



Wajdi ABDELHEDI
Expert Comptable

Membre de l'Ordre des Experts Comptables de Tunisie

CREATION D'ENTREPRISE : PROFIL DE L'ENTREPRENEUR ET IDEE DE PROJET

_____ Mise à jour juin 2009 _____

Document réalisé par Cabinet Wajdi ABDELHEDI
Ce document peut être téléchargé à l'adresse :
<http://www.wab-expert.com>

Malek Center, Bloc B, 1^{er} étage, bureau n°8.
Centre Urbain Nord, 1082 Tunis, Tunisie.
Tél.: [216] 71 948 214 - Fax: [216] 71 948 177
contact@wab-expert.com www.wab-expert.com

Avant de commencer à réfléchir sur la création d'une entreprise, il faut au préalable évaluer ses capacités en tant qu'entrepreneur.

I. Le profil de l'entrepreneur :

1) Qui est entrepreneur ? Existe-t-il un profil type ?

De nombreuses études ont été réalisées sur le profil des entrepreneurs. Il en résulte que ce qui est commun entre ceux qui entreprennent, un ensemble de traits de comportement dans l'action.

Ces traits de comportement sont le lot commun des entrepreneurs qui réussissent. Alors, avant de commencer à réfléchir sérieusement sur la question de création d'une entreprise il faut au préalable évaluer ses capacités en tant qu'entrepreneur et dans certains cas il faut en rajouter le cap d'un meneur d'Hommes.

2) Principaux traits de comportement :

– Energie et dynamisme :

C'est l'indispensable. Il en faut, beaucoup... On ne devient pas entrepreneur et, surtout, on ne réussit pas dans cette fonction si le temps de travail est celui des accords professionnels.

On n'est pas entrepreneur à temps partiel ! Créer une entreprise représente un effort important, mobilisateur de temps, d'énergie. La développer de même.

Donc, pour le candidat créateur, la conviction que le travail - mais est-ce encore du " travail " ? - ne manquera pas. Un entrepreneur a déclaré un jour :

" Je n'aime pas le travail, personne ne l'aime, mais j'aime ce qui est dans le travail, la chance de se trouver soi-même ".

Ceci a une conséquence : se conforter dans une vocation d'entrepreneur passe par l'appui de l'entourage immédiat : conjoint, famille, cercle d'amis. Eux aussi vont devoir comprendre et accepter qu'une flamme nouvelle brûle en vous.

– **Confiance en soi :**

La confiance en soi signifie capacité à se remettre en cause et à analyser avec réalisme les événements et les faits. Confiance en soi ne veut pas dire confiance qu'en soi. Une des causes fréquentes de faillite, c'est d'être sourd aux avertissements que donnent les faits.

– **Capacité à intégrer le long terme :**

Créer une entreprise, une organisation, ce n'est pas comme la création artistique. Il faut, dans le présent, développer un ensemble d'actions qui n'auront un sens que plus tard. Pas de création d'entreprise réussie sans capacité à imaginer demain, sans perception de la durée, sans vision du moyen et du long terme.

– **Capacité à résoudre de multiples problèmes :**

Pas de création d'entreprise hors la nécessité de surmonter des difficultés de tous ordres. Si vous n'aimez pas les problèmes, si en traiter plusieurs en même temps vous fait perdre vos moyens... abstenez-vous. Et puis, sachez qu'il ne faut pas seulement les résoudre dans sa tête, théoriquement. Il faut mettre les solutions en oeuvre, souvent avec d'autres personnes. Il ne faut pas non plus transformer tout en problème, surtout que ce qui est un problème pour vous n'en est peut-être pas un pour un conseiller d'un organisme qui peut vous assister dans votre démarche... ou pour un de vos (futurs) collaborateurs.

– **Acceptation de l'échec :**

L'échec fait partie de la réussite. Pas d'oeuvre humaine sans revers ou déconvenue. Souvent d'ailleurs, pour le vrai entrepreneur, l'échec, l'erreur, le revers est source de remise en question, de détection de nouvelles opportunités et donc de réussite ultérieure.

– **Mesure dans la prise du risque :**

L'entrepreneur prendra des risques longuement appréciés, calculés, qui sont dans une perspective à moyen ou long terme. Il tient à la survie de l'entreprise qu'il a créée. Finalement, l'entrepreneur ne compte pas sur le coup de chance qui se répète. Il sait que le succès sera surtout au bout d'un long effort, d'un long travail, d'une réévaluation permanente de sa propre action....

– **Ouverture à l'innovation et à la création :**

Pour qu'une entreprise survive, il faut qu'elle évolue : dans ses produits, dans ses structures, sur le plan social. D'où la nécessité d'une ouverture généralisée à l'innovation.

Etre à l'écoute, savoir analyser l'information et disposer de l'énergie nécessaire à la mise en oeuvre de nouvelles orientations seront les clés du développement de toute entreprise.

