

introduction

Ce livre s'adresse à tous ceux que l'envie de « créer une boîte » démange. Comment cette idée de monter vous-même une entreprise a un jour germé dans votre tête? Mystère. Elle vous est venue comme ça, vous ne savez pas trop d'où, ni comment. Oh ! Probablement pas au collège ni au lycée, cette notion étant plutôt étrangère au corps enseignant (mais les choses évoluent)... Non, vous avez dû avoir cette idée au contact du monde du travail, lors d'un stage par exemple, ou en regardant une émission à la télévision, en feuilletant un magazine, ou bien encore après avoir rencontré un chef d'entreprise qui a su vous faire partager sa passion...

Cette idée maintenant vous taraude. Autonomie + liberté + argent : un cocktail détonant pour qui a un peu d'ambition ! Vous percevez bien sûr en filigrane un certain nombre de contraintes : le travail acharné, les risques, l'échec éventuel avec un filet de sécurité quasi inexistant. Néanmoins, l'envie est là.

Alors vous vous renseignez : vous vous procurez des ouvrages sur la comptabilité, la gestion, le management, les tableaux de bord, les bilans, les comptes de résultat, le recrutement, le droit des affaires, le droit social, la communication, les études de marché, la propriété industrielle, le droit des marques, les brevets, la fiscalité, etc. En effet, nombreux sont les livres spécialisés, bourrés de conseils et de techniques, qui dispensent au futur chef d'entreprise une information exhaustive et pointue.

Cependant, toutes ces données finissent par vous donner le tournis. Vous ne savez plus où vous en êtes. Tout semble si compliqué ! Vous commencez à douter : de vous, de vos compétences, et au final, de votre propre envie de vous lancer vraiment...

STOP !

Voici l'anti-manuel, l'antidote à votre problème.

Toutes ces informations que vous ingurgitez, que vous tentez de comprendre et de maîtriser ne remplaceront jamais ce que vous enseignera l'expérience. Vous n'apprendrez pas à skier en lisant *Comment faire du ski* dans votre séjour ! Il faut bien à un moment donné poser votre livre, chausser des skis et essayer d'appliquer « pour de vrai » ce que vous pensez avoir compris en théorie.

De plus, un tel amoncellement de connaissances peut avoir deux conséquences :

- ralentir, voire annihiler votre passage à l'acte : la création effective de votre société. On entend en effet souvent de futurs candidats à la création d'entreprise dire qu'il leur faut encore approfondir telle notion, puis telle autre, avant de se lancer. Cette quête peut être sans fin... ;
- masquer les véritables enjeux, les vrais problèmes et les questions indispensables que doit se poser le futur chef d'entreprise. Souvent toutes simples, ces questions n'en demeurent pas moins fondamentales.

Il y a en effet dans la création réussie d'une entreprise une très grande part de bon sens que ce fourmillement de méthodes finit par cacher, conduisant de nombreux créateurs d'entreprise potentiels à prendre des vessies pour des lanternes. Combien de *business plans* « moulinés » sur Excel® ont fait miroiter des profits à faire rêver ! Avec des hypothèses osées, voire farfelues, des incrémentations automatiques, qui gonflent les recettes et sous-estiment les dépenses, des études de marché auxquelles on fait dire n'importe quoi et le plus souvent ce qu'on a envie d'entendre, bon nombre

de projets sont à des années-lumière de la réalité. Ce ne sont bien souvent que des fantasmes projetés et transformés en soi-disant « besoins urgents » des consommateurs. Vous avez déjà entendu ces fameux : « Ça n'existe pas encore ! » ; « Je suis le premier et le seul à proposer ça ! » ; « Personne n'y avait pensé ! » ; « Mon idée est géniale ! », etc. Oui. Bon. Peut-être... Toutefois, c'est bien connu, ce qui fait la valeur d'une idée, c'est sa *réalisation*. Alors, nous verrons plus tard si votre idée était si géniale que ça.

Pour l'instant, oublions le génie qui sommeille en vous, et concentrons-nous sur le terre à terre. Comment démarrer ? Avec quels moyens ? Qui sont vos clients potentiels ? Qu'est-ce que votre produit leur apporte ? Qui sont vos concurrents ? Essayez de savoir, de sentir si ce que vous allez tenter peut avoir du succès, sans vous surestimer, sans occulter les problèmes qui pourraient survenir. Mieux, inventez-les, anticipez, imaginez la suite : vos clients, leurs réactions, leur perception du produit ou du service que vous leur proposez. Vous verrez : il arrive *toujours* ce que vous n'avez pas prévu, et vous serez amené à improviser. Alors, entraînez-vous à improviser !

Le but de cet anti-manuel ? Rappeler l'essentiel, mettre le doigt sur les points importants. Il vous servira dans les périodes de doute, lorsque vos pensées s'emmêlent, quand les conseillers de tout genre – qui ne sont jamais les payeurs – vous auront tellement abreuvé de « à ta place, je ferais plutôt comme ça » que vous ne saurez plus où vous en êtes. Dans ces moments-là, il faut revenir à l'essentiel dans tous les domaines : la gestion, les clients, la communication, l'organisation, le personnel... C'est de votre entreprise qu'il s'agit et c'est vous qui lui donnerez son style et sa personnalité. Le but n'est pas de vous fermer aux autres. Après les avoir écoutés, vous devez en revanche être capable de synthétiser leurs conseils et de trancher : vous êtes et resterez l'unique responsable de vos décisions.

Enfin, ce livre se veut le contraire d'un recueil de recettes. Il n'y a pas de recettes à la création d'entreprise, il n'y a que des manières d'aborder les problèmes : avec bon sens, et en revenant à l'essentiel. Des exemples vous feront toucher du doigt les raisons de certains échecs, de certains succès. Encore que, dans ce domaine, la modestie doit rester la règle, car il est toujours plus facile de tout expliquer « après ». Néanmoins, ces exemples vous aideront, j'en suis certain, à appréhender le mieux possible votre propre projet de création d'entreprise.

Bonne lecture !