

Des conditions qui conviennent à la création d'entreprises?

Une analyse des régions suisses

L'émergence et le développement de nouvelles entreprises jouent un rôle important pour l'essor de l'économie, le changement structurel et l'innovation. L'intensité du processus présente, toutefois, des disparités suivant les régions; en retour, les réalités locales exercent également une influence. Ce sont surtout les caractéristiques structurelles et les potentiels endogènes qui diffèrent et peuvent favoriser ou freiner la création d'entreprises. L'étude présentée dans cet article¹ fait partie du projet global «Baromètre de la création»², dont le but est d'analyser, aux niveaux régional et individuel, les raisons pour lesquelles de nouvelles entreprises sont fondées et prennent leur essor.

1 Voir également Wagner K., Kronthaler F. et Becker K., «The Potential for New Venture Creation of Swiss Regions – A Comparison Based on Cluster Analysis», *Discussion Papers on Entrepreneurship and Innovation* 2/2009, Swiss Institute for Entrepreneurship, Coire, 2009.

2 Le projet global est soutenu financièrement par la Banque cantonale des Grisons. Lancé en 2008, il se terminera en 2010.

Des taux de création différents selon les régions

L'activité créatrice observée dans les 106 régions de mobilité spatiale (régions MS) de Suisse met en évidence des disparités. Ces régions présentent une certaine homogénéité spatiale et forment de petits bassins d'emploi fonctionnant avec les centres régionaux. Nous utilisons ici les valeurs moyennes des années 1999 à 2006, afin de compenser les variations annuelles (voir *graphique 1*). Les taux vont de 0,9 à 10,4 créations pour 1000 personnes actives, la moyenne suisse se situant autour de 2,5. Les régions qui affichent les taux de création les plus élevés sont celles de Zoug (10,4), March (6,3), Lugano (5,3), Mendrisio (4,8), Zurich (4,5) et Nyon (4,2).

Étant donné l'importance des écarts de taux, on peut se demander si certaines régions réunissent les conditions et caractéristiques structurelles susceptibles de stimuler ou d'inhiber la création.

Les facteurs déterminants de la création

Des études ont montré que certains facteurs exercent une influence significative sur la géographie des créations d'entreprises. Ce sont 1) la demande, 2) l'offre et 3) les effets de l'urbanisation et de la localisation.

Les facteurs liés à la demande

La demande de biens et services ouvre des perspectives en matière de marché. On peut donc supposer qu'elle a un impact sur l'émergence d'entreprises. La croissance démographique et l'amélioration de la prospérité ont pour effet d'augmenter la demande. Le comportement individuel des consommateurs, qui manifestent leurs préférences pour

des biens et des services nouveaux et spécialisés, illustre bien ce phénomène. La croissance de la demande offre également aux entrepreneurs potentiels une multitude de créneaux dont les débouchés se situent d'abord au niveau local. Étant donné la flexibilité de leur spécialisation, les petites unités sont justement les mieux placées pour réagir aux besoins fluctuants d'un marché qui réclame des produits novateurs. En outre, ce sont surtout des travailleurs indépendants – donc une forte majorité de petites entreprises – qui servent de modèles aux futurs créateurs. Dans des firmes jeunes et de taille réduite, le personnel obtient des informations de première main sur le processus de création et de croissance d'une entreprise, ainsi que sur les obstacles à surmonter et les solutions possibles. Cela augmente la probabilité de les voir un jour rejoindre les rangs des entrepreneurs. Le changement structurel et l'avènement de la société du savoir se caractérisent par la multiplication des services dispensés aux entreprises. De nouvelles possibilités commerciales apparaissent en parallèle, surtout dans le secteur des prestations, qui se compose de petites structures. En règle générale, les services dispensés aux entreprises reposent sur de petites unités et n'exigent qu'un modeste capital de départ. Celles-ci peuvent donc démarrer leur nouvelle activité et entrer sur le marché sans accumuler les obstacles.

