

CHAPITRE 8

L'entrepreneuriat senior : un potentiel encore négligé ? Caractéristiques, perception de l'entrepreneuriat et motivation entrepreneuriale chez les plus de 55 ans en Suisse

Mathias ROSSI

*Directeur de l'Institut entrepreneuriat et PME
et professeur à la Haute école de gestion de Fribourg*

Introduction

Le développement et la création d'un tissu économique composé majoritairement de petites et moyennes entreprises est vu comme un moyen de dynamiser l'économie et de maintenir ou de créer des emplois, et par là une des priorités des gouvernements de la plupart des pays européens. En Suisse, cette volonté se traduit par diverses initiatives, qui ont en général en commun l'idée qu'il est essentiel de susciter et d'encourager l'esprit d'entreprendre et d'accompagner le processus de création d'entreprises auprès de toutes les catégories de la population.

On voit ainsi se multiplier les actions pour soutenir le développement d'activités et la création d'entreprises. Mentionnons par exemple les initiatives en direction :

- des jeunes ;
- des femmes ;
- des chômeurs ;
- des milieux universitaires et des chercheurs.

Il existe bien sûr des initiatives généralistes, comme les prix d'excellence décernés, mais, en Suisse, on constate qu'aucune initiative n'est destinée spécifiquement aux entrepreneurs seniors. Pourtant, le potentiel de création d'activité de la part des seniors est bien présent, et ceci essentiellement pour deux raisons :

– **Les seniors représentent une part croissante de la population**

En chiffres absolus, tout d'abord : à titre d'illustration, en 1900, la Suisse comptait 200 000 personnes âgées de plus de 65 ans, 550 000 en 1960, 1,2 million aujourd'hui, et les démographes prédisent 1,5 million pour 2020, ce qui fait une progression de 650 % (Wanner 2005; Comina 2006). En chiffres relatifs ensuite : les plus de 65 ans représentent 6 % de la population globale en 1900, 10 % en 1960, 16 % aujourd'hui, et 20 % en 2020. Les raisons de cette augmentation sont connues : nous pouvons mentionner principalement :

- l'augmentation de l'espérance de vie ;
- le baby-gap : baisse du taux de fécondité, perceptible dès 1965 ;
- enfin, le baby-boom : augmentation brusque de la natalité dans les années 1945-1965, qui aura un effet amplificateur sur le phénomène.

– **Les seniors disposent souvent d'un certain nombre d'atouts pour lancer une activité**

- **Capital et revenus** : certains n'hésitent pas à parler de nantis. Les personnes du troisième âge sont désormais détentrices de la majorité du capital en Suisse, selon le sociologue René Knüsel, cité dans (Comina 2006). Les données disponibles sont fragmentaires, mais il est possible de donner quelques ordres de grandeur : à Neuchâtel, six couples sur dix disposent d'un revenu annuel supérieur à 60'000 CHF, 30 % ont une fortune supérieure à 500'000 CHF. Enfin, au cours des 10 prochaines années, 200 000 baby-boomers hériteront, ce qui représente plusieurs dizaines de milliards de francs d'héritage (Wanner 2006).

- **Expérience et compétence** : à titre d'illustration, mentionnons simplement ici le niveau de formation des seniors : si les 42 % des travailleurs qui ont aujourd'hui entre 60 et 80 ans sont entrés sur le marché du travail avec comme seule qualification l'école obligatoire, ils ne sont plus que 32 % des 55-64 ans, et 27 % dans la catégorie des 45-54 ans. À chaque génération le niveau général de formation augmente.

- **Réseau social** : les seniors sont généralement intégrés dans un réseau social construit tout au long de la carrière professionnelle.

