

DOSSIER

48 IDÉES REÇUES SUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE

Les Français sont de plus en plus attirés par l'entrepreneuriat mais de nombreuses idées reçues circulent et peuvent parfois induire les créateurs en herbe en erreur. Zoom sur les plus courantes.

L'IDÉE 1 JE DOIS TROUVER L'IDÉE DU SIÈCLE. La première idée reçue qui se retrouve le plus souvent dans les esprits, est le fait qu'il est indispensable d'avoir une idée exceptionnelle pour réussir sa création d'entreprise. Il faudrait obligatoirement inventer le Google ou le Facebook de demain pour réussir à lancer une entreprise, la développer et la pérenniser sur le long terme. La création d'une entreprise peut naître d'une idée tout à fait basique voire élémentaire et cette même entreprise peut tout à fait rencontrer le succès en un temps très bref. De nombreuses grandes entreprises (ou plus petites) évoluent dans des secteurs traditionnels et rencontrent de beaux succès. On considère même aujourd'hui que c'est davantage votre capacité à adapter votre projet à la demande, sans cesse évolutive, qui vous fera réussir, plutôt que le fait d'avoir une idée originale dès le départ.

2 IL SUFFIT D'UNE IDÉE GÉNIALE POUR RÉUSSIR. Deuxième idée reçue, dans la même veine que la première : le fait qu'il suffise seulement d'avoir une idée géniale pour réussir. Avoir une idée originale et novatrice peut intéresser, dans un premier temps, davantage de personnes. Mais cette originalité recherchée par tant de personnes n'est pas pour autant gage de réussite. L'essentiel reste de répondre à un besoin et le succès réside dans votre manière de mener à bien votre projet. De nombreuses entreprises ont échoué malgré un concept plus que novateur et une idée de départ intéressante à première vue. D'autres facteurs sont à prendre en compte en dehors du simple produit/service que vous allez proposer : Le marché est-il prêt à accueillir votre produit ? Avez-vous bien défini votre politique commerciale ? Comment allez-vous faire connaître votre produit ?

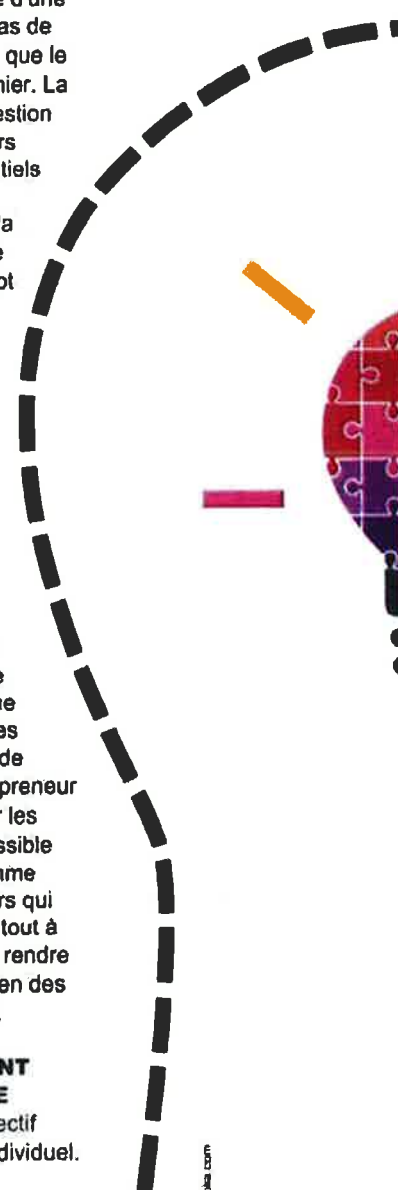
3 JE SUIS LE PREMIER À AVOIR CETTE IDÉE. Je suis le premier à penser à cela, je suis le premier à penser à cette idée, je suis le premier à

penser à cette chose, à cet objet, à ce concept... Prime à la priorité dans le monde de la création d'entreprise ! N'oubliez pas que la même idée naît souvent au même moment à deux endroits dans le monde. Quelqu'un a peut-être eu cette idée avant vous et l'a abandonnée car elle s'avérait inadaptée au marché. La réussite d'une entreprise ne dépend d'ailleurs pas de la jeunesse du concept ou du fait que le créateur ait eu l'idée en tout premier. La création d'une entreprise et sa gestion sur le long terme sont des facteurs primordiaux, des éléments essentiels qui permettent de mettre cette même entreprise sur la route de la réussite. Il est préférable d'être le dernier à expérimenter un concept que le premier à échouer.

4 TOUTES LES BONNES IDÉES ONT DÉJÀ ÉTÉ TROUVÉES. Dans

l'industrie par exemple, trouver des nouveautés, des concepts différents et novateurs par rapport à ce qui se fait actuellement peut s'avérer être un véritable challenge. Mais n'a-t-on pas cru que le lecteur CD était une innovation qui allait vivre une longue vie avant que le lecteur mp3 ne le remplace et que celui-ci soit aussi remplacé par les Smartphones et cela en un laps de temps très court ? Chaque entrepreneur en devenir a pour défi d'identifier les secteurs où il reste tout à fait possible d'inventer et d'innover, mais comme on le sait aujourd'hui des secteurs qui paraissent « bouchés » peuvent tout à fait livrer bien des innovations et rendre possible le développement de bien des concepts entièrement novateurs.

5 SI LES AUTRES PENSENT QUE CE N'EST PAS UNE BONNE IDÉE. L'avis collectif influence très souvent un avis individuel.



delia.com



Ce besoin du regard des autres et de leur approbation pour confirmer que l'on a fait le bon choix, pris la bonne décision, existe partout et particulièrement dans le monde de l'entrepreneuriat. Si tout le monde pense qu'une idée d'entreprise, qu'un concept n'est pas destiné au succès, c'est forcément, parce que cela doit être vrai. Idée reçue ! Lorsque Mark Zuckerberg développe l'idée de ce qui deviendra Facebook, de nombreuses personnes autour de lui commencent à se moquer de l'idée, à se détourner complètement du projet.

Aujourd'hui, Facebook compte parmi les plus grandes valorisations boursières de l'Histoire. Si tout le monde pense que votre idée ne va pas marcher, il est parfois préférable de savoir persévérer. À vous de juger.

