

Étude BGE – L'ObSoCo

**QUI SONT LES
ENTREPRENEUR·E·S
D'AUJOURD'HUI ?**

**Comprendre pour mieux
accompagner**



Avec
le soutien de

Crédit Mutuel
Alliance Fédérale

 **BGE**
Appui aux entrepreneurs

Sommaire

Précisions méthodologiques	→ 4
Profils et motivations	→ 5
Réalités entrepreneuriales	→ 11
L'expérience entrepreneuriale	→ 15
Segmentation :	
l'entrepreneuriat, une affaire de famille(s) ?	→ 18

Crédit Mutuel Alliance Fédérale et BGE partagent plusieurs convictions au sujet de l'entrepreneuriat.

Une société qui entreprend est une société vivante, tournée vers le futur et qui se donne les moyens de résoudre les défis auxquels nous devons faire face ; il est donc vital de soutenir les dynamiques entrepreneuriales.

L'entrepreneuriat est un levier émancipateur et de lutte contre les déterminismes ; il est donc nécessaire d'accompagner les entrepreneur-e-s quel que soit leur profil, avec un engagement particulier envers les plus précaires.

Des points de vigilance restent d'actualité

Il s'agit de réussir le passage d'une envie entrepreneuriale forte et répandue à tous les milieux (la bataille culturelle de l'envie d'entreprendre est gagnée), à la réussite entrepreneuriale (sur le million d'immatriculations annuelles, trop d'entreprises restent encore unipersonnelles avec pour certaines des chiffres d'affaires très faibles).

Nous devons nous engager collectivement à développer le potentiel des entrepreneur-e-s : investir sur les compétences entrepreneuriales, challenger les modèles économiques, les aider à muscler leurs stratégies commerciales,

les financer au bon niveau... C'est pour cela que Crédit Mutuel Alliance Fédérale et BGE s'allient : organiser une approche couplée de l'accompagnement et du financement afin de répondre efficacement aux besoins des entrepreneur-e-s.

Cette étude nous éclaire sur des sujets clefs pour orienter nos efforts

Une motivation à entreprendre très fortement liée à une envie d'indépendance qui va en s'amplifiant ; se mettre à son compte est un réel et puissant moteur à l'action, un choix profond.

Des facteurs sont déterminants pour passer à l'acte mais « s'effacent » sur les trajectoires de développement de l'entreprise ; l'entrepreneuriat permet de s'extraire de situations sociales perçues comme figées, c'est un réel levier positif sur les trajectoires professionnelles.

Cette réalité enthousiasmante ne doit pas cacher les difficultés, notamment économiques, rencontrées par beaucoup. Le niveau de vie des entrepreneur-e-s doit être un sujet de vigilance.

L'importance de passer d'une vision « stéréotype » à une vision plus complexe intégrant motivation, capacité et trajectoire.

C'est tout l'objet de cette étude avec la présentation de 7 familles d'entrepreneur-e-s.

L'ObSoCo est une société d'études et de conseil en stratégie née en 2011 de la conviction que nous sommes en train de vivre une période de transformation profonde du modèle de développement des sociétés occidentales. L'ensemble des acteurs économiques et institutionnels doivent aujourd'hui repenser la façon dont ils se positionnent et créent de la valeur pour satisfaire le consommateur et le citoyen. Une tâche qui exige de remettre en cause ses visions du monde et de renouveler les concepts et grilles de lecture afin de donner sens aux mutations de la société et de la consommation pour mieux s'y adapter.

Précisions **méthodologiques**

- Durée de l'enquête : **6 janvier au 27 février 2023.**
- **Echantillon total** de 5990 personnes représentatif des participants aux programmes BGE d'appui aux entrepreneurs entre 2018 et 2022 – dont 5265 qui ont répondu à l'intégralité du questionnaire.
Il est à noter que BGE porte une mission d'intérêt général et accueille tout type de public candidat à l'entrepreneuriat dont près de 50% se trouve dans des situations économiques complexes.
- **Deux cibles interrogées** : les personnes qui se sont immatriculées à l'issue de leur participation aux programmes BGE (les « créateurs » ; 3371 personnes interrogées) et celles qui ne l'ont pas fait (les « non-créateurs » ; 2259 personnes interrogées), avec un tronc commun puis deux trajectoires d'interrogation différentes dans le questionnaire.
- **Redressement de l'échantillon** sur les variables suivantes : âge, genre, région de résidence, niveau de diplôme, situation professionnelle, année de participation aux programmes BGE, création d'entreprise à l'issue du passage chez BGE et statut de l'entreprise créée.
- **Population cible** : 120 000 personnes ayant eu au moins 3h d'actions collectives ou individuelles sur la phase de structuration de projet entre 2018 et 2022.

