

# CRÉER SON ENTREPRISE... RÊVE OU RÉALITÉ?

**Fouad ZMOKHOL**

*Président du RDCL World<sup>1</sup> – Chargé de cours à la FGM  
Université Saint-Joseph de Beyrouth  
fouad@zimcogroup.com*

## **ABSTRACT**

Economic growth has been related to innovation and entrepreneurship in many countries, this paper examines the role of entrepreneurs and the conditions of their success through the study of the steps they should go through in preparing their venture and the environmental factors that affect their development with a focus on entrepreneurship in Lebanon.

## **Mots-clés**

Entrepreneuriat, conditions de création d'entreprise, croissance économique, démarche entrepreneuriale, risque d'échec

## **INTRODUCTION**

La création d'entreprise et l'innovation sont essentielles dans le processus de croissance économique. Les recherches dans ce domaine proposent deux catégories d'explications relatives à la création de nouvelles entreprises. La première catégorie concerne des facteurs caractérisant le secteur d'activité tels que la structure du marché (Audretsch, 1995) ou la technologie (Winter, 1984). Quand le secteur d'activité est composé d'entreprises jeunes, de taille réduite et atomisées, les ressources requises par les acteurs sont limitées, l'accès aux capitaux est assez aisé, la dimension recherche et développement est réduite, les entrepreneurs ont tendance à créer de nouvelles entreprises pour exploiter les opportunités (Audretsch, 1995). La seconde catégorie d'explication stipule que la création d'entreprise dépend des caractéristiques personnelles de l'entrepreneur telles que le profil psychologique de l'entrepreneur (Roberts, 1991) ou son expérience professionnelle (Carroll & Mosakowski, 1987). Pour cette seconde catégorie, lorsque les personnes qui découvrent des opportunités sont plus expérimentées dans la création d'entreprises (Carroll & Mosakowski, 1987),

1. Rassemblement de Dirigeants et Chefs d'Entreprises Libanais au Monde (RDCL Wrold).

plus créatives, acceptent le risque, sont à la recherche de réalisations (Roberts, 1991) ou tolèrent l'ambiguïté, ces personnes ont tendance à créer des entreprises pour exploiter les opportunités.

## I. LA DÉMARCHE ENTREPRENEURIALE

Qui n'a pas rêvé une fois au moins dans sa vie de devenir son propre patron ?

La création d'entreprise est une aventure extraordinaire, mais qui peut aussi s'avérer risquée, si elle n'est pas bien **étudiée**. Cette « excursion » est capable de procurer à ceux qui la vivent des plaisirs incomparables. Le goût d'entreprendre, le désir d'indépendance, et la volonté de maîtriser son propre avenir, sont à eux seuls capables de conférer à ces enthousiastes un certain sentiment d'épanouissement.

Il n'existe pas de recette miracle ni de formule magique qui permettraient, à ceux qui voudraient créer une entreprise, de trouver à coup sûr l'idée géniale tant convoitée, car bien entendu si une telle recette existait, tout le monde la connaîtrait, chaque personne aurait sa propre société indépendante, et rares seraient aujourd'hui les créneaux encore disponibles.

Avant de se lancer, il faut bien savoir et être conscient que les dernières statistiques mondiales évaluent le taux moyen d'échec des entreprises qui se créent à 20% la première année, 30% pour la période des trois premières années, et à 40-50% pour les cinq premières années. Nous pouvons donc clairement déduire que, malheureusement, très peu de sociétés nouvelles passent le cap de la 5<sup>e</sup> année.

Il est donc crucial, d'une part, de bien connaître les facteurs clés qui conditionnent les succès et d'agir ensuite sur chacun d'entre eux ; et d'autre part, de bien évaluer les risques qui pourraient survenir, pour essayer de les réduire dans des proportions considérables.

Les trois facteurs clés sur lesquels il faudrait se focaliser sont : l'**entrepreneur** (ses motivations, qualités, défauts, points faibles, points forts), puis son **idée** (l'existence d'un marché, la possibilité d'exploiter ce marché avec succès), et finalement la **conception** (mise en œuvre du projet, et surtout son développement futur).

## II. L'ENTREPRENEUR

L'entrepreneur possède en général les quatre qualités suivantes.

- a) Il est animé par une volonté farouche de se dépasser et d'aller toujours plus loin, il aspire toujours à plus.
- b) Il sait faire face aux difficultés et ne s'avoue jamais vaincu.
- c) Il est capable de changer de cap à temps, si son idée s'avère non rentable, et de retomber sur ses pieds.
- d) Enfin, et surtout, il a fait l'effort de bien se connaître.

