

Les bonnes raisons de créer son entreprise



Y a-t-il de bonnes et de mauvaises raisons de créer une entreprise? Certains entrepreneurs vous affirmeront que toutes les raisons sont bonnes pour tenter cette incroyable aventure. D'autres vous confieront que leur entreprise met plus de temps que prévu à remplir leurs attentes...

La vérité est probablement entre les deux: toutes les raisons sont bonnes, mais pas pour tout le monde. Pour éclaircir la relation haute en couleurs de l'entrepreneur avec ses motivations, «Créateurs» a lancé un appel au retour sur expérience. Plusieurs dizaines de créateurs y ont répondu présents (sondage ci-contre), et quatre d'entre eux ont accepté de détailler leurs motivations personnelles pour vous offrir les tableaux des pages suivantes, commentés par les experts Novacité et Genilem.

réalisation Alice Thomann, Nancy Furer, Sandrine Mottier et Vincent Feuillet

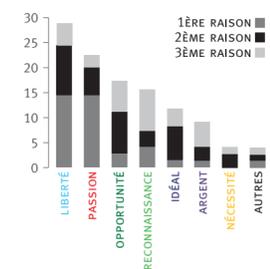
Les sept raisons fondamentales de créer son entreprise:

-  **La liberté** [être mon propre chef, ne plus avoir de patron]
-  **La passion** [envie de vivre d'une activité qui me passionne]
-  **L'argent** [gagner plus que dans mon activité précédente, faire fortune]
-  **L'idéal** [envie de changer le monde selon mes convictions]
-  **L'opportunité** [identification d'une niche à exploiter dans mon domaine de compétence sur le marché]
-  **La reconnaissance** [envie de réaliser quelque chose qui m'apporte la reconnaissance de mon entourage et de la société. Envie de construire quelque chose à léguer à mes enfants]
-  **La nécessité** [solution privilégiée pour sortir du chômage]

Le sondage

Plus de quarante créateurs d'entreprises innovantes sont revenus sur leur expérience – entre un et dix ans – pour répondre à ce sondage lancé par «Créateurs», et nous les en remercions. L'objectif: découvrir quelles sont les bonnes raisons de créer une entreprise, et les motivations qui vieillissent bien.

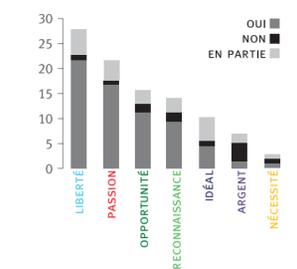
1) Pourquoi avez-vous créé votre entreprise (3 raisons par ordre d'importance)?



Les raisons qui font naître les entrepreneurs

Etre son propre chef ou vivre de sa passion, ces deux raisons interviennent dans la quasi-totalité des créations d'entreprise. Et 85% des créateurs invoquent même l'une ou l'autre comme leur principale motivation. L'opportunité est presque toujours une raison de deuxième ordre... Faut-il en déduire que l'envie crée l'opportunité, et pas le contraire? «La passion donne envie de trouver une opportunité», souligne en tout cas un créateur. La recherche d'idéal et de reconnaissance, et dans une moindre mesure d'argent, sont rarement citées comme principales raisons, mais constituent d'importantes raisons secondaires. Enfin, rares sont ceux qui créent pour se sortir du chômage.

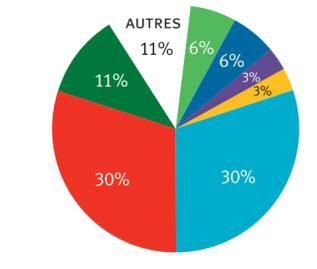
2) La création de votre entreprise a-t-elle répondu à vos attentes sur ce point?



