



Université Hassan II -Ain Chock  
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales

## **Master : Finance**

*Thème de PME et entrepreneuriat : \_\_\_\_\_*

***De la recherche d'idée de projet,  
à la création de projet***

Année : 2006- 2007

# *Plan Général*

## **INTRODUCTION :**

### **PHASE I : LA NAISSANCE OU CHOIX DE L'IDÉE**

#### **Section 1 : Recherche de l'idée :**

- 1) Son milieu de travail
- 2) L'Observation
- 3) La vie économique
- 4) les salons professionnels
- 5) l'idée d'autres personnes

#### **Section 2 : Les différents types d'idées:**

- 1) Racheter une entreprise existante
- 2) Reprendre une entreprise familiale
- 3) Rejoindre un réseau de "Franchisés"
- 4) Créer une nouvelle entreprise
- 5) Création et Innovation

### **PHASE 2 : VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION DE PROJET**

#### **Section 1 : Pré faisabilité de l'idée :**

- 1) Définissez votre IDÉE avec le plus de PRÉCISION possible
- 2) Recherchez DES INFORMATIONS
- 3) Recueillez avis et conseils de spécialistes
- 4) Analysez les contraintes liées à votre projet
- 5) Dégagez les grandes lignes du projet

#### **Section 2 : Adaptation de l'idée projet au promoteur :**

- 1) Etes-vous Prêt à entreprendre ?
- 2) LE prix à payer pour CRÉER

## **CONCLUSION :**

## **BIBLIOGRAPHIE :**

# *Introduction :*

La créativité est un processus [mental](#) impliquant la [génération](#) de nouvelles [idées](#) ou [concepts](#), ou de nouvelles [associations](#) entre des idées et des concepts préexistants .

Pour le psychologue américain contemporain [Robert Sternberg](#), la créativité et [leadership](#) sont intimement liés. D'une part, la créativité est une forme de leadership et, d'autre part, une des trois composantes du leadership est la créativité.

Seulement, si le lancement d'une entreprise est une aventure passionnante, c'est aussi une aventure risquée. En se référant par exemple au taux moyen d'échec <sup>1</sup>des entreprises qui se créent on trouve :

- ◆ 20% dès la première année,
- ◆ 30% pour la période des trois premières années,
- ◆ 40 à 50% pour les cinq premières années.

Cinq ans après la création, une entreprise sur deux a survécu. Au-delà, les chances de réussites augmentent très sensiblement...

L'expérience montre qu'un bon projet ne garantit pas le succès et certains pourront d'abord réussir brillamment...avant d'échouer lamentablement. Et en s'appuyant sur le concept apporté par Schumpeter<sup>2</sup> qui montre qu'un projet a besoin au delà d'un créateur hors pair, une étude approfondie et le passage par un certain nombre d'étapes indispensables avant même de commencer c'est ce qu'on appelle « études de préféabilité ».

Parce que, si les compétences et les savoir-faire spécifiques à la création ou à la reprise d'activité apparaissent essentiels à celui qui est au coeur de l'action, il est d'autres domaines de connaissance et de compétence tout aussi déterminants. Ils concernent les phases de préparation de la décision et du passage à l'acte. Le chemin qu'il convient de parcourir avant d'entreprendre est vraisemblablement aussi important que l'acte lui-même.

Ainsi, à travers notre sujet on va essayer d'approcher d'un côté l'idée, comme étant le commencement de tout projet, sa naissance et ses différents types. Avant de passer aux études de préféabilité nécessaires au futur créateur, et enfin à son adaptabilité à l'idée de projet.

---

<sup>1</sup> Robert Papin : stratégie pour la création d'entreprises Dunod, 2007

<sup>2</sup> Dans La Théorie de l'évolution économique, Schumpeter assimile l'entrepreneur à celui effectuant une synthèse entre le déploiement de l'activité de la conception et la création. Concernant la conception, l'entrepreneur n'est en effet pas celui qui est l'inventeur mais celui qui canalise les inventions, les fait produire et les diffusent en s'opposant la plupart du temps aux habitudes du marché. « Il n'est pas suffisant de produire un savon, écrivait-il, encore faut-il entraîner le peuple à se laver », pour résumer sa pensée en 1939 dans Business Cycles 8.