– **Capacité à assumer un leadership :**

Entreprendre, c'est créer une organisation d'abord très simple, mais que l'évolution positive de l'entreprise va conduire vers une structure de plus en plus complexe. Diriger cette organisation, c'est assumer un " leadership " ; rapidement, cela signifiera aussi d'être reconnu comme " leader " par l'équipe qui se crée autour de l'entrepreneur. Donc, capacités d'animation, d'entraînement dans l'action, d'arbitrage des conflits, d'adaptation des structures seront nécessaires.

3) Les maîtres mots de l'entrepreneur :

Tout créateur d'entreprise doit avoir en permanence en tête les maîtres mots qui se traduisent comme suit :

– **La motivation :**

Il ne faut pas confondre motivation et rêve. On ne peut longuement rêver d'être capitaine d'industrie. Si on ne fait rien pour cela, le rêve ne deviendra jamais une réalité.

Etre motivé, c'est puiser en soi l'énergie nécessaire pour entreprendre un ensemble d'actions indispensables pour transformer un rêve, une envie, en une réalité.

L'occasion d'entreprendre peut être présentée sans l'avoir cherchée, parce que les circonstances s'y sont prêtées. Tant mieux. Il n'empêche, pour la suite, le créateur a besoin de toute sa motivation. Pas la motivation d'un instant, mais une motivation de tous les instants car le nombre et la nouveauté de la plupart des tâches à réaliser laisseront vite peu de place à autre chose.

– **L'information :**

Alors que nous sommes dans un monde d'information permanente, s'informer " correctement " est un des problèmes les plus mal résolus par les entrepreneurs, même chevronnés et l'Internet ne simplifie pas toujours cette tâche.

Détecter, trier, classer, agréger... facile à dire. Mais l'expérience montre que les entrepreneurs " bien " informés sont rarissimes.

Les sources d'informations sont nombreuses et se multiplient. Journaux, revues spécialisées, organismes professionnels, enquêtes, études, Internet, consultations d'experts, etc.

Dans ce vaste problème de l'information, on est donc confronté à diverses difficultés : la recherche des sources de données, la sélection des sources, l'analyse de la qualité de l'information, le traitement des données et leur interprétation.

S'il s'agit par exemple de faire une étude de marché, devront s'y ajouter des enquêtes sur le terrain.

Quand le volume de données sera tel qu'un traitement est possible pour caractériser une situation, un marché, il restera une dernière difficulté à vaincre : celle d'être objectif, de ne pas biaiser en ne retenant que les informations favorables aux hypothèses présentées...

– **La formation :**

C'est aussi une préoccupation permanente que le futur entrepreneur et le jeune entrepreneur doivent avoir. Ceux qui, en matière de gestion d'entreprise, arrêteraient d'acquérir des savoirs nouveaux ou d'approfondir des notions qui ne sont pas bien assimilées courraient de grands dangers. Perdre pied, ne pas comprendre... et donc être dépassés par les événements.

– **Le marché :**

La connaissance du marché doit être une obsession. Qui va acheter le produit, le service ? Pourquoi ? Comment apprécier l'importance du marché ? Son évolution à court et moyen terme ?

Le marché ne se réduit pas à des statistiques. Le marché, ce sont des acheteurs qui choisissent, qui décident. Pourquoi, avec quels arguments ?

Estimer le marché d'un produit nouveau, mesurer le marché potentiel sont des exercices très difficiles.

L'étude de marché, c'est donc au créateur de la faire ou d'y participer très activement, et c'est là encore que des conseillers avisés peuvent faire gagner beaucoup de temps. (Par exemple en permettant au créateur d'être aidé par un spécialiste pour concevoir les grilles d'interviews, en trouvant des étudiants pour faire certaines enquêtes anonymes, etc.).

C'est une démarche incontournable et le créateur se félicitera de la mine d'informations qui sera la sienne lorsqu'il se sera investi dans la connaissance de son marché.

II. L'idée ou l'opportunité

Tout projet de création d'entreprise commence par une idée.

Qu'elle naisse de l'expérience, du savoir-faire, de la créativité ou d'un simple concours de circonstance, l'idée prend souvent la forme d'une intuition ou d'un désir qui s'approfondit et mûrit avec le temps.

1) Les différents types d'idée :

Aucune idée n'a jamais prouvé sa supériorité sur une autre dans le domaine de la création d'entreprise. Une innovation technologique révolutionnaire n'a pas plus d'atouts au départ que la saisie d'une simple opportunité commerciale sur un marché banal. Créer une entreprise est donc, en quelque sorte, une opération vérité qui remet les « compteurs à zéro ».

– L'activité connue :

Ce type de création peut paraître a priori le moins risqué : l'idée est bien maîtrisée car elle correspond à un métier exercé pendant plusieurs années. Les « règles du jeu » sont connues, les compétences techniques à mettre en oeuvre font partie du savoir-faire, bref, on se sent à l'aise.

En matière de création d'entreprise, le professionnalisme du créateur est naturellement un facteur de réussite du projet. Ceux qui créent dans un métier qu'ils connaissent bien ont généralement plus de chances de réussir que ceux qui se risquent dans l'inconnu.