Les raisons qui en valent la peine

En créant pour être libre, on a visiblement peu de chances d'être déçu. La passion apparaît comme un investissement presque aussi sûr. Sans surprise, l'idéal apparaît plus dur à atteindre. Remarque d'un créateur: «Il n'est pas simple de faire avancer un groupe d'individualités ensemble, mais essayer, c'est contribuer à faire évoluer les choses dans la bonne direction». Quant à l'argent, il semble être une chimère à un horizon de quelques années.

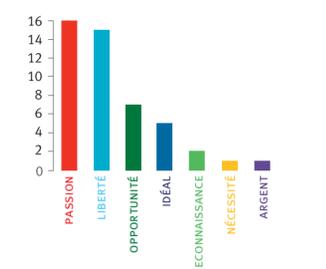
3) Quel est aujourd'hui votre principal moteur à poursuivre l'aventure?



Les raisons qui tiennent la distance

Liberté et passion s'imposent comme des raisons non seulement courantes, mais aussi résistantes, voire essentielle pour la deuxième: «Vu la difficulté, le travail et le stress, impossible de continuer sans la passion», estime un créateur. Avec le temps, d'autres motivations, plus variées et plus personnelles, prennent toutefois le relais. Tantôt positives comme «le sentiment de bâtir quelque chose», «continuer l'aventure» ou «entraîner une équipe avec soi»; parfois plus mitigées comme «l'espoir de jours meilleurs», «l'objectif de la liberté financière à moyen terme» ou «on ne change pas de cheval tous les jours!»

4) Que considérez-vous aujourd'hui comme une bonne raison de créer?



Palmarès des bonnes raisons

La passion coiffe la liberté au poteau! L'opportunité se place dans le tiercé gagnant; elle l'emporte sur l'idéal et la reconnaissance. Victoire du pragmatisme et des dures réalités dans le monde de la création d'entreprise? Peut-être, mais pas de l'argent, qui se dispute le fin fond du classement avec la nécessité.

En guise de conclusion - et de prix de consolation -, cette dernière remarque d'un créateur: «Toutes les raisons sont bonnes! Il s'agit simplement de les mettre en adéquation avec ses capacités et la réalité du marché».

Créer pour la liberté

«La liberté, c'est la possibilité d'agir quand et comme on le souhaite»
Philippe Barge, fondateur d'Actilan

[être mon propre chef]



Si c'était à refaire, il ne changerait rien. A la tête d'Actilan, une entreprise d'assistance et de maintenance informatiques, Philippe Barge a beau réfléchir, il se voit aujourd'hui sans contraintes dans le domaine professionnel. Sa quête du Graal, c'était la liberté. Il l'a trouvée.

«Je ne travaillerais pas pour la gloire, c'est évident. Mais j'ai surtout un grand besoin de liberté et, au plan professionnel, cela passe par la possibilité d'agir comme on l'entend, quand on le souhaite!», entame Philippe Barge, fondateur d'Actilan, qui propose des services de maintenance et d'assistance dans le domaine informatique. Détenir le choix de l'action et de la décision sont les principaux éléments qui ont

poussé Philippe Barge à créer son affaire. C'était en juin 1998, quelque dix années après une première expérience avortée en la matière.

Au-delà de l'aventure entrepreneuriale
Aujourd'hui, Actilan emploie onze salariés et réalise un chiffre d'affaires de 740 000 euros, en croissance de 20 à 30% tous les ans. Un succès qui va au-delà de l'aventure entre-

preneuriale puisque Philippe Barge s'avoue pleinement comblé, sans réelles pressions ou contraintes.

«Être à son compte, c'est pouvoir prendre les décisions qui s'imposent», estime Philippe Barge, «L'argent n'est pas le moteur premier de la création. Pour moi, c'est plutôt cet état permanent de liberté. Des contraintes, je n'en ai plus aujourd'hui. Elles étaient présentes les trois premières années car il fallait faire du chiffre et être rentable, mais maintenant la société est sur de bons rails. J'ai en outre intégré le fait qu'il est impossible d'avoir une vision au-delà de six mois!»