# PHASE I : LA NAISSANCE OU CHOIX DE L'IDÉE

## Section 1 : Recherche de l'idée :

À la base de chaque création d'entreprise, il y a une idée. Celle-ci apparaît souvent comme une intuition ou un désir qui mûrit et prend forme avec le temps, elle peut provenir soit par observation de :<sup>3</sup>

### 1) Son milieu de travail

Vous avez peut-être perçu dans votre travail une amélioration possible des produits fabriqués par votre entreprise, des méthodes de production ou de commercialisation. C'est pour appliquer ces idées que vous pourriez saisir une opportunité de création d'entreprise.

### 2) L'Observation

Beaucoup de bonnes idées sont nées d'une observation de la vie quotidienne ou professionnelle. Le simple fait de penser que la tâche pourrait être accomplie autrement peut suffire à ouvrir la voie de la créativité.

### 3) La vie économique

La lecture de la presse spécialisée, économique ou professionnelle, les voyages à l'étranger sont autant d'occasions de déceler de nouveaux produits, d'observer de nouvelles pratiques. Pourriez-vous les commercialiser ou les appliquer dans votre environnement local, régional, ou même au niveau national ?

### 4) les salons professionnels

Les visites de salons, les rencontres dans les associations professionnelles sont d'autant d'occasions de réunir des informations. La surveillance des nouvelles tendances, des marchés permet d'anticiper sur l'évolution de la demande.

### 5) l'idée d'autres personnes

Vous pouvez également :

- ♦ consulter les bulletins d'opportunités,
- ♦ envisager d'exploiter une franchise,
- ♦ acheter un brevet ou une licence de fabrication ou de distribution.

Méfiez-vous cependant des idées merveilleuses qui ne rapportent quelquefois qu'à ceux qui les ont conçues pour les vendre aux autres !

Dans tous les cas, que vous exploitiez votre propre idée ou que vous valorisiez celle des autres, que vous vous lanciez sur un marché connu et porteur ou dans un secteur nouveau, il faudra vérifier cette idée, vous assurer de sa réelle valeur économique et la transformer ainsi en projet. C'est de cette étape décisive que dépendra la réussite de votre création d'entreprise.

## Section 2 : Les différents types d'idées:

Pour devenir "Entrepreneur", vous pouvez<sup>4</sup>:

### 1) Créer une nouvelle entreprise

Vous pouvez aussi envisager de créer une "**nouvelle**" entreprise !

---

<sup>3</sup> « Guide pratique du créateur » APCE : agence pour la création de l'entreprise ,2006

<sup>4</sup> Pourquoi et comment créer votre entreprise CGEM : Confédération Générale des Entreprises du Maroc

*Quelques idées de création de "nouvelles" entreprises à explorer...*

♦ **Transformer votre métier en entreprise :**

Vous quittez votre employeur et vous vous installez pour exercer une activité similaire. Ceci est fréquent dans les entreprises de service (cabinet conseil, service informatique...).

Mais attention à ne pas enfreindre les lois de la concurrence ! Créer son entreprise en débauchant vos collègues ou en démarchant "activement" les clients de votre ancien employeur vous conduirait tout droit devant les tribunaux...

♦ **Essaimer :**

De grandes entreprises souhaitent "externaliser" des fonctions qu'ils assurent en interne pour alléger leurs charges sans réduire leur activité, ou pour se focaliser sur leur "cœur de métier".

Elles vous aideront à créer votre entreprise pour assurer cette fonction et elles seront votre premier client (mais elles exigeront de votre entreprise une "qualité de service" au moins égale à celle dont elles disposaient en interne).

♦ **Trouver un partenaire :**

Vous pouvez vous associer avec un autre créateur potentiel dont les compétences sont complémentaires des vôtres (Par exemple associer un technicien avec un commercial).

Cela renforce les capacités financières et humaines de l'entreprise, brise l'isolement du créateur mais attention aux difficultés de la vie à deux...

♦ **Importer une idée :**

Une idée marche à l'étranger. Vous pouvez vous en inspirer mais vous devez comprendre pourquoi ça marche là bas et si les mêmes

Conditions sont réunies ici, en particulier sur le plan culturel ou style et niveau de vie.

♦ **Changer le process :**

Toute activité économique repose sur un "process" : c'est-à-dire un enchaînement de phases d'activité. Si vous trouvez un moyen de raccourcir ou de changer ce process, vous créez une "rupture" qui vous permet d'offrir un nouveau service, de livrer plus rapidement, de diminuer vos coûts...