Bloc de commentaires BGE



1 PROFILS ET MOTIVATIONS

Une population de **demandeurs d'emploi et inactifs** importante

Demandeurs d'emploi et inactifs

78%

dont **44%** au chômage depuis moins d'un an et **29%** depuis plus d'un an

Actifs occupés

22%

12% de CDI
3% de CDD

NB : moyenne nationale des créateurs d'entreprise préalablement demandeurs d'emploi : 30% (source Insee)

Une surreprésentation des **CSP+**

CSP+

30%

(vs **21%** dans l'ensemble de la population)

CSP intermédiaires

18%

(vs **25%** dans l'ensemble de la population)

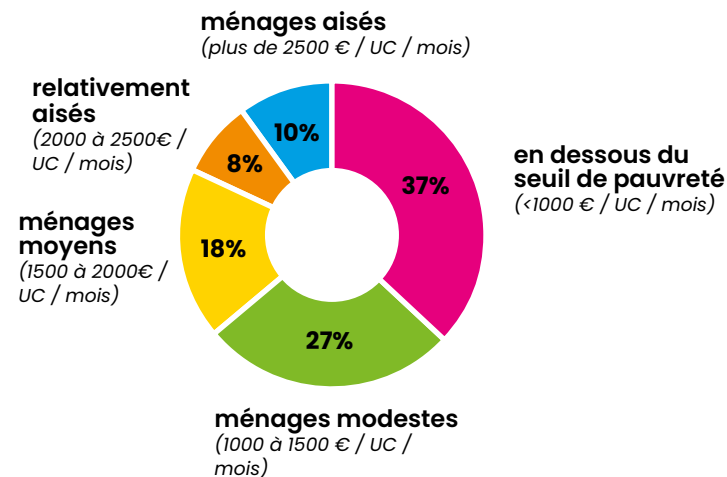
CSP-

52%

(vs **54%** dans l'ensemble de la population)

Une population en situation de **plus grande précarité** que la moyenne

Niveau de vie par unité de consommation



BGE, acteur de l'intérêt général, a depuis sa

création vocation à accueillir tout type de public, du plus précaire au plus aisé, avec un investissement particulier vers les personnes en recherche d'emploi. Ces dernières années les chiffres témoignent d'un public plus diplômé, plus féminin mais aussi plus précaire.

NB : Sur l'ensemble des répondants, 56% sont des femmes, 30% ont moins de 35 ans et 13% plus 55 ans.

QUI PASSE À L'ACTE ET DEVIENT CRÉATEUR·RICE ?

6

Etudier ces profils est riche d'enseignements :

- Si 6 personnes sur 10 choisissent de façon ferme de créer ou de ne pas créer, 4 sur 10 restent dans un entre deux après avoir mené une réflexion sur leur projet,
- Le genre, le diplôme, le niveau de vie, le secteur d'activité influent sur le taux d'immatriculation,
- Concernant les femmes, majoritaires à BGE contrairement aux statistiques nationales, elles s'immatriculent en proportion plus que les hommes mais à proportion égale pour ce qui concerne les secteurs d'activité.



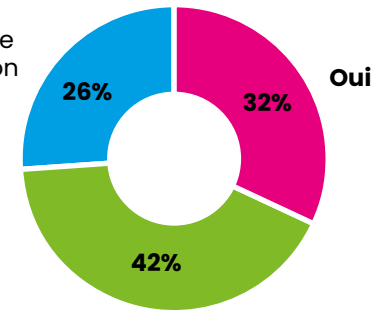
A l'issue
du programme
au sein de BGE

1 personne sur 3
passe à l'acte
et s'immatricule

**Les femmes
s'immatriculent
plus que
les hommes**

**A l'issue du programme BGE, avez-vous
effectivement créé votre entreprise ?**

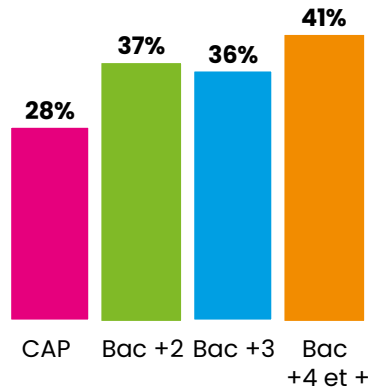
Non, vous avez
abandonné votre
projet de création
d'entreprise



Pas encore, mais vous avez
le projet de le faire dans
les mois ou années à venir

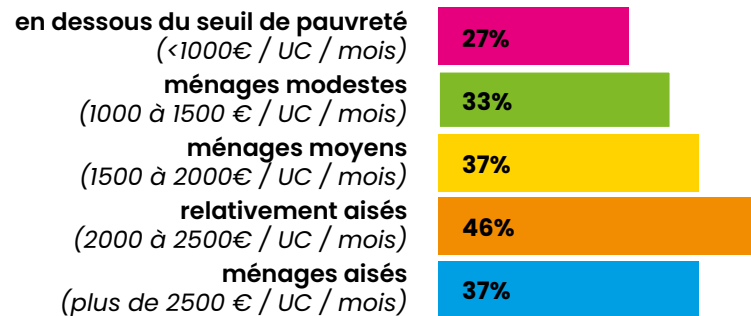
33 %
(vs **25 %**)

Part des porteurs de projet ayant créé une entreprise en fonction du niveau de diplôme



Un écart important entre les personnes infra bac et supra bac

Part des porteurs de projet ayant créé une entreprise en fonction du niveau de vie



Les personnes dont le **niveau de vie est relativement aisé** sont celles qui vont le plus passer à l'acte

