffre d'affaires après la première année d'existence.

Cela s'explique en partie par une plus grande proportion de micro-entrepreneurs dans les QPV (41 % contre 30 % hors QPV), mais pas uniquement puisque même le CA à un an des micro-entrepreneurs en QPV est inférieur à celui de leurs homologues hors quartiers (20 000 € contre 30 500 €, source enquête TMO).

• CHIFFRE D'AFFAIRES HORS TAXE LORS DES 12 PREMIERS MOIS D'ACTIVITÉ

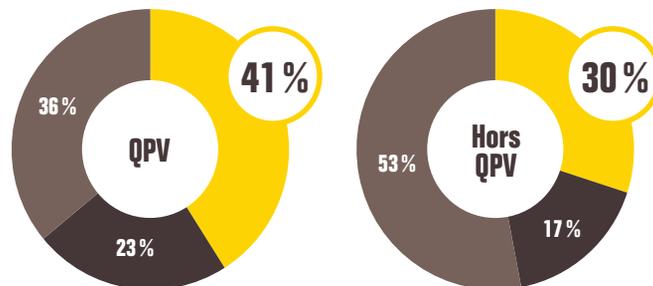
(en % du nombre de répondants)



Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

• RÉPARTITION PAR STRUCTURE JURIDIQUE

(en % du nombre de répondants)



- Micro-entrepreneurs⁽¹⁾
- Entreprise individuelle⁽²⁾
- Société⁽³⁾

Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

Parole de dirigeant

“ En banlieue, je n'ai jamais vu un business plan où on te dit « je vais être racheté dans trois ans ou dans cinq ans ». Ce ne sont pas des projets où on va mettre trois zéros derrière. Quand je vois des projets d'entrepreneurs qui ont fait des écoles de commerce, c'est tout de suite une logique de levée de fonds, avec des fonds d'investissement derrière. ”

Entrepreneure, 37 ans
Fondatrice d'une plateforme numérique d'aide à la gestion,
Paris, Région Île-de-France

⁽¹⁾ Micro-entrepreneur : personne exerçant une activité non salariée en entreprise individuelle avec un chiffre d'affaires limité suivant le secteur d'activité.

⁽²⁾ Entreprise individuelle : entreprise en nom propre ou en nom personnel dont sont exclus les micro-entrepreneurs.

⁽³⁾ Société : toutes les autres formes juridiques d'entreprise.

Le quartier, un marché limité

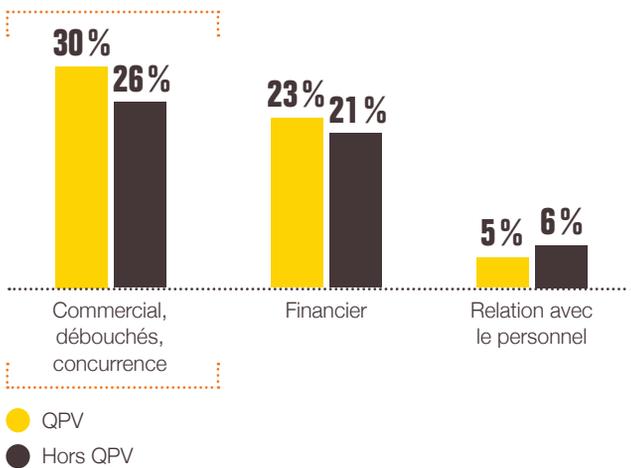
Trouver des clients, première difficulté pour les entrepreneurs

La question des débouchés commerciaux est le premier obstacle au développement mentionné par les entrepreneurs.

Si c'est le cas pour tous les entrepreneurs, c'est encore plus marqué pour les entreprises des QPV. Le constat est le même selon nos deux sources de données (SINE INSEE et enquête TMO Régions). L'isolement géographique et économique explique en partie cette difficulté accentuée, mais nous verrons dans la suite de cette étude qu'il est aussi question de l'accès sur ces territoires aux compétences commerciales et de gestion.

LES TROIS PRINCIPAUX OBSTACLES AU DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE DEPUIS LA CRÉATION

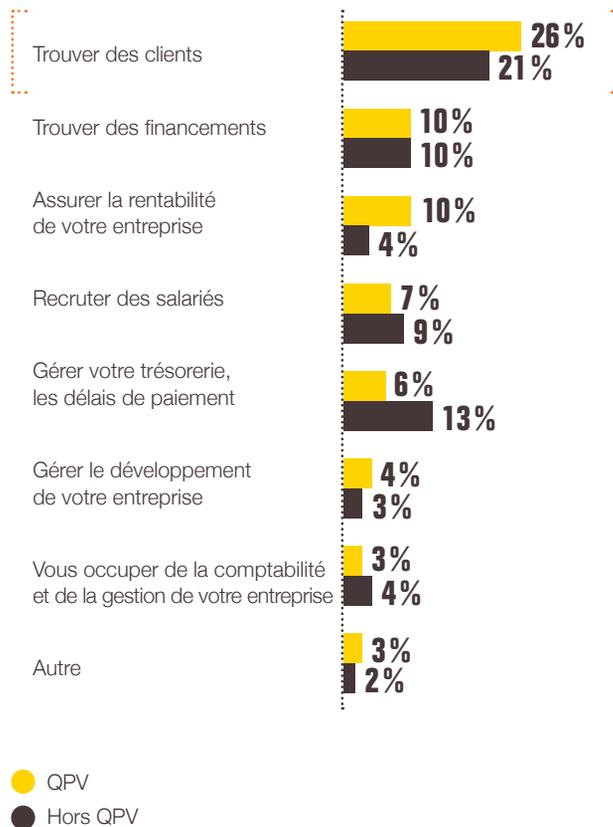
(en % du nombre de répondants, 3 ans après la création)



Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2017.

LA DIFFICULTÉ LA PLUS IMPORTANTE, CELLE AYANT EU LE PLUS D'IMPACT SUR L'ENTREPRISE

(en % du nombre de répondants, 4-5 ans après la création)



Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

Le quartier, un marché limité

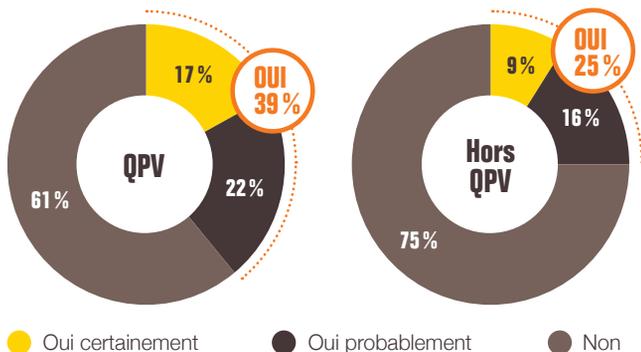
L'environnement économique, premier facteur de départ

Lorsqu'on leur demande s'ils souhaitent changer le lieu d'implantation de leur entreprise, 39 % des entrepreneurs des QPV répondent par l'affirmative, contre 25 % hors QPV⁽¹⁾.

Si l'environnement économique est le premier critère de changement pour 30 % des entrepreneurs hors quartiers, il l'est encore plus pour ceux des QPV (39 %) (cf. graphique ci-contre). Et alors que parmi les trois premières raisons invoquées par les entrepreneurs des QPV on retrouve le rapprochement avec la clientèle et la sécurité, ce n'est pas le cas des entrepreneurs hors QPV. Les raisons de déménager une entreprise des QPV vers l'extérieur sont claires : l'environnement économique, l'accès à la clientèle et la sécurité.

• ENVIE DE CHANGER LE QUARTIER D'IMPLANTATION DE L'ENTREPRISE

(en % du nombre de répondants)

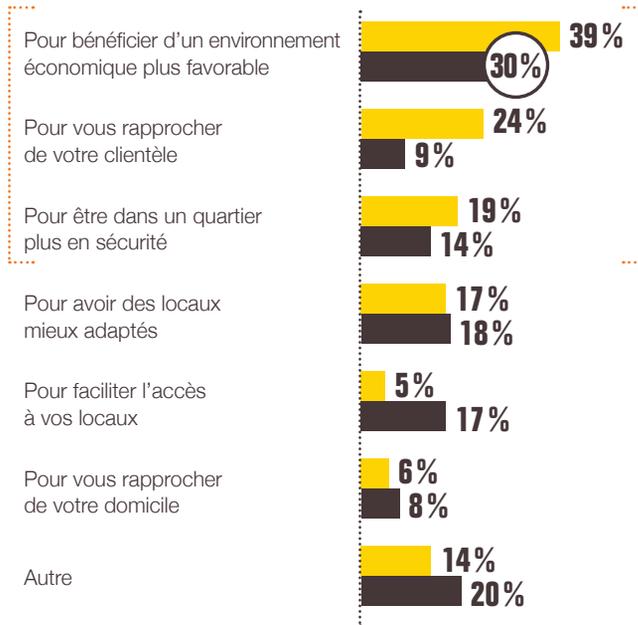


Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

⁽¹⁾ Pour les questions spécifiques aux envies de changer de localisation, ces scores dépeignent une situation peu attractive d'après l'enquêteur.

• RAISONS INVOQUÉES POUR JUSTIFIER LE SOUHAIT DE CHANGER DE QUARTIER

(en % du nombre de répondants, base entrepreneurs ayant envie de déménager, 230 au total)



● QPV
● Hors QPV

Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

La culture entrepreneuriale

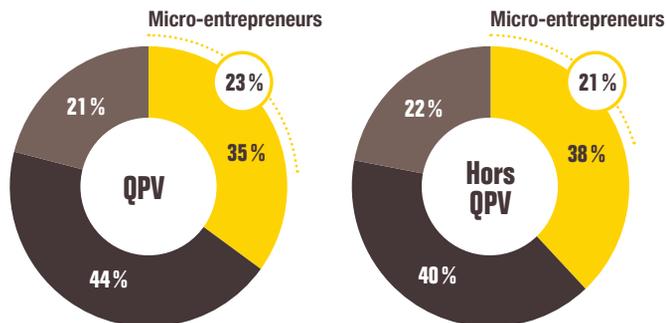
Un obstacle supplémentaire

Seuls 35 % des entrepreneurs des QPV se sont formés au cours des trois premières années suivant la création de leur entreprise, un chiffre qui tombe à 23 % pour les micro-entrepreneurs ⁽¹⁾.

Alors que l'écart n'est pas significatif comparé aux entrepreneurs hors quartiers, on remarque toutefois qu'un nombre légèrement plus élevé d'entrepreneurs des QPV disent ne pas avoir besoin de formation (44 % contre 40 %). Et lorsqu'ils sont formés, ces derniers le seraient moins aux compétences « autres » (commercial, marketing, communication, web) et de gestion. Cela corrobore une vision partagée des compétences du dirigeant très axées sur le cœur de métier et moins sur la gestion même des affaires (qui communique, qui externalise,...).