## **2) Racheter une entreprise existante**

Des entreprises existantes en activité, en faillite ou en redressement judiciaire, sont reprendre, mais la plus grande prudence est à conseiller. Néanmoins, reprendre une entreprise permet de s'appuyer sur une notoriété, une clientèle existante, un réseau partenaires, des locaux aménagés, des produits, du matériel, des stocks.

Ce choix présente aussi des contraintes, essentiellement dans la gestion de l'existant et de la "culture" de l'entreprise.

*Pour trouver une entreprise à reprendre :* adressez vous aux Chambres de Commerce, aux Tribunaux de Commerce, à des notaires, à des agences immobilières spécialisées dans les cessions de fonds de commerce, à des experts-comptables et à des banquiers qui sont souvent les premiers avertis des projets de cession.

## **3) Reprendre une entreprise familiale**

Ce sont les mêmes conseils que pour la reprise d'une entreprise existante, avec généralement plus de garantie de confiance de côté du "cédant", mais aussi plus de difficultés du côté du personnel familial "incrusted" dans l'entreprise et qui risque d'entraver les changements que vous souhaiteriez mettre en oeuvre.

## **4) Rejoindre un réseau de "Franchisés"**

En contrepartie d'une rémunération, une entreprise (le "franchiseur") met à la disposition d'autres entreprises (les "franchisés") sa marque et / ou son enseigne, ses produits, son savoir-faire et une assistance technique. Le franchiseur se doit de définir dans des "manuels" tout le savoir-faire à mettre en œuvre et d'assurer à ses franchisés la formation correspondante, d'animer le réseau, de renforcer la notoriété de l'enseigne.

On distingue les franchises :

- ♦ *de service* : le franchisé offre un service en se conformant aux directives du franchiseur.
- ♦ *de production* : le franchisé fabrique, lui-même, selon les indications du franchiseur, des produits.
- ♦ *de distribution* : le franchisé vend des produits dans un magasin à l'enseigne du franchiseur.

Le taux de réussite des créations en franchise est plus élevé que pour les créations de "nouvelles" entreprises, car il s'agit de dupliquer un concept éprouvé, mais il dépend fortement de la qualité de l'accompagnement que vous fournira le franchiseur. Par ailleurs, tous les types de franchises ne sont pas adaptés au contexte local.

**Autres formes d'entreprises "en réseau" :**

- ♦ *La concession*

Lie un fabricant à des distributeurs indépendants, lesquels s'engagent à revendre ses produits dans des magasins arborant son enseigne (souvent en échange d'une exclusivité territoriale).

- ♦ *La licence de marque*

Le propriétaire d'une marque ou d'une enseigne loue celle-ci à des entrepreneurs indépendants. Des engagements, en matière d'approvisionnement ou de savoir-faire, peuvent être prévus, ou non, dans le contrat.

- ♦ *La commission affiliation*

Une chaîne de distribution, le plus souvent fabricant, gère lui-même les stocks confiés à son affilié qui ne supporte pas le poids de l'investissement du stock et les conséquences éventuelles des invendus. Système né dans le domaine de la mode afin de contrer la concurrence des succursalistes en optimisant la rotation des stocks des produits "qui marchent".

## **5) Création et Innovation**

Le monde dans lequel nous vivons, et plus encore le monde de demain, sont des mondes d'innovations.

Si votre entreprise n'est pas innovante, elle subira de plein fouet ses concurrents qui eux ont compris que pour survivre et se développer il faut innover.

Toutes les statistiques macro-économiques démontrent qu'il y a corrélation entre le degré d'innovation d'un pays et le niveau de son Produit Intérieur Brut, ce même Produit Intérieur Brut qui est la traduction de la "valeur" créée par ses entreprises et donc le fondement même du niveau de vie de ses habitants si la redistribution de cette richesse est équitable.

**L'innovation est donc au cœur de la problématique des entreprises modernes !**

Qui dit innovation dit risques : risques car ce que vous croyez être innovant peut ne pas rencontrer un marché solvable, risque lié aux délais et aux coûts inhérents au long chemin qui sépare une idée d'un produit mis sur le marché...

**Mais en contrepartie, plus fort sera le degré d'innovation, plus fort sera le gain pour celui qui aura su conquérir le marché.**

→ Les voies de l'innovation sont multiples, vous pouvez :

♦ **Mettre sur le marché une "Innovation Technologique" issue de laboratoire**

Dans nos Universités, nos Centres de Recherche, nos Ecoles d'Ingénieurs... et pourquoi pas dans votre garage... vous avez pu mettre au point une "invention".