Apprendre à bien se connaître doit être une ultime priorité. Connaître ses objectifs et motivations, d'une part, ainsi que ses forces et ses faiblesses, d'autre part, est sans doute le secret de la réussite. Quant à ses faiblesses, les connaître, c'est déjà les réduire de 50%. Le philosophe chinois Sun Tzu disait « Connais l'adversaire, et surtout connais-toi toi-même, et tu seras invincible ».

Une qualité ne peut en effet être prise en compte, que si elle permet de réussir mieux que d'autres dans le secteur que vous avez choisi. L'entrepreneur doit donc réorienter ses projets en fonction de son tempérament, de ses points forts personnels, tout en tentant d'en percevoir les conséquences pour son entreprise. Ceux qui s'engagent dans la création sous l'influence d'une tendance, ceux qui veulent créer leur entreprise par simple rejet des grandes sociétés, ceux qui ne savent pas encore ce qui les anime dans la vie et pensent le découvrir grâce à l'entreprise qu'ils vont lancer, n'arriveront probablement pas à destination, à moins qu'ils aient une chance insolente.

L'entrepreneur doit être conscient que, dès le départ, il devra surmonter de multiples difficultés et fera certainement face à la solitude, à l'insécurité, à la méfiance des autres, sans compter les sacrifices familiaux et financiers.

Il est crucial de fixer ses objectifs de carrière par rapport à soi-même, et non par rapport aux autres. Beaucoup de créateurs construisent leur avenir en se comparant aux autres, au lieu de partir de l'objectif final qu'ils aimeraient atteindre au fond d'eux-mêmes... Il est primordial d'accepter de démarrer petit. En d'autres termes, il vaut mieux commencer dans un garage et finir dans un château, que de commencer dans un château et finir dans un caniveau. Il faut s'entraîner quotidiennement à maintenir son esprit en éveil. Le grand créateur ne se laisse jamais gagner par la somnolence intellectuelle. Cela lui permet de trouver, dans le monde qui l'entoure, une multitude d'idées, de les jauger, de bâtir ses plans, de les passer au crible de l'analyse, et de détecter à temps les problèmes importants.

### III. L'IDÉE

En apprenant à observer le monde qui nous entoure, nous pouvons y trouver une multitude d'idées de création, mais une idée sans marché ne présente aucun intérêt. Il ne faut pas surestimer la fougue et l'impétuosité qui sont sans doute des qualités, mais aussi les pires ennemis d'un futur patron, car elles peuvent le conduire à ne pas se poser les questions cruciales comme : *Existe-t-il un marché solvable pour mon idée ? Quels sont les facteurs clés de réussite sur ce marché ? Comment ces facteurs clés évolueront-ils dans l'avenir ? Quels sont mes atouts et mes faiblesses sur chacun des facteurs clés ? Comment pourrais-je réduire mes faiblesses et profiter au maximum de mes atouts ?*

D'autre part, il faut être convaincu qu'il n'existe pas de sous métiers, et c'est la vanité qui conduit le plus souvent à l'échec. Toute idée, aussi modeste soit-elle, a probablement un marché, si elle répond à un besoin et s'il est possible de la

commercialiser à un prix acceptable pour le client et rentable pour le créateur. Il est donc fortement conseillé de ne jamais créer une entreprise, sans avoir au préalable identifié les acheteurs potentiels et avoir obtenu des informations pertinentes sur les besoins et demandes de la future clientèle, tout en se gardant d'une tentation forte dangereuse qui consiste à vouloir trouver le produit ou le service totalement nouveau qui révolutionnera le monde.

Le véritable créateur est celui qui sait observer les objets que lui-même et les autres utilisent, ainsi que les besoins que ces objets sont sensés satisfaire. Il sait également étudier les personnes qu'il côtoie, leurs habitudes de vie, leurs comportements, sur leur lieu de travail et pendant leurs loisirs. Il sait aussi regarder ses concurrents potentiels, leurs faiblesses, leurs atouts, les caractéristiques de leurs produits ou de leurs services.

Il est préférable d'écartier certains secteurs d'activité peu adaptés aux ressources disponibles, et d'essayer de ne pas chercher la confrontation directe avec les grosses entreprises, tant qu'on ne possède pas les atouts nécessaires pour résister. Dans la vie, il faut de l'appétit, mais aussi de l'estomac. Si l'on a trop d'appétit, et pas assez d'estomac, on meurt d'indigestion, et l'on meurt plus vite d'indigestion que de faim.

