



sage

Walk with Me

*Être entrepreneur aujourd'hui :
étude sur la nouvelle génération d'entrepreneurs*

#nextgen

Le monde s'adapte progressivement à un type de population active totalement différent.

Qu'y a-t-il à apprendre des entrepreneurs de la génération Y et de leur approche du travail ? Quels obstacles devons-nous surmonter pour préparer l'entreprise de demain ?

Nous, la génération Y, avons dépassé en nombre la génération du « Baby Boom » aux États-Unis, d'après les estimations de population publiées en avril par les services de recensement des États-Unis.

Désignant les personnes nées grosso modo entre 1983 et 2000, la génération que nous représentons modifie le mode de vie du monde entier, depuis les habitudes de travail et de consommation jusqu'à l'adoption de nouvelles technologies, en passant par l'innovation et les réglementations.

Selon l'étude 2016 BNP Paribas Global Entrepreneur Report, nous créons plus de sociétés, nos effectifs sont plus nombreux et nous dégageons plus de profit que nos prédécesseurs du « Baby Boom ». Et nous découvrons l'entrepreneuriat bien plus tôt qu'eux.

Si aujourd'hui nous sommes patrons de start-ups, demain, nous serons les PDG les plus influents.

L'opportunité de façonner une nouvelle économie, à l'initiative des jeunes entrepreneurs, n'a jamais été aussi grande et notre comportement dans l'environnement économique est en passe de devenir la nouvelle norme. Mais si le monde de l'entreprise veut nous faciliter les choses, il faut qu'il comprenne ce qui nous fait vraiment avancer.

Quelles sont les valeurs auxquelles nous tenons ?

Quelle est notre manière de travailler ? Quelles sont nos frustrations les plus courantes ?

Kriti Sharma

Directrice mondiale de la Direction produit Mobile,

Sage

Introduction

Sage a mené une étude détaillée à l'échelle mondiale visant à déceler les principales caractéristiques, attitudes et comportements des jeunes entrepreneurs actuels, qui constituent la pierre angulaire de notre développement économique. Elle se concentre notamment sur les domaines suivants :

- **Valeurs et motivations :** évolution des états d'esprit
- **Culture :** ce que les spécificités locales peuvent enseigner aux autres pays
- **Adoption des technologies :** influence sur notre mode de travail
- **Formalités administratives :** pourquoi et comment un changement est indispensable

Cette étude dévoile également les obstacles que les entrepreneurs de cette génération doivent surmonter quotidiennement aux quatre coins du monde et examine comment ils peuvent être minimisés.

Notre étude identifie enfin quelques-uns des secrets de leur succès.

Le message est clair : la génération Y a un immense rôle à jouer dans l'économie; elle redessine le monde du travail à vitesse grand v. Aussi bien les entreprises que la sphère politique doivent fournir l'environnement adéquat afin que ces nouveaux entrepreneurs prospèrent, et l'économie mondiale avec eux.

34 %

des jeunes entrepreneurs déclarent qu'ils créent leur entreprise pour rester maîtres de leur identité, 24 % pour réaliser leurs idées et 21 % pour gagner de l'argent.

62 %

des jeunes entrepreneurs soutiennent que malgré l'évolution constante des technologies, ils ne sont pas inquiets quant à leur capacité à suivre le rythme.

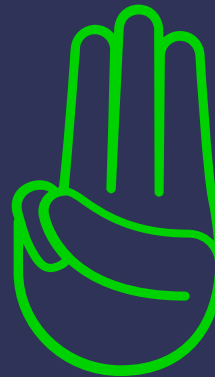
41 %

des jeunes entrepreneurs sont persuadés que la technologie va enterrer le concept de bureau et qu'à l'avenir, tout le monde travaillera sur périphérique mobile.



63 %

des jeunes entrepreneurs pensent créer plusieurs entreprises au cours de leur vie active.



62 %

des jeunes entrepreneurs révèlent qu'ils ont sacrifié des bénéfices pour rester fidèles à leurs valeurs personnelles.

Les cinq profils types

Notre étude a identifié cinq profils dominants parmi les entrepreneurs de la génération Y :