La tentation est grande alors de créer une entreprise basée sur cette invention.

Vous devez comprendre que le chemin qui part du prototype pour aboutir à un produit que vous paierez votre premier client est long, semé de problèmes multiples que vous devrez surmonter et que beaucoup de ces problèmes sont très éloignés de votre formation initiale et même de vos affinités.

Conscient des enjeux mais aussi des problèmes de la création sur la base d'innovations technologiques ou scientifiques, diverses "structures d'incubation" sont en train de se mettre en place dans des Universités et Ecoles d'Ingénieurs.

Des fonds spéciaux de "Capital-risque" viennent appuyer ces porteurs d'innovation en leur apportant les compléments de financement nécessaires.

♦ **Acheter puis exploiter un brevet d'invention**

Acheter un brevet ou une licence relève de la même problématique, les coûts d'achat en plus.

♦ **Mais il y a de multiples autres voies d'innovation :**

Innovation dans un nouveau mode de commercialisation, innovation dans la satisfaction de besoins émergents liés à l'évolution de nouveaux modes de vie...

**Connaître et comprendre le monde dans lequel vivent vos futurs clients.**

Quelle que soit la voie que vous voudrez emprunter pour créer trouver votre idée d'entreprise, vous devez comprendre le monde dans lequel nous vivons et dans lequel vivent vos futurs clients.

**En vous apportant ou non leur argent, ils "votent" chaque jour pour ou contre la survie de votre entreprise.**

**Exemple d'entreprise issu de l'innovation :**

La start-up est une entreprise créée dans le but de fournir des services dans le domaine d'Internet, à fort potentiel de développement dont la phase de croissance rapide nécessite souvent le recours à des apports extérieurs de capitaux.

« La start-up ressemble à une fusée. Elle consomme beaucoup de carburant (argent) en très peu de temps pour se placer sur orbite (capacité à être bénéficiaire). Il lui faut trouver le carburant nécessaire pour se détacher de la gravité (zone de perte). Une fois dans l'espace, elle avance grâce à sa lancée (autofinancement). »<sup>5</sup>

♦ **Les créateurs de la start-up**

On distingue trois groupes de créateurs dont le choix de création d'une start-up dépend de deux facteurs, le risque encouru et la récompense :

- Le cadre expérimenté
- Le chercheur
- Le jeune

♦ **L'idée**

---

<sup>5</sup> Maldoror davier ; Réussir sa START up : Dunod 2001

La rentabilité pour une start-up c'est d'offrir aux utilisateurs une technologie meilleure que celle qu'ils connaissent.

### Start-ups entrées dans la légende <sup>6</sup>:

- [Microsoft](#) (créé par [Bill Gates](#) et [Paul Allen](#) en [1975](#))
- [eBay](#) (créé par [Pierre Omidyar](#) en [1995](#) [chiffre d'affaires 2004](#) : 3 milliards de dollars, 200 millions de membres inscrits)
- [Google](#) (fondée par [Larry Page](#) et [Sergey Brin](#) en [1998](#), estimée à 140 milliards à la Bourse de Wall Street en [2006](#))
- [Yahoo!](#) (créé par [David Filo](#) et [Jerry Yang](#) à l'[université de Stanford](#) en [1994](#))
- [Meetic](#) (créé par [Marc Simoncini](#) en [2001](#))
- [Apple](#) (fondée par [Steve Jobs](#) et [Steve Wozniak](#) en [1976](#))
- [Intel](#) (créé par [Andrew S. Grove](#), [Gordon E. Moore](#), [Robert W. Noyce](#) en [1968](#))
- [Hewlett Packard](#) (fondée par [William Hewlett](#) et [David Packard](#) en [1939](#))

Ainsi à travers cet exemple particulier d'entreprises, à vocation technologique on aura une idée sur le devenir des entreprises qui se baseront de plus en plus sur l'innovation comme essence de leur développement.

Néanmoins, on peut dire que le Maroc est resté à la traîne par rapport à ce type d'entreprise qu'il devrait cerner en particulier vu leur apport économique et technologique pour le pays.