6 MON CONCEPT DOIT ÊTRE PARFAIT DÈS LE DÉPART.

La perfection n'est jamais atteignable. Un concept lors de la création d'une entreprise n'a pas vocation à être parfait. À l'inverse, il se doit d'être motivé, d'être développé, de mûrir pour atteindre son apogée.

Alors si votre concept actuel est largement perfectible, aucune inquiétude à avoir, c'est bien le signe que vous avez encore du temps devant vous pour le perfectionner et pour modifier tous les points qui vous semblent encore imparfaits, tout en sachant qu'il y en aura toujours. La confrontation au marché reste d'ailleurs le meilleur

moyen de se rendre compte des améliorations possibles du concept. Alors n'attendez plus pour vous lancer dans le grand bain !

7 IL FAUT SE LANCER DANS LES NOUVELLES TECHNOLOGIES.

Les nouvelles technologies attirent de nombreux créateurs. C'est vrai. Mais attention, se lancer dans la recherche et développement n'est absolument pas gage de réussite. Si votre concept n'intègre pas nécessairement d'innovation technologique particulière, là encore, aucune inquiétude à avoir. Bien d'autres manières de fonctionner permettent le développement de nouvelles idées, de nouvelles entreprises. Certaines révolutions peuvent être liées à une simple modification d'usage, une adaptation en termes de canal de ventes et de nombreuses entreprises se sont développées de façon exponentielle sans pourtant avoir fait l'innovation technologique du siècle.

8 ON VA ME PIQUER MON IDÉE. Il faut arrêter de croire que tout le monde

veut piquer votre idée aussi géniale soit-elle ! Un entrepreneur aura tendance à ne pas se lancer dans le même secteur qu'un autre créateur qui serait déjà plus avancé que lui sur le projet. Dans tous les cas, c'est la confrontation au marché qui, en général, va permettre à votre projet de mûrir et de s'améliorer rapidement. Cette confrontation améliorera également votre « pitch » de présentation et vous pourrez petit à petit affiner votre argumentaire. N'oubliez pas que vous n'êtes pas le seul à observer les possibilités de business dans votre environnement. Le plus important reste de transformer le besoin en idée puis en projet et enfin en entreprise. Si quelqu'un « pique » votre idée, c'est que vous avez peut-être mis trop de temps à démarrer.

9 ENTREPRENDRE SEUL C'EST MIEUX.

Entreprendre seul présente des avantages. Déjà, l'entrepreneur qui dirige seul son business peut prendre plus rapidement ses décisions. Vous avez tous les pouvoirs entre les mains, l'ensemble des bénéfices sont pour vous et vous ne dépendez pas du travail d'un autre. Mais, a contrario, de nombreux inconvénients en résultent. L'entrepreneur unique n'a pas de contre pouvoir réel et peu de recul. Si vous



► choisissez une mauvaise stratégie pour le développement de votre entreprise, personne ne peut vous aiguiller et vous signifier votre probable futur échec. Vos capacités financières sont limitées et vous prenez tous les risques financiers. Pris par le temps que nécessitent la création et la gestion d'une entreprise, vous risquez fort d'être dépassé par la quantité et la variété des tâches que vous devrez assumer. Lorsque l'entreprise est en difficulté, vous risquez de vous retrouver seul.

10 JE DOIS ABSOLUMENT M'ASSOCIER. Même si s'associer lors de la création de votre entreprise présente quelques avantages, ce n'est pas non plus le critère absolu qui conditionnera l'avenir de votre business. Parmi les avantages à s'associer pour entreprendre, retenons le partage des responsabilités. Vous pourrez répartir les risques financiers car vous ne serez pas seul à injecter des capitaux dans votre entreprise. Vous parviendrez également à mieux faire face à la charge de travail qui va se présenter à vous : tâches administratives, commerciales, juridiques, comptables. Vous pourrez également vous développer plus vite en mettant en commun avec votre associé des compétences souvent complémentaires. Mais prenez garde aux mésententes entre associés car celles-ci peuvent conduire une entreprise à l'échec. Alors, si vous décidez de vous associer, prenez le temps de choisir la personne qui mérite votre confiance.

11 JE DOIS TOUT CONNAÎTRE DÈS LE DÉBUT. Lorsque l'on se lance dans l'entrepreneuriat, vous ne pouvez pas avoir une totale connaissance de tout ce qu'il y a à faire dans une entreprise et être le meilleur partout. Le savoir-faire entrepreneurial s'acquiert par le vécu et la multiplicité des expériences professionnelles. Vous devrez donc faire preuve d'humilité en acceptant de ne pas tout savoir dès le début. Au fil du temps, vous apprendrez quelques ficelles et perfectionnerez certaines compétences grâce aux échanges de savoirs avec votre équipe mais aussi avec d'autres dirigeants enclins à partager leurs expériences. Confrontation

à la réalité de la fonction d'entrepreneur, échanges de connaissances et de savoirs, curiosité du monde du travail dans toute sa complexité. Autant d'atouts qui aideront l'entrepreneur néophyte à s'aguerrir. N'hésitez pas à vous former avant de vous lancer dans la création de votre entreprise. Ces premiers acquis vous aideront à débiter dans la grande aventure de la création d'entreprise.

12 JE DOIS ME FORMER À TOUT. La polyvalence d'un entrepreneur est primordiale car l'entrepreneur doit faire face à des actions très variées. Des tâches administratives, comptables, juridiques... Cependant, le dirigeant d'entreprise n'est qu'un seul homme et il ne possède pas le don d'ubiquité. Pour que votre entreprise puisse se développer vous devez apprendre à déléguer le travail car 100 personnes feront toujours mieux que vous tout seul. Même s'il faut être polyvalent pour créer et développer une affaire, il faut également reconnaître ses limites en se déchargeant des responsabilités dans le travail notamment celles où vos compétences sont le plus limitées.