Les planificateurs

Les technophiles

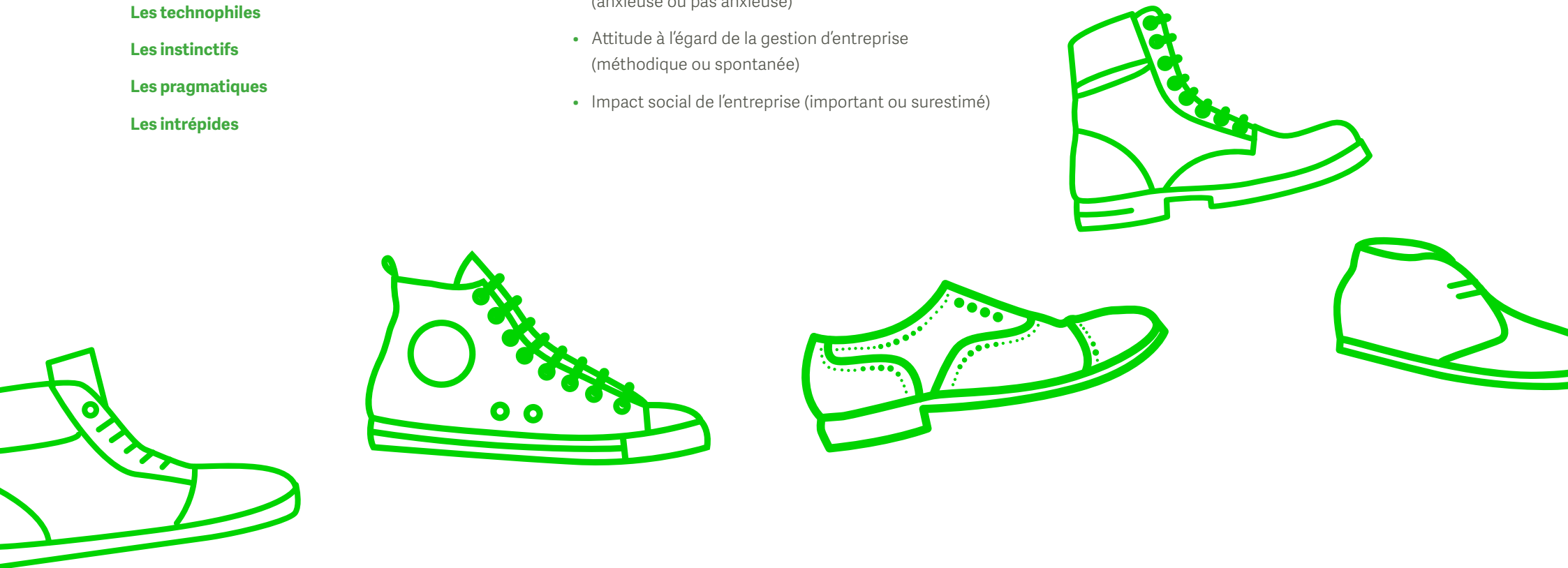
Les instinctifs

Les pragmatiques

Les intrépides

Ces cinq caractères sont définis par leurs avis dans trois domaines :

- Attitude à l'égard de la technologie (anxieuse ou pas anxieuse)
- Attitude à l'égard de la gestion d'entreprise (méthodique ou spontanée)
- Impact social de l'entreprise (important ou surestimé)



Méthodologie

Souvent qualifiés collectivement de génération Y, à leur grand agacement, les 7 400 entrepreneurs sollicités par notre étude en ligne en avril 2016 ont entre 18 et 34 ans et sont issus de 16 pays.

Approche des jeunes entrepreneurs vis-à-vis du travail

Cette génération est entrée dans la vie active pendant ou après la récession mondiale qui a débuté en 2008. À l'époque, de fortes pressions pesaient sur les salariés qui devaient gérer à la fois charge de travail, famille et responsabilités personnelles, ce qui a durablement affecté leurs perspectives d'emploi et leur approche de la vie active.

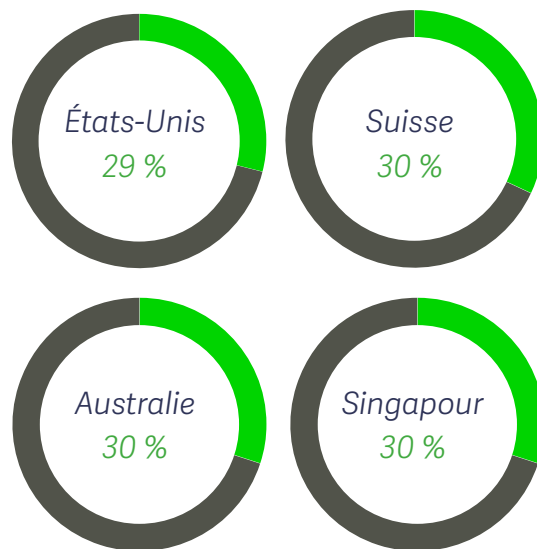
Valeurs

Contrairement aux générations précédentes, l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée est une préoccupation majeure pour les jeunes entrepreneurs. Pas moins de 66 % déclarent qu'ils accordent la priorité à la vie privée devant le travail et 62 % des personnes interrogées révèlent qu'elles ont sacrifié des bénéfices pour rester fidèles à l'éthique et à leurs valeurs personnelles. Parallèlement, 69 % indiquent que la motivation sociale constitue une part importante de leur travail, surtout pour les entrepreneurs d'Afrique du Sud (12 %) et du Nigeria (16 %).

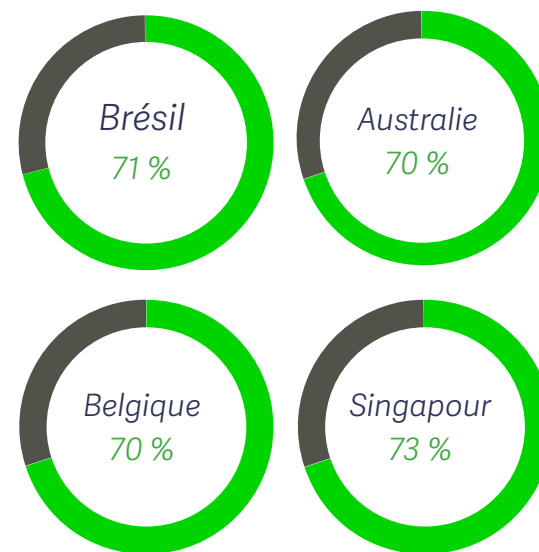
La grande majorité des personnes interrogées sont toujours aussi enthousiastes qu'au démarrage de leur activité, mais la plupart ne se voient pas la gérer éternellement. En réalité, un quart des entrepreneurs sollicités confient qu'ils trouvent démotivant le nombre d'heures de travail. C'est particulièrement vrai aux États-Unis (29 %), en Australie (30 %), à Singapour (30 %) et en Suisse (32 %).

