

# Les secteurs porteurs pour créer son entreprise

Tendances **2006/2007**

*Synthèse d'une enquête exclusive  
de l'Ordre des Experts-Comptables  
Décembre 2005*

# *Electrochocs depuis 5 ans...*

Euro

Dégradation pouvoir d'achat

Société : perte  
de repères

11 septembre

Chômage élevé

Papyboom

Malaise social

Referendum

Low Cost, hard discount,  
course à la baisse des prix  
de revient

Guerre  
économique

⇒ ***Nostalgie, souffrance latente, les français paraissent désenchantés, se projettent difficilement dans l'avenir, le consommateur est perdu dans les tracasseries quotidiennes, ...LE QUOTIDIEN est une source de micro-souffrances !***

# ***Le désenchantement***

- **Les mots et expressions des français qui pour eux caractérisent les cinq dernières années : des mots qui révèlent les maux !**
  - ⇒ pessimisme, crainte du chômage, difficultés au travail, atteintes à l'environnement, difficultés générales, développement du terrorisme...
- **Le moral des Français : d'un avis mitigé sur leur situation individuelle, ils se montrent tous très clairement pessimistes quant à la situation économique de la France et du moral des Français !**
- **Les préoccupations des citoyens-consommateurs/bilan 2005 :**
  - ⇒ Le chômage en tête, inquiétudes sur le financement des retraites et les inégalités sociales, sur la santé et la qualité des soins, sur le logement et les craintes persistantes sur l'évolution du pouvoir d'achat...

***Les crises traversées en 2005 avec la tension autour du référendum sur l'Europe et les violences urbaines ont généré des angoisses multifformes qui dépassent les attentes sécuritaires pour les biens et les personnes : chômage et emploi, intégration et relations entre groupes sociaux, l'école et la qualité de l'enseignement, le logement, le rôle de la famille...***

(Source : Sofres)

# ***Le désenchantement des uns, c'est votre business de demain !!!***

**Pour 2006, les Français d'un optimisme mitigé économiquement souhaitent :**

- **Avoir du temps pour eux, leur famille et les loisirs et que l'on facilite leur vie quotidienne**
- **Etre en bonne santé et que l'on se soucie de l'environnement**
- **Etre sécurisés et rassurés à chaque instant**
- **Qu'on leur propose des valeurs de progrès et du Sens**
- **Que l'on réponde à leurs inquiétudes sur le pouvoir d'achat par des produits et services au juste prix avec une information claire pour consommateur adulte...**

**Réenchantez le quotidien des Français !**

## *Quelques axes stratégiques*

- Positionnement prix : en dehors du haut de gamme ou du bas de gamme, point de salut
- Ayez en tête la France qui se japonise et les besoins des futurs seniors...
- Rassurez vos clients (label, traçabilité, partenariats, look, etc.)
- Retour des valeurs basiques / fonctionnelles
- Simplifiez la vie de vos clients
- Lancez vous dans le e-commerce
- Misez sur le développement durable, le recyclage, le commerce équitable, etc.
- Pensez service à la personne

## *Chiffres & repères sur les services...*

- 2 heures de services utilisées chaque semaine par chaque ménage français créeraient 1 million d'emplois directs.
- Trouver une garde à domicile demande en moyenne 16 heures de recherche.
- 81% des femmes entre 25 et 49 ans ont une activité professionnelle.
- 1,7 million de particuliers emploient 2,2 millions de personnes (1,3 million d'emplois équivalent temps plein), directement ou par le biais de 6 000 associations et 500 entreprises privées.
- 70 000 emplois sont créés chaque année.

## *Créer ?*

### *80 % des ID sont dans notre quotidien !*

- Réinventez les métiers traditionnels (maçon, plombier, commerce de centre-ville...) :  
une offre rénovée > savoir-faire & service
- **Une offre de services à domicile ou sur le lieu de travail packagée, visible alliant qualité & prix > éviter l'isolement**
- **Intégrer le durable > écologie/bio, seconde vie/recyclage, prise en compte de l'humain**
- **Tenir compte des spécificités de chacun** : seniors, familles monoparentales, célibataires, rurbains, gays, obèses, handicapés, ados, entreprises...

**...Et, ne jamais perdre de vue pour se démarquer :  
qualité, choix, conseil, proximité, prix, valeurs  
humaines & relationnelles !**

# *54 Pistes ciblées // paradoxales // rentables*

## Mobilité

- Services en mobilité
- Interaction entre le consommateur et son environnement proche (smart tags, QRcode, bluetooth...)
- Explosion des "blogs", multiplication des accès (à domicile, au bureau, en mobilité...)

## Techno

- Technologies pour tous
- Recyclage / seconde vie

## Alimentaire

- Innovations alimentaires

## Services à la personne

- Assistance / concierges pour tous
- Coach, formation personnelle et professionnelle (formation, éducation, assistance, développement...)
- Personnes âgées, dépendance
- Assister les urbains stressé !
- Multiculture
- Réseaux d'aide sociale

(Source : Enquête exclusive de l'Ordre des Experts-comptables – Décembre 2005)

# *54 Pistes ciblées // paradoxales // rentables*

## Sport & Loisirs

- Succès de petites marques "de la rue" (Dia, Airness, Com8...)
- Phénomènes de "mode", licences artistiques
- Face à l'industrialisation / mondialisation, retour de l'artisanat / personnalisé

## Distribution

- Des centres commerciaux et magasins spectaculaires, scénographiés, lieux d'expériences
- A l'inverse, retour du magasin de proximité
- Du commerce partout, tout le temps

## Mode & industrie vestimentaire

- De nouveaux discours "engagés" (social, écologique) modernes

## Logement

- Maison intelligente (sécurité, praticité, connectivité...)
- Ecoconscience "à mon échelle" (tri, recyclage...)
- Nouveaux habitats accessibles à tous

(Source : Enquête exclusive de l'Ordre des Experts-comptables – Décembre 2005)

# *En bref : vos facteurs clés du succès*

## **D'un produit ou service :**

- Simplicité, honnêteté, accessibilité, fiabilité, qualité, responsabilité, ouverture, flexibilité, sensibilité, sens, prix à la juste valeur...

## **D'un commerce :**

- Services +, sur mesure, à taille humaine, en tout lieu et à tout moment de la vie, mise en scène, networking...

## **Du créateur :**

- Observer et être ouvert, partager, rester souple, savoir rompre les codes et les règles, aller pas à pas, s'engager, être responsable, promouvoir des valeurs fortes, savoir sortir du tarif unique...

**Un conseil : n'ayez pas peur de mettre en avant votre personnalité, vos valeurs, vos convictions dans votre projet. Vous êtes au cœur de la réussite de votre projet !**

## ***Le créateur winner 2006 / 2007***

- 1. Soyez un Serial entrepreneur**
- 2. Combinez plusieurs activités différentes**
- 3. Incarnez personnellement des valeurs fortes**
- 4. Travaillez en réseau**
- 5. Parlez le globish**
- 6. Pensez psy**
- 7. Voyagez avec un expert-comptable...**