



## **Introduction à l'entrepreneuriat**

### **Séance 2**

Pierre Edouard Sterin, diplômé d'école de commerce, entrepreneur opportuniste. A tenté une vingtaine de projets qui n'ont pas abouti. En 2003, il rencontre 2 entrepreneurs belges et il leur propose de monter une filiale de leur projet en France et il crée Weekendness France. Créée avec 10000 euros alors qu'aujourd'hui implantée dans 19 pays. En 8 ans il crée une entreprise internationale. A ainsi créé l'entreprise SmartBox.

Différent de WonderBox → profil d'entrepreneur très différent. Date de 2004. Ils ont personnalisé leur business. Packaging important.

Les coffrets cadeaux marchent bien car simplifie la vie des gens qui ne savent pas quoi acheter. Permet de ne pas se tromper car large choix pour celui qui reçoit le cadeau. Beaucoup de marketing sur la boîte en elle-même pour retour à la matérialisation du cadeau : on offre véritablement un paquet.

Si SmartBox avait pu émettre gage de qualité, ils n'auraient pas perdu des parts de marché.

On trouve des idées en regardant ce qui existe :

- l'expérience = professionnelle et personnelle
- sell and duty
- la recherche

### **Séance 3**

La propriété intellectuelle nécessite de protéger le nom de sa boîte, son logo. Plus on augmente la protection de sa marque, plus c'est cher. Pour déposer un brevet, nécessite avocats spécialisés...

Barrières invisibles => tout ce qui va rendre l'accès au marché plus difficile.

Nicolas Bordas L'idée qui tue : « Le risque majeur d'une nouvelle idée c'est d'être devancée ou trop rapidement copiée ».

Pour s'en prémunir, il faut une idée de marque forte. Trouver un concept difficilement copiable en ajoutant des éléments subjectifs qui font qu'il est unique.

Augmenter le coût d'acquisition.

Séduire et convaincre ceux qui recommandent et font le buzz.

Verrouiller des partenariats exclusifs afin que des concurrents ne puissent pas l'avoir.

Ne pas oublier le Design : aujourd'hui faire un produit beau est bien plus important que faire un produit qui rend service.

Maîtriser le réseau de distribution. En tant que créateur d'entreprise, il faut toujours envisager des coups d'avance.

Exemple : Michel et Augustin

=>31 salariés

=>succès : n'ont pas forcément voulu faire une marque mais volonté d'être sincère et de partage avec les consommateurs. Agiter son imagination avant d'agiter son porte-monnaie. En faire une marque accessible mais public qui veut qualité aussi. Le rapport qualité/prix doit être bon. Le marketing est très important. Adaptation de produits déjà existants.

Bouleversement des entreprises :

-Démographie et population= Marché potentiel. Population très jeune dans les pays émergents et vieillissante dans les pays développés. Population de + en + urbanisée avec 75% en ville d'ici quelques années.

-Changements climatiques= Réduction de l'impact carbone à la hausse des phénomènes extrêmes. Métaux deviennent rares ; cuivre et argent tendent à diminuer.

Economie circulaire/ Ecologie industrielle

=>Dominique Bourre

Engager un processus de normalisation qualité = permet de grandir plus vite.

Demande très forte sur la traçabilité des produits.

La peur est toujours un très bon moyen de vendre un produit.

Une étude montre que la pérennité des entreprises à 5ans est de 85% avec innovation, qui augmente la chance de survie.

Qu'est-ce que l'innovation ?

=>Clayton Christensen (prof de management à Harvard) dit que l'innovation dans l'entreprise, c'est la nouveauté mais aussi le marché. Une innovation est une invention qui réussit.

Innovation technologique :

-de rupture= exemple du micro-ordinateur car va bouleverser et changer les comportements.

-incrémentielle= on passe d'un petit téléphone à un Smartphone. Parfois attendre que le produit précédent soit rentabilisé.

