

ESPRIT D'ENTREPRENDRE 06

**Les jeunes de 15 à 24 ans de la
Province du Luxembourg, leur
rapport au travail et à la
création d'entreprise**

Fiche technique de l'enquête

Taille de l'échantillon

Résultats finaux avec :

- la base complète 647 questionnaires Belgique Francophone
- la base complète 220 questionnaires Région Luxembourg

Etendue

Province du Luxembourg

Procédure de récolte

Par oral, en face à face, sur la base d'un questionnaire d'une durée totale moyenne de 60 min.

Echantillonnage

Méthode des quotas

Répartition hommes-femmes : 51.4% - 48.6%

Période du terrain

Le terrain pour la recherche sur la Province du Luxembourg a été réalisé en même temps que le terrain pour la recherche sur la Belgique Francophone, soit en Janvier 2006 - Mars 2006

L'attrait pour le travail indépendant

Premier résultat notable de l'étude, 40% des répondants de la région Luxembourg déclarent qu'ils aimeraient travailler en tant qu'indépendant. L'attrait pour le travail indépendant y est encore plus important que pour la population de Belgique francophone en général (40% vs. 34.9%)

Aimeriez-vous travailler en tant qu'indépendant ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
OUI	34.90%	22.10%	40.00%	16.80%
NON	40.40%	52.60%	42.30%	63.60%
NSP	24.70%	25.30%	17.70%	19.60%

Les questions que l'on peut se poser spontanément sont : d'où vient ce « gap » entre les intentions exprimées et les effectifs réels ? Sur quels leviers faut-il agir ?

Il existe une différence en fonction du sexe.¹ Les femmes de la région Luxembourg sont proportionnellement plus nombreuses à ne pas vouloir s'engager dans la voie du travail indépendant (63.6%). Elles sont légèrement plus indécises par rapport à la population générale pour ce qui concerne la préférence de s'engager ou non dans la voie du travail indépendant (19.6% vs. 17.7%) :

- pour les femmes qui déclarent souhaiter en tant qu'indépendante, quels sont les obstacles qui les empêchent de franchir le pas ?
- pour les femmes indécises, quels sont les leviers qui pourraient les aider à décider en faveur du travail indépendant ? (variables culturelles, socio-économiques,...).

¹ (il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 53.343 ; 2 degrés de liberté)

L'objectif principal dans le travail (ou le futur emploi)

Résultat saillant : 5.6% des répondants en général et 1.9% des femmes seulement voient le fait d'être indépendant comme objectif principal dans le travail. L'indépendance ne s'avèrerait pas comme une fin en soi. Ce serait plutôt un véhicule pour améliorer son environnement de travail.

Quel est votre objectif principal dans votre travail (ou futur emploi) ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Avoir un statut social reconnu	8.60%	6.60%	8.30%	6.80%
Travailler de manière zen, sans se « prendre la tête	15.10%	11.30%	15.70%	7.80%
Développer votre enrichissement personnel	17.40%	18.90%	16.70%	24.30%
Travailler dans une ambiance agréable	17.00%	21.20%	24.50%	22.30%
Avoir des conditions de travail intéressantes	19.70%	22.20%	19.00%	25.20%
Faire carrière	9.50%	8.60%	5.10%	5.80%
Être indépendant	6.00%	2.60%	5.60%	1.90%
Relever des défis	5.10%	7.00%	5.10%	5.80%

La tendance est à l'intégration du travail dans un mode de vie orienté vers l'épanouissement personnel. Cet épanouissement se traduit par la recherche :

- d'une ambiance de travail agréable (24.5% des répondants),
- de conditions de travail intéressantes (19.0%),
- du développement de son enrichissement personnel, au sens non matériel (16.7%)
- d'un esprit zen dans le travail (15.7%).

Ces valeurs contrastent avec les valeurs clamées notamment par les yuppies des années '80, à savoir la recherche d'un certain statut social (8.3%), d'une bonne carrière (5.1%) et de défis (5.1%).

Ces tendances se retrouvent dans les réponses des femmes² de la région Luxembourg qui privilégient des conditions de travail intéressantes (25.2%), le développement de leur propre enrichissement personnel (24.3%) et une ambiance de travail agréable (22.3%).

Il existe également une différence en fonction de l'intention de travailler en tant qu'indépendant ou non.³

	Population Région Luxembourg	Répondants Indépendant =OUI (N=88)	Répondants Indépendant =NON (N=93)	Répondants Indépendant =NSP (N=39)
Avoir un statut social reconnu	8.30%	18.30%	1.10%	0.00%
Travailler de manière zen, sans se « prendre la tête »	15.70%	11.80%	15.90%	14.70%
Développer votre enrichissement personnel	16.70%	8.60%	11.40%	26.50%
Travailler dans une ambiance agréable	24.50%	25.80%	47.70%	5.90%
Avoir des conditions de travail intéressantes	19.00%	12.90%	14.80%	38.20%
Faire carrière	5.10%	6.50%	8.00%	0.00%
Être indépendant	5.60%	10.80%	0.00%	0.00%
Relever des défis	5.10%	5.40%	1.10%	14.70%