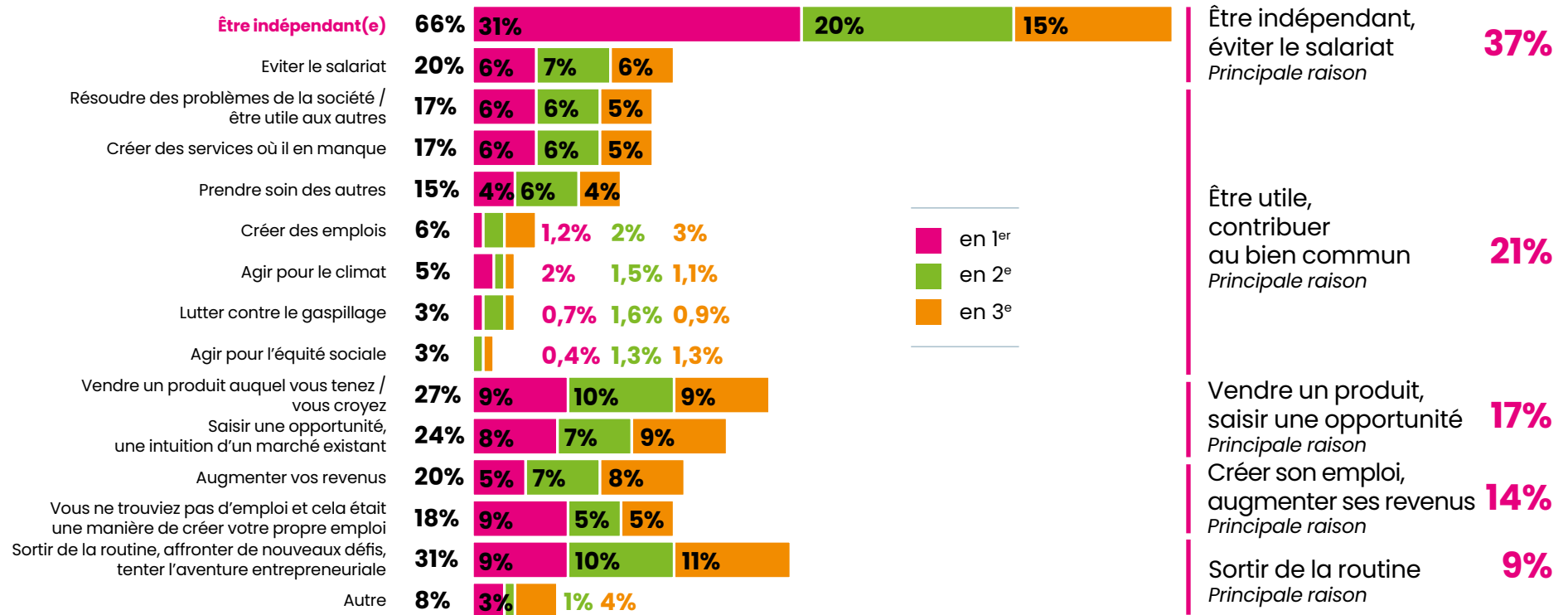
Part des porteurs de projet ayant créé une entreprise en fonction du secteur d'activité associé au projet entrepreneurial

Agriculture	22%
Industrie, artisanat	34%
BTP	53%
Transports, logistique	41%
Commerces	36%
Hébergement, restauration	31%
Informatique, web, télécoms	30%
Services aux entreprises	29%
Services aux personnes ou aux animaux	32%
Santé classique	40%
Bien-être, épanouissement personnel	37%
Activités liées à la transition écologique	20%

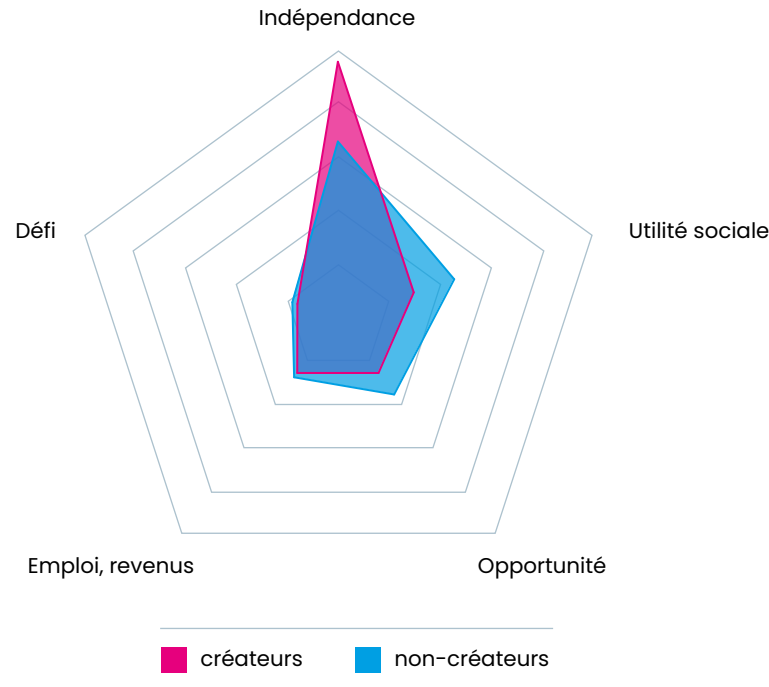
En termes de secteur, c'est dans le **BTP** que les concrétisations sont les plus nombreuses

UN MOTEUR PUISSANT : LA VOLONTÉ D'ÊTRE INDÉPENDANT

Motivation des porteurs de projet au moment de leur passage chez BGE



Motivation des porteurs de projet au moment de leur passage chez BGE



Ce graphique montre que les personnes **motivées par la volonté d'être indépendant passent plus à l'acte** que ceux par exemple motivés par une volonté d'utilité sociale.

Cette envie d'indépendance est donc un moteur très fort à l'action.

L'enjeu reste d'accompagner cette envie d'indépendance vers :

- des modèles économiques viables,
- des trajectoires de développement au-delà de son propre emploi pour ceux qui le souhaitent.