13 IL FAUT AVOIR DES DIPLÔMES POUR ENTREPRENDRE. On ne peut pas valider cette idée reçue car les exemples d'entrepreneurs qui ont réussi sans diplômes majeurs sont nombreux. On peut citer Gérard Bourgoïn qui a connu son apogée professionnelle dans les années 1990, tout en étant parti de zéro, ou presque. Plus près de nous, on retiendra par exemple, Xavier Niel, fondateur de « Free », Alain Afflelou, le célèbre opticien complètement autodidacte. Moins connus du grand public, voici quelques entrepreneurs qui ont grimpé tous les échelons de la hiérarchie professionnelle sans diplômes importants : Max Massa, dirigeant de l'entreprise « ONET », Jean-claude Bourrellet, pour « Bricorama », Philippe Leboeuf, directeur général des « Hôtels Concorde » ou encore Michel Garcia, président de « Everial »... Une statistique confirme que les profils peu diplômés représentent une part importante chez les entrepreneurs. Ainsi, pour l'année 2011, seuls 38,9 % des hommes entrepreneurs

possédaient un diplôme supérieur au baccalauréat et 26,9 % des entrepreneurs n'avaient qu'un CAP ou un BEP. Toujours en 2011, une toute petite majorité de 51,2 % des femmes entrepreneures étaient diplômées de l'enseignement supérieur.

14 IL VAUT MIEUX ENTREPRENDRE ÂGÉ POUR ENTREPRENDRE.

Être âgé pour entreprendre, le bon plan ? Les statistiques semblent infirmer sensiblement cette idée reçue. Plusieurs études convergent vers 38 ans comme âge moyen des entrepreneurs. Quant aux 60 ans et plus, ils sont plus largement représentés dans la catégorie des auto-entrepreneurs. Yvon Gattaz prônait qu'il était judicieux d'ailleurs d'entreprendre jeune en avançant l'idée que plus vous avancez dans l'âge, plus les risques augmentent : crédits engagés, enfants à charge, capacité à retrouver un emploi en cas d'échec... Autant d'éléments qui peuvent freiner l'envie d'entreprendre. De nombreuses personnes entreprennent jeunes alors pourquoi pas vous ? Vous possédez l'énergie et vous en aurez besoin lors de ce long chemin qu'est l'entrepreneuriat. Alors n'hésitez pas à vous lancer !

15 JE SUIS TROP JEUNE POUR ENTREPRENDRE.

Si la valeur n'attend pas le nombre des années en revanche l'expérience et le savoir-faire priment. L'univers de l'entreprise semble quelque peu épargné par cet adage car de nombreux exemples de réussite fleurissent en France comme à l'étranger. À l'instar des plus grands génies de l'entreprise comme Bill Gates, Mark Zuckerberg ou Steve Jobs, ceux-ci partagent comme point commun d'avoir débuté très tôt leurs projets. Être trop jeune pour créer une entreprise n'est ainsi pas un obstacle à force de volonté et de courage, comme l'a prouvé Sean Parker, le cofondateur de Napster et inventeur du peer-to-peer, devenu le plus jeune millionnaire de l'histoire des start-up à seulement 20 ans.

16 ENTREPRENDRE, C'EST NE PLUS AVOIR DE VIE.

Entreprendre, c'est surtout durer ! S'il y a des phases dans lesquelles l'entrepreneur ne doit pas compter ses heures, il y en a d'autres qui lui permettent

LE MÉTIER



DOSSIER

Exemples d'entrepreneurs qui ont réussi sans diplômes importants



Jean-claude Bourrellier
Fondateur de Bricorama



Alain Afflelou
Fondateur de Alain Afflelou



Xavier Niel
Fondateur de Free

© Photo: AFP, Getty Images

DOSSIER

► de reprendre son souffle. Tout est question d'organisation et les entrepreneurs qui n'ont plus de vie disparaissent assez rapidement pour ne pas avoir su se ménager. L'entrepreneur en s'exprimant dans un domaine qu'il apprécie n'a pas toujours l'impression de travailler. Il prend donc le risque de se brûler les ailes sur l'autel de la réussite. Comme le rappelle Alain Cheval, président de **France-Défi**, « *qui veut aller loin ménage sa monture* » ! S'il est rare de voir un entrepreneur faire les 35 h, la norme étant plus proche des 50, être son propre boss offre une liberté nouvelle qui donne un sens inédit à la vie ! La majorité des entrepreneurs le deviennent essentiellement pour vivre ce pourquoi ils sont faits ! Loin de ne pas avoir de vie, ils vivent plus que beaucoup d'autres la vie qu'ils ont choisie.

17 JE VAIS TOUT DÉLÉGUER.

Oubliez immédiatement cette idée ! Si la délégation est essentielle pour la bonne marche de l'entreprise, la gestion de cette dernière et le management de votre personnel exige aussi un capitaine investi dans tous les domaines et apte à décider. Avant de pouvoir recruter, vous devrez d'abord vous atteler à la tâche afin d'avoir les fonds nécessaires pour recruter, connaître ce que font vos salariés, pouvoir éventuellement les former ou encore vous substituer à eux en cas de pépins. Entre tout garder et tout déléguer, il y a un juste milieu qui relève de l'art d'entreprendre et de diriger. La maîtrise de cet art fait la différence entre succès et échec !

