

Les 10 actions clés pour devenir un Dronepreneur convoité

Dans cet extrait :

- La couverture et les mentions d'édition
- Le sommaire des dix actions
- L'avant-propos
- L'introduction : le drone est un outil

Version intégrale : PDF à 17,90 €

Retrouvez la fiche du livre dans la librairie ThyRex Conseils.

Ce document ne contient pas les dix actions du livre integral.

Thierry Mohr

LES 10 ACTIONS CLÉS

pour devenir un **Dronepreneur convoité**

Construire une activité drone
rentable, crédible et durable



MARCHÉ
OPPORTUNITÉS



RÉGLEMENTATION
AVANTAGE
CONCURRENTIEL



OFFRES
CLIENTS
VENTE



BUSINESS PLAN
RENTABILITÉ



CROISSANCE
PÉRENNITÉ

Tous droits réservés – © Thierry Mohr
Autoédition – Lacroix-Barrez (Aveyron)

Publication : octobre 2026
Version numérique au format PDF
Dépôt légal : 2026
Prix : 17,90 €

Crédits illustrations : Thierry Mohr

Ce fichier est réservé à l'usage personnel de son acquéreur. Sa reproduction ou sa diffusion, même gratuite, est interdite.

« Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayant cause, est illicite et constitue une contrefaçon, aux termes des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. »

Remerciements

Cet ouvrage est né de rencontres, d'échanges et de confiance. Je tiens à remercier chaleureusement tous les télépilotes, entrepreneurs, stagiaires et clients qui ont partagé leurs doutes, leurs questions et leurs réussites dans le cadre de mes prestations drone, formations et accompagnements. Leurs réalités de terrain sont le cœur de cet ouvrage.

Un remerciement sincère à Jean-Marc Muroi, dont le regard de linguiste a contribué à la clarté et à la précision du texte.

Je dois une reconnaissance toute particulière à Dominique Colin. Ancien officier de l'armée de l'air, il a consacré une grande partie de sa carrière à l'intégration des drones dans l'espace aérien, à Eurocontrol, à l'OACI et au JARUS. Il a pourtant relu ce manuscrit avec les yeux du lecteur qui débute, et son exigence a conduit à en revoir la structure et à en chasser les redites.

Ma gratitude va aussi à Franck Mur, ami et ancien associé, télépilote en activité, dont l'expérience de terrain a nourri chacune des dix actions.

Merci aussi à tous ceux qui ont accepté de relire ce manuscrit et d'y apporter leur regard professionnel : télépilotes, experts de la réglementation, dirigeants d'entreprises, responsables de centres de formation et d'universités, ainsi que des acheteurs de prestations drone, parmi lesquels des organisations comme la SNCF, EDF, RTE ou l'ONF.

Et également les François, Frédéric, Yves, Thomas, Georges et bien d'autres qui se reconnaîtront ici. Leurs retours l'ont rendu plus juste et plus utile.

Ce livre est dédié à tous ceux qui osent entreprendre dans un secteur exigeant, avec sérieux et passion.

Avant-propos	8
Introduction : le drone est un outil	11
Action 1 : Le monde professionnel du drone	15
Ce que le client achète, et ce qu'il ne vous demande pas _____	16
Pourquoi les clients ne viennent pas à vous _____	18
Ce qui fait signer, et ce qui fait fuir _____	19
Quatre secteurs, quatre logiques d'achat _____	20
Avant de parler de votre drone, parlez à vos futurs clients _____	21
Action 2 : Maîtriser la réglementation	23
Le cadre européen depuis 2021 _____	24
Les trois catégories d'opérations _____	24
Le MANEX : le document qui décrit votre façon de travailler _____	26
Exploitant et télépilote : une distinction que beaucoup ignorent _____	26
Les drones et leur identification : classes, déclarations et immatriculation _____	27
L'assurance : ne pas confondre RC Pro et RC aéronautique _____	28
La question des montants de couverture : un million d'euros, c'est beaucoup et très peu à la fois _____	29
La réglementation comme outil commercial _____	29
Face à ceux qui ne respectent pas les mêmes règles _____	31
La veille réglementaire : une discipline permanente _____	32
Action 3 : Identifier son marché	34
Pourquoi la dispersion est le premier ennemi du Dronepreneur _____	35
Les cinq questions de l'analyse de marché _____	36
La saisonnalité : une réalité que les chiffres annuels masquent _____	37
Le panorama des opportunités : ce qui est accessible et ce qui ne l'est pas _____	38
De la niche au développement progressif _____	40
Action 4 : Construire une offre lisible	41
Écouter avant de parler _____	42