Gestion de l'innovation= ne pas donner tout, tout de suite à tout le monde.

Cleantech= liés aux énergies renouvelables

Biotech= ce qui est lié au vivant

Oseo= structure qui participe au financement pour l'international

Born Global :

Phénomène d'une dizaine d'années qui se développe avec l'augmentation des échanges.

On décrit la capacité à travailler dans un environnement international et à s'implanter vers le client dès la création de l'entreprise.

## **Business Plan**

Modèle d'affaire = décrit la manière dont on gagne de l'argent, source de revenu pour l'entreprise.

On a appelé « Business Plan » car pas vraiment un modèle puisque vise à répondre à des attentes. Sert de support à une présentation orale. La principale raison de ce Business Plan est de convaincre. C'est un document qui évolue, qui n'est pas figé. L'impact visuel est très important et le Business Plan doit être à l'image de l'entreprise.

Composante du Business Plan :

-executif summary= résumer en une page tout ce qui va suivre

-modèle d'affaire= décrire les sources de revenus, comment on fait les marges

-donner les ambitions de l'entreprise

-décrire les avantages concurrentiels

-lister tous les risques (identifier, anticiper les critiques que l'on vous fera et y répondre)

-lister les compétences= CV de l'équipe et des associés, montrer que tous les membres sont complémentaires

-prévisionnel sur 3 ans pour les banques

-déterminer le point mort, les investissements

-plan de trésorerie= prend en compte les flux financiers

# Intervenants extérieurs

## Start-up

- Machines de tri, l'une compacte, l'autre non.

Propose un service= collecte et valorisation des déchets

Système incitatif car individualisation des récompenses. La matière récupérée est revendue sur les marchés et la somme est reversée à des associations. La concurrence est très rude sur le secteur des déchets. Les clients payent des abonnements mensuels. Externalisation de la maintenance lourde.

Financement grâce à apports, prêts bancaires, concours sur l'entrepreneuriat

Clients comme Bouygues Telecom, Groupon, EDHEC...

Volonté de développer une machine encore plus adaptée au marché français.

650000 distributeurs automatiques en France et c'est 10 fois moins qu'au Japon donc marché des machines pour le recyclage est intéressant.

## L'affaire Sigma-Duplessy

On peut devenir entrepreneur en créant ou en reprenant une entreprise.

Le film est réalisé par la chambre de commerce de l'Essonne afin de montrer les étapes d'une reprise d'entreprise.

L'intervenante a vu qu'elle n'était pas faite pour l'entreprise en tant que salarié, donc que faire ? Créer une entreprise= elle a répertorié tous les domaines où elle pouvait avoir envie d'évoluer + compétences et pour elle c'était les services à la personne. Elle propose une offre globalisante avec matériel/produit. Elle se chargeait seulement de l'administratif + 6 salariés. Elle avait 2 entreprises => elle revend car volonté d'avoir du « cash » pour accéder au domaine qui l'intéresse vraiment. Voir si structure peut fonctionner seule et si oui elle peut s'éloigner de la structure et la revendre.

Elle rachète une entreprise qui fait traiteur pâtissier dans l'événementiel et qui faisait des pertes. Processus de négociation avec les actionnaires lors d'une reprise. Peut prendre beaucoup de temps car chef d'entreprise ne se rendent pas compte ou ne réalisent pas que leur entreprise ne vaut plus grand-chose.

Moyenne de 55 ans pour la session d'entreprise. L'essentiel du capital retraite du chef d'entreprise est le prix de son entreprise. Il y a environ 5000 entreprises à racheter tous les ans.

La reprise est un vrai projet d'entreprise lorsque le repreneur crée sur de l'existant, une nouvelle aventure et entreprise. Il n'est pas facile de faire accepter aux salariés déjà en place qu'on est là pour redresser l'entreprise.

Dans la création d'entreprise il faut de la persévérance, savoir déléguer dans les domaines où l'on excelle pas.