FORMATION DES ENTREPRENEURS AU COURS DES 3 ANNÉES SUIVANT LA CRÉATION

(en % du nombre de répondants)



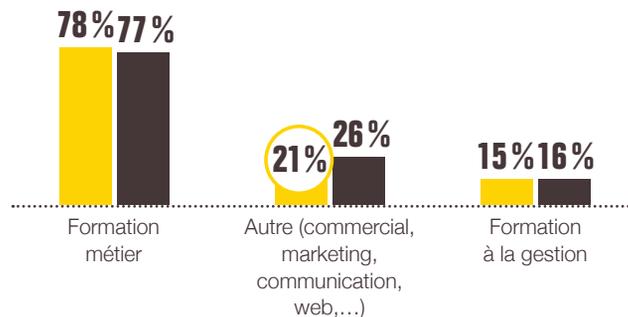
- Oui
- Non, je n'en ai pas eu besoin
- Non, je n'ai pas eu la possibilité d'y accéder

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2017.

⁽¹⁾ Les micro-entrepreneurs sont nettement moins accompagnés à la création (60 % environ contre 40 % pour les fondateurs d'entreprises).

TYPE DE FORMATION REÇUE AU COURS DES 3 ANNÉES SUIVANT LA CRÉATION DE L'ENTREPRISE

(en % du nombre de répondants, entrepreneurs ayant reçu une formation)



- QPV
- Hors QPV

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données Entreprises 2017.

Parole de dirigeant

“ Les entrepreneurs qui sont peu ou pas qualifiés, quand ils montent une entreprise, confondent souvent chiffre d'affaires, résultat net et porte-monnaie. Pour eux le chiffre d'affaires, c'est leur porte-monnaie. Donc là, il y a un vrai travail de formation. ”

Fondateur d'une agence de formation, de médiation et de recrutement
Vaulx-en-Velin, Région Auvergne-Rhône-Alpes

QUES- TIONS À ...



Mejda Naddari

Fondatrice de la société Diam's,
Plateforme numérique d'aide à la gestion
pour les spécialistes de la distribution
Paris, Île-de-France

“ S'il y a une synthèse à faire,
c'est le besoin de formation ”

L'indice entrepreneurial de l'AFE⁽¹⁾ a montré que les habitants des quartiers étaient moins en contact avec le monde entrepreneurial, comment l'expliquer ?

Je dirais qu'il y a eu une survalorisation du modèle du salariat dans les modes d'orientation des jeunes des quartiers. On a pas appris aux jeunes à oser, que ce soit à l'école ou dans les familles.

Par exemple chez moi, la recommandation c'était « accroche-toi à ton boulot ! ». Il fallait faire une carrière dans une structure, idéalement une grosse boîte. J'ai fait du droit par défaut pendant sept ans, avant de bifurquer et de passer par une école de commerce où je me suis révélée parce que savais que je voulais entreprendre. Et ceci depuis très longtemps en vérité, mais mon éducation familiale m'en avait éloignée.

Après on ne va pas se mentir, beaucoup des entrepreneurs qui créent aujourd'hui le font aussi par nécessité. Ce n'est pas « j'ai envie d'entreprendre » mais « je suis obligé d'entreprendre ». Le niveau de chômage actuel dans les quartiers montre les limites d'un idéal de vie professionnelle basé sur le salariat. Dans les familles où il y a un voire deux parents au chômage, il faut prendre son destin en main autrement.

Quels sont les principaux freins au développement des entrepreneurs des quartiers ?

J'accompagne des entrepreneurs à travers l'association « Nos quartiers ont du talent » et je peux vous dire qu'ils ont tous les compétences métier. Maintenant une entreprise – et c'est ça qu'ils oublient souvent – ce n'est pas juste mettre en œuvre une expérience, une expertise, une compétence. C'est gérer. Et là, la gestion de l'entreprise dans deux cas sur trois malheureusement ça fait défaut. Ils ne sont pas gestionnaires. Ils savent très bien faire leur travail mais vont planter leur entreprise parce que malheureusement ils vont manquer de cette dimension « gestion ».

⁽¹⁾ Plus de détails sur les chiffres du rapport en Annexes du document.
L'AFE est l'Agence France Entrepreneur devenue Bpifrance Création.

On entend souvent dire que l'entrepreneur de banlieue est beaucoup plus « débrouillard ». Non. Il s'est mis lui-même dans une situation où il va devoir se débrouiller alors que l'entrepreneur qui a fait HEC il a tellement verrouillé son business plan, qu'il peut se tromper et se rattraper. Il a d'abord une stratégie. L'expertise et la compétence viennent ensuite. C'est ça qui est drôle parce que cet entrepreneur sait qu'il va pouvoir trouver des compétences ailleurs et il va embaucher ou externaliser. Un entrepreneur de banlieue ne pourra jamais se lancer s'il n'a pas d'abord validé la compétence. La grosse différence, elle est là.

Quels seraient les premiers besoins des entrepreneurs des quartiers pour aller au-delà de ces freins ?

S'il y a une synthèse à faire, c'est le besoin de formation. Le taux de sinistralité des entreprises des banlieues, ce n'est pas que parce que tu n'as pas eu de financement ou de formation... C'est le manque des deux ! C'est comme s'il existait un seuil où tu bascules, où le financement te permet de totalement t'émanciper de la formation. Avant ce seuil-là, ta formation est indispensable.

04.

LES FACTEURS



DE RÉSILIENCE

- LES RESSOURCES CLÉS
- INTERNET, LE CHAMP DES POSSIBLES

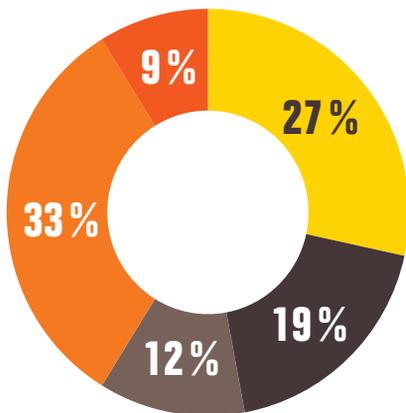
Les ressources clés

Pas que « défavorisés »

La majorité des entrepreneurs implantés dans un QPV n'estime pas avoir implanté leur entreprise dans un quartier défavorisé⁽¹⁾.

• DIRIEZ-VOUS QUE VOTRE ENTREPRISE EST AUJOURD'HUI LOCALISÉE DANS UN QUARTIER DÉFAVORISÉ ?

(en % du nombre de répondants en QPV)



- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Ne sait pas

Source : **TMO Régions** pour **Bpifrance Le Lab**, Enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

⁽¹⁾ Il est important de rappeler que cet échantillon est constitué d'entreprises pérennes au terme de 4 ou 5 ans. Les résultats ici présentés ne reflètent donc pas la situation de l'ensemble des créations / reprises mais seulement celle des unités pérennes.

3 RESSOURCES CLÉS POUR LES ENTREPRENEURS des QUARTIERS



Les ressources clés

Des qualités communes à tous les entrepreneurs mais pas seulement

Les entrepreneurs des QPV font preuve de qualités propres à tous les entrepreneurs comme la détermination et l'ambition. Mais ils mobilisent en plus des ressources spécifiques comme la connaissance de leur marché et la solidarité.



Source : Entretiens réalisés auprès d'une trentaine d'entrepreneurs issus des QPV et experts des questions territoriales.

Hors QPV



Source : **Bpifrance Le Lab** / partenariat de recherche Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis, « L'entrepreneur - La fonction économique de la libre entreprise », 2017- ISTE éditions.

Les ressources clés

Une détermination encore plus forte

Les entrepreneurs issus des quartiers ont reçu un capital social qui leur confère des qualités utiles à la création d'entreprise.

Une solide combativité et une bonne compréhension de son entourage

“ Quand tu viens des quartiers, tu as une niaque que d'autres personnes n'ont pas. Il y a beaucoup d'inconvénients à être des quartiers, je ne le nie pas. Mais il y a plein de choses que tu peux tourner à ton avantage. [...] La compréhension des personnes : un mec des quartiers, il est à l'affût et il sait décrypter une personne assez facilement. Ça peut aussi servir pour la partie commerciale. ”

Entrepreneur, 25 ans
En montage de projet d'une agence de communication digitale
Marseille, Région PACA

“ Être entrepreneur, c'est prendre la tête de la meute. [...] Tous les jours, il faut aller au combat, tu ne peux pas te reposer. ”

Entrepreneur, 21 ans
Projet d'entreprise de nettoyage
Marseille, Région PACA

“ La compétition, ça me manquait. Le monde de l'entreprise m'a ramené vers ces challenges-là : la préparation, la compétition, la réussite, et les combats à mener. La similitude avec le sport, je l'ai retrouvée dans l'entrepreneuriat. ”

Fondateur d'une agence de formation, de médiation et de recrutement
Vaulx-en-Velin, Région Auvergne-Rhône-Alpes

De la persévérance, du dynamisme et de la débrouillardise

“ Dans les quartiers, on est élevés à la dure. Ça m'a apporté de la détermination. Pas que pour la création d'entreprise, mais dans le travail en général. La capacité à aller jusqu'au bout. ”

Fondateur d'une entreprise de pose de fibre optique
Lyon, Région Auvergne-Rhône-Alpes

“ Au début, on ne sait pas comment s'y prendre. On pense qu'on n'a rien. Mais si on travaille un peu, on peut économiser. Moi-même j'ai fait de la manutention, j'ai travaillé à temps partiel, etc. J'essaie d'avoir des fonds pour acheter du matériel et petit à petit j'arrive à monter. ”

Entrepreneur, 19 ans,
Freelance dans l'audiovisuel et le digital
Lognes, Région Île-de-France

“ Avoir grandi dans un quartier, c'est important oui, ça fait de moi un homme. Je garde ça comme une bonne expérience. Positive. Ça m'a appris beaucoup de choses, les bonnes valeurs. On apprend à se débrouiller. Grâce à ça, j'ai découvert la solidarité, l'entraide, la persévérance. On est créatifs, on se débrouille, on fait des activités avec très peu de moyens. ”

Fondateur d'une salle de sport
Marseille, Région PACA

Les ressources clés

Une connaissance du marché local

Les quartiers prioritaires constituent un marché avec ses spécificités que les entrepreneurs qui en sont issus connaissent bien.

Des facilités pour se développer sur des marchés de niche

“ Un certain nombre de clientes, que nous finançons et accompagnons, tiennent une activité qui tourne autour de la restauration : elles préparent des plats traditionnels qu’elles vendent dans la rue, en sortie de gare ou de métro, ou sur les marchés où la demande existe. D’autres de nos clientes importent des tissus d’Afrique ou des tenues africaines déjà cousues pour les écouler auprès de leur entourage (communauté, collègues, famille). D’autres importent des produits alimentaires exotiques ou des épices que l’on trouve difficilement en France. On note que, globalement, ces femmes ont un vrai sens du commerce, elles trouvent des segments dans lesquels existent une vraie demande. ”

Conseiller bénévole pour l’ADIE
Accompagnement des entrepreneurs
Aubervilliers, Région Île-de-France

Une opportunité lorsque ces marchés restent délaissés...

