

Sous embargo jusqu'au mardi 9 décembre 2025 à 6h

LA FONDATION ENTREPRENDRE LANCE : « L'OBSEERVATOIRE DE L'UTILITÉ D'ENTREPRENDRE »

« Regards sur un entrepreneuriat d'utilité économique, sociale, territoriale et environnementale. »

Paris, le 9 décembre 2025. Guidé par la volonté de comprendre en quoi l'entrepreneuriat peut être aujourd'hui un levier concret de transformation de notre société, l'Observatoire de l'Utilité d'Entreprendre consiste en :

- **Un baromètre établi avec l'institut OpinionWay**, dédié à confronter les perceptions d'un panel de 1 000 Français·e·s, 500 Entrepreneur·e·s et une centaine d'associations, autour du rôle de l'entrepreneuriat dans notre société.
- **Une enquête qualitative menée par la Fondation Entreprendre et OpinionWay** auprès de 25 acteurs associatifs de l'accompagnement entrepreneurial.

Cette première édition, qui a nécessité près de 13 mois de travail, a permis à la Fondation Entreprendre de dresser plusieurs constats, mais également d'identifier de nouvelles pistes d'intervention pour que l'entrepreneuriat puisse agir comme un réel levier de transformation positive de notre société, au service de l'intérêt général. Le volet barométrique sera édité tous les deux ans et l'enquête qualitative sera enrichie régulièrement au regard des avancées du secteur associatif.

Les 10 principaux enseignements issus de l'Observatoire :

1. L'entrepreneuriat : avant tout un moyen de donner du sens à son action.

Si la dimension économique de l'entreprise occupe une place prépondérante dans les considérations des entrepreneurs, ils sont 89% à faire de la quête de sens le moteur principal de leur démarche. Une dimension partagée par l'opinion publique qui voit à 96% l'entrepreneuriat comme un moyen de trouver et de donner du sens à son travail. Dans cette même logique, 91% des porteurs de projet considèrent qu'entreprendre leur permet d'aligner valeurs personnelles et travail.

2. La création d'entreprise est plus accessible qu'on ne le croit.

Là réside une divergence de point de vue entre les entrepreneurs et le grand public : 55% des citoyens surestiment la difficulté d'entreprendre et jugent l'entrepreneuriat difficile d'accès, contre seulement 27% des entrepreneurs. Une preuve de la persistance du stéréotype de « l'entrepreneur élite », et de la nécessité de « démythifier » et de montrer qu'il est, contrairement aux idées reçues, à la portée d'une grande diversité de profils.

3. L'entrepreneuriat : une aventure collective plutôt qu'individuelle.

La création d'entreprise est avant tout considérée comme une aventure collective où l'épanouissement des individus en central : 75% des jeunes entreprises interrogées mettent en place des politiques RH axées sur le bien-être au travail, le développement des compétences et l'égalité salariale. Les entrepreneurs souhaitent également impliquer davantage leurs collaborateurs dans les décisions, avec des employés consultés dans 57% des cas. Pour autant, la gouvernance de l'entreprise demeure centralisée : 2 entreprises sur 5 seulement partagent le pouvoir décisionnel avec leurs salariés.

4. La force de l'ancrage et de la coopération territoriale.

En écho à une volonté soutenue par l'opinion publique (à hauteur de 89%), les porteurs de projets sont de plus en plus impliqués dans leurs territoires : 71% d'entre eux s'estiment assez ou très ancrés localement. Un ancrage qui se traduit de plusieurs manières : la création d'emploi (pour 86% des entrepreneurs), ainsi que le recours à des fournisseurs locaux (84% des entreprises interrogées y font appel). L'entrepreneuriat s'avère être un catalyseur de coopération sur le territoire, et contribue par-là même à sa (re)vitalisation.

5. L'engagement social et environnemental des entrepreneurs est en hausse.

Les porteurs de projet estiment d'ores et déjà répondre positivement aux enjeux sociaux, sociaux, environnementaux et économiques : 76% des répondants considèrent que leur entreprise a impact social positif modéré à significatif, 69% un

impact positif sociétal, 66% un impact positif économique, 51% un impact positif environnemental. À noter, ce dernier aspect constitue une préoccupation grandissante chez les entrepreneurs puisque 68% d'entre eux pensent que l'entrepreneuriat devrait jouer un rôle important ou essentiel pour résoudre les enjeux de la transition écologique (34% se fixent des objectifs concrets pour y parvenir). Du côté de l'opinion publique, les jeunes (18-24 ans) sont les plus exigeants : 59% pour d'entre eux souhaitent que l'activité même de l'entreprise soit axée sur un enjeu social ou environnemental.

6. De nouvelles formes d'entrepreneuriat se développent.

Pour l'opinion publique comme pour les entrepreneurs, « l'entreprise » demeure la structure entrepreneuriale de référence. À ceci près que la forme de l'entreprise connaît une évolution profonde, tout particulièrement chez les entrepreneurs de moins de 30 ans. Ils sont de plus en plus nombreux à adopter ou vouloir adopter de nouveaux modèles socio-économiques (social et solidaire pour 63% ; collaboratif pour 62% ; circulaire pour 55% ; régénératif pour 52%) ou bien à opter pour des modèles d'entreprises engagées (l'entreprise à mission pour 59% ; B-Corp pour 44%). Des chiffres qui illustrent le volontarisme des entrepreneurs à renforcer l'utilité sociale et environnementale de leur projet.