Une quête qui dure

Agé de 41 ans et père de deux enfants, Philippe Barge avoue aussi avoir vécu le lancement d'Actilan comme un défi destiné à prouver à ses proches, à sa famille et à son entourage professionnel ce dont il était capable. Ce besoin de reconnaissance sociale est complètement écarté aujourd'hui, alors que sa quête de liberté demeure entière.

...et recommence

Philippe Barge est d'ailleurs en train de finaliser une autre société, toujours aux côtés des mêmes associés, histoire de protéger ses acquis et de renouer avec l'excitation de la nouveauté. «Cette création me met dans un état d'esprit très positif. J'avais besoin de faire autre chose, de rencontrer de nouvelles personnes, de m'enrichir de l'apport des autres». Philippe Barge s'avoue être un homme heureux: «Si c'était à refaire, je procéderais de même avec simplement une petite dose supplémentaire de patience pour supporter que les choses n'avancent jamais assez vite à notre goût».

Question à un conseiller Novacité

Créer, est-ce un gage immédiat de liberté absolue?

Christophe Vincent: Philippe Barge est loin d'être un cas particulier. Plus de 80% des créateurs que je rencontre prennent la décision de fonder leur entreprise en réponse à un besoin d'indépendance et de liberté. Ils souhaitent ainsi prendre leur destin en main et décider eux-mêmes de la meilleure façon de faire au sein de leur entreprise. Ce sont souvent d'anciens salariés habitués à la course à la rentabilité et à faire de nombreux sacrifices. Ils ambitionnent en parallèle d'évoluer dans un meilleur cadre de vie en prenant le temps de profiter de leur famille et de leurs amis. Ils veulent travailler autrement et en faire profiter leurs employés. Il faut toutefois être conscient que cette ambition ne peut se réaliser que lorsque l'entreprise est bien lancée, ce qui peut prendre plusieurs années. Mais attention: la liberté du créateur d'entreprise est toute relative. Il faut être conscient que le chef d'entreprise est confronté à d'importantes contraintes. Le suivi des clients, l'augmentation des résultats et la gestion des ressources humaines peuvent limiter sa liberté d'action et parfois contraindre davantage le créateur que les ordres d'un supérieur hiérarchique. Il est important que le créateur mette au point une stratégie globale pour gérer ces contraintes.

Créer par passion

[envie de vivre d'une activité qui me passionne]

«La passion est ce qui nous pousse à faire des choses incroyables sans se poser de questions et sans se forcer»

Gisèle Rufer, fondatrice de Delance



Figure emblématique de l'entreprise Delance, Gisèle Rufer fait tout par passion! C'est par ce caractère de feu qu'elle a concrétisé en 1996 son rêve: créer une montre qui symbolise la féminité.

Il y a eu d'abord l'idée de la montre. Le rêve de Gisèle Rufer était de créer une montre pour les femmes, qui devienne leur «talismán», le signe de reconnaissance de toutes celles qui veulent changer le monde et prendre leur destin en main. Cette montre devait représenter à la fois toutes les femmes et chaque femme individuellement: «C'est pourquoi notre spécialité est d'offrir à nos clientes de composer leur montre à travers un large choix de cadrans, d'aiguilles, de cabochons, de sertissages et de bracelets afin que le résultat soit un véritable miroir» explique la fondatrice. Gisèle Rufer vit sa passion. Si elle se refuse à la définir, elle précise toutefois: «La passion est tout ce qui nous pousse à faire des choses incroyables naturellement, sans se poser de questions et sans se forcer». A la création de son entreprise, elle a listé tout ce qu'elle savait très bien faire et tout ce qu'elle aimait faire. De ce mélange, est né un constat: «Je pouvais faire de ma passion mon métier. Tout ce que j'aime concerne les femmes et leur sort, l'éducation, les enfants, l'amour des belles choses et des gens, l'horlogerie. En créant les montres Delance, j'ai trouvé le moyen de combiner tout ceci en une seule activité». La passion est une chose, encore faut-il une opportunité pour créer une entreprise. «Il y a 20 ans, les montres destinées aux femmes se résumaient à des modèles réduits de montres d'hommes», se souvient la créatrice. Ce manque a résonné en cette passionnée comme une opportunité à saisir.

