

Introduction à l'économie

Unité 2B - Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

Leçon 1

Qu'est-ce que l'esprit d'entreprise ?

"La tâche de l'entrepreneur est de sélectionner, parmi la multitude de projets technologiquement réalisables, ceux qui satisferont les besoins les plus urgents du public, parmi ceux qui n'ont pas encore été satisfaits. - Ludwig von Mises, [Planification de la liberté](#)

Vue d'ensemble :

Pour la plupart des gens, un entrepreneur est quelqu'un qui crée une entreprise et en assume le risque en échange de bénéfices. Bien que cette description soit correcte, on peut dire de manière plus générale que les entrepreneurs créent de la valeur en utilisant les ressources à des fins plus productives. Ils y parviennent en innovant de nouveaux produits ou processus pour remplacer les anciens, en découvrant des opportunités de profit inaperçues et en agissant en conséquence. Cette série de leçons présente aux élèves le concept d'entrepreneuriat tel qu'il est compris par plusieurs économistes de premier plan. Les élèves étudieront les principales caractéristiques d'un entrepreneur et discuteront du rôle de l'entrepreneur dans la société. Commençons notre voyage en apprenant comment les entrepreneurs changent le monde !

Concepts et termes :

Caractère, destruction créatrice, entrepreneur, incitation, innovation, main invisible, risque, fiscalité, vertu, richesse.

Objectifs :

Les élèves seront capables de...

- Définir l'esprit d'entreprise.
- Identifier des exemples d'entrepreneuriat
- Formuler les traits de caractère d'un entrepreneur.
- Décrire l'importance du rôle de l'entrepreneur dans la société.

- Fournir des exemples de la manière de répondre aux besoins de leur propre communauté par le biais de l'action entrepreneuriale.
- Reconnaître les opportunités d'entreprendre dans leur vie quotidienne.

Normes connexes :

Norme 14 : L'esprit d'entreprise - Les entrepreneurs prennent le risque calculé de créer de nouvelles entreprises, soit en se lançant dans de nouvelles entreprises similaires à celles qui existent déjà, soit en introduisant de nouvelles innovations. L'innovation entrepreneuriale est une source importante de croissance économique.

Leçon 1 : L'entrepreneur héroïque

Description :

De nombreux héros sont des personnes ordinaires qui se retrouvent dans des situations où ils sont appelés à agir héroïquement. Les héros "sauvent souvent la mise" en répondant à un besoin urgent. Ils n'attendent pas que quelqu'un d'autre résolve le problème et ne font pas porter le fardeau aux autres. Les héros prennent les choses en main et ont un impact positif. Certains affirment que les entrepreneurs sont les héros des temps modernes.

Article 1 – Tero: il faut célébrer les entrepreneur(e)s qui prennent des risques

Publié le 18/05/2023 à 12:03

[Tero: il faut célébrer les entrepreneur\(e\)s qui risquent | LesAffaires.com](#)

EXPERT INVITÉ. En 2019, Tero, fondée par Valérie Laliberté et Elizabeth Coulombe, suscitait l'intérêt des médias. L'entreprise de Québec venait de réaliser l'impossible, soit d'amasser plus de 1 million de dollars en prévente sur Kickstarter en moins de 24 heures. Bien au-delà de leur objectif de 70 000 \$ établi initialement.

L'entreprise proposait au public un produit qui pourrait révolutionner la façon de composter, et par le fait même réduire la quantité de déchets. Il visait à être le seul produit au monde aussi performant et rapide.

Les médias titraient : «Prévente de l'appareil à engrais Tero : le projet connaît un grand succès», «Un composteur nouveau genre remporte un incroyable succès», etc. Ces mêmes médias, qui ont évidemment contribué au buzz derrière l'entreprise, se sont empressés cette semaine de rapporter l'échec de l'entreprise : «Faillite de Tero : les clients risquent de ne pas revoir leur argent» et «Tero ferme ses portes et laisse derrière de nombreux clients frustrés». Évidemment, ces journalistes (qui n'ont aucune expérience en affaires) ont vite mis en avant tous les côtés négatifs de l'histoire : les clients qui ne recevraient jamais leur produit, les investisseurs qui perdraient leur argent, etc. Certains articles tentent même de laisser sous-entendre que les fondatrices n'ont pas d'empathie pour les consommateurs et que Tero était une arnaque. Dans tout échec entrepreneurial et faillite, il y a de nombreux perdants, incluant les entrepreneurs qui ont mis toute leur énergie à tenter d'en faire un succès et qui devront maintenant vivre avec ce poids pour des années. Entreprendre, c'est prendre des risques!

J'ai rencontré pour la première fois la co-fondatrice de Tero, Elizabeth Coulombe, il y a quelques mois, lors d'un jury pour les bourses Pierre-Péladeau, dont elle avait été

réciplendaire. Lorsque je lui demandai bonnement : et puis, comment vont les affaires? Elle me répondit que c'était très difficile en ce moment et qu'elle tentait de trouver du financement pour relancer l'entreprise. J'ai rapidement senti une grande sincérité et un désir que cela fonctionne. Malheureusement, le résultat est celui qu'on connaît aujourd'hui. Comme j'en ai parlé dans mon blogue «Enfin un programme pour les entrepreneurs en difficulté», j'ai moi aussi vécu un échec entrepreneurial important m'ayant conduit à faire une proposition de consommateur. Je peux donc très bien comprendre ce que vivent en ce moment les deux fondatrices. En tant qu'entrepreneur en série, je sais très bien les nombreux défis que représente la création d'une entreprise.

Le quotidien est parsemé de difficultés, de risques personnels importants, de sacrifices. C'est encore plus vrai lorsqu'on tente de bouleverser une industrie et d'innover. Trop souvent, on oublie que l'innovation, c'est faire quelque chose que personne n'a fait avant et que par conséquent, il est probable que cela ne fonctionne pas. Dans le cas de Tero, nous n'avons pas affaire à une histoire où deux jeunes femmes se sont enrichies personnellement ou ont menti délibérément, comme Elizabeth Holmes de Theranos. Au contraire, nous avons deux femmes brillantes et travaillantes qui ont tout risqué pour lancer une entreprise avec probablement beaucoup d'enthousiasme et de naïveté. Et vous savez quoi? Comme la majorité des entrepreneurs, elles n'ont pas réussi. Les entrepreneurs, chaque jour, prennent des risques. Il en est de même pour les investisseurs : ils savaient qu'il y avait des risques, mais ils estimaient que les chances de succès en valaient la chandelle.

Pandémie, inflation et problèmes d'approvisionnement

L'élément que les médias semblent surtout oublier est l'impact majeur qu'a eu la pandémie sur l'entreprise. En quelques mois, il est devenu quasiment impossible de s'approvisionner, les coûts de transport ont fait été multipliés par dix si ce n'est pas plus, l'inflation s'est mise de la partie, augmentant souvent de 30% le coût des matières premières et finalement, la hausse des taux d'intérêt a eu un impact massif sur l'accès au financement. Est-ce qu'un seul entrepreneur pouvait prédire cela? Je ne pense pas! De lancer un produit révolutionnaire est déjà très ambitieux et complexe. Même avec tous les indicateurs au vert, les chances de succès sont faibles. Ajouté à cela les éléments précédents et l'échec est fort probable. Il est toutefois louable d'être allé au bout de ses ambitions, même si le résultat n'est pas lui souhaité.

Une reprise de l'histoire de SmartHalo

La fermeture de Tero me fait énormément penser à celle de SmartHalo, cette autre superbe start-up montréalaise ayant levé plus de 500 000 \$ en 2015 sur Kickstarter, bien au-delà du 75 000 \$ demandé et plus de 2 millions de dollars en 35 jours pour sa version 2.

Tout comme pour Tero, l'histoire de SmartHalo était très inspirante et un exemple de succès dans la communauté start-up. Leur appareil avait séduit des milliers de consommateurs dans plus de 70 pays. La deuxième génération de l'appareil, le Smart Halo 2, avait attiré 2 millions en précommandes et elle avait été choisie par le magazine «Time» en 2019 parmi les 100 meilleures inventions de l'année. Et est arrivée une pandémie qui a changé très rapidement la trajectoire de l'entreprise : les restrictions sur les déplacements et les défis d'approvisionnement auront mené l'entreprise à l'échec.

Dans un article de «La Presse» du 16 novembre 2021 annonçant la fin de l'entreprise, le fondateur de SmartHalo, Xavier Peich mentionnait : «On a vraiment tout essayé [...] Mais entre le design et la production commerciale, il y a beaucoup d'étapes. J'aimerais pouvoir rembourser tout le monde, mais il ne reste plus rien.»

Encore une fois, comme dans Tero, des clients furieux menaçaient l'entreprise de poursuite. Toujours dans cet article, le fondateur rappelait que «quand on achète sur Kickstarter, il y a toujours un élément de risque. On aimerait rembourser les gens, mais il ne reste plus rien.»

Un potentiel effet boule de neige

L'un des plus gros dangers de la faillite de Tero et l'hypermédiatisation de son échec est l'effet boule-de-neige que cela risque d'avoir sur d'autres start-ups, principalement celles qui s'adressent directement au consommateur (B2C) ou qui avaient dans les plans de lancer une campagne de sociofinancement prochainement.

Comme le rappelait si bien le professeur Luc Giguère dans son cours «Initiation à l'entrepreneuriat technologique» à l'ÉTS : «la principale raison pour laquelle les gens choisissent IBM n'est pas que c'est la meilleure solution ou la meilleure technologie, c'est que tu ne perds pas ton job, car tu as choisi IBM contrairement à une start-up». Plusieurs grandes entreprises jouent sur l'instabilité potentielle des start-ups pour bloquer le chemin à leur développement. Nous avons vécu la même chose chez Connect&GO lors de notre arrivée dans le marché des parcs d'attractions : certains clients nous demandaient nos états financiers pour confirmer notre solidité financière et s'assurer que nous serions toujours là dans dix ans.