Or, des freins et des obstacles spécifiques à cette catégorie de personnes existent probablement lorsqu'il s'agit d'envisager ou de concrétiser un projet entrepreneurial, que ce soit la reprise ou la création d'une entreprise. Intuitivement, il est possible d'en lister les grandes catégories :

- **l'accès au financement ou au crédit** : nous avons déjà mentionné plus haut que les aides ciblées étaient souvent (explicitement ou implicitement) réservées à d'autres catégories. Enfin, certaines activités sont bien entendu plus valorisées que d'autres. Il semble ainsi extrêmement difficile d'envisager obtenir des fonds pour une activité dans le domaine du commerce de détail ou de l'hôtellerie – restauration ;
- **les pièges fiscaux** résultant de l'augmentation du revenu grâce à l'exercice d'une activité lucrative parallèlement à l'obtention de rentes ;
- **le manque de soutien** des organismes d'accompagnement à la création d'activité ;
- **le manque de certaines qualifications ou compétences** ;
- **les stéréotypes** liés aux représentations des personnes âgées.

La littérature et un rapide examen des structures existantes à l'étranger (par exemple la fondation PRIME, « the Prince's Initiative for Mature Enterprise » en Angleterre) montrent pourtant qu'un soutien ciblé à cette catégorie de personnes peut se révéler très utile.

Le vieillissement de la population a un coût et des conséquences économiques prévisibles qui donnent donc une acuité toute particulière aux propositions qui iraient en direction du maintien ou du développement de l'activité économique des seniors, autrement dit des personnes d'un âge proche de la retraite, ou ayant dépassé l'âge de la retraite. Pourtant, si les réflexions et les études concernant le maintien en emploi de cette catégorie de la population commencent à être nombreuses, un aspect tend cependant à être encore négligé : c'est la connaissance des entrepreneurs âgés.

L'entrepreneuriat en tant que perspective de carrière devrait pourtant offrir des perspectives intéressantes, voire attrayantes pour cette classe d'âge. Flexibilité quant aux horaires, autonomie dans le choix des méthodes de travail, et enfin bien sûr libre choix de la décision d'arrêter pour prendre sa retraite (OCDE 2005) sont des arguments mis en avant comme avantages de la situation de l'entrepreneur, et ces éléments sembleraient devoir séduire tout particulièrement les seniors. Pourtant, si effectivement on considère généralement que les compétences, l'ex-

périence et l'absence de soucis matériels sont bien présentes chez les seniors, ces derniers restent peu nombreux à se lancer dans une carrière entrepreneuriale. Dépassement technologique ? Attractivité des loisirs ? Manque de compétences ou d'énergie ? Il est certain en tout cas que les facteurs conjugués de l'allongement de l'espérance de vie, les progrès en matière de santé, les pressions dues à l'explosion des coûts liés à la retraite, laissent présager un potentiel certain de développement du nombre des entrepreneurs seniors.

2. Objectifs et état de la question

Nous nous intéresserons donc dans ce travail aux caractéristiques des entrepreneurs seniors, aux perceptions vis-à-vis de l'entrepreneuriat, aux intentions entrepreneuriales et aux motivations des entrepreneurs seniors.

Si en Suisse, il n'existe pas actuellement d'étude empirique spécifique consacrée aux entrepreneurs seniors, à l'étranger, et principalement dans les pays anglo-saxons, l'importance de l'entrepreneuriat senior en tant qu'objet de recherche est plus marquée. Cependant, les recherches empiriques portant spécifiquement sur les entrepreneurs seniors, entendus ici comme les personnes proches de la retraite ou déjà retraitées et qui se lancent pour la première fois dans la création d'entreprises, sont récentes. Mentionnons à titre d'exemple (Akola 2008) ou (Kautonen 2007).

Les travaux disponibles traitant spécifiquement des entrepreneurs seniors ou abordant le sujet sont malaisés à exploiter parce que les concepts ou les définitions ne sont pas encore stabilisés, et qu'ils recouvrent ainsi des problématiques ou des conceptions assez éloignées les unes des autres. Si l'on considère le vocabulaire tout d'abord, (Weber and Schaper 2003) mentionnent pour les travaux en langue anglaise les termes « grey entrepreneurs, senior entrepreneurs, older entrepreneur, seniorpreneurs, third age entrepreneurs ». En français, on rencontre « entrepreneurs seniors », « entrepreneurs âgés » ou « entrepreneurs du troisième âge ».

