

### ID 2007 MODE D'EMPLOI

- ◆ Des ID pour identifier de quoi le futur des experts-comptables sera fait et les impacts dans leur quotidien : les experts-comptables interviennent au quotidien aux côtés des chefs d'entreprise. Aussi est-il indispensable pour eux de comprendre quels sont les défis que vont devoir relever de main les créateurs d'entreprise, afin de les assister et de les conseiller le plus judicieusement possible ;
- ◆ Des ID pour inciter les créateurs d'entreprise, ainsi que les TPE et PME existantes, à inventer de nouveaux gisements de création de valeur, en adaptant des initiatives en train d'émerger : Selon un sondage réalisé par l'institut Atoo pour le magazine LSA en 2003, les consommateurs aspiraient avant tout à trouver des produits et services leur permettant de :
  - se faciliter la vie [37 %],
  - créer et utiliser des matériaux qui protègent l'environnement [16 %],
  - trouver plus de sécurité [14 %],
  - faire progresser la société [13 %],
  - trouver plus de qualité [9 %],
  - concourir à baisser les prix [7 %].

Globalement, les personnes interrogées réclament, toutes réponses confondues :

- se faciliter la vie [72 %],
- créer et utiliser des matériaux qui protègent l'environnement [50 %],
- trouver plus de sécurité [41 %],
- concourir à baisser les prix [77 %].
- faire progresser la société [37 %],
- trouver plus de qualité [35 %],

Etaient également cités :

- créer de nouveaux usages,
- concevoir des emballages plus pratiques,
- inventer des produits ou services valorisant le consommateur.

Aujourd'hui, les consommateurs se sentent quelque peu perdus face au monde qui les entoure et face à ses évolutions. Aussi les clients recherchent notamment de la simplicité, de la sécurité et de la valeur ajoutée justifiée. Ils sont préoccupés par l'environnement et très attentifs aux évolutions des multiples facettes du développement durable.

- ◆ Pour libérer les énergies créatives et entreprenantes des personnes qui aspirent à réinventer leurs vies : dans un interview accordée au magazine L'Entreprise en décembre 2005, Alain-Dominique Perrin, P.-D.G. du groupe Richemont\*, déclarait : « *Les Français ont peur de l'entreprise. Peur de celle où ils travaillent et peur d'imaginer celle qu'ils pourraient créer* ». Peut-être... Mais heureusement, de nombreux Français osent : le nombre global de créations d'entreprises s'est élevé à 316 830 en 2005, soit un recul de 1 % par rapport à l'année 2004. Cependant, les créations pures [hors reprises et réactivations] étaient en hausse en 2005, avec 224 831 nouvelles unités, soit 0,4 % d'augmentation par rapport à l'année précédente.

\* Le groupe de luxe Richemont détient les marques Cartier, Van Cleef & Arpels, Piaget, Vacheron Constantin, Jaeger-LeCoultre, IWC, Alfred Dunhill et Montblanc.

Le monde est désenchanté ? Tout va de plus en plus vite ?  
Les consommateurs sont blasés ? Tout existe déjà ?  
**C'est aux créateurs d'oser changer les règles !**

... Comme en témoignent Anita Roddick, fondatrice de Body Shop : « *La créativité commence avec l'abolition des règles...* » et Burt Rutan, inventeur du SpaceShipOne : « *If you don't have a consensus that it is non sense, you don't have a breakthrough...* », le maître mot du changement, c'est la créativité !

## LES CONVICTIONS ET RECOMMANDATIONS

Il n'y a pas au XXI<sup>ème</sup> siècle que les e-services et autres biens « dématérialisés »... Les créateurs des entreprises de demain doivent aussi penser aux métiers traditionnels, aux artisans et indépendants [maçon, plombier...]. Il semble en effet paradoxalement plus simple d'acheter un ordinateur fabriqué sur mesure en Chine que de faire réparer sa tuyauterie ! PME et TPE sont également des consommateurs, dont les besoins en produits et services sont croissants. Elles sont, à l'instar des individus, aussi demandeuses d'innovations et de technologies, à la recherche de simplifications, d'offres spécialisées, soucieuses de leur développement et de leur pérennité...

De même aujourd'hui, et encore plus demain, la notion de développement durable n'est plus réservée à une élite, aux bobos ou aux parisiens ! Ce concept a dépassé la notion d'écologie pour aujourd'hui s'étendre à trois préoccupations majeures, qui s'appliquent de plus en plus à des initiatives « grand public » :

- ◆ **l'écologie** : les produits biologiques, la préservation des ressources naturelles [eau, énergies...], et la gestion des déchets, industriels ou liés à leur propre consommation,
- ◆ **la « seconde vie » des produits** : les consommateurs multiplient les comportements et les initiatives pour réutiliser, recycler, reconverter, donner, échanger des produits
- ◆ **le social** : la prise en compte de l'humain dans la chaîne de fabrication et de distribution est une préoccupation majeure des consommateurs qui s'interrogent de plus en plus sur les produits qui leur sont proposés.

Avant de créer son entreprise, une première expérience en entreprise est primordiale pour un jeune diplômé. Il pourra ainsi se familiariser aux préoccupations d'une entreprise au quotidien... Il aura également le temps de mûrir son projet, de le confronter à des avis externes, de le recadrer avant de se lancer dans sa première création !

Enfin, il est judicieux de savoir s'entourer afin de profiter de savoir-faire complémentaires, des conseils de réseaux formels ou affinitaires. En effet, le créateur solitaire et secret [voire paranoïaque ?!] devra faire face à des obstacles financiers, moraux, professionnels qu'il dépassera d'autant plus facilement qu'il bénéficiera de conseils avisés.