

Université Sultan Moulay Slimane
EST - FBS

Année universitaire 2021/2022



Cours: **Introduction à l'entrepreneuriat**

Février 2022

Dr Mohamed SABRI

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

1

Axes

- La culture entrepreneuriale
- Le Profil du créateur et l'idée de projet
- Propriété intellectuelle
- Etudes de marché et stratégie marketing
- Veille technologique et Management de l'innovation

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

2



I- LA CULTURE ENTREPRENEURIALE

Dr Mohamed
SABRI

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

3

Entrepreneuriat

- Entreprendre une affaire
- Prise de risque == > Etat d'esprit de l'entrepreneur
- Evolution de l'environnement économique, politique, social et technologique

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

4

Le pourquoi?

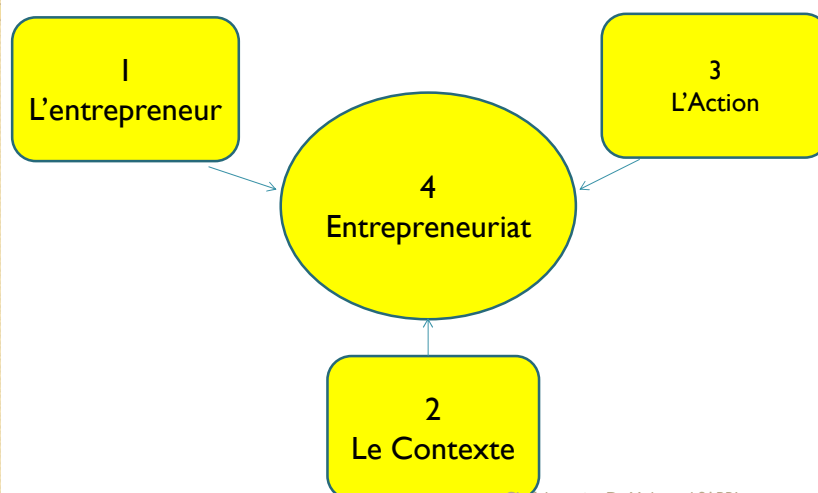
- Concrétiser et réaliser un rêve ou une passion
- Augmenter ses revenus
- Atteindre une position sociale
- Saisir une opportunité qui se présente.
- Etre indépendant

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

5

Entrepreneuriat

- Trois axes fondamentaux



Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

6

I L'Entrepreneur

- Les traits de personnalité
- Le comportement
- Le Savoir en termes de connaissances théoriques
- Les expériences antérieures
- La motivation envers un domaine



Niveau Cognitif

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

7

2 Le Contexte

- Les données économiques, technologiques et politico-légales
- Les infrastructures et les institutions
- L'environnement familial
- Les ressources disponibles ou à acquérir facilement
- Le carnet d'adresses



Niveau Structural

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

8

3 L'Action

- Traduire les connaissances théoriques et pratiques acquises dans des processus de prise de décision d'entreprendre une affaire en prenant en considération les paramètres du contexte.



Niveau Praxéologique

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

9

4 Entrepreneuriat

- Maximisation du profit généré par la configuration des efforts, du savoir théorique, du savoir faire dans un contexte caractérisé par des données économiques, politiques et technologiques.
- Cette configuration est réalisée dans le cadre d'une organisation pour créer une entreprise.