Il faut être vigilant à l'égard de la confidentialité des idées et de la recherche, et ne point succomber à son orgueil, en affichant ses projets personnels sur la place publique, donnant ainsi des idées gratuites à ceux qui n'en possédaient pas.

Il est important de tenir compte des ressources disponibles dans le choix de son créneau, et surtout d'éviter certains secteurs d'activité, où pour se développer, il sera indispensable de changer les comportements ou les goûts des clients. Une modification de ces comportements, et surtout de ces goûts, demandera certainement des délais et des ressources tels que les plus puissants qui viendront plus tard tireront les marrons du feu. Il est vivement conseillé d'éviter les secteurs dans lesquels nous ne pourrions survivre qu'en adaptant continuellement nos produits. Auriez-vous l'argent et le temps nécessaires pour rester dans la course ? Certes, l'optimisme est une qualité indispensable aux créateurs, mais son excès est un défaut sérieux lorsqu'il s'applique à des prévisions de chiffres d'affaires, si ces prévisions conduisent à prévoir un taux de croissance largement supérieur aux taux de croissance globale du secteur. Il est préférable d'éviter les secteurs sujets à des baisses de prix brutales et incontrôlables, et éviter si possible de pénétrer dans ceux où l'activité principale reposerait sur quelques gros clients et sur un nombre limité de commandes importantes. Il est conseillé de se méfier tout autant des secteurs où, pour vendre, il est indispensable de constituer des stocks importants ou faire crédit aux clients. Il faut faire attention aux créneaux où des relations privilégiées existent déjà entre les clients et les futurs concurrents. Il se pourrait que le nouvel entrepreneur ne puisse pas pénétrer ces créneaux, quels que soient les prix qu'il pratique et offre.

Il est crucial de tirer profit des atouts que donne la faible taille de l'entreprise,

et de tirer également partie de la souplesse de la nouvelle structure pour essayer d'être rentable sur des produits ou des services qui ne le seront pas pour les gros concurrents. Il est préférable d'opter pour des produits dont le cycle de fabrication est d'une durée réduite, et de ne pas pénétrer dans les secteurs où les stocks risquent d'être brutalement périmés.

Il est important de garder continuellement un esprit ouvert et de détecter les marchés porteurs d'avenir, tout en anticipant les besoins des consommateurs. Il est parfois préférable, pour un futur chef d'entreprise de s'installer dans une petite niche rentable au sein d'un secteur délaissé par les puissants, plutôt que de vouloir conquérir le monde. Mieux vaut parfois produire des pelles pour les chercheurs d'or, que de partir soi-même à la quête d'un filon hypothétique. Mieux vaut créer dans un secteur traditionnel que de s'engager tête baissée dans de nouvelles technologies où le risque d'échec est considérable.

Il faut apprendre à se mettre à la place des autres, c'est la meilleure technique pour ne pas tomber aveuglément amoureux de son idée et pour éviter de se laisser enfermer dans ses rêves. Il est important de rêver, mais il faut être en éveil pour accomplir ses rêves réalisables.

#### **IV. LA CONCEPTION DU PROJET**

Il est nécessaire d'étudier le projet d'une manière détaillée et déterminer dès le départ toutes les ressources nécessaires à son lancement. De nombreuses expériences démontrent qu'un beau projet ne garantit pas le succès, et certains créateurs pourront d'abord réussir brillamment, avant d'échouer lamentablement.

Les dimensions juridique, sociale et fiscale influencent la création d'entreprise, et permettent de choisir la structure juridique appropriée. Par exemple au Liban, changer le statut d'une société est une aventure longue, pénible et coûteuse... La protection du nom commercial, des marques, des inventions, des dessins et des modèles doit être souvent envisagée, et il faut prévoir un budget considérable pour l'enregistrement des brevets.

D'ailleurs, il est indispensable de programmer et de gérer le développement de son entreprise, car de nombreuses sociétés n'ont jamais pu décoller, parce que leurs dirigeants n'avaient pas su bien gérer leur développement. La stratégie managériale, c'est en priorité apprendre à gérer le développement de son entreprise sur le plan humain, financier, et organisationnel.