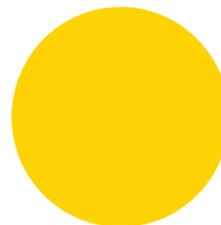
“ Je pense que l’on a accès à un public différent, que certaines entreprises n’iront pas chercher. Tout ceux qu’on appelle les invisibles dans les quartiers populaires. C’est un public que l’on ne voit pas, que l’on n’arrive pas à capter, ou que l’on n’arrive pas à détecter. Quand on est capable de proposer une offre à ce genre de public, on se retrouve dans une niche qui est un avantage économique. ”

Fondateur d’une société de formation
Rennes, Région Bretagne

... Avec au cœur, la solidarité

“ Bien sûr, venir d’un quartier c’est connaître du monde, et ça facilite le bouche à oreille pour le lancement. On s’aide entre nous. Si un ami a un restaurant ou un commerce, je lui fais de la pub, et réciproquement. ”

Fondateur d’une salle de sport
Marseille, Région PACA



Les ressources clés

L'importance des rôles modèles

Le réseau familial étendu constitue la ressource la plus spontanément citée. C'est notamment au sein de la famille que les entrepreneurs trouvent leurs compétences, mais aussi par le mentorat, ou un soutien extérieur

La famille, première source d'aide et d'inspiration

“ Mon cousin a fait des études pour gérer une entreprise. Il est ingénieur en informatique. Il m'a bien aidé sur le business plan et sur le logo. ”

Entrepreneur, 21 ans
Projet d'entreprise de nettoyage
Marseille, Région PACA

“ Mon père était artisan dans le bâtiment. Il a toujours travaillé à son compte et a créé de l'emploi. C'est un modèle chez moi. ”

Fondateur d'une société de formation
Rennes, Région Bretagne

Le besoin de mentorat, pour le partage d'expériences, le réseau, et le soutien que les proches ne sont pas toujours en mesure d'apporter

“ On a besoin d'un mentor ou d'un référent, qui peut parler de ses échecs et de ses réussites. ”

“ J'ai eu un professeur qui fait partie d'une coopérative de business angels, il nous a initié dans son cours. Ça a été le premier cours de toute ma scolarité pendant lequel on m'a parlé de la possibilité de créer son entreprise, etc. ”

Entrepreneur, 25 ans
En montage de projet d'une agence de communication digitale
Marseille, Région PACA

“ Quand tu demandes à un mec de banlieue « qui sont les entrepreneurs ? », il va citer Steve Jobs, Mark Zuckerberg,... Or ce ne sont pas des modèles qu'on peut suivre, en se disant « je peux faire comme lui ». Des entrepreneurs talentueux en banlieue, on en a plein. Il faut les mettre en avant et savoir les accompagner dans leur développement. Ce sont eux les vrais rôles modèles. ”

Entrepreneuse, 37 ans
Fondatrice d'une plateforme numérique d'aide à la gestion
Paris, Région Île-de-France

Les ressources clés

Une solidarité ancrée dans l'activité de l'entrepreneur

Les entrepreneurs que nous avons rencontrés avaient tous un attachement particulièrement fort à leur quartier d'origine, qu'ils en soient partis ou non.

Pour certains, ce lien est constitutif de leur activité, toujours implantée dans et pour les quartiers. Pour d'autres, ce lien passe par l'engagement associatif et notamment du mentoring. Il donne du sens et représente un véritable élément de fierté.

Renvoyer l'ascenseur, un devoir envers son quartier

... **“ C'est vrai que le quartier nous a un peu construit. On est sensible à son aspect solidaire, et du coup, on développe son entreprise en se disant « je renvoie l'ascenseur aux copains du quartier. ”**

Fondateur d'une société de formation
Rennes, Région Bretagne

“ Quand vous passez d'un statut de salarié au statut de chef d'entreprise [...] Là, c'est l'angoisse. Ce n'est plus pareil. Qu'est-ce que je fais de cet argent ? Et tous mes copains sont dans la galère. Je ne peux pas leur donner un billet, ce n'est pas possible. Un, ce n'est pas ma culture, et deux, ce n'est pas leur rendre service. Du coup, c'est là que j'ai inventé le concept de mon entreprise. Je me suis rendu compte que je pouvais être utile, je sais aller chercher les candidats dans les quartiers. **”**

Fondateur d'une agence de formation, de médiation et de recrutement
Vaulx-en-Velin, Région Auvergne-Rhône-Alpes

L'entrepreneur, une figure modèle et tutélaire

... **“** L'entrepreneur idéal c'est celui qui monte, mais qui après fait monter les autres. Peu importe le quartier, peu importe la situation, tout le monde monte. **”**

Entrepreneur, 19 ans,
Freelance dans l'audiovisuel et le digital
Lognes, Région Île-de-France

“ J'aide les jeunes qui ont des difficultés financières, qui veulent passer le permis. J'essaie d'arranger les choses, ils paient au fur et à mesure : 2h par-ci, 2h par-là, quand ils ont l'argent. Moi je sais m'y prendre avec eux alors qu'ils peuvent se sentir mal à l'aise avec d'autres auto-écoles. **”**

Fondateur d'une l'auto-école
Lyon, Région Auvergne-Rhône-Alpes



QUES- TIONS À ...



Clara Hercule

Doctorante en aménagement du territoire
Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
UMR Géographie-Cités

“ On ne peut pas réduire l’ancrage territorial des entrepreneurs à leur seul lieu de résidence ”

Comment définissez-vous l’ancrage territorial d’un entrepreneur ?

L’ancrage territorial des entreprises désigne un certain type de relations entre une entreprise et le « territoire » où elle est implantée. Pour un entrepreneur, avoir une stratégie d’ancrage territorial consiste à tisser des relations localement, afin d’obtenir des ressources locales particulières (la confiance d’un autre acteur, le soutien de la population, des informations sur un marché spécifique), qu’il combine à des ressources globales génériques (infrastructures) pour créer son activité, la développer ou innover. Pour cela, l’entrepreneur ne se contente pas de choisir une localisation optimale pour son entreprise. Il active des ressources spécifiques en mobilisant son réseau social, c’est-à-dire des relations personnelles, professionnelles ou avec des institutions publiques, des associations, d’autres entreprises, etc. Plus ce réseau est « proche » de l’entreprise (au sens géographique et relationnel), plus il y a de chances que les acteurs se fassent confiance et forment un système ancré, favorable au développement économique local.

Quels sont les types d’ancrage des entrepreneurs dans les QPV que vous avez étudiés ?

Dans les quartiers, il y a une différence assez nette entre les entrepreneurs qui résident dans les QPV, et ceux qui viennent s’y implanter, mais qui résident ailleurs. Comme les ressources mobilisées par les petites entreprises sont souvent liées au réseau personnel des entrepreneurs et que celui-ci se construit en partie autour de la résidence, ils ne mobilisent pas les mêmes ressources.

Les entrepreneurs qui ne résident pas dans les QPV ont davantage tendance à mobiliser leur réseau professionnel. Leur « territoire » semble plus étendu, surtout lorsqu’ils sollicitent des dispositifs de financement et d’accompagnement pilotés par les collectivités locales. Toutefois, ils ont parfois une méconnaissance des quartiers qui peut poser des problèmes de recrutement local ou de mésentente avec les habitants. Evidemment, les représentations qu’ils ont des quartiers prioritaires jouent un rôle dans leurs rapports à ces espaces.

Cependant, on ne peut pas réduire l'ancrage territorial des entrepreneurs à leur seul lieu de résidence. La trajectoire personnelle de l'entrepreneur et la constitution du capital social dépendent d'un ensemble de facteurs. Par exemple, les études post-bac distinguent ceux qui ont réussi à tisser des relations dans des groupes sociaux autres que celui de leur voisinage, par le biais de leur présence dans les grandes écoles ou à l'université, de ceux qui s'appuient essentiellement sur des informations et du matériel disponibles dans le quartier. De même le parcours professionnel, l'histoire familiale et le type d'activité déterminent en partie les ressources que l'entrepreneur va mobiliser (plus ou moins d'argent, plus ou moins d'informations, un local, plus ou moins de compétences techniques...), et sa plus ou moins grande maîtrise des codes assimilés à certains groupes sociaux. Un autre facteur d'ancrage important à mon sens est l'existence d'intermédiaires de réseau au niveau local, comme des associations qui aident les entrepreneurs, par exemple.

À partir de ces résultats, quelles seraient vos recommandations auprès des pouvoirs publics ?

L'accès des entrepreneurs à des réseaux d'affaires, d'innovation, d'investissement ou d'acteurs publics peut être limité par la difficulté d'entrer dans ces réseaux. Certaines associations ou certains services publics jouent le rôle de « ponts » entre ces groupes d'acteurs. La politique nationale de démocratisation de la création d'entreprise mise en place depuis 2009 a montré que l'entrepreneuriat dans les quartiers prioritaires pouvait être dynamique, à condition d'apporter aux entrepreneurs un accès à des relations sociales qu'ils ont peu de chances de nouer dans leur quartier ou leur ville de résidence, leur permettant ainsi de combiner plusieurs types de ressources. Les freins à l'ouverture des réseaux sociaux ne viennent pas toujours des entrepreneurs, comme on l'entend souvent pour expliquer leur « manque de réseau ». Même l'accès à certains dispositifs publics leur est parfois difficile car cela nécessite des processus de mise en relation et de confiance propres aux acteurs intermédiaires (comme les associations d'aide aux entrepreneurs). Les codes formels et informels de l'entrée en pépinière d'entreprises, de la sollicitation d'un micro-crédit ou d'un prêt d'honneur, voire le simple fait de demander conseil à un organisme

professionnel, font appel à des ressources cognitives, qui s'acquièrent via un réseau social diversifié. En conséquence, les acteurs intermédiaires s'intéressent parfois davantage aux entrepreneurs qui ne résident pas dans des quartiers, qui sollicitent une aide et semblent s'inscrire plus facilement dans les dispositifs d'accompagnement. Favoriser l'ancrage territorial des entrepreneurs issus des quartiers demande une adaptation de ces dispositifs que les acteurs intermédiaires ne sont pas toujours prêts à mettre en œuvre.



Internet, le champ des possibles

L'accès à l'information et à la connaissance

La généralisation de l'accès à Internet et le développement des réseaux sociaux désenclavent et font tomber une partie des barrières à l'entrepreneuriat dans les quartiers.

Un meilleur accès à l'information et à la connaissance

Un accès facilité à l'international

Une diffusion de nouveaux modèles d'entrepreneurs à travers les réseaux sociaux

Un effacement des questions liées à l'origine sociale dans le développement des business en ligne

Un phénomène de « plateformisation » de l'économie (ex. Uber), un premier pas vers l'entrepreneuriat

Source : Entretiens réalisés auprès d'une trentaine d'entrepreneurs issus des QPV et experts des questions territoriales.

Un meilleur accès à l'information et à la connaissance

La mise en ligne de nombreuses informations sur les sites des réseaux et structures d'accompagnement permettent à tous d'y avoir un accès libre. C'est un avantage dont les entrepreneurs des quartiers ont su tirer parti, avec néanmoins un écart générationnel. Les plus âgés n'ont pas toujours le réflexe de se rendre sur Internet et n'ont pas toujours les mêmes « facilités » que les plus jeunes dans la recherche d'informations et l'utilisation d'outils spécifiques comme les réseaux sociaux ou les plateformes de vente.

Parole de dirigeant

“ Le digital et Google ont démocratisé l'accès à l'information, en règle générale, et encore plus pour l'entrepreneuriat. Ils permettent à des gens qui n'avaient pas de réponse, pas d'avocat ou personne à appeler, d'avoir accès à ces services quasi instantanément. [...]”

