

La concrétisation d'une idée d'affaires en entrepreneuriat : De l'émergence de l'idée à sa rencontre avec la réalité socio-économique

Bahija JARDINI, Mostapha AMRI, Hanane JARDINI, Malika EL KYAL

Ecole Supérieure de Technologie d'Agadir

Email : bahija.jardini@gmail.com

Résumé :

Visant à étudier le processus d'émergence et de développement des idées d'affaires en entrepreneuriat, cet article décrit aussi les facteurs clés de succès et les facteurs stratégiques de risque et leurs répercussions sur la confrontation de l'opportunité d'affaires avec la réalité socio-économique. Notre recherche sera argumentée par une étude exploratoire qualitative prenant appui sur des interviews semi-directives auprès d'entrepreneurs de la région, pour comprendre comment ont évolué leurs idées d'affaires vers la concrétisation dans le contexte socio-économique actuel.

La collecte des données et leur analyse ont mis en évidence les facteurs déterminants qui incitent les individus à choisir l'entrepreneuriat et ont fait ressortir que plus la conversion est significative pour l'individu et pour le projet, plus difficile et lente est la décision d'entreprendre car l'incertitude reliée au résultat du processus devient caractéristique parce qu'il dépend de la capacité de l'entrepreneur à modifier le savoir-faire.

I. INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est une voie de plus en plus attractive pour les jeunes qui y voient l'opportunité de créer leur propre emploi tout en accomplissant un travail qui leur plaît. L'entrepreneuriat est en fait considéré comme une option pour permettre aux jeunes de réaliser des projets qui leur apparaissent plus appropriés à leurs envies et plus adaptés au monde actuel.

Mais l'entrepreneuriat est une discipline dont il faut maîtriser les règles et les subtilités afin de parvenir à concrétiser les projets et à les pérenniser [1]. En effet, l'entrepreneur qui est un porteur de projet d'entreprise impliqué financièrement et moralement dans le développement de son projet doit être suffisamment armé pour réussir son projet entrepreneurial, résister aux aléas socio-économiques et s'imposer sur le marché en cherchant à élargir son champ de travail vers d'autres cibles qu'il doit caractériser minutieusement pour une satisfaction maximale

[2]. Il doit donc mobiliser toutes les ressources nécessaires à la transformation de son idée d'affaires en projet viable, rapportant de la valeur ajoutée et apprêté à la pérennisation dans un contexte socio-économique turbulent.

Ce papier est articulé autour de deux axes : un état de l'art sur l'opportunité d'affaires, les clés de succès et les facteurs stratégiques de risque en entrepreneuriat ainsi qu'une étude exploratoire sur les facteurs déterminants qui ont fait émerger l'idée d'affaire et qui ont motivé la décision d'entreprendre pour différents types d'entrepreneurs, les résultats traduisent, en partie, la réalité de l'entrepreneuriat dans la région.

II. L'OPPORTUNITÉ D'AFFAIRES ET LE PROCESSUS DE DEMARRAGE

L'opportunité d'affaires est la situation dans laquelle de nouveaux produits, services, matières premières et procédés peuvent être commercialisés à un prix plus important que leur coût de production [3]. L'opportunité est considérée comme adéquate si le gain réalisé est supérieur au coût d'opportunité de l'entrepreneur [4]. La reconnaissance et exploitation d'opportunités d'affaires est ainsi une caractéristique capitale de l'entrepreneur [3].

Par ailleurs, l'opportunité d'affaires représente un des piliers de la recherche en entrepreneuriat, au point que certains auteurs ont défini l'entrepreneuriat comme un processus de transformation d'opportunités en démarrages d'affaires [1]. Nous mettrons l'accent sur ce qui différencie l'opportunité d'une simple idée d'affaires, la première enrichissant et confirmant l'intérêt de la seconde. Une véritable opportunité

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

d'affaires ne peut se voir, se déceler, et finalement se lever qu'au prix d'une confrontation entre l'idée d'affaires de départ et la réalité socio-économique au sein de laquelle, de surcroît, des ressources doivent être mobilisées pour concrétiser cette opportunité [5]. La notion de congruence est alors indispensable. Le porteur de projet devra tester son idée pour vérifier qu'une opportunité existe bien ou peut se réaliser [2].