Pour un autre quart, principalement au Brésil (71 %), en Australie (70 %), en Belgique (70 %), à Singapour (73 %) et en Suisse (70 %), la réduction du temps de travail et le départ à la retraite anticipée sont des facteurs essentiels.

Pays qui trouvent démotivant le nombre d'heures de travail :



Pays qui considèrent la réduction du temps de travail et le départ à la retraite anticipée comme des facteurs essentiels :



Motivation

Les entrepreneurs de cette génération créent leur entreprise pour trois raisons principales : le désir de rester maîtres de leur destin, de réaliser leurs idées et de gagner de l'argent.

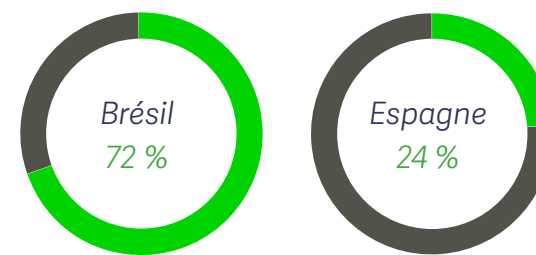
Être son propre patron s'avère particulièrement important au Brésil (46 %), aux États-Unis (40 %), au Portugal (40 %), en France (38 %) et au Royaume-Uni (36 %). En Pologne, c'est le fait de gagner de l'argent qui pousse les jeunes à se mettre à leur compte, plutôt que de travailler pour quelqu'un d'autre (32 %).

L'intégration entre vie professionnelle et vie privée étant un critère très saillant, il est logique que 37 % des entrepreneurs interrogés se reconnaissent dans leur entreprise et qu'ils mesurent leur propre succès à celui de leur entreprise. Fiers de leur travail, beaucoup souhaitent voir leur activité se développer et pouvoir profiter personnellement de son succès.

Cela se vérifie en particulier au Brésil (54 %) et au Nigeria (72 %), tandis qu'en Belgique (25 %) et en Suisse (24 %), plus que dans tout autre pays, les entrepreneurs travaillent plutôt pour le bien-être de leurs employés.

Cependant, les entrepreneurs de cette génération ne veulent pas se contenter de réussir, ils tiennent aussi à ce que leur travail soit gratifiant. Être leur propre employeur est pour eux un moyen de demeurer fidèles à leurs valeurs. Plus d'un tiers déclarent qu'ils ont créé leur entreprise pour rester maîtres de leur identité propre.

Cette notion s'est révélée si séduisante que 63 % des entrepreneurs envisagent de créer plusieurs entreprises au cours de leur vie active, et parmi ceux-ci, plus de la moitié sont motivés par les idées qu'ils veulent partager à travers le monde. C'est surtout le cas pour les brésiliens (72 %), tandis qu'en Espagne, le plaisir d'exercer leur activité constitue la plus grande motivation des patrons de petites entreprises (24 %).



Modes de travail

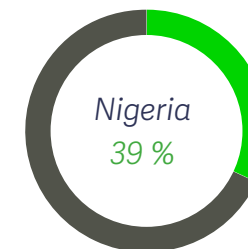
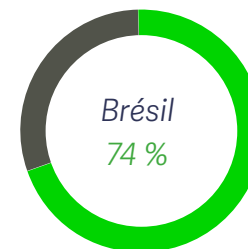
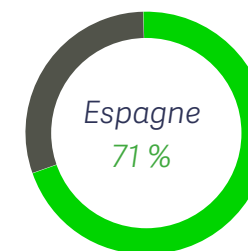
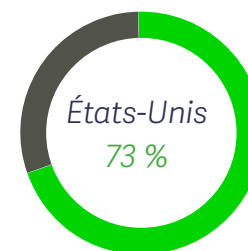
Les entrepreneurs de la génération Y accordent beaucoup de valeur à la flexibilité et veulent pouvoir décider quand, où, comment et avec qui ils travaillent. Un tiers des sondés soulignent qu'ils souhaitent voir leur activité se développer, mais uniquement s'ils peuvent continuer à travailler pour eux-mêmes en restant autonomes.

Un tiers également affirment qu'ils tentent de recruter du personnel qui partage leurs valeurs et le dernier tiers souhaitent s'entourer d'employés qui partagent leur ambition et leur enthousiasme. Tandis que les jeunes patrons polonais et belges estiment qu'il s'agit d'une attitude typique des entrepreneurs, les nigériens préfèrent recruter des personnes qui remettent en question leur façon de penser et apportent un nouveau regard.