→ Registres de motivations évoqués dans le questionnaire d'enquête

Registre de l'indépendance :

- Être indépendant(e)
- Éviter le salariat

Registre de l'utilité sociale :

- Résoudre des problèmes de la société / être utile aux autres
- Créer des services où il en manque
- Prendre soin des autres
- Créer des emplois
- Agir pour le climat
- Lutter contre le gaspillage
- Agir pour l'équité sociale

Registre de l'opportunité :

- Vendre un produit auquel vous tenez / vous croyez
- Saisir une opportunité, une intuition d'un marché existant

Registre emploi, revenus :

- Augmenter vos revenus
- Vous ne trouviez pas d'emploi et cela était une manière de créer votre propre emploi

Registre du défi :

- Sortir de la routine, affronter de nouveaux défis
- Tenter l'aventure entrepreneuriale

2 RÉALITÉS ENTREPRENEURIALES

44%

des répondants estiment que le chiffre d'affaires est à la hauteur ou supérieur à leurs attentes au moment de la création de leur entreprise

Situation professionnelle initiale, CSP, niveau de revenus n'impactent pas la perception du chiffre d'affaires

PERCEPTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Part des personnes ayant atteint un chiffre d'affaires supérieur ou à la hauteur de leurs attentes

48%
pour les actifs occupés

vs **41%**
pour les inactifs et
demandeurs d'emploi

45%
pour les CSP+

vs **43%**
pour les CSP-

40%
pour le niveau
de revenus
le plus faible*

*moins de 800€ nets
par mois avant de
s'immatriculer

42%
pour le niveau
de revenus
le plus élevé**

**plus de 4100€ nets
par mois avant de
s'immatriculer

La structuration juridique de l'entreprise et le genre

impactent mais marginalement la perception du chiffre d'affaires

Le secteur d'activité et l'expérience

dans le secteur, eux, ont un effet sur la perception du chiffre d'affaires

Part des personnes ayant atteint un chiffre d'affaires supérieur ou à la hauteur de leurs attentes

41%

pour les entreprises individuelles

vs **47%** pour les sociétés

42%

pour les femmes

vs **49%** pour les hommes

Part des porteurs de projet ayant atteint un chiffre d'affaires à la hauteur de leurs attentes en fonction de leur expérience préalable dans le secteur d'activité

Aucune expérience	39%
1 à 2 ans	33%
3 à 5 ans	55%
6 à 10 ans	56%
11 à 15 ans	49%
16 à 20 ans	48%
Plus de 20 ans	45%

Part des porteurs de projet ayant atteint un chiffre d'affaires à la hauteur de leurs attentes en fonction du secteur d'activité associé au projet entrepreneurial

Agriculture	49%
Industrie, artisanat	47%
BTP	41%
Transports, logistique	67%
Commerces	51%
Hébergement, restauration	30%
Informatique, web, télécoms	41%
Services aux entreprises	43%
Services aux personnes ou aux animaux	38%
Santé classique	52%
Bien-être, épanouissement personnel	43%
Activités liées à la transition écologique	40%

Si des facteurs sont déterminants pour créer ou non son entreprise,

ces facteurs « s'effacent » si l'on s'intéresse à la perception du chiffre d'affaires.

Cependant ces données pointent également que près de 6 personnes sur 10 ne sont pas satisfaites de leur chiffre d'affaires au démarrage.

En effet le temps de « mise en route » d'une activité est souvent plus long que ne l'a prévu et espéré l'entrepreneur-e même quand il a été alerté sur ce sujet lors de sa préparation.

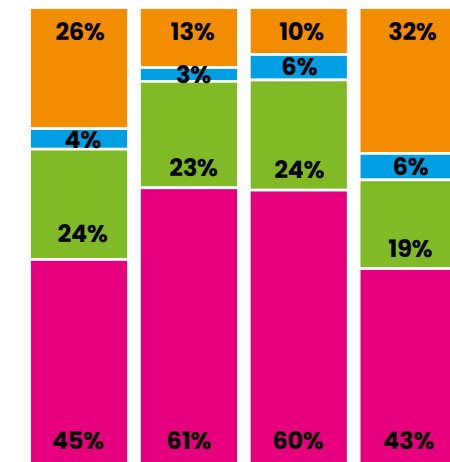
Par ailleurs, c'est quand il est dans le réel que l'entrepreneur-e prend conscience des manques qu'il peut avoir, des compétences dont il aurait besoin et qu'il pensait maîtriser.

Il est important d'être à ses côtés dans ces phases de démarrage pour l'accompagner dans sa montée en compétences, dans sa capacité à analyser sa situation et à agir.



CHIFFRE D'AFFAIRES RÉEL

Evolution du CA selon le statut actuel de l'entreprise



Entreprise individuelle*

*dont micro entrepreneurs

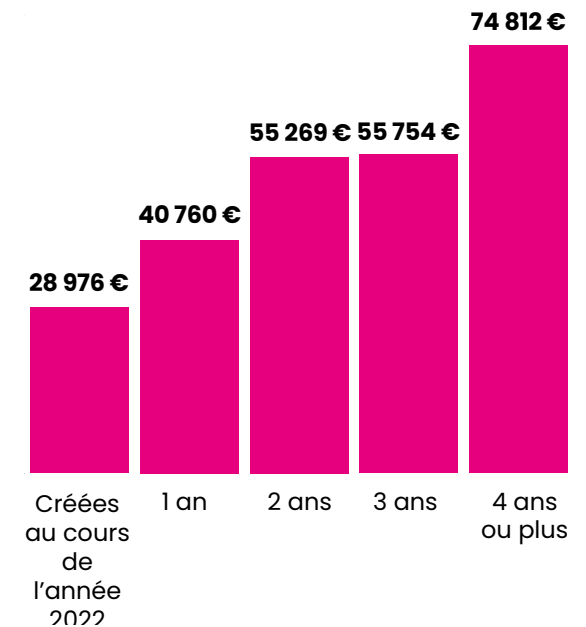
- en augmentation régulière
- en baisse régulière
- stable
- irrégulière

