

Les chances de survie de mon entreprise en 2026 ?

Introduction

Pour la grande majorité des personnes, lancer son entreprise et la faire vivre est une expérience unique dans sa vie. C'est beaucoup de conviction et d'espoir couplé d'une dépense élevée, parfois financière, parfois en temps et énergie, mais le plus souvent les trois.

Bien sûr, on sait que des entreprises meurent, le contraire est impossible ! Mais notre petite voix intérieure nous dit : « Cela ne m'arrivera pas ! ».

Dans ce document, nous allons aborder :

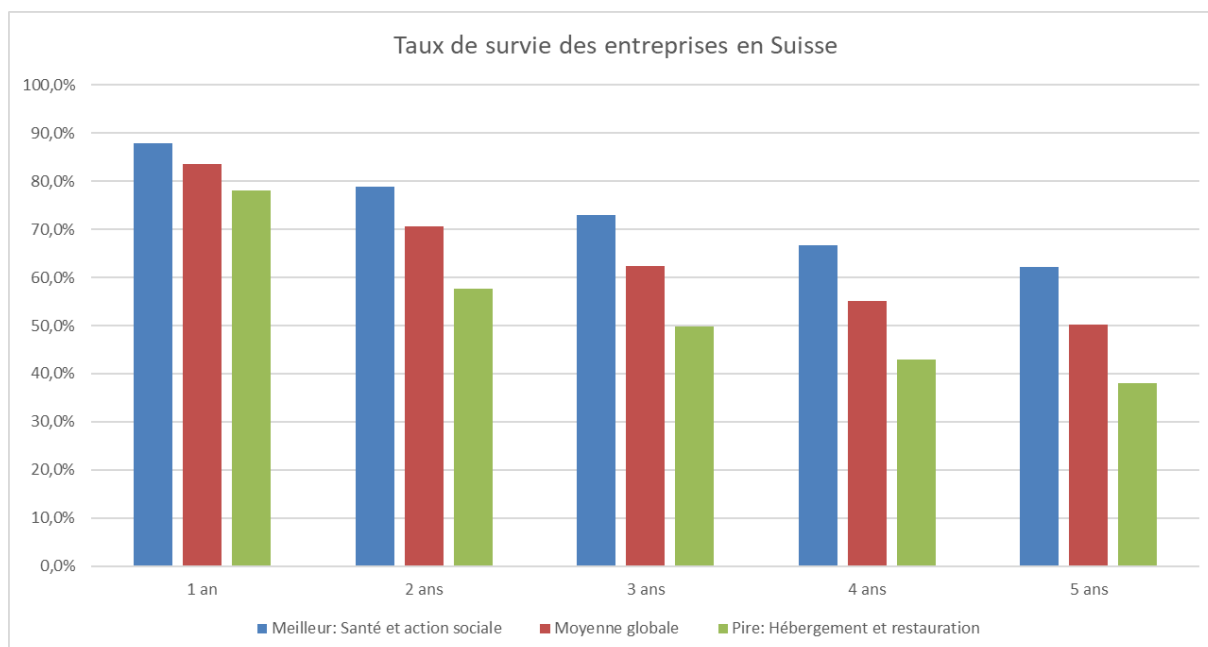
1. La dure réalité du taux de survie des entreprises ;
2. Des principales causes d'échec ;
3. Quelques recommandations pour augmenter ses chances de réussite.

Taux de survie des entreprises suisses entre leur 1ère et leur 5ème année

L'Office fédéral des statistiques publie régulièrement des statistiques sur le taux de survie des entreprises (ou de disparition) au long de leurs cinq premières années. La première constatation est que les résultats de ces statistiques d'année en année sont relativement stables, à quelques pourcents près. La deuxième constatation est qu'il existe des différences sensibles entre certains secteurs d'activités.

Mais la dure réalité est que seulement une entreprise sur deux, en moyenne, peut souffler les bougies de son cinquième anniversaire.

Le tableau ci-dessous montre les taux de survie d'entreprises suisses créées en 2017, moyen et dans deux secteurs d'activités : 1) Santé et action sociale, le meilleur ; 2) Hébergement et restauration.