Deux tiers des entrepreneurs interrogés précisent qu'ils apprécient de pouvoir confronter leurs idées avec celles des membres de l'équipe, notamment en Suisse, où 78 % des entrepreneurs déclarent mieux travailler lorsqu'ils sont entourés de collaborateurs.


Il n'est donc pas si surprenant de constater que 61 % indiquent également fréquenter leurs collègues au moins une fois par semaine en dehors du travail, et près d'un quart déclarent que la culture d'entreprise représente l'axe central garantissant la gestion optimale de l'activité.

Aux États-Unis (73 %), en Espagne (71 %) et au Brésil (74 %) principalement, les entrepreneurs disent retrouver leur équipe au moins une fois par semaine en dehors du travail, tandis qu'au Nigeria (39 %), la tendance est plutôt d'une fois par mois.



Les *planificateurs*



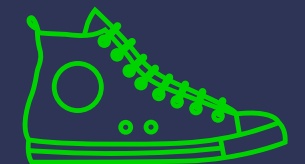
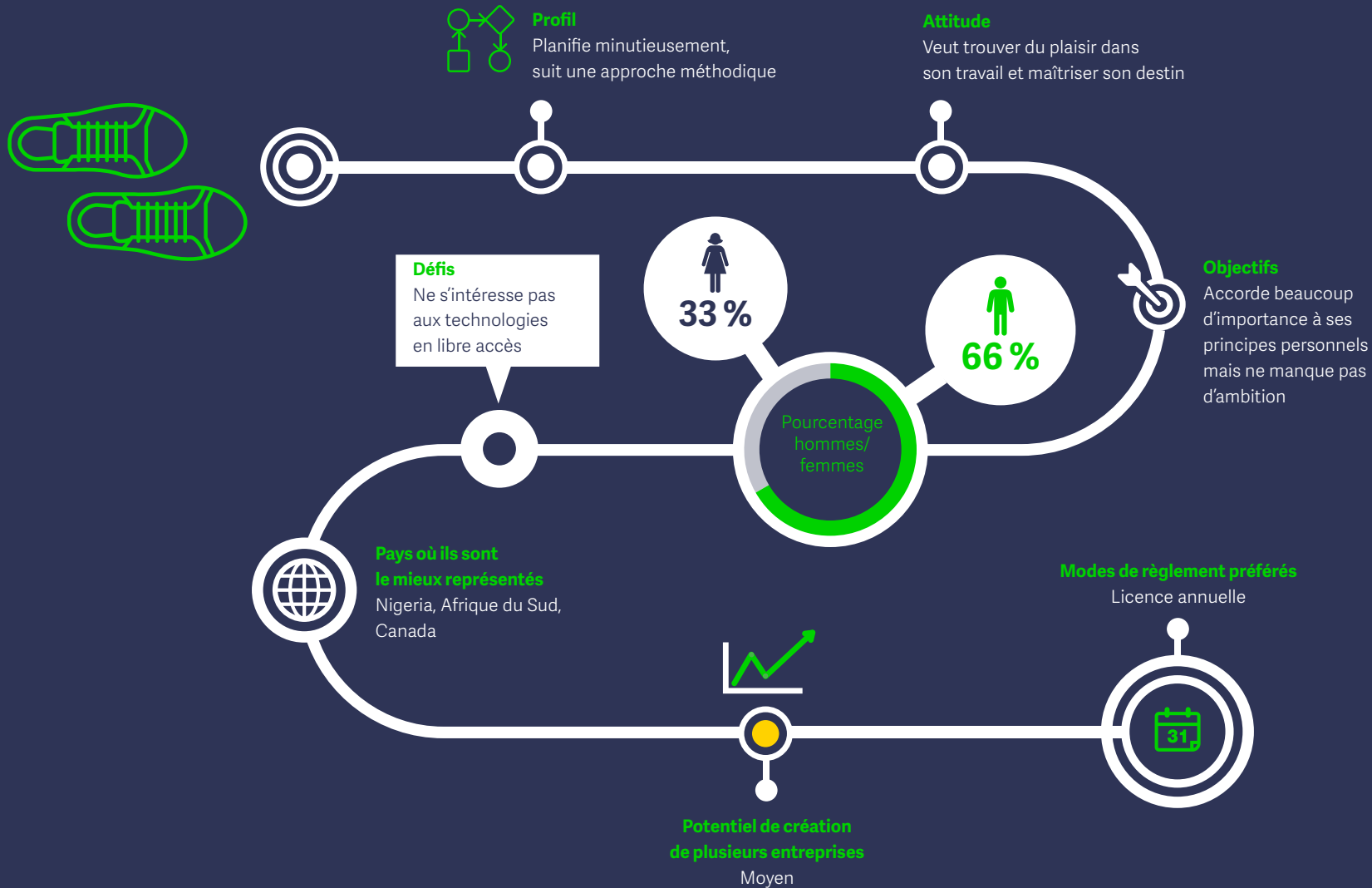


Les planificateurs sont extrêmement méthodiques dans leur approche du travail et planifient minutieusement leur réussite, de manière structurée. Ils ont des projets ambitieux, ne prennent jamais rien pour argent comptant et posent toujours beaucoup de questions.