#### **V. LES FACTEURS DE SUCCÈS**

Stephens and Partridge (2011) ont identifié le rôle positif de l'entrepreneuriat dans la croissance économique avec une augmentation de ce rôle en présence d'une forte proportion « d'entrepreneurs opportunistes » qui sont des individus très créatifs et innovants, capables d'identifier et d'exploiter une opportunité,

à l'opposé des « entrepreneurs de nécessité » qui sont des individus contraints de créer une petite entreprise en l'absence d'une offre d'emploi salarié dans une entreprise établie (Acs, 2006).

Dans les théories Schumpetériennes les compétences entrepreneuriales sont essentielles dans la transformation des économies et par conséquent, l'augmentation du nombre d'entrepreneurs mène vers la croissance économique (Schumpeter, 1934). Ces théories ont permis de différencier entre le « self-employment » résultant de l'absence d'autres alternatives d'emploi salarié et le « self-employment » de type “Schumpetérien” permettant à des entrepreneurs innovateurs d'exploiter des opportunités latentes sur le marché.

D'autres auteurs considèrent que l'innovation des entrepreneurs est ancrée dans le réseautage ; Schott and Sedaghat (2014) distinguent entre le réseautage dans la sphère publique et le réseautage dans la sphère privée. Ils considèrent que l'innovation bénéficie du réseautage dans la sphère publique mais souffre du réseautage dans la sphère privée. Ces hypothèses ont été vérifiées sur un échantillon comportant 56,611 entrepreneurs issus de 61 pays contactés par le « Global Entrepreneurship Monitor » (GEM). La modélisation hiérarchique linéaire montre que le réseautage est globalement bénéfique pour l'innovation, cependant l'innovation est réduite par le réseautage dans la sphère privée et favorisée par le réseautage dans la sphère publique, notamment l'éducation et le climat des affaires.

Selon le rapport du GEM de 2016 comportant les données relatives à 62 pays, le Liban se situe dans la 3e position sur les 62 pays étudiés du point de vue normes culturelles et sociales ainsi que la peur des entrepreneurs de l'échec, la 6e position du point de vue préparation à l'entrepreneuriat au niveau de l'école/université, la 10e position du point de vue accès des entrepreneurs au financement, la 18e position du point de vue préparation à l'entrepreneuriat post universitaire. Par contre les faiblesses résident dans les politiques gouvernementales d'appui aux entrepreneurs où le Liban occupe la 53e position et les infrastructures physiques où le Liban occupe la 61e position.

Pour l'entrepreneuriat « de nécessité », le Liban occupe la 24e position et pour l'entrepreneuriat d'opportunité, il occupe la 34e position, ce qui démontre que la nécessité attire davantage l'entrepreneur au Liban avec les ambitions limitées qui peuvent guetter ce type d'entrepreneuriat.

## **CONCLUSION**

Pour réussir, la prudence et l'audace vont de pair. Les recommandations aux jeunes entrepreneurs sont les suivants : Travaillez énormément, mais gardez l'esprit libre. Veillez à tout, mais laissez à chacun sa responsabilité. Soyez économe, mais sachez aussi dépenser. Ayez de l'intelligence, mais que le voisin n'en soit pas écrasé. Soyez fort, mais ne faites peur à personne. Soyez droit et confiant, mais réalisez que le voisin ne l'est pas toujours. Si vous vous sentez capable de tout cela, essayez. Sinon essayez quand même, et si vous réussissez, tout le reste vous sera donné par surcroît.

## BIBLIOGRAPHIE

- Acs, Zoltan J. 2006. "How is Entrepreneurship Good for Economic Growth?" *Innovations*, 11, 97-107.
- Audretsch, D.B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, USA: MIT Press Books.
- Carroll, G.R. & Mosakowski, E. (1987). The Career Dynamics of Self-Employment. *Administrative Science Quarterly*, 32: 570-589.
- Roberts, E.B. (1991). *Entrepreneur in high technology: Lessons from MIT and beyond*. New York, USA: Oxford University Press.
- Schott, T., & Sedaghat, M. (2014). Innovation embedded in entrepreneurs' networks and national educational systems. *Small Business Economics*, Springer 43, 463-476
- Stephens, Heather M., and Mark D. Partridge. 2011. "Do Entrepreneurs Enhance Economic Growth in Lagging Regions?" *Growth and Change*, 42, 431-465.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Massachusetts, USA: Harvard University Press
- Winter, S.G. (1984). Schumpeterian Competition in Alternative Technological Regimes. *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 5: 287-320.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <http://www.gemconsortium.org/report/49480>