Au cours de cette étape, les techniques et les outils du domaine marketing sont d'un précieux secours, pour peu qu'ils soient adaptés au cas de la création d'entreprise. Le marché est en effet l'un des tous premiers sous-ensembles de la réalité socio-économique à laquelle l'idée doit être confrontée. L'entrepreneur devra finalement tenter d'identifier les facteurs apparemment attendus par le contexte au sein duquel il entreprend ; le repérage de ces facteurs, appelés «clés de succès» et «facteurs stratégiques de risque» permettra à l'entrepreneur d'aborder avec davantage d'assurance les étapes suivantes de sa démarche [6].

III. LES CLES DE SUCCES EN ENTREPRENEURIAT

A l'origine du concept de clés de succès, nous trouvons l'idée de bon sens selon laquelle la réussite d'une entreprise dans un domaine d'activité donné nécessite de maîtriser un certain nombre d'éléments. Par exemple, pour une entreprise de livraison de pizzas à domicile, le délai de livraison a toutes les chances d'être une clé de succès. La réussite est également sous contingence de facteurs non maîtrisables mais susceptibles de jouer défavorablement sur la trajectoire espérée par l'entrepreneur. Par exemple, les conditions météorologiques pour une entreprise agricole sont des facteurs stratégiques de risque contre lesquelles il convient de trouver des solutions (mettre sous serre, drainer, etc.).

Ainsi, les deux questions préliminaires appelant une réponse immédiate sont tout d'abord celle de savoir si cette démarche est utile pour un créateur d'entreprise et si oui, à quelle étape du processus

elle est la plus appropriée. Les entrepreneurs et les créateurs d'entreprise ne font pas appel spontanément à des méthodes d'analyse pour repérer leurs clés de succès ; mais cela ne veut pas dire qu'ils ne perçoivent pas de manière intuitive, grâce à leur expérience et leur jugement, les facteurs importants pour la réussite future de leur affaire.

Par ailleurs, les résultats des études de marchés comme celles relatives aux attentes de la clientèle visée par l'initiative entrepreneuriale, ont certainement permis d'identifier des éléments déterminants et des informations à intégrer dans une analyse plus globale ; il est donc sensé de ne procéder au repérage des clés de succès qu'une fois effectuée cette partie du diagnostic.

Le repérage de ces clés constitue l'ultime démarche destinée à rassurer les parties prenantes avant de leur présenter le modèle d'affaires ; les clés du succès sont en réalité un ensemble d'éléments attendus par le contexte, et le « fit » souhaité entre l'idée du créateur, les paramètres socio-économiques qui l'entourent et les ressources mobilisables à sa disposition, ne sera vraiment complet que si ce même créateur peut raisonnablement affirmer qu'il détient un minimum de maîtrise de ces éléments indispensables pour la conduite future de son affaire (un minimum de compétences mobilisables).

IV. LES FACTEURS STRATEGIQUES DE RISQUE EN ENTREPRENEURIAT :

Le créateur d'entreprise n'oubliera pas d'identifier également les facteurs stratégiques de risque. Ces derniers influencent de manière déterminante l'avenir de la future organisation, mais à la différence des clés du succès ne sont pas maîtrisables. Par exemple, les conditions météorologiques sont un facteur stratégique de risque pour une entreprise qui veut investir dans la filière agricole. L'entrepreneur ne peut pas agir sur la météo, mais peut trouver des parades à l'influence éventuellement néfaste de cette dernière, comme drainer ses terrains, mettre les cultures sous serres lorsque c'est possible, etc.

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Nous remarquerons surtout qu'une clé de succès non maîtrisée peut devenir un facteur stratégique de risque avec les conséquences qui en découlent sur la reconnaissance ou non d'une occasion d'affaires par l'entrepreneur. Deux interrogations s'imposent à ce niveau :

- Les clés du succès perçus sont-ils véritablement des clés du succès ?

- Sont-ils entièrement maîtrisables par l'entrepreneur ?

Effectuer ce repérage chez un entrepreneur consiste à relever les facteurs qu'il juge les plus importants pour la réussite de son affaire. Il convient ensuite de s'interroger sur la pertinence des facteurs retenus. Pour certains d'entre eux, cette pertinence semble évidente. Par exemple, l'entrepreneur désirant créer une société de livraison de pizzas à domicile et identifiant le délai de livraison comme une clé du succès ne se trompe pas. Faut-il déployer une étude pour cela ? Certes, on peut tenter d'apprécier quel peut être un délai raisonnable à respecter, mais l'étude se focalisera plutôt sur la mesure d'autres facteurs, dont la maîtrise doterait l'entrepreneur de véritables compétences. Le repérage des clés du succès relèverait plutôt de l'analyse de l'environnement externe (menaces et opportunités dans le modèle SWOT), tandis que celui des compétences se rattacherait à la partie interne du diagnostic (analyse des forces et faiblesses).