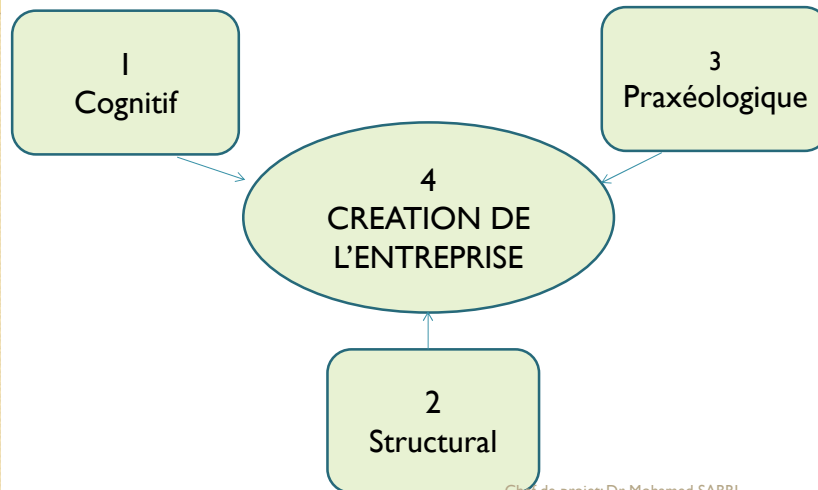
ORGANISATION – Création d'Entreprise

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

10

Entrepreneuriat

- Trois NIVEAUX pour une Organisation



Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

11

Types de création

- Toute personne physique ou morale qui démarre une activité non salariée est considéré comme créateur d'entreprise. On distingue ainsi:
- La création pure ou *ex nihilo* : L'activité entamée n'existait pas auparavant dans le même endroit.
- La création par reprise ou *ad hoc* : une entreprise appelée holding achète une autre entreprise.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

12



2- PROFIL DU CRÉATEUR ET L'IDÉE DU PROJET

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

13



Le créateur d'entreprise

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

14

Le créateur

Avant de se lancer dans une aventure de création d'entreprise, il convient d'abord que le créateur s'assure des capacités dont il dispose pour réussir cette mission.

En conséquence le créateur doit repérer:

- Les points forts
- Les points d'amélioration

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

15

Le points forts

- La formation académique
- Les expériences antérieures dans le domaine
- Le réseau relationnel tissé avec autrui
- Une forte personnalité
- Le soutien familial
- Le soutien financier

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

16

Le points de faiblesse

Il s'agit d'identifier les facteurs liés au créateur qui freinent l'aventure et qui entravent le processus de création.

On peut citer comme exemple:

- La formation insuffisante du créateur dans le métier en question
- Le fait que le créateur soit réservé ne permet pas de disposer d'un carnet d'adresses riche, etc.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

17

Remédier aux points de faiblesse

- Les points de faiblesse, une fois identifiés doivent être travaillés.
- Il convient de remédier à chaque point de faiblesse en apportant des solutions d'amélioration
- Exemple, si le niveau académique n'est pas suffisant, il convient de suivre une formation complémentaire ou un stage de formation.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

18

Les valeurs de l'entrepreneuriat

- La créativité et le sens de l'innovation
- La solidarité et l'esprit de travail en équipe
- L'autonomie
- Le leadership
- L'ambition et le dynamisme
- Le sens de responsabilité.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

19

De l'idée au projet

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

20

L'Idée du projet

L'idée du projet peut avoir plusieurs origines:

- Le métier des parents ou membres de la famille
- Un stage ou expérience réussie de plusieurs années
- Un conseil venant d'un expert, d'un professionnel du domaine ou seulement d'un ami.
- Une passion
- Un besoin exprimé par une population

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

21

L'Idée du projet

- L'idée du projet peut provenir des autres qui ont le métier mais ils ne disposent pas des moyens financiers pour la création de l'entreprise: S'associer au projet.
- Pour augmenter les chances d'avoir des idées de projet, il convient de disposer d'une ouverture d'esprit à tout ce qui se passe autour.
- Le suivi de l'actualité permettra d'identifier les opportunités à saisir.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

22

L'Idee du projet

- Un créateur potentiel est caractérisé par un esprit critique:
 - Observer en permanence et chercher des alternatives aux problèmes rencontrés dans la vie par rapport à des produits ou à des services offerts.
 - Penser aux nouveaux concepts de produits et ou services innovants
 - Anticiper des réponses aux besoins futurs

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

23

3- PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

24

Propriété intellectuelle

- Il s'agit de discuter avec des amis et des proches pour voir ce qu'ils pensent de l'idée du projet.
- La réaction des interlocuteurs permettra d'augmenter la confiance en soi quant à l'idée du projet et commencer à construire l'argumentaire commercial
- Se rapprocher des spécialistes de la création d'entreprise pour apporter de l'aide.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

25

Propriété intellectuelle

- Lorsqu'il s'agit d'une innovation d'un produit pour la première fois, il convient de l'inscrire au registre des marques déposées auprès des organismes spécialisés (OMPIC)
- Les brevets avant de les enregistrer doivent faire l'objet d'une vérification minutieuse au niveau national et international.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

26

- Lorsqu'il s'agit d'une franchise, le problème de l'enregistrement de la marque ne se pose pas puisque ceci est déjà fait par le donneur d'ordre.
- La protection dans ce cas consiste à faire vite pour la concrétisation du projet avant que quelqu'un d'autre chasse l'idée au créateur et soit le premier à la concrétiser.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

27

4- ETUDES DE MARCHE ET STRATÉGIE COMMERCIALE

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

28

L'objectif de l'étude de marché

- La réussite de la création et de la continuité d'une entreprise dépend des facteurs intrinsèques à l'individu et des facteurs en dehors de la volonté du créateur.
- Le processus est donc caractérisé par l'INCERTITUDE.
- Par conséquent, l'objectif de l'étude de marché est de réduire cette incertitude.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

29

Le bon sens

L'étude de marché consiste à apporter des réponses aux questions suivantes:

- Quoi vendre? Produit ou service
- A Quel prix vendre?
- Comment vendre?
- A Qui vendre? La cible client
- Comment faire connaître le produit?