42%
des créateurs ont vu
leur chiffre d'affaires croître
de manière régulière

À 4 ans d'existence,
**estimation
moyenne de
6 234 € par
mois**

Vision positive
de l'avenir

CA actuel selon la durée d'existence



+ de 60%
anticipent une progression
à la hausse

3

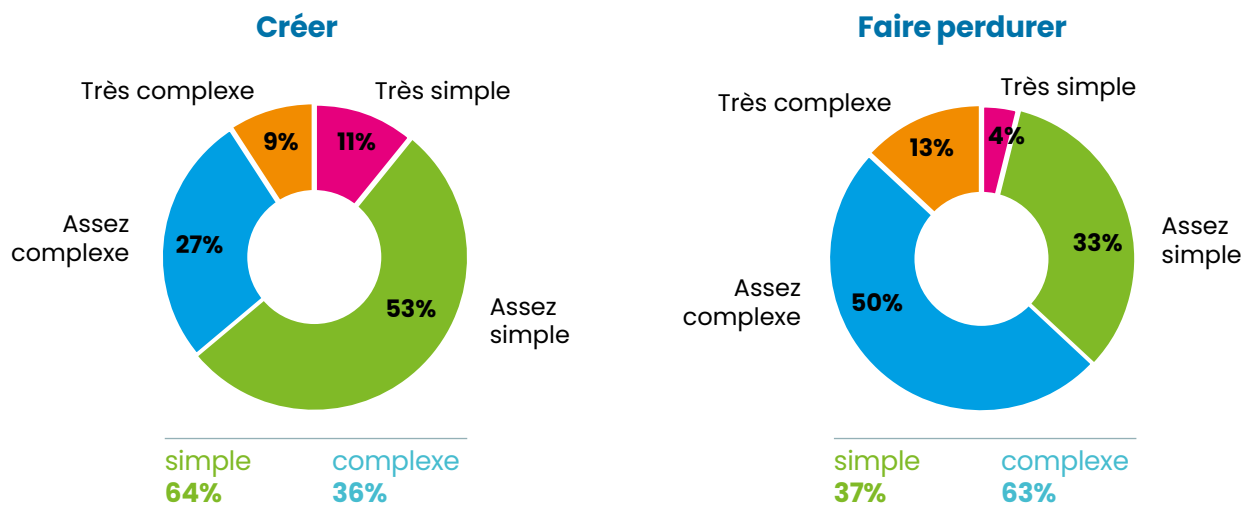
L'EXPÉRIENCE ENTREPRENEURIALE

6 entrepreneur·e·s sur 10 ont trouvé plutôt simple de créer leur entreprise.

VS

6 entrepreneur·e·s sur 10 jugent bien plus complexe de faire perdurer leur activité

Avec le recul, diriez-vous que créer votre entreprise / faire perdurer votre activité a été ...?



Des entrepreneurs en manque de formations

Il existe de nombreux dispositifs pour accompagner l'entrepreneur·e dans la création de son entreprise, ils sont beaucoup moins nombreux pour l'appuyer dans son développement.

L'accès à la formation reste trop faible pour les entrepreneur·e·s alors que la maîtrise de compétences est vitale pour quelqu'un qui doit prendre des décisions tous les jours sur des sujets

commerciaux, de gestion, de financement...

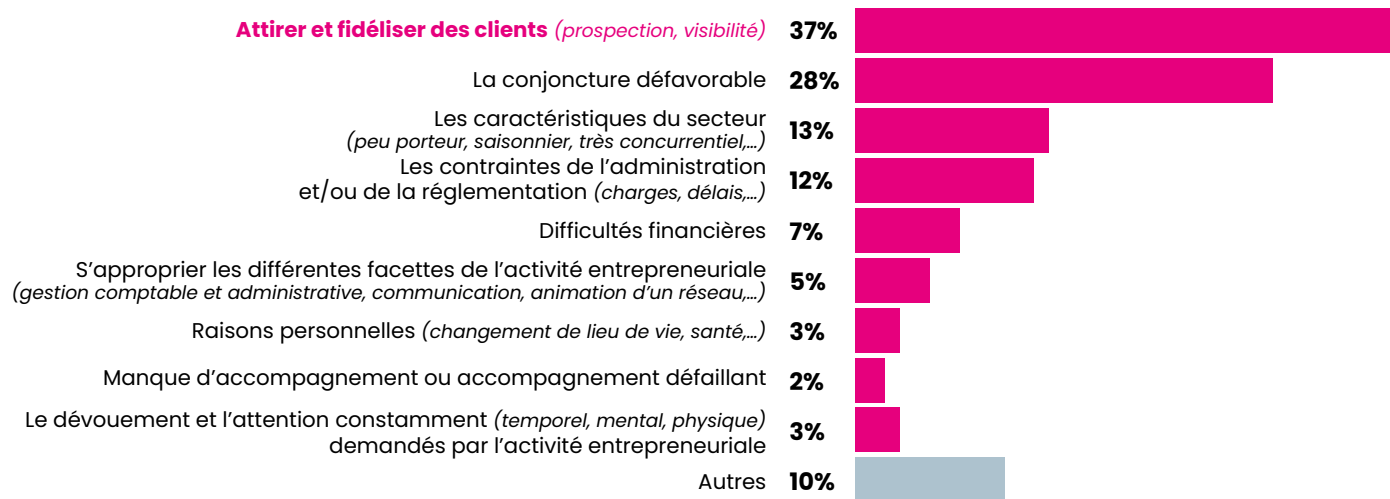
En 2020, 433 748 TNS ont bénéficié d'une action de formation financée par un FAF¹ (12% des TNS) et 16 500 ont mobilisé leur CPF, soit 0,5% des TNS².

