

- **Contraintes propres au produit ou à la prestation**
- **Contraintes de marché**
- Contraintes légales
- Contraintes de moyens

Après avoir défini - de manière précise et par écrit - son idée, on est en mesure de déterminer et d'analyser les différentes contraintes inhérentes à son projet.

La notion de "contrainte" doit se comprendre comme :

- une exigence : par exemple, une obligation d'obtenir une licence d'exploitation,
- un élément de vulnérabilité : par exemple la pénurie de personnels dans la qualification nécessaire au projet,
- un danger latent : par exemple le risque de piratage par plus puissant que soi,
- ou encore un véritable facteur d'échec : par exemple un **BFR** croissant trop rapidement et de manière trop importante par rapport à l'amélioration potentielle du **Fonds de roulement**.

Il est donc capital de bien repérer ces contraintes et de déterminer comment elles pourraient être atténuées, surmontées ou supprimées.

### » Contraintes propres au produit ou à la prestation

La nature du produit ou de la prestation, ses caractéristiques, son processus de fabrication ou de mise sur le marché... sont sources de contraintes qu'il ne faut pas négliger.

Exemples :

Le projet consiste :	Il faudra tenir compte :
▶ à fabriquer un produit de luxe.	- du coût de création d'une marque, - du coût d'un "packaging" adapté, - des modalités de distribution spécifiques (réseau sélectif).
▶ à vendre un produit issu d'un effet de mode.	- de la courte durée d'exploitation économique de ce produit. Souvenons-nous de la mode des pin's, il y a quelques années...
▶ à vendre un produit volumineux et de faible valeur.	- du coût du stockage de ces objets.
▶ à exercer une activité axée autour d'un produit dangereux ou à forte nuisance.	- des réactions spontanément hostiles du voisinage, - des mouvements de protection de la nature ou de consommateurs pouvant paralyser le projet.
▶ à fabriquer ou vendre un produit nécessitant des matières ou des compétences rares.	- des risques liés à l'approvisionnement ou au processus de fabrication.
▶ à proposer une prestation ayant une image négative (comme le "service de dépannage à domicile", souvent perçu comme une arnaque) ou manquant de lisibilité pour le public.	- des efforts de communication à faire pour inspirer confiance et faire comprendre aux futurs clients les avantages spécifiques de l'offre.
▶ à proposer une prestation nouvelle, mais facilement copiable.	- de la nécessité de se faire connaître très vite pour conquérir le plus possible de parts de marché.

### » Contraintes de marché

Selon la nature du produit ou de la prestation, selon l'évolution des modes de consommation, des mœurs ou des modes de vie, un marché peut être :

- nouveau,
- en croissance,
- en pleine maturité,
- en déclin,
- saturé,
- fermé,

- dépendant d'un autre marché,
- captif,
- peu solvable,
- très éclaté,
- etc.

Force est de constater que le marché du téléphone portable a constamment évolué ces dernières années (d'un marché à créer, puis en émergence il est désormais mature et excessivement concurrentiel).

Exemples :

Le marché est :	Il faudra prévoir :
▶ à créer.	- des frais de communication et de prospection importants, - le temps de réaction de la clientèle face à une innovation technologique de rupture.
▶ très encombré.	- les moyens qui permettront de se démarquer de ses concurrents, les "petits plus" à apporter à la clientèle.
▶ dominé par des grands groupes.	- les moyens à mettre en oeuvre pour être en mesure de se confronter avec eux .

De leur existence peuvent dépendre la faisabilité et la viabilité du projet de création.

Les investigations menées pendant la phase de validation de l'idée doivent :

- prendre en compte la législation existante,
- prévenir toutes les menaces de modification dans un sens défavorable de la législation actuelle.

Exemples :

L'activité :	Dispose-t-on :
▶ est réglementée.	- de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis ? - des autorisations exigées ?
▶ est en cours de réglementation (exemple : existence d'une directive européenne, non encore transcrite en droit français).	- d'informations fiables sur les éventuelles conséquences que pourrait avoir cette réglementation sur l'exercice de l'activité ?
▶ nécessite la construction ou l'aménagement de locaux.	- des autorisations préalables imposées par la <a href="#">réglementation relative à la sécurité</a> ?
▶ conduira à recevoir du public.	- des autorisations préalables imposées par la <a href="#">réglementation relative aux ERP</a> (établissements recevant du public) ?

## » Contraintes de moyens

La définition correcte et précise de son idée, la détermination des contraintes de produit, de marché et des contraintes légales ont inévitablement des incidences fortes sur les moyens à réunir.

Les contraintes de moyens peuvent concerner les processus de fabrication, de commercialisation, de communication, de gestion, de service après vente, etc...

Exemples :

L'activité se caractérise par :	Il faudra prévoir :
▶ des difficultés d'approvisionnement.	La nécessité de constituer des stocks importants.
▶ des difficultés de recrutement de personnel compétent (du fait du degré d'expertise exigé ou du lieu d'implantation de l'entreprise, par exemple).	Le temps et le coût à consacrer à la mise en place de ses équipes.
▶ l'obligation de consentir des délais de paiement importants.	Une trésorerie substantielle, voire une assurance-crédit pour éviter les impayés

Référence : <http://www.apce.com/pid1661/l-analyse-des-contraintes.html?espace=1&pagination=2>