De ce fait, lorsqu'une prochaine entreprise proposera un produit révolutionnaire, le cynisme risque de se mettre de la partie. « Encore un autre sur Kickstarter qui ne fonctionnera pas » ou « ça va finir comme les autres, on ne mettra pas notre argent là-dessus ». Pourtant, sans ce financement, les entrepreneurs n'auront même pas la chance de leur prouver qu'ils ont tort. Ils devront probablement se résigner à faire un projet moins ambitieux ou se trouver un emploi... Est-ce vraiment ce qu'on souhaite comme société? Personnellement, j'espère que non. Sans risque, pas d'innovation.

Félicitations aux fondatrices!

Les prochaines semaines et mois seront très difficiles pour les deux fondatrices de Tero. Il est fort à parier que cela aura un impact sur leur santé mentale et qu'elles devront bien s'entourer pour passer au travers de cette tempête. Pour ma part, je crois qu'au lieu de leur lancer des pierres, on devrait les féliciter d'avoir réussi à mener un projet aussi ambitieux aussi loin, surtout considérant les circonstances auxquelles elles ont dû faire face. C'était leur premier projet entrepreneurial et c'est déjà tout un accomplissement.

Comme le dit si bien l'entrepreneur en série Jean-Michel Ghoussoub dans son message LinkedIn d'encouragement aux fondatrices de Tero : « Le monde, et le Québec en particulier, fonctionne grâce à des PME menées par des entrepreneurs qui risquent gros, travaillent fort et réussissent rarement à s'enrichir. Tôt ou tard, perdre fait partie du parcours de tout entrepreneur. Ça vient avec le fait de risquer et d'essayer de nouvelles choses. Ce que des salariés ou des fonctionnaires ne peuvent pas comprendre, car ils n'ont pas le courage d'essayer. »

Plutôt de blâmer les entrepreneures qui ont tout donné et qui échouent, pourquoi ne pas leur tendre la main et les aider à se relever, afin de souhaiter qu'elles gardent cette fougue et cette énergie et se lancent dans une prochaine aventure entrepreneuriale, qui elle, aura peut-être plus de chance de réussir et contribuera au succès de la société? Car après tout, c'est en échouant qu'on apprend le plus! Pour ma part, je reste convaincue que les fondatrices de Tero ont énormément appris et qu'on réentendra positivement parler d'elles dans les années à venir!

Si vous aussi êtes un entrepreneur en difficulté en ce moment et que vous avez besoin d'aide, n'hésitez pas à commenter.

Article 2 - Célébrer les entrepreneurs issus des minorités

A. La diversité en entreprise

1. L'importance de la diversité dans les affaires

La diversité est bien plus qu'un simple mot à la mode dans le monde des affaires d'aujourd'hui. Il s'agit d'un outil puissant qui peut stimuler l'innovation, favoriser la créativité et conduire à une [meilleure prise de décision](#). En fait, de nombreuses études ont montré que les entreprises diversifiées ont tendance à surperformer leurs homologues moins diversifiées. Mais que signifie exactement la diversité dans le contexte des affaires ?

2. Adopter différentes perspectives

La diversité dans les affaires fait référence à l'inclusion d'individus issus d'horizons, d'expériences et de cultures différents. Cela inclut, sans toutefois s'y limiter, la race, l'origine ethnique, le sexe, l'âge, l'orientation sexuelle, le handicap et le [statut socio-économique](#). Lorsque les entreprises adoptent la diversité, elles s'ouvrent à une multitude de perspectives et d'idées qui peuvent contribuer à leur succès.

3. Encourager l'innovation et la créativité

L'un des principaux avantages de la diversité dans les entreprises est le potentiel d'innovation et de créativité accrus. Lorsque des personnes d'horizons différents se réunissent, elles apportent avec elles des expériences et des connaissances uniques. Cette diversité de perspectives peut conduire à de nouvelles idées et approches qui n'auraient peut-être pas été envisagées autrement. Par exemple, une équipe composée de personnes issues de différents horizons culturels peut avoir une compréhension plus approfondie des marchés mondiaux et être mieux équipée pour développer des produits ou des services répondant aux divers besoins des clients.

4. Améliorer la prise de décision

Des équipes diversifiées ont également tendance à [prendre de meilleures décisions](#). Lorsque des individus issus d'horizons et de perspectives différents collaborent, ils remettent en question les hypothèses de chacun et encouragent la pensée critique. Cette diversité de pensée peut aider à identifier les angles morts, à réduire la pensée de groupe et à conduire à des processus décisionnels plus éclairés et plus éclairés. Par exemple, une équipe composée de personnes ayant des formations ou des expériences industrielles diverses peut être en mesure d'aborder la résolution de problèmes sous plusieurs angles, conduisant ainsi à des solutions plus efficaces.

5. Refléter la clientèle

Dans le monde d'aujourd'hui de plus en plus globalisé et interconnecté, les entreprises doivent s'efforcer de refléter la diversité de leur clientèle. En adoptant la diversité, les entreprises peuvent mieux comprendre et interagir avec des clients issus d'horizons et de cultures différents. Ils peuvent adapter leurs produits, leurs stratégies marketing et leur [service client pour répondre](#) aux besoins et préférences uniques de divers segments de consommateurs. Par exemple, une entreprise qui célèbre la diversité au sein de son personnel est plus susceptible de comprendre les nuances des différents marchés et d'adapter ses offres en conséquence.

6. Accueillir les entrepreneurs issus de minorités

Lorsque nous parlons de diversité dans les affaires, il est essentiel de célébrer et de valoriser les entrepreneurs issus de minorités. Ces personnes sont souvent confrontées à des défis et à des obstacles uniques dans le monde des affaires. En soutenant et en promouvant activement les entrepreneurs issus de minorités, les

entreprises peuvent contribuer à [uniformiser les règles du jeu](#) et à créer un environnement commercial plus inclusif et équitable.

En conclusion, la diversité n'est pas seulement un impératif moral ; c'est aussi un avantage stratégique. Adopter la diversité dans les entreprises peut conduire à une innovation accrue, à une meilleure prise de décision et à un lien plus profond avec les clients. En célébrant et en soutenant les entrepreneurs issus de minorités, les entreprises peuvent contribuer à une économie plus inclusive et plus prospère pour tous.

B. L'importance de la représentation des minorités

1. Amplifier des voix diverses

La représentation compte. Lorsqu'il s'agit d'entrepreneurs issus de minorités, leur représentation dans le monde des affaires n'est pas seulement une question de diversité et d'inclusion, mais aussi un outil puissant pour stimuler l'innovation et [favoriser la croissance économique](#). En mettant en valeur et en célébrant les réalisations des entrepreneurs issus de minorités, nous pouvons créer une société plus inclusive et plus égalitaire. Voici quelques raisons clés pour lesquelles la représentation des minorités est importante :

2. Inspirer la prochaine génération

Lorsque les entrepreneurs issus de minorités disposent d'une plateforme pour partager leurs histoires, ils deviennent de puissants modèles pour les [aspirants propriétaires d'entreprise](#) de tous horizons. Leurs réussites servent d'inspiration et de motivation aux jeunes qui, traditionnellement, ne se voyaient pas reflétés dans le monde des affaires. En voyant quelqu'un qui leur ressemble réussir, cela ouvre un monde de possibilités et l'encourage à poursuivre ses propres rêves entrepreneuriaux.

Par exemple, pensez à l'impact d'entrepreneurs issus de minorités à succès comme Oprah Winfrey, qui a inspiré d'innombrables personnes, en particulier des femmes de couleur, à croire en leurs propres capacités et à lutter pour la grandeur. Grâce à son empire médiatique, elle a non seulement obtenu un immense succès, mais a également ouvert la voie à d'autres pour suivre ses traces.

3. Stimuler l'innovation et la créativité

Diverses perspectives apportent de nouvelles idées et des approches uniques à la résolution de problèmes. Lorsque les entrepreneurs issus de minorités prennent place à la table, ils apportent une richesse d'expériences, de connaissances culturelles et de façons de penser différentes qui peuvent conduire à des solutions innovantes. En incluant diverses voix dans les processus décisionnels commerciaux, les entreprises

peuvent exploiter un plus large éventail de perspectives, conduisant à des stratégies plus créatives et efficaces.

Par exemple, considérons l'impact des entreprises appartenant à des minorités dans l'industrie de la mode. Des créateurs comme Virgil Abloh, fondateur d'Off-White, et Aurora James, fondatrice de Brother Vellies, ont bousculé les normes traditionnelles et apporté de nouvelles perspectives au monde de la mode. Leurs conceptions innovantes ont non seulement gagné en reconnaissance, mais ont également remodelé l'industrie en adoptant la diversité et l'inclusivité.

4. Aborder les marchés inexploités

Les communautés minoritaires représentent souvent des segments de consommateurs importants qui sont souvent négligés ou mal servis par les entreprises traditionnelles. En ayant des entrepreneurs issus de minorités qui comprennent les besoins et les préférences de ces communautés, les entreprises peuvent exploiter ces marchés inexploités et créer des produits et services qui répondent réellement à leurs besoins.

Prenons par exemple le succès de marques de beauté comme Fenty Beauty, fondée par Rihanna. En adoptant l'inclusivité et en proposant une large gamme de nuances pour toutes les carnations, Fenty Beauty a rapidement gagné une clientèle dévouée et a bouleversé l'industrie de la beauté. Ce succès a démontré la demande de produits inclusifs et a souligné l'importance de [répondre aux divers besoins des consommateurs](#).

En conclusion, la représentation des minorités n'est pas seulement une question d'égalité des chances, mais aussi un facteur crucial pour stimuler l'innovation, inspirer les futurs entrepreneurs et exploiter des marchés inexploités. En célébrant et en amplifiant les voix des entrepreneurs issus de minorités, nous pouvons créer un environnement commercial plus d

C. Surmonter les défis : histoires de résilience

1. Bâtir une entreprise prospère n'est jamais une tâche facile, mais pour les entrepreneurs issus de minorités, le parcours peut être encore plus difficile. Malgré divers obstacles, de nombreux entrepreneurs issus de minorités ont fait preuve d'une résilience et d'une détermination incroyables, surmontant l'adversité et obtenant un succès remarquable. Dans cette section, nous explorerons des histoires inspirantes de résilience et mettrons en évidence les leçons précieuses qui peuvent être tirées de ces personnes.