Par ailleurs, une compétence se fonde sur une plus grande maîtrise d'une clé du succès que celle obtenue par les concurrents, ou, dans le meilleur des cas, sur la maîtrise d'un facteur de succès important que personne, jusqu'à présent, n'a réussi à obtenir.

V. ETUDE EXPLORATOIRE : QUESTIONS DE RECHERCHE ET METHODOLOGIE

Les méthodes qualitatives étant les mieux adaptées pour comprendre la motivation entrepreneuriale [7], nous avons choisi d'adopter une approche qualitative exploratoire dans le but de comprendre les facteurs déterminants de l'émergence d'une idée d'affaire et son développement vers un projet entrepreneurial.

Notre étude ambitionne à répondre à nos principales questions de recherche :

- Qu'est-ce qui motive un individu à créer une entreprise ?

- Pourquoi certains salariés ou fonctionnaires préfèrent quitter leur emploi et font le choix de créer des entreprises ?

- Comment surgit l'idée du projet, comment elle se transforme en opportunité d'affaires qui sera confrontée à la réalité socio-économique ?

Pour la première question de recherche, plusieurs motivations peuvent être considérées, mais on met souvent l'accent sur les lifestyle entrepreneurs, et dans le cas de l'entrepreneuriat social ou familial, il existe, habituellement, une claire orientation non économique de la motivation. Pour les lifestyle entrepreneurs, la création d'entreprise est considérée comme une manière d'améliorer leur qualité de vie [8].

Pour les entrepreneurs sociaux, c'est la recherche d'une amélioration pour la société, d'un gain social [9]. Le choix de création d'entreprise se montre, aussi, comme une manière de subvenir aux besoins en faisant une activité qui leur apporte de la satisfaction. Pour les chercheurs entrepreneurs, c'est leur désir de transmission ou d'exploitation des connaissances scientifiques. Pour les entrepreneurs sociaux, c'est leur volonté de contribuer à l'amélioration de l'environnement ou de la société.

Finalement, pour les lifestyle entrepreneurs, leur satisfaction est atteinte grâce à une meilleure qualité de vie. La littérature précise aussi que les individus deviennent des entrepreneurs pour des raisons multiples, et que des motifs non-économiques rivalisent fortement avec les motifs économiques [10].

Pour la deuxième question, la littérature a mis l'accent sur l'intensité de l'insatisfaction qui va pousser l'individu à entreprendre [11]. D'après l'auteur, ces salariés ont tendance à croire plus dans la création d'entreprise que dans le système salarial en termes de récompense psychologique et financière. L'intensité de l'insatisfaction au travail peut aussi amener les individus à changer complètement leur domaine d'expertise pour un

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

autre secteur d'activité selon une étude sur la satisfaction au travail [12].

Nombreux sont les auteurs qui ont mis l'accent sur la motivation économique, d'autres ont démontré que le besoin d'accomplissement, le désir d'autonomie, sont considérées comme les facteurs les plus dominants dans les recherches sur la motivation entrepreneuriale [13].

Pour répondre à nos questions de recherche, nous avons interviewé quinze entrepreneurs de catégories et de profils différents avec des activités distinctes, le tableau suivant décrit les entrepreneurs contactés.

Cas étudiés

Formations	Types d'activités
3 Ingénieurs (différentes spécialités)	Bureaux d'études Cabinet de conseil
2 Techniciens (formation technique)	Société d'export des produits agricoles
2 Techniciens (formation en comptabilité et en commerce)	Agence de voyage
1 Licencié (Faculté des Lettres)	Agence de voyage
1 Diplômé en Tourisme et Hôtellerie	Unité touristique
1 Master (Faculté de Sciences)	Projet Informatique
3 Bacheliers et autres niveaux	Super marché Salle de sports Cybers
2 Retraités (France et Maroc)	Super marché Salle de sport

VI. DISCUSSION ET ANALYSE DES RESULTATS

L'analyse du contenu des interviews nous a permis de mettre le point sur la réalité de l'esprit d'entrepreneuriat dans notre région [2], de comparer les raisons de choix d'un secteur et finalement de distinguer comment se fait le confrontation de l'idée d'affaires à la réalité socio-économique de la région. L'analyse des données a fait ressortir les résultats suivants.