Le sujet de la relation client, comme en attestent les données page suivante, est central.

¹ FAF : Fonds Assurance Formation

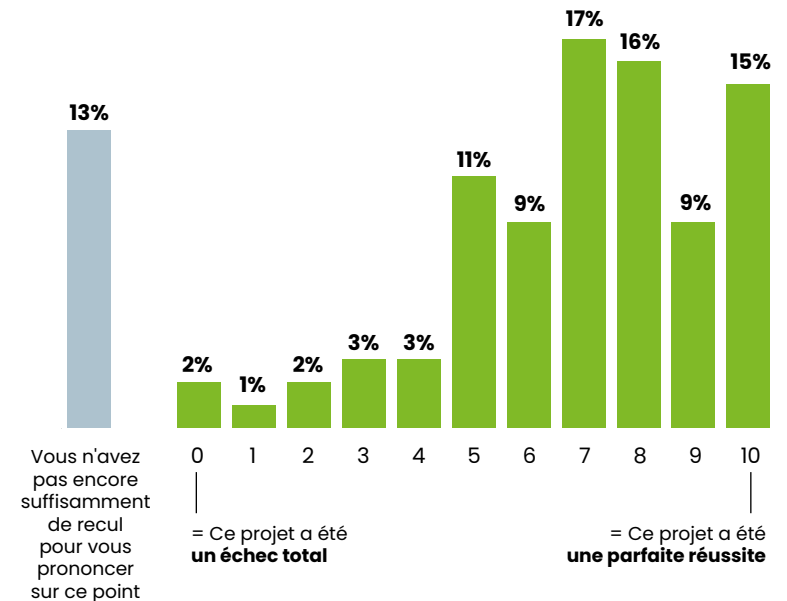
² TNS : Travailleur Non Salaré

Quelle est la nature des difficultés que vous rencontrez pour faire perdurer l'activité de votre entreprise ?



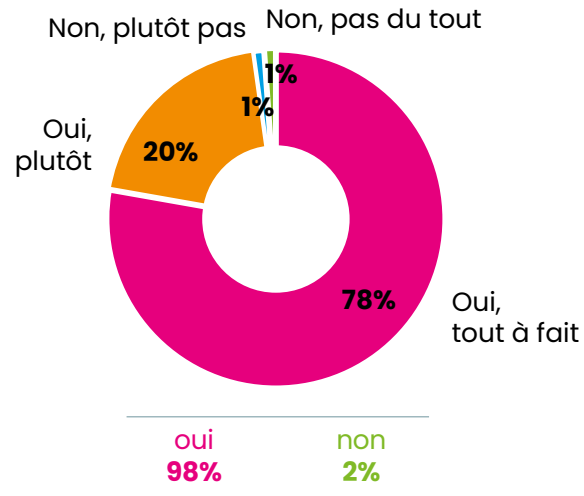
Plus de la moitié des créateurs·trices considèrent que leur projet est d'ores et déjà un succès

A combien évalueriez-vous la réussite de votre projet de création d'entreprise ?

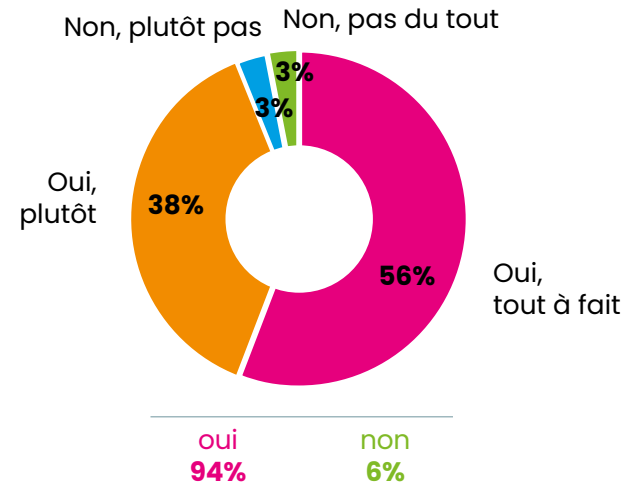


Tout bien considéré, diriez-vous que l'expérience de la création d'entreprise a été une bonne expérience ?

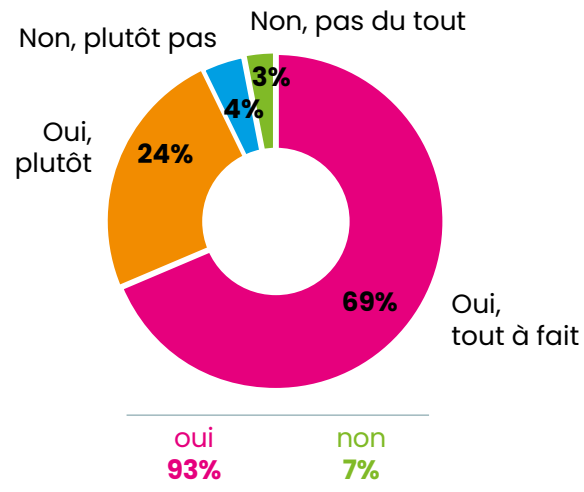
Parmi les personnes dont le CA est à la hauteur ou supérieur à leurs attentes



Parmi les personnes dont le CA est inférieur à leurs attentes



... si c'était à refaire, est-ce que vous le referiez ?



