

LEÇON 2: DE L'IDÉE AU PROJET D'ENTREPRISE

Table des matières



I - I.DÉFINITIONS DE L'IDÉE D'ENTREPRISE	3
II - LES SOURCES D'IDÉE D'ENTREPRISE	4
1. Le milieu professionnel	4
2. La vie quotidienne	4
3. La vie économique	4
4. Les idées d'autres personnes	4
III - ANALYSE DE L'IDÉE D'ENTREPRISE	6
IV - LE PROJET D'ENTREPRISE (sélection d'une idée d'entreprise)	7
1. Identifiez votre projet d'entreprise	7
2. Les caractéristiques du projet d'entreprise	7
V - COMMENT SE LANCER EN AFFAIRE ?	11
1. L'acquisition d'une franchise	11
2. L'achat d'entreprise déjà existante	11
3. La création d'une nouvelle entreprise	12
4. Tableau de comparaison d'une création et d'une reprise d'entreprise	13
VI - COMMENT PROTÉGER UNE IDÉE D'AFFAIRE ?	14
1. Les droits d'auteur	14
2. les droits de propriété industrielle	14
VII - AUTO-ÉVALUATION 1	16
VIII - AUTO- ÉVALUATION 2	17
IX - AUTO-ÉVALUATION 3	18

I.DÉFINITIONS DE L'IDÉE D'ENTREPRISE



I

Une idée est une pensée, c'est la manière de concevoir une action, une représentation d'une chose dans l'esprit.

Une idée d'entreprise est une description brève et précise de l'entreprise que l'on a l'intention de créer.

Une idée d'entreprise est une occasion d'affaire qu'un entrepreneur a identifiée et qui semble présenter un potentiel de profit intéressant.

LES SOURCES D'IDÉE D'ENTREPRISE

II

On trouve généralement une idée de création d'entreprise en observant le milieu professionnel, la vie quotidienne, la vie économique et les idées d'autres personnes.

1. Le milieu professionnel

Vous avez peut-être perçu dans votre travail une amélioration possible des produits fabriqués par l'entreprise, de ses méthodes de production ou de commercialisation. C'est pour appliquer ces idées que vous pourriez saisir une opportunité de création d'entreprise.

2. La vie quotidienne

Vous-même, vos amis ou relations avez peut-être rencontré des difficultés pour vous procurer tel service à proximité de votre lieu d'habitation. Vos activités extra professionnelles seraient-elles facilitées si vous trouviez facilement tel produit ou telle prestation quand vous en avez besoin ?

Les tendances, les modes et évolutions peuvent susciter en vous des idées d'entreprises si vous y prêtez attention.

3. La vie économique

La lecture de la presse spécialisée, économique ou professionnelle, les voyages à l'étranger sont autant d'occasion de déceler de nouveaux produits, d'observer de nouvelles pratiques. Pourriez-vous les commercialiser ou les appliquer dans votre environnement local, régional, ou même au niveau national ?

4. Les idées d'autres personnes

Vous pouvez également :

- Consulter les bulletins d'opportunités.,
- Envisager d'exploiter une franchise,
- Acheter un brevet ou une licence de fabrication ou de distribution.

Méfiez-vous cependant des idées merveilleuses qui ne rapportent quelquefois qu'à ceux qui les ont conçues pour les vendre aux autres !

Dans tous les cas, que vous exploitiez votre propre idée ou que vous valorisiez celle des autres, que vous vous lanciez sur un marché connu et porteur ou dans un secteur nouveau, il faudra vérifier cette idée, vous assurer de sa réelle valeur économique et la transformer ainsi en projet. C'est de cette étape décisive que dépendra la réussite de votre création d'entreprise.

ANALYSE DE L'IDÉE D'ENTREPRISE

III

Une entreprise qui marche, satisfait à la fois les besoins des clients et comble vos propres attentes. En d'autres termes, votre entreprise vend aux gens ce dont ils ont besoin ou ce qu'ils veulent, au prix qu'ils peuvent payer ou qu'ils sont prêts à payer. Mais cette entreprise doit également vous procurer une satisfaction personnelle.

Par conséquent vous aurez besoin d'identifier et d'élaborer des idées d'entreprise qui profitent assez à vos clients et à vous-même. Pour cela, il est important de bien les décrire et de les examiner une à une. Une bonne entreprise a, comme point de départ, des idées d'entreprises claires !

■ La première question à laquelle vous devez répondre est : quels besoins des clients l'entreprise doit-elle satisfaire ?

Votre idée d'entreprise doit toujours tenir compte des clients et de leurs besoins. Il est important d'identifier les besoins de vos clients potentiels au moment où vous élaborerez votre idée d'entreprise. Soyez à leur écoute !

