

<b>Introduction</b> .....	<b>9</b>
<b>Chapitre 1 L'entrepreneuriat et l'entrepreneur sous l'angle des générations en France et au Québec</b> .....	<b>13</b>
Portrait de l'entrepreneuriat au Québec et en France .....	14
L'entrepreneuriat au Québec.....	14
La valorisation des entrepreneurs.....	16
La stimulation de la création d'entreprises.....	18
La prise en compte de la relève .....	18
L'importance de l'entrepreneuriat féminin .....	19
L'entrepreneuriat en France.....	20
L'entrepreneuriat au regard des générations.....	22
Les baby-boomers.....	23
La génération X.....	24
La génération Y.....	25
Les nouvelles générations d'entrepreneurs .....	27
Les entrepreneurs de la génération X.....	28
Les entrepreneurs de la génération Y.....	30
Les repreneurs des générations X et Y.....	34
<b>Chapitre 2 Le contexte de l'action entrepreneuriale</b> .....	<b>39</b>
Les traits de personnalité de l'entrepreneur.....	40
Le contexte de l'action entrepreneuriale .....	41

Contexte des nouvelles générations d'entrepreneurs.....	46
L'entrepreneur X : prééminence du contexte familial et professionnel.....	46
L'entrepreneur Y : le prisme du contexte familial, professionnel, économique, institutionnel et sociétal .....	48
Les ressources mobilisées dans l'environnement : émotives pour les X et cognitives pour les Y .....	51
L'entrepreneur est le produit de ses caractéristiques personnelles, de ses expériences et aussi de son milieu .....	53
Importance du milieu, des ressources, des compétences et du soutien .....	55
<b>Chapitre 3     Les déterminants psychosociologiques                   et le mode de vie des entrepreneurs .....</b>	<b>59</b>
Qui sont ces nouveaux entrepreneurs ? .....	62
Niveau d'éducation et formation .....	62
Âge à la création de l'entreprise .....	68
Occupations antérieures .....	69
Compétences entrepreneuriales .....	72
Situation familiale .....	74
Implication des entrepreneurs/repreneurs .....	74
Travail le soir et le week-end .....	76
Télétravail .....	77
Activités rémunérées et autres implications .....	79
Importance des qualités psychosociologiques des entrepreneurs de la nouvelle génération.....	80
<b>Chapitre 4     La culture entrepreneuriale : réalités et perceptions .....</b>	<b>83</b>
La désirabilité et la faisabilité de l'acte entrepreneurial .....	84
Avantages et inconvénients de la vie d'entrepreneur.....	85
Éléments facilitants et principaux obstacles.....	93
Perception de la culture entrepreneuriale en France et au Québec.....	96

## **Chapitre 5 Les profils des entreprises et les perspectives d'avenir..... 101**

Le portrait actuel .....	101
Structure de propriété.....	101
Forme juridique.....	102
Taille des entreprises .....	104
Secteur d'activité.....	104
Chiffre d'affaires .....	108
Rentabilité.....	109
Sources de financement .....	110
Raison d'être, mission et valeurs.....	112
Création ou reprise d'entreprises .....	118
Soutien aux entrepreneurs .....	121
Les perspectives d'avenir.....	124
Croissance espérée.....	124
Responsabilité sociale.....	127
Défis des entrepreneurs/repreneurs.....	129
Quelles seront les suites de leur parcours entrepreneurial ?.....	130
Et les suites pour l'entreprise ? .....	136

## **Chapitre 6 Enjeux et préoccupations de la nouvelle génération..... 139**

Le développement durable .....	139
Définitions et concepts.....	140
Où se situent les entrepreneurs des nouvelles générations en matière de DD ?.....	144
Une amélioration de l'image de l'entreprise .....	145
Une volonté de s'informer .....	146
Trois types d'entrepreneurs différenciés.....	146
Le développement durable : une question de gains perçus.....	149
La culture du numérique.....	152
Phase I : Le développement de l'opportunité .....	154
Phase II : La mobilisation des capacités techniques .....	156
Phase III : La structuration des compétences managériales et stratégiques.....	157
Les nouvelles générations d'entrepreneurs et le numérique.....	158

Des motivations et opportunités entrepreneuriales façonnées par la culture numérique.....	161
Des capacités techniques facilitées par l'exploitation des technologies numériques .....	162
Des compétences stratégiques et managériales au service de l'accès au marché et de l'avenir de l'entreprise .....	163
Le numérique, élément de capacité et de différenciation .....	165
<b>Chapitre 7 L'utilité de l'action économique vue par l'entrepreneur de génération Y.....</b>	<b>169</b>
Relecture rapide de la pensée économique au service d'une nouvelle vision entrepreneuriale .....	170
Légitimation du discours économique .....	170
Rationalisation sociale et triomphe de l'économie du marché.....	171
La problématique de l'utilitarisme économique .....	173
Relativité du bonheur recherché par l'agent économique .....	173
Relativité du bien-être et de l'accomplissement.....	174
Ouverture à la rationalité sociale.....	177
Ouverture aux préférences individuelles.....	178
Importance du sens de l'engagement et des relations sociales.....	179
Déconnexion de l'entrepreneur de l'économie de marché .....	182
Une réelle prise en compte de la dimension sociale et solidaire de l'économie .....	182
Posture économique de l'entrepreneur Y en termes de <i>l'homo situs</i> .....	183
Caractéristiques générationnelles et logiques d'action entrepreneuriale induites de la posture de <i>l'homo situs</i> .....	185
Des logiques d'action distinctes .....	189
L'entrepreneuriat « rationnel » dans un processus réfléchi.....	189
L'entrepreneuriat « innovateur, social et sentimental » dans un processus de recherche de sécurité et de pratiques stabilisées.....	190
L'entrepreneuriat « sentimental » avec un fort engagement et une réelle autonomie d'apprentissage récurrent.....	190
La génération Y arrive en grande pompe .....	191
Les X, une génération de transition.....	192

Les femmes arrivent progressivement .....	193
De réels besoins pour l'entrepreneur .....	194
<b>Chapitre 8 Conclusion .....</b>	<b>197</b>
Les entrepreneurs des nouvelles générations : entre différences et convergences.....	197
Recherche de liberté, d'indépendance, d'autonomie .....	201
Tendance à l'altruisme chez les Y .....	202
Des pistes d'action au service de la relève entrepreneuriale.....	203
Besoin de formation et d'accompagnement .....	203
Besoin de simplicité administrative et de financement.....	204
Pistes de réflexion en guise d'ouverture .....	205
<b>Bibliographie.....</b>	<b>209</b>
<b>Annexe 1 .....</b>	<b>223</b>
Méthodologie de collecte des données.....	223
Les groupes de discussions et consultation DELPHI .....	223
Les enquêtes .....	224
L'échantillon québécois.....	224
L'échantillon de comparaison .....	225
L'échantillon français .....	225
<b>Annexe 2 .....</b>	<b>227</b>
Méthodes d'analyse.....	227
Exploitation du corpus constitué avec le système ALCESTE.....	227
Principales composantes contextuelles de l'action des entrepreneurs mises en évidence : exposé et analyse des opinions et perceptions des entrepreneurs X et Y enquêtés.....	227
L'entrepreneur Y : le prisme du contexte familial, professionnel, économique, institutionnel et sociétal .....	229
Analyse factorielle des correspondances multiples .....	229