Plus important, la réalité que recouvrent ces termes n'est pas toujours la même. La classe d'âge varie entre 50 ans et plus (et même 45 ans dans certains cas) et 65 ans et plus. D'autres études plus générales sur les entrepreneurs ont des catégories d'âge, mais s'arrêtent à 65 ans. C'est le cas de l'étude « Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ». C'est gênant, parce qu'en Suisse, l'âge officiel de la retraite est fixé précisément à 65 ans pour les hommes, et qu'il pourrait être intéressant de disposer de données sur des entrepreneurs ayant dépassé l'âge de la retraite.

Enfin, le concept même d'entrepreneur senior n'est pas fixé : pour certains il s'agit de personnes ayant une activité d'entrepreneur à l'âge indiqué, peu importe que cette activité ait débuté dans la jeunesse de l'entrepreneur. Pour d'autres, il s'agit d'une nouvelle activité entrepreneuriale, mais on ne s'interroge pas sur l'activité précédente de l'entrepreneur, s'interdisant ainsi de distinguer les « entrepreneurs en série » des « entrepreneurs naissants ».

Malgré tout, les travaux consultés permettent de poser quelques hypothèses sur les caractéristiques des entrepreneurs seniors.

2.1 Caractéristiques démographiques

Il semblerait que les entrepreneurs seniors soient essentiellement des hommes, comme c'est le cas chez (Patel 2006), qui étudie les personnes ayant pris contact avec la fondation PRIME en Angleterre. (Weber and Schaper 2003) arrivent à la même constatation. Précisons que ces derniers intègrent aussi les entrepreneurs en série et les entrepreneurs parvenus à l'âge considéré, quelle que soit la date du début de leur carrière d'entrepreneurs. Les raisons à cette prépondérance masculine semblent être le manque de compétences spécifiquement business, le réseau social moins étendu, ainsi peut-être que l'absence de modèles d'identification chez les femmes, tous ces éléments s'expliquant par le fait que les femmes de cette génération ont moins eu l'occasion de faire carrière. Si ces éléments sont exacts, nous pourrions voir augmenter la proportion de femmes parmi les entrepreneurs seniors au cours des prochaines années.

Même si les entrepreneurs seniors sont peu nombreux, leur nombre semble augmenter. Pour expliquer ce phénomène, (Dollinger, Shaw et al. 2002) formulent comme hypothèse pour le Royaume-Uni des facteurs « push » comme la fin de carrière brutale, l'insuffisance des retraites, et aussi des facteurs « pull » comme la volonté de tirer parti des compétences, de l'expérience et des réseaux construits tout au long de la carrière en tant qu'employé, l'importance croissante de la société de services, et les facilités offertes par internet, qui permettent de démarrer une activité à moindre coût.

2.2 Facteurs de contingence

Une des finalités de l'entreprise est certainement le succès. Les chercheurs se sont donc intéressés à cet aspect de la question et la littérature a tenté de distinguer un ensemble d'éléments que les auteurs pensent être liés avec la réussite de

l'entreprise pour cette catégorie particulière d'entrepreneurs. On a effectivement pu constater que le taux de survie des entreprises lancées par des seniors était plus élevé que celui des entreprises appartenant à des plus jeunes individus. Certains éléments sont en faveur des seniors, alors que d'autres semblent privilégier les plus jeunes entrepreneurs. Parmi les facteurs qui pourraient avantager les entrepreneurs seniors en ce qui concerne le succès de leur démarche, mentionnons l'expérience, le réseau, ou éventuellement les capitaux financiers, éléments *a priori* susceptibles de se trouver plus facilement chez les seniors (Weber and Schaper 2003). A contrario, les problèmes de santé, l'énergie moindre à consacrer à un projet entrepreneurial, mais aussi un niveau d'éducation moins élevé pourrait pénaliser cette catégorie d'entrepreneurs (Akola 2008), (Kautonen 2007). On peut en tout cas affirmer que les seniors sont moins enclins à se lancer dans un projet entrepreneurial que les classes d'âge plus jeunes. (Hart and Blackburn 2004). Il semble donc que les compétences et les capacités à lancer une entreprise sont bien présentes chez les seniors, mais que la volonté fait un peu plus défaut.