² (il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 27.672 ; 7 degrés de liberté)

³ (il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 75.969 ; 14 degrés de liberté)

a) pour les personnes qui souhaitent travailler en tant qu'indépendant :
A l'instar de la population générale, elles souhaitent travailler dans une ambiance agréable (25.8%). Le résultat le plus saillant est que ces personnes recherchent un certain statut social (18.3%).

b) pour les personnes qui ne souhaitent pas travailler en tant qu'indépendant :
Ces personnes valorisent majoritairement une ambiance de travail agréable (47.7%).

c) pour les personnes indécises à ce sujet :
Deux leviers ressortent :
- la possibilité d'avoir des conditions de travail intéressantes (38.2%),
- le développement de l'enrichissement personnel (26.5%).
On peut dès lors envisager la possibilité de communiquer sur ces leviers pour encourager les personnes indécises : communiquer plutôt sur les possibilités de s'épanouir via le travail indépendant plutôt que de communiquer par exemple sur l'accession à un certain social.

L'implication dans le travail

Les résultats de l'étude indiquent que les jeunes observés dans la recherche de la Province du Luxembourg, à l'instar voire même davantage que les jeunes de la population de Belgique francophone en général, recherchent l'épanouissement personnel via un réinvestissement de la sphère privée et investissement dans le travail mais mesuré.

Concernant votre travail, de laquelle de ces propositions vous sentez-vous le plus proche ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Vous ne vous sentez pas impliqué(e) dans votre travail	3.70%	5.10%	2.70%	5.60%
Vous vous impliquez mais vous donnez la priorité à votre vie personnelle	59.30%	57.40%	50.90%	44.90%
Votre travail compte autant que votre vie personnelle	35.20%	35.90%	44.10%	49.50%
Votre travail passe avant tout	1.70%	1.60%	2.30%	0%

Nous observons les autres tendances suivantes :

- la tendance générale de l'enquête belge se trouve renforcée. Très peu de personnes se trouvent aux extrêmes en acceptant soit de renoncer au travail, soit à la vie privée ;
- les femmes (et c'est particulièrement vrai dans la province du Luxembourg) attachent plus d'importance à leur vie privée et moins à leur vie professionnelle. Ce n'est pas une grande nouveauté mais c'est ici doublement illustré par le fait qu'aucune femme luxembourgeoise estime que son travail passe avant tout⁴ et que 5.6% ne s'estiment pas impliquées dans leur travail ;
- par contre, l'importance égale apportée au travail et à la vie professionnelle est bien plus souvent évoquée dans la province. La

⁴ (il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.003 (valeur du Chi2 : 13.968 ; 3 degrés de liberté)

volonté de combiner ces deux domaines désormais jugés essentiels à l'épanouissement personnel est un fait saillant.

Un levier serait donc de communiquer sur le fait que le travail indépendant est un moyen de gérer vie privée et professionnelle de manière optimale.

- les femmes luxembourgeoises sont même la seule population dans laquelle cette implication semblable dans la vie privée et professionnelle est majoritaire. Elle dépasse celle d'un investissement dans le travail mais avec une préférence significative avec l'ensemble de la population belge

- pour finir, on notera que les réponses marquent une large volonté de s'investir dans son travail. Les pourcentages de ceux qui ne se sentent pas impliqués dans leur travail sont très faibles. Mais il ne s'agit plus d'un investissement dans le travail à des fins d'escalader l'échelle sociale, mais plutôt à des fins de vivre son épanouissement personnel dans chaque instant de la vie, y compris la vie professionnelle.

Les éléments pour évaluer la qualité de la vie professionnelle

A l'ère de la société du savoir, on ne se contente pas d'avoir un emploi et de le sécuriser (49.1%), on se soucie désormais d'avoir un travail intéressant (65.0%). On retrouve la notion d'épanouissement personnel (41.7%). Il ressort également la notion d'équité (40.5% valorisent l'importance d'un salaire « juste »).

Qu'est-ce qui est jugé le plus important pour la qualité de la vie professionnelle ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Sécurité de l'emploi	41.40%	38.10%	49.10%	33.60%
Ne pas trop travailler, avoir du temps libre	22.40%	22.10%	19.10%	20.60%
Avoir un travail intéressant	58%	56.10%	65.00%	56.10%
Avoir peu de responsabilités	5.10%	5.10%	2.80%	2.90%
Pouvoir réaliser vos rêves	33.90%	31.10%	33.30%	25%
Être votre propre chef, être autonome	15.90%	8.70%	19.40%	8.90%
Avoir des responsabilités	21%	21.80%	23.60%	21.50%
Vous épanouir	46.20%	53.50%	41.70%	56.20%
Pouvoir faire carrière	17%	17.60%	11.10%	12.50%
Avoir un salaire « juste »	33.10%	35.90%	40.50%	39.30%
Gagner beaucoup d'argent	28.80%	25%	23.60%	23.40%
Utiliser votre créativité	25%	23.40%	23.20%	28.00%
Être utile à la collectivité	16.50%	21.50%	14.10%	21.50%
Relever des défis	19.80%	18.30%	13.90%	25%
Monter dans l'échelle sociale	9.80%	7.40%	5.60%	6.20%
Pouvoir travailler en équipe	21.60%	20.80%	25.50%	19.60%