	motiver le salarié vers l'entrepreneuriat [3]. L'identification d'une opportunité fait partie intégrante du processus de formation de l'intention entrepreneuriale [14].	souligné qu'ils avaient exploité une opportunité d'affaire qui s'avérait porteuse de profit
Facteur Financier	La motivation entrepreneuriale est basée sur la nécessité ou sur l'amélioration économique [15].	Les individus qui ne travaillaient pas avant ont insisté sur le fait qu'entreprendre est une source de revenus, la deuxième catégorie qui a préféré quitter le poste occupé dans une entreprise et se lancer dans les affaires a avoué la recherche d'une meilleure situation financière et une aisance matérielle.
Recherche de l'Autonomie	Les individus créent leurs entreprises afin d'être autonome, et dans de nombreux cas le succès de leur entreprise est instrumental pour atteindre cet objectif [16]. L'autonomie est un facteur déterminant de la motivation entrepreneuriale. Dans une étude sur 44 innovateurs-entrepreneurs [17], les principales motivations de la réussite repérées sont : être plus libres et autonomes dans ce qu'ils font (92%); diriger, être le patron (87%); être indépendants (63%) et faire ce qui leur plaît et avoir du plaisir. Pour les individus, la principale motivation entrepreneuriale est l'indépendance [18].	C'est surtout les Cadres qui avaient un travail dans des entreprises qui ont insisté sur l'autonomie comme facteur déterminant de choix de l'entrepreneuriat.

Déterminants	Etat de l'art	Cas étudiés
Opportunité d'affaires	C'est la reconnaissance d'une opportunité d'affaires qui va	Tous les entrepreneurs interviewés ont

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

(suite du tableau)

Déterminants	Etat de l'art	Cas étudiés
Besoin d'accomplissement et Besoin d'amélioration des compétences	Le besoin d'accomplissement constitue une force motrice dans le processus de création d'entreprise [19].	Les ingénieurs, cadres, et techniciens ont souvent insisté sur leur recherche d'accomplissement personnel.
Référence, guide, source d'inspiration	L'existence d'une référence et source d'inspiration dans leur environnement, soit familial, soit professionnel, peut aussi inspirer la création [20], et agir comme une force d'attraction vers l'entrepreneuriat	L'esprit de l'entrepreneuriat est héréditaire, c'est question de gène, a souligné un entrepreneur qui est fils d'entrepreneur.
Contrainte de la vie familiale	La recherche de l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, notamment pour les femmes entrepreneurs qui choisissent de passer plus de temps avec leurs enfants [21],	C'est le cas d'un ingénieur qui a préféré rejoindre sa famille dans une autre ville et quitter son emploi pour créer son propre bureau.

Les résultats des entretiens ont permis de déterminer les facteurs d'émergence d'idées d'affaires. Les entrepreneurs d'aventure [21] expliquent qu'ils proviennent des problèmes liés à l'activité professionnelle qui peuvent engendrer d'autres facteurs individuels favorables à l'esprit d'entreprise. Ces facteurs peuvent aussi être d'origine passionnelle. Chez les entrepreneurs de valorisation [21], les facteurs d'émergence peuvent avoir des liens directs avec la vie familiale. La nécessité de vivre en famille par exemple peut entraîner chez un individu un déplacement physique ou l'abandon de sa profession qui va le mettre dans les conditions favorables pour être entrepreneur.

Par ailleurs, il existe des facteurs tels que les caractéristiques individuelles, les réseaux sociaux et professionnels, l'émergence de nouvelles technologies, le contexte économique, la demande du marché, qui sont des facteurs dérivés utilisés dans le processus de sélection et de choix de l'idée d'affaire, ainsi que dans son évaluation.

Nous mettons aussi le point sur un cas d'une agence de voyage qui est codirigée par des associés entre autres un fonctionnaire et des

membres de sa famille formés dans le domaine de tourisme. Un autre s'est lancé, après une formation à l'étranger, dans le tourisme car il y a avait une opportunité à saisir dans le sud de Maroc [2].

D'autres observations méritent d'être soulignées à propos des cas étudiés. Pour la mise en pratique de l'idée d'affaires, les entrepreneurs ont fait appel au financement personnel (épargne), familial (famille soutenant leurs enfants financièrement) et bancaire (crédit jeune promoteur comme exemple). Des difficultés majeures ont été rencontrées au niveau du financement des projets, telles est la remarque qui a été soulevée par plusieurs entrepreneurs.