18 JE POURRAIS NE RIEN FAIRE.

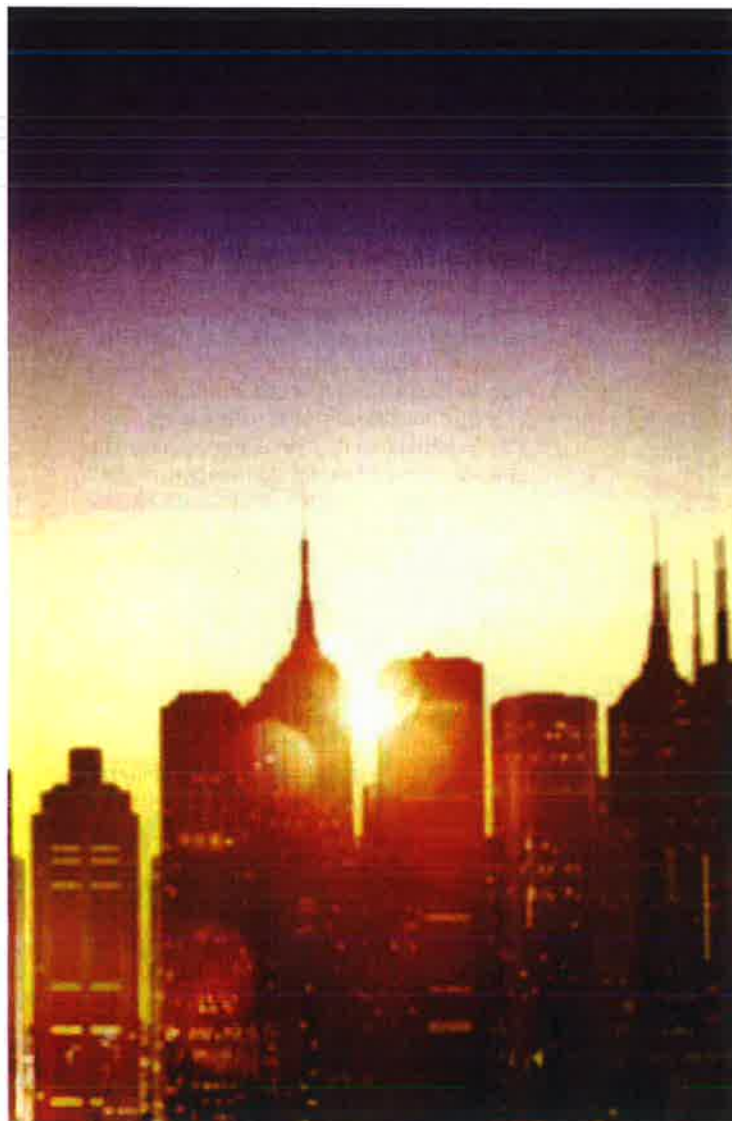
Imaginer atteindre le firmament et obtenir les lauriers de la réussite en se la coulant douce est non seulement illusoire mais ne correspond en rien aux ressorts psychiques de l'entrepreneur. L'économiste autrichien Schumpeter définit l'entrepreneur comme un « *homme d'action qui prend le risque, comme un kamikaze, d'introduire un produit nouveau ou de nouvelles techniques.* » De fait, un entrepreneur ne se contente pas du monde qui lui est offert, il entend prendre sa part dans son évolution. On est là bien loin de l'image d'un boss ancré dans son fauteuil de direction à égrener les



heures ou sur son transat à profiter de gains facilement acquis ! L'entrepreneuriat, ce n'est pas le loto même si 100 % de ceux qui réussissent, ce sont un jour jetés à l'eau ! Une enquête réalisée auprès des patrons de PME, c'est-à-dire d'entrepreneurs ayant dépassé la phase de création, indique qu'ils travaillent en moyenne 41,6 heures par semaine.

19 ENTREPRENDRE, C'EST ÊTRE SON PROPRE PATRON.

Oui, mais ! Entreprendre, c'est effectivement choisir les orientations de son entreprise et bénéficier de la faculté de faire ses propres choix. Néanmoins, la notion de liberté contenue dans l'expression est très variable d'une entreprise à l'autre ou d'une phase de vie à

**DOSSIER**

cornéliens. Un entrepreneur sérieux choisira toujours la pérennité de son entreprise plutôt que le mirage d'une croissance exponentielle via une voie exagérément risquée. Reid Hoffman, fondateur de LinkedIn définit l'entrepreneur comme « *quelqu'un qui se jette d'une falaise et construit un avion sur le chemin de la descente* ». Il est certain que celui qui prend le risque de se jeter ainsi ne le fait pas s'il n'est pas certain de pouvoir construire ce dont il a besoin pour arriver sain et sauf. Ce qui paraît insensé pour le plus grand nombre relève pour l'entrepreneur d'un risque rendu relatif par la solution que celui-ci mûrit en lui parfois depuis de longues années.

21 TOUT LE MONDE PEUT ÊTRE ENTREPRENEUR.

Croire que tout le monde peut devenir entrepreneur constitue un fantasme. Les responsabilités d'un chef d'entreprise sont élevées, particulièrement concernant les TPE et PME sujettes à de nombreuses obligations et contraintes juridiques, légales et budgétaires. Le niveau de stress constitue donc le premier frein. Vous devez être ouvert à apprendre et rapidement. Vous devez être en capacité de prendre des risques. Avec près de 63 000 faillites d'entreprises en France chaque année et plus de 50 000 micro-entreprises qui déposent le bilan, créer son entreprise ne s'improvise pas et requiert de nombreuses compétences.

22 LES ENTREPRENEURS SONT DIFFÉRENTS DE NOUS.

Les entrepreneurs qui réussissent ont forcément quelque chose de plus que les autres. Ils ont eu l'audace et le courage de se lancer un jour sans avoir peur d'échouer. Ils ont choisi d'être des leaders et non des suiveurs, des donneurs d'ordre et non des exécutants. Au début de leurs activités, ils dorment peu, se distraient peu et mettent de côté leurs plus grandes passions pour se consacrer à leur projet. Ils n'hésitent pas à laisser un job bien payé pour réaliser leur rêve d'entreprendre. Certes, rien n'est acquis à l'avance, mais avec la détermination vous pouvez devenir un entrepreneur accompli et épanoui. Tant que vous n'essayez pas, vous ne pouvez savoir si cela marchera ou pas.

l'autre de celle-ci. Si cette liberté est pleine et entière au tout début de l'aventure, elle tend à se nuancer au fur et à mesure de la croissance de l'entreprise. Pour croître, cette dernière a en effet besoin de clients. Un client, quelle que soit sa nature vous demande de l'attention et c'est bien normal ! Entreprendre, c'est être le chef mais c'est surtout accéder à un statut qui confère bien plus de responsabilités que de libertés !

20 LES ENTREPRENEURS AIMENT LE RISQUE. Il s'agit d'un mythe très répandu qui tend à faire passer l'entrepreneur pour un joueur de poker. Rien n'est plus faux. L'entrepreneur prend des risques mais ils sont calculés. Il est avant tout un créateur qui dans la progression de son œuvre doit faire des choix parfois



► **23 LE COMMERCIAL PAS POUR MOI !** Derrière toute activité génératrice de revenus se cache une stratégie commerciale. Il ne s'agit pas de réaliser forcément une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux, sur les chaînes de télévision ou à la radio pour réussir. Le premier commercial de l'entreprise reste le chef d'entreprise. Même si vous ne participez à aucune activité commerciale, vous le faites en vous déplaçant vers les plus grands comptes ou indirectement en parlant de vos activités. Et pour ne pas devenir celui qui freine la progression de votre propre entreprise et faire échouer les ventes, vous devrez maîtriser le discours commercial. Se former au commercial vous permet également d'évaluer la performance attendue de vos salariés et de leur fixer des objectifs réalistes et ambitieux. C'est aussi le meilleur moyen d'avoir des retours sur votre produit/service.