■ La deuxième question à laquelle vous devez répondre est : qu'est-ce que l'entreprise a l'intention de vendre ?

Votre idée d'entreprise doit se baser sur les produits que vous connaissez bien ou les services que vous êtes à même d'offrir. Ceux-ci doivent être des produits que les clients sont prêts à acheter.

■ La troisième question est la suivantes : Qui seront les clients de cette entreprise ?

Les clients que vous attirez apportent l'argent. Demandez-vous si vous avez l'intention de vendre à un type spécifique de client ou à tout le monde dans votre zone. Pour que votre entreprise réalise des profits, il doit y avoir assez de gens capables et prêts à acheter vos biens ou services.

■ La quatrième question à laquelle vous devez répondre est : comment l'entreprise vendra-t-elle ses biens et/ou services ?

Si vous avez prévu d'ouvrir une boutique c'est clair, mais un fabricant ou un prestataire de service peut vendre de plusieurs manières. Un fabricant, par exemple peut vendre, soit directement aux clients, soit aux détaillants.

LE PROJET D'ENTREPRISE (sélection d'une idée d'entreprise)

IV

1. Identifiez votre projet d'entreprise

Habituellement, au stade d'une démarche qui peut durer plusieurs semaines, plusieurs mois, et plusieurs années pour certains, l'entrepreneur en arrive à déterminer l'entreprise qu'il désire créer.

Le projet d'entreprise : Idée ou activité (un ensemble de tâches liées) qu'une personne envisage de mettre en œuvre dans une période et un espace limité pour atteindre un objectif.

2. Les caractéristiques du projet d'entreprise

L'idée doit :

- Permettre de satisfaire un besoin
- Inconscient (créer le besoin)
- non satisfait
- ou insuffisamment satisfait.
- Correspondre à un besoin solvable

Il faut s'assurer qu'il existe un marché réel ou potentiel intéressant pour l'idée que l'on veut mettre en œuvre, c'est-à-dire :

- Qu'il y a des gens qui éprouvent le besoin,
- que ces gens (qui éprouvent ce besoin) ont de l'argent à dépenser pour s'offrir le produit ou le service,
- et qu'ils sont prêts à le faire à un certain prix et de manière durable.

Tout cela peut être obtenu grâce à l'Étude de marché que l'on verra plus loin,

- Apporter un "plus"

L'idée doit effectivement apporter un « plus » ; elle doit constituer une innovation totale ou partielle. Elle ne doit pas procéder, d'une simple action d'imitation du voisin ou d'un simple phénomène de mode, donc très passager.

- Être économiquement et financièrement acceptable

L'idée doit être réalisable :

- A un coût raisonnable et supportable. Il ne sert à rien d'avoir une bonne idée mais dont la réalisation va vous coûter une fortune (que vous n'avez d'ailleurs pas encore).

- à un niveau de risque calculé et accepté : (on sait que toute entreprise comporte un risque. Mais ce risque doit être calculé et acceptable)

- à un niveau de rentabilité satisfaisante : (vous ne créez pas une entreprise pour faire de bonnes œuvres sociales, mais pour gagner de l'argent (même si vous pouvez devenir philanthrope par la suite).

Donc, pour qu'une idée soit jugée bonne, sa réalisation doit être satisfaisante du point de vue de la rentabilité financière.

NB : Comment tester une idée ?

Le test de l'idée ou le projet d'entreprise doit définir assez brièvement la faisabilité.

Vous devez pouvoir répondre à plusieurs questions :

- Pourquoi ce projet doit exister ?
- Quelle sera sa particularité ? En quoi se distingue-t-il de la concurrence ?
- Est-ce une idée réaliste ?
- Est-ce une idée compétitive ?
- Quelle sera la clientèle ?
- Quelles en sont les forces, faiblesses, opportunités, menaces ?
- En quoi son existence modifiera-t-elle les choses ?
- Quelles sont les ressources nécessaires pour la création de l'entreprise (matérielles, humaine, financières)

Valider son idée revient à s'assurer qu'elle peut passer du stade d'idée pour être transformée en un produit puis en une entreprise. Elle permet de montrer la cohérence projet/créateur et le réalisme du projet d'entreprise. Elle vous permet de vérifier si cette idée présente de réels débouchés économiques puis la transformer en projet « commercialisable ».