– L'idée des autres :

Créer une entreprise en recourant aux idées des autres, nécessite de rester à l'affût de tout ce qui se passe en Tunisie ou ailleurs en matière de nouveaux produits, de nouveaux modes de consommation, de nouveaux concepts marketing : la plupart des magazines économiques ou spécialisés en création d'entreprise ont une rubrique à cet effet.

On peut aussi acheter un brevet ou négocier une licence d'exploitation d'un brevet ou d'une marque.

Il est aussi possible de signer un contrat de concession ou de s'engager dans un contrat de franchise. La notoriété et l'ancienneté du concédant ou du franchiseur ainsi que l'existence de son réseau apportent (avec les obligations d'information qui leur sont imposées) un certain gage de sécurité pour la réussite de l'entreprise nouvelle.

– L'opportunité pure :

Une opportunité, une bonne occasion, « l'affaire à ne pas manquer » peut également se présenter !

Pour déceler une opportunité, il convient tout d'abord de se mettre dans une disposition d'esprit favorable, se résumant à :

- avoir en permanence l'esprit critique pour juger des situations commerciales présentes, des réels mérites des positions acquises, des lacunes des systèmes établis, des défauts des produits ou services offerts, etc.

- exercer en permanence une grande curiosité intellectuelle : le monde change vite et sans répit. Pour en saisir les opportunités encore faut-il rester en prise avec lui. Cela nécessite une disponibilité intellectuelle importante pour s'informer, analyser, comprendre, anticiper, voire prédire certaines évolutions.

- faire preuve d'une grande ouverture d'esprit et savoir accepter les apports extérieurs, les savoir-faire ou pratiques différentes qui peuvent ouvrir de nouvelles possibilités commerciales. Il y a souvent, dans les autres économies nationales, quelque chose à transposer ou à adapter pour en faire un projet commercial en Tunisie.

– L'application nouvelle :

Créer une entreprise à partir d'une "application nouvelle" consiste à utiliser une technique, un savoir-faire, un produit connu en le transposant dans une autre activité, dans un nouveau contexte ou sur un marché différent.

La période actuelle, empreinte d'une évolution sociologique rapide des valeurs et des modes de vie est favorable aux "applications nouvelles".

– **L'innovation pure :**

L'innovation pure relève d'un exercice plus ardu. Créer un nouveau produit, généralement à fort contenu technologique, entraîne des besoins importants de capitaux pour passer à la phase préindustrielle, pour réaliser une étude de marché, nécessairement approfondie, et pour attendre la réponse du marché.

Dans ce cas-là, les risques se cumulent, mais la rentabilité s'avère normalement bien plus élevée que dans une activité banale où la concurrence est souvent très forte.

2) **La protection de l'idée :**

L'idée en soi ne peut être protégée. Seule peut être protégée la forme selon laquelle elle s'exprime : invention, marque, création littéraire ou artistique...

D'une manière générale, on appelle propriété intellectuelle, les droits qui protègent les créations " issues de l'activité de l'esprit humain " contre toute appropriation de tiers.

Ces droits se divisent en deux branches :

– **Les droits d'auteurs :**

Ils protègent les oeuvres de l'esprit :

- les oeuvres littéraires : thèses, romans, pièces de théâtre...
- les oeuvres d'art : peinture, sculptures, oeuvres d'arts appliqués à l'industrie, plans d'architectes, photographies...
- les oeuvres musicales ou audiovisuelles,
- les logiciels.

Les droits d'auteurs sont attribués " naturellement ", sans l'accomplissement de formalités particulières.

Toutefois, il peut être utile, avant de divulguer sa création à des tiers, de se pré constituer des preuves pour être en mesure d'attester que l'on est bien l'auteur de cette création et faire valoir ainsi, le jour voulu, ses droits d'auteurs.

– **Les droits de propriété industrielle :**

Ils se répartissent en deux catégories :

- les droits sur les créations nouvelles, qu'il s'agisse de créations à caractère utilitaire (brevets d'invention) ou à caractère ornemental (dessins et modèles),
- les droits sur les signes distinctifs : marques, appellations d'origine, indications de provenance

3) Définir l'idée :

Quelle que soit son origine, l'idée ne représente au départ rien de bien concret.

Pour passer à un projet réaliste, la première chose à faire est de bien la définir, c'est à dire de se forcer à la résumer en quelques lignes précises, concises et fortes.

Cet exercice va permettre de cerner clairement les différents aspects en évoquant :

- les caractéristiques du produit ou du service envisagé,
- son utilité, son usage, les performances prévues,
- les grands principes de fonctionnement de l'entreprise à créer.

A ce stade de la réflexion, il faut s'efforcer de prendre conscience des « moins » (faiblesses, lacunes) du produit ou du service proposé, mais aussi, a contrario, des « plus » (caractère novateur ou spécifique) et de ses avantages concurrentiels.

Pour ce faire une étude du projet est au préalable nécessaire afin de se faire prévaloir toutes les chances de réussite de l'idée.