Cependant, les planificateurs sont aussi désireux d'imprimer leur marque sur la société et sont soucieux de faire passer les valeurs auxquelles ils croient avant l'appât du gain. Ils veulent trouver du plaisir à ce qu'ils font et maîtriser leur destin.

Ils misent davantage sur les personnes que sur la technologie mais s'appuient sur les technologies payantes pour garder une longueur d'avance sur la concurrence et cibler leurs clients. Dans dix ans, ils espèrent faire des économies sur les locaux et les frais généraux grâce au travail nomade et à l'intensification du recrutement dans d'autres pays.





Les *technophiles*

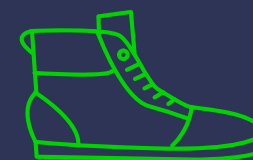


Les technophiles sont passionnés par leur travail. Ils ne supportent pas l'idée de rester assis à se tourner les pouces. Ils font confiance à la puissance et à l'efficacité des technologies innovantes pour devancer la concurrence et sont intimement convaincus qu'elles sont capables de cibler précisément leurs clients actuels et futurs.

Se méfiant des apparences, ils misent davantage sur la technologie que sur les personnes pour gérer leur activité de manière optimale. Ils croient fermement à la qualité des technologies en libre accès et considèrent l'activité de réseautage comme un élément crucial de leur succès.

Les technophiles sont motivés par un désir de partager leurs idées dans le monde entier, mais ils peuvent être découragés par leur dépendance à l'égard du financement et par un marché saturé. Plus que tout autre profil, ils travaillent mieux seuls mais veulent savoir ce que font les autres afin de conserver le contrôle sur leur activité.





Les *instinctifs*





Les instinctifs sont désinvoltes. Ils aiment l'inconnu et n'ont de cesse de découvrir des territoires inexplorés. Ils se fient à leur intuition et campent sur leur position. L'image de modernité qu'ils dégagent revêt beaucoup d'importance pour eux, de même que le fait de laisser un héritage pour lequel ils seront reconnus.

Les instinctifs sont moins susceptibles d'adopter un mode de travail flexible que la plupart des entrepreneurs. Mais ils sont férus de technologie et se reposent entièrement sur elle pour leurs activités de réseautage, bien qu'ils ne se disent pas convaincus de son importance pour leur réussite. Comme ils estiment avoir suffisamment d'ingéniosité pour ne pas avoir à s'appuyer sur la technologie pour réussir, ils ne sont pas intéressés par l'achat des dernières innovations.

Pour les instinctifs, il est bien plus important de gagner de l'argent que d'honorer leurs valeurs personnelles et sociales. Et surtout, ils veulent devenir célèbres et que leur entreprise « fasse le buzz ». Les personnes de ce groupe sont susceptibles d'être des entrepreneurs en série, leur but étant de travailler beaucoup, s'enrichir rapidement et partir tôt à la retraite. Sur le plan de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle, ils tendent à privilégier le travail, d'où le fait qu'ils apprécient les sorties régulières avec leurs collègues. Ils sont enclins à laisser les employés travailler sur leur propre ordinateur tant qu'ils produisent des résultats.





Les *pragmatiques*





Les pragmatiques sont doués d'ingéniosité mais ils ont tendance à déclarer qu'ils s'appuient sur la technologie (gratuite de préférence) pour réussir. Concernant leur mode de travail et leur prise de décisions, ils alternent souvent entre se fier à leur intuition et adopter une approche méthodique.

Désireux de faire croître leur entreprise, tant qu'ils peuvent continuer à travailler pour eux-mêmes, les pragmatiques sont souvent des entrepreneurs en série. Ils misent davantage sur les personnes que sur la technologie pour garantir la gestion optimale de leur activité et préfèrent opérer sur le terrain que dans l'univers virtuel.

Ils sont très enclins à préférer leur vie privée au travail, mais se targuent de bien gérer leur entreprise et valorisent leurs ressources humaines.