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

30

Etude de marché

- Il convient auparavant de repérer les **opportunités** qui se présentent sur le marché ainsi que les **menaces** qui sont susceptibles d'entraver le bon déroulement du projet.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

31

Opportunités

- Il s'agit d'identifier sur le marché les facteurs qui sont en faveur du projet et qui permettront de réussir la création de l'entreprise et sa croissance.
- L'entrepreneur a intérêt à saisir les opportunités qui se présentent sur le marché pour accélérer la création de l'entreprise et atteindre rapidement une vitesse de croissance satisfaisante.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

32

Menaces

- Les menaces sont constituées par l'ensemble des facteurs, événements ou actions indépendants de la volonté de l'entrepreneur et exogènes à lui qui impactent négativement la création de l'entreprise.
- Le créateur doit agir, réagir pour contourner ces menaces.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

33

Quoi vendre?

- Les caractéristiques du produit ou du service
- D'où trouver la matière première?
- Comment façonner le produit? Quelles sont les caractéristiques et les propriétés du produit?
- L'emballage du produit doit être tel qu'il puisse être distingué et préféré par la clientèle.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

34

A Quel prix vendre?

Le prix doit être fixé en prenant en considération les critères suivants:

- Le prix de la concurrence; c à d des produits semblables sur le marché
- Le prix de revient du produit, car l'entreprise ne peut pas fixer un prix qui ne couvrira pas ses charges
- Une marge bénéficiaire incompressible est indispensable pour assurer la survie du projet.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

35

Comment vendre?

- Quel est le circuit de la distribution choisir pour acheminer le produit chez le client?
- Prévoir une logistique de la chaîne de distribution; le matériel du transport
- Les points de vente à installer dans le court terme et dans le moyen terme
- Les ressources humaines à déployer tout au long du processus de distribution.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

36

A qui vendre?

- Quelle est la cible visée?
- Etudier le comportement du consommateur; ses préférences; ses attentes.
- Il s'agit également de procéder à la segmentation de la clientèle
- Repérer les clients potentiels et mettre en place une stratégie pour les atteindre.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

37

Comment faire connaître le produit ou service?

- Il s'agit d'identifier les différents canaux et supports de communication.
- Le choix de la stratégie de communication dépend de la nature du produit.
- Exemple: lorsqu'il s'agit d'un produit de base, le choix de la télévision est convenable. En revanche choisir un journal spécialisé lu que par des professionnels d'un secteur précis n'est pas convenable

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

38

Comment s'y prendre?

- Plusieurs méthodes et techniques peuvent être utilisées par le créateur:
 - Recherche documentaire auprès des organismes spécialisés
 - Réalisation des entretiens de groupes et de face à face ou semi-directifs
 - Elaboration et administration des questionnaires auprès d'un échantillon de clients potentiels.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

39

Comment s'y prendre?

- Synthétiser les informations contenues dans des magazines spécialisés et sur la presse.
- Observations sur le marché:
 - Observer le comportement des clients par rapports aux produits de la concurrence
 - Observer les actions menées par les concurrents
 - Visiter les salons et les foires

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

40

Aboutissements

- Suite aux différentes conclusions qui seront issues de l'étude de marché, le créateur se fera l'idée des caractéristiques de l'offre du produit ou du service.
- Choisir et s'assurer du lieu d'implantation du projet; la zone géographique.
- Prendre en considération la faisabilité technique du projet.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

41

Plan d'action commercial

- Aussi, ceci permettra de mettre en place une stratégie commerciale et un plan d'action:
 - Actions de publicité et de communication pour attirer le consommateur à acheter le produit ou le service.
 - Aller vers le consommateur en lui proposant des actions de promotion, réductions et d'intéressement.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