En 2019, même les plus jeunes ont tous déjà vu un « tuto » sur l'entrepreneuriat, des choses très simples sur comment faire du business. On voit des YouTubeurs qui sont suivis par des millions de gens. Ils jouent le rôle des communicants et facilitent l'accès. Ils vont t'expliquer comment créer une plateforme de drop shipping : « tu crées avec Shopify, tu ramènes des produits, tu achètes, tu fais, etc. » ... Et le tuto dure quelques minutes. Donc je dirais que les outils encouragent cette culture de l'entrepreneuriat. ”

Entrepreneur, 42 ans
Cofondateur d'une agence de création de développement de marques et franchises en France et à l'international
Saint-Ouen, Région Île-de-France

Internet, le champ des possibles

L'émancipation géographique...

Un accès facilité à l'international

Grâce à des outils comme les messageries instantanées ou les traducteurs, les activités d'import et d'export ont été grandement facilitées. De nombreux entrepreneurs des QPV ont pu mettre en place des activités en lien avec leurs pays d'origine ou en important des marchés extérieurs.

Parole d'expert

“ J'ai accompagné une dame âgée de plus de 45 ans dans ses démarches de création d'entreprise. Elle avait pour projet de vendre des cadeaux et accessoires que l'on remet lors d'événements comme des mariages, baptêmes ou autres.

Une fois le business plan réalisé, il a fallu tout mettre en œuvre et notamment trouver des fournisseurs. Toutes les marchandises étaient achetées depuis la Turquie. Toutes les négociations se faisaient via le net et Google traduction sans avoir mis les pieds en Turquie.

Elle recevait ses échantillons, les montrait aux clients et passait commandes. Certes les accessoires étaient à un prix dérisoire mais elle se rattrapait sur les quantités puisque les clients en prenaient minimum 100 pièces ; 300 pièces, voire plus...

Le risque n'était pas énorme puisque l'activité se faisait depuis le domicile de la créatrice et ça ne demandait pas une grosse ressource financière. Un an après, l'activité tourne plutôt bien ! ”

Chef de projet CitésLab
Avignon, Région PACA

Source : Entretiens réalisés auprès d'une trentaine d'entrepreneurs issus des QPV et experts des questions territoriales.

...et culturelle

Une émancipation de la jeune génération via la diffusion de nouveaux modèles d'entrepreneurs à travers les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont depuis quelques années vecteurs de modèles culturels universels, qui touchent de nombreux jeunes, y compris ceux des quartiers. Parmi ces modèles, la figure de l'entrepreneur jeune et déjà prospère produit des effets de mimétisme et décomplexe la génération Z (« c'est possible »).

Parole de dirigeant

“ La dernière génération est beaucoup moins craintive. Avec les réseaux sociaux, tu peux être partout à la fois et peu importe ton point de départ. Tu peux dire qui tu es au monde entier. Ce que tu aimes, sait faire. Le modèle de diffusion n'est plus un pré carré. Et tu vas beaucoup plus vite.

Tu as beaucoup de réussites nées grâce aux réseaux sociaux et l'exemple le plus inspirant pour de nombreuses jeunes filles est celui de Kylie Jenner, plus jeune milliardaire de tous les temps à 20 ans et en moins de 3 ans !

Tu peux très bien gagner ta vie en jouant à des jeux vidéos avec Fortnite !

Tu peux vendre des produits directement à ta communauté sur ton insta !

En gros, de nouveaux codes ont émergé et il n'y a plus d'obstacles à entreprendre pour peu que tu aies quelque chose qui intéresse ta communauté. ”

Entrepreneure, 37 ans
Fondatrice d'une plateforme numérique d'aide à la gestion
Paris, Région Île-de-France

Internet, le champ des possibles

Un rôle de facilitateur de la création

Un effacement des questions liées à l'origine sociale dans le développement des business en ligne

D'après les entrepreneurs que nous avons rencontrés, le fait d'ouvrir une affaire en ligne permet avant tout de communiquer à partir d'un nom de marque ou d'entreprise.

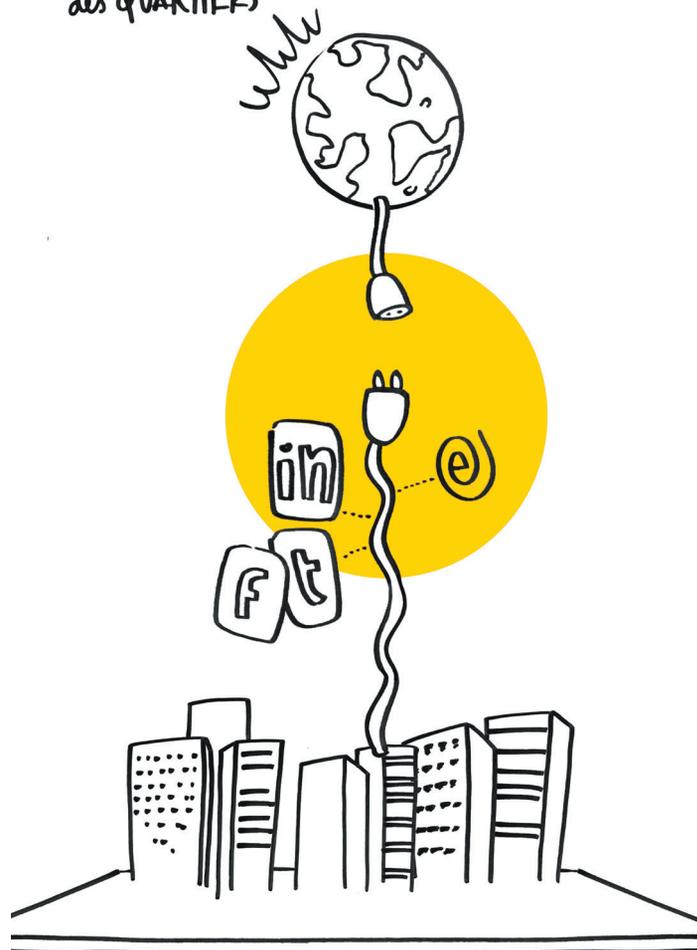
Les barrières culturelles, pouvant parfois générer des comportements discriminatoires, s'effacent au profit d'une pure logique business. Tout ce qui importe, c'est de remplir les termes du contrat et d'être efficace.

Le phénomène de « plateformes » de l'économie, un premier pas vers l'entrepreneuriat

L'apparition des plateformes de mise en relation d'opérateurs en statut micro-entrepreneurs avec une clientèle de masse, comme les transporteurs de personnes VTC ou encore les livraisons de restauration, ont permis à de nombreuses personnes de faire leurs premiers pas dans le monde de l'entrepreneuriat. Que ce soit pour mettre de la trésorerie de côté en vue d'un projet futur, être indépendant, ou encore assurer son propre emploi.

Source : Entretiens réalisés auprès d'une trentaine d'entrepreneurs issus des QPV et experts des questions territoriales.

"INTERNET et
les RÉSEAUX SOCIAUX
REPOUSSENT les LIMITES
des QUARTIERS"



**L'ACCOM-
PAGNEMENT**
■ ■ ■

05.

■ ■ ■

**DES
ENTREPRENEURS**

- **L'AMBITION ENTREPRENEURIALE**
- **L'ACCOMPAGNEMENT
DES ENTREPRENEURS EN QPV**

L'ambition entrepreneuriale

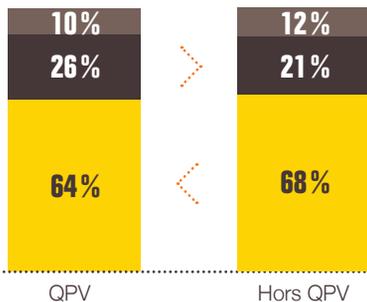
Une dynamique qui s'érode dans le temps

Au moment de la création de leur entreprise et en comparaison avec les porteurs de projet hors QPV, les entrepreneurs des QPV sont relativement moins focalisés sur l'objectif d'assurer leur propre emploi et plus sur celui d'en développer.

Cependant après 4 à 5 années d'existence, ils semblent devenir plus « conservateurs » quant aux perspectives de développement de leur entreprise (CA, effectifs, et rentabilité, cf. graphique ci-contre, données enquête TMO). Un résultat que l'on observe également dès les 3 premières années d'existence (données SINE INSEE⁽¹⁾).

• L'OBJECTIF PRINCIPAL DE L'ENTREPRENEUR AU MOMENT DE LA CRÉATION DE SON ENTREPRISE

(en % du nombre de répondants, hors micro-entrepreneurs)



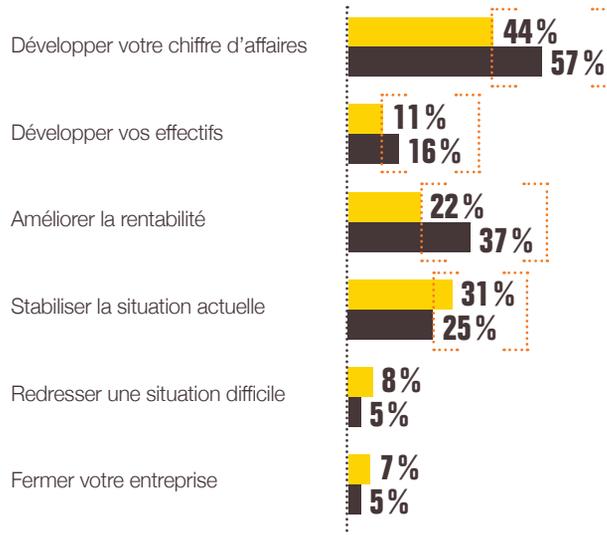
- Développer les investissements
- Développer les emplois
- Assurer son propre emploi

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

⁽¹⁾ Détail disponible dans les résultats SINE sur notre site internet bpifrancelelab.fr

• PERSPECTIVES DU PORTEUR DE PROJET POUR SON ENTREPRISE, 4-5 ANS APRÈS LA CRÉATION

(en % du nombre de répondants, question à choix multiples)



- QPV
- Hors QPV

Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

L'ambition entrepreneuriale

Une vulnérabilité plus forte face aux risques

Alors que les entreprises des quartiers ont autant de chance de survie à 3 ans que les autres, on mesure une plus grande fragilité face aux difficultés du parcours entrepreneurial.

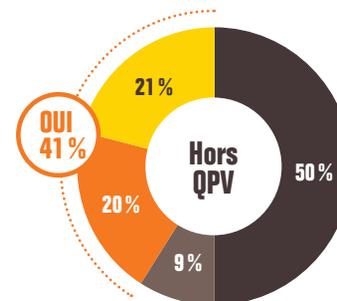
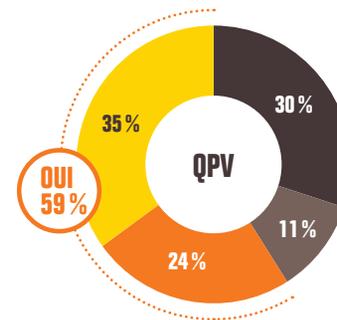
Tout ce qui fait la force des quartiers en matière de résilience entrepreneuriale (détermination, persévérance, énergie), ne suffirait pas à maintenir le niveau des ambitions des entrepreneurs à la création (cf. page précédente).

Les difficultés que nous avons relevées dans les QPV - environnement socio-économique, marché limité, faibles investissements de départ, accès aux services bancaires plus restreints – semblent peser davantage au fur et à mesure du développement de l'entrepreneur, exerçant comme une force de rappel sur la dynamique entrepreneuriale première.