Le travail ne revêt plus seulement une dimension « fonctionnelle » : gagner beaucoup d'argent (23.6%), monter dans l'échelle sociale (7.4%). Le travail doit désormais avoir du sens en lui-même : non seulement doit-il être intéressant, mais il doit également pouvoir développer l'interdépendance (pouvoir travailler en équipe, 20.8%), utiliser la créativité (23.2%). Un levier serait donc de communiquer sur le fait que le travail indépendant permet de se construire son « propre travail » et de le rendre plus attrayant.

Un fait saillant à relever est que les luxembourgeois valorisent bien davantage la sécurité de l'emploi par rapport à la population des jeunes belges francophones (49.1% vs. 41.4%).

On observe des différences statistiquement significatives en fonction du genre pour ce qui concerne les points suivants :

- la sécurité de l'emploi ?⁵ Contre-intuitivement, les femmes valorisent relativement moins la sécurité de l'emploi (33.6% vs. 49.1%).
- lorsqu'il s'agit d'être son propre chef, d'être autonome,⁶ les femmes valorisent relativement moins la possibilité d'être autonome (8.9% vs. 19.4%).
- l'épanouissement personnel dans le travail est la valeur qui ressort en premier chez les femmes⁷ de la région Luxembourg (56.2%).
- les femmes valorisent relativement plus la possibilité d'utiliser sa créativité au travail (28.0% vs. 23.2%).⁸
- l'épanouissement personnel se retrouve aussi dans la notion de service à autrui. 21.5% des femmes (contre 14.1% de la population générale)⁹ placent en tête des éléments qui optimisent la qualité de la vie professionnelle la possibilité d'être utile à la collectivité.

⁵ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 41.878 ; 1 degré de liberté)

⁶ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 24.519 ; 1 degré de liberté)

⁷ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 14.103 ; 1 degré de liberté)

⁸ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.011 (valeur du Chi2 : 6.494, 1 degré de liberté)

⁹ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 29.558 ; 1 degré de liberté)

- contre-intuitivement également, 25% des femmes valorisent la recherche de défis contre 13.9% de la population générale.¹⁰

¹⁰ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.001 (valeur du Chi2 : 10.925 ; 1 degré de liberté)

Environnement de travail favori

La tendance est au souhait de travailler dans des entreprises à « échelle humaine ». La petite entreprise privée ressort avec 30.2% de citations. Se dégagent également les entreprises publiques (14.4%), les start-up (13.0%) et les alter-entreprises (6.5%).

Dans quel type d'entreprise préféreriez-vous travailler ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Dans une petite entreprise privée	24.20%	26.80%	30.20%	26.20%
Dans une entreprise publique	13.60%	15.20%	14.40%	15.00%
Dans une start-up	13.50%	12.30%	13.00%	17.80%
Dans une multinationale	11.60%	10.30%	5.10%	5.60%
Dans votre entreprise	15.80%	8.70%	10.70%	4.70%
Dans une organisation	3.20%	3.90%	2.80%	5.60%
Dans une entreprise à but humanitaire	7.00%	10.60%	6.00%	7.50%
Dans une alter-entreprise	6.70%	7.10%	11.20%	13.10%
Autre	4.40%	5.20%	6.50%	4.70%

Fait saillant : la multinationale ne recueille que 5.1% de réponses. On rejoint ici la notion de sens que les jeunes souhaitent retrouver dans le travail. Ils considèrent qu'il est plus difficile de donner du sens à son travail dans une multinationale où celui revêt un aspect essentiellement fonctionnel. La contribution personnelle est diluée à l'échelle de la multinationale alors qu'elle est bien davantage mise en avant dans des entreprises à échelle humaine. Cette observation est cependant à nuancer dans la mesure où l'on dénombre moins de multinationales dans la province du Luxembourg, même s'il y en a bien plus dans le Luxembourg voisin.