Les questions qui ouvrent le dialogue	42
Structurer son offre en niveaux lisibles	43
La tarification : assumer ce que l'on vaut	45
La proposition commerciale : courte, précise, orientée client	46
Du télépilote au prestataire métier : un exemple concret	47
Une offre vivante, pas un document figé	48
Action 5 : Élaborer un business plan réaliste	50
La vision et la mission : savoir où l'on va	51
L'étude de marché traduite en chiffres	51
Le plan financier : la partie que personne ne veut faire	52
La trésorerie et les coefficients de saisonnalité	54
La forme juridique : un choix qui pèse sur le quotidien	56
L'analyse des risques	56
Un document vivant	57
Action 6 : Développer l'expertise qui se vend	59
Partir du marché, pas du matériel	60
Du besoin client au capteur	60
De la collecte à la restitution : où se construit la valeur	62
La maintenance des équipements : une discipline professionnelle	62
Action 7 : Se faire connaître	64
La présence locale : le premier territoire à occuper	66
La crédibilité professionnelle : LinkedIn comme tribune d'expertise	66
La visibilité à plus grande échelle	67
La cohérence : condition de la réputation durable	67
Action 8 : Tisser un réseau qui travaille pour vous	69
La logique de complémentarité	70
La sous-traitance : confrères et plateformes	71
Les réseaux et regroupements professionnels	72

Les événements sectoriels _____	73
La réciprocité comme fondement _____	74
Construire avant d'avoir besoin _____	75
Action 9 : Piloter son entreprise	76
Le solopreneur qui cumule tous les rôles _____	77
Gérer sa trésorerie comme un instrument de bord _____	77
La facturation électronique : une obligation à anticiper _____	80
Décider dans l'incertitude _____	80
Déléguer sans collaborateurs _____	81
Maintenir l'équilibre dans la durée _____	81
Action 10 : S'inscrire dans la durée	83
La veille réglementaire comme outil de fidélisation _____	85
La veille technologique : discerner ce qui compte _____	85
Diversifier sans se disperser _____	85
Maîtriser la croissance _____	86
La formation continue comme investissement stratégique _____	86
Savoir lire les signaux faibles _____	87
La posture du Dronepreneur qui dure _____	87
Conclusion : c'est à vous de jouer	88
Votre activité ne décolle pas : un plan de relance sur 30 jours _____	92
Annexes	95
Annexe A : Glossaire _____	96
Annexe B : Pour aller plus loin _____	102
Annexe C : Note sur les sources _____	103

Avant-propos

Il y a des livres qu'on écrit parce qu'on a quelque chose à dire. Celui-ci est différent : je l'écris parce que j'ai vu trop de télépilotes compétents échouer pour de mauvaises raisons.

Des gens sérieux et passionnés, qui avaient investi dans du bon matériel, passé leurs certifications, respecté la réglementation à la lettre. Et qui se retrouvaient, un an ou deux après le lancement de leur activité, à se demander pourquoi ça ne marchait pas. Pourquoi les missions étaient rares. Pourquoi les clients hésitaient. Pourquoi la concurrence sur les prix rendait chaque devis douloureux.

La réponse que j'avais à leur donner n'était pas toujours agréable à entendre. Mais elle mérite d'être posée clairement, sans accabler ceux qui ne le méritent pas.

Il existe en France des centres de formation au télépilotage de drone qui font un travail remarquable. J'en ai audité plusieurs pour le compte d'un certificateur, et j'ai pu mesurer le sérieux avec lequel certains exercent leur mission. Ils forment leurs stagiaires au télépilotage, à la réglementation et aux compétences qui relèvent réellement de leur programme. Ils savent également expliquer ce que cette formation permet d'acquérir, mais aussi ce qu'elle ne peut pas apporter à elle seule. Ils ne présentent pas quelques jours de formation comme l'apprentissage complet d'un métier, encore moins comme la garantie de pouvoir en vivre immédiatement.

Mon propos n'est pas de remettre en cause ces organismes sérieux, ni le rôle essentiel qu'ils jouent dans la formation des télépilotes.