## PHASE 2 : VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION DE PROJET

---

<sup>6</sup> [www.Wikipedia.com](http://www.Wikipedia.com)

## **Section 1 : Pré faisabilité de l'idée :**

Où il y a un caillou, il y aura une montagne. Ce caillou qui fait une montagne, c'est l'idée qui soudain paraît au milieu d'une conversation, brillante ou encore à polir, et qui avec l'enthousiasme entraîne d'autres idées dans un sillage qui mène au projet. Du caillou à la montagne, de l'idée au projet, le chemin n'est ni démesuré ni impraticable ; il est du moins jalonné d'étapes.

### **1 ) Définissez votre IDÉE avec le plus de PRÉCISION possible**

Cette première esquisse de votre projet <sup>7</sup>est provisoire. Elle évoluera en fonction des différentes informations et des conseils que vous recueillerez tout au long de votre préparation.

➤ Définissez très précisément vos produits ou vos services, tels que vous les imaginez a priori :

- ♦ Quels sont les produits ou services principaux que vous voulez vendre ?
- ♦ A quels besoins vont-ils répondre ?
- ♦ Quels sont les produits ou services complémentaires que vous pourriez proposer ?
- ♦ Comment se différencient-ils de la concurrence ?
- ♦ Quels sont « les plus » que vous apporterez ?

➤ Inventoriez les clients potentiels que vous visez de prime abord :

- ♦ Comment les avez-vous identifiés ?
- ♦ Qu'est-ce qui justifie de retenir ces cibles-là ?
- ♦ Où sont-ils localisés ?
- ♦ Avez-vous déjà testé votre idée auprès de certains d'entre eux ?

### **2 ) Recherchez des informations**

- ♦ sur ce que vous voulez vendre : produits ou services,
- ♦ sur vos clients potentiels,
- ♦ sur votre marché,
- ♦ sur les matériels et produits que vous devrez utiliser ainsi que sur vos fournisseurs éventuels.

### **3 ) recueillez avis et conseils de spécialistes**

Où que vous soyez, des structures professionnelles d'aide à la création d'entreprise sont présentes pour vous accueillir et vous orienter.

Les conseillers que vous rencontrerez sont "extérieurs au projet" et plus objectifs que vous. Tenez compte de leur avis.

### **4 ) Analysez les contraintes liées à votre projet**

Recensez les différentes contraintes engendrées par votre projet de création d'entreprise. Leur analyse vous permettra de rechercher, dès à présent, les moyens de les surmonter.

➤ **CONTRAINTES PROPRES AU PRODUIT OU À LA PRESTATION**

La nature du produit ou de la prestation, ses caractéristiques, son processus de fabrication ou de mise sur le marché, etc.....entraînent des contraintes à ne pas négliger.

#### **EXEMPLE**

<b>Vous envisagez :</b>	<b>N'oubliez pas de tenir compte :</b>
- de fabriquer un produit de luxe	- du coût de création d'une marque,

<sup>7</sup> « Guide pratique du créateur » APCE : agence pour la création de l'entreprise ,2006

- d'axer votre activité autour d'un produit dangereux ou à forte nuisance	- du coût d'un « packaging » adapté, - des modalités de distribution (réseau sélectif).  - des réactions spontanément hostiles du voisinage, des mouvements de protection de la nature ou de consommateurs pouvant paralyser le projet.
---	--

➤ **CONTRAINTES DE MOYENS**

Les processus de fabrication, de commercialisation, de communication, de gestion, de service après vente, etc... peuvent entraîner des contraintes importantes.

**EXEMPLE**

<b>Votre activité se caractérise par :</b>	<b>Vous devrez prévoir :</b>
- des difficultés d'approvisionnement  - des difficultés de recrutement de personnel compétent (du fait du degré d'expertise exigé ou du lieu d'implantation de l'entreprise par exemple) - l'obligation de consentir des délais de paiement importants	- la nécessité de constituer des stocks importants  - le temps et le coût à consacrer à la mise en place de vos équipes  - une trésorerie substantielle

➤ **CONTRAINTES DE MARCHÉ**

Un marché peut être nouveau, en décollage, en pleine maturité, en déclin, saturé, fermé, peu solvable, très éclaté, etc.

**EXEMPLE**

<b>Votre marché est :</b>	<b>N'oubliez pas :</b>
- à créer  - très encombré  - dominé par des grands groupes	- de prévoir des frais de communication et de prospection importants,  - de prévoir les moyens qui vous permettront de vous démarquer de vos concurrents, les « petits plus » que vous apporterez à votre clientèle ?  - de réfléchir aux moyens à envisager pour vous confronter avec eux.