Un levier serait de communiquer sur le fait que l'activité d'indépendant permet de donner du sens à son travail

On peut également noter un taux de réponses relativement faibles pour « sa propre entreprise » si on le contraste avec les 40% de répondants qui déclarent vouloir travailler comme indépendant. Il s'agit d'une population qui distingue la notion d' « indépendant » de la notion de « propre entreprise ». Les femmes préfèrent également le travail au sein d'une petite entreprise privée (26.2%). Par rapport à la population générale, les femmes valorisent davantage les start-up (17.8%) et les alter-entreprises (13.1%).¹¹

Les jeunes et leurs représentations des différents types d'entreprises

ONG	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Positive	78.00%	83.00%	80.60%	87.50%
Négative	3.10%	0.30%	5.60%	0%
Neutre	18.80%	16.70%	13.90%	12.50%

Les ONG sont les entités qui jouissent de la meilleure image auprès des jeunes (80.6% de réponses positives). Les femmes ont une vision très positive des organisations non gouvernementales (aucune réponse négative).¹²

Petites entreprises privées	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Positive	70.00%	74.20%	77.80%	75%
Négative	4.70%	3.20%	2.80%	2.60%
Neutre	25.30%	22.60%	19.40%	25%

Les petites entreprises privées ont également une représentation très nettement positive. Un-quart des femmes ont un avis neutre vis-à-vis des

Entreprises publiques	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Positive	52.10%	58.10%	60.50%	57.90%
Négative	13.40%	9.00%	11.80%	6.50%
Neutre	34.50%	32.90%	27.70%	35.50%

¹¹ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 33.997 ; 8 degrés de liberté)

petites entreprises privées.¹³

Les jeunes ont également une très bonne image des entreprises publiques (60.5%).

Les femmes ont une vision légèrement moins positive de entreprises publiques (57.9% vs. 60.5%).¹⁴

Organisation internationale	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Positive	49.60%	48.10%	47.20%	50%
Négative	7.20%	6.10%	5.60%	5.40%
Neutre	43.20%	45.80%	47.20%	50%

Les jeunes ont plus de difficulté à former un avis objectif pour ce qui concerne les organisations internationales avec autant d'avis neutres que positifs (47.2%).

Quelques années après la fin de la bulle technologique, la majorité des personnes interrogées ont une vision positive des start-up (51.4%).

Start-Up	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Positive	47.00%	46.00%	51.40%	43.75%
Négative	10.80%	8.10%	11.40%	6.25%
Neutre	42.10%	46.00%	37.10%	50%

Les multinationales quant à elles souffrent d'une image négative (44.2%).

Multinationale	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Positive	29.10%	27.00%	26.50%	26.20%
Négative	40.20%	38.90%	44.20%	39.30%
Neutre	30.80%	34.10%	29.30%	34.60%

¹² il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.006 (valeur du Chi2 : 10.394 ; 2 degrés de liberté)

¹³ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.035 (valeur du Chi2 : 6.712 ; 2 degrés de liberté)

¹⁴ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.043 (valeur du Chi2 : 6.311 ; 2 degrés de liberté)

Pour ce qui concerne les critères de choix d'un emploi, les répondants valorisent l'environnement de travail au quotidien (47.7% recherchent de bonnes conditions personnelles de travail) par rapport à la recherche d'un certain statut social (12.7% valorisent un bon salaire et 5.9% recherchent des perspectives de carrière).

Fait saillant : un bon salaire est nettement moins valorisé en Province du Luxembourg alors que les bonnes conditions de travail y sont nettement plus valorisées. L'« instant-travail » prend de l'importance en termes d'épanouissement personnel. Puisque les jeunes savent qu'ils vont passer une grande partie de leur temps au travail, ils cherchent à bénéficier des conditions les plus agréables possibles afin de faire du « moment-travail » un moment d'épanouissement au même titre qu'un moment de leur vie personnelle.

Quel est le critère le plus important pour vous, pour que vous acceptiez un poste dans une entreprise ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Un bon salaire	24.50%	22.00%	12.70%	20.60%
Des bonnes conditions (matérielles) de travail	17.10%	19.20%	22.30%	16.80%
De bonnes conditions personnelles de travail	36.10%	35.80%	47.70%	43.90%
Des perspectives de carrière	14.40%	13.70%	5.90%	6.50%
Un travail stable sans trop d'exigences	7.90%	9.30%	11.40%	12.10%

Les préoccupations des femmes¹⁵ vont dans le même sens avec une prépondérance d'un bon salaire (20.6%) par rapport à des bonnes conditions matérielles de travail (16.8%).

¹⁵ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 31.497 ; 1 degré de liberté)

Il existe également des différences statistiques significatives en fonction de l'intention de travailler en tant qu'indépendant ou non.¹⁶

	Population Région Luxembourg	Répondants Indépendant =OUI (N=88)	Répondants Indépendant =NON (N=93)	Répondants Indépendant =NSP (N=39)
Un bon salaire	6.80%	8.60%	7.50%	0.00%
Des bonnes conditions (matérielles) de travail	16.80%	23.70%	9.70%	17.60%
De bonnes conditions personnelles de travail	64.50%	50.50%	76.30%	70.60%
Des perspectives de carrière	5.90%	6.50%	4.30%	8.80%
Un travail stable sans trop d'exigences	5.90%	10.80%	2.20%	2.90%

Le résultat le plus saillant concerne les indécis vis-à-vis de l'activité indépendante. Aucun d'entre eux ne valorise en premier un bon salaire pour accepter un poste dans une entreprise. Mais plus de deux tiers (70.6%) recherchent avant tout de bonnes conditions personnelles de travail.