Par conséquent, les entrepreneurs des quartiers se sentent plus vulnérables que les autres face à leurs difficultés. Comme le montre le graphique ci-contre, les obstacles que rencontrent les entrepreneurs des QPV sont vécus comme mettant en risque la société pour 59 % d'entre eux, contre 41 % hors quartiers. Une différence de perception qui est loin d'être négligeable.

Se pose alors la question de l'accompagnement de ces entrepreneurs sur ces 5 premières années décisives pour la survie et le développement du projet.

- DIRIEZ-VOUS QUE LA PRINCIPALE DIFFICULTÉ QUE VOUS AVEZ RENCONTRÉE AIT MIS EN PÉRIL L'EXISTENCE DE VOTRE ENTREPRISE ?
(en % du nombre de répondants, base entreprises confrontées à une principale difficulté soit 543 répondants)



- Non, pas de nature à provoquer la fermeture
- Oui, mais avec un faible risque de fermeture
- Oui, avec un risque moyen de fermeture
- Oui, avec un fort risque de fermeture

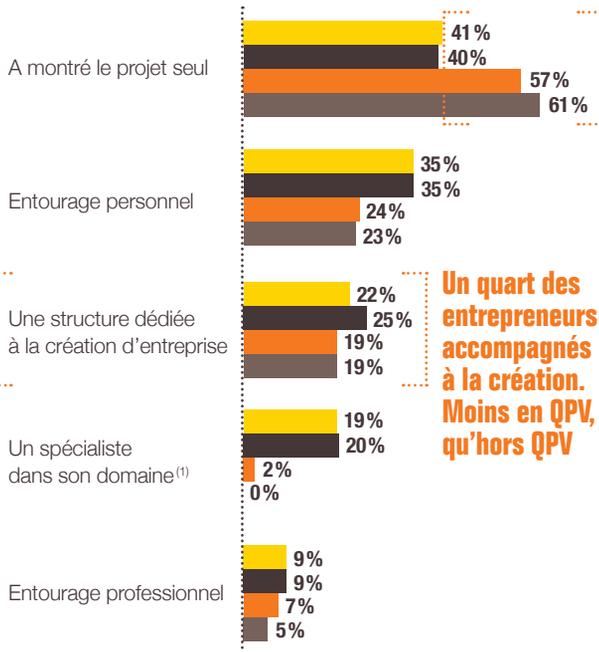
Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

L'accompagnement dans les QPV

Ni « plus » ni « moins » accompagnés

• APPUIS REÇUS AU MOMENT DE LA CRÉATION DE L'ENTREPRISE

(en % du nombre de répondants, question à choix multiple si n'a pas répondu « seul »)



Un quart des entrepreneurs accompagnés à la création. Moins en QPV, qu'hors QPV

- QPV entreprises
- Hors QPV entreprises
- QPV micro-entrepreneurs
- Hors QPV micro-entrepreneurs

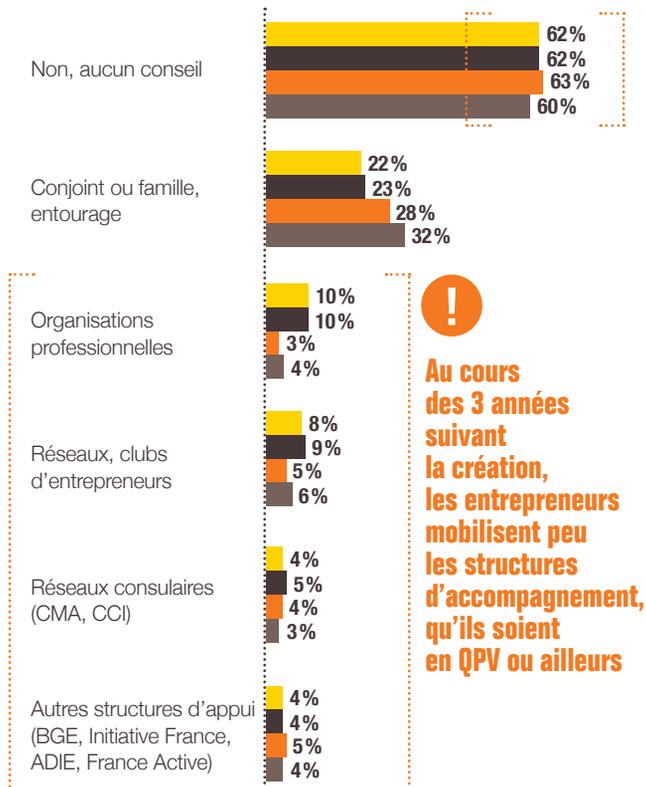
Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises et micro-entreprises, 2014.

⁽¹⁾ Avocat, conseil juridique, fiscal, expert-comptable,...

• SOUTIEN ET CONSEILS REÇUS

AU COURS DES 3 ANS SUIVANT LA CRÉATION⁽¹⁾

(en % du nombre de répondants, question à choix multiple si n'a pas répondu « aucun conseil »)



Au cours des 3 années suivant la création, les entrepreneurs mobilisent peu les structures d'accompagnement, qu'ils soient en QPV ou ailleurs

- QPV entreprises
- Hors QPV entreprises
- QPV micro-entrepreneurs
- Hors QPV micro-entrepreneurs

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2017.

⁽¹⁾ Experts comptables et banquiers exclus.

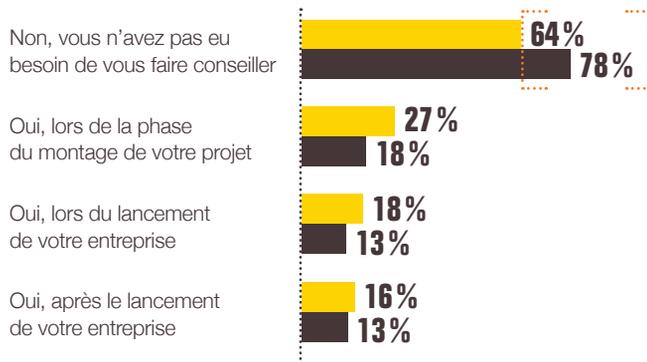
L'accompagnement dans les QPV

Un besoin plus prononcé

36 % des entrepreneurs des QPV déclarent avoir le sentiment qu'ils ont manqué de conseils pour mettre en place leur projet, contre 22 % hors des quartiers. Et plus spécialement, lors de la phase du montage du projet.

• AVEZ-VOUS LE SENTIMENT D'AVOIR MANQUÉ DE CONSEILS, D'ACCOMPAGNEMENTS POUR METTRE EN PLACE VOTRE PROJET ?

(en % du nombre de répondants, question à choix multiple)



- QPV
- Hors QPV

Source : TMO Régions pour Bpifrance Le Lab, enquête réalisée auprès de 700 dirigeants d'entreprises qui ont entre 4 et 5 ans d'existence (350 en QPV et 350 Hors QPV), novembre 2019.

Des structures surtout présentes pour le stade de la création

Une information disponible et encadrée au moment de la création de l'entreprise (statut, cadre légal, bases comptables, etc.), mais qui devient insuffisante lorsqu'il s'agit d'accompagner sur les spécificités des activités (cadre juridique, normes, etc.).

“ Pour la création d'entreprise, j'ai appris les bases en ligne : sur des MOOC, des forums sur Facebook. Ça permet de poser des questions précises, de se nourrir des questions des autres. [...] J'ai les bases, mais il y a des questions spécifiques à mon domaine et là il n'y a plus personne...” ”

Entrepreneur, 25 ans
Projet d'agence de communication digitale
Marseille, Région PACA

L'accompagnement manquerait lui-même d'ambition pour aider les entrepreneurs à « voir plus grand et plus loin » dès le départ.

“ Nous pourrions être accompagnés pour répondre aux marchés publics et exporter notre savoir-faire et participer pleinement à l'économie nationale sans subir l'embargo des groupes internationaux. Nous sommes preneurs de soutiens pour faire des offres aux différents marchés internationaux. Nous souhaitons l'ouverture des conventions entre les pays en voie de développement et les chambres de commerces et de métiers, aux PME et aux entrepreneurs, pour pouvoir s'introduire en tant qu'entreprises françaises, et être des opérateurs économiques consistants. En Europe, en Afrique et pourquoi pas l'Asie. Il y a des pays qui n'ont pas les compétences que nous avons ici. Les marchés en France sont saturés. ” ”

Entrepreneur, 40 ans
Consultant dans le transfert transfrontalier et gestion des déchets
Marseille, Région PACA

L'accompagnement dans les QPV

Des entrepreneurs hors des radars

Les chiffres que nous avons vus montrent qu'il y a une sous-utilisation du potentiel d'accompagnement. Mais comment l'expliquer ?

De nombreux entrepreneurs ne vont pas chercher par eux-mêmes de l'aide auprès des institutions publiques parce qu'ils ne les connaissent pas, par inhibition, par défiance ou encore parce qu'ils estiment pouvoir s'en sortir sans.

Un manque de lisibilité de l'offre, la nébuleuse des structures d'accompagnement

“ C'est dommage qu'on n'ait pas un seul interlocuteur qui nous suive du début jusqu'à la fin. Pas forcément sur tous les aspects, mais qu'il y ait une seule organisation qui permet d'avoir le juridique, le commercial... Sinon, on a un conseiller pour le projet, une autre personne pour le juridique, une autre pour le commercial... ”

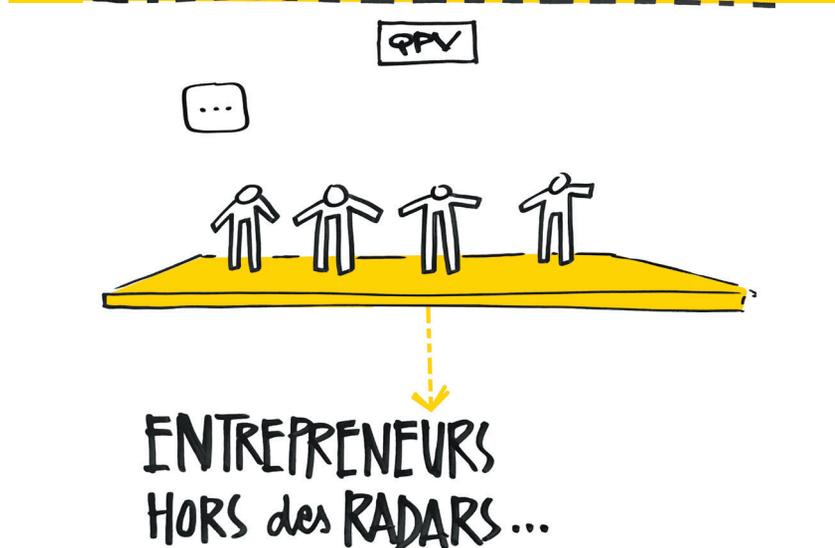
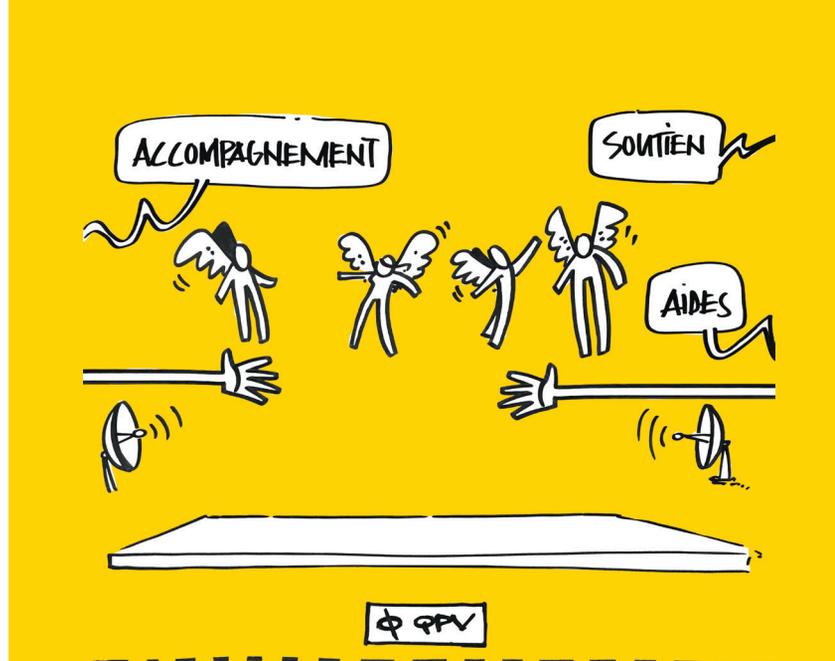
Entrepreneur, 25 ans
Projet d'agence de communication digitale
Marseille, Région PACA