2. Rencontrez Maria, une entrepreneure latino-américaine qui a fait face à de nombreux [défis sur son chemin vers le succès](#). Ayant grandi dans un quartier à faible revenu, Maria était entourée d'opportunités limitées et était confrontée à la discrimination en raison de son appartenance ethnique. Cependant, elle a refusé de se

laisser définir par ces obstacles. Maria a utilisé ses expériences comme motivation pour [démarrer sa propre entreprise](#), une entreprise de restauration qui célèbre les saveurs et les traditions de sa culture. En embrassant son héritage et en le partageant avec les autres, Maria a non seulement surmonté l'adversité, mais a également créé une entreprise florissante qui célèbre la diversité.

3. Un autre exemple de résilience se trouve dans l'histoire de Malik, un entrepreneur afro-américain confronté à des obstacles systémiques dans le monde des affaires. Malgré le scepticisme et un accès limité au capital, Malik a fondé une start-up technologique qui se concentre sur la fourniture de solutions innovantes aux [communautés mal desservies](#). Grâce à sa persévérance et sa détermination, Malik a non seulement réussi à faire tomber les barrières, mais a également créé une plateforme qui responsabilise les autres et promeut l'inclusivité dans l'industrie technologique.

4. Les histoires de Maria et Malik mettent en évidence le pouvoir de la résilience et de la détermination face à l'adversité. Ces entrepreneurs ont refusé de laisser leur statut minoritaire définir leur potentiel et ont plutôt utilisé leur expérience unique comme catalyseur de réussite. À travers leurs expériences, ils démontrent l'importance d'accepter la diversité dans le monde des affaires et la valeur que les entrepreneurs issus de minorités apportent.

5. Alors, comment les aspirants entrepreneurs issus de minorités peuvent-ils surmonter les défis et cultiver leur résilience ? Un [facteur clé est la création](#) d'un [réseau de soutien solide](#). S'entourer de personnes partageant les mêmes idées et comprenant les défis uniques auxquels sont confrontés les entrepreneurs issus de minorités peut fournir des conseils et des encouragements inestimables. De plus, rechercher des mentors qui ont surmonté avec succès des obstacles similaires peut offrir des informations et des stratégies précieuses pour surmonter l'adversité.

6. Un autre aspect crucial est de maintenir un état d'esprit positif. Il est important de se rappeler que les revers et les échecs font naturellement partie du parcours entrepreneurial. Au lieu de les considérer comme des obstacles, les entrepreneurs issus de minorités qui réussissent les voient comme des [opportunités de croissance et d'apprentissage](#). En maintenant un état d'esprit résilient et en considérant l'échec comme un tremplin vers le succès, les entrepreneurs issus de minorités peuvent surmonter les défis et en sortir plus forts que jamais.

7. Enfin, il est essentiel pour les entrepreneurs issus de minorités de tirer parti de leurs perspectives et expériences uniques. En acceptant leur individualité et en l'intégrant dans leurs stratégies commerciales, ils peuvent exploiter des marchés de niche, créer des solutions innovantes et se connecter avec des bases de clients diverses. Célébrer la diversité non seulement distingue les entrepreneurs issus de minorités, mais favorise également un environnement commercial plus inclusif et dynamique.

En conclusion, les histoires de résilience partagées par les entrepreneurs issus de minorités rappellent avec force la force et la détermination que l'on peut trouver face à l'adversité. En adoptant la diversité, en construisant un réseau de soutien solide, en maintenant un état d'esprit positif et en tirant parti de leurs perspectives uniques, les entrepreneurs issus de minorités peuvent [surmonter les défis et obtenir](#) un succès remarquable. Leurs histoires sont une source d'inspiration pour tous les entrepreneurs, quelle que soit leur origine, et mettent en évidence le pouvoir transformateur de la diversité dans le monde des affaires.

D. L'impact économique des entrepreneurs minoritaires

1. Augmentation de la création d'emplois :

L'un des impacts économiques importants des entrepreneurs issus de minorités est la création d'emplois. Lorsque des individus issus d'horizons divers créent leur entreprise, ils embauchent souvent des employés issus de la communauté locale. Cela conduit à des opportunités d'emploi et à une croissance économique dans la région. Par exemple, une étude menée par la Fondation Kauffman a révélé qu'entre 2007 et 2012, les [entreprises appartenant à des minorités](#) représentaient 72 % des nouveaux emplois nets créés aux États-Unis.

2. Innovation et compétitivité améliorées :

Les entrepreneurs issus de minorités apportent des perspectives et des expériences uniques au monde des affaires, ce qui peut conduire à une innovation et une compétitivité accrues. En introduisant de nouvelles idées, produits et services, ils contribuent au développement économique global de leurs communautés. Par exemple, Chobani, une entreprise prospère de yaourts aux États-Unis, a été fondée par Hamdi Ulukaya, un immigrant turc. Son approche innovante du yaourt grec a perturbé le marché et a propulsé l'entreprise à devenir l'un des [principaux acteurs du secteur](#).

3. Expansion des marchés de consommation :

Les entrepreneurs issus de minorités s'adressent souvent à des marchés mal desservis, ce qui peut conduire à l'expansion des marchés de consommation. En répondant aux besoins et aux préférences de divers segments de clientèle, ces entrepreneurs exploitent des marchés jusque-là inexploités et [créent de nouvelles opportunités](#) de croissance économique. Fenty Beauty, une marque de cosmétiques fondée par Rihanna, en est un exemple. Fenty Beauty a été largement saluée pour sa gamme complète de produits adaptés à une gamme variée de carnations. En reconnaissant et en répondant aux besoins des consommateurs sous-représentés, Fenty Beauty est rapidement devenue une marque valant un milliard de dollars.

4. Création de richesse et autonomisation économique :

Lorsque les entrepreneurs issus de minorités réussissent, ils créent non seulement de la richesse pour eux-mêmes, mais contribuent également à l'autonomisation économique de leurs communautés. En générant des profits et en accumulant des actifs, ils peuvent réinvestir dans leurs entreprises et leurs [initiatives de développement communautaire](#). Cela conduit à son tour à des opportunités économiques accrues et à un niveau de vie plus élevé pour les individus au sein de ces communautés. Un exemple notable est Robert F. Smith, le fondateur de Vista Equity Partners, qui est devenu l'Afro-Américain le plus riche des États-Unis grâce à sa société d'investissement à succès.

5. Modèles de rôle et inspiration :

Les réussites d'entrepreneurs issus de minorités servent de modèles et d'inspiration aux aspirants entrepreneurs issus de milieux similaires. En présentant leurs réalisations, ces entrepreneurs encouragent les autres à poursuivre leurs rêves entrepreneuriaux, conduisant ainsi à la [croissance d'un écosystème commercial](#) plus diversifié et plus dynamique. Par exemple, Madame C.J. Walker, la première femme millionnaire autodidacte aux États-Unis, a inspiré des générations de femmes afro-américaines à devenir entrepreneurs et à briser les barrières dans leurs secteurs respectifs.

En conclusion, l'impact économique des entrepreneurs minoritaires est indéniable. De la création d'emplois et de l'innovation à l'expansion des marchés de consommation et à la création de richesses, leurs contributions [stimulent la croissance économique](#) et responsabilisent les communautés. En célébrant et en soutenant les entrepreneurs issus de minorités, nous pouvons [exploiter le pouvoir de la diversité](#) pour créer un paysage commercial plus inclusif et plus prospère.

E. Briser les stéréotypes : briser les plafonds de verre

1. Surmonter les préjugés sexistes : les femmes occupant des postes de direction

L'un des stéréotypes les plus répandus dans le monde des affaires est que les femmes ne sont pas aptes à occuper des postes de direction. Cependant, il existe d'innombrables exemples de femmes qui ont brisé ce plafond de verre et ont eu un impact significatif dans leurs secteurs respectifs.

Par exemple, Indra Nooyi, ancienne PDG de PepsiCo, est un excellent exemple de femme qui a défié les stéréotypes de genre. Au cours de son mandat, elle a transformé PepsiCo en l'une des principales sociétés mondiales d'aliments et de boissons. Le leadership et les stratégies innovantes de Nooyi ont non seulement stimulé la [croissance entreprise](#), mais ont également inspiré d'innombrables femmes à travers le monde à poursuivre leurs rêves d'entrepreneuriat.

2. Briser les barrières raciales : les entrepreneurs issus de minorités font leur marque

Les entrepreneurs issus de minorités ont également été confrontés à leur part de stéréotypes et d'obstacles. Cependant, nombreux sont ceux qui ont réussi à surmonter ces défis et à obtenir des succès remarquables.

Prenons l'exemple d'Elon Musk, le PDG de Tesla et SpaceX. Musk, né en Afrique du Sud, a été confronté à de nombreux obstacles tout au long de son parcours entrepreneurial. Malgré cela, il a persévéré et a révolutionné l'industrie de la voiture électrique avec Tesla et redéfini l'exploration spatiale avec SpaceX. Les réalisations de Musk démontrent non seulement le pouvoir de la diversité dans les affaires, mais mettent également en évidence l'immense potentiel que possèdent les entrepreneurs issus de minorités.

3. Combattre l'âgisme : les jeunes entrepreneurs ouvrent la voie

Un autre stéréotype qui freine souvent les aspirants entrepreneurs est la conviction que le succès est réservé à ceux qui ont des années d'expérience. Cependant, les jeunes entrepreneurs ont prouvé à maintes reprises que l'âge n'est qu'un chiffre.