2.3 Motivation entrepreneuriale

Enfin, la littérature a soulevé la question de la motivation. L'examen des travaux ne permet pas de distinguer des motivations spécifiques à cette catégorie. On retrouve en effet parmi les raisons qui peuvent amener les seniors à créer leur entreprise la distinction classique des entrepreneurs « par défi » qui choisissent de lancer une activité entrepreneuriale afin de profiter d'une opportunité perçue, des « entrepreneurs par dépit » ou par nécessité, qui se lancent suite à un licenciement, par exemple, mais sans qu'il soit possible de faire une distinction claire entre les seniors et les plus jeunes (Dembinski 2004). Notons enfin que souvent, les motifs évoqués sont « une combinaison de nécessité et d'opportunité », comme l'envie de réintégrer le marché du travail après une certaine absence, comme ce peut être le cas des femmes par exemple.

3. Méthodologie et données

Pour cette étude exploratoire, nous avons procédé à une analyse secondaire des données des enquêtes GEM 2005 et 2007 (Global Entrepreneurship Monitor) pour la Suisse. Le projet GEM est un projet de recherche qui mesure annuellement l'activité entrepreneuriale dans un grand nombre de pays. Quarante-deux pays ont participé à la neuvième édition de GEM en 2007.

Pour le projet GEM, les données sont collectées à partir de trois sources principales :

- une enquête téléphonique auprès d'un échantillon représentatif de la population du pays, au moins 2000 personnes ;
- des entretiens avec des experts en entrepreneuriat ;
- des données standardisées produites par des organisations internationales.

Le projet s'intéresse de manière générale au phénomène de l'entrepreneuriat et aux interrelations entre l'entrepreneuriat et la croissance, ainsi que plus particulièrement à la part de la population qui a créé ou est en train de créer une entreprise.

L'entrepreneuriat y est défini comme un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires visant la création d'une nouvelle entreprise.

Rappelons brièvement le modèle théorique sous-jacent aux enquêtes GEM. Le comportement entrepreneurial est intentionnel, il dépend de la perception de l'attractivité et de la faisabilité de l'action, deux éléments qui sont fonction de facteurs tels que les différences individuelles, et les influences dues à la situation de la personne.

Nous utilisons ici une compilation des données individuelles collectées lors des enquêtes menées auprès d'un échantillon représentatif de la population suisse en 2005 et 2007, les deux dernières années où la Suisse a participé à l'enquête. Vu l'échantillon (n=7604), il n'est pas possible de détailler les résultats par année.

Nous nous intéresserons dans ce travail aux perceptions et aux motivations des seniors, entendu ici comme les personnes âgées entre 55 ans et 64 ans au moment de l'enquête. Cette division se justifie par l'âge légal de la retraite en Suisse (63 ans pour les femmes et 65 ans pour les hommes).

Par comparaison, les « plus jeunes » sont les personnes dont l'âge se situe entre 18 et 54 ans. Nos données ne comptent pas d'individus de moins de 18 ans et de plus de 65 ans.

Dans notre cas, les entrepreneurs seniors sont donc les individus âgés de 55 à 64 ans au moment de l'enquête qui créent pour la première fois une entreprise. Nous essayerons donc dans la mesure du possible de distinguer les entrepreneurs seniors des entrepreneurs en série et des entrepreneurs âgés, qui sont alors les entrepreneurs ayant atteint l'âge de 55 ans, quel que soit le moment où ils ont créé leur entreprise.

Nous aurons quelquefois l'occasion de comparer nos résultats avec des résultats de travaux similaires à l'étranger. Ainsi, (Hart and Blackburn 2004) pour l'Angleterre et (Akola 2008) pour la Finlande, utilisent tous deux les données issues du GEM, mais procèdent cependant de manière légèrement différente, puisqu'ils distinguent les « third age », de 50 à 64 ans, et les « prime age » de 20 à 49 ans.

Les objectifs de ce travail sont donc de dresser un portrait de l'entrepreneur senior en Suisse, de son potentiel et de son importance. Au-delà du portrait, nous aimerions poser les bases d'une réflexion sur l'opportunité d'envisager des programmes de soutien à la création d'entreprise adaptés à cette population. C'est pourquoi nous nous interrogerons sur les obstacles et les difficultés spécifiques que peut rencontrer cette population.