**5) 5/ Dégagez les grandes lignes du projet**

A ce stade, récapitulez par écrit les premiers éléments qui constitueront votre projet et commencez à réfléchir aux points suivants, même s'ils sont susceptibles d'être modifiés au cours de la phase 2 :

- ♦ de quels moyens aurez-vous besoin pour mettre en œuvre votre projet (matériel, locaux, moyens humains...) ?
- ♦ quels seront vos besoins financiers ?
- ♦ quel type d'entreprise souhaitez-vous créer : entreprise individuelle, société, association ?
- ♦ quelle stratégie commerciale devrez-vous mettre en place ?

L'étape qui suit doit permettre de définir avec réalisme la capacité du créateur à entreprendre, à son degré d'adaptation avec l'idée projet. Il ne s'agit pas là d'une simple étape. Il est important de déterminer au préalable si le futur chef d'entreprise est la bonne personne pour mettre sur pied le projet de création d'entreprise :

## **Section 2 : Adaptation de l'idée projet au promoteur :**

### **1) Etes-vous Prêt à entreprendre ?**

Sun Tzu, l'un des grands stratèges de la Chine antique, a écrit : « Connais l'adversaire et surtout connais-toi toi-même et tu seras invincible ».<sup>8</sup> Malheureusement, bien peu de créateurs font sur eux-mêmes un effort de réflexion suffisant avant de créer leur affaire. Or, un tel effort joue un rôle considérable dans la réussite future.

Il n'existe pas de profil psychologique et comportemental type du créateur. Bien des dirigeants ont connu la réussite malgré des défaillances sérieuses dans certains domaines. Néanmoins, le grand créateur possède presque toujours les 4 qualités suivantes :

- ✓ Il est animé d'une volonté farouche de se dépasser et d'aller toujours plus loin, « *il en veut* » ;
- ✓ Il sait faire face aux difficultés et ne s'avoue jamais vaincu ;
- ✓ Il est capable de changer de cap à temps si son idée s'avère non rentable et de « *retomber sur ses pieds* » ;

Enfin, et surtout, il a fait l'effort de bien se connaître

Donc une création est avant tout l'affaire d'un individu qui se révélera ou non être « l'homme de la situation » face aux contraintes et aux sollicitations de son projet.

Les composantes de ce projet personnel passent par une approche de ses motivations, de son bilan personnel (personnalité, compétences, expérience, potentiel), et de ses contraintes personnelles.

### **Femme ou Homme ?**

La majorité des créateurs d'entreprises sont des hommes, mais les femmes investissent de plus en plus, avec succès, la création d'entreprise.

Elles bénéficient de certains atouts dus à leurs qualités naturelles : dotées d'une bonne intuition, parfois plus réalistes que les créateurs, les créatrices sont souvent douées d'une énergie considérable qui leur permet de surmonter bien des obstacles.

Elles sont plus conscientes que les hommes de leurs lacunes et plus attachées, par conséquent, à les combler.

Confrontées dans leur vie quotidienne aux aspects pratiques des choses, elles ont tendance, dans leur rôle d'entrepreneur à être plus concrètes, plus réalistes.

---

<sup>8</sup> L'Art de la guerre de Sun Tzu (Ve siècle avant J.-C.) est le premier traité de stratégie connu au monde. Stratège militaire du début de l'époque des Royaumes combattants (475-221 av. J.-C.), l'auteur favorise la stratégie indirecte. Classique du genre, sa compréhension dépasse le domaine militaire et peut être étendue à la plupart des domaines de l'activité humaine.

Et lorsque les choses tournent mal, il semble qu'elles s'en tirent mieux que les hommes, car elles savent mieux résoudre les situations de crise.

## 2 ) Le prix à payer pour créer

En réalité, le prix à payer pour créer une entreprise est très élevé tant en effort, en temps, en argent qu'en confiance en soi et en prestige<sup>9</sup>.

Il faut bannir du langage l'expression qui dit : « *Je n'ai rien à perdre, donc j'y vais* ».

Un futur créateur d'entreprise doit prendre en compte plusieurs contraintes personnelles :

♦ *Le créateur et la solitude :*

Le créateur se sentira très seul lorsqu'il faudra prendre des décisions qui conditionneront la survie de son affaire et parfois même la sécurité matérielle de ses proches. Cette solitude risque de s'accroître avec le temps, car il prendra l'habitude de décider de tout et de garder pour lui toutes les informations.