Les facteurs liés à l'offre

Les facteurs liés à l'offre permettent aux entrepreneurs potentiels d'explorer de nouvelles pistes commerciales. L'offre est déterminée par la population régionale. Elle résulte donc d'indicateurs tels que la densité de la population, sa structure par âge et par profession, son capital humain ainsi que la proportion d'immigrants. La variable «densité de la population» est elle-même étroitement liée à d'autres facteurs – par exemple la proximité du marché, le niveau des salaires, l'accès aux innovations et la qualité de l'infrastructure. L'émergence de nouvelles entreprises reflète l'attrait de la région. Cela entraîne l'implantation d'autres firmes sous la forme d'une réaction en chaîne. La structure par âge influence également l'activité créatrice. Comme diverses études l'ont démontré, c'est le plus souvent vers le milieu de la



Katharina Becker
Collaboratrice scientifique, Schweizerisches Institut für Entrepreneurship, HTW, Coire



P. Franz Kronthaler
Chargé de cours en science économique et statistique, Forschungsstelle für Wirtschaftspolitik, HTW, Coire



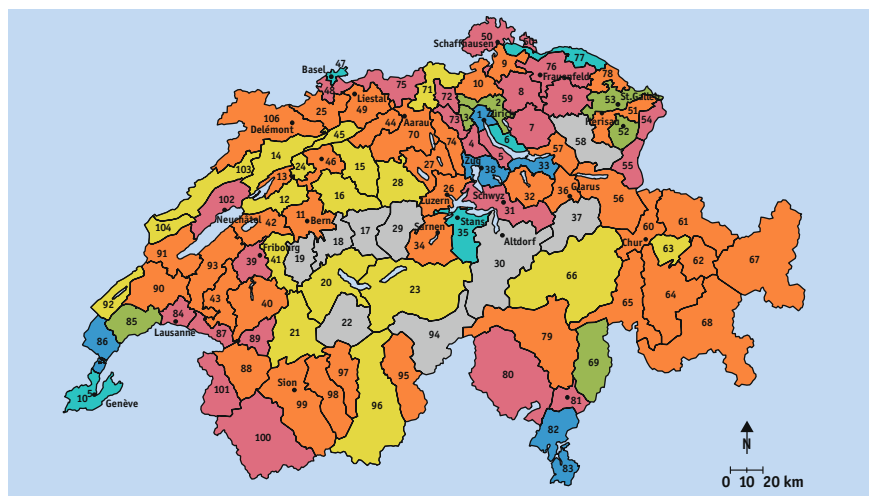
P. Kerstin Wagner
Chargée de cours en entrepreneuriat, Schweizerisches Institut für Entrepreneurship, HTW, Coire

Graphique 1

Taux de création moyen dans les régions MS, 1999–2006



Taux de création annuel moyen, pour 1000 personnes actives, 1999–2006

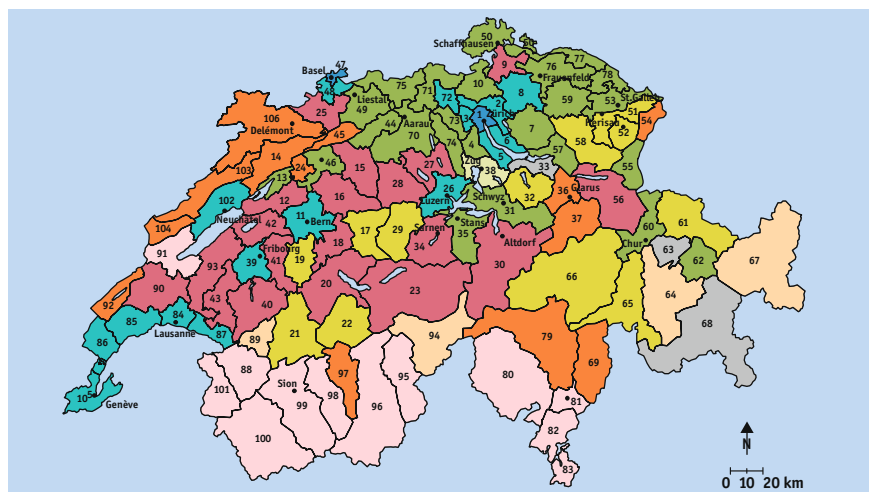


MS = Mobilité spatiale.

Source: SIFE; OFS 2008 / La Vie économique

Graphique 2

Groupes: régions MS dotées de potentiels de création similaires



MS = Mobilité spatiale.

Source: SIFE; OFS 2008 / La Vie économique

taller à son compte. La relation entre ces deux éléments n'est toutefois pas linéaire. Les personnes ayant suivi une formation largement axée sur la pratique (par exemple les titulaires d'une maîtrise fédérale ou d'un diplôme décerné par une haute école spécialisée) sont plus enclines que les universitaires à fonder leur propre entreprise. Le nombre d'immigrants dans une région a, lui aussi, un impact positif en ce domaine. Les familles d'origine étrangère étant généralement jeunes et comptant plusieurs enfants influencent indirectement la pyramide des âges. Les immigrants, qu'ils soient peu ou hautement qualifiés, optent plus facilement que les Suisses pour le statut d'indépendant. Ceux qui disposent d'une bonne formation lancent surtout des entreprises axées sur la technologie. Les deux groupes apportent des idées neuves et des bagages culturels variés. Ils créent de nouvelles possibilités d'affaires.