Mark Zuckerberg, co-fondateur de Facebook, est un parfait exemple de jeune entrepreneur qui a défié les stéréotypes liés à l'âge. Zuckerberg a lancé Facebook depuis sa chambre d'étudiant et l'a transformé en l'une des [plateformes de médias sociaux](#) les plus influentes au monde. Son succès a non seulement brisé l'idée selon laquelle les jeunes entrepreneurs manquent d'expérience pour diriger, mais il a également inspiré une nouvelle génération d'aspirants dirigeants d'entreprise.

4. [surmonter les préjugés liés](#) au handicap : les entrepreneurs handicapés font la différence

Les entrepreneurs handicapés sont confrontés à des [défis uniques dans le monde des affaires](#). Cependant, nombreux sont ceux qui ont réussi à surmonter ces obstacles et à exceller dans leurs domaines de prédilection.

Sir Richard Branson, fondateur du groupe Virgin, en est un exemple. Branson, qui souffre de dyslexie, a rencontré des difficultés dans les milieux éducatifs traditionnels. Cependant, il ne s'est pas laissé définir par son handicap. Au lieu de cela, il a exploité ses atouts et construit un empire diversifié englobant diverses industries, notamment les compagnies aériennes, la musique et les télécommunications. Le succès de Branson témoigne du fait que le handicap ne devrait jamais être un obstacle à la réussite entrepreneuriale.

En conclusion, [briser les stéréotypes et briser les plafonds de verre](#) est crucial pour promouvoir la diversité dans les entreprises. Les exemples mentionnés ci-dessus mettent en lumière les réalisations remarquables d'individus qui ont défié les attentes de la société et prouvé que la diversité est un atout puissant dans l'entrepreneuriat. En célébrant et en soutenant les entrepreneurs issus de minorités, nous pouvons créer un paysage commercial plus inclusif et plus prospère pour tous.

F. La diversité comme catalyseur de l'innovation

1. Élargir les perspectives

La diversité au sein d'une entreprise rassemble des individus ayant des parcours, des expériences et des perspectives uniques. Cette diversité de pensée peut servir de catalyseur à l'innovation en remettant en question les modes de pensée et de résolution de problèmes traditionnels. Lorsque des personnes issues de milieux culturels, ethniques et socio-économiques différents se réunissent, elles apportent avec elles une richesse de connaissances et des manières diverses d'aborder les défis.

Prenons par exemple une start-up technologique qui développe une [nouvelle application mobile](#). Une équipe composée de personnes d'origines ethniques et de groupes d'âge différents peut avoir des points de vue différents sur la manière dont l'application doit être conçue et commercialisée. Cette diversité d'opinions peut conduire à des solutions plus créatives et à une meilleure compréhension du public cible, aboutissant finalement à un produit plus performant.

2. Encourager la créativité et la réflexion originale

La [diversité sur le lieu de travail](#) encourage les employés à [sortir des sentiers battus](#) et à explorer de nouvelles idées. Lorsque des personnes issues d'horizons différents collaborent, elles apportent une variété de compétences, de connaissances et d'expériences. Cette diversité peut stimuler la créativité et conduire à des approches innovantes qui n'auraient peut-être pas été envisagées autrement.

Par exemple, une équipe marketing composée de personnes issues de divers horizons culturels peut proposer des campagnes marketing nouvelles et sensibles à la culture qui [trouvent un écho auprès d'un public](#) plus large. En intégrant différentes perspectives, l'équipe peut exploiter des marchés jusqu'alors inexploités et acquérir un avantage concurrentiel.

3. [favoriser une culture de collaboration](#) et d'apprentissage

Les équipes diversifiées favorisent souvent une culture de collaboration et d'apprentissage, dans la mesure où les individus apportent leur expertise et leurs idées uniques. Lorsque les membres de l'équipe se sentent valorisés et respectés pour leurs

différences, ils sont plus susceptibles de partager ouvertement leurs idées et de contribuer à la connaissance collective du groupe.

Par exemple, un cabinet de conseil composé d'employés issus de formations et d'expériences professionnelles diverses peut [tirer parti de sa diversité](#) d'expertise pour proposer des solutions complètes et innovantes à ses clients. Les compétences et connaissances uniques de chaque membre de l'équipe contribuent au succès global du projet, favorisant une culture de collaboration et d'apprentissage continu.

4. Améliorer les capacités de résolution de problèmes

La présence de perspectives diverses au sein d'une entreprise peut améliorer les capacités de résolution de problèmes. Face à des défis complexes, une équipe diversifiée peut s'appuyer sur ses expériences et approches variées pour [trouver des solutions créatives](#). Différentes façons de penser peuvent conduire à une compréhension plus globale du problème et au développement de stratégies innovantes.

Prenons, par exemple, une entreprise manufacturière qui s'efforce de réduire les déchets dans ses processus de production. Une équipe diversifiée composée de personnes provenant de différents départements, tels que les opérations, l'ingénierie et le développement durable, peut aborder le problème sous différents angles. L'équipe peut identifier des méthodes innovantes pour rationaliser les opérations, [optimiser l'utilisation des ressources](#) et [minimiser l'impact environnemental](#), ce qui entraînera des économies de coûts et un modèle commercial plus durable.

En conclusion, la diversité au sein d'une entreprise sert de catalyseur à l'innovation en élargissant les perspectives, en encourageant la créativité et la pensée originale, en favorisant une culture de collaboration et d'apprentissage et en améliorant les capacités de résolution de problèmes. En adoptant la diversité, les entreprises peuvent exploiter tout le potentiel de leurs employés, ce qui conduit à davantage d'innovation et de réussite.

G. Autonomiser les communautés sous-représentées : soutenir les entrepreneurs issus de minorités

1. Accès au capital et aux ressources :

L'un des défis majeurs auxquels sont confrontés les entrepreneurs issus de minorités est l'accès limité au capital et aux ressources. Cela peut être attribué à divers facteurs, notamment des désavantages historiques, des préjugés systémiques et le manque de réseaux. Cependant, responsabiliser les communautés sous-représentées implique de leur fournir les ressources financières et le soutien nécessaires pour [démarrer et développer leur entreprise](#).

Par exemple, des organisations comme la Minority Business Development Agency (MBDA) aux États-Unis accordent des subventions et des prêts aux entrepreneurs issus de minorités, les aidant ainsi à [comblar le déficit de financement](#). De plus, les organisations communautaires et les [sociétés de capital-risque](#) axées sur le soutien aux entreprises appartenant à des minorités proposent des programmes de mentorat, des ressources de développement commercial et des opportunités de réseautage.

2. Éducation et formation :

Donner du pouvoir aux entrepreneurs issus de minorités nécessite également de les doter des connaissances et des compétences nécessaires pour [prospérer dans le monde des affaires](#). De nombreuses communautés sous-représentées n'ont pas accès à des programmes d'éducation et de formation de qualité qui peuvent les aider à bâtir une base solide pour leurs efforts entrepreneuriaux.

Pour combler cette lacune, des initiatives telles que des ateliers axés sur l'entrepreneuriat, des cours en ligne et des incubateurs d'entreprises sont mises en place pour offrir une formation et un mentorat aux aspirants entrepreneurs issus de minorités. Par exemple, le Centre d'entrepreneuriat de la National Urban League propose un programme complet qui couvre tout, de la planification d'entreprise à la gestion financière, donnant aux entrepreneurs issus de minorités les outils dont ils ont besoin pour réussir.

3. Réseautage et collaboration :

Le réseautage et la collaboration jouent un rôle crucial dans le succès de toute entreprise, et les entrepreneurs issus de minorités sont souvent confrontés à des obstacles pour accéder aux bons réseaux et [établir des liens significatifs](#). Donner du pouvoir aux communautés sous-représentées implique de créer des plateformes et des opportunités permettant aux entrepreneurs issus de minorités de se connecter avec des leaders du secteur, des clients potentiels et des personnes partageant les mêmes idées.

Par exemple, les associations d'entreprises minoritaires, les conférences industrielles et les événements de réseautage s'adressent spécifiquement aux entrepreneurs issus de minorités, leur offrant un environnement favorable pour nouer des relations et explorer des opportunités de collaboration. De plus, les plateformes en ligne et les communautés de médias sociaux axées sur l'entrepreneuriat minoritaire permettent aux entrepreneurs de se connecter et de partager virtuellement des ressources, éliminant ainsi les barrières géographiques.

4. Politique et plaidoyer :

Les efforts politiques et de plaidoyer sont essentiels pour [autonomiser les communautés sous-représentées](#) et soutenir les entrepreneurs issus de minorités. Les gouvernements et les organisations doivent reconnaître les défis uniques auxquels

sont confrontés les entrepreneurs issus de minorités et œuvrer à la création de [règles du jeu équitables](#).

Parmi les exemples d'initiatives politiques figurent les programmes réservés aux minorités, qui attribuent un certain pourcentage de contrats gouvernementaux à des entreprises appartenant à des minorités, ainsi que les exigences de diversité et d'inclusion pour les achats des entreprises. Ces politiques contribuent à [créer des opportunités pour les entrepreneurs](#) issus de minorités de concourir pour des contrats et d'accéder à des marchés plus vastes.

Outre les changements politiques, les groupes de défense et les organisations axés sur l'entrepreneuriat minoritaire jouent un rôle essentiel dans la sensibilisation et la promotion des besoins et des intérêts des communautés sous-représentées. Ils s'engagent dans des efforts de lobbying, de recherche et de sensibilisation communautaire pour influencer les décideurs politiques et créer un environnement commercial plus inclusif.

Autonomiser les communautés sous-représentées et soutenir les entrepreneurs issus de minorités n'est pas seulement une question de justice sociale, mais aussi une stratégie économique solide. En offrant un accès au capital, à l'éducation, à des opportunités de réseautage et en plaidant en faveur de changements politiques, nous pouvons créer un paysage commercial plus diversifié et inclusif qui profite à tous.

H. Histoires de réussite : des entrepreneurs pionniers issus de minorités

1. Oprah Winfrey : [briser les barrières et inspirer](#) des millions de personnes

Oprah Winfrey est une entrepreneure pionnière qui a eu un impact significatif sur l'industrie des médias. Elle a commencé sa carrière en tant que présentatrice de nouvelles locales et a finalement animé son propre talk-show, "The Oprah Winfrey Show", qui est devenu l'un des programmes télévisés les mieux notés de l'histoire.