¹⁶ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 20.630 ; 8 degrés de liberté)

Les aptitudes pour la création d'entreprise

Il est intéressant de constater que la majorité relative des personnes interrogées (44.4%) valorisent les qualités de management plutôt que les qualités de création ou d'innovation dans l'optique de la création d'entreprise. Viennent ensuite des attributs comme la confiance en soi (36.4%) et la créativité (36.1%).

Selon vous, quelles sont les aptitudes les plus essentielles à avoir pour créer une entreprise ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Avoir confiance en soi	38.40%	34%	36.40%	27.10%
Etre créateur, innovateur,	38.40%	40.40%	36.10%	43.75%
Etre persévérant, tenace	20.90%	20.80%	16.40%	25.20%
Etre indépendant, autonome	6.70%	8.30%	8.30%	12.50%
Savoir prendre des risques	17.50%	14.10%	17.70%	18.70%
Etre responsable	21.50%	23.40%	21.80%	22.40%
Savoir organiser, manager	38.40%	34.30%	44.40%	37.50%
Avoir le sens de l'initiative	13.30%	16.30%	16.40%	20.60%

Pour ce qui concerne les différences en fonction du genre :

- la confiance en soi est également valorisée par les femmes dans le cadre de la création d'entreprise, mais à un degré moindre (27.1% vs. 36.4%).¹⁷
- les femmes de la région Luxembourg valorisent également les capacités de management mais à un degré moindre que la population générale (37.5% vs. 44.4%).¹⁸

¹⁷ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 17.579 ; 1 degré de liberté)

¹⁸ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.027 (valeur du Chi2 : 4.883 ; 1 degré de liberté)

- les femmes valorisent davantage le sens de l'initiative par rapport à la population globale (20.6% vs. 16.4%).¹⁹

Actuellement, vous sentez-vous capable d'accomplir les tâches suivantes dans le but de créer votre entreprise (être indépendant) ?

Avoir une idée	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	56.90%	49.80%	57.70%	46.70%
Non	32.00%	38.00%	30.90%	41.10%
Nsp	11.10%	12.10%	11.40%	12.10%

Plus de la majorité des répondants (57.7%) se sentent capables de passer le premier stade de la création d'entreprise, i.e. la génération de l'idée.

Les femmes de la région Luxembourg ont relativement moins confiance en elle pour ce qu'il s'agit de trouver une idée qui pourrait conduire à un projet d'entreprise (46.7% vs. 57.7%).²⁰

Actuellement, vous sentez-vous capable d'estimer les risques du projet dans le but de créer votre entreprise (être indépendant) ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	38.50%	31.90%	47.90%	34.90%
Non	43.30%	48.40%	35.20%	40.60%
NSP	18.20%	19.70%	16.90%	24.50%

La majorité des personnes interrogées (47.9%) se sentent capables d'estimer les risques d'un projet.

Les femmes de la région Luxembourg estiment avoir relativement moins de capacités d'évaluer les risques d'un projet en vue d'une création

¹⁹ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.033 (valeur du Chi2 : 4.539 ; 1 degré de liberté)

²⁰ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 16.311 ; 2 degrés de liberté)

d'entreprise (34.9% de réponse positive vs. 47.9% pour la population générale).²¹

Actuellement, vous sentez-vous capable de consacrer tout votre temps et votre énergie à un projet dans le but de créer votre entreprise (être indépendant) ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	47.30%	40.70%	55.00%	33.60%
Non	44.90%	51.90%	40.90%	57.90%
NSP	7.80%	7.40%	4.10%	8.40%

La majorité des personnes interrogées se sentent également capables de consacrer toutes leurs ressources en vue de créer leur entreprise.

Les femmes sont également moins enclines à s'engager complètement dans un projet de création d'entreprise (33.6% vs. 55.0%).²²

²¹ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 16.078 ; 2 degrés de liberté)

²² il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 73.283 ; 2 degrés de liberté)

Les attentes face à la création d'entreprise

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait de ne pas trop travailler, avoir du temps libre (dans la première année de sa création) :

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	9.40%	8.40%	16.40%	19.60%
Non	81.70%	83.90%	74.10%	70.10%
NSP	8.90%	7.70%	9.50%	10.30%

La grande majorité des personnes ont conscience de l'investissement personnel que nécessite la création d'entreprise, particulièrement au démarrage du projet. Près de trois-quarts (74.1%) pensent que la création d'entreprise permettrait d'avoir du temps libre.²³

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait de travailler en équipe (dans la première année de sa création)

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	62.90%	66.80%	71.20%	69.20%
Non	25.50%	21.90%	25.10%	24.30%
NSP	11.60%	11.30%	3.70%	6.50%

La grande majorité des personnes voient la création d'entreprise comme un effort collectif plutôt que comme une quête individuelle. En effet, 71.2% pensent que la création d'entreprise leur permettrait de travailler en équipe.