La passion pour garder le cap

La passion suffit-elle? «Oui!», s'exclame Gisèle Rufer, «Tout ce qu'on ne sait pas s'apprend, sauf la passion». Lorsqu'elle s'est lancée, notre créatrice pensait que tout le monde trouverait le produit merveilleux et l'achèterait. A vrai dire, sa confiance fut quelque peu ébranlée

parfois! «Mais quand la passion vous anime, garder le cap envers et contre tout est bien plus facile!» Aujourd'hui que le démarrage est derrière, la passion de Gisèle Rufer lui permet de faire un pas de plus: servir son idéal. «Même s'il me faudrait plus d'une vie pour changer le monde!», sourit-elle, les pieds sur terre. N'empêche, elle va désormais au-devant des femmes. En donnant des conférences notamment au Japon, au Canada, dans les Emirats Arabes et au Cameroun, elle

essaie de les rendre conscientes de leur pouvoir et de leur énergie créatrice. Et les hommes dans tout ça? «Beaucoup d'hommes, amis, fournisseurs et agents entre autres, ont trouvé le projet superbe, ont reconnu mes talents et ma créativité et m'ont soutenue dans ma démarche.» Et puis Delance, à l'origine, c'est le nom d'un homme: son père. Ce nom représente ainsi le soutien et la confiance de tous ses proches. «Par loyauté, j'ai toujours eu la foi. En fait, ce que j'ai mis dans cette montre me soutient constamment» conclut Gisèle Rufer en guise de remerciements.

Question à un gestionnaire Genilem

La passion fait-elle vivre une entreprise?

Jérôme Favoulet: Le passionné a sa propre vision des choses et il a envie de la partager. Il est souvent malheureux dans une activité professionnelle qu'il ne peut pas diriger comme il veut. La création d'une entreprise peut lui permettre d'exprimer et de réaliser cette passion. L'entreprise du passionné représente tout ce qu'il est. C'est une formidable force. Le passionné sera résistant aux chocs, n'abandonnera pas à la première bourrasque. En outre, la passion donne beaucoup de charisme et inspire la confiance. Tout client préfère voir dans l'entrepreneur un vieil artisan épris de son métier qu'un vendeur qui ferait n'importe quoi pour faire du profit sur son dos! Mais la passion est aussi une faiblesse: le passionné risque de travailler à perte! La qualité de ce qu'il fait est primordiale à ses yeux. Il sera donc toujours prêt à faire un effort financier pour arriver à mieux, et aura tendance à investir beaucoup dans la recherche & développement quitte à s'endetter. Ce risque menace surtout celui qui avait l'habitude, avant de créer son entreprise, de dépenser beaucoup pour sa passion. D'autre part, un passionné rechigne à faire du profit grâce à ceux qui partagent sa passion. Il sera tenté de sacrifier ses prix pour le plaisir de communiquer son enthousiasme au client, de travailler à perte pour l'amour d'un projet, ou de ne pas facturer un travail auquel il a pris plaisir. Pour celui qui crée par passion, un bon calcul des prix et une gestion rigoureuse de la trésorerie sont des priorités. Enfin, il est amusant de constater que souvent, le passionné ne veut pas être chef d'entreprise! Il veut «juste» vivre de sa passion, son entreprise est un «mal nécessaire». Pour évoluer et faire évoluer son entreprise, il va devoir prendre conscience que l'entreprise est un formidable outil pour démultiplier et partager sa passion... Et que sa place est aux commandes, et non plus dans les ateliers!