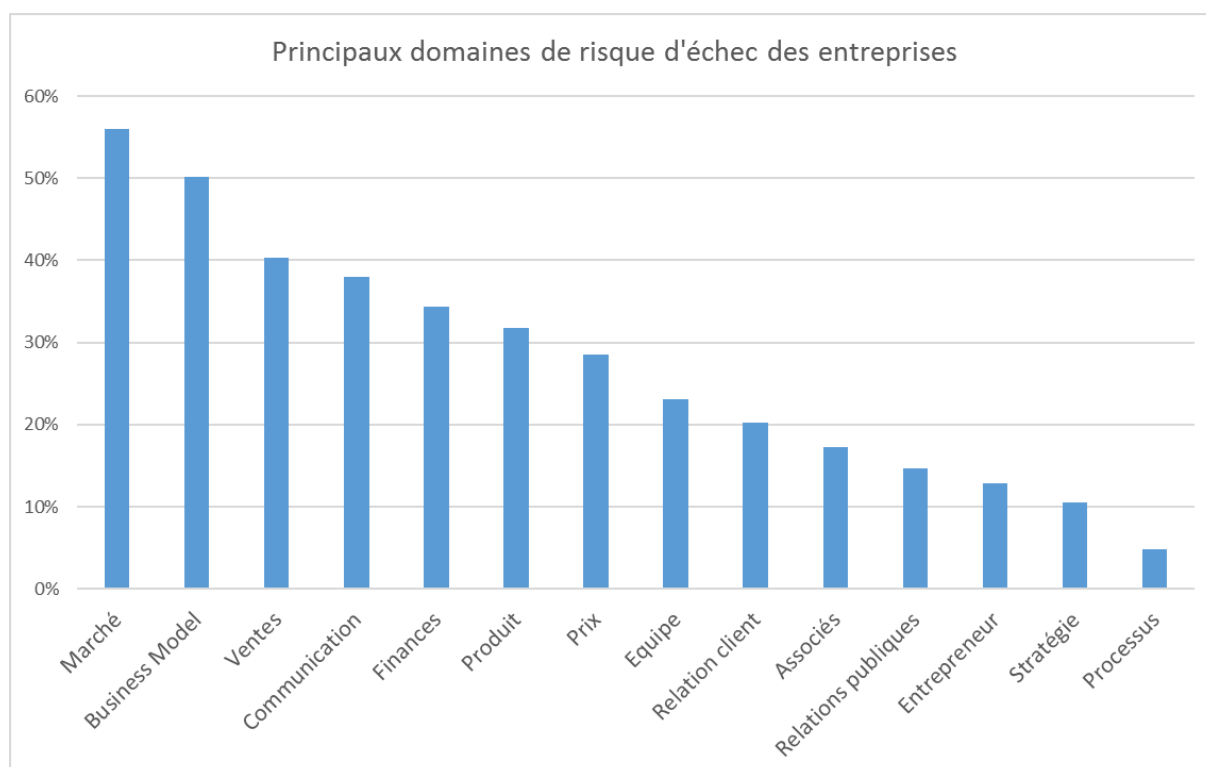
Ces taux de survie concernent la Suisse, mais dans de nombreux pays voisins, les taux de survie des entreprises sont aussi alarmants que les nôtres.

Les principales causes d'échec

Malheureusement, il n'existe pas de statistique officielle sur les erreurs des entreprises ayant été la principale source de leur mortalité, ce qui est assez compréhensible, les personnes ressources ayant d'autres préoccupations que de parler de leur échec.

Mais il existe sur le web de nombreux articles, citant de 5 à 20 causes premières, avec une cohérence relative.

Voici le résultat d'une compilation de divers de ces articles, avec leurs fréquences relatives de citation :



Le tableau ci-dessous résume quelques-unes des citations les plus marquantes :

Catégorie	Causes d'échec globales	Causes d'échec les plus citées
Marché	Méconnaissance du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas faire une étude concrète du marché • Négliger l'existence d'un besoin réel et ressenti lors du choix des cibles • Commettre des erreurs de positionnement en relation à la concurrence • Etablir une stratégie inadéquate de marketing mix
Business Model	Inadéquation du modèle d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas réfléchir suffisamment à son modèle d'affaires • Manquer de logique lors de la construction du modèle d'affaires • Fausser son modèle d'affaires par entêtement ou œillères • Ne pas réviser son modèle d'affaires
Ventes	Négligence des aspects commerciaux	<ul style="list-style-type: none"> • Avoir une confiance excessive en son produit • Manquer d'implication dans le processus de vente • Mal équilibrer le temps passé entre développement, production et ventes • Chercher des financements au lieu de vendre • Choisir le mauvais tempo de lancement des produits sur le marché