SEGMENTATION :

L'ENTREPRENEURIAT, UNE AFFAIRE DE FAMILLE(S) ?

4

Précisions **méthodologiques**

Comment ces familles ont été identifiées

→ **Méthode d'analyse**

- Une méthode commune appliquée aux créateurs et non-créateurs (analyse en composantes principales puis classification ascendante hiérarchique) mais avec des variables d'entrée légèrement différentes.
- Pour les créateurs, a été intégrée au modèle l'ensemble des variables liées au «profil entrepreneurial» (gestion de la complexité, du stress, du relationnel, de la prise de décision...), ainsi que toutes les variables relevant de l'expérience de l'entrepreneuriat décrite par les répondants (complexité à créer son entreprise, à faire perdurer son activité, atteinte ou non d'un chiffre d'affaires à la hauteur de ses attentes, perspective financière à moyen terme, évaluation de la réussite de son projet, propension à reproduire l'expérience s'il fallait recommencer...).
- Pour les non-créateurs, ont également été intégrées les variables liées au profil entrepreneurial, ainsi que toutes celles liées à l'état d'avancement du projet (Est-il toujours en cours ou abandonné ? Quelle est la probabilité de passage à l'acte ? Comment évalue-t-on ses chances de réussite ? Quel est le degré de satisfaction vis-à-vis de sa situation actuelle ?).

→ **Pourquoi cette recherche de segmentation ?**

- Pour sortir des stéréotypes (sociotypes) trompeurs car caricaturaux
- Pour valider / invalider que la création d'entreprise peut être émancipatrice
- Pour évaluer plus finement les besoins des entrepreneur-e-s
- Pour repérer les entrepreneur-e-s avec les trajectoires les plus prometteuses au-delà des (fausses) évidences
- Pour adapter :
 - **Intensité/durée** du parcours d'accompagnement,
 - **Modalités** (individuel, collectif, test d'activité, pépinière...) et thématiques
 - Temps **synchrones** et **asynchrones**
 - Niveau d'**autonomie** sur l'accès aux outils, simulateurs etc.
 - **Posture** du conseiller-formateur
 - Nature et fréquence des **communications** / relances
- Pour consommer de façon la plus pertinente les ressources (à chacun ce dont il a besoin pour déclencher de la réussite, ni trop, ni trop peu)

7 FAMILLES : PRÉSENTATION

N'ont pas encore lancé leur projet (68%)

20



Créer ou ne pas créer,
telle est la question...
_____ **16%**



Je vais créer !
_____ **18%**



Mon choix est fait et
ce ne sera pas la création
_____ **34%**

Ont lancé leur projet (32%)



Je vais réussir
(même si pour l'instant
c'est un peu compliqué)

34% de la population
des créateurs **11%**



Je réussis ! Et je ne vais
pas m'arrêter

31% de la population
des créateurs **10%**



Finalement, la création
**ce n'est peut-être
pas mon histoire**

11% de la population
des créateurs **3%**



**Visiblement je ne
m'en sors pas trop mal**
mais je ne suis pas
confiant pour autant

24% de la population
des créateurs **8%**

LES NI OUI NI NON

Créer ou ne pas créer 16%
telle est la question...

Porteurs de projet relativement incertains de leurs chances de réussite qui préfèrent attendre le bon moment mais sont assez confiants dans le fait de passer à l'acte.

Relativement ambitieux et haut score associé au lieu de maîtrise (on forge sa propre réussite). Aiment élargir le cercle de leurs relations. Mais le segment qui réagit le plus mal au stress, qui craint parfois le conflit et la prise de décisions.

Un faible niveau de vie (et sous-représentation symétrique des ménages à haut niveau de vie).



22

ENJEUX

Les aider à ne plus procrastiner et les pousser à agir (avec majoritairement un retour à l'emploi).



LES J'Y SUIS PRESQUE

Je vais créer ! 18%

Porteurs de projet enthousiastes à l'idée de créer leur entreprise, relativement sûrs d'eux.

Cochent les bonnes cases : hauts scores de détermination, aiment sortir de leur zone de confort, réagissent bien à la pression, n'ont pas peur de prendre des décisions, aiment prendre les choses en main et fédérer.

Très nette surreprésentation des ménages avec un faible niveau de vie.

ENJEUX

Ils ont besoin de plus de temps que la moyenne pour concrétiser leur projet. Rester à leurs côtés, les aider à finaliser leurs choix, sécuriser leurs décisions.



LES NON MERCI

Mon choix est fait et
ce ne sera pas la création **34%**

Porteurs de projet qui ont abandonné ou repoussé l'idée de créer leur entreprise.

Faible score associé au lieu de maîtrise (la réussite est due essentiellement à la chance), le segment le moins ambitieux, le moins persévérant, peu à l'aise hors de sa zone de confort, qui tend à craindre la prise de décisions.

Ménages les moins précaires parmi les non-créateurs.

ENJEUX

Leur décision est claire. Une fois le deuil du projet réalisé, les aider à valoriser leurs capacités et compétences et les orienter vers un retour à l'emploi.



LES OPTIMISTES

Je vais réussir ! 11%
(même si pour l'instant c'est un peu compliqué)

Créateurs qui connaissent un début difficile mais restent confiants dans leur projet.