Créer sur une opportunité

[identification d'une niche à exploiter sur le marché]

«Il n'y a rien de plus motivant que de parvenir à convaincre avec son idée»



Emmanuel Tessier, fondateur d'Idée Jardin

Si vous lui demandez pourquoi il a créé Idée Jardin, il y a fort à parier qu'Emmanuel Tessier vous parlera d'envie de liberté. Puis, avec passion, il enchaînera sur son métier et son idée: un agenda sur mesure pour les amoureux du jardinage. Mais s'il vise les étoiles, le fondateur d'Idée Jardin a aussi les pieds sur terre. Son entreprise à peine née, il reconnaît qu'une réelle opportunité est essentielle.

Un agenda, taillé sur mesure, qui donnerait tout au long de l'année au jardinier amateur le bon conseil au bon moment... L'idée a germé dans la tête d'Emmanuel Tessier, horticulteur-paysagiste, alors qu'il travaillait dans la vente en magasins spécialisés de jardinage: «Année après année, nos clients me posaient les mêmes questions saisonnières. Or les informations sont aujourd'hui dispersées dans plusieurs supports, ou au contraire noyées dans un livre au milieu d'une

multitude d'informations qui ne concernent ni votre jardin, ni le climat de votre région! Résultat: on finit par être submergé, même dans ses loisirs», explique le créateur. «Un agenda permet de s'organiser, d'apprendre à mieux s'occuper de son jardin et au final, de se détendre dans un bel espace entretenu de ses mains».

L'idée de l'agenda-jardin ne trouvant pas d'écho chez son employeur, Emmanuel Tessier crée sa propre entreprise. Envie de liberté donc. Mais pour autant qu'on creuse un peu, l'horticulteur reconnaît que cette idée est un prétexte: «Lorsqu'on a envie de créer, on trouve toujours une bonne raison!»

Intéresser le marché

Aujourd'hui, Emmanuel Tessier n'en est qu'au tout début de l'aventure. L'agenda est disponible depuis avril dernier et les premières commandes commencent à rentrer. «Petit à petit, tout se construit. L'intérêt des médias, l'obtention de l'accompagnement Genilem, les 500 visites sur le site Internet... C'est une expérience extraordinaire. Mais il faut faire attention à la surdose d'imagination et d'idéalisme, savoir s'arrêter sur un projet, un marché», met en garde ce passionné des plantes et du conseil.

Le bref recul dont il dispose n'empêche pas Emmanuel Tessier d'avoir son idée sur le moteur qui fera croître son entreprise: «Aujourd'hui, c'est mon projet lui-même qui m'alimente en énergie. Mais jusqu'à quand?», se demande l'entrepreneur, lucide. Il entrevoit toutefois déjà la réponse: «Il n'y a rien de plus motivant que de parvenir à intéresser et convaincre avec son idée. Tout est basé sur la réussite. Le succès appelle le succès. Mais pour réussir il faut un réel intérêt du marché. A mes yeux, l'opportunité est la meilleure raison de créer son entreprise».

CARTE DE VISITE D'IDÉE JARDIN EN PAGE 30

Créer pour l'argent

«Une société est là pour gagner de l'argent et le redistribuer»

Olivier Brosset, fondateur de Techfibre

[gagner plus que dans mon activité précédente, faire fortune]

Olivier Brosset est un homme pragmatique et réaliste: le besoin de liberté n'est pas l'unique moteur de la création d'entreprise à ses yeux. S'il n'y a pas d'argent au bout, mieux vaut se consacrer à une autre activité...

