

Accompagner la démarche de création dans d'autres secteurs, assure la maîtrise des outils et méthodes qui vont permettre aux créateurs de franchir cette étape. La principale difficulté, c'est la connaissance des marchés et des personnes ressources.

Pour progresser dans l'accompagnement à ce stade, il faut se donner les moyens de convaincre, même les plus réticents ● ● ● ● ●

DES PISTES POUR PROGRESSER

Conseils et Recommandations

pour en finir avec les idées reçues

Décodez et interprétez autrement la capacité du candidat à répondre au nouveau contexte économique et sociétal !

On vit différemment	On veut arbitrer ses achats, être acteur.
On vit de plus en plus vieux.	On ne veut pas se priver, vouloir d'achat, pas pouvoir d'achat.
On vit en mouvement.	Pour tout cela, on veut de l'aide, du service, où on veut, quand on veut.
On vit la révolution technologique.	La prise de conscience écologique est spectaculaire. Tous les secteurs sont touchés.
On est fortement en quête de sens.	Le durable et le solidaire marquent l'entrée dans l'ère de la rareté.
On vit en sachant tout sur tout.	La France est en retard ; par une politique d'innovation offensive, elle peut retrouver là sa luminosité mondiale.
Le bruissement d'une aile de papillon se propage sur la terre entière.	L'ère du bling-bling est potentiellement le signe d'une libération de l'argent tabou en France.
On a peur de manquer.	Derrière l'argent pointent d'autres motivations plus sociétales et participatives.
On veut préserver.	L'entreprise de demain s'inscrira dans du sociétal rentable pour tous.

➔ Source : *Ordre des experts-comptables* :
« Tendances 2008-2012 - L'ère des mutations positives »

“

Tout se passe comme si les individus étaient d'autant plus contraints d'inventer leur propre futur qu'aucun système prévisionnel ne peut aujourd'hui leur dire de quoi demain sera fait.

Boutinet « Territoires 2040 » DATAR - 2010

”

prendre appui sur ses engagements

Le créateur peut s'engager sur un projet de création pour des raisons exclusivement économiques.

Quand sa motivation première n'est pas l'argent, cela ne signifie pas pour autant qu'il va échouer dans son projet d'entreprise et qu'il ne va pas mettre toute son énergie à le développer.

Dans tous les cas, son projet d'entreprise est au cœur de son projet de vie.

Pour lui, le travail est une source d'épanouissement qu'il priorise fortement.

Il n'est pas le seul. L'Institut québécois de recherche Robert-Sauvé en santé et en sécurité au travail a mis en ligne un document sur le sens au travail comme facteur de bien-être psychologique. On y apprend que six caractéristiques donnent du sens au travail : l'utilité sociale, l'autonomie, les occasions d'apprentissage et de

Le sens de son engagement est souvent un moteur et un guide ! développement, la rectitude morale, la qualité des relations et la recon naissance.

☞ Source : *Entreprise et carrières n° 978 du 24 au 30 nov 2009* www.irsst.qc.ca/files/documents/PubIRSST/R-624.pdf

découvrir le poids des valeurs dans l'acte d'achat

Divers travaux d'enquête ont mis en lumière les dimensions extra-économiques de l'acte d'achat.

« L'achat ne se limite plus en effet au besoin. Il répond aussi à une recherche de satisfaction plus large, qui peut passer par la satisfaction morale. Il s'agit alors de mettre du sens dans son acte d'achat (...).

C'est précisément le sens de la consommation engagée, qui consiste à user de son pouvoir économique pour sanctionner positivement ou négativement une entreprise ou un produit à des fins responsables. » **Faites confiance à ce candidat pour rendre compte de ces tendances dans son secteur !**

☞ Source : *CREDOC, Cahier de recherche n° 268, décembre 2009, « Le consommateur va-t-il changer durablement de comportement avec la crise ? »*

réconsidérer les marchés publics

Dans ces secteurs, le terme de « subvention » n'est tabou pour personne.

Le candidat à la création, faute de connaissances pointues en la matière, n'est pourtant pas en mesure de distinguer un marché public d'une délégation de service public ou d'une subvention.

Pour autant, il n'a pas tort de considérer l'acteur public comme un client ; un client dont les exigences ne sont pas tout à fait les mêmes que les autres... Ça tombe bien, ce candidat à la création

Pour mieux appréhender le périmètre de son projet, invitez-le à revoir quelques définitions qui permettront à tous d'y voir plus clair !

exiger une étude de marché solide !

Même s'il est certain que son projet de service ou de produit va révolutionner le marché, seule

une étude de marché solide peut lui permettre d'en mesurer la faisabilité, de dégager une stratégie adaptée... et de trouver les appuis dont il aura besoin dans la phase d'installation.

Les réseaux d'accompagnement à la création d'entreprises, ainsi que les nombreux ouvrages qui s'adressent aux créateurs, livrent des méthodologies types, souvent conçues sur un modèle proche.

Une trame est proposée dans les fiches pratiques de cette étape.

Petits conseils pratiques à prodiguer dans tous les cas :

- y consacrer le temps nécessaire ;
- croiser deux approches complémentaires : la recherche documentaire et les contacts directs ;
- interroger le plus possible d'experts de son secteur d'activité ;
- et... ne pas hésiter à modifier ou retarder son projet en l'adaptant aux résultats de l'étude. ■

Faire preuve à la fois de rigueur et de souplesse est le meilleur moyen d'arriver à ses fins !