Bien qu'elle soit confrontée à de nombreux défis en tant que femme noire dans une industrie à prédominance blanche, Winfrey ne s'est jamais laissé décourager de poursuivre ses rêves. Elle a utilisé sa plateforme pour aborder des problèmes sociaux importants et responsabiliser ses téléspectateurs. Aujourd'hui, elle est non seulement une magnat des médias à succès, mais aussi une philanthrope, actrice et productrice.

2. Elon Musk : révolutionner plusieurs industries

Elon Musk, PDG de Tesla, SpaceX et Neuralink, est un excellent exemple d'entrepreneur minoritaire qui a eu un impact significatif dans plusieurs secteurs. Né en Afrique du Sud, Musk a déménagé aux États-Unis pour poursuivre ses ambitions entrepreneuriales.

Grâce à ses entreprises, Musk a révolutionné l'industrie de la voiture électrique, les voyages spatiaux et la neurotechnologie. Malgré de nombreux revers et critiques, il est resté déterminé

et a obtenu des succès remarquables. La capacité de Musk à sortir des sentiers battus et à [remettre en question les normes](#) traditionnelles a fait de lui l'un des entrepreneurs les plus influents de notre époque.

3. Arianna Huffington : redéfinir les médias et le bien-être

Arianna Huffington, cofondatrice du Huffington Post et de Thrive Global, est une entrepreneure gréco-américaine qui a redéfini le paysage médiatique et l'industrie du bien-être. Elle a reconnu la nécessité d'un nouveau type de média axé sur un journalisme de qualité et des perspectives diverses.

L'engagement de Huffington à promouvoir le bien-être et l'équilibre travail-vie personnelle est évident dans sa création de Thrive Global, une entreprise qui fournit des outils et des ressources pour aider les individus à réduire leur stress et à améliorer leur bien-être général. Son succès en tant qu'entrepreneur et défenseur du bien-être personnel a fait d'elle un modèle pour les [futurs chefs d'entreprise](#).

4. Daymond John : Donner du pouvoir aux entrepreneurs grâce à la mode

Daymond John, mieux connu comme l'un des « requins » de la populaire émission télévisée « Shark Tank », est un entrepreneur afro-américain qui s'est fait un nom dans l'industrie de la mode. Il est le fondateur de FUBU, une entreprise de vêtements qui a gagné en popularité dans les années 1990.

Le succès de John en tant qu'entrepreneur s'étend au-delà de ses propres entreprises. Grâce à ses apparitions dans « Shark Tank », il a investi et encadré de nombreuses entreprises appartenant à des minorités, les aidant à atteindre leurs [objectifs et à réaliser leurs rêves](#) entrepreneuriaux. Son dévouement à responsabiliser les autres a eu un impact durable sur le monde des affaires.

Conclusion:

Ces [histoires de réussite d'entrepreneurs](#) pionniers appartenant à des minorités démontrent le pouvoir de la diversité dans les affaires. Malgré des défis uniques, ces personnes ont brisé les barrières et obtenu des succès remarquables dans leurs secteurs respectifs. Leurs histoires servent d'inspiration aux aspirants entrepreneurs, démontrant qu'avec de la détermination, de l'innovation et une solide éthique de travail, n'importe qui peut surmonter les obstacles et avoir un impact significatif dans le monde des affaires.

I. Le rôle du mentorat et du réseautage dans le soutien à la diversité en entreprise

1. Fournir des conseils et un soutien : le mentorat joue un rôle crucial dans le soutien à la diversité dans les entreprises. En mettant en relation des entrepreneurs issus de minorités avec des mentors expérimentés qui ont fait face à des défis similaires et les ont surmontés, les programmes de mentorat contribuent à combler le déficit de connaissances et fournissent des conseils et un soutien. Par exemple, des organisations comme SCORE et le National Minority Supplier Development Council (NMSDC) proposent des programmes de mentorat qui associent des entrepreneurs issus de minorités à des professionnels chevronnés qui peuvent fournir des informations et des conseils précieux.

2. Favoriser le développement des compétences : le mentorat joue également un rôle important dans la promotion du [développement des compétences chez les entrepreneurs](#) issus de minorités. Grâce à des relations de mentorat individuelles, les entrepreneurs peuvent apprendre de l'expertise et de l'expérience de leurs mentors, acquérant ainsi des compétences et des connaissances précieuses qui ne seraient peut-être pas facilement accessibles autrement. Les programmes de mentorat se concentrent souvent sur des domaines tels que le leadership, la planification stratégique, la gestion financière, le marketing et le réseautage, aidant ainsi les entrepreneurs issus de minorités à développer les compétences nécessaires pour réussir en affaires.

3. Élargir les réseaux et les opportunités : Le réseautage est un autre facteur essentiel pour soutenir la diversité dans les entreprises. En connectant les entrepreneurs issus de minorités à un réseau diversifié de professionnels et de leaders de l'industrie, les événements et programmes de réseautage offrent des opportunités de collaboration, de partenariats et de [croissance entreprise](#). Par exemple, des conférences d'affaires axées sur les minorités, comme la conférence du National Minority Supplier Development Council (NMSDC) et la conférence de la National Black MBA Association, offrent aux entrepreneurs des plates-formes leur permettant d'élargir leurs réseaux, d'apprendre des experts du secteur et d'explorer des opportunités commerciales potentielles.

4. Créer une communauté de soutien : le mentorat et le réseautage contribuent également à [créer une communauté de soutien](#) pour les entrepreneurs issus de minorités. [faire partie d'une communauté](#) qui comprend et partage des expériences similaires peut procurer un sentiment d'appartenance et d'autonomisation. Grâce à des programmes de mentorat et à des événements de réseautage, les entrepreneurs issus de minorités peuvent se connecter avec des personnes partageant les mêmes idées, partager des connaissances, demander des conseils et établir des relations qui peuvent servir de système de soutien tout au long de leur parcours entrepreneurial.

5. Surmonter les obstacles et les stéréotypes : les initiatives de mentorat et de réseautage peuvent contribuer à éliminer les obstacles et à [remettre en question les stéréotypes](#) qui peuvent entraver la diversité dans les entreprises. En offrant aux entrepreneurs issus de minorités l'accès à des mentors qui ont surmonté avec succès des défis similaires, ces programmes contribuent à dissiper l'idée selon laquelle certains groupes sont moins capables ou moins qualifiés pour réussir en entreprise. De plus, les événements de réseautage qui rassemblent divers professionnels peuvent remettre en question les idées préconçues et favoriser un environnement commercial plus inclusif.

En conclusion, le mentorat et le réseautage jouent un rôle essentiel dans le soutien à la diversité en entreprise. En fournissant des conseils, en favorisant le développement des compétences, en élargissant les réseaux, en créant une communauté de soutien et

en éliminant les obstacles et les stéréotypes, ces initiatives permettent aux entrepreneurs issus de minorités de prospérer dans le monde des affaires. Grâce à des programmes de mentorat et à des événements de réseautage, nous pouvons célébrer et soutenir les contributions des entrepreneurs issus de minorités, créant ainsi un paysage commercial plus inclusif et diversifié.

J. Créer des espaces de travail inclusifs : bâtir des équipes plus fortes

1. Favoriser une culture de respect et d'acceptation

Créer un espace de travail inclusif commence par favoriser une culture de respect et d'acceptation. Cela signifie promouvoir une communication ouverte, encourager la diversité des perspectives et valoriser les contributions uniques de chaque membre de l'équipe. Par exemple, les entreprises peuvent [mettre en œuvre des programmes](#) de formation sur la diversité pour sensibiliser les employés aux préjugés inconscients et promouvoir l'empathie et la compréhension.

2. Offrir des chances égales de croissance et de développement

Pour bâtir des équipes plus solides, il est crucial d'offrir des chances égales de croissance et de développement à tous les employés, quelle que soit leur origine. Cela peut inclure l'offre de programmes de mentorat, d'initiatives de formation et d'évaluations de performances prenant en compte les paramètres de diversité et d'inclusion. En investissant dans le développement professionnel de tous les membres de l'équipe, les entreprises peuvent garantir que chacun a des chances égales de réussir et de contribuer au succès global de l'équipe.

3. Créer des groupes de ressources pour les employés

Les groupes de ressources pour les employés (ERG) peuvent jouer un rôle important dans la création d'un espace de travail inclusif. Ces groupes offrent une plateforme permettant aux employés d'horizons divers de se rassembler et de se soutenir mutuellement. Par exemple, une entreprise pourrait créer un GRE pour les femmes occupant des postes de direction, les employés LGBTQ+ ou les personnes issues de différentes origines ethniques. Ces groupes peuvent procurer un sentiment d'appartenance, promouvoir le réseautage et offrir des opportunités de [croissance personnelle et professionnelle](#).

4. Établir des pratiques d'embauche diversifiées

La constitution d'équipes diversifiées commence par des pratiques d'embauche diversifiées. Au lieu de s'appuyer sur des méthodes de recrutement traditionnelles qui risquent de perpétuer par inadvertance des préjugés, les entreprises peuvent adopter des stratégies inclusives pour attirer un plus large éventail de candidats. Par exemple,

les organisations pourraient s'associer à des organisations communautaires qui se concentrent sur les talents issus de minorités, mettre en œuvre des techniques de recrutement à l'aveugle ou utiliser divers panels d'entretien pour garantir un processus de sélection juste et impartial.

5. Encouragez la collaboration et le travail d'équipe

Créer un espace de travail inclusif n'est pas seulement une question de diversité ; il s'agit également de [favoriser la collaboration et le travail d'équipe](#). Les entreprises peuvent encourager la collaboration interfonctionnelle et créer des opportunités permettant aux employés de travailler dans des équipes diversifiées. Cela permet à des individus d'horizons différents de partager leurs points de vue uniques, d'apprendre les uns des autres et de nouer des relations plus solides. En valorisant le travail d'équipe et la collaboration, les entreprises peuvent exploiter le pouvoir de la diversité pour stimuler l'innovation et obtenir de meilleurs résultats.