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait de monter dans l'échelle sociale (dans la première année de sa création) :

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	40.30%	34.20%	32.30%	31.80%
Non	41.70%	46.10%	53.20%	53.30%
NSP	18.00%	19.70%	14.50%	15.00%

²³ Les résultats de cette question et des questions suivantes sont cependant à nuancer dans la mesure où il s'agit uniquement de la première année de la création de l'entreprise (qui requiert un effort plus intense que d'autres emplois) alors que le reste de la recherche porte sur l'attitude générale face à la création d'entreprise

Pour la majorité des répondants (53.2%), la création d'entreprise n'est pas associée à l'ascension sociale. Se référer aux questions précédentes pour ce qui concerne la valorisation de l'épanouissement personnel dans le travail en substitution de l'ascension sociale.

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait d'avoir un salaire «juste » (dans la première année de sa création) :

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	41.40%	36.60%	49.30%	40.60%
Non	41.60%	44.30%	42.00%	52.80%
NSP	17.00%	19.10%	8.70%	6.60%

Une légère majorité des personnes interrogées associent la création d'entreprise à la notion de salaire « juste ».

A l'opposé, les femmes ne pensent pas que la création d'entreprise soit directement associée à la notion de salaire « juste ».²⁴

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait de gagner beaucoup d'argent (dans la première année de sa création) :

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	27.90%	22.30%	23.60%	25.20%
Non	53.60%	57.10%	61.80%	66.40%
NSP	18.50%	20.60%	14.50%	8.40%

La grande majorité des personnes sont conscientes que le retour sur investissement ne se produit pas peu de temps après la création de l'entreprise (61.8%).

²⁴ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.007 (valeur du Chi2 : 9.931 ; 2 degrés de liberté)

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait de faire carrière (dans la première année de sa création) :

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	46.90%	42.30%	49.50%	40.20%
Non	33.40%	33.90%	32.30%	43.00%
NSP	19.60%	23.90%	18.20%	16.80%

La majorité relative des personnes (49.5%) associent la création d'entreprise à la possibilité de faire carrière.

La tendance est opposée chez les femmes de la région Luxembourg (43.0%) qui associent moins la création d'entreprise à la possibilité de faire carrière.²⁵

Selon vous, créer votre propre entreprise (être indépendant) vous permettrait d'avoir un travail intéressant (dans la première année de sa création) :

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	78.80%	80.10%	88.20%	86.90%
Non	12.30%	10.60%	8.20%	7.50%
NSP	8.90%	9.30%	3.60%	5.60%

La grande majorité des répondants (88.2%) voient la création d'entreprise comme une opportunité de se lancer dans une activité qui les intéresse voire les passionne. C'est le résultat le plus saillant.

²⁵ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 24.605 ; 2 degrés de liberté)

L'image de la création d'entreprise

Si vous décidez de créer votre entreprise (être indépendant), quelle importance a pour vous l'opinion de votre famille ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Important	70.40%	73.70%	66.20%	70.60%
Plutôt important	19.30%	18.20%	30.50%	27.50%
Plutôt pas important	3.60%	0.60%	2.40%	
Pas important	3.80%	4.50%	1.00%	2.00%
NSP	2.80%	2.90%		

Deux-tiers des répondants (66.2%) valorisent l'opinion de leur famille.

Si vous décidez de créer votre entreprise (être indépendant), quelle importance a pour vous l'opinion de vos amis ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Important	57.80%	57.10%	47.60%	54.90%
Plutôt important	27.30%	30.50%	41.00%	35.30%
Plutôt pas important	7.20%	5.80%	10.50%	8.80%
Pas important	5.30%	4.50%	1.00%	1.00%
NSP	2.40%	1.90%		

Les répondants valorisent relativement moins l'opinion des amis (47.6%).

Si vous décidez de créer votre entreprise (être indépendant), quelle importance a pour vous l'opinion de vos professeurs?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Important	27.00%	26.20%	23.80%	18.60%
Plutôt important	24.90%	23.30%	22.90%	25.50%
Plutôt pas important	16.90%	17.40%	28.10%	22.50%
Pas important	26.60%	28.90%	17.10%	26.50%
NSP	4.60%	4.30%	8.10%	6.90%

L'opinion des professeurs revêt encore moins d'importance (23.8%).

Connaissez-vous quelqu'un dans votre entourage qui a créé son entreprise (qui est indépendant) ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	60%	57.20%	69.10%	59.80%
Non	40%	42.80%	30.90%	40.20%

La majorité des personnes (69.1%) connaissent un(e) entrepreneur(se) dans leur entourage.

Si oui, de qui s'agit-il ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
un membre de votre famille	59.20%	65.30%	63.80%	71.40%
un ami	21.90%	11.60%	22.70%	15.90%
un professeur	1.90%	2.90%	3.50%	
une connaissance	16.90%	20.20%	9.90%	12.70%

Pour près des deux-tiers (63.8%), il s'agit d'un membre de la famille.