Les avantages liés à la localisation

La concentration spatiale d'entreprises d'une même branche entraîne la formation d'un bassin d'emplois spécifique. Les entreprises en profitent, notamment du fait que leurs frais de recrutement et de formation se réduisent. Une telle situation est également avantageuse pour les travailleurs, puisque plusieurs employeurs potentiels sont présents dans la région et que le personnel qualifié n'est pas tenté de s'exiler. Tant les entreprises que la main-d'œuvre sont ainsi incitées à élire domicile là où se concentrent plusieurs firmes appartenant à une même branche. Les avantages de l'urbanisation – à savoir les effets de la concentration de sociétés actives dans des branches différentes – favorisent aussi l'activité créatrice. Plus une agglomération est importante, plus les branches qui s'y implantent sont variées. Cette affirmation repose sur l'hypothèse que les zones urbaines permettent de développer les échanges d'idées en transcendant les barrières sectorielles, ce qui permet de combiner de nouvelles solutions et coopérations.

Les potentiels de création dans les régions urbaines et semi-périphériques

Une analyse par groupes a été réalisée afin d'examiner les écarts régionaux que présente le potentiel de création par rapport aux facteurs décrits plus haut. Cette méthode permet de regrouper les régions dotées de potentiels similaires et de réduire la diversité de l'information. Il est ainsi possible de comparer les différentes régions en s'appuyant sur les indicateurs considérés et d'identifier les forces et les faiblesses de chaque groupe (la procédure est décrite dans l'encadré 1).

trentaine que les personnes décident de devenir indépendantes, la fourchette se situant entre 25 et 40 ans. Ainsi, les régions où cette classe d'âges est importante sont fertiles en création d'entreprises.

On peut en outre identifier des effets liés à la qualification et à l'expérience des créateurs potentiels. Ainsi, une formation professionnelle supérieure augmente la probabilité qu'un salarié ou un chômeur décide de s'ins-

Tableau 1

Caractéristiques des différents groupes

Groupe	Densité de la population	Population active	Diversification	Structure par âge	Indépendants	Éducation	Petites entreprises	Industrie	Services	Taux de création (pour information)
	Population/superficie	Personnes actives/population	Étrangers/population	Personnes âgées de 25 à 40 ans/population	Indépendants/population	Titulaires d'un diplôme post-secondaire/population ^a	Entreprises moins de 50 collaborateurs/population	Entreprises du secteur secondaire/population	Prestataires de service aux entreprises/population	Créations d'entreprises/personnes actives
A	++	nd	++	nd	-	++	++	++	++	++
B	+	+	++	+	-	++	-	++	+	+
C	+/-	+	+	+	-	+/-	-	+	+	+/-
D	-	+/-	-	+/-	+	-	-	+/-	-	-
E	-	-	+/-	-	-	-	-	--	-	-
F	-	-	--	-	++	-	+/-	--	-	-
G	-	nd	+	++	++	-	++	--	++	+
H	+	++	+	++	-	++	++	-	++	++
I	-	--	+	+/-	-	+/-	+	+	-	+
J	-	--	-	--	++	-	++	--	+/-	-

Légende: performance relative au potentiel de création: ++ = très positive, + = positive, +/- = moyenne, - = négative, -- = très négative; nd = non disponible.

Source: OFS / La Vie économique

a Personnes titulaires d'un diplôme décerné par une école supérieure, une haute école spécialisée ou une université.

Encadré 1

La création d'entreprises en Suisse

La démographie des entreprises (Udemo), une statistique élaborée depuis peu par l'Office fédéral de la statistique (OFS), fournit des informations détaillées sur la dynamique des entreprises et sur la création de nouvelles structures tant au niveau régional que national. La particularité de cette statistique est qu'elle ne prend en considération que les entreprises véritablement nouvelles, ce qui exclut, par exemple, celles issues d'une fusion ou subissant un changement de propriétaire. Les filiales ne sont pas prises en compte, à moins qu'il s'agisse d'une première implantation de la part d'une entreprise étrangère sur le territoire suisse.