Fondateur de Techfibre, une société de maintenance dans le domaine de l'endoscopie médicale, Olivier Brosset est à l'origine d'un parcours de créateur et d'entrepreneur exemplaire. En 1995, il se lance dans l'aventure, développe avec succès, double le chiffre d'affaires d'année en année puis, en 1999, revend son entreprise au groupe General Electric Medical Systems. Joli profit à la clé et, cerise sur le gâteau, une place (qu'il occupe toujours aujourd'hui) de manager Europe de la division endoscopie. On ne peut espérer mieux! Comme il le dit lui-même: «Si le train General Electric n'était pas passé, les choses auraient certainement été différentes, mais j'ai toujours su où je voulais aller et comment».

Le gain fait courir

Olivier Brosset l'avoue sans détour: «Le besoin de liberté n'est pas un moteur suffisant dans l'acte de création. C'est souvent l'argent qui fait avancer, la perspective du gain qui fait courir. S'il n'y a pas d'argent au bout d'une affaire, mieux vaut se consacrer à autre chose ou rester salarié. Créer une entreprise requiert de tels efforts qu'il faut une carotte bien réelle».

Argent pas facile

Au démarrage de Techfibre, Olivier Brosset reconnaît «s'être serré la ceinture» et avoir consenti beaucoup d'efforts en travaillant de dix à douze heures par jour, y compris les week-

ends. «J'avais en tête de parvenir à un salaire confortable à mes yeux et de m'affranchir de mon patron, explique-t-il, mais je ne me suis jamais fixé d'échéances précises. Je suis parti la fleur au fusil et j'ai eu la chance que mon concept marche tout de suite avec, en seconde conséquence, la reconnaissance de mes pairs et de ma famille».

Vision de l'entreprise

Aujourd'hui, bien que confortablement intégré à un groupe puissant et mondial, Olivier Brosset

confesse que le démon de la création le titille à nouveau. «Il est parfois pesant, admet-il, de ne pas jouir d'un entier pouvoir de décision. On est parfois frustré dans une multinationale où les choix sont forcément collégiaux. Néanmoins, si je recréais aujourd'hui, mes ambitions seraient très hautes. Je ne crois pas en l'entreprise sociale. Une société est là pour gagner de l'argent et le redistribuer, tant à ses actionnaires qu'à ses salariés».

Question à un conseiller Novacité

Devient-on riche en créant son entreprise?

Christophe Vincent: Jusqu'en 1999, l'argent était la motivation principale d'une grande majorité des créateurs que nous rencontrons. Cette motivation a cédé du terrain à la liberté. L'objectif, à terme, de tout chef d'entreprise est bien évidemment de gagner sa vie correctement afin de profiter de celle-ci et de ses plaisirs sans aucun souci. En revanche, je n'ai jamais entendu quelqu'un dire «Je vais devenir milliardaire en créant ma propre entreprise ou... m'acheter un yacht».

Pendant les premières années d'activité, le jeune entrepreneur perçoit souvent de maigres revenus et parfois ne se paye même pas. C'est généralement à partir de la troisième ou de la quatrième année, si tout se passe correctement, que la société commence à connaître une forte croissance permettant à son patron de bien se rémunérer. L'argent peut aussi être vu comme une récompense sanctionnant la réussite d'un projet né dans l'imagination du créateur.

Créer

pour...

la reconnaissance

[envie de réaliser quelque chose pour obtenir la reconnaissance de mon entourage et de la société]

l'idéal

[envie de changer le monde selon mes convictions]

la nécessité

[sortir du chômage]

Peut-on changer le monde avec une entreprise?

Jérôme Favoulet: On peut changer son monde avec une entreprise, ce qui est déjà pas mal! L'entreprise permet à son créateur de se réaliser, d'évoluer et de faire évoluer dans une certaine mesure son entourage (clients, fournisseurs, collaborateurs, etc.) Mais l'entrepreneur idéaliste doit bien se garder de vouloir changer le monde des autres. En cherchant à imposer sa vision du monde (écologiste, féministe, tiers-mondiste, etc.), on est aux antipodes d'une démarche commerciale, qui consiste à écouter le client. La résurgence d'arguments politiques trop appuyés dans son discours risque d'agacer et d'être contre productive, pour l'entreprise, mais aussi pour la vision du monde qu'elle incarne.