24 LES ENTREPRENEURS SONT FORCÉMENT DES VISIONNAIRES. Pour créer une entreprise, il faut forcément avoir de l'imagination, certes. Il faut surtout faire mieux que ce qui existe déjà en trouvant des solutions qui ne sont pas encore existantes. Il est évident qu'un bon entrepreneur transforme sa vision en une réalité en défiant la concurrence. Mais votre principal travail reste de travailler d'arrache-pied pour gagner des parts de marché. Plus que d'anticiper sur le marché de demain, comme le veut la légende de Steve Jobs et ses 10 années d'invention en avance, il vous faudra répondre aux attentes et aux besoins de vos clients. C'est bien plus souvent votre capacité à bien écouter votre client qui déterminera votre réussite que votre capacité à trouver l'invention de demain.

LES OUTILS **25 SANS BUSINESS PLAN, PAS D'ENTREPRISE.** Établir un business plan n'est pas une condition sine qua non à la réussite d'une entreprise. Éric Schmidt, PDG de « Google », affirme que son entreprise n'a aucun plan à moyen terme (5 ans) comme à court terme (1 à 2 ans). Il s'appuie uniquement sur « une mission et une stratégie ». La stratégie de Google étant d'organiser l'information mondiale et la stratégie de remplir

cette mission « à travers l'innovation ». Jacques-Antoine Granjon, PDG de « vente-privee.com » va encore plus loin dans l'argumentation préconisant l'absence de business plan pour créer son entreprise. Ainsi, ce dernier a dit : « *l'instinct, le courage comme la créativité d'un entrepreneur ne sont pas mesurables dans un business plan* ». Reste tout de même que celui-ci peut être utile afin de calculer vos marges, mieux vous informer sur votre concurrence, calculer votre besoin en trésorerie initiale ou encore convaincre certains investisseurs du sérieux de votre projet.



▲
Jacques-Antoine
Granjon
PDG de « vente-
privee.com »

26 LES ÉTUDES DE MARCHÉ SONT INUTILES. Selon Hamid Bouchikhi, professeur émérite de management et entrepreneuriat à l'ESSEC, l'étude de marché est prépondérante dans le processus de création d'entreprise. Cet expert de l'entrepreneuriat évalue même à 80 % l'importance d'une étude de marché dans l'élaboration d'un business plan. Il reste vivement conseillé de réaliser une étude de marché avant de monter son affaire notamment afin de vérifier l'aspect réaliste du projet de création. La taille de votre marché est-elle suffisante ? Quels sont vos concurrents ? Votre produit répond-il



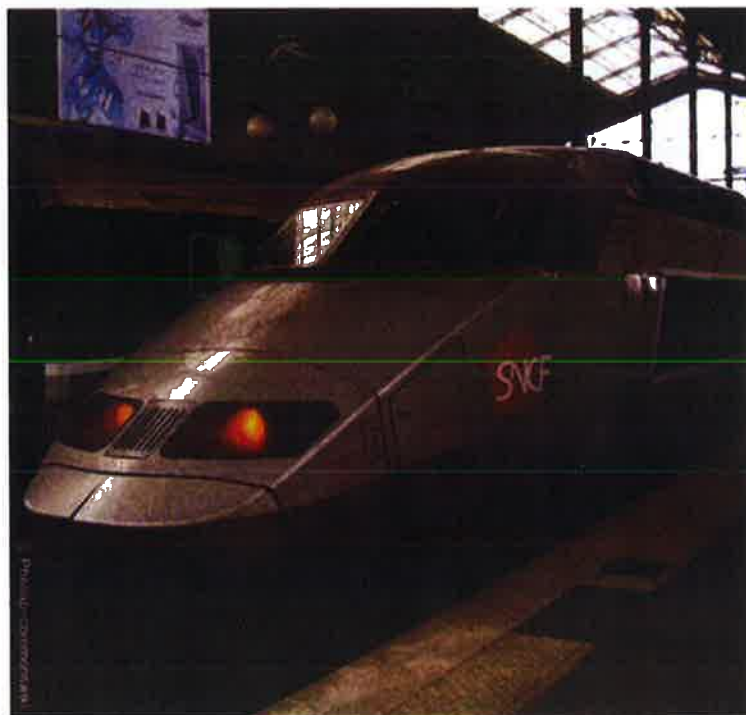
vraiment à un besoin ? Le résultat d'une étude de marché est parfois en contradiction avec ce que vous pourriez avoir imaginé. Dans ce cas, l'auteur de l'étude de marché devra se remettre en cause, voire réorienter significativement son projet.

27 MON BUSINESS PLAN VA ÊTRE RESPECTÉ. Votre business plan est avant tout un acte de foi qui démontre votre engagement dans la réussite de votre projet. Il s'agit d'un document dans lequel vous détaillerez les différents points clés de votre projet. L'objectif est d'avoir les arguments nécessaires pour convaincre vos partenaires financiers et essayer d'avoir les projections les plus justes possibles. Mais respecter son business plan à la lettre reste rare car voir combien vous ferez à l'avenir exactement de ventes demeure un exercice difficile. Ceci, sans compter qu'il peut arriver que vous opérerez des changements importants au cours de l'exécution de votre projet. Si cela arrivait, vous devez vous assurer que ces changements impactent positivement vos activités.