Les *intrépides*



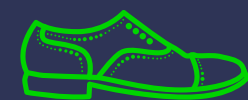
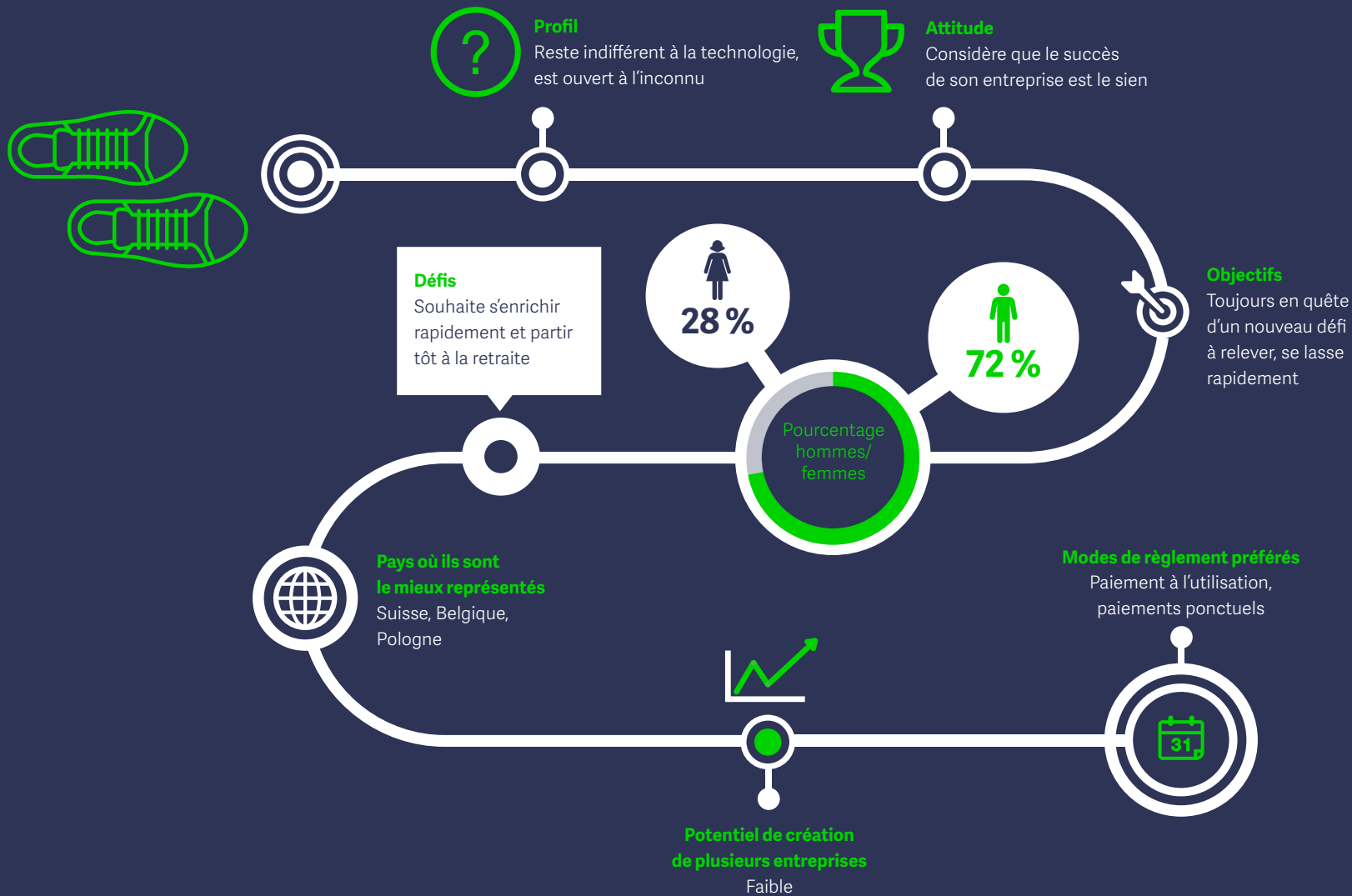
Toujours en quête d'un nouveau défi et se lassant rapidement, les intrépides aiment plonger dans l'inconnu et se moquent totalement des apparences. Plus de la moitié d'entre eux confient qu'ils ont perdu la passion pour leur entreprise, parfois juste un an après sa création.

Les intrépides adoptent de préférence un mode de travail très collaboratif et convivial et aiment confronter leurs idées à celles de leurs collègues. Ils sont prêts à laisser leurs employés travailler sur leur propre périphérique tant qu'ils savent ce qu'ils font.

Convaincus qu'avoir un impact social est une notion surestimée, les intrépides considèrent le succès de leur entreprise comme le leur et travaillent pour le bien-être de leurs employés, qui bien souvent, partagent leur ambition et leur enthousiasme.

Ils ne se sentent absolument pas concernés par l'évolution des technologies et sont indifférents à la manière dont elles pourraient les aider à gérer leur activité. En fait, ils affirment qu'ils ne verraient aucun inconvénient à gérer leur entreprise avec la technologie datant d'il y a 20 ans.





Les jeunes entrepreneurs et les technologies : une histoire d'amour ?

Nous connaissons tous le stéréotype de la génération Y : de jeunes prodiges capables de saisir des milliers de mots à la minute et d'utiliser tous les appareils les plus récents du marché. Mais y a-t-il seulement un fond de vérité dans cela ? Comment les jeunes entrepreneurs utilisent-ils réellement la technologie au travail ?

Leur point de vue

Sans surprise pour une génération d'entrepreneurs maîtrisant les outils informatiques depuis leur plus jeune âge, les périphériques mobiles sont leur plate-forme de prédilection. La majorité de ces jeunes patrons attachent une énorme importance à la technologie et tiennent à être à l'avant-garde des nouvelles tendances.

Plus d'un tiers des jeunes entrepreneurs indiquent que la technologie qu'ils utilisent est le critère numéro un pour garantir une gestion optimale de leurs activités et qu'ils ne s'imaginent pas prospérer sans elle.

En France, 42 % déclarent se reposer sur la technologie, tandis qu'au Brésil, 81 % estiment qu'ils ne pourraient pas réussir sans elle. Concernant les réseaux et les nouveaux clients, près de trois quarts des personnes interrogées répondent qu'elles utilisent la technologie plutôt que la communication en face à face.