♦ *Le créateur et l'insécurité :*

La perte d'un contrat, le refus d'un découvert bancaire, l'arrivée brutal d'un nouveau concurrent, l'accident de santé, autant d'événement qui peuvent du jour au lendemain faire échouer une entreprise et remettre en cause des années d'effort.

♦ *Le créateur et la méfiance :*

Les futurs patrons sont condamnés à la patience et à la modestie car ceux qui les entourent, les fonctionnaires ou les banquiers notamment répliqueront la jeunesse et la fougue par un respect rigoureux d'une réglementation capable de paralyser totalement les plus dynamiques.

♦ *Le sacrifice familial :*

Le créateur ne travaille pas 12 heures par jour mais 24 heures sur 24. Il vit avec son entreprise, s'endort avec elle, rêve d'elle, se lève en pleine nuit pour noter ses idées, ne prend pas de temps pour profiter de son argent (quand il commence enfin à en gagner).

♦ *Le sacrifice financier :*

Le créateur qui décide de s'attribuer d'emblée un salaire de PDG et de rémunérer son épouse ou son époux pour les travaux de dactylographie ou de comptabilité réalisés dans l'entreprise, qui refuse de prendre lui-même des risques qu'il demande aux autres de prendre, qui cherche à maîtriser son avenir sans remettre en cause sa situation matérielle, celui-là fera probablement partie des 50% de créateurs qui n'atteindront jamais le cap de la cinquième année.

Quand on connaît le prix à payer pour créer on a donc beaucoup plus de chance de trouver le temps et l'énergie nécessaires se focaliser sur les facteurs clés de succès et d'agir ensuite sur chacun d'eux, en vue de réussite la création d'entreprise.

## *Conclusion :*

---

<sup>9</sup> Robert Papin : stratégie pour la création d'entreprises Dunod, 2007

L'une des préoccupations majeures de la politique gouvernementale est d'insuffler une nouvelle dynamique à la croissance économique du Royaume, notamment à travers l'encouragement et la promotion de la création de nouvelles entreprises. Celle-ci constitue un moyen efficace pour développer l'investissement, entraînant la densification et le rajeunissement du tissu productif et la création d'activités nouvelles générant la création d'emplois.

Une question-clé à cet égard est de savoir comment soutenir l'entrepreneuriat et encourager la création de nouvelles entreprises ?

Dans ces conclusions, il est recommandé d'investir dans le développement d'outils pédagogiques qui développent l'esprit d'entreprise, d'offrir aux enseignants des formations à la pédagogie associée à l'esprit d'entreprise, favoriser les rencontres entre les entrepreneurs, les enseignants et les directeurs d'établissements, intégrer davantage de cours sur l'esprit d'entreprise dans les programmes de cours.

On dit que la création d'entreprise est d'abord l'œuvre d'un seul homme<sup>10</sup>, mais cela n'empêche qu'il a fortement besoin de suivi et d'accompagnement afin de mener à bien son projet. Cet accompagnement peut prendre différentes formes que ça soit sous forme de soutien financier, de formation, ou même d'incubation.

### **Et maintenant : Bonne chance sur les chemins de la réussite**

### ***Bibliographie :***

- ◆ Robert Papin : stratégie pour la création d'entreprises Dunod, 2007

---

<sup>10</sup> Najib ibn Abdeljalil : création d'entreprise au Maroc ; Revue marocaine de droit et d'économie de développement

- ◆ Najib ibn Abdeljalil : création d'entreprise au Maroc ; Revue marocaine de droit et d'économie de développement
- ◆ Maldoror davier ; Réussir sa START up : Dunod 2001
- ◆ Pourquoi et comment créer votre entreprise CGEM : Confédération Générale des Entreprises du Maroc
- ◆ Commission Compétitivité de l'Entreprise
- ◆ « Guide pratique du créateur » APCE : agence pour la création de l'entreprise ,2006

### *Webographie*

[www.advancia.fr/uploads/\\_advancia/publications/M.\\_Bonnafous-Boucher\\_Art.Creation\\_creativite\\_action\\_libre.pdf](http://www.advancia.fr/uploads/_advancia/publications/M._Bonnafous-Boucher_Art.Creation_creativite_action_libre.pdf)

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)