Au vu de la rareté des travaux avec cette problématique, particulièrement en Suisse, cette recherche se veut résolument exploratoire. Elle a aussi un caractère descriptif. Au vu des données disponibles, nous serons particulièrement prudents quant aux interprétations.

4. Résultats

4.1 La perception de l'entrepreneuriat, l'attitude (état d'esprit) vis-à-vis de l'entrepreneuriat chez les seniors

Les enquêtes GEM interrogent les gens sur la perception qu'ils ont de l'entrepreneuriat ou les attitudes qu'ils manifestent vis-à-vis de cette problématique, mais aussi l'image qu'ils se font de la perception de l'entrepreneuriat dans leur pays (avec des questions qui commencent par « dans mon pays... »). Il y a donc la perception individuelle, ou on demande leur avis aux gens sur l'entrepreneuriat mais aussi s'ils estiment avoir des compétences pour lancer une entreprise ou s'ils distinguent des opportunités entrepreneuriales dans un futur proche, et la perception de la culture nationale, plus ou moins favorable à l'entrepreneuriat et aux entrepreneurs. On leur demande par exemple si, dans leur pays, être entrepreneur est un bon choix de carrière, ou si les entrepreneurs ont un statut social élevé.

Pour le GEM, plusieurs études ont démontré que les perceptions liées à l'entrepreneuriat exercent une influence aussi bien sur les activités individuelles que sur les activités régionales (nationales) de création d'entreprises. Le rapport GEM 2005 a aussi démontré que l'environnement social et la culture nationale de l'entrepre-

neur influence de façon prépondérante sa propension à entreprendre. Les personnes qui (1) connaissent personnellement quelqu'un qui a créé une entreprise, (2) perçoivent de bonnes opportunités d'affaire, (3) considèrent avoir les capacités nécessaires pour monter une affaire, et (4) n'ont pas peur de l'échec, sont celles qui ont le plus tendance à devenir des entrepreneurs (Volery, Bergmann et al. 2008).

Voyons en détail la justification des différents éléments, repris de (Volery, Bergmann et al. 2008) :

- **connaissance d'un entrepreneur.** Le fait de connaître personnellement un entrepreneur qui a monté son entreprise peut aider à franchir le pas vers l'entrepreneuriat. En effet, les entrepreneurs jouent le rôle de modèle pour beaucoup de personnes dans leur entourage. Ils constituent aussi des relais importants – notamment pour des prestations d'informations, de conseils, et de capitaux – à l'intention des personnes qui veulent lancer leur propre entreprise ;
- **capacités et expérience pour créer.** Monter une affaire requiert une certaine confiance en soi et des capacités pour franchir le pas vers l'inconnu. Créer une entreprise nécessite un vaste champ de compétences, comme la gestion de projet, les techniques de vente, la capacité à communiquer et à convaincre, ou encore le développement de prototypes ;
- **perception d'opportunités.** La majorité des entrepreneurs se lancent dans les affaires parce qu'ils ont identifié une réelle opportunité, et non par nécessité. L'entrepreneuriat requiert deux principaux ingrédients : d'une part la présence d'opportunités, et d'autre part des personnes qui vont identifier, évaluer et poursuivre ces opportunités. Il est donc clair que le capital humain joue un rôle prépondérant dans l'identification et la poursuite d'opportunités. Le savoir, la créativité, et la motivation constituent ici des caractéristiques individuelles déterminantes ;
- **peur de l'échec.** Ce facteur est souvent évoqué comme frein à l'entrepreneuriat. La peur de l'échec constitue un facteur rédhibitoire à la création d'une entreprise.

Examinons alors les résultats pour notre population :

Tableau 1 – Perceptions individuelles de l'entrepreneuriat : comparaison entre jeunes et seniors

	Jeunes (18-54 ans)	Seniors (55-64 ans)
Je connais personnellement quelqu'un qui a démarré une entreprise dans les deux dernières années	43.2 %	29.3 %
Dans les prochains 6 mois, il y aura de bonnes opportunités pour démarrer une entreprise dans la région ou je vis	30.2 %	28.6 %
J'ai les connaissances, compétences et expérience nécessaires pour démarrer une nouvelle affaire	51.3 %	51.4 %
La peur de l'échec me retient de créer une nouvelle entreprise	31.4 %	30.1 %

Globalement, il n'y a pas de différence marquante entre les seniors et les jeunes en ce qui concerne la perception d'opportunités, les compétences acquises ou la crainte face à un échec. Un élément marque par contre une nette différence : les seniors sont largement moins nombreux à connaître personnellement un entrepreneur.