28 JE N'AI PAS DE CONCURRENTS. Pour que vous n'ayez pas de concurrents, il ne peut y avoir que deux hypothèses : vous avez l'exclusivité originale de votre produit garanti par le dépôt d'un brevet. Deuxième cas : votre entreprise est en situation de monopole économique. Or, à ce jour, il reste très peu d'entreprises françaises en situation de monopole hormis quelques entreprises publiques comme la SNCF. Finalement, il existe peu de chances que vous vous situiez dans un de ces deux cas assez exceptionnels. Vous pensez ne pas avoir de concurrents mais peut-être vous trompez-vous et quelques rares entreprises sont en concurrence dans votre domaine d'activité et vous l'ignorez, tout simplement. Si, effectivement, vous n'avez pas de concurrents, pensez à vos concurrents indirects, aux produits ou services qui peuvent se substituer au votre. Dans tous les cas, vous pouvez craindre que cela ne dure pas, surtout si votre produit (ou concept) est prometteur et innovant. Très vite, des concurrents feront surface et viseront les

mêmes segments de marchés que vous.

29 JE N'AI PAS BESOIN D'ÉTUDIER LA CONCURRENCE. Avec aujourd'hui de nombreux secteurs extrêmement concurrentiels et une lutte acharnée pour gagner des parts de marché, les entreprises se livrent une concurrence féroce. Ne pas étudier la concurrence en amont avant de créer son entreprise peut vous mener à l'impasse. Une étude de la concurrence approfondie permet non seulement de vous démarquer des autres business mais surtout de créer une entreprise viable à terme. Souvent un véritable casse-tête pour les entrepreneurs, cette analyse des principaux concurrents représente un impératif quasi nécessaire avant toute création d'entreprise. Analyse des produits et services sur une niche en particulier, étude de l'implantation géographique, étude de marché, analyse et comparaison des prix font partie des obligations à prendre en compte afin d'optimiser sa compétitivité sur un secteur donné.





>

L'ARGENT

30 **JE VAIS GAGNER PLUS ET TOUT DE SUITE.** C'est probablement l'idée reçue la plus courante en matière d'entrepreneuriat. Créer sa propre entreprise obéit à différents ressorts et l'espoir de « faire de l'argent » en est effectivement un essentiel. Néanmoins l'entrepreneuriat, c'est la plupart du temps commencer par s'endetter ! Une étude de l'INSEE révèle que si l'investissement pour démarrer une entreprise est relativement faible, moins de 4 000 euros, celui-ci provient la plupart du temps d'un emprunt bancaire. Dans la phase de création et de développement qui peut durer de deux à trois ans, l'entrepreneur ne peut se rémunérer à sa juste valeur. Stéphane Castellani, spécialiste de la création d'entreprise et du management, explique même que le nouvel entrepreneur doit apprendre à vivre pauvrement sans rémunération de sa jeune entreprise. Tout argent gagné doit en effet être immédiatement réinvesti pour assurer la croissance de cette dernière et ses gains futurs. Gagner plus peut-être mais certainement pas dans l'immédiat !

31 **JE VAIS GAGNER UN MAXIMUM D'ARGENT**

Première idée reçue des particuliers souhaitant créer leur entreprise : entreprendre permettrait de gagner de beaucoup d'argent rapidement. Importée d'Outre-Atlantique et valorisant la réussite et le concept du self made man, cette idée reçue laisse croire qu'une majorité d'entrepreneurs peut devenir milliardaire du jour au lendemain. Si les exemples de réussite existent, les chefs d'entreprise qui connaissent le succès ont, en général, du faire preuve de ténacité, de persévérance et savent cultiver le goût de l'effort. Avec un salaire moyen pour un patron de TPE d'un peu plus de 4 200 euros net, le fantasme du PDG et des parachutes dorés s'éloigne pour la majorité des petits patrons de PME et PMI qui ne comptent pas leur temps. N'oubliez pas que la plupart des entreprises font faillite dans les trois premières années et que souvent les entrepreneurs vivent de leurs indemnités chômage pendant les premières années.

32 IL FAUT DE L'ARGENT POUR CRÉER SON ENTREPRISE.

Nerf de la guerre sans lequel aucune création d'entreprise n'est possible, le financement reste une étape clé pour les entrepreneurs. Souvent considéré à tort comme une barrière infranchissable quelle que soit la motivation d'un entrepreneur, l'argent est indispensable pour créer un business et le développer. Toutefois, plusieurs moyens restent possibles pour créer une start-up sans un apport financier important en faisant simplement appel au financement participatif, au crowdfunding, au don ou encore au crédit ou aux proches. Un capital minimum n'est en effet plus aussi important que par le passé avant de créer son entreprise et c'est surtout votre capacité à trouver rapidement des clients qui déterminera la réussite ou non de votre projet.

33 IL FAUT LEVER DES FONDS POUR RÉUSSIR.

Contrairement aux idées reçues, en réalité, moins de 5 % des start-up lèvent des fonds. Préférant rester maîtres de leur destin et ne pas dépendre des investisseurs, celles-ci préfèrent s'autofinancer. C'est le cas de Particuliers à Particuliers qui a préféré une croissance maîtrisée et progressive.

34 IMPOSSIBLE DE SE FINANCER EN FRANCE.

Impossible de se financer en France constitue une idée souvent ancrée dans l'esprit des futurs entrepreneurs tant les besoins en autofinancement et en capitaux propres sont élevés. Savoir trouver des investisseurs relève souvent du parcours du combattant mais des solutions existent néanmoins. Le microcrédit ou prêt à taux 0, le crédit bancaire, le crédit-bail mobilier, les aides de l'ARCE (Aide à la Reprise ou à la Création d'Entreprise), et de nombreuses solutions restent toujours possibles pour dénicher une source de financement à moindre coût. Les nombreuses dotations et aides aux start-up innovantes initiées par le Ministère de l'Économie encouragent aussi les entrepreneurs à faire preuve d'innovation et à être récompensés en retour.

35 JE VAIS TOUT DE SUITE FAIRE D'ÉNORMES BÉNÉFICES.

Qui n'a jamais rêvé de s'offrir tout ce qu'il a toujours voulu en créant l'entreprise la plus rentable du siècle ? Le désir le plus ardent de tout entrepreneur est de pouvoir réussir ses projets, et pourquoi pas de dépasser ses prévisions. Toutefois, les difficultés ne manquent pas. Quel que soit le secteur dans lequel vous souhaitez lancer votre entreprise, rien ne garantit que vous ferez d'énormes bénéfices. Les calculs préalables (calcul de la rentabilité, étude de marché, etc.) que vous établirez en amont constitueront des prévisions mais qui seront rarement respectées. Vous devrez souvent travailler d'arrache-pied tous les jours pendant quelques années afin d'atteindre le fameux point mort de l'entreprise. Frédéric Mazzella, fondateur de Blablacar a déclaré avoir « mangé des pâtes pendant des années avant de connaître le succès ».