6. Célébrer et reconnaître la diversité

Enfin, il est important de célébrer et de reconnaître la diversité sur le lieu de travail. Cela peut inclure la mise en valeur des réalisations et des contributions des employés issus de minorités, la présentation de divers modèles et la célébration d'événements culturels et de vacances. En reconnaissant et en appréciant la diversité au sein de l'équipe, les entreprises peuvent créer un sentiment d'inclusion et faire en sorte que tous les employés se sentent valorisés et respectés.

En conclusion, [créer des espaces de travail](#) inclusifs est essentiel pour bâtir des équipes plus solides. En favorisant une culture de respect, en offrant des chances égales, en créant des groupes de ressources pour les employés, en adoptant des pratiques d'embauche diversifiées, en encourageant la collaboration et en célébrant la diversité, les entreprises peuvent exploiter le pouvoir de la diversité et créer un environnement dans lequel tous les membres de l'équipe peuvent s'épanouir.

K. L'avenir de la diversité dans l'entrepreneuriat

1. Représentation croissante dans l'entrepreneuriat

L'un des aspects les plus prometteurs de l'avenir de la diversité dans l'entrepreneuriat est la représentation croissante des entrepreneurs issus de minorités. À mesure que le monde devient de plus en plus interconnecté, les barrières à l'entrée dans le monde des affaires sont supprimées, offrant ainsi une plus grande opportunité aux personnes issues de divers horizons de démarrer leur propre entreprise. Par exemple, ces dernières années, le nombre d'entreprises appartenant à des femmes n'a cessé

d'augmenter, les femmes représentant désormais près de 40 % de toutes les [entreprises rien qu'aux États-Unis](#).

2. Adopter les différences culturelles pour l'innovation

À l'avenir, nous pouvons nous attendre à ce que l'on mette davantage l'accent sur la prise en [compte des différences culturelles](#) dans l'entrepreneuriat. La diversité apporte une gamme de perspectives, d'expériences et d'idées qui peuvent conduire à des solutions innovantes et à de nouvelles approches face aux défis commerciaux. Par exemple, des entreprises comme Spotify ont prospéré en créant des équipes diversifiées rassemblant des individus issus de différents horizons culturels, créant ainsi un [environnement de travail plus inclusif](#) et créatif.

3. Accès aux ressources et au support

Un autre aspect important de l'avenir de la diversité dans l'entrepreneuriat est l'accès accru aux [ressources et au soutien pour les entrepreneurs](#) issus de minorités. De nombreuses organisations et initiatives ont été lancées pour fournir un financement, un mentorat et une formation spécifiquement destinés aux groupes sous-représentés. Par exemple, la [Small Business Administration](#) (SBA) aux États-Unis propose des programmes et des subventions spécifiquement destinés aux entreprises appartenant à des minorités, contribuant ainsi à uniformiser les règles du jeu et à offrir des opportunités de réussite.

4. Briser les stéréotypes et les préjugés

À mesure que nous avançons, il est crucial de continuer à éliminer les stéréotypes et les préjugés qui peuvent entraver la progression de la diversité dans l'entrepreneuriat. Lutter contre les préjugés inconscients et promouvoir des pratiques de recrutement inclusives peuvent contribuer à [créer un vivier de talents](#) plus diversifié, ce qui conduit à des entreprises plus diversifiées et plus prospères. Des entreprises comme Google ont mis en place des programmes de formation sur les préjugés inconscients pour s'attaquer de front à ces problèmes et favoriser un environnement de travail plus inclusif.

5. Collaboration et partenariats

L'avenir de la diversité dans l'entrepreneuriat réside également dans la collaboration et les partenariats entre entrepreneurs d'horizons différents. En travaillant ensemble, les individus peuvent tirer parti de leurs atouts et de leurs réseaux uniques pour créer des entreprises à fort impact. Un exemple inspirant en est la collaboration entre Jessica Alba, Brian Lee et Christopher Gavigan, fondateurs de The Honest Company. L'entreprise, qui se concentre sur la création de [produits sûrs et respectueux de l'environnement](#), a prospéré grâce à la diversité des expertises et des perspectives apportées par ses cofondateurs.

En conclusion, l'avenir de la diversité dans l'entrepreneuriat est très prometteur. Augmenter la représentation, accepter les différences culturelles, donner accès aux ressources, briser les stéréotypes et favoriser la collaboration sont des facteurs clés qui façonneront le futur paysage de l'entrepreneuriat. En célébrant et en soutenant les entrepreneurs issus de minorités, nous pouvons créer un écosystème commercial plus inclusif et innovant qui profite à tous.

Après avoir lu ces deux articles, pensez-vous que les entrepreneurs sont des héros des temps modernes ?

1. Quelles sont les qualités personnelles ou les traits de caractère d'un héros ?

1. Le caractère est la nature de la personnalité morale d'un individu qui s'exprime par son comportement et ses actions.
2. Les traits de caractère généralement associés aux héros sont les suivants
 - Courage
 - La bravoure
 - Leadership fort
 - Vision
 - Sagesse
 - Honnêteté
 - Conviction de principe
 - Intégrité pour défendre ce qui est juste
 - Persévérance face aux défis
 - Capacité à inspirer

2. Qu'est-ce qu'un entrepreneur ?

1. Un entrepreneur est quelqu'un qui découvre un besoin non satisfait et y répond en produisant de la valeur pour les autres membres de la communauté et pour lui-même.
2. Les entrepreneurs sont des innovateurs et des résolveurs de problèmes.

3. Pensez-vous que les entrepreneurs sont des héros ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

1. Le professeur Matias estime que les entrepreneurs devraient être considérés comme des héros.
2. Être un entrepreneur qui réussit, c'est répondre aux besoins des membres de sa communauté.

4. Quels types d'actions les entrepreneurs entreprennent-ils pour répondre aux besoins des membres de la communauté ? Comment les entrepreneurs améliorent-ils la situation de la société ?

1. Les entrepreneurs créent de la richesse et des emplois.
2. Ils créent les choses que les gens veulent et dont ils ont besoin.
3. Les entrepreneurs qui réussissent créent également d'autres emplois générateurs de valeur.
4. L'esprit d'entreprise est la clé de la croissance économique.
5. Selon le professeur Matias, les sociétés entrepreneuriales sont également plus ouvertes au progrès et à l'innovation

5. Pouvez-vous citer quelques exemples d'entrepreneurs ? Avez-vous un entrepreneur préféré ?

Les entrepreneurs ont créé de nombreuses entreprises de renom :

- Fred Smith (FedEx)
- Michael Dell (Dell)
- Larry Page et Sergey Brin (Google)
- Bill Gates (Microsoft)
- Mark Zuckerberg (Facebook)
- Amine Chouaib (Chifco)
- Youssef El Hammal (Stagiaires.ma)
- Walid Sultan Midani (Digital Mania)
- Walid El Alaoui Mrani (Azur Systems)
- Youssef Hassar (MesCadeaux.ma)

L'article [Les 30 Jeunes Entrepreneurs Africains Les Plus Prometteurs En 2018](#) vous permettra de découvrir d'autres entrepreneurs du continent africain, [Informations et conseils en ligne : 5 experts caribéens à suivre pour les entrepreneurs](#) pour les caraïbes et [Haïti - Économie : 4 Entrepreneurs haïtiens au « Global Entrepreneurship Summit »](#) pour Haïti.

N'oubliez pas non plus les petites entreprises :

- L'homme ou la femme qui a lancé la collecte de vêtements ou la banque alimentaire locale est un entrepreneur.
- Le coiffeur local, le comptable, le professeur de piano, le mécanicien ou le professeur particulier de mathématiques sont également des entrepreneurs.

6. Que signifie créer de la richesse ?

1. La richesse est une mesure de la valeur des biens économiques. La richesse n'existe pas naturellement dans le monde. Tous les biens que nous voulons et dont nous avons besoin doivent être créés, produits, arrangés, conditionnés, récoltés ou rassemblés avant que nous puissions en profiter.
2. Le processus d'organisation des ressources pour satisfaire les désirs et les besoins des gens est la création de valeur. Les entrepreneurs jouent un rôle clé dans le processus de création de valeur

1.1.B - Effectuez l'activité suivante et préparez-vous à partager vos résultats [20 min] :

Activité: Le Défi du Héros Entrepreneur

Pour cette activité, prenez 5 minutes pour sélectionner et évaluer un entrepreneur selon ses vertus héroïques. Consacrez 15 minutes à la réflexion sur vos résultats.

1. Écrivez le nom d'un entrepreneur (ou d'une entreprise créée par un entrepreneur) que vous considérez comme un héros. Qu'a fait cette personne pour améliorer le monde ?

2. Vous trouverez ci-dessous un tableau énumérant certaines caractéristiques que les héros sont généralement censés posséder. Pour chaque vertu héroïque, notez l'entrepreneur que vous avez choisi sur une échelle de 1 à 10 (1 étant la valeur la plus faible et 10 la valeur la plus élevée). Préparez-vous à expliquer pourquoi vous avez choisi cette note.

Vertus héroïques	(Points 1 - 10)
1. Bravoure et courage	
1. Confiance	
1. Honnêteté et intégrité	
1. Passion et inspiration	
1. Objectif productif	
1. Créativité et vision (sortir des sentiers battus)	
1. Sagesse et bon jugement	
1. Optimisme	
1. Leadership	
1. Persévérance et persistance (ne jamais abandonner)	
Nombre total de points	

3.Examinez maintenant vos réponses et trouvez le score total du héros pour l'entrepreneur sélectionné. Quel est son degré d'héroïsme ? Dans quels domaines a-t-il obtenu un score très élevé ? Faibles ?