Le chef d'entreprise est-il aimé?

Jérôme Favoulet: Dans l'inconscient collectif, un directeur est un homme qui a réussi. Cette image lui vaut une certaine considération dans la population, même si celle-ci aura tendance à diminuer dans les milieux scientifiques et académiques, ou populaires. Au quotidien, ceux qui sont devenus directeurs vous le diront: cette position vous vaut une avalanche de sollicitations. Mais il ne faut pas les confondre avec la reconnaissance. De manière crue, disons que vous représentez de l'argent et un pouvoir de décision, et donc une cible commerciale de premier ordre. Au sein de sa propre équipe, le directeur n'est pas toujours immédiatement reconnu pour le travail fourni. Les employés voient plus facilement ses erreurs que ses apports. Il lui faut constamment donner l'exemple, partager sa vision et ses valeurs, rendre ses décisions claires, surtout lorsqu'elles sont impopulaires, et y faire adhérer son équipe. C'est un véritable défi de communication qui se pose à lui et dont dépend la motivation de ses collaborateurs. Commençons ici par tordre le coup au cliché du patron-exploiteur lorsqu'il s'agit des petites entreprises. Il n'est pas rare en effet que le créateur d'entreprise commence par se priver de salaire pour lancer son entreprise (80% des créateurs font varier leur revenu en fonction du résultat de l'entreprise, après déduction des salaires de leurs employés). Soulignons aussi que de nombreux chefs d'entreprise souffrent de la solitude. Le créateur doit prendre garde de ne pas s'y enfoncer. Rencontrer d'autres créateurs, qui partagent son expérience, est une bonne solution. Au niveau privé aussi, le directeur doit veiller à rester disponible et à ne pas trop sacrifier pour son entreprise. Il en va du soutien, indispensable, de son entourage affectif.

L'entreprise comme dernier recours: une réponse réaliste?

Jérôme Favoulet: Il y a autant de bonnes raisons de créer que d'individus. Mais une chose est essentielle: créer avec un objectif positif. Ou, autrement dit, ne pas créer par résignation ou sur une frustration. Si l'on prend l'exemple de deux chômeurs, celui qui crée «pour s'en sortir» a des chances de réussir. Celui qui crée «parce qu'il ne trouve pas de boulot» risque surtout une désillusion de plus. La colère peut fonctionner comme moteur dans un premier temps. Mais si l'entreprise réussit et la cause de colère disparaît, l'entrepreneur doit pouvoir compter sur un autre moteur fort pour prendre le relais.

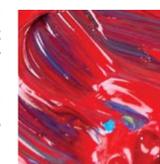
Y a-t-il des bonnes et des mauvaises raisons?



«Toutes les raisons de créer une entreprise sont bonnes, mais pas pour tout le monde», avançait ce dossier dans son introduction. En guise de conclusion, une question s'impose: comment déterminer ce que valent ses raisons à soi? Le dernier mot revient à Jérôme Favoulet, gestionnaire Genilem.

Y a-t-il de bonnes et de mauvaises raisons de créer une entreprise?

Une raison qui s'écroule après une heure d'entretien chez Genilem est une mauvaise raison! La mauvaise raison, c'est celle pour laquelle on n'est pas prêt à se battre et à encaisser des coups. Pour tester ses motivations, il suffit parfois d'en parler; à Genilem, mais aussi simplement autour de soi. Si chaque interlocuteur sceptique suffit à semer le doute en vous, remettez-vous en question! Si au contraire, vous êtes capable de vous affranchir du regard des autres, si évoquer votre projet renforce à chaque fois votre motivation, si les critiques vous rendent plus fort, alors lancez-vous!



Quelles sont les valeurs sûres, les motivations saines?