L'intention d'entreprendre et les compétences

Une majorité relative des répondants est intéressée à se lancer dans la création d'entreprise (43.2%)

Aimeriez-vous créer votre propre entreprise ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	33.90%	20.40%	43.20%	19.60%
Non	46.60%	59.40%	39.50%	61.70%
NSP	19.60%	20.10%	17.30%	18.70%

Les femmes de la région Luxembourg sont en proportion beaucoup moins enthousiastes à se lancer dans la création d'entreprise (19.6%).²⁶

Pensez-vous avoir aujourd'hui les compétences et le savoir nécessaire pour créer votre propre entreprise ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	12.00%	6.50%	18.70%	5.70%
Non	76.30%	84.50%	67.50%	74.50%
NSP	11.70%	9.10%	13.90%	19.80%

Plus de deux-tiers des personnes (67.5%) ne pensent pas disposer aujourd'hui des compétences nécessaires pour se lancer dans la création d'entreprise. Les leviers suivants sont à envisager :

- accroître la communication sur les formations disponibles pour acquérir les compétences disponibles,
 - sensibiliser les jeunes à la création d'entreprise dès leur plus jeune âge.
- « Banaliser » la création d'entreprise comme une alternative « banale » à une formation supérieure ou à la recherche d'un emploi.

Ce pourcentage est particulièrement faible chez les femmes (5.7%).²⁷

²⁶ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 90.561 ; 2 degrés de liberté)

²⁷ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 26.532 ; 2 degrés de liberté)

Pensez-vous que vous aurez, dans quelques années, les compétences et le savoir nécessaire pour créer votre propre entreprise ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Oui	57.60%	46.60%	64.10%	44.90%
Non	15.10%	20.20%	8.20%	13.10%
NSP	27.30%	33.20%	27.70%	42.10%

Les personnes interrogées sont cependant plus confiantes (64.1%) lorsqu'il s'agit de se demander si elles vont acquérir les compétences nécessaires à la création d'entreprise dans quelques années.

Les femmes sont relativement moins confiantes (44.9% vs. 64.1%) lorsqu'il s'agit de savoir si elles vont acquérir les compétences ad hoc.²⁸

Un levier serait d'intensifier la communication auprès des femmes concernant les structures disponibles pour se former.

²⁸ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 33.565 ; 2 degrés de liberté)

L'image des entreprises

Selon vous, comment les médias parlent-ils des entreprises ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Très positivement	6.10%	5.80%	3.20%	1.90%
Positivement	24.10%	26.00%	33.20%	33.60%
Assez positivement	35.60%	34.70%	33.60%	30.80%
Assez négativement	10.50%	10.00%	4.50%	8.40%
Négativement	1.60%	0.60%		
Très négativement	0%	0%		
Neutre	22.10%	22.80%	25.50%	25.20%

La grande majorité des personnes trouvent que les médias évoquent les entreprises de manière plutôt positive (70%).

Selon vous, comment votre famille parle-t-elle des entreprises ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
Très positivement	7.50%	4.80%	5.50%	0.90%
Positivement	23.90%	22.60%	36.10%	28.30%
Assez positivement	30.40%	35.50%	24.70%	26.40%
Assez négativement	9.90%	10.60%	5.50%	6.60%
Négativement	2.30%	1.30%		
Très négativement	0.80%	1.00%		
Neutre	25.20%	24.20%	28.30%	37.70%

Dans le même sens, les répondants trouvent que leur entourage familial évoque les entreprises de manière plutôt positive (à 66.3%).

Ce pourcentage est moins important chez les femmes de la région Luxembourg (55.6%).²⁹

²⁹ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.001 (valeur du Chi2 : 18.331 ; 4 degrés de liberté)

Les freins à l'envie d'entreprendre

Si vous créez votre entreprise, qu'est-ce qui vous ferait le plus peur ?

	Population Belgique francophone	Femmes Belgique francophone	Population Région Luxembourg	Femmes Région Luxembourg
La peur d'échouer (trop risqué)	70.70%	74.80%	58.20%	58.90%
Ne pas trouver les fonds nécessaires	26.80%	21.10%	31.40%	18.70%
Avoir des dettes	50.50%	48.60%	48.20%	45.80%
Ne plus avoir de temps	22.30%	19.20%	24.10%	21.50%
Ne pas avoir d'idée	9.10%	11.50%	7.30%	8.40%
Votre âge (trop jeune)	10.10%	8.90%	5.90%	7.50%
Avoir trop de responsabilités	12.10%	16%	12.70%	16.80%
Etre stressé	22.50%	24.90%	24.10%	26.20%
Devoir diriger des employés	4%	5.10%	9.10%	10.30%
Ne pas savoir par où commencer	19.50%	21.70%	23.60%	34.60%

Les principales préoccupations concernant la création d'entreprise sont principalement de l'ordre de l'échec du projet (58.2%), l'endettement (48.2%), la récolte des fonds nécessaires (31.4%). A relever cependant que la peur d'échouer est beaucoup moins importante dans la population jeune de la Province du Luxembourg que dans la population jeune de la Belgique francophone.