Frédéric Mazzella,
fondateur de Blablacar

« J'ai mangé des pâtes pendant des années avant de connaître le succès »

36 LA BANQUE VA TOUT ME PRÊTER.

Recours classique des créateurs d'entreprise, le crédit bancaire reste sujet à de nombreuses idées reçues. 9 PME sur 10 selon la Banque France se voient accorder un crédit d'investissement. Ce sont ainsi plus de 375 milliards d'euros qui ont été accordés aux entreprises en 2015 avec un encours de crédits pour les PME en augmentation de 2,5 % sur un an, fin mai 2016. Ces chiffres encourageants ne dispensent



➤ cependant pas les entrepreneurs d'un apport personnel minimum et d'une caution avant de solliciter les banques. Avec un apport d'environ 30 % de la somme demandée les professionnels doivent envisager tous les risques que représente le crédit bancaire dans la durée. Surtout, il faut constater que la banque finance souvent ce qu'elle peut reprendre à savoir les biens matériels mais pas les salaires.

LA STRATÉGIE

37 JE VAIS RÉUSSIR EN FAISANT MOINS CHER. Le low-cost a le vent en poupe si l'on prend le temps de regarder les différentes actualités économiques à ce sujet. De toute évidence et dans de nombreux secteurs, les entreprises qui proposent une offre, bien moins chère que celle des concurrents présents sur le même segment, rencontrent parfois un franc succès. Mais là encore, il faut être prudent : les bas prix ne sont pas nécessairement une condition indispensable à la réussite. Bien des entreprises qui ont construit leur concept sur les coûts bas et sur le modèle du low-cost ont fait faillite à trop vouloir rechercher le prix le plus bas et le plus intéressant pour le client. Attention à ne pas trop diminuer vos marges et prenez en compte que dans bien des domaines, un prix bas signifie mauvaise qualité. Un prix bas n'est pas nécessairement gage de sécurité et de satisfaction pour le client.

38 JE DOIS CONQUÉRIR LE MONDE TOUT DE SUITE. À l'instar d'entreprises françaises (souvent de grands groupes) qui connaissent un réel engouement économique à l'étranger depuis quelques années déjà comme « Michelin », « Carrefour », « LVMH », « Total », ou encore « PSA », vous rêvez vous aussi de conquérir le monde. Même si votre produit ou concept a fait ses preuves dans l'hexagone, rien ne dit qu'il s'exportera avec le même succès. Ne négligez pas les barrières naturelles qui se dresseront devant vous ; les différences culturelles et sociales inhérentes à chaque pays, tout comme les facteurs économiques qui diffèrent là aussi, comparés au marché français. Si vous parvenez à trouver des marchés étrangers « demandeurs », pourrez-vous

suivre au niveau des capacités de production pour satisfaire cette demande ? Autant de difficultés et d'obstacles qui risquent de modérer votre envie de conquérir le monde. Mais s'il existe des opportunités au niveau mondial, vous pouvez toujours tenter de les saisir et de voir où elles vous mèneront.

39 SEULS LES GRANDS GROUPES PEUVENT INNOVER. L'innovation technologique possède une importance majeure dans le monde de l'entreprise. L'avènement du numérique fait partie des impératifs à prendre en compte lors de la création d'un business. Les entrepreneurs se disent parfois que seuls les grands groupes ont accès à cette innovation car ils disposent des moyens financiers pour la mettre en œuvre. Idée reçue là encore car les PME et TPE peuvent aussi profiter de l'innovation technologique à moindres coûts. Les start-up profitent de leur créativité et de leur imagination pour développer des concepts innovants sans avoir à déboursier des sommes astronomiques en R&D. En adoptant une stratégie marketing judicieuse les plus petites entreprises ont ainsi accès à cette innovation qui est gage de compétitivité, comme de nombreuses start-up récompensées à la French Tech du Consumer Electronic Show 2016 comme le lauréat Hydrao avec sa douche connectée.



40 AVEC INTERNET, JE PEUX TOUT FAIRE. Avec l'avènement d'Internet et des technologies numériques, le tout connecté possède de nombreux avantages mais aussi un certain nombre d'inconvénients. Le succès de certains jeunes Youtubeurs comme Squeezie, Norman fait des Vidéos ou Andy Raconte illustre certaines idées reçues sur le Web. Si créer une entreprise à partir de rien reste toujours possible sur Internet, en revanche très peu d'entre elles arrivent à tirer leur épingle du jeu sur la durée. Encore faut-il connaître précisément l'utilité d'un tel outil et savoir l'exploiter avant de monter un business plan viable. L'exemple des start-up illustre parfaitement cette démonstration car leur utilisation des technologies numériques n'est qu'un moyen de faire leur promotion et d'asseoir leur notoriété plutôt que l'axe majeur de leur stratégie.

41 CRÉER SON ENTREPRISE C'EST DIFFICILE. Réputée, parfois pour sa lenteur administrative, ses contraintes légales et ses nombreuses obligations à respecter avant de créer une entreprise, la France a souvent mauvaise réputation à l'étranger. Le World Economic Forum classe même au 126^e rang mondial sur 144 pays l'hexagone en matière de complexité administrative. Seulement, l'aspect administratif de la création d'une entreprise, c'est beaucoup simplifié depuis 10 ans. Emblématique de cet allègement administratif, la création en 2009 du statut de l'auto-entrepreneur a boosté les créations annuelles d'entreprises. L'INSEE en recensait 331 736 en 2008, elles furent de 580 193 en 2009 et ont été de 525 091 en 2015 ! Ce statut permet de créer son entreprise en quelques clics. Créer sa boîte n'a rien de très compliqué, le premier obstacle est certainement psychologique ! Il vous appartient de vous convaincre de vos capacités à réussir !