Ce que je souhaite mettre en lumière est différent. C'est le discours commercial de certains organismes qui laissent entendre qu'après cinq ou dix jours de formation, un stagiaire serait prêt à exercer professionnellement et à développer une activité rentable. C'est cette promesse que je conteste. Apprendre à télépiloter un drone et connaître le cadre réglementaire donne accès à l'outil et permet de l'utiliser légalement. Cela ne suffit pas à acquérir une compétence métier, trouver des clients, construire une offre, fixer ses prix ou diriger une entreprise.

Les conséquences de cette confusion sont bien réelles. J'ai rencontré des personnes qui avaient investi plusieurs milliers d'euros dans une formation et du matériel, créé leur entreprise avec enthousiasme, puis découvert quelques mois plus tard qu'elles n'avaient appris qu'une partie de ce dont elles avaient réellement besoin pour vivre de leur activité. Elles s'étaient heurtées à un mur.

Ce mur est triple, et ce livre est né pour le décrire honnêtement, avant qu'on le heurte.

Le premier niveau, c'est la compétence métier. Le télépilotage, lui, s'apprend en quelques semaines. La compétence qui fait que votre client vous paie, qui justifie votre tarif, qui vous distingue du suivant. Un thermographe, un géomètre, un agronome, un inspecteur en génie civil : chacun a mis des années à construire une expertise que le drone vient amplifier. Pas remplacer. Amplifier.

Le deuxième niveau, c'est celui des habilitations et certifications propres à certains marchés : le travail en hauteur pour l'inspection d'éoliennes, les obligations liées aux produits biocides pour le traitement des toitures, les certifications exigées en thermographie. Ce sont des prérequis non négociables que trop d'opérateurs découvrent après s'être positionnés sur ces marchés. L'introduction y revient en détail.

Le troisième niveau est le plus souvent oublié, y compris par ceux qui ont déjà un métier solide derrière eux. C'est la maîtrise du rôle de dirigeant. Faire vivre une entreprise, même une microentreprise d'une seule personne, est un métier à part entière. Il ne s'improvise pas, et il ne s'acquiert pas en cinq jours.

J'ai passé quarante-cinq ans à créer, diriger et restructurer des entreprises dans des secteurs industriels exigeants. J'ai découvert les drones professionnels il y a plus de dix ans, et je ne les ai jamais abordés autrement que comme un outil au service d'une compétence. Ce qui m'a toujours intéressé, c'est ce qu'on en fait. Les problèmes qu'on résout grâce à lui. La valeur qu'on crée pour ceux qui y font appel.

Ce livre prolonge un premier ouvrage, *Le drone et le business*, le manuel du Dronepreneur. Celui-ci traitait en détail de la création d'une entreprise de prestations par drone : étude de marché, business plan, analyse SWOT,

formes juridiques, financement, techniques de vente et relation client. Le présent livre est plus resserré et plus opérationnel. Il se lit indépendamment du premier, mais y renvoie lorsque le lecteur souhaite approfondir une notion.

Ce livre s'adresse à ceux qui ont décidé, ou qui envisagent de décider, de faire de cette activité une source de revenus régulière et digne. Qu'il s'agisse d'un retraité souhaitant valoriser une expertise de toute une vie en l'augmentant d'un outil drone, d'un technicien cherchant à étendre son périmètre d'intervention, d'un autoentrepreneur qui peine à trouver ses premiers clients, ou d'un dirigeant de très petite entreprise (TPE) voulant donner une assise solide à une croissance naissante : le point de départ est identique pour tous. Mieux vaut savoir précisément dans quoi on met les pieds.

Les dix actions que je propose ici ne sont pas des recettes. Je n'ai pas beaucoup de goût pour les conseils qui se lisent bien et s'appliquent mal. Ce sont des jalons, des points d'ancrage, des questions qu'on ne peut pas éviter si on veut bâtir quelque chose qui tient. Certains passages seront inconfortables. C'est voulu.

Bonne lecture, et surtout bonne route.

Introduction

Le drone est un outil. Le métier est ailleurs.

Ce livre parle de drones. Mais surtout de ce qu'on en fait, et de ce que cela exige. La différence est considérable.

Commençons par une affirmation qui en dérangera peut-être quelques-uns.

Savoir piloter un drone ne fait pas de vous un professionnel des drones. Pas plus que savoir conduire une camionnette ne fait de vous un artisan.

Il ne s'agit pas d'une critique, mais d'une distinction fondamentale qui conditionne tout ce qui suit.

C'est pour désigner celui qui franchit ce pas que j'utilise, depuis mon premier livre, le mot Dronepreneur, contraction de drone et d'entrepreneur. Le Dronepreneur est davantage qu'un télépilote : c'est le dirigeant d'une entreprise de prestations par drone, qui met un outil au service d'une compétence métier et des besoins d'un client.

