

## DÉPASSER LE STADE DES PRÉJUGÉS

Les *a priori* et le manque d'information sont souvent responsables de la faiblesse de l'accompagnement au démarrage.

Pour les réseaux d'accompagnement généralistes, ce candidat à la création n'est pas toujours crédible :

- son projet n'est pas formulé en des termes qui parlent à ses interlocuteurs : idée surprenante, voire farfelue, objectif peu crédible, contraintes mal évaluées, projet d'activité marginal...
- son profil peut sembler trop éloigné de ce que l'on attend du créateur type : trop passionné, trop rêveur, trop décalé... pas assez rassurant, pas assez assuré...
- et son rapport au profit, à la notion de réussite et à l'entreprise n'est pas toujours conforme aux critères attendus sur un projet de création.

Les réseaux spécifiques aux champs sportifs et culturels côtoient ce public depuis longtemps, mais ils n'ont pas toutes les compétences requises pour accompagner un projet de création.

Quant au candidat, il a du mal à contacter en première instance une CCI, une boutique de gestion, ou toute autre structure d'accompagnement dédiée à la création d'entreprises. Il les considère souvent comme trop éloignées de son univers et de sa vision de l'entreprise... Il en ignore même parfois l'existence !

## Le + de cette étape

Négliger cette première étape revient à affaiblir ses chances de réussite.

Accompagner le candidat dans la formalisation de son idée de création, c'est le préparer à rencontrer des réseaux spécialisés et sécuriser ainsi la suite de son parcours : une étape indispensable pour lui permettre de clarifier son projet et valider sa capacité à s'engager !

**C**e candidat à la création se distingue généralement par une pratique sportive ou culturelle intense qui motive son projet de création, des bases faibles, voire inexistantes, en gestion et en marketing qui ne le freinent pas dans ses ambitions, et une représentation erronée de l'entreprise qui l'engage prématurément sur le choix d'un statut.

Ces caractéristiques l'éloignent souvent de la démarche de création et des réseaux qui peuvent l'accompagner ●●●●●

## LE CANDIDAT ET SON IDÉE DE CRÉATION

### Conseils et Recommandations

#### **p**assions et motivations

Ce candidat à la création parle avec conviction de sa passion et du sens de son engagement, mais il aborde plus rarement à ce stade l'économie de son projet.

Sa motivation est forte, et son énergie souvent débordante est à ce point liée à ses pratiques personnelles qu'il peut en oublier de mentionner sa clientèle ou son public et, parfois même, refuser de considérer la question de la demande.

**Appuyez-vous sur ses motivations et décelez, malgré l'absence de références, à la réussite ou à l'argent, un vrai projet d'entreprise !**

La passion est souvent à l'origine de son envie de s'investir dans un projet de création et demain, peut-être, dans son entreprise.

- l'entreprise est à la mode et ce phénomène touche aussi ces créateurs en devenir ;

- que l'on parle de publics, de clients, de spectateurs ou de stagiaires, il devient rare dans ces secteurs de ne pas parler de demande, d'attentes, voire d'exigences ;

- la généralisation des appels d'offre contribue à familiariser ces créateurs avec le monde de l'entreprise et de la concurrence ;

- enfin, la montée en puissance de l'économie sociale et solidaire lève un certain nombre de réserves, notamment en introduisant un nouveau vocabulaire pour parler de création et d'entreprise, plus conforme aux attentes d'une partie de ce public.

**Prudence dans le choix des mots : parlez de projet et non d'entreprise à ce stade !**

#### **e**ntreprise et représentation

Se projeter dans l'univers de l'entreprise n'est pas toujours facile pour un créateur dans ces secteurs, même si des évolutions sont visibles :

#### **p**luriactivité et complexité

La création dans ces secteurs passe souvent par un projet d'activité secondaire et peut mettre

“

**Prendre des risques sans craindre  
l'échec est la pierre angulaire de l'effort créatif.**

”

Commission européenne - « *L'impact de la culture sur la créativité* » - 2009

## PORTRAIT de TERRITOIRE

### Région Languedoc-Roussillon et département de l'Hérault

Le Languedoc-Roussillon affiche une forte dynamique entrepreneuriale qui le positionne au 4<sup>e</sup> rang national.

Les jeunes entreprises sont cependant fragiles (le taux de pérennisation reste un des plus faibles de France) et elles ont une faible capacité de développement.

Face à ce diagnostic, la Région Languedoc-Roussillon a mis en place un schéma ambitieux d'appui à la création, la reprise ou le développement post-crétion. Le département de l'Hérault a également mis en place des actions d'appui à la création d'entreprises par des contrats d'engagement réciproques avec des associations spécialisées dans l'accompagnement à la création d'entreprises pour les bénéficiaires du RSA.

Aux échelons régional et départemental, des réseaux ont été impulsés (PFCA 34 et Synersud LR), regroupant acteurs associatifs et institutionnels (CRCI, CCI, DIRRECTE, Collectivités, associations, chambres consulaires, etc.).

La filière du sport et des loisirs sportifs de nature est parfaitement intégrée dans ces dispositifs. Profession Sport 34 et LR SET sont les spécialistes reconnus de l'accompagnement à la création d'entreprises. À leur côté, d'autres initiatives d'appui à la professionnalisation, comme Kite LR ou SLN 34, soutiennent la filière.

Ces initiatives, en organisant le dialogue entre professionnels, chambres consulaires et collectivités, positionnent ces champs d'activité dans la filière de l'entrepreneuriat à part entière.

plusieurs années avant de se réaliser. Quand ce candidat ne consacre pas tout son temps à son projet, sa motivation n'est pas en cause.

Il a besoin d'exercer une autre activité pour s'assurer un minimum de revenus et il est rare-

**Préparez-vous à l'accompagner dans son projet de création par étape et sur plusieurs années s'il le faut !**

**a**ccompagnement et souplesse

À ce stade, l'accompagnement doit lui permettre de formaliser

son idée de création, de clarifier les grandes caractéristiques économiques de son projet, puis de mesurer sa capacité à le réaliser.

Entre un projet exclusivement saisonnier et un projet d'activité principale à l'année, la complexité de la démarche n'est pas la même. Mais, dans tous les cas, son aboutissement à court et moyen terme sera lié à la qualité de l'accompagnement qui lui sera proposé.

Ce candidat le néglige et se lance souvent seul. ■

**Il va falloir exclure tout a priori, mettre au second plan votre propre système de référence professionnelle et être à l'écoute !**