Nombre total de points

- 100-90 : Héros de l'entreprise !
- 89-75 : Héros en devenir
- 74-60 : Héros potentiel
- 59 - 0 : Ne rien lâcher

Prenez quelques minutes pour y réfléchir.

1.1.C - Regardez les vidéos suivantes

1.1.C.1. Il s'agit de créer une entreprise en tant que jeunes femmes et étudiants au Sénégal en recyclant des pneus usagés : [Lancer une entreprise à partir de rien ! - jeunes entrepreneurs du Sénégal](#)

1.1.C.2. [Les caractéristiques de l'entrepreneur qui réussit - Oussama Ammar](#)

1.1.D - Autoformation : Familiarisez-vous avec les mots de vocabulaire ci-dessous et lisez l'article suivant. Utilisez les questions ci-dessous pour guider votre lecture [15 min] :

L'entrepreneur sur le chemin de l'héroïsme

[Pourquoi les entrepreneurs sont-ils rarement considérés comme des héros ?](#)

Dwight Lee et Candace Allen (FEE.org)

- Dans notre monde moderne, les créateurs de richesse - les entrepreneurs - empruntent réellement la voie héroïque et sont tout aussi audacieux et téméraires que les héros mythiques qui ont combattu les dragons et vaincu le mal. Avec des vertus conventionnelles, l'entrepreneur parcourt les trois étapes du voyage classique du héros pour atteindre des résultats non conventionnels et devrait servir de modèle d'inspiration et d'orientation pour les autres qui le suivent".

Que veux-tu faire quand tu seras grand ? est une question que les adultes posent régulièrement à chacun d'entre nous lorsque nous sommes jeunes. Généralement, dès l'enfance, nous nous imaginons devenir comme ceux dont nous respectons les réalisations ou dont nous admirons les qualités. À une époque où les sportifs, les personnalités d'Hollywood, les musiciens et même les hommes politiques se disputent le cœur des jeunes, pourquoi ne pas honorer ceux d'entre nous qui fournissent l'énergie et la force derrière la main invisible du progrès économique ?

Les entrepreneurs sont en fait des figures héroïques, et leurs réalisations méritent d'être célébrées. Nous sommes tous mieux lotis parce que les entrepreneurs ont eu la volonté de tenter ce que d'autres savaient impossible, puis de persister face à l'adversité. Leurs visions dépassent les horizons existants et finissent par étendre le domaine du réaliste, transformant les rêves d'une génération en nécessités pour la génération suivante.

Qui sont les héros ?

Qui est un héros ? Pour certains, un héros représente une personne qui incarne des valeurs ancestrales telles que l'honnêteté, l'intégrité, le courage et la bravoure. Pour d'autres, un héros est quelqu'un d'inébranlable ou qui donne le bon exemple. Pour beaucoup, être un héros signifie se sacrifier, y compris la vie elle-même, pour le bien d'autrui. De plus en plus, de nombreuses personnes considèrent comme héroïques ceux qui gagnent simplement en notoriété ou en attention.

Cependant, Joseph Campbell, expert en mythologie mondiale, trouverait probablement toutes ces définitions incomplètes. Campbell soutient que chaque société célèbre les héros et, ce faisant, honore le passé, dynamise le présent et façonne l'avenir. En étudiant la plupart des cultures connues, Campbell a découvert que, bien que les détails de la voie héroïque changent avec le temps, le voyage typique du héros peut être retracé en trois étapes. Selon nous, l'entrepreneur passe par ces trois étapes.

La première étape consiste à quitter ce qui est familier et confortable pour aller vers l'inconnu, à risquer l'échec et la perte pour atteindre un but ou une idée plus importante. La deuxième étape consiste à rencontrer des difficultés et des défis, et à rassembler le courage et la force nécessaires pour les surmonter. La troisième étape est le retour à la communauté avec quelque chose de nouveau ou de meilleur que ce qui existait auparavant. En fin de compte, le héros est le représentant de la nouveauté, le fondateur d'une nouvelle ère, d'une nouvelle religion, d'une nouvelle ville ou d'un nouveau mode de vie qui améliore la situation des gens et du monde.

Le héros entrepreneurial moderne

Dans notre monde moderne, les créateurs de richesse - les entrepreneurs - empruntent réellement la voie héroïque et sont tout aussi audacieux et téméraires que les héros mythiques qui ont combattu les dragons et vaincu le mal. Avec des vertus

conventionnelles, l'entrepreneur parcourt les trois étapes du voyage classique du héros pour atteindre des résultats non conventionnels et devrait servir de modèle d'inspiration et de guide pour ceux qui le suivent.

Au cours de la première étape du voyage héroïque, l'entrepreneur s'aventure hors du monde des habitudes et des normes acceptées. Il affirme : "Il y a une meilleure façon de faire, et je vais la trouver ! Contrairement à ceux qui sont accablés par les défis de leur monde immédiat, l'entrepreneur est un optimiste, capable de voir ce qui *pourrait* être en réorganisant le monde de manière créative et utile. L'entrepreneur refuse d'accepter les conclusions des autres sur ce qui est ou n'est pas possible. Au cours de cette première étape, les entrepreneurs qui prennent des risques sont motivés par de nombreux facteurs. Certains veulent devenir riches ou célèbres. D'autres souhaitent améliorer leur situation, celle de leur famille ou de leur communauté. D'autres encore recherchent l'aventure et les défis. Quoi qu'il en soit, ils se caractérisent par leur énergie, leur vision et leur détermination à aller vers l'inconnu.

Au cours de la deuxième étape, l'entrepreneur se retrouve en terrain inconnu. Tout est en jeu. L'entrepreneur se sacrifie pour une idée, un objectif, une vision ou un rêve qu'il considère comme plus grand que lui. Le confort et la sécurité deviennent secondaires.

L'action entrepreneuriale est souvent controversée. Un éducateur entreprenant, par exemple, peut quitter le système scolaire public pour trouver une meilleure façon d'éduquer les jeunes en remplacement de l'enseignement public. Cependant, ses anciens collègues pourraient le considérer comme un traître. Quels que soient les sacrifices consentis par l'entrepreneur au cours de cette étape de la quête héroïque, il est poussé vers un territoire risqué et inconnu. Il doit faire preuve de résilience face aux erreurs ou aux échecs.

Au cours de cette phase de découverte, l'entrepreneur rencontre souvent ceux qui ont intérêt à maintenir le statu quo. Les adversaires de l'entreprise peuvent même se tourner vers l'État, comme Netscape qui a poussé le ministère de la justice à traquer Microsoft pour un comportement prétendument prédateur. Le professeur Don Boudreaux, écrivant dans le *Wall Street Journal*, considère cette tactique anticoncurrentielle comme un grave abus du système juridique et judiciaire visant à empêcher les entrepreneurs de proposer de nouveaux produits et services aux consommateurs.

La troisième étape du voyage héroïque classique commence lorsque l'entrepreneur revient dans la communauté avec son produit, son service ou son nouveau processus. En achetant les nouvelles offres, le client reconnaît le succès de l'entrepreneur. Plus le profit généré est important, plus la valeur de la richesse produite est élevée. Ainsi, les bénéfices sont la récompense de l'entrepreneur pour l'augmentation des avantages

accordés aux individus dans la société. En tant que créateur de richesses, l'entrepreneur devient un bienfaiteur social.

Le véritable entrepreneur héroïque continuera à anticiper les défis futurs. Il n'est pas un homme d'affaires ordinaire dont la principale priorité est de garder une longueur d'avance sur ses concurrents et de maintenir sa part de marché. Il ne recherche pas non plus les subventions ou la protection du gouvernement. Pour lui, la quête consiste à s'aventurer encore et encore dans l'inconnu pour créer et rapporter ce que d'autres individus apprécient.

Les quêtes audacieuses des individus

Toutes les personnes qui se lancent dans des quêtes aussi héroïques ne réussissent pas. Environ 80 % des nouvelles entreprises échouent rapidement. Mais plus des trois quarts des nouveaux emplois créés chaque année proviennent d'entreprises qui n'ont pas plus de quatre ans d'existence. Bien que les grandes sociétés bien établies soient plus visibles, c'est dans les petites entreprises que l'on trouve le plus d'action entrepreneuriale et de prise de risque. Hermann Simon, auteur de *Hidden Champions : Lessons from 500 of the World's Best Unknown Companies*, affirme que de nombreuses entreprises peu connues et très performantes, composées de deux, trois ou plus de personnes très entreprenantes, contrôlent 50, 70, voire 90 % du marché mondial de leurs produits. Par exemple, St. Jude Medical détient 60 % du marché mondial des valves cardiaques artificielles. Aujourd'hui, ce sont ces *individus* (ou de petits groupes d'entre eux) qui se sont lancés dans des quêtes audacieuses qui changent si rapidement le visage de la société. Et nous pouvons envisager l'avenir avec optimisme, car les possibilités de poursuivre l'aventure entrepreneuriale ne manquent pas.

En fait, les changements dont nous avons été témoins dans nos vies depuis notre enfance ne sont probablement que pâles en comparaison des changements que nous connaîtrons dans les décennies à venir. Pourtant, bien que les entrepreneurs soient essentiels à ce progrès, ils sont rarement salués comme des héros. Au contraire, ils sont généralement ignorés dans les manuels scolaires ou traités de barons voleurs. Il n'est donc pas surprenant que la plupart des adultes en sachent beaucoup plus sur les hommes politiques qui réussissent que sur les entrepreneurs qui réussissent, et que la plupart d'entre eux admirent davantage les premiers que les seconds. Comment une société peut-elle continuer à prospérer si elle considère ceux qui transfèrent la richesse comme plus héroïques que ceux qui la créent ?