Cependant, cette soif constante d'obtenir les dernières technologies est loin de ressortir aussi nettement parmi les jeunes entrepreneurs que le stéréotype aurait pu nous le faire supposer. On constate en effet des avis divisés, la moitié - principalement aux États-Unis (51 %) et au Brésil (52 %) - affirmant qu'ils auraient pu gérer leur entreprise avec la technologie datant d'il y a 20 ans, tandis que 41 % assurent le contraire.

Fait encore plus intéressant, 59 % des sondés (dont 67 % d'australiens) certifient disposer de suffisamment d'ingéniosité pour ne pas avoir à dépendre de la technologie pour réussir, et en Belgique, 67 % sont indifférents à la manière dont elle pourrait les aider à gérer leur activité. Nombreux sont également ceux qui ont une mauvaise opinion de la technologie en libre accès, arguant qu'elle n'est jamais aussi fiable que la technologie payante.

62 % des jeunes dirigeants, principalement au Brésil (69 %), soutiennent que malgré l'évolution constante des technologies, ils ne sont pas inquiets quant à leur capacité à suivre le rythme. Et 72 % affirment qu'ils ne se préoccupent pas de savoir s'ils pourront se permettre d'acquérir les dernières technologies.

Lorsqu'ils envisagent l'avenir, 41 % sont persuadés que la technologie va enterrer le concept de bureau attiré dans les dix prochaines années, que le lieu de travail sera de plus en plus virtuel (ce sont les brésiliens qui en sont le plus convaincus, à 54 %) et qu'à l'avenir, tout le monde travaillera à distance sur périphérique mobile, en toute flexibilité.

Quels sont les obstacles que rencontrent les entrepreneurs de la génération Y ?

Nous savons qu'un travail acharné et des sacrifices sont nécessaires pour faire passer son projet professionnel du rêve à la réalité. C'est pourquoi les entrepreneurs qui ne disposent déjà que de très peu de temps ne devraient pas avoir à se battre contre des pratiques économiques d'un autre âge.

43 % des entrepreneurs de la génération Y considèrent la bureaucratie comme un facteur démotivant, et ce sont les brésiliens et les polonais qui le ressentent le plus.

Par ailleurs, 36 % des entrepreneurs interrogés, notamment à Singapour (46 %), en Afrique du Sud (43 %), en Espagne (44 %) et en Australie (43 %), jugent démoralisants les retards de paiement et les soucis de trésorerie.

Parmi tous les profils types, les technophiles sont les plus démotivés par la bureaucratie et les formalités administratives, et 41 % d'entre eux le sont par les retards de paiement.

Près d'un tiers des technophiles, en majorité à Singapour (35 %) et au Nigeria (36 %), regrettent en outre d'avoir à se démener pour obtenir un financement et plus d'un quart, c'est-à-dire plus que les autres profils, témoignent qu'ils subissent une concurrence accrue en raison de la multiplication rapide des start-ups.

Les planificateurs évoquent, quant à eux, une autre difficulté : près d'un tiers déplorent avoir du mal à recruter des collaborateurs compétents partageant leur état d'esprit.

L'un des moyens par lesquels les politiques du monde entier pourraient leur apporter leur soutien serait de minimiser leurs difficultés. Au Royaume-Uni, par exemple, les taux d'imposition des entreprises condamnent les jeunes pousses en pleine croissance à une mort prématurée. Parallèlement, à l'ère de la banque en ligne, les entreprises ne sont toujours pas payées dans les délais, et ce partout dans le monde.

Les petites entreprises ont besoin du soutien des gouvernements pour réaliser leur plein potentiel et

produire des effets positifs sur l'économie au sens large. Pas moins de 40 lois entravant la rentabilité des petites entreprises vont être révisées cette année, dans le cadre d'un effort visant à stimuler les financements non bancaires et à réduire les formalités administratives européennes. C'est un bon début, mais il y a encore beaucoup de chemin à faire.

Cette génération d'entrepreneurs veut instaurer une culture d'innovation. Elle a grandi en disposant des technologies qui optimisent l'efficacité des processus et permettent d'accéder instantanément aux informations en temps réel, en tout lieu et à tout moment. Elle est donc moins tolérante vis-à-vis de pratiques obsolètes qui ralentissent l'activité et freinent la croissance. Aidons-les à véritablement prendre leur essor.

Notre vision du futur

Notre étude montre clairement que les entrepreneurs de la génération Y ont un immense rôle à jouer dans l'économie des jeunes pousses et qu'ils transforment nos méthodes de travail à tous.

Mais ils ont besoin de disposer des outils nécessaires pour s'épanouir et transformer leurs start-ups en entreprises performantes.

Tout autour du globe, les entrepreneurs portent un nouveau regard sur l'environnement économique. Ils ont des idées formidables et créent leur entreprise parce qu'ils désirent les partager à travers le monde entier.

Ils bousculent les choses, rejetant les modes de travail établis et tirant pleinement parti des nouvelles technologies. Optimistes, ils ne lésinent pas sur leurs heures de travail mais réclament de la flexibilité sur le moment, le lieu et les personnes avec lesquelles ils travaillent, déterminés à s'entourer de personnes partageant leur ambition et leur enthousiasme.

