



HAL
open science

Qu'est-ce qu'un entrepreneur valeureux ?

Gwenaëlle Briand Decré

► **To cite this version:**

| Gwenaëlle Briand Decré. Qu'est-ce qu'un entrepreneur valeureux ?. 2023. hal-04064201

HAL Id: hal-04064201

<https://hal.science/hal-04064201>

Submitted on 11 Apr 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Qu'est-ce qu'un entrepreneur valeureux ?

Il n'y a pas de profil type d'entrepreneur. Chacun est différent et contribue à la création d'un projet selon sa propre personnalité, sa vision et les objectifs qu'il se fixe.

Constat

Pléthore d'ouvrages sont disponibles pour définir les différents profils d'entrepreneurs, les qualités à développer pour devenir un entrepreneur efficace ou un chef d'entreprise à succès. Nombre d'outils sont disponibles pour définir son profil entrepreneurial et comprendre les forces ou les faiblesses de son caractère.

S'interroger

Si je souhaite lancer un projet entrepreneurial qui a du sens, est-ce que certaines qualités sont indispensables ? Est-ce que certains facteurs peuvent entamer la crédibilité de mon projet entrepreneurial ?

Première piste de réflexion Se doter d'une mission

Élaborer un projet entrepreneurial soutenable consiste à initier une démarche de réflexion quant aux impacts potentiels de l'idée, à la manière de l'opérationnaliser, à la manière de présenter son projet à des tiers. Dans cette optique, se doter d'une mission est indispensable.

Une mission d'entreprise est une boussole permettant de fédérer l'ensemble des parties prenantes de votre projet, aussi bien vos (futurs) collaborateurs, que vos clients, que vos partenaires, fournisseurs, collectivités locales, associations locales, etc. En outre, par convention, une mission est toujours basée sur les valeurs et les aspirations du ou des fondateurs. La mission basée sur vos valeurs deviendra alors la « raison d'être », l'ADN de votre projet entrepreneurial.

Deuxième piste de réflexion Des valeurs soutenables

Les études le montrent, un individu qui souhaite avancer sur la voie de la soutenabilité doit présenter une démarche crédible et être exemplaire notamment s'agissant de ses actions en faveur d'une réduction de son empreinte carbone (1). Toutefois ce qui compte n'est pas de pointer du doigt vos petites contradictions ou vos actions passées. Initier une réelle démarche de réduction de vos impacts à un niveau individuel et mobiliser cette expérience lors du développement de votre projet entrepreneurial est un prérequis susceptible de démultiplier votre force de persuasion. *A contrario*, ne pas être doté de valeurs soutenables pourrait réduire la crédibilité du positionnement de votre entreprise.

Troisième piste de réflexion Le courage de prononcer un « No Go »

L'entrepreneur valeureux est donc un individu portant des valeurs compatibles avec une utilisation soutenable des ressources de notre planète. Il initie une démarche qui ambitionne de réduire à minima les impacts de son activité entrepreneuriale dès que cela est possible. Cela signifie également que l'entrepreneur valeureux doit avoir le courage parfois de prononcer un « No Go » si l'idée envisagée n'est pas soutenable.

Enfin Repenser en dehors de la boîte

Il devra alors poursuivre ses démarches pour trouver des alternatives ou une autre manière de construire son modèle d'affaires. Penser en dehors de la boîte et la capacité à s'interroger sont donc également des qualités à ne pas négliger.

(1) Attari, S. Z., Krantz, D. H., & Weber, E. U. (2016). Statements about climate researchers' carbon footprints affect their credibility and the impact of their advice. *Climatic Change*, 138, 325-338.

Article rédigé par Gwenaëlle Briand-Decré