42

Plan d'action commercial

- Veille sur la concurrence
- Elaborer des prévisions de ventes et le rythme de commercialisation
- Stratégie du développement à moyen et à long terme

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

43

• VEILLE TECHNOLOGIQUE ET MANAGEMENT DE L'INNOVATION

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

44

Innovation et créativité

- Développer l'esprit critique
- Observation et analyse du contexte
- Se remettre en cause en permanence et chercher des solutions alternatives
- Ouverture à l'international

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

45

Management de l'Innovation

- Conduite des changements organisationnels
- Structures de Recherche et développement
- Management interculturel
- Management prévisionnel des nouveaux métiers
- Evolution du comportement du consommateur

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

46

Management de l'Innovation

- L'intégration de la technologie dans les processus de l'organisation
- L'automatisation des processus de production
- Les nouveaux outils de communication et de marketing
- Les solutions digitales dans l'organisation et l'exploitation

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

47

Eléments sur le Business Plan

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

48

Contenu d'un plan d'affaires

- La structure juridique à retenir
- Programme d'investissement
- L'organisation du départ
- Les prévisions en chiffre d'affaires (les ventes)
- Les prévisions en termes de Charges
- Les prévisions en termes de trésorerie
- Financement du projet.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

49

Structure juridique

- Il s'agit de choisir la forme de l'entreprise à créer:
 - Auto entrepreneur
 - SARL (Société A Responsabilité Limitée)
 - Coopérative
 - Autre forme.

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

50

Programme d'investissement

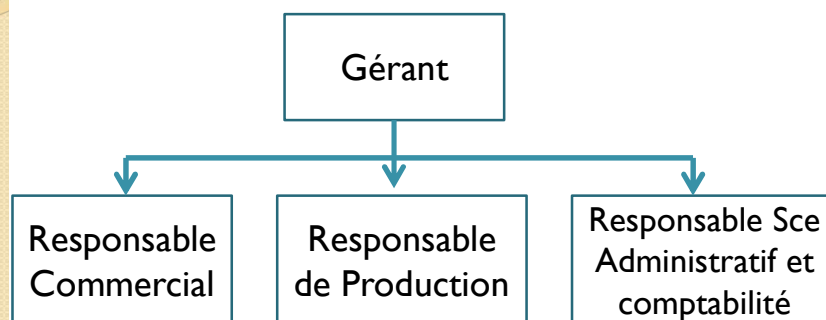
- Coût d'acquisition d'un terrain
- Coût de Construction ou Location
- Frais d'aménagement et installations
- Achat des équipements
- Frais de constitution de l'entreprise

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

51

Organisation du départ

- Il s'agit de mettre en place un organigramme



Exemple d'un organigramme de départ

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

52

Chiffre d'affaires

- La somme des recettes
- Recette = Prix * Quantité
- Exp: Vente Matériel informatique

Libellé	Quantité	Prix Unitaire	Prix Total
Ordinateurs	20	6000	120 000
Imprimantes	10	4000	40 000
TOTAL Recettes			160 000

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

53

Charges

- La somme des charges directes et indirectes
- Charge = Coût unitaire * Quantité
- Exp: Vente Matériel informatique

Libellé	Quantité	CU	Coût Total
Achat Ordinateurs	20	4000	80 000
Imprimantes	10	3000	30 000
Salaires	5	4000	20 000
Charges indirectes		5000	5 000
Charges Totales			135 000

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

54

Bénéfice

- Bénéfice = Chiffres d'affaires – Total Charges
- Exp: Vente Matériel informatique

Libellé	Montant
Chiffres d'affaires (1)	160 000
Total Charges (2)	135 000
Bénéfice (1)-(2)	25 000

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

55

Financement du projet

- Fonds propres
- Fonds perdus (anapec) (non remboursables)
- Fonds d'appui aux jeunes (tx 1,75% ou 2%)
- Prêts d'honneur (crédit sans intérêt)
- Crédits bancaires
- Subventions (aides)(non remboursables)

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

56

Fiche de proposition de projet Présentation du Plan cadre à suivre

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

57

Fiche de projet – Travail en groupe

- Le secteur d'activité ou domaine
- L'idée
- Descriptif du projet
- Retombées économiques, environnementales et sociales
- Programme d'investissement
- L'équipe du projet
- Prévisions de charges et de vente.

A envoyer par mail au med.sabri@usms.ma
le 16 mars 2022 entre 18h et 23h45

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

58

FIN DU COURS

Chef de projet: Dr Mohamed SABRI

59