Il est difficile, avec les données dont nous disposons, d'imaginer une hypothèse qui expliquerait ce décalage. Si on examine ces données dans les détails, on constate que les femmes seniors connaissent encore moins d'entrepreneurs que les hommes. Il est intéressant de constater qu'on remarque un écart du même ordre de grandeur en Angleterre (Hart and Blackburn 2004) et en Finlande (Akola 2008).

Les questions liées à la culture nationale par rapport à l'entrepreneuriat ne montrent pas de grande différence entre les classes d'âge.

Tableau 2 – Perception de la culture nationale vis-à-vis de l'entrepreneuriat

	Jeunes (18-54 ans)	Seniors (55-64 ans)
L'entrepreneuriat est un bon choix de carrière	42.8 %	46 %
L'entrepreneur qui réussit à un statut social élevé	64.9 %	66.4 %

Les autres variables démographiques ne présentent pas non plus de différences significatives. Tout au plus pourrait-on remarquer une attitude légèrement moins favorable à l'entrepreneuriat comme choix de carrière chez les seniors au bénéfice d'une éducation supérieure.

4.2 L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale est mesurée ici par la question « avez-vous l'intention de lancer une nouvelle affaire dans les trois prochaines années ? ». On peut constater immédiatement une grande différence entre les deux catégories de la population que nous avons définie. Alors que les jeunes sont 8.9 % à déclarer vouloir créer une entreprise dans les trois prochaines années, les seniors ne sont plus que 3.1 %.

Tableau 3 – Intention entrepreneuriale, comparaison entre les jeunes et les seniors

	Jeunes (18-54 ans)	Seniors (55-64 ans)
Ont l'intention de lancer une entreprise dans les trois prochaines années	8.9 %	3.1 %

Cet important écart est à mettre en perspective avec le fait que nous n'avons pas constaté de différence significative entre les classes d'âge en ce qui concerne la perception d'une opportunité ou l'image de l'entrepreneur.

Une analyse d'après les variables démographiques parmi les seniors qui déclarent une intention de lancer une affaire dans les trois prochaines années permet de constater qu'il s'agit essentiellement d'hommes, ayant un niveau élevé d'éducation, et des revenus dans les tranches supérieures. Le résultat est ici similaire à ce qu'on a pu observer en Finlande (Akola 2008), et confirme ce qui a pu être senti par ailleurs, par exemple chez (Delmar and Davidsson 2000) par exemple, qui voient un plus grand potentiel entrepreneurial au fur et à mesure que le niveau d'éducation s'élève.

Tableau 4 – Intention entrepreneuriale chez les seniors par niveau d'éducation

Je pense démarrer une nouvelle entreprise dans les 3 ans	
Sans formation	0.5 %
Éducation secondaire partielle	1.9 %
Éducation secondaire	4.2 %
Post-secondaire	4.4 %
Éducation supérieure	7.4 %

D'autres éléments méritent d'être relevés. Ainsi, en examinant la perception de l'entrepreneuriat parmi les seniors on constate sans trop de surprises que ceux qui estiment avoir les compétences nécessaires sont huit fois plus enclins à vouloir lancer une entreprise dans les trois ans, que ceux qui estiment ne pas disposer de ces compétences. De manière analogue, ceux qui ne perçoivent pas d'opportunité intéressante dans les prochains mois sont moins enclins à affirmer vouloir lancer une entreprise dans les prochaines années.

Le deuxième élément à faire une différence est la connaissance d'un entrepreneur. Les seniors ayant l'intention de lancer une entreprise qui déclarent connaître personnellement un entrepreneur sont plus de deux fois plus nombreux que ceux qui n'en connaissent pas. Si l'écart est du même ordre pour les plus jeunes interrogés (environ deux pour un), il faut néanmoins mettre en relation cette information avec ce que nous avons mentionné plus haut, à savoir que les seniors avaient tendance à avoir moins de contacts avec des entrepreneurs. L'importance de l'entrepreneur comme modèle qui à un effet renforçateur de la volonté d'entreprendre semble s'imposer.