DESCRIPTION DE MON PROJET D'ENTREPRISE	
Mon projet d'entreprise est d'offrir le produit suivant :	
Besoins à satisfaire (vous référer aux 5 besoins de Maslow)	
Caractéristiques du produit (physiques, financières, intangibles)	
Modèles	
Forces et faiblesses (différenciation de mes concurrents)	
service après-vente	
Emballage et présentation du produit (forme, couleurs)	

Vos forces et vos faiblesses par rapport à votre d'entreprise

JE DECRIS MES FORCES ET FAIBLESSES PAR RAPPORT A MON IDEE D'ENTREPRISE	
Ma formation et mon expérience sont-elles en relation directe avec mon idée d'entreprise ? quelles sont mes compétences techniques ? mes faiblesses techniques ?	
Quelles sont mes compétences en gestion ? Et qu'est ce qui me manque en gestion ?	
Suis-je capables aujourd'hui de faire fonctionner cette entreprise ?	
Ai-je le support de ma famille, de mes amis ? Que peuvent-ils faire pour m'aider ?	
Suis-je prêt à travailler plus fort qu'actuellement ?	

Après avoir trouvé l'idée d'entreprise, certaines questions restent à poser cependant. Cela permet une réalisation facile.

-L'idée va-t-elle réussir ?

- Peut-on la réaliser ?
- Aura-t-elle une concurrence ?
- A quel prix ?
- Peut-on la protéger (par brevet)
- A-t-on besoin de beaucoup d'argent ?
- A-t-on le matériel nécessaire ?
- A-t-on les compétences nécessaires?

Les réponses à ces interrogations nous sont données en effectuant : L'ÉTUDE DE MARCHE ET L'ÉTUDE DE FAISABILITÉ.

COMMENT SE LANCER EN AFFAIRE ?

V

Les voies à suivre pour se lancer en affaire comportent des avantages & des inconvénients. L'entrepreneur a le choix entre :

- l'acquisition d'une franchise
- l'achat d'une entreprise existante
- la création d'une nouvelle entreprise

Notre choix est fonction, généralement de nos intérêts, de nos ressources et de nos expériences. Il demeure important d'étudier chaque possibilité afin de faire le meilleur choix.

1. L'acquisition d'une franchise

La franchise (franchisage) est un contrat pour lequel une entreprise autorise une autre entreprise à utiliser sa marque de commerce et sa raison sociale pour commercialiser ses produits ou services, moyennant des paiements initiaux ou périodiques. En d'autres termes :

La franchise est un arrangement continu entre un franchiseur et un franchisé, dans lequel les connaissances, l'image, l'expertise et la technique marketing du franchiseur sont mis à la disposition du franchisé qui lui en retour paie des royalties, et se conforme au standard des opérations de procédures.

Elle repose sur des bases communes et essentielles que sont :

- La franchise en principe vend une image nationalement et même souvent internationalement reconnue, une forme de business au franchisé.
- le franchiseur offre normalement des conseils d'expert sur par exemple, la sélection de la location du business, la capitalisation, les opérations, et le marketing.
- La franchise est sujette à un contrat de partenariat
- Le contrat normalement requiert que le franchisé paie de l'argent au franchiseur, mais le franchisé est le propriétaire de son entreprise et non un employé.
- Le franchiseur en principe donne une formation initiale et continue au franchisé.

Développer une entreprise en franchise peut se faire soit par le franchisé qui possède déjà sa propre entreprise mais entre sous la couverture du franchiseur, ou le franchiseur qui est déjà établie et le franchisé qui obtient sa permission d'ouverture d'entreprise sous le nom du franchiseur. Qui sont donc ces partenaires de la franchise et que gagnent-ils ?

NB : Recherche sur les types de franchises et avantages et inconvénients !!!

2. L'achat d'entreprise déjà existante

L'achat d'entreprise déjà existante est un moyen intéressant de se lancer en affaire. L'acquisition d'une entreprise exige une démarche plus longue. Il y a plusieurs étapes à considérer.

- la recherche

Il s'agit de rechercher des entreprises à travers les multiples sources d'information se rapportant à vos buts. (Annonces, revue, journaux)

- la sélection

Il s'agit ici de comparer toutes les occasions d'affaires que vous avez trouvées dans la phase de la recherche.

- la prise de décision

C'est prendre la décision d'achat tout en tenant compte de :

- la santé financière de l'entreprise,

- l'exemption ou non de toutes les dettes,

- l'évolution réelle de l'entreprise,

- le mode de financement.

- Les avantages

- Revenu immédiat

- prévisions plus faciles à établir

- Rapports commerciaux déjà établis

- Les inconvénients

- Prix élevés à cause de l'achalandage

- Emplacement, installation et image difficile à changer

- Stocks désuets

3. La création d'une nouvelle entreprise

La création d'une nouvelle entreprise est plus contraignante que l'achat d'une entreprise déjà existante ou une franchise. Vous devez avoir une bonne idée certes, mais aussi posséder du savoir, du talent et les qualités personnelles et entrepreneuriales nécessaires.