7. Le secteur associatif joue un rôle unique dans la création d'entreprise.

Les conclusions quantitatives et qualitatives illustrent la place majeure occupée par les réseaux d'accompagnement associatif dans le processus de création d'entreprise. Tout d'abord parce que les associations sont les partenaires de proximité des entrepreneurs par leur ancrage local, mais également en ce qu'elles sont en capacité d'accompagner des publics fragiles, de favoriser l'accessibilité de l'entrepreneuriat et d'intégrer les 4 dimensions de la création d'entreprise.

8. Pour être utile, l'entrepreneuriat doit respecter 4 impératifs.

Les résultats de l'enquête terrain montrent que, pour constituer un levier de transformation positive de notre société et de notre planète, l'entrepreneuriat doit intégrer 4 dimensions à part égale. La première consiste en la « posture » de l'entrepreneur et sa capacité à vouloir faire ensemble, un critère indispensable. La deuxième concerne « l'intention » de l'entrepreneur, soit la démarche qui transforme une envie en un objectif concret et un projet viable. Le « projet », dans un troisième temps, qui se doit d'être incarné et pensé dans la longévité. Finalement, la « coopération » est la source même de l'entrepreneuriat : un entrepreneur n'est pas seul et n'a jamais vocation à l'être.

9. L'entrepreneuriat est source d'effets positifs massifs.

Au-delà de considérations strictement macroéconomiques l'entrepreneuriat se distingue par sa capacité à créer de la valeur socio-économique (l'ADIE estime que 1€ investi dans une entreprise permet une création de valeur de 4,94€) ; à favoriser le retour à l'emploi durable ; et à contribuer à la vitalité et l'attractivité des territoires. Le processus de création entrepreneuriale est également vertueux en ce qu'il favorise l'insertion professionnelle, augmente la pérennité des entreprises et renforce les compétences techniques ainsi que relationnelles des porteurs de projets.

10. L'entrepreneuriat : un levier au fort potentiel ... mais qui nécessite un meilleur déploiement.

L'Observatoire identifie plusieurs freins à la démocratisation de l'entrepreneuriat : une culture entrepreneuriale limitante ; un manque de reconnaissance et des financements moindres pour les acteurs associatifs de l'accompagnement ; un entrepreneuriat parfois trop cloisonné et trop centralisé dans le fonctionnement des pouvoirs publics ; une offre d'accompagnement qui ne rencontre pas toujours son public et un manque d'ingénierie.

Ces enseignements et leurs analyses sont disponibles dans le Livre Blanc consacré, avec la participation de Thomas Huriez, fondateur de la marque 1083,

Elisabeth Laville, fondatrice de l'agence Utopies,

ou encore Amir REZA-TOFIGHI, président de la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME).

[Le livre blanc de l'Observatoire est téléchargeable ici](#)

« L'Observatoire de l'utilité d'entreprendre a pour objectif d'explorer ce que représente l'entrepreneuriat en France aujourd'hui : ses perceptions, ses motivations, ses impacts. Il met également en lumière le travail de terrain des structures associatives, qui aux côtés des porteurs de projets, activent tout le potentiel de l'utilité d'entreprendre. Elles renforcent la dimension collective de l'entrepreneuriat, de son impact économique, social et environnemental. Grâce à cet Observatoire, nous souhaitons démontrer de façon objective et pragmatique que l'entrepreneuriat est un réel levier de transformation positive de notre société et de notre pays. Un levier qui rassemble économie et intérêt général, entreprise et citoyens. » **Thibault de Saint Simon, Directeur Général de la Fondation Entreprendre.**



Pour participer à la soirée de présentation du 9 décembre prochain, ou pour tout complément d'information ou demande d'interview, merci de contacter l'Agence LEON :

Méthodologie du baromètre (avec Opinion Way)

Entrepreneur-e-s : échantillon de 527 entrepreneurs (ayant créé une entreprise il y a moins de 6 ans). L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de genre, d'âge, et de secteur d'activité. Les résultats ont été pondérés par ces mêmes critères.

Grand Public : échantillon de 1014 Français âgés de 18 ans ou plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de genre, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région et de taille d'agglomération. Les résultats ont été pondérés par ces mêmes critères.

Associations : échantillon constitué de 95 associations accompagnant des entrepreneurs. Aucun quota n'a été appliqué et l'échantillon n'a pas fait l'objet de redressement.

Méthodologie de l'enquête terrain (avec Opinion Way)

Associations : échantillon constitué de 25 associations accompagnant des entrepreneurs. Aucun quota n'a été appliqué et l'échantillon n'a pas fait l'objet de redressement. Les associations ont participé à deux ateliers de réflexion collective autour des freins et leviers à l'utilité d'entreprendre.

À propos de la Fondation Entreprendre

La Fondation Entreprendre est la seule fondation reconnue d'utilité publique à défendre la cause entrepreneuriale en France. Depuis 2008, elle finance, fédère et pérennise l'écosystème associatif agissant sur le champ de l'entrepreneuriat. Elle articule son action autour de trois enjeux : favoriser l'entrepreneuriat comme vecteur d'émancipation sociale et professionnelle en le rendant accessible au plus grand nombre (les femmes, les personnes en situation de handicap ou de réinsertion...) ; développer le dynamisme économique et social des territoires les plus fragiles et isolés (les QPV ou les zones rurales...) ; et encourager les projets à impact positif sur les enjeux sociaux, sociaux et environnementaux.

La Fondation Entreprendre est engagée auprès de 41 projets ou associations sur le territoire national, représentant 119 683 bénéficiaires, 22 465 entreprises créées ou reprises et 78 906 emplois créés en 2024. Elle a 6 fondations sous son égide et gère La Filature, pépinière d'une dizaine d'associations dédiée à la cause entrepreneuriale.

Pour en savoir plus : <https://www.fondation-entreprendre.org>

Sur LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/fondation-entreprendre>