“ Je n'ai jamais été aidé par un dispositif, je n'ai jamais eu l'idée, ni jamais eu la connaissance. ”

Fondateur d'un commerce de vente à domicile,
Région Auvergne-Rhône-Alpes

“ Il y a une concurrence entre BGE, Positive Planet, la CCI, on a du mal à s'y retrouver. ”

Fondateur supérette alimentaire multi-services
Région Rhône-Alpes



06.

ZOOM SUR
■ ■ ■



- **LES FEMMES ENTREPRENEURES**
- **LES ENTREPRISES QUI SUR ET SOUS PERFORMENT**
- **LES ENTREPRENEURS DES ZFU**



LES FEMMES ENTREPRE- NEURES

6.1

Les femmes entrepreneures

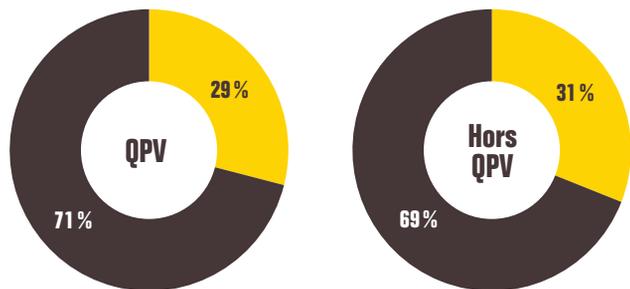
Qui sont-elles ?

Les femmes entrepreneures représentent 30 % de la population de créateurs d'entreprises, dans et hors quartiers.

Les femmes en QPV présentent des caractéristiques relativement proches des femmes entrepreneures hors des quartiers (cf. pages suivantes) mais se distinguent des hommes en QPV de façon plus visible. La lecture des données met en lumière un profil de femme plus jeune, plus diplômée, dont l'activité se situe dans les commerces et les services. Elles conçoivent des projets de plus petite envergure au démarrage, mais non sans ambition au fur et à mesure de l'avancement du projet (cf. niveau d'ambition sur les trois années en cours supérieur aux hommes en QPV, détail pages suivantes).

• RÉPARTITION DES ENTREPRENEURS PAR GENRE

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



● Hommes
● Femmes

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

Quelles sont les caractéristiques saillantes de ces entrepreneurs et de leurs entreprises ? ⁽¹⁾

	Les femmes en QPV	VS	Les hommes en QPV
Tranche d'âge	+ de 30 ans		+ de 45 ans
Diplômes	+ de diplômés du supérieur (70 % niveau BAC et plus)		- de diplômés du supérieur (50 % niveau BAC et plus)
Principaux secteurs	Commerce Services		Commerce Construction Services
Motivations	+ pour assurer son propre emploi		+ pour développer les emplois » et les investissements
Situation avant création	+ de sans emploi		+ de salariés et d'indépendants
Moyens au démarrage	+ de projets < 2 000€		+ de projets entre 2 000 et 6 000€
Dynamique entrepreneuriale	+ formées, + tournées vers les conseils et soutiens extérieurs, grand nombre de clients, + de clientèle locale		- formés, - de « seul avec enfants à charge », + d'obstacles au développement, + de clientèle régionale

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

Les femmes entrepreneures

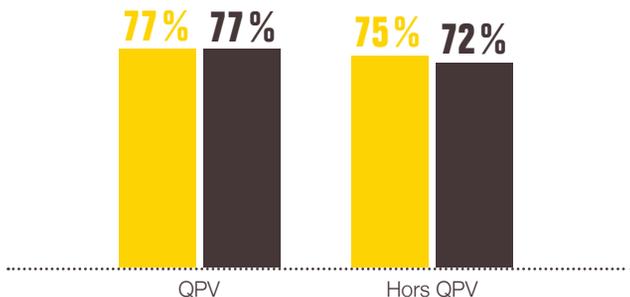
Une pérennité supérieure en QPV

Les entreprises des femmes entrepreneures en QPV présentent des scores de pérennité élevés, semblables à ceux des hommes en QPV et supérieurs à ceux des femmes hors des quartiers.

Selon notre analyse des résultats de l'enquête INSEE sur la création, les entreprises des femmes des quartiers prioritaires enregistrent un taux de pérennité de 77 % à trois ans, qui est égal à celui des hommes en QPV. Ce résultat est valable uniquement en QPV, puisqu'en dehors des quartiers les entreprises dirigées par des hommes sont plus pérennes (75 %) que celles dirigées par des femmes (72 %).

• TAUX DE PÉRENNITÉ DES ENTREPRISES 3 ANS APRÈS LA CRÉATION

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)

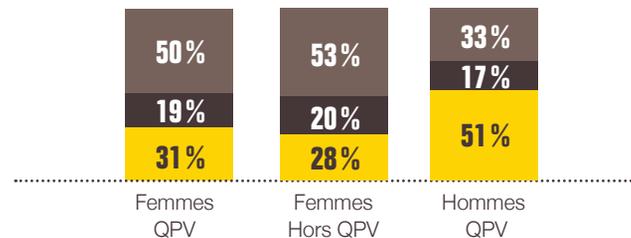


● Hommes
● Femmes

Leur niveau de diplôme et leur appétit de formation sont proches de ceux des femmes hors QPV. Et elles sont plus diplômées et se forment nettement plus que les hommes en QPV dans les 3 années suivant la création de leur entreprise.

• RÉPARTITION DES ENTREPRENEURS PAR DIPLÔME

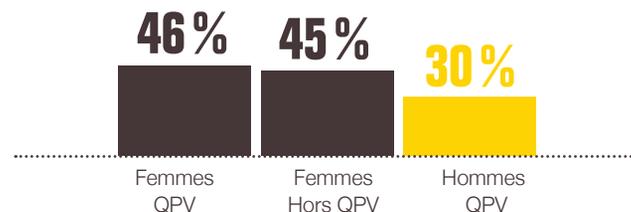
(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



● Niveau > BAC
● BAC
● Niveau < BAC

• FORMATION DES ENTREPRENEURS

(en % du nombre de répondants, au cours des 3 années suivant la création)



Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

Les femmes entrepreneures

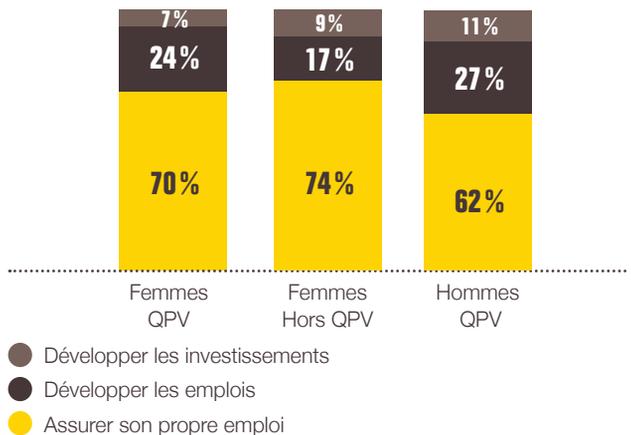
Plus prudentes au démarrage

Les femmes entrepreneures semblent être dans une démarche entrepreneuriale plus prudente que celle des hommes en QPV. Pour autant, elles montrent une forte volonté d'accroître leur activité par la suite.

Les femmes entrepreneures (en QPV et ailleurs) souhaitent en premier lieu assurer leur propre emploi auprès d'une clientèle encore plus locale (70 % et 74 % contre 61 % pour les hommes en QPV). Elles démarrent plus souvent sur des projets de moindre envergure (investissement de moins de 2 000 € au démarrage) comparées aux hommes en QPV. Mais elles sont aussi plus nombreuses que les hommes à montrer une volonté d'accroître fortement leur activité au cours des trois années suivant la création (cf. graphiques ci-contre).

• OBJECTIF PRINCIPAL DU CRÉATEUR

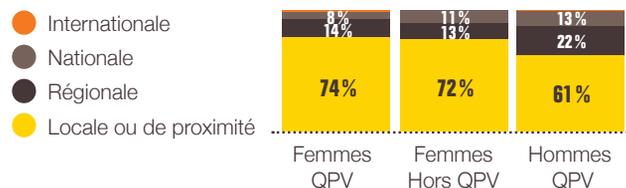
(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

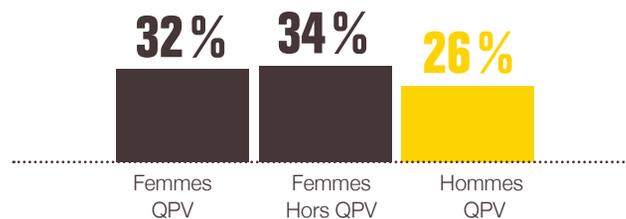
• RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DE LA CLIENTÈLE

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



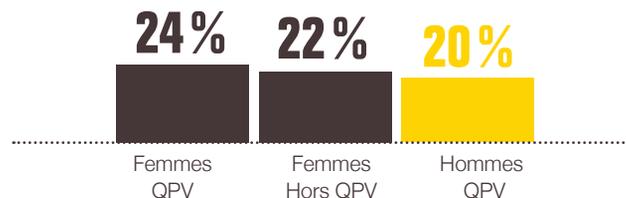
• ENTREPRENEURS MOBILISANT MOINS DE 2 000 € POUR DÉMARRER

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)

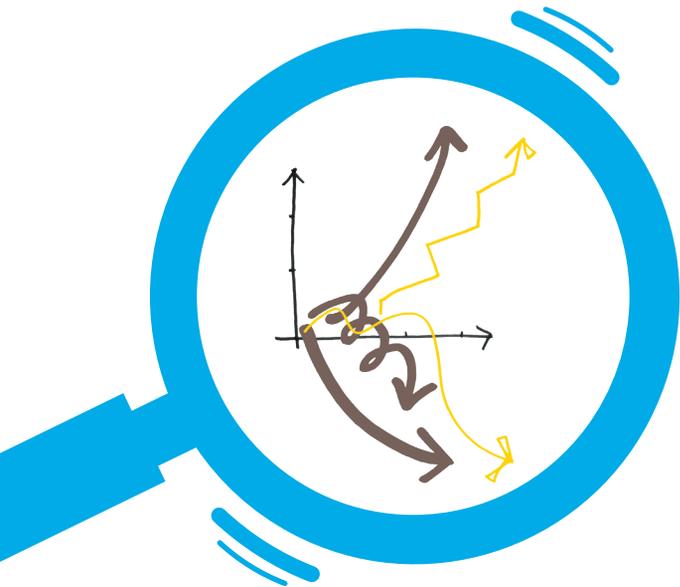


• ENTREPRENEURS DÉCLARANT VOULOIR FORTEMENT ACCROÎTRE LEUR ACTIVITÉ AU COURS DES 3 ANS SUIVANT LA CRÉATION

(en % du nombre de répondants, 3 ans après la création de l'entreprise)



Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.