Le nombre absolu de créations ne constitue pas un indicateur pertinent pour établir des comparaisons entre les cantons et les régions suisses, car ces entités géographiques se distinguent aussi bien par leur taille que par leur population et le nombre de personnes actives. C'est pourquoi on calcule des taux de création: le nombre absolu de nouvelles entreprises est relativisé afin de pouvoir comparer les régions. La population active sert ici de grandeur de référence (approche du marché du travail). Les travailleurs et les chômeurs d'une région constituent son potentiel endogène de créateurs; en effet, les nouvelles entreprises s'implantent généralement soit sur le lieu de domicile de leur fondateur soit à l'endroit où ce dernier a travaillé précédemment.

Les régions MS ont donc été réparties en dix groupes qui se distinguent par leur potentiel de création (voir *graphique 2*). L'examen de leurs profils montre que les groupes A, B, G et H sont, plus particulièrement, dotés d'un potentiel élevé. Le groupe C se situe légèrement au-dessus de la moyenne et les autres plutôt au-dessous (voir *tableau 1*). Parmi ses principaux résultats, l'analyse a démontré que l'activité de création est effectivement soutenue dans les groupes qui présentent un potentiel supérieur à la moyenne.

Renforcer la formation entrepreneuriale et les modèles de création

Les groupes A et B se composent essentiellement d'agglomérations et de zones urbaines. Le premier réunit les régions de Bâle et de Zurich, tandis que le second inclut notamment Berne, Fribourg, Lausanne, Neuchâtel et l'agglomération zurichoise. Les groupes G et H correspondent à des zones urbaines et semi-périphériques dotées de certaines particularités, le second ne comprenant que celle de Zoug. Ces régions disposent d'un potentiel de création supérieur à la moyenne et ne présentent de faiblesses que pour quelques indicateurs spécifiques. Ainsi, les groupes A et B pèchent surtout par le nombre limité de modèles existants d'entreprises nouvellement créées (les travailleurs indépendants servant ici d'indicateur). Ces points faibles peuvent, le cas échéant, être éliminés en renforçant la formation entrepreneuriale dans les universités.

Le groupe C revêt une grande importance sur le plan de la politique régionale. Il contient quelques régions (semi-périphé-

ques) qui font partie de la zone d'application de la nouvelle politique régionale (NPR)³, comme celles de Bienne, Coire, Davos, Schaffhouse et Saint-Gall. Ce groupe tend à afficher un potentiel de création supérieur à la moyenne. Il souffre aussi de faiblesses évidentes, en particulier les exemples insuffisants de création d'entreprises – le nombre restreint d'indépendants en témoigne – et la proportion de petites structures. Comme la main-d'œuvre, la diversification et la jeunesse du personnel constituent des points forts, il semble indiqué d'optimiser la formation entrepreneuriale dans les hautes écoles spécialisées (éventuellement aussi dans les écoles secondaires), ceci afin de compenser les faiblesses tout en exploitant le potentiel existant.

Les autres groupes (D, E, F, I, J) possèdent un faible potentiel de création, comme l'indiquent leurs performances inférieures à la moyenne dans les différentes variables. En même temps, ils peuvent se prévaloir de plusieurs points forts. Ainsi, les groupes I et J affichent une proportion de petites entreprises supérieure à la moyenne. Ils devraient miser sur leurs atouts et continuer à les développer, plutôt que de compenser leurs faiblesses.

À ce jour, peu de recherches ont été menées pour déterminer dans quelle mesure les régions qui bénéficient de la NPR possèdent véritablement des potentiels de création. La nouvelle politique régionale vise à renforcer les conditions d'installation des entreprises, l'innovation et la création de valeur dans les zones frontalières, rurales et de montagne. Ces régions reçoivent un soutien financier si elles développent des idées et mettent sur pied des projets par leurs propres moyens, c'est-à-dire en exploitant des potentiels endogènes.

Les résultats de l'analyse soulèvent deux questions à cet égard. Quelles seront les implications pour une politique destinée à promouvoir l'esprit d'entreprise? Où peut-on engager des moyens financiers avec un maximum d'efficacité? Plusieurs éléments indiquent que les instruments de promotion sont les plus efficaces dans les régions qui possèdent déjà des potentiels de création. Dans ces conditions, il pourrait s'avérer judicieux de renforcer systématiquement les centres de la périphérie et de réduire le plus possible leurs faiblesses ainsi que les entraves aux entreprises.