Catégorie	Causes d'échec globales	Causes d'échec les plus citées
Communication	Ignorance des besoins en communication	<ul style="list-style-type: none"> • Oublier de consacrer du temps à la communication de contenu • Ne pas réfléchir dès le départ à la création de son image de marque • Négliger l'importance et les besoins en communication promotionnelle
Finances	Mauvaise gestion financière	<ul style="list-style-type: none"> • Être trop optimiste lors des prévisions financières • Manquer de financements initiaux ou pour soutenir la croissance • Éprouver des difficultés à convaincre les investisseurs
Produit	Inadéquation des produits avec le marché	<ul style="list-style-type: none"> • Proposer des produits ne répondant pas ou mal aux besoins du marché • Mettre des produits immatures sur le marché réel, après les phases de tests • Manquer de souplesse et modularité des produits en relation au marché
Prix	Inadaptation des prix pour le marché	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas adapter ses prix en relation au public ciblé et à la concurrence existante • Avoir une perception confuse entre ventes, recettes, prix, marges et profit • Gonfler les marges réelles, en oubliant d'y inclure certains coûts fixes, amortissements et retour sur investissements
Equipe	Faiblesses de composition et gestion de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> • Recruter par sympathie versus complémentarité de compétences et préférences au travail • Oublier de stimuler une communication interne sincère au sein de l'équipe • Ne pas combler les lacunes d'expertise et expériences professionnelles
Relation client	Manques d'écoute et de support clients	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas conserver une communication effective avec les clientèles déjà acquises • Oublier d'écouter et ne pas prendre en compte les retours de la part des clients • Négliger la communication auprès des clients pour les fidéliser et en faire des ambassadeurs
Associés	Mauvais choix et discorde avec les associés	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir des associés sans tenir compte des besoins en complémentarité • Mal attribuer les postes et pouvoirs de décision des associés • Entrer en conflit entre associés
Relations publiques	Importance minimisée des relations publiques	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas consacrer assez de temps aux relations publiques • Minimiser les efforts de création de notoriété et visibilité auprès des parties prenantes • Ne pas faire de networking et ensuite des efforts pour maintenir les relations
Entrepreneur-e	Posture entrepreneuriale inadéquate	<ul style="list-style-type: none"> • Exagérer l'importance de la réflexion par rapport à l'action concrète • Manquer d'ambition, de focus et de persévérance • Hésiter à demander de l'aide, du conseil ou de l'accompagnement • Ne pas se respecter, ne gardant pas un bon équilibre de vie et risquer sa santé
Stratégie	Manque de vision et stratégie	<ul style="list-style-type: none"> • Manquer de vision globale ou de focus ou d'identité • Etablir des diagnostics à la légère • Ne pas décliner sa stratégie en long, moyen et court terme, sans alternatives • Ne pas avoir le courage de pivoter ou choisir le mauvais pivot
Processus	Manque d'organisation des opérations	<ul style="list-style-type: none"> • Créer une mauvaise organisation et répartition des tâches • Minimiser les questions juridiques et leurs risques potentiels • Ne pas se préparer à maîtriser la croissance des ventes et des opérations

Nos quelques recommandations pour augmenter les chances de réussite

Confucius nous a dit :

« *L'homme sage apprend de ses erreurs, l'homme plus sage encore apprend des erreurs des autres.* ».

Celle ou celui pas encore créé une entreprise, alors elle ou il n'a pas encore commis d'erreur ! Mais pour les autres, il n'est jamais trop tard pour augmenter sa résilience, principalement dans le contexte actuel.

L'observation de nos propres erreurs, ainsi que celles des autres nous a permis d'émettre ces quelques recommandations pour que 2026 soit une année résiliente et riche en réflexions.

1. **Comprenez votre marché** : Prenez le temps d'étudier en profondeur le marché. Cela vous aidera à saisir les besoins réels de vos clients potentiels et la manière dont votre produit ou service peut y répondre. Comprenez bien qui sont vos concurrents et ce qu'ils font. Cela vous permettra de positionner votre offre de manière unique sur le marché et de vous différencier de la concurrence. C'est essentiel pour vous assurer que votre produit ou service répond à un besoin réel, et mieux que les autres.

Importance : 100/100.

2. **Construisez un modèle d'affaires sur mesure** : La logique de votre modèle d'affaires doit correspondre à votre marché, vos produits ou services et à vos objectifs. Prenez le temps d'y réfléchir soigneusement. Il sera fondamental pour la viabilité et la rentabilité de votre entreprise.

Importance : 97/100.

3. **Apprenez à vendre** : La capacité à vendre votre produit ou service est aussi importante que le produit ou le service en lui-même. Développez vos compétences en vente. Ce sera essentiel pour convertir l'intérêt de votre public cible en revenus réels.

Importance : 94/100.