- Les avantages

- Exige parfois moins de capital

- Vous êtes le "chef d'orchestre" de toutes les fonctions dont vous donnez un rythme de mises au point.

- Vous avez le choix de l'emplacement, de l'installation...

- Les inconvénients

- Démarre lentement

- Difficultés à trouver des sources de financement

- Risque élevé et incertitude.

NB : L'essaimage peut être un moyen pour se lancer en affaire

4. Tableau de comparaison d'une création et d'une reprise d'entreprise

Point de vue de l'entrepreneur	Entreprise créée	Reprise d'entreprise
Coût	Investissement initial réduit	Coût très élevé
Difficulté d'organisation	Démarrage laborieux	Poursuites des activités
Exigence	Apprentissage laborieux et dans l'action	Adaptation à organisation présente
Savoir faire	Savoir faire à développer	Détenu en partie par les employés en place
Emplacement	Choix de l'endroit d'implantation	Emplacement fixé à l'acquisition
(Produit ou service	A introduire sur le marché	Déjà sur le marché
Approvisionnement	Fournisseur à contacter	Fournisseurs déjà connu
Concurrence	Marché à acquérir	Marché normalement acquis
Clientèle	A constituer	En place au départ
Promotion	Marketing à développer	Marketing déjà en place
Revenus retirés	Profits longs à venir	Profits immédiats
Libertés d'action	Très grande autonomie	Autonomie réduite par le contexte
Financement	Plus difficile à obtenir	Garantir par les actifs déjà en place
Risques	Risques élevés	Risques moindres

COMMENT PROTÉGER UNE IDÉE D'AFFAIRE ?

VI

Il faut savoir que l'idée en soit peut-être protégée. Selon les spécialistes, seule peut être protégée la forme selon laquelle l'idée s'exprime ; une invention, une marque, une création littéraire ou artistique...etc.

1. Les droits d'auteur

Ils portent sur :

- Les œuvres littéraires : thèses, livres, romans, pièces de théâtre...etc.
- Les œuvres d'art ; sculptures, œuvres d'arts appliquées à l'industrie, photographies, plans d'architectes, peinture, etc.
- Les œuvres musicales ou audiovisuelles
- Les logiciels

Les droits d'auteur sont en principe attribués sans l'accomplissement de Formalités particulières, Néanmoins, il faut déposer un document qui décrit l'idée auprès du BURIDA (Bureau Ivoirien des Droits d'Auteur).

2. les droits de propriété industrielle

Les droits de propriété industrielle, contrairement aux droits d'auteur gérés par le Bureau Ivoirien des Droits d'Auteur (BURIDA), nécessite l'accomplissement de formalités particulières auprès de l'OAPI (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle) dont le siège est à Yaoundé (Cameroun) ou auprès de sa représentation nationale. En Côte d'Ivoire. L'OAPI est représentée par l'Organisation Ivoirienne pour la Propriété Intellectuelle (l'OIPI) qui existe depuis 1997. (Appelée également Office Ivoirien pour la Propriété Intellectuelle)

C'est un établissement public à caractère administratif chargé de gérer le système ivoirien de la propriété intellectuelle.

Concernant l'enregistrement à L'OIPI, il faut suivre les étapes suivantes :

- Faire vérifier le signe et le logo de votre future entreprise en payant les frais de vérification.
- Remplir les formulaires de dépôts de marque disponibles à l'OIPI.
- Verser la taxe relative au dépôt d'une marque ou d'un nom commercial
- Enregistrer les formulaires préalablement remplis en payant les frais d'enregistrement.

- envoyer à l'OAPI (YAOUNDE) par courrier recommandé deux formulaires visés par l'OAPI et l'original du reçu de paiement pour validation

Pour les noms commerciaux, dessins, modèles et brevet d'invention, la procédure est presque identique à celle des marques mais les taxes sont différentes compte tenu de certaines spécificités.

Dans tous les cas, L'enregistrement est valable pour une période de dix (10) ans renouvelables indéfiniment pour des périodes consécutives de 10 ans.

NB : Recherche sur les missions confiées à OAPI !!!!!!!

AUTO-ÉVALUATION 1



VII

Exercice : QCU1

Au moment où vous élaborez votre idée d'entreprise, vous devez vous poser la question suivante : Quels besoins des clients l'entreprise doit- elle satisfaire ?

- ☐ VRAI
- ☐ FAUX

AUTO- ÉVALUATION 2

**VIII**

Exercice

Les sources d'idée d'entreprise peuvent être les idées d'autres personnes.

- ☐ VRAI
- ☐ FAUX

AUTO-ÉVALUATION 3

IX

Exercice

L'une des caractéristiques du bon projet d'entreprise est de correspondre à un besoin soluble.

- ☐ VRAI
- ☐ FAUX