Scénarios pour la création d'entreprises durant la crise économique

Étant donné l'évolution actuelle de la conjoncture, la question est de savoir comment la crise économique se répercutera sur la dynamique de la création d'entreprises. Une première comparaison, effectuée en avril 2009, montre que les inscriptions au registre du commerce étaient en baisse de 15% par rapport à la même période de l'année précédente. Ce recul frappe particulièrement les régions rurales et périphériques. Il s'explique par le fait que, durant les années fastes de 2007 et 2008, une demande croissante en biens et services avait favorisé l'éclosion de nouvelles entreprises. En règle générale, de telles périodes de «boom» offrent également d'excellentes possibilités d'emploi. Nombre de créateurs potentiels hésitent donc à quit-

ter leur statut de salarié pour se lancer dans une activité indépendante.

Les expériences faites lors de crises précédentes montrent que, malgré la récession – ou à cause d'elle –, les créateurs potentiels sont alors plus nombreux à tenter l'aventure de l'indépendance. D'une part, des taux de chômage élevés et des perspectives d'emploi restreintes les encouragent dans cette voie; d'autre part, les périodes de récession créent des occasions spéciales de prendre un nouveau départ. Les crises s'accompagnent de changements, en particulier dans le comportement du consommateur et les formes de concurrence. Les nouvelles entreprises peuvent alors mieux contrer les entreprises en place, fragilisées par la conjoncture, et s'imposer à court terme sur le marché.

Même si pour l'instant aucune indication concrète ne laisse entrevoir une inversion de la tendance, il est tout à fait possible que les créations d'entreprises reprennent dans le courant de l'année – sous l'effet du chômage notamment. Il faudra, cependant, encore attendre pour savoir dans quelle mesure ces entreprises émergentes seront durables et capables de croissance. ■

Encadré 2

Analyse par groupes: procédure suivie pour la classification des régions

Une analyse par groupes a été réalisée afin de classer les régions MS selon leur potentiel de création d'entreprises^a. La procédure se base sur une matrice comprenant les régions MS et les indicateurs choisis. Ces derniers sont tout d'abord vérifiés au niveau des corrélations, des variables corrélées pouvant fausser les résultats. L'étape suivante consiste à standardiser les indicateurs, pour éviter une pondération des variables sur la base de niveaux d'échelle différents.

La structure des groupes se calcule, ensuite, au moyen de la méthode de fusionnement de Ward, qui fait partie des procédures dites «agglomératives hiérarchiques». Le critère de fusion de cette méthode est – sur la base de la distance euclidienne au carré – le critère de variance. On fusionne les régions dont la somme des carrés des écarts est minimum à l'intérieur de l'aggrégat. Les analyses effectuées jusqu'ici ont montré que la méthode de Ward donne de très bons résultats, en comparaison avec les autres techniques classificatoires^b.

Étant donné que les procédures agglomératives hiérarchiques font fusionner tous les groupes jusqu'à ce qu'ils n'en forment plus qu'un, il est nécessaire de calculer le nombre optimal de groupes. On utilise à cette fin le schéma d'agglomération et la mesure de l'homogénéité ETA^b. Au total, l'analyse montre que dix

groupes constituent une bonne structure. Ensuite, on doit optimiser la solution à dix groupes en appliquant la technique de partitionnement K-means. Il importe alors de contrôler la solution de groupes initiale et de réorganiser la répartition des régions, si cela peut l'améliorer.

La valeur F, la valeur t et la moyenne arithmétique interviennent dans l'interprétation des groupes du point de vue de leur potentiel de création. La valeur F renseigne sur leur homogénéité. Si elle est inférieure à 1, le groupe est homogène par rapport à la variable correspondante. La valeur t renseigne sur les modalités des variables dans le groupe; des valeurs t inférieures à 0 signifient que la variable est sous-représentée par rapport à l'ensemble. À l'inverse, des valeurs t supérieures à 0 signifient que la variable est plus marquée par rapport à l'ensemble. Enfin, la moyenne arithmétique fournit des indications sur la performance effective des variables dans l'échelle initiale.

a L'analyse par groupes est décrite avec précision dans Bacher J., *Clusteranalyse*, 2^e édition, Munich, 1996, et dans Backhaus K. et al., *Multivariate Analysemethoden*, 11^e édition, Berlin, 2006, pp. 489–555.

b Voir Backhaus K. et al., *op. cit.*, p. 528.

3 La zone d'application du volet 1 de la NPR (renforcer l'esprit d'entreprise, l'innovation, la création de valeur ajoutée et la concurrence) comprend les régions de montagne, les zones rurales et les régions frontalières.