Tableau 5 – Intention entrepreneuriale parmi les seniors en fonction de la perception entrepreneuriale : connaissance d'un entrepreneur

	Je vais lancer une entreprise dans les trois prochaines années
Je connais personnellement un entrepreneur	7.9 %
Je ne connais pas d'entrepreneur	2.6 %

Enfin, chez les seniors, mais aussi d'une manière générale, ceux qui ont peur d'échouer (« la peur d'un échec m'empêcherait de lancer une nouvelle entreprise ») sont moins enclins à déclarer vouloir se lancer dans les trois prochaines années que ceux qui ne sont pas d'accord avec la proposition.

À partir de ces résultats, nous pouvons déjà imaginer que, dans la perspective de mettre sur pied un programme spécifique afin d'encourager les seniors à se lancer dans une carrière entrepreneuriale, il ne faudra pas négliger la possibilité qu'ils puissent côtoyer des entrepreneurs heureux, ayant réussi à surmonter les difficultés du lancement, sous forme de coaching par exemple. Les entrepreneurs qui ont réussi et qui sont pris comme modèle semblent être pour beaucoup dans la construction de l'intention de se lancer en tant qu'entrepreneur.

4.3 *L'entrepreneur senior*

Après les intentions, il est temps de voir si les données à notre disposition permettent de tirer des enseignements et un petit portrait des entrepreneurs seniors, ceux qui, à un âge proche de la retraite ou déjà retraités, se sont lancés dans l'aventure entrepreneuriale.

Un premier résultat qu'il est possible de tirer des données et qu'il n'y a pas de différences entre les classes d'âge en ce qui concerne une forme ou une autre d'implication entrepreneuriale. À la question « possédez-vous ou dirigez-vous une entreprise », les jeunes et les seniors ont des réponses similaires.

En cherchant à distinguer l'entrepreneur senior au sens où nous l'avons défini, c'est-à-dire une personne entre 55 et 64 ans qui crée son entreprise pour la première fois, les données font malheureusement défaut. Tout au plus peut-on avancer que les données semblent confirmer ce que nous pourrions pressentir, à savoir que l'entrepreneur senior est très probablement un homme (dans une proportion de deux pour une femme), qu'il a un niveau d'éducation plutôt élevé, et que son revenu se situe dans les tranches supérieures.

4.4 *La motivation entrepreneuriale*

L'enquête GEM distingue les entrepreneurs qui ont la volonté de poursuivre des opportunités de leur plein gré de ceux qui entreprennent par nécessité, parce qu'il n'existe pas de meilleure alternative d'emploi (Volery, Bergmann et al. 2008). En Suisse, comme dans tous les pays industrialisés, l'entrepreneuriat est dans la grande majorité des cas un choix qui résulte de la poursuite d'opportunités sur le marché.

Le nombre d'entrepreneurs seniors de notre enquête n'est pas suffisamment élevé pour que nous puissions en faire état d'une manière détaillée, mais la grande majorité d'entre eux déclarent être entrepreneurs par opportunité. Ceci est par ailleurs également vrai pour les autres classes d'âge.

Conclusion

L'objectif de ce travail était de tenter de dresser un portrait de l'entrepreneur senior en Suisse, entendu ici comme un individu d'un âge proche de la retraite ou déjà retraité, qui lance une activité entrepreneuriale pour la première fois, et ceci en exploitant les données disponibles de l'enquête GEM. Nous avons ainsi examiné la perception de l'entrepreneuriat, l'intention entrepreneuriale et les motivations à lancer une nouvelle entreprise.

Le portrait qu'on peut en tirer n'est pas très net. Sous bien des aspects, il confirme ce que l'on peut lire dans des travaux menés par ailleurs : l'entrepreneur senior est un homme avec de hauts revenus et un bon niveau d'éducation. Il lance une affaire pour profiter d'une opportunité plutôt que par nécessité.