Et convoité ? Le mot est choisi à dessein. Un Dronepreneur convoité ne court pas après les missions : ses clients le rappellent, les prescripteurs le recommandent sans qu'on le leur demande, et ses confrères pensent à lui quand une mission dépasse leurs propres compétences. Cette position se construit, action après action. Les dix chapitres qui suivent en décrivent les étapes.

Imaginez deux personnes qui survolent le même champ de blé avec le même drone multispectral. La première est un technicien formé à l'agronomie, qui connaît les indices de végétation, sait interpréter une anomalie spectrale, et peut rédiger un rapport de préconisations qu'un agriculteur ou une coopérative utilisera immédiatement pour agir. La seconde a suivi une formation de dix jours, a investi dans un bon capteur, et livre de belles images en haute résolution. Ces deux personnes ne font pas la même prestation. Elles ne s'adressent pas au même client et ne peuvent pas pratiquer les mêmes tarifs.

Ce que le client achète, ce n'est pas que le vol. C'est ce que le vol lui apporte.

Cette confusion est entretenue depuis des années par une partie de l'offre de formation. Des organismes sérieux, souvent bien intentionnés, ont vendu l'idée qu'un cursus court au télépilotage ouvrait les portes d'un

marché professionnel. C'est vrai dans un sens très limité : il ouvre les portes légales de l'exercice. La compétence qui fait payer le client s'acquiert ailleurs, et autrement.

Un thermographe certifié qui fait voler un drone sur un site industriel ne vend pas un survol. Il vend un diagnostic de pertes énergétiques ou de points de défaillance potentielle. Dans certains secteurs, une certification reconnue, comme celles délivrées sous l'égide de la Confédération française pour les essais non destructifs (COFREND), peut être exigée contractuellement ou constituer un critère déterminant de crédibilité. C'est une réalité de marché que tout opérateur se positionnant sur ce segment doit anticiper.

Le démoussage et le traitement de toitures par drone illustrent une réalité différente, mais tout aussi contraignante. Certains produits employés dans ces prestations relèvent de la réglementation sur les produits biocides. Le type de produit, son usage autorisé et le rôle exercé par l'opérateur, choix du produit, acquisition, définition du protocole ou simple application, déterminent les obligations applicables, notamment en matière de Certibiocide. Avant de proposer ce type de prestation, le Dronepreneur doit donc vérifier précisément le statut réglementaire du produit utilisé et les obligations associées à son intervention.

L'inspection d'éoliennes illustre la même logique à une échelle de complexité supérieure. Habilitation travail en hauteur sur structures spécifiques, connaissance des protocoles de sécurité propres à chaque parc, capacité à interpréter les relevés selon des critères techniques précis. Ceux qui se présentent avec un drone et une attestation de télépilote se heurtent à ces exigences dès le premier appel d'offres sérieux.

Il y a enfin une formation que presque personne n'anticipe, parce qu'elle n'est pas liée au drone et qu'elle est absente de tous les cursus de la filière. C'est celle du métier de dirigeant.

Faire exister une entreprise, même la plus modeste, est une discipline à part entière. Diriger son activité implique d'identifier des clients et de les approcher sans se décourager après trois refus. Rédiger un devis qui valorise son travail sans effrayer le prospect. Surveiller sa trésorerie pour ne pas être pris de court par un creux d'activité. Gérer les impayés.

Entretenir une présence régulière sans y passer toutes ses soirées. Décider seul, souvent dans le brouillard, et en assumer les conséquences.

Ce livre aborde ces sujets, non sous forme de cours, mais comme une mise en perspective qui replace chaque question à sa juste place dans la construction d'une activité cohérente. Car l'information ne manque pas. Ce qui manque, c'est l'ordre dans lequel se poser les bonnes questions.

Le marché des services par drone en France est jeune, encore largement sous-structuré. On y trouve des opérateurs très compétents et des aventuriers mal préparés, des niches rentables et des mirages médiatiques, des clients avertis et des donneurs d'ordre qui ne savent pas encore ce qu'ils peuvent exiger. C'est précisément dans ce type d'environnement que les acteurs bien positionnés s'imposent durablement. Et c'est là que les autres s'épuisent.

Les dix actions qui suivent sont une réponse à cette réalité. Elles ne promettent pas le succès. Elles donnent les moyens de le préparer sérieusement.