42 NOUS ALLONS RAPIDEMENT CRÉER

10 EMPLOIS. Soyons clairs, les chiffres de l'APCE (Agence Pour la Création d'Entreprise) contredisent totalement cet espoir. Seuls 10 % des entreprises emploient de salariés à leur démarrage et le nombre de ces derniers est en moyenne de deux ! Une embauche est un investissement important pour l'entrepreneur et elle ne doit s'effectuer que dans le cadre d'un plan de développement conforté par les réalisations déjà obtenues. Sachez définir le poste à honorer : les missions à remplir, les responsabilités directes et transverses, les évolutions possibles et pour finir son intitulé précis. Le développement de l'entreprise induit l'embauche qui lorsqu'elle est réussie nourrit elle-même celui-ci. Un cercle vertueux à rechercher mais à ne surtout pas forcer aux risques de déstabiliser l'édifice. Soyez patient et avancez étape par étape, tout vient à point à qui sait attendre.

43 MES SALARIÉS VONT ÊTRE À FOND. Le chef d'entreprise doit être un leader qui se donne à fond et qui donne l'exemple à ses employés. Il est le premier à croire en la réalisation des objectifs de sa boîte. Avant d'embaucher un salarié, il doit être certain de son importance dans le démarrage et l'exécution de ses activités. En jouant correctement votre rôle de leader, vous aurez plus de facilité à responsabiliser les salariés. Si un salarié remarque que son patron s'investit, il aura davantage tendance à lui emboîter le pas. Cependant, il reste rare qu'il fasse plus que vous pour votre boîte. Il demeure certain que vous aurez plus de chance de les voir investir si vous pensez à eux, en créant par exemple un bon cadre de travail ou en motivant vos salariés en leur concédant certains avantages. Ainsi, ils auront du plaisir à donner le meilleur d'eux-mêmes.

44 JE VAIS PERDRE FACE À UN GRAND GROUPE. La peur d'être dans l'ombre du leader du marché vous empêchera de déployer tout votre potentiel pour réussir. Si vous êtes décidé à entreprendre, vous devez prendre des risques et assumer vos échecs. Ce n'est pas parce qu'une grande entreprise est dans le même secteur que vous que vous ne pouvez pas avoir votre part du





➤ marché. Le plus important, c'est de faire la différence en tenant compte par exemple des réalités de votre localité. Visez d'abord les consommateurs les plus proches et mettez un accent particulier sur l'avantage qu'ils ont à vous préférer. Ce n'est pas parce que le groupe Auchan s'est installé dans votre localité que vous allez abandonner votre projet de création d'une épicerie au coin de votre rue. Mettez sur la fraîcheur de vos produits, la proximité et le rapport qualité/prix.

45 JE DOIS OUVRIR UNE BOUTIQUE AVEC PIGNON SUR RUE.

L'emplacement à son importance lorsque les services ou les biens proposés intéressent le plus grand nombre. Si vous offrez un excellent rapport qualité/prix, votre client fera des kilomètres pour vous retrouver et payer votre produit. Que vous soyez bien installé à proximité d'une grande voie ou dans une ruelle, sachez que votre client s'intéresse d'abord à ce que vous proposez comme prestations ou produits. Dans certains secteurs comme celui de la mode et du prêt-à-porter, une boutique avec pignon sur rue peut faire la différence, mais si vous ne convainquez pas vos clients de la qualité de vos produits et des tarifs raisonnables, ils seront tentés d'aller voir ailleurs. Avant d'opter pour un emplacement plus visible et plus accessible, mais cher, organisez-vous correctement pour proposer des prestations d'excellente qualité. Ainsi, vous séduirez votre clientèle. N'hésitez pas à demander l'avis des clients afin de leur proposer si possible des prestations sur mesure.

LES CLIENTS

46 LES CLIENTS VONT VENIR TOUT SEULS.

Une des plus grandes idées reçues de l'histoire de l'entrepreneuriat : le client va venir tout seul si le concept est suffisamment solide. Sans politique de communication définie à l'avance, sans stratégie de développement des ventes claire et efficace, les clients vont plutôt fuir votre entreprise que venir les yeux fermés. Ce n'est pas pour rien que les meilleurs chefs d'entreprise ont une capacité à être présents dans tous les domaines relatifs à la gestion de leur entreprise. Communication, marketing,

service client, relation avec les partenaires... Vos clients viendront vers vous parce que vous aurez tout fait en amont et en aval pour qu'ils viennent et se fidélisent.

47 TOUS LES CLIENTS SONT BONS À PRENDRE.

Pas forcément ! Tout dépend de votre activité et du risque encouru. Lorsque vous êtes en phase de lancement et de développement de votre entreprise, il est fort à parier que celle-ci ne dispose pas de liquidités d'avance. La prise d'un nouveau client ne doit pas s'apparenter à une partie de roulette russe. Un mauvais payeur pourrait vite étrangler votre entreprise voire la tuer dans l'œuf. Selon le ministère de l'économie, les retards de paiement des clients pèsent pas moins de 15 milliards d'euros sur les PME françaises et entraînent un quart de leurs faillites ! Entreprendre, c'est l'art de conjuguer le risque et la sûreté ! Jeune entrepreneur, vous devez savoir apprécier la capacité d'un client à vous payer rubis sur l'ongle ou à ne vous pas faire perdre trop de temps. En cas de doute sérieux, ne prenez pas le risque de travailler pour rien et de voir tous vos efforts ruinés.

48 LES CLIENTS SONT BÊTES.

Si cette idée trotte dans votre esprit oubliez l'entrepreneuriat ! Cette notion fait appel à des valeurs essentielles telles que le respect et la qualité du service rendu. Pour matérialiser ces valeurs, l'expression « les clients sont bêtes » est parfois utilisée en marketing pour rappeler aux commerciaux qu'ils doivent vulgariser leurs discours afin d'être compréhensibles. Cela ne remet nullement en cause l'intelligence des clients ! Tout le monde ne peut pas maîtriser les aspects techniques d'un besoin. Prenez le temps d'expliquer par exemple une norme, un sigle ou un process le plus simplement possible. Appuyez vos explications par des illustrations de prestations déjà réalisées ! La mise en place d'un show-room dans vos locaux peut répondre de manière très pertinente à ces exigences. La maîtrise technique de votre domaine ne doit jamais vous laisser penser que vos clients sont bêtes. Sachez écouter ceux-ci, analyser leurs attentes et y répondre avec pédagogie et humilité car au final ce sont eux qui payent. ●