Segment avec le chiffre d'affaires moyen le plus bas. Seule une minorité dit atteindre un chiffre d'affaires à la hauteur de ses attentes.

Les moins nombreux à avoir embauché (14%).

Haut score associé au lieu de maîtrise (on forge sa propre réussite), ambitieux et relativement déterminés. Réagissent parfois mal à la pression et préfèrent plus que la moyenne avancer seuls plutôt que prendre le temps de fédérer.

Le groupe avec la moyenne d'âge la plus basse.

Surreprésentés parmi les couples avec enfants.



ENJEUX

Leurs débuts d'entrepreneurs sont compliqués en termes de réalisation de chiffre d'affaires mais ils croient en leur capacité à réussir ; les aider à analyser / factueliser leur situation et à prendre des décisions ; leur optimisme peut-il être un moteur suffisant à leur réussite économique et si oui à quelles conditions ?



LES CERTAINS

Je réussis ! 10%
Et je ne vais pas m'arrêter

Les créateurs qui s'en sortent le mieux.

La majorité atteint un chiffre d'affaires à la hauteur de ses attentes.

Les plus nombreux à avoir embauché (20%).

Haut score de détermination, à l'aise avec l'idée de sortir de leur zone de confort, réagissent particulièrement bien à la pression, n'ont pas peur de prendre des décisions et aiment fédérer.

Surreprésentés parmi les couples avec enfants et les femmes.



ENJEUX

Les suivre régulièrement afin de valider que les trajectoires de développement sont bien « pensées », les aider à envisager des écueils, mobiliser les ressources nécessaires à leur développement, les aider à aller au maximum de leurs possibilités / capacités.



LES DÉÇUS

Enfin, la création
ce n'est peut-être pas mon histoire 3%

Créateurs qui doutent le plus, alors qu'ils étaient paradoxalement les plus convaincus de la réussite de leur projet.

Chiffre d'affaires en première année ou celui du dernier exercice fiscal ne sont pas inférieurs à la moyenne.

Ambitieux, mais score associé au lieu de maîtrise assez faible (considèrent que la réussite est liée essentiellement à la chance). Peu à l'aise hors de leur zone de confort, réagissent mal au stress, préfèrent avancer seuls plutôt que fédérer, restreignent leur cercle de relations.

Surreprésentation des célibataires sans enfant.



ENJEUX

Les aider au besoin à décider quand et comment arrêter leurs activités dans de bonnes conditions et si possible les céder ; les aider à formaliser les savoirs acquis à travers cette expérience pour rebondir vers un nouveau projet professionnel.

LES INCERTAINS

Visiblement je ne m'en sors pas trop mal
mais je ne suis pas confiant pour autant 8%

Créateurs qui connaissent un début plutôt bon mais qui sont relativement inquiets quant à l'issue de leur projet.

Chiffre d'affaires légèrement supérieur à la moyenne des créateurs.

Les moins nombreux à avoir embauché (14%).

Les plus hauts scores associés au lieu de maîtrise (on forge sa propre réussite), à la détermination et à la capacité à prendre des décisions. Mais sont peu à l'aise avec le fait de sortir de leur zone de confort et ne réagissent pas toujours bien à la pression. Le groupe le plus âgé.



ENJEUX

Les coacher pour les rassurer dans leurs capacités à réussir, les aider dans les processus de choix, faire ressortir les points forts de leurs activités, leur conseiller de se former et de participer à des clubs d'entrepreneurs pour éviter l'isolement.

CONCLUSION SUR LES PROFILS

26

- Le profil psychologique des porteurs de projets (parmi d'autres facteurs, tels que les ressources déployables, le secteur d'activité, la motivation à la création...) est effectivement déterminant dans le fait de passer à l'acte (s'immatriculer), de réussir à atteindre des résultats financiers à la hauteur de ses espérances, ainsi que sur le vécu de l'exercice entrepreneurial.
- Certaines qualités psychologiques (la propension à s'entourer, la tolérance au stress, la facilité à sortir de sa zone de confort...) semblent aider la réussite entrepreneuriale à court terme. D'autres semblent davantage servir une forme de résilience, qui permet de ne pas baisser les bras trop vite (la persévérance, le lieu de maîtrise, l'ambition).
- La motivation intrinsèque à la création d'entreprise (le fait de vouloir créer une entreprise parce que justement on apprécie cet exercice, le fait d'être indépendant, etc.) est déterminante dans le passage à l'acte.

Tous les groupes de non-créateurs sont significativement moins motivés que la moyenne par le fait de prendre leur indépendance et davantage par des registres de motivations extrinsèques (créer son propre emploi, accroître ses revenus...).

- Les projets se construisent manifestement sur un temps long. Tous les projets qui ne se concrétisent pas immédiatement ne sont pas nécessairement abandonnés. Si une partie des non-créateurs semble en réalité très incertaine et repousse la concrétisation de leur projet à une date indéfinie, une part également non-négligeable (plus d'un quart des non-créateurs) semble réellement déterminée.

Niveau de vie et situation dans l'emploi avant de s'immatriculer, genre, diplômes... influent marginalement sur l'appartenance à une famille.

Par exemple : Femmes et hommes sont quasiment en même proportion chez « les Certains » (30% vs 34%), les personnes avec les niveaux de vie les plus faibles à égalité avec les plus aisés (28% vs 29%).

Contact presse

Anne-Gaëlle Perrot

perrot@bge.asso.fr
07 89 98 49 93

www.bge.asso.fr