**LES
ENTREPRISES
QUI SUR
ÉT SOUS
PERFORMENT**

6.2

Les entreprises qui sur et sous performant

Qui sont-elles ?

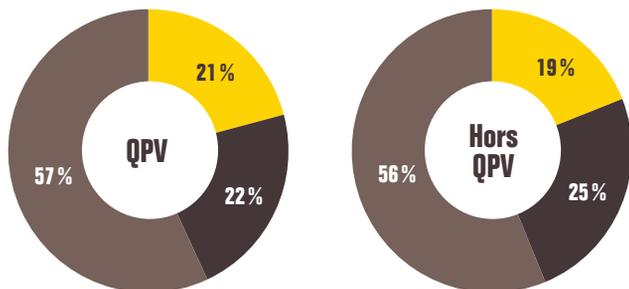
Les entreprises non pérennes et les entreprises qui surperforment représentent chacune un cinquième des entreprises, que l'on soit dans ou hors des quartiers.

Nous définissons comme (i) entreprises surperformentes, celles ayant créé le plus d'emplois trois années après leur création (premier quartile)⁽¹⁾, et (ii) entreprises non pérennes (sous-performentes), celles n'ayant pas survécu trois années après leur création.

Nous avons analysé ces deux sous-échantillons d'entreprises, afin de mettre en lumière des possibles facteurs de performance.

• RÉPARTITION DES ENTREPRISES SELON L'ÉVOLUTION DE L'EMPLOI ET LA SURVIE, 3 ANS APRÈS LA CRÉATION

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



- Surperformentes
- Non pérennes
- Autres pérennes

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

⁽¹⁾ Nous n'avons pu avoir accès à d'autres indicateurs de performance : évolution du CA, niveau de rentabilité, etc.

Quelles sont les caractéristiques saillantes de ces entrepreneurs et de leurs entreprises ? ⁽¹⁾

	Les non pérennes	VS	Les surperformentes
Tranche d'âge	+ de 30 ans		de 30 à 40 ans
Diplômes	+ de diplômés de filières techniques		+ de diplômés de la filière générale
Répartition hommes/femmes	identique à l'ensemble des entrepreneurs		surreprésentation d'hommes
Expérience	+ de « première fois »		+ de « ont déjà créé une entreprise »
Motivations	+ de création de son propre emploi		+ d'opportunité de création ou de reprise
Moyens au démarrage	+ de projets < 2 000 €		2x plus de projets > 40 000 €
Dynamique entrepreneuriale	+ solitaire, + d'autofinancement, - d'usage de services extérieurs, + de recherche de clients, + de clients locaux		+ d'associés dirigeants, + d'emprunts, + d'usage de services extérieurs, + d'embauche, + de clients régionaux

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

⁽¹⁾ Pour toutes ces entreprises, qu'elles soient dans ou hors les QPV.

Les entreprises qui sur et sous performant

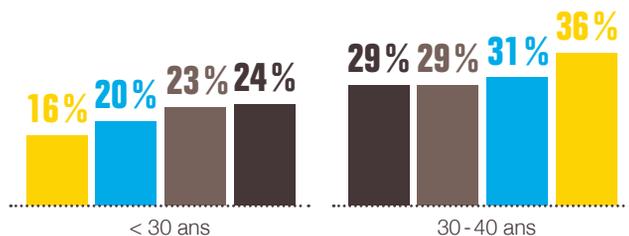
L'expérience, un atout non négligeable

D'après nos analyses, l'effet positif de l'expérience est encore plus déterminant en QPV.

Par expérience, nous entendons la combinaison de trois critères que nous avons détaillés dans les graphiques ci-dessous et ci-contre : l'âge du créateur (plus de 30 ans), le fait qu'il ait déjà créé ou repris une entreprise, et les moyens qu'il a su mobiliser au démarrage de son activité. Nous considérons que plus le fondateur a de l'expérience, plus son entreprise a de chances d'être pérenne et performante. D'ailleurs, nous vérifions que pour chacun de ces critères, les entreprises surperformantes y sont en plus grande proportion par rapport aux non pérennes. Mais le plus frappant, c'est que les entreprises surperformantes des QPV sont les plus représentées sur tous les critères d'expérience, montrant combien cette dernière est un atout fort dans le développement de l'entreprise en QPV.

• RÉPARTITION DE LA POPULATION DES ENTREPRENEURS PAR ÂGE

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)

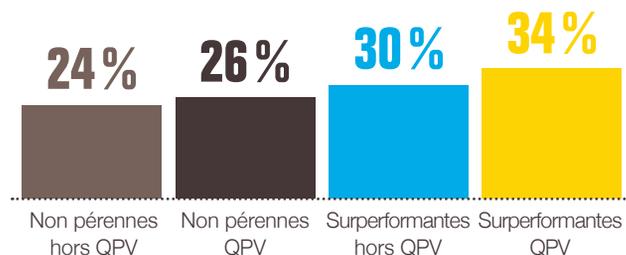


- Surperformantes QPV
- Surperformantes hors QPV
- Non pérennes hors QPV
- Non pérennes QPV

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

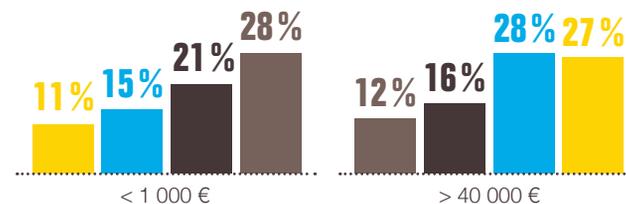
• PROPORTION DE LA POPULATION D'ENTREPRENEURS AYANT DÉJÀ CRÉÉ OU REPRIS UNE ENTREPRISE

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



• RÉPARTITION DES ENTREPRISES EN FONCTION DES MOYENS FINANCIERS MOBILISÉS AU DÉMARRAGE

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



- Surperformantes QPV
- Surperformantes hors QPV
- Non pérennes QPV
- Non pérennes hors QPV

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

Les entreprises qui sur et sous performant

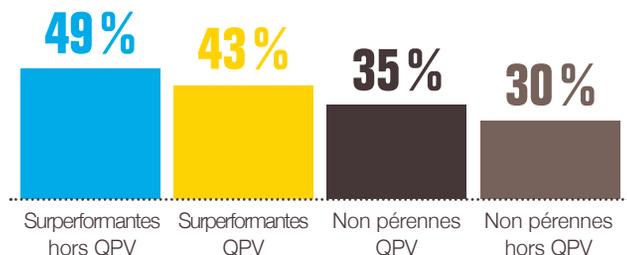
L'impact négatif du quartier sur le recours à l'emprunt...

Le fait d'être localisé en QPV est lié à un moindre recours à l'emprunt et un état d'esprit de l'entrepreneur moins orienté vers la croissance et plus solitaire.

Hors des quartiers, les entreprises surperformantes ont plus souvent recours à l'emprunt bancaire comme source de financement (versus les non pérennes). De même, elles sont dirigées dans une proportion plus importante par plusieurs personnes. Dans les QPV, les entreprises les plus performantes se rapprochent de ces caractéristiques, mais dans une proportion moindre. L'effet « quartier » serait plutôt lié aux caractéristiques opposées (moins de financement par emprunt, direction solitaire, et des objectifs de stabilisation/sauvegarde versus accroissement de l'activité). Ceci suggère que cet effet pourrait brider un gisement de croissance potentiel.

• PART DES ENTREPRISES AYANT UTILISÉ L'EMPRUNT BANCAIRE COMME SOURCE DE FINANCEMENT DU PROJET

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)

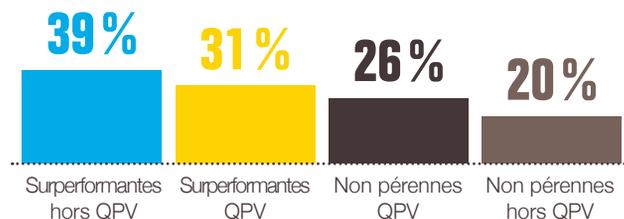


Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014 et 2017.

... et sur la dynamique entrepreneuriale

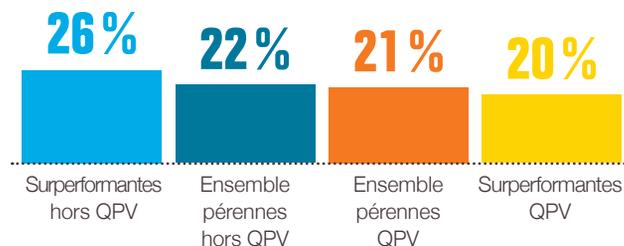
• PROPORTION D'ENTREPRISES DIRIGÉES PAR PLUSIEURS ENTREPRENEURS (VS UN SEUL)

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



• PROPORTION D'ENTREPRISES AYANT EU POUR OBJECTIF D'ACCROÎTRE FORTEMENT LEUR ACTIVITÉ ENTRE 2014 ET 2017

(en % du nombre de répondants, à la création de l'entreprise)



Source : Bpifrance Le Lab, d'après SINE INSEE, données entrepreneurs, 2014 et 2017.



LES ENTREPRENEURS DES ZFU

6.3

Les entrepreneurs en ZFU

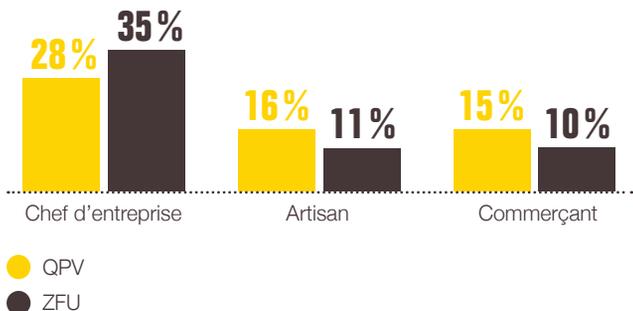
Un dispositif qui bénéficie à des entrepreneurs plus expérimentés

Les entrepreneurs des ZFU⁽¹⁾ présentent des caractéristiques éloignées de celles des entrepreneurs des QPV.

Les entrepreneurs situés en ZFU ont plus d'expérience que les entrepreneurs en QPV. Ils sont plus diplômés et plus formés.

Les entrepreneurs des ZFU se distinguent des entrepreneurs en QPV en se définissant plus souvent comme un « chef d'entreprise », et en étant plus dynamiques sur le développement de l'entreprise, que ce soit en termes d'embauches, de prospection commerciale, de coopération avec d'autres entreprises ou bien d'investissements. Ils sont aussi plus présents sur le secteur des services⁽²⁾.