4. **Investissez dans la communication et la publicité** : Ne sous-estimez pas la puissance d'une bonne stratégie de MarCom. Elle est essentielle pour construire votre marque et atteindre vos clients.

Importance : 90/100.

5. **Écoutez vos clients** : Prenez en compte leurs retours, c'est absolument vital pour ajuster vos produits et services et pour améliorer constamment votre offre.

Importance : 85/100.

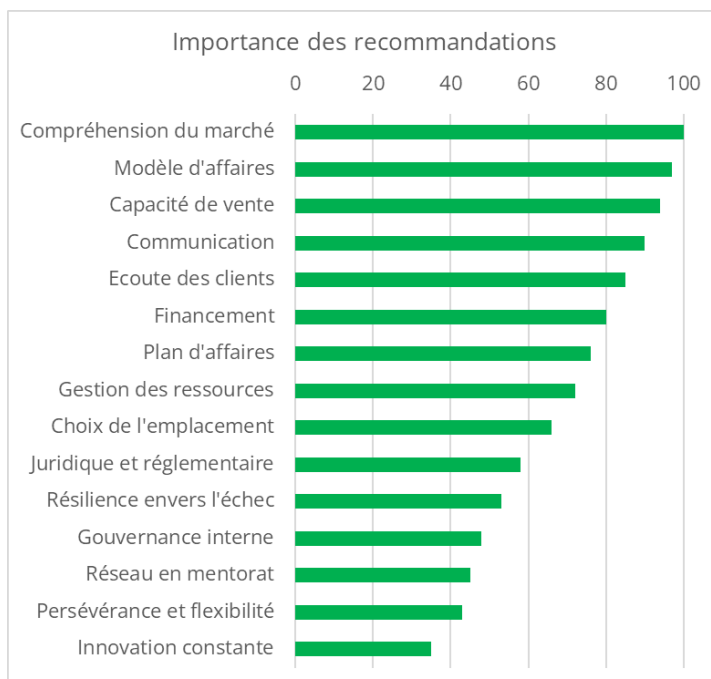
6. **Planifiez votre financement avec soin** : Estimez précisément vos besoins financiers. Assurez-vous d'avoir suffisamment de ressources pour couvrir les coûts de démarrage et les premiers mois d'activité. C'est crucial pour éviter les problèmes de trésorerie et assurer la survie de votre entreprise.

Importance : 80/100.

7. **Élaborez un plan d'affaires solide** : Votre plan d'affaires est essentiel. Il doit être clair, réaliste, et bien pensé pour guider chacune de vos décisions. Il est fondamental pour obtenir des fonds externes.

Importance : 76/100.

8. **Gérez vos ressources efficacement** : Que ce soit en termes de temps, d'argent ou de compétences, une bonne gestion de vos ressources est cruciale pour votre succès. C'est la clé pour



maximiser le retour de vos actions avec des ressources limitées.

Importance : 72/100.

9. **Choisissez un bon emplacement** : L'emplacement peut avoir un impact significatif et décisif, surtout dans le commerce de détail. Choisissez-le judicieusement.
Importance : 66/100 – variable selon le type d'entreprise.
10. **Respectez les aspects juridiques et réglementaires** : Assurez-vous de bien comprendre et de respecter les lois et réglementations applicables à votre entreprise. C'est nécessaire pour éviter des complications légales coûteuses (prévenir plutôt que guérir).
Importance : 58/100.
11. **Préparez-vous à l'échec** : Ayez un plan B. Soyez prêt(e) à pivoter ou à ajuster votre plan pour vous permettre de rebondir rapidement si les choses ne se passent pas comme prévu.
Importance : 53/100.
12. **Réfléchissez à la gouvernance interne** : Une équipe partageant les mêmes valeurs, participant aux décisions, motivée et compétente est un atout majeur. Investissez dans leur formation et leur autonomisation.
Importance : 48/100.
13. **Valorisez le réseau et le mentorat** : Ne sous-estimez pas l'importance d'un bon réseau et des conseils d'experts. Cherchez activement du mentorat, cela vous sera très utile pour obtenir des contacts et des opportunités. Il a été démontré qu'un accompagnement augmente aussi les chances de survie des entreprises naissantes.
Importance : 45/100.
14. **Soyez persévérant et flexible** : Nécessaire pour naviguer dans un environnement d'affaires changeant. Et une route semée d'embûches. Restez déterminé et prêt à vous adapter.
Importance : 43/100.
15. **Innovez constamment** : L'innovation est la clé de la croissance à long terme. Restez à l'affût des nouvelles tendances et améliorez constamment votre offre.
Importance : 35/100.