

OPTIQUES VARIÉES POUR LA DÉTECTION D'OPPORTUNITÉS DURABLES

Comment l'entrepreneur durable détecte-t-il les opportunités d'affaires ? Tout est une question d'optique. Le prisme à travers lequel cette personne considère la réalité comporte trois facettes : connaissances préalables, motivations personnelles variées et altruisme.

par Anne-Marie Pichette, avec la contribution de Mathieu Rajaofetra

Comme le prisme qui réfracte, réfléchit ou disperse la lumière, bref qui la modifie, les connaissances et les motivations personnelles de l'entrepreneur durable lui procurent une perspective différente.

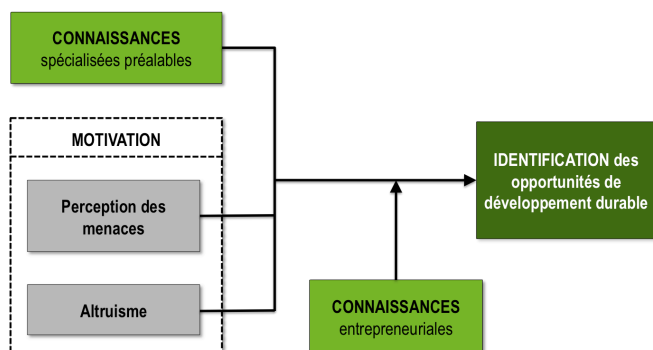
Cette optique particulière peut révéler des opportunités difficiles à mettre en évidence selon les seuls angles de la faisabilité financière, de la pénétration de marché ou de la rentabilité calculée.

Entrepreneur durable = Savoirs + Motivations

Le regard que porte l'entrepreneur durable sur le monde le distingue donc de l'entrepreneur « classique ».

Holger Patzelt et Dean Shepherd, rattachés à la Baylor University de l'état du Texas, identifient les filtres à l'œuvre et révèlent comment la capacité à identifier des opportunités de développement durable peut différer d'un entrepreneur à l'autre.

Leur modèle suggère que « *l'esprit d'entreprise durable augmente avec la connaissance qu'une personne possède de l'environnement naturel et d'une société donnée, sa motivation pour des gains personnels, et sa motivation à développer des gains pour les autres* ».



Le modèle d'identification des opportunités de développement durable indique que *l'impulsion à l'origine de leur reconnaissance ne repose pas sur la compétence entrepreneuriale mais que celle-ci est essentielle pour concrétiser un projet. (D'après Patzelt et Shepherd, 2010.)*

La lorgnette du savoir spécialisé

L'entrepreneur durable voit d'abord la réalité à partir de son domaine de spécialisation. Selon sa profession ou ses intérêts, le regard sur la réalité variera. Différentes personnes envisageront des opportunités distinctes, sur la base de leurs connaissances.

« *Par exemple* », nous expliquent les deux chercheurs, « *face à un même environnement côtier, les ingénieurs verront l'opportunité de développer une infrastructure respectueuse de la fragilité de l'écosystème, les chimistes se concentreront sur de nouvelles techniques de dépollution, tandis que les biologistes s'intéresseront à la possibilité de développer des piscicultures commerciales pour réduire la surpêche* ».

Il en va de même pour la valorisation de produits culturels ou la promotion de nouvelles formules sociales dont la valeur intrinsèque n'est souvent pas perceptible par un néophyte.

Le microscope de l'inconfort personnel

Mais la capacité à trouver des solutions originales ne suffit pas. Il faut aussi ressentir une urgence à les mettre en œuvre.

Cette forme d'incitation va bien au-delà du simple aspect financier car elle touche les dimensions psychologique et émotive. De fortes émotions peuvent altérer notre perception de la réalité, certes, mais surtout nous pousser à agir.

Première entreprise au Québec à avoir implanté la gestion environnementale sur les sites d'événements, le **Consortium Écho-Logique** est né en 2001 d'un constat de ce type. « *Comment rester inactif alors que tout nous indique que notre incompétence collective menace notre avenir ?* » interroge son directeur général, Stéphane Leclerc.