VII. CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Une idée d'affaire ne peut être utile que dans la mesure où elle peut être concrétisée. Dans le contexte socio-économique actuel, le type du projet d'entreprise et du contexte dans lequel il s'insère influera sur la façon avec laquelle l'entrepreneur pourra réagir face aux impératifs de marché. Une recherche rigoureuse et une réactivité aux attentes du marché ainsi qu'une aptitude à coordonner une optimisation des différentes contributions et ressources peuvent constituer un bon point de départ de l'émergence d'une idée d'affaires et donc une opportunité.

L'idée aussi mérite qu'elle soit le résultat d'un travail créatif des entrepreneurs. Il est indispensable de se concentrer sur le développement de l'idée, source de l'opportunité plutôt que sur la recherche et l'identification de l'idée. En fait, l'idée et la recherche d'opportunités font référence à l'intelligence économique qui est une pratique stratégique probante dans le contexte socio-économique actuel caractérisé par la turbulence, il concourt à la fois à la protection du savoir-faire et à la maîtrise de l'environnement concurrentiel.

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Références

- [1] Fayolle. A., Degeorge, J. M., & Aloulou. W (2004). Entre intention et création d'une entreprise nouvelle : concept d'engagement.
- [2] Jardini & all (2016) : L'innovation comme opportunité d'affaires en entrepreneuriat. Reinnova , ISSN 2508-9463, vol 1, N° 1, mars 2016. www.reinnova.ma
- [3] Shane, S. et Venkataraman, S. (2000), The promise of entrepreneurship as a field of study, The Academy of Management Review, 25:1, 217-226.
- [4] Shane, S., Locke, E., Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation, Human Resource Management Review, 13, p. 257
- [5] Fillion, L. J. (2001). Réaliser son projet d'entreprise (3e édition). Montréal : Éditions Transcontinental ; Charlesbourg, Québec : Fondation de l'entrepreneuriat.
- [6] Fayolle. A. (2003). Le métier de créateur d'entreprise motivations, parcours et facteurs clés de succès. France: Edition D'organisation
- [7] Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. Gender in Management: An International Journal, 2, 5, 346-364.
- [8] Peters M., Frehse J., Buhalis D. (2009), "The Importance of Lifestyle Entrepreneurship: A Conceptual Study of the Tourism Industry", PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 7, nr. 2, pp. 393 - 405.
- [9] Carsrud A., Brannback M. (2011), "Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know?", Journal of Small Business Management, Vol. 49, No 1, pp. 9-26.
- [10] Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs, Journal of Occupational Behavior, 8, 3, p. 251.
- [11] Brockhaus, R. (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business, Journal of Small Business Management, 18, p.37
- [12] Stoner, C., Fry, F. (1982). The entrepreneurial decision: Dissatisfaction or opportunity?, Journal of Small Business Management, 20, 000002, p. 39.
- [13] Verstrate T., Saporta B. (2006), Création d'entreprise et entrepreneuriat, Les Editions de l'ADREG
- [14] Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud A.L. (2000), « Competing models of entrepreneurial intentions », Journal of Business Venturing, Vol. 15, pp 411-432.
- [15] Kelly D., Bosma N., Amoros J. (2011), Global Entrepreneurship Monitor: 2010. Global Report, Babson College, Universidad del Desarrollo and London Business School
- [16] Van Gelderen, M. (2008), "Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour", Career Development International Vol. 13 No. 6, 2008 pp. 538-559
- [17] Gasse Yvon, « Les entrepreneurs des secteurs technologiques : leur profil, leurs motivations et leurs actions », Management & Avenir, 2011/2 n° 42, p. 247-261. DOI: 10.3917/mav.042.0247
- [18] Shapero, A. (1985). Why entrepreneurship? A worldwide perspective, Journal of Small Business Management, 23, 000004, p. 1.
- [19] Starr J.A., Fondas N (1992), "A model of Entrepreneurial Socialization and Organization Formation", Entrepreneurship Theory and Practice, 1992, vol. 17, n° 1, p. 67-76.
- [20] Langowitz, N., Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. Entrepreneurship Theory and Practice, May, 341-364.
- [21] Fillion, L. J. (2000). Typologies d'entrepreneurs : est-ce vraiment utile ? Cahier de recherche. Montréal, hautes études commerciale. Chaire d'entrepreneuriat.