Les bonnes raisons sont celles qu'on peut atteindre rapidement. La liberté peut être une motivation saine: le créateur est libre dès le jour de la création de son entreprise. Ce n'est pas une liberté absolue, mais la liberté d'agir comme il veut pour surmonter les contraintes de sa nouvelle occupation. Elle peut régénérer sa motivation au quotidien. L'argent ou l'idéal ne sont probablement pas des raisons suffisantes pour créer... On ne change pas le monde ni ne devient riche en un jour. La motivation du créateur est-elle suffisamment forte pour tenir bon face à un objectif qui ne se réalisera pas avant de nombreuses années?

Y a-t-il un ingrédient nécessaire pour créer son entreprise?

Une motivation très solide est capitale. Cette motivation doit se définir par rapport à ce que l'entreprise va permettre au créateur d'atteindre. L'entrepreneur doit savoir pourquoi il crée, et cette raison doit être suffisamment forte pour le motiver au quotidien.

Quels faux espoirs peut éveiller la création d'une entreprise?

Démarrer en pensant «j'aurai plus de vacances», «je gagnerai plus», «je ne recevrai plus d'ordres de personne» ou «je ne ferai que ce que j'aime», c'est aller droit au mur. L'envie de créer une entreprise doit être intimement liée à des efforts pour y parvenir. Vous avez envie de passer plus de temps à faire ce que vous aimez, de travailler avec plus de plaisir? Alors la création est peut-être pour vous. C'est comme la chance: plus on travaille à la chercher, plus on la trouve!

Quelle est l'importance relative de la motivation personnelle et de l'opportunité réelle sur le marché?

Avec de la motivation, on arrive à faire tellement de choses... Il y a de nombreux projets d'entreprise qui ne suscitent pas d'eux-mêmes l'engouement des clients. Mais portés avec suffisamment d'enthousiasme et d'endurance, ils finissent par être d'énormes succès. Ce sont les gros risques qui amènent les gros résultats, pour autant qu'on les nourrisse de gros efforts.

Combien de temps faut-il s'accrocher pour qu'une entreprise réponde à ses attentes?

Au moins trois ans, trois ans d'investissement à plein temps. Si l'entreprise n'a toujours pas décollé au bout de cette période, il faut réellement se demander si elle décollera un jour...



Un créateur a confié: «On ne peut pas laisser tomber les actionnaires et les employés comme de vieilles chaussettes». Peut-on se retrouver «piégé» dans la création d'une entreprise?

C'est effectivement un risque. L'entreprise est un

pari pour lequel l'entrepreneur motive une équipe. Si le pari est perdant, l'entrepreneur doit assumer sa responsabilité de chef d'entreprise. Il doit mettre son égoïsme en sourdine et prendre les meilleures décisions pour ceux qui lui ont fait confiance et ont consenti des sacrifices pour le suivre dans l'aventure qu'il a initiée. Il faut évidemment être prêt à assumer cette responsabilité.

Avec la modification du marché du travail (accroissement de la concurrence, multiplication des faillites et des licenciements), la relation employé-employeur évolue aussi. L'employé ne conçoit plus de dédier sa vie professionnelle à une seule entreprise.

Reste que le chef d'entreprise doit être à la hauteur des attentes qu'il a générées. Certains chefs, identifiant l'impasse dans laquelle était leur entreprise, ont pris le soin de replacer tout leur personnel avant de fermer. Ce sont de grandes dames et de grands messieurs.

Dernière citation: «Toutes les raisons sont bonnes pour tenter l'aventure». Alors... faut-il sonder profondément ses motivations avant le démarrage, ou foncer?

Pendant la phase de conception du projet, il faut communiquer un maximum autour de son projet, pour que les impressions négatives et les mises en garde puissent s'exprimer. C'est ce qui va vous permettre d'évaluer les risques et les opportunités, et de tester votre motivation. Une fois que vous avez décidé d'y aller, il faut foncer.