Nous voulions aussi tenter de discerner le potentiel existant parmi les seniors : seraient-ils susceptibles de lancer une entreprise ? Que faire pour les encourager ? Est-il raisonnable d'explorer la piste de l'encouragement à l'entrepreneuriat parmi cette catégorie particulière que sont les seniors, si l'on a comme objectif de maintenir ces personnes en activité économique ? Et dans ce cas, y a-t-il un programme spécifique d'accompagnement à mettre en place ?

Malgré toutes les limitations dues à la faiblesse de l'échantillon, il semble que nous pouvons répondre par l'affirmative.

Les seniors voient autant (ou aussi peu) d'opportunités que les plus jeunes. Ils ont globalement la même image positive de l'entrepreneuriat. Là où il y a les différences ? Ils connaissent moins d'entrepreneurs. Ce pourrait être les bases pour une première approche : des programmes de formation coaching par des entrepreneurs qui ont réussi, des entrepreneurs modèles.

Malgré leur perception favorable de l'entrepreneuriat, (et même légèrement plus favorable que chez les plus jeunes) les seniors manifestent bien moins d'intention que les autres classes d'âge. Ça voudrait dire que, pour eux, la perception favorable de l'entrepreneuriat, en tant que choix de carrière par exemple, n'est pas aussi déterminante pour l'intention : sans doute la concurrence des loisirs dans une société encore capable d'assurer des retraites « confortables » à une large part de ses habitants y est aussi pour quelque chose. Mais la pression tangible qui se manifeste pour chercher à maintenir, sous une forme ou une autre, les seniors en activité économique, ceci pour des questions de coûts des retraites, fera peut-être changer les choses, et donnera alors tout son sens à la mise sur pied d'un programme d'encouragement et de soutien.

Ce travail qui se voulait exploratoire à donc rempli ses objectifs. Nous pouvons, à partir des résultats, démontrer la pertinence et l'intérêt, aussi bien scientifique qu'économique, d'une étude plus approfondie des entrepreneurs seniors en Suisse.

Bibliographie

Akola, E. (2008). Entrepreneurship at Later Life - Intentions, Motivations and Perceptions of Entrepreneurship among Aging Population International Council for Small Business (ICSB) World Conference Proceedings Halifax, Canada.

Comina, M. (2006). L'or gris - Comment, grâce aux seniors, renforcer l'économie en général et l'AVS en particulier. Zurich, Avenir Suisse.

Delmar, F. and P. Davidsson (2000). «Where do They Come From? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs.» Entrepreneurship and Regional Development 12(1): 1-23.

Dembinski, P. (2004). Les PME en Suisse, profils et défis. Genève, Georg.

Dollinger, M., K. Shaw, et al. (2002). The Older Entrepreneur: An Exploratory Study. Household Survey of Entrepreneur 2001. Small Business Service, Department of Trade and Industry, United Kingdom.

Hart, M. and R. Blackburn (2004). Entrepreneurship and Age in the UK: a Comparative Analysis of New Venture Creation among 3rd Age and Prime Age Individuals,. RENT XVII - Research in Entrepreneurship and Small Business Conference,. Copenhagen, Denmark.

Kautonen, T. (2007). Understanding the Older Entrepreneur: Comparing Third Age and Prime Age Entrepreneurs in Finland. ICSB International Council for Small Business World Conference, Turku, Finland.

OCDE (2005). Perspectives de l'OCDE sur les PME et sur l'entrepreneuriat, OCDE.

Patel, S. H., and Colin Gray (2006). «The Grey Entrepreneurs in UK.» Open University Research Centre on Innovation, Knowledge and Development, IKD Working paper 18.

Volery, T., H. Bergmann, et al. (2008). Global Entrepreneurship Monitor: Rapport 2007 sur l'entrepreneuriat en Suisse et dans le monde. St-Gall, Université de St-Gall.

Wanner, P. (2005). Âges et générations: La vie après 50 ans en Suisse. Neuchâtel, Office fédéral de la statistique.

Wanner, P. (2006). Le potentiel de consommation des seniors implique une adaptation des marques. Le Temps.

Weber, P. and M. Schaper (2003). Understanding the Grey Entrepreneur: a Review of the Literature. 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand. Ballarat, Australia.