Pour détecter les occasions d'entrepreneuriat durable, il faut d'abord non seulement percevoir qu'il existe une menace à l'équilibre de notre environnement et de notre société, mais aussi imaginer comment les transformer en occasions de gains.

Le télescope de l'altruisme

La seconde motivation prend la forme particulière de l'altruisme. Contraire de l'égoïsme, l'altruisme se définit comme la « *disposition à s'intéresser aux autres, à ne pas faire primer son propre intérêt* ».

Patzelt et Shepherd relèvent qu'il existe de nombreux exemples où un intérêt altruiste a déclenché la reconnaissance d'opportunités d'affaires. C'est le cas de la création en 1976 de **The Body Shop**, célèbre détaillant de cosmétiques équitables et non testés sur les animaux. Une des premières entreprises à rejeter

les tests sur les animaux, [The Body Shop](#) s'est arrogé une position de pionnière dans le commerce équitable.

Sa fondatrice, la britannique Anita Roddick, activiste des droits de la personne, préoccupée par la pauvreté et le sort des animaux, a transposé ses principes altruistes au commerce de détail. Forte d'un formidable succès commercial, Roddick a cherché à améliorer les conditions de vie de ses concitoyens planétaires par l'action entrepreneuriale: «*Depuis 25 ans, je m'investis avec un zèle religieux pour convertir le monde des affaires aux vertus de l'altruisme.* »



Un processus itératif *Le processus de reconnaissance des opportunités de développement durable ne correspond pas à une démarche linéaire mais à un jeu d'itérations dans lequel connaissances formelles et motivations influencent la perception de l'entrepreneur.*

Les lunettes de l'entrepreneur

Compétence spécialisée, sentiment d'urgence, altruisme... Le tableau n'est pas complet sans la capacité de développer une idée et de mettre en œuvre un projet.

Les compétences entrepreneuriales sont en fait absolument essentielles à la détection d'opportunités de développement durable. Compréhension des marchés, connaissance des mécanismes du financement, ou habiletés en développement organisationnel, ce type de savoir-faire élargit le champ de vision.

Les chercheurs sont formels : « *des connaissances entrepreneuriales préalables augmentent la probabilité de percevoir une opportunité d'affaires* ».

L'expérience de l'américaine Jacqueline Novogratz, fondatrice en 2001 du fonds de capital patient [Acumen Fund](#), l'illustre bien.

Indignée par les témoignages sur les conditions de vie désastreuses au Rwanda, et forte de son expérience dans le secteur bancaire, Jacqueline Novogratz a perçu les possibilités offertes par la création d'un fonds d'investissement dédié à soutenir l'entrepreneuriat dans les pays moins avancés... avec l'objectif d'investir 100 millions de dollars (US) pour toucher les vies de 50 millions de personnes, rien de moins !

Jeux d'optique

La lorgnette complexe par laquelle l'entrepreneur durable découvre une opportunité comporte donc un assemblage de lentilles façonnées et polies par ses connaissances spécialisées, ses motivations ainsi que par son savoir-faire entrepreneurial.

L'entrepreneuriat durable voit grand, voit local, voit spécialisé, et se défie ainsi de la myopie qui produit des organisations sans lendemain.

Pratiques clés

@vigiepme #ddpme

Pour la détection d'opportunités d'entrepreneuriat durable : savoir spécialisé, inconfort personnel, altruisme et connaissances d'affaires.

Pour en savoir plus

Patzelt, Holger et Shepherd, Dean A. (2010). **Recognizing Opportunities for Sustainable Development.** *Entrepreneurship theory and practice*, May 2010, 1-22.

- Le Consortium Echo-Logique inc. : www.echologique.ca
- La chaîne de magasins « The Body Shop » : www.thebodyshop.ca/en/values-campaigns/index.aspx
- Le fond de capital patient Acumen Fund : www.acumenfund.org

À propos des auteurs

Anne-Marie Pichette, MBA, est coordonnatrice du projet de vulgarisation de Vigie-PME.

Sous licence Creative Commons

Mathieu Rajaofetra est étudiant au programme de MBA de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR).



redaction@vigiepme.org