

La startup, ce concept de moins en moins nébuleux pour les Français et Françaises

En France, près de neuf personnes sur dix savent ce qu'est une startup. Elles en ont dans l'ensemble une bonne image, leur reconnaissant un fort pouvoir d'innovation.

Temps de lecture : minute

4 avril 2019

La startup n'est plus un concept opaque. Une étude Kantar TNS pour Orange, basée sur un panel de plus de 1 000 personnes, révèle que 86 % des Françaises et des Français en ont entendu parler et savent – plus ou moins – de quoi il s'agit. Les CSP+, les individus urbains et les hommes se déclarent les plus familiers avec cet univers.



La jeune économie semble d'ailleurs séduisante. La bienveillance s'impose en effet à l'évocation des nouveaux acteurs de la vie économique française, puisque six personnes sur dix déclarent avoir une opinion positive des startups. De plus, une autre étude, plus ancienne, menée par l'Institut Think à l'occasion de la première édition du Salon des Entrepreneurs Marseille Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2015, dévoilait que plus d'une personne française sur quatre se disait alors prête à financer une startup. 15% d'entre elles envisageaient même d'en créer une un jour.

Qu'est-ce qu'une startup ?

Plus de 85 % des personnes interrogées par Kantar TNS relient clairement les startups à l'innovation, à la technologie, au potentiel de croissance ou à la jeunesse de l'entreprise. Des éléments qui reviennent particulièrement dans la définition que donnent les seniors d'une jeune pousse. Une vision qui colle à celle qu'en ont aussi de leur côté les entrepreneures et les entrepreneurs. Une étude, menée auprès de startupeuses et startupperes par Estimeo et Mazars en janvier dernier, établit que pour 81 % d'entre eux, la notion de startup est associée à " un fort potentiel de croissance ".



À lire aussi

Comment les startupperes définissent-ils une startup ?

Les perceptions liées à l'âge des effectifs et à la différence des modes de management dans ces entreprises (flexibilité organisationnelle, présence

d'espaces de divertissements...) sont à l'inverse relativement secondaires pour celles et ceux interrogés par Kantar TNS. L'époque où la startup était cantonnée à l'image d'un open space foisonnant d'adolescents jouant au baby-foot est donc révolue.



Les régions peinent à faire connaître leurs jeunes pousses

Les initiatives entrepreneuriales locales souffrent d'un déficit de notoriété. Alors même que 48 % des personnes interrogées pensent qu'il n'est ni plus difficile, ni plus facile pour une startup d'être basée en région plutôt qu'à Paris pour réussir, seulement 15 % d'entre elles peuvent citer un exemple d'initiative locale.

En province, l'impact des startups se fait essentiellement sentir sur l'économie et l'emploi - notamment celui des jeunes. Leur contribution à des aspects plus qualitatifs (vie quotidienne, vie des territoires, environnement, éducation...) est moins mise en avant. La startup nation n'est donc pas encore tout à fait en marche.