Le maintien d'un équilibre entre vie privée et vie professionnelle et le respect de leurs valeurs personnelles s'avère prioritaire pour bon nombre de ces entrepreneurs.

Les technologies appropriées représentent un élément fondamental de cette nouvelle manière de travailler.

Les périphériques mobiles leur permettent de travailler à distance, de rester en contact avec leurs collègues et de gérer leur entreprise en tout lieu.

Nous souhaitons offrir aux jeunes entrepreneurs la possibilité de contrôler leur activité depuis leur appareil mobile. Il convient de noter que 80 % du temps passé sur un appareil mobile est consacré aux cinq applications favorites de l'utilisateur. Or les jeunes entrepreneurs sont friands d'expériences conviviales, instantanées et personnalisées.

Chez Sage, nous développons des produits tels qu'un assistant personnel intelligent pour les entreprises. Il permet de gérer l'aspect financier via les applications de messagerie préférées de l'utilisateur (Facebook, Slack, Kik, etc.). Ainsi, les entrepreneurs peuvent gérer leurs finances par le biais d'une conversation.

Les technologies intelligentes de ce type sont source d'efficacité et les aident à devancer leurs concurrents.

La principale difficulté de cette génération réside dans la bureaucratie et les formalités administratives qui les freinent, les découragent et empêchent leur entreprise d'être agile et concurrentielle.

Sur un marché saturé, les entrepreneurs de la génération Y sont en quête des meilleures chances d'obtenir un financement ; ils cherchent à gérer leur trésorerie de manière efficace et veulent trouver les bonnes compétences et les bons talents pour faire réellement avancer leur entreprise, se distinguer du lot et, du même coup, asseoir la position de leur pays.

Lorsque l'on souhaite recruter, motiver et nouer des relations commerciales avec les jeunes dirigeants de cette génération, il est indispensable d'oublier les stéréotypes et de s'efforcer de répondre à leurs besoins spécifiques, à leurs préoccupations et à leurs exigences. Ces jeunes entrepreneurs ont soif de créer une nouvelle vague d'entreprises. Mais il appartient à la génération actuelle de lever les obstacles à leur croissance.

Focus France : entreprendre pour exister

L'étude *Walk with Me* souligne les particularités des jeunes entrepreneurs français en montrant notamment qu'ils vivent leur expérience entrepreneuriale comme une façon d'exister dans la société.

- Pour 41,9 % des entrepreneurs français, leur motivation est liée à leur identification personnelle avec l'entreprise (si elle réussit, je réussis) et à la satisfaction de leurs employés (19 %). C'est le seul pays parmi les 16 représentés dans l'étude pour lequel ces deux motivations sont aussi fortes

- 71,3 % des jeunes entrepreneurs français espèrent que leur entreprise aura grandi dans les cinq prochaines années, que ce soit pour satisfaire leurs objectifs personnels ou professionnels. Avec le Brésil, c'est le pays pour lequel la croissance est l'ambition la plus importante, devant le sentiment du travail accompli, le plaisir ou le projet de revendre son activité

// Les jeunes entrepreneurs français vivent l'entrepreneuriat comme une façon d'exister et de s'intégrer dans la société. A l'heure des élections présidentielles, il sera intéressant d'observer comment les différents candidats traiteront la valeur que cet engagement représente à moyen et long terme pour l'économie française. **//**

Serge Masliah,

Directeur Général de Sage France.

Focus France : la techno dans la peau

L'étude *Walk with Me* démontre également que les jeunes entrepreneurs français sont technophiles...

- 44,2 % des jeunes entrepreneurs français sont persuadés que la technologie va enterrer le concept de bureau grâce à l'avènement de la mobilité, devant l'Allemagne (43,3 %) et la Belgique (39,6 %). Seuls les Australiens (46,6 %) se montrent plus enthousiastes. De plus, 39,1 % des entrepreneurs français pensent qu'ils travailleront virtuellement avec leurs collaborateurs grâce aux nouvelles technologies d'ici 10 ans
- Les jeunes entrepreneurs français ne sont pas inquiets de la constante évolution des technologies : 60,7 % d'entre eux pensent qu'ils s'adapteront, tout comme les Brésiliens, les Australiens et les Belges
- 47,5 % des entrepreneurs français pensent qu'ils auraient pu gérer leur entreprise avec les technologies disponibles il y a 20 ans

“ Les jeunes entrepreneurs français ont le plus fort taux d'adhésion aux nouvelles technologies de l'ensemble des pays sondés par l'étude *Walk with Me*, et ils ne sont pas inquiets des évolutions à venir. La France peut avoir confiance en leur capacité de créer une "Silicon Valley européenne" sur le territoire français. Par contre, comme tous les autres entrepreneurs, leur conception de la gestion reste « old-school ». Or, il leur faudra franchir le pas pour gérer leur croissance et survivre dans un monde désintermédié. ”

...mais ils restent *old-school* en termes de gestion

- 58,5 % des français indiquent qu'ils n'ont pas besoin de la technologie pour rester compétitifs
- 47,5 % des entrepreneurs français pensent qu'ils auraient pu gérer leur entreprise avec les technologies disponibles il y a 20 ans

Serge Masliah,

Directeur Général de Sage France.

sage

#nextgen