La peur de ne pas trouver des fonds concernent relativement moins les femmes (18.7% vs. 31.4%).³⁰

On peut regrouper les types de peur de la manière suivante :

- les possibles conséquences : l'échec, l'endettement
- les obstacles : le manque de fonds, l'âge
- l'impact sur le mode de vie : le manque de temps libre, les responsabilités, le stress
- les compétences : le management, ne pas savoir par où commencer.

Les femmes sont plutôt davantage concernées par la peur de ne pas savoir par où commencer (34.6% vs. 23.6%)³¹.

³⁰ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 15.540 ; 1 degré de liberté)

³¹ il existe une association entre les deux variables, le test Chi carré est statistiquement significatif au seuil 0.000 (valeur du Chi2 : 13.821 ; 1 degré de liberté)

Synthèse

1. Les tendances de l'enquête belge paraissent largement confirmées, à savoir :

- l'importance que les jeunes attachent à l'équilibre et à l'articulation entre leur vie privée et professionnelle ;
- l'attrait des entreprises à échelle humaine au détriment des grandes entreprises ou multinationales ;
- l'acte d'entreprendre n'est pas une fin en soi mais un moyen d'accéder à l'épanouissement personnel dans sa vie professionnelle.

2. 40% des personnes interrogées ont déclaré qu'elles aimeraient travailler en tant qu'indépendant. La création d'entreprise présente donc un véritable attrait auprès des jeunes. Ce résultat indiquerait qu'il ne s'agirait pas tant de les sensibiliser à la création d'entreprise que de les informer sur les structures ou appuis existants pour les accompagner dans leurs démarches.

Ce résultat est à nuancer par le pourcentage exprimé par les jeunes femmes : seules 16.8% d'entre elles déclarent qu'elles aimeraient travailler en tant qu'indépendantes. Un effort de sensibilisation plus important est à fournir dans la mesure où il semble que les jeunes femmes n'envisagent pas encore la création d'entreprise comme un mode de vie dans lequel elles pourraient s'épanouir.

3. La principale tendance à considérer lorsque l'on considère le travail (salarie ou indépendant) est que les jeunes ne recherchent plus à faire carrière en gravant les échelons dans une même entreprise ou à monter dans l'échelle sociale ; ils cherchent désormais à intégrer leur travail dans leur vie personnelle de la manière la plus harmonieuse possible. En ce sens, la création d'entreprise ne serait pas une fin en soi mais un moyen d'accéder à un épanouissement personnel (activité intéressante, moyen d'articuler vie professionnelle / personnelle de manière optimale).

4. Autre tendance : le travail ne revêt plus seulement un aspect fonctionnel ; il doit intrinsèquement représenter un intérêt pour les jeunes.

5. En corollaire des tendances évoquées ci-dessus, on relève que les multinationales souffrent d'une mauvaise image auprès des jeunes. Autrefois lieu où se déroulait la quête de l'ascension sociale, elles représentent moins un lieu d'épanouissement personnel que les structures à échelle humaine telles que les PME, les start-ups ou les ONG.

6. Fait saillant : non seulement un pourcentage important de jeunes se voient bien se lancer dans le travail indépendant, mais ils se sentent également capables de dépasser les obstacles qui peuvent se présenter (trouver une idée de projet, estimer les risques, consacrer l'essentiel de son temps et de son énergie) ; ils sont également conscients des conséquences qu'implique la voie de la création d'entreprise ou du travail indépendant (important investissement personnel, pas de gains financiers importants au démarrage de l'entreprise).

7. Les jeunes ne considèrent pas la voie de la création d'entreprise comme une aventure individuelle (plus de deux-tiers d'entre eux pensent que créer leur propre entreprise leur permettrait de travailler en équipe)

8. La création d'entreprise est rentrée dans l'univers des jeunes : plus de deux-tiers d'entre eux connaissent une personne dans leur entourage qui a créé son entreprise ; les médias ont également contribué à répandre les success stories de jeunes entrepreneurs qui ont réussi.

9. Les jeunes ont conscience qu'ils ne disposent pas maintenant des compétences maintenant pour se lancer mais qu'ils pourront les acquérir dans les années à venir.

10. Du côté des obstacles, échouer dans son projet d'entreprise fait toujours très peur. On observe aussi beaucoup d'appréhension face aux questions financières (endettement, manque de fonds). Il y a un travail sociétal à effectuer pour recadrer la notion d'échec qui est encore très

ancrée dans les cultures européennes par rapport, par exemple, à la culture états-unienne.

11. Un effort de sensibilisation particulier est à effectuer auprès des femmes qui sont relativement hésitantes à se lancer dans le travail indépendant ou dans la création d'entreprise ; les résultats de l'enquête suggèrent que les propositions à encourager les jeunes femmes de la région Luxembourg à entreprendre devraient s'articuler autour de l'articulation vie privée / vie professionnelle encore plus essentielle pour les jeunes femmes.