



PERCEPTION DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL PAR LES FRANÇAIS

- Sondage de l'Institut CSA -

N°1000023D

Janvier 2010

2, rue de Choiseul– BP 6571 – 75065 Paris cedex 02
CSA Politique-Opinion
Tél. (33)01 44 94 59 10 / 11– Fax. (33) 01 44 94 40 01
www.csa.eu
SA au capital de 1 571 600 € – RCS Paris B 308 293430 00010 741 E
TVA intracommunautaire FR 46 308 293 430



Fiche technique du sondage

Sondage exclusif CSA / AVISE réalisé par téléphone les 13 et 14 janvier 2010 au domicile des personnes interviewées.

Echantillon national représentatif de 1015 personnes âgées de 18 ans et plus, constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage), après stratification par région et catégorie d'agglomération.

I- Une notoriété relativement peu élevée de l'entrepreneuriat social

Lorsque l'on interroge les Français sur différents termes liés à l'entrepreneuriat social, la moitié d'entre eux indique avoir déjà entendu parler d'une « entreprise sociale » (51%), 42% se souviennent avoir rencontré le terme d' « entrepreneur social » et moins d'un tiers (31%) de l' « entrepreneuriat social ». **Les Français témoignent ainsi de la difficulté qu'ils ont à cerner le concept d'entrepreneuriat social.** Cette difficulté se vérifie au regard de la très faible proportion déclarant savoir précisément ce que recouvrent ces termes (respectivement 10%, 7% et 5% des Français déclarent connaître précisément ce à quoi les trois propositions renvoient).

Cette notoriété augmente avec le niveau de diplôme (par exemple 58% des titulaires d'un diplôme supérieur à bac plus 2, contre 48% des non diplômés ont entendu parler de l'entreprise sociale). Elle est ainsi plus forte que la moyenne chez les cadres et professions libérales (59%, 56% et 45% en fonction des termes). Mais elle est également plus élevée auprès des **Franciliens** (60%, 52% et 39%), des **jeunes** (58%, 48% et 34%) et des **salariés du secteur public** (61%, 47% et 35%).

II- Une forte attractivité des produits et services produits par l'entreprise sociale pour les consommateurs

Néanmoins, **la connaissance préalable limitée que les Français ont des entreprises sociales n'entache en rien leur attractivité, une fois qu'ils se sont vus expliquer en quoi cela consistait¹** : ainsi, après description de ce qu'est une entreprise sociale, **plus des trois quarts des sondés (77%) déclarent être incités à acheter des produits / recourir à des services si ceux-ci sont issus d'une entreprise sociale.** Il faut souligner que si cette attractivité déclarée est très large, elle n'est pas pour autant très intense : la moitié (52%) des Français se disent « un peu » incités à l'achat par ce statut d'entreprise sociale et un quart (25%) « beaucoup ».

Dans ce contexte de crise, le concept tel qu'il est décrit est accueilli avec un a priori positif.

¹ « Les entreprises sociales sont des entreprises à finalité sociale et/ou environnementale. Pour elles, la réalisation de bénéfices ne constitue pas une fin mais un moyen au service de leur projet social. Il s'agit par exemple d'entreprises qui embauchent des personnes en situation d'exclusion, qui travaillent dans les services à la personne ou le commerce équitable. » : définition lue à la personne interrogée.



L'incitation serait plus forte parmi les **CSP+** (83%), les **salariés du public** (85%) et les plus diplômés (84%), alors qu'elle est plus faible chez les moins diplômés (66%). Mais elle est également plus prononcée chez les femmes (79%), les **sympathisants de gauche** (83%) et les 30-49 ans (81%), alors que les jeunes (moins de 30 ans) sont un peu moins nombreux que la moyenne (73%) à considérer cet élément comme un critère incitatif. Peut-être s'interrogent-ils sur le coût de ces produits et services commercialisés par les entreprises sociales ?

III- Une certaine attractivité de l'entreprise sociale également en tant qu'employeur ou futur entrepreneur :

Une incitation à postuler

Dans le domaine de l'emploi, **près des deux tiers des Français (63%) estiment que le fait qu'une entreprise soit une entreprise sociale les inciterait à y postuler**. Cette proportion monte même à 68% parmi les actifs.

Plus précisément, l'incitation est plus forte auprès des jeunes (75%), des professions intermédiaires (72%), des sympathisants de gauche (69%) et des Franciliens (66%). Notons que les cadres sont ceux qui se montrent les moins attirés par ce modèle de structure (34% des cadres disent n'être « pas du tout » incités à la candidature par le statut d' « entreprise sociale », contre 31% en moyenne).

Un modèle de structure qui pourrait attirer de futurs entrepreneurs

Lorsque l'on interroge les Français sur leur volonté de créer leur propre entreprise, un Français sur quatre (25%) fait part de ce souhait - cette proportion s'élève à un sur trois (35%) parmi les actifs, les Franciliens (36%) et les ouvriers (36%), et à **un sur deux parmi les jeunes** (53%) et les chômeurs (49%).

Parmi ces entrepreneurs potentiels, 62% seraient « prêts à créer une entreprise sociale ». Les plus favorables à l'égard d'un entrepreneuriat social seraient les femmes (70%), les professions intermédiaires (75%) et surtout les salariés du secteur public (88%).

IV- La place de l'entreprise dans la société aujourd'hui :

Un niveau de confiance élevée dans les entreprises et les entreprises sociales en particulier

La perception globalement positive que les Français ont de l'entrepreneuriat social se vérifie au regard de la hiérarchie de la confiance qu'ils accordent à différents acteurs pour faire évoluer la société dans le bon sens : « **les entreprises sociales** » arrivent en tête des réponses, avec **79% de « confiance »**, devant « les entreprises en général » (62%) et « les pouvoirs publics » (54%).

Le rôle positif des **entreprises sociales** est particulièrement mis en avant par les **plus diplômés** (88%), les **jeunes** (87%), les professions intermédiaires (86%), les salariés du public (85%). La confiance accordée aux **entreprises en général** est plus forte chez les CSP- (65%) et les **sympathisants de droite** (73%), alors qu'elle est plus faible parmi les salariés du public (50%) et les plus diplômés (50%).

En ce qui concerne le dernier acteur évoqué, les **pouvoirs publics**, les catégories de population leur faisant le plus confiance sont les hommes (58%), les jeunes (60%), les plus diplômés, mais aussi, les **sympathisants de droite** (69% ; contre seulement 50% des sympathisants de gauche). Ce résultat suggère que, pour les Français, « les pouvoirs publics » renvoient en partie au gouvernement actuel.

L'entreprise : un acteur pouvant participer de la transformation positive de la société L'entreprise sociale perçue comme un potentiel modèle d'avenir

Ce niveau de confiance se retrouve dans le fait que 81% des Français sont d'accord pour dire que « **les entreprises sociales doivent inspirer les autres entreprises** » (86% des plus diplômés), 77% pour anticiper **le développement des entreprises sociales dans les années à venir** (81% des jeunes et 82% des plus diplômés, mais seulement 73% des cadres), et 75% pour juger que « **l'entreprise est aujourd'hui un acteur pouvant participer de la transformation positive de la société** » (81% des cadres, 80% des jeunes).