- **PART D'ENTREPRENEURS SE DÉFINISSANT COMME « CHEF D'ENTREPRISE », « ARTISAN » OU « COMMERÇANT »**
(en % du nombre de répondants, trois ans après la création de l'entreprise)



Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entreprises, 2014.

⁽¹⁾ 21 % des entrepreneurs en quartiers sensibles (QPV + ZFU).

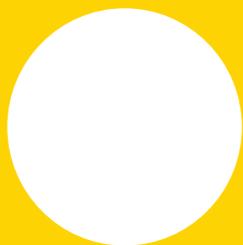
⁽²⁾ Vous pourrez retrouver le détail en chiffres dans les résultats de l'étude publiés sur le site internet bpifrancelelab.fr

Quelles sont les caractéristiques saillantes de ces entrepreneurs et de leurs entreprises ?

	Entreprises en QPV	VS	Entreprises en ZFU
Tranche d'âge	de 30 à 45 ans		de 45 à 60 ans
Diplômes	+ de diplômés de filières techniques		+ de diplômés du supérieurs
Répartition hommes/femmes	un tiers de femmes		un quart de femmes
Statut / Secteurs	+ de « commerçants »		+ de « chefs d'entreprises » + dans les services
Motivations	+ souvent pour assurer son propre emploi		+ souvent pour développer emplois et investissements
Moyens au démarrage	+ de projets < 2 000 €		+ de projets entre 6 000 et 16 000 €
Dynamique entrepreneuriale	- d'embauches prévues - de formation (par choix) + dans la sauvegarde de leur activité + de clientèle locale		+ d'embauches prévues + de formation + dans le développement + de prospection commerciale + de coopération + d'investissements > 15 000 €

Source : **Bpifrance Le Lab**, d'après SINE INSEE, données entrepreneurs, 2014 et 2017.

ANNEXES



L'indice entrepreneurial français 2018

Les principaux indicateurs

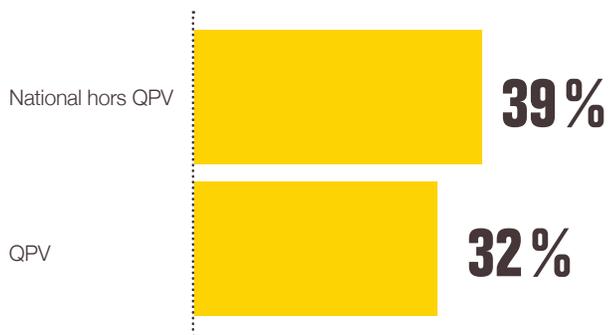
L'indice entrepreneurial de l'AFE mesure la dynamique entrepreneuriale des Français à travers deux composantes :

- la culture entrepreneuriale des Français ;
- l'indice entrepreneurial qui correspond à la part des Français qui a ou a été dans une démarche entrepreneuriale (intentionnistes, porteurs de projet, entrepreneurs en activité et anciens entrepreneurs).

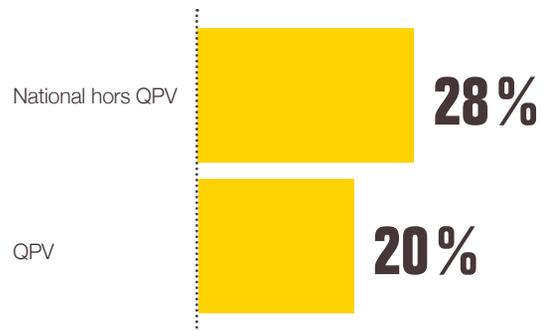
Un focus « quartiers sensibles » versus « hors quartiers » avait notamment été réalisé en 2018.

Le rapport complet est disponible en ligne, sur le site de bpifrance-creation.fr.

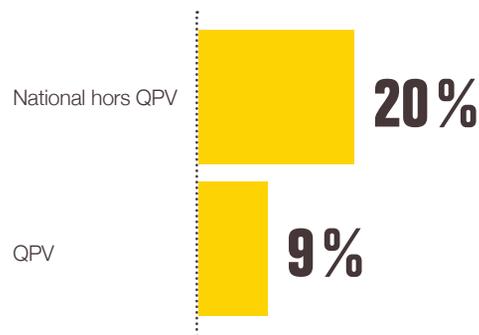
• ANTÉCÉDENTS ENTREPRENEURIAUX



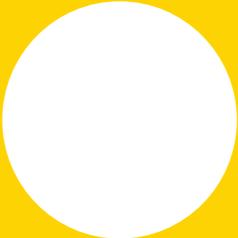
• INCITATION PASSÉE À LA CRÉATION OU REPRISE D'UNE ENTREPRISE PAR LE PASSÉ



• INTENTIONS DE CRÉATION OU REPRISE D'ENTREPRISE



Source : Agence France Entrepreneur, Indice entrepreneurial français 2018.
L'Agence France Entrepreneur (AFE) est devenue Bpifrance Création.



**REMER-
CIEMENTS . . .**

. . .

**ET
BIBLIOGRAPHIE**

Bibliographie

Agence France Entrepreneur, « *Indice entrepreneurial français 2018, une population française toujours aussi dynamique* », (2018)

Association pour le Droit à l'Initiative Économique, « *Entrepreneurs des quartiers : les résultats de la première étude de l'ADIE* », (2017)

Bpifrance Le Lab / Terra Nova, « *Entreprendre dans les quartiers, les conditions de la réussite* », (2016)

Direction Générale des Entreprises, « *L'entrepreneuriat, faits et chiffres* », (2017)

Observatoire national de la politique la ville, « *Mobilité résidentielle des habitants des quartiers prioritaires* », (2017)

Planet Finance / Accenture, « *Entreprendre en banlieue : pas de quartier pour l'exclusion* », (2014)

Observatoire national de la politique de la ville, « *Rapport Emploi et Développement économique dans les quartiers prioritaires* », (2018)

Cahier de recherche du CREDOC, « *L'Entrepreneuriat féminin dans les quartiers populaires* », (2015)

INSEE Première « *Les habitants des quartiers de la politique de la ville - La pauvreté côtoie d'autres fragilités* », (mai 2016)

« *Vivre ensemble, vivre en grand pour une Réconciliation Nationale* », (2018)

« *15 Entretiens* » réalisés par l'association Wahoup pour **Bpifrance**, (2018)

Experts et consultants interviewés

- **Pierre Grosdemouge**, Sociologue indépendant
- **Clara Hercule**, Doctorante Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, UMR Géographie-Cités, Initiative Île-de-France
- **Nadine Levratto**, Directrice de recherche au CNRS, laboratoire Economix, Université Paris-Nanterre
- **Olivier Bouba-Olga**, Professeur des universités en Aménagement de l'espace et Urbanisme, Université de Poitiers
- **Jean-Pierre Boissin**, Chargé de mission interministérielle de coordination du Plan d'action national Étudiants pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat et Professeur des Universités, Université Pierre Mendès France et IAE de Grenoble
- **Sandrine Plana**, Économiste, Université Lyon 3
- **Lorena Clément**, Doctorante, Université Paris-Nanterre



Retrouvez l'enquête
de TMO Régions sur le site internet
bpifrance-lelab.fr

L'auteur tient à remercier tout particulièrement les membres du comité de pilotage, les 700 répondants aux questionnaires de TMO Régions, ainsi que les 27 entrepreneurs et acteurs de terrain qui ont accepté de recevoir les équipes de **Bpifrance Le Lab** pour partager leur vision de l'entrepreneuriat :

Alain Baumaire (ADIE), **Abdel Belmokadem**, **Ahmed Aït Chikh**, **Ali**, **Ella Lambert**, **Imed Bejaoui**, **Jebbar Ischak**, **Joachim Belarbi**, **Julien Coornaert** (La MIEL), **Mady Keita**, **Maela Huon** (SINGA), **Mays Kabouche** (SINGA), **Mejda Naddari**, **Moktar Farhat**, **Moussa Niang** (ADIE), **Nicolas Chapelle**, **Olivier**, **Phu**, **Radouene Bennouri**, **Sandra Augusti Garcia**, **Sophien Boustani**, **Tarek Osman**, **Yassine Chaïb** (CitésLab), **les quatre entrepreneurs d'Aubervilliers** de l'ADIE (format focus group).

L'auteur remercie également :

- **Ahmed Bouzouaïd** et **Radeda Kerbouj**, membres des équipes Bpifrance Création pour leurs participations actives et enrichissantes à la relecture de l'étude ;
- **Eve Barré**, chargée de mission en stage à **Bpifrance Le Lab**, pour sa participation à la réflexion et son appui aux entretiens en face-à-face avec les entrepreneurs et les acteurs de terrain ;
- **Gabrielle Delmon**, chargée de mission en stage à **Bpifrance Le Lab**, pour sa participation à la réflexion et son appui au traitement et à la mise en forme des données SINE INSEE.

Les membres du comité de pilotage

- **Marie Adeline-Peix**, Directrice exécutive, Direction Partenariats Création et Action Territoriale, **Bpifrance**, Sponsor de l'étude
- **Cécile Schoenberg**, Responsable du projet et auteur(e) de l'étude
- **Thierry Pech**, Directeur Général, Terra Nova
- **Stéphanie Mestrallet**, J.P.Morgan
- **Abdeldjellil Bouzidi**, Responsable du Pôle économie, Terra Nova
- **Thibaud Frossard**, Co-responsable de la cellule chiffrage, Terra Nova
- **Simon Matet**, Co-responsable de la cellule chiffrage, Terra Nova
- **Ahmed Bouzouaïd**, Responsable Task Force Entrepreneuriat pour tous, **Bpifrance**
- **Radeda Kerbouj**, Responsable de programmes Task Force Entrepreneuriat pour tous, **Bpifrance**
- **Frédérique Savel**, Responsable du développement, **Bpifrance Le Lab**
- **Clara Hercule**, Doctorante Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, UMR Géographie-Cités, Initiative Île-de-France



www.bpifrance-lelab.fr



www.twitter.com/BpifranceLeLab

Contacts

Élise TISSIER,
Directrice de **Bpifrance Le Lab**
elise.tissier@bpifrance.fr

Cécile SCHOENBERG,
Responsable du projet et auteur(e) de l'étude

Julien SALIN,
Économètre doctorant **Bpifrance Le Lab**
julien.salin@bpifrance.fr

Aurélien LEMAIRE,
Responsable d'études **Bpifrance Le Lab**
aurelien.lemaire@bpifrance.fr

Thierry PECH,
Directeur général de Terra Nova
thierry.pech@tnova.fr

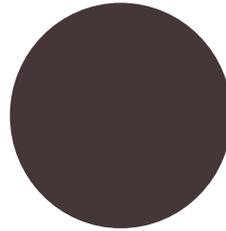
Djellil BOUZIDI,
Responsable du pôle économie de Terra Nova
Directeur fondateur d'EMENA Advisory
Co-auteur de l'étude « Entreprendre
dans les quartiers : les conditions
de la réussite » (2016)
djellil@gmail.com

Pour contacter Bpifrance de votre région

—
bpifrance.fr

Bpifrance

27-31, avenue du Général Leclerc
94710 Maisons-Alfort Cedex
Tél. : 01 41 79 80 00



**SERVIR
L'AVENIR**