Pourquoi les entrepreneurs sont-ils considérés comme des pilleurs et des exploités plutôt que comme des héros ? L'une des raisons est le parti pris politique à leur encontre. À mesure que le contrôle de l'économie par le gouvernement s'est accru, les intérêts politiquement influents ont été incités à dénigrer les entrepreneurs. Peu de

forces économiques, si ce n'est aucune, sont plus perturbatrices que l'esprit d'entreprise. Mais si cette destruction créatrice, pour reprendre les termes de Joseph Schumpeter, est essentielle au progrès général, elle nuit à certains individus et groupes dont la richesse est liée au statu quo. Chaque groupe veut se protéger contre le progrès qui lui impose des coûts. Plus le gouvernement est important, plus il agit comme une force contre le progrès. Si l'entrepreneur qui a une idée géniale peut attirer un grand nombre de clients des géants existants dans la concurrence du marché, il ne peut pas mobiliser un grand nombre de citoyens contre les obstacles gouvernementaux à cette concurrence.

Bien sûr, les entrepreneurs peuvent souvent surmonter les obstacles politiques, mais ces efforts détournent l'attention et l'énergie des activités créatives qui propulsent le progrès économique. En outre, les opposants politiques au changement économique vilipendent souvent les entrepreneurs individuels. Ainsi, au lieu de célébrer les entrepreneurs qui font le plus pour repousser les frontières du possible, le public semble souvent les condamner.

Une autre raison pour laquelle les entrepreneurs sont critiqués est que le lien entre leurs innovations et le progrès économique est souvent indirect et difficile à reconnaître pour la plupart des gens. Par exemple, peu de gens comprennent les grandes contributions de Michael Milken et de Bill Gates. Les groupes d'intérêts particuliers qui s'intéressent au statu quo peuvent exploiter ce manque de compréhension pour dépeindre les entrepreneurs comme des crapules rapaces.

En effet, peu de gens comprennent le fonctionnement du capitalisme. La plupart ont tendance à se concentrer sur les coûts concentrés infligés par la concurrence du marché, tout en tenant pour acquis les avantages diffus rendus possibles par cette concurrence. Il n'est pas facile d'expliquer le fonctionnement de la main invisible. L'éducation du public est rendue plus difficile par les intellectuels qui utilisent leur position dans le monde universitaire pour critiquer le capitalisme et l'énergie entrepreneuriale qui le propulse.

L'importance des entrepreneurs individuels

Même de nombreux partisans acharnés du système de libre marché minimisent l'importance des entrepreneurs. Les économistes qui ont développé la sous-discipline appelée "nouvelle histoire économique" ont été parmi les plus efficaces pour expliquer les liens de causalité entre le marché et le progrès économique. Pourtant, nombre de ces nouveaux historiens de l'économie rejettent le rôle des entrepreneurs. Par exemple, Robert Thomas, de l'université de Washington, affirme que les entrepreneurs individuels, qu'ils soient seuls ou qu'ils constituent des archétypes, n'ont tout simplement pas d'importance. Selon lui, un entrepreneur qui réussit n'est pas plus important pour l'économie que le coureur gagnant d'une course de 100 mètres ne l'est pour la course. Le vainqueur obtient toute la gloire, mais s'il n'avait pas participé à la

course, le coureur suivant aurait gagné en franchissant la ligne d'arrivée une fraction de seconde plus tard, et les spectateurs auraient apprécié la course tout autant. Ainsi, si Henry Ford, Ted Turner ou tout autre entrepreneur à succès n'avait pas apporté sa contribution pionnière, quelqu'un d'autre l'aurait rapidement fait. Ainsi, comme le raconte Thomas, il est difficile de justifier une célébration spéciale de leurs réalisations. Le point de vue de Thomas est incomplet. Revenons à son analogie avec la course. L'argument selon lequel les réalisations d'un entrepreneur donné seraient, en son absence, rapidement accomplies par d'autres suppose un environnement qui encourage l'esprit d'entreprise. Si les coureurs eux-mêmes, leur entraînement et leurs efforts au cours de la course sont simplement considérés comme acquis, il est sans aucun doute vrai que l'élimination du vainqueur de la course ne réduirait guère les avantages de la victoire. Mais l'identité des coureurs, leur préparation et leurs efforts ne peuvent être considérés comme acquis. Les concurrents sont influencés par le traitement réservé au vainqueur. Lorsque les champions de course à pied reçoivent l'estime du public, ceux qui ont le plus de talent sont plus susceptibles de devenir des coureurs, de s'entraîner dur et de courir plus vite. De même, les attitudes du public affectent le processus de création d'entreprise.

Bien entendu, l'entrepreneur profite financièrement de son succès, ce qui explique pourquoi les critiques ne tiennent pas compte du rôle de l'opinion publique. L'argent est évidemment important pour orienter ses efforts vers les entreprises dans lesquelles ses talents ont la plus grande valeur sociale. Mais cela renforce en fait les arguments en faveur de la célébration des entrepreneurs. Ne pas le faire enhardit les politiciens et leurs clients aux intérêts particuliers, qui sont constamment à la recherche de justifications pour taxer les gains financiers des entrepreneurs qui réussissent. Ce n'est pas une coïncidence si, au cours du siècle dernier, le respect du public pour les entrepreneurs s'est érodé, de même que les barrières constitutionnelles contre ce que l'on peut décrire comme la taxation punitive de la réussite économique.

Ainsi, tout comme la société qui ne vénère pas les vainqueurs de courses produira moins de champions que la société qui les vénère, la société qui n'honore pas l'accomplissement entrepreneurial trouvera moins de personnes capables engagées dans des activités créatrices de richesse. Et cette société sera moins bien lotie que celle qui perçoit le créateur de richesse comme un héros.

Un dernier facteur permet d'expliquer pourquoi les entrepreneurs sont rarement considérés comme des héros. Lorsqu'ils définissent un héros, les gens se concentrent souvent sur l'abnégation, plutôt que sur les avantages qu'en retirent les autres individus et la société. Pourtant, la grande majorité des efforts entrepreneuriaux échouent, souvent au prix d'une perte importante pour l'entrepreneur. Et lorsque l'entrepreneur réussit, il ne reçoit sa récompense qu'après avoir enrichi encore plus les autres.

Conclusion

Les économistes ont tendance à se concentrer sur ce qui peut être vu - les aspects mesurables de l'économie et la compréhension mécanique du marché en tant qu'outil efficace d'allocation des ressources. Mais les modèles économiques abstraits sont rarement une source d'inspiration. Pour paraphraser Schumpeter, l'efficacité économique est un piètre substitut au Saint Graal. En revanche, chez les entrepreneurs humains, les gens, en particulier les jeunes, peuvent voir et apprécier ces qualités héroïques qui créent continuellement un monde meilleur.

Certains peuvent critiquer le romantisme de l'entrepreneur. Mais les sociétés sont façonnées par les idéaux qu'elles embrassent. Si l'un de nos enfants ou petits-enfants voulait imiter un entrepreneur qui s'est battu héroïquement en terrain inconnu et a finalement changé le monde pour le meilleur, nous en serions fiers.

Vocabulaire : bienfaiteur, subvention gouvernementale, obstacles gouvernementaux, incitation, intégrité, main invisible, sacrifice, statu quo, fiscalité, non conventionnel, vertu, création de richesse

Questions de discussion :L'entrepreneur sur le chemin de l'héroïsme

1. Pourquoi ces auteurs pensent-ils que les entrepreneurs sont des figures héroïques ?

1. Les entrepreneurs sont des visionnaires chargés de "...transformer les rêves d'une génération en nécessités pour la génération suivante". "Nous sommes mieux lotis parce que les entrepreneurs ont été prêts à tenter ce que d'autres savaient impossible à faire, et à persister face à l'adversité."
2. Les entrepreneurs n'ont pas peur de "s'éloigner du familier et du confortable pour aller vers l'inconnu, risquer l'échec et la perte pour un but ou une idée plus grande".
3. Les entrepreneurs sont "caractérisés par leur énergie, leur vision et leur détermination audacieuse à aller vers l'inconnu".
4. Une fois que les entrepreneurs ont entamé leur parcours, celui-ci sera semé d'embûches et de défis. L'entrepreneur doit trouver la force et le courage de surmonter ces défis et doit être "résilient face aux erreurs ou à l'échec".
5. Enfin, les entrepreneurs créent de la valeur pour les autres. Ils "retournent à la communauté avec quelque chose de nouveau ou de meilleur que ce qui existait auparavant".
6. Les bénéfices sont la "récompense de l'entrepreneur pour l'augmentation des avantages pour les individus dans la société".

2. *Joseph Campbell, expert en mythologie mondiale, propose que "...chaque société célèbre des héros et, ce faisant, honore le passé, dynamise le présent et façonne l'avenir". Pensez-vous que nous devrions célébrer les entrepreneurs comme des héros ?*

1. Les progrès que nous observons dans la société sont le résultat de la réussite des entrepreneurs.
2. La raison pour laquelle l'entrepreneur crée une entreprise peut être le désir de devenir riche et célèbre, d'améliorer la communauté ou de relever un défi intéressant. Quelle que soit sa raison, s'il réussit à répondre à un besoin et à bien servir les autres, l'entrepreneur rend le monde meilleur.
3. Les auteurs concluent en disant : "...les sociétés sont façonnées par les idéaux qu'elles embrassent. Si l'un de nos enfants ou petits-enfants voulait imiter un entrepreneur qui s'est battu héroïquement en terrain inconnu et a finalement changé le monde pour le meilleur, nous en serions fiers".

Récapitulatif de la leçon

Les entrepreneurs sont :

- Des héros des temps modernes qui méritent d'être célébrés
- Capables de découvrir et de répondre à un besoin non satisfait en produisant de la valeur pour eux-mêmes et pour d'autres membres de la communauté.
- Innovateurs et résolveurs de problèmes
- Créateurs de richesses et d'emplois
- Responsables du progrès économique et social
- Ne pas avoir peur de "s'éloigner de ce qui est familier"
- Résistant face aux défis

Les sociétés sont façonnées par les idéaux qu'elles embrassent. Si nous pensons que l'esprit d'entreprise est une bonne chose, nous devrions encourager l'esprit d'entreprise en célébrant les entrepreneurs comme des héros des temps modernes.

Un avenir prospère pour nous tous dépend d'entrepreneurs comme vous !