

MODULE DE FORMATION

-idée
-projet
-entreprise



Pr. MOUNYA TOMAS

Entrepreneuriat

PLAN DU COURS

Chapitre 1: Le créateur d'entreprise

- 1.1. Profil de l'entrepreneur
- 1.2. Motivations pour entreprendre
- 1.3. Conseils pratiques

Chapitre 2: Analyse et test de l'idée

- 2.1. La clientèle potentielle et ses besoins
- 2.2. L'importance de la clientèle
- 2.3. Méthodologie du test de l'idée

PLAN DU COURS

Chapitre 3: La conception d'un projet détaillé

- 3.1. Le business plan
- 3.2. Aspect Commercial
- 3.4. Aspect technique
- 3.5. Aspect Financier

Chapitre 4: Les formalités administratives

- 4.1. L'Aspect Juridique
- 4.2. L'Aspect Social
- 4.3. L'aspect Fiscal

PLAN DU COURS

Chapitre 5: Gérer le développement de l'idée

5.1. Sur le plan temps

5.2. Sur le plan humain

5.4. Aspect financier

Chapitre 6: La reprise d'une affaire

6.1. L'Aspect comportemental

6.2. L'Aspect Technique

Chapitre 1. Le créateur d'entreprise

1.1. Profil de l'entrepreneur

1.2. Motivations pour entreprendre

1.3. Conseils pratiques

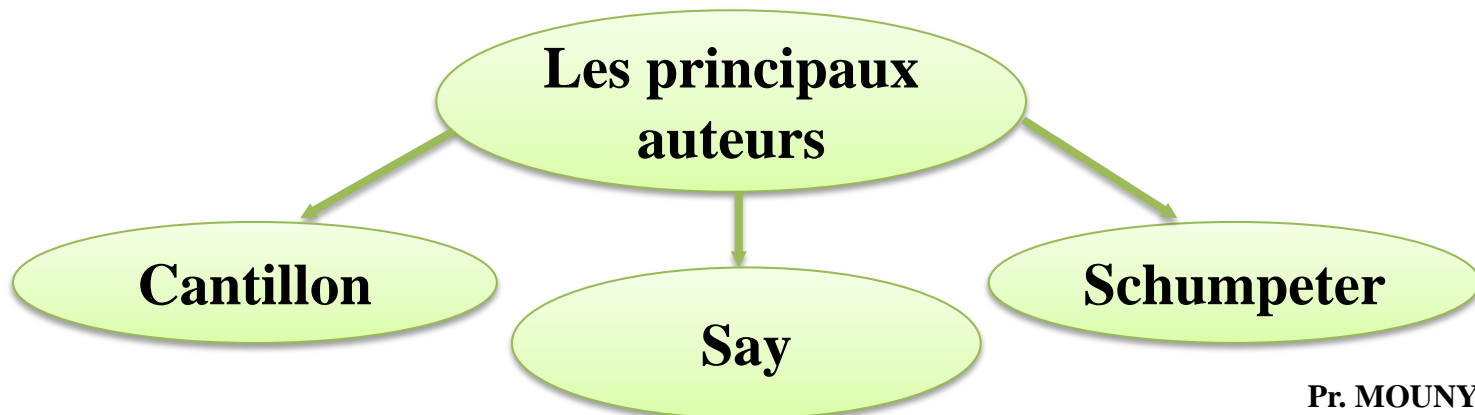
1.1. Profil de l'entrepreneur

« Il faut agir en homme de pensée et penser en homme d'action » Henri Bergson

Pour déterminer le profil de l'entrepreneur nous allons présenter la définition de ses fonctions selon les économistes et les behavioristes

1.1.1. L'entrepreneur selon les économistes

Les principaux auteurs de cette école sont :





**1680 – 1734 :
Économiste et
Financier
Irlandais.**

➤ **Selon Richard Cantillon (1755) :**

« L'entrepreneur est appréhendé comme un investisseur, un preneur de risques, un aventurier, un opportuniste, et un observateur de l'évolution des marchés pour mieux prévoir les comportements d'achat et les possibilités de profits »



**1767 – 1832 :
Économiste
classique et
entrepreneur
Français**

➤ **Selon Jean-Baptiste Say (1803) :**

« L'entrepreneur fait office d'intermédiaire entre le savant innovateur et l'ouvrier qui exécute des ordres. Il est un maillon indispensable entre la science, la technique, et l'application des principes dans l'entreprise »

➤ Selon Joseph Schumpeter (1934) :



**1883 – 1950 :
Économiste et
professeur
en science
politique
Américain.**

« L'entrepreneur est un agent économique exceptionnel, son rôle consiste dans la mise en œuvre de nouvelles combinaisons dans le développement d'innovations »

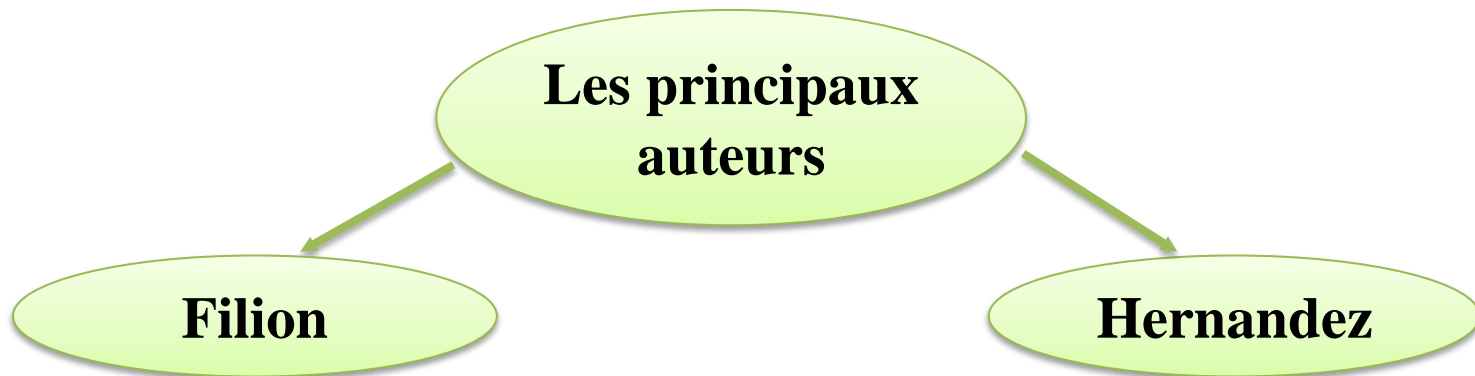
Schumpeter distingue cinq types d'innovations :

- l'introduction d'un nouveau bien
- l'introduction d'une nouvelle méthode de production,
- l'ouverture d'un nouveau marché,
- la mise en route d'un nouveau type d'organisation industrielle,
- la conquête d'une nouvelle source d'offre de matières premières

1.1.2. Selon les behavioristes (Approche par les traits de personnalité et le comportement)

Cette école propose de mieux comprendre les caractéristiques psychologiques et les comportements des entrepreneurs

Les principaux auteurs de cette école sont :



➤ **Selon Louis Jacques Filion (1997):**



1945-

**Professeur et
titulaire de la**

**Chaire
d'entrepreneuriat
à Montréal**

Canadien

Il a présenté quatre caractéristiques essentielles :

- **Le besoin de réalisation ou d'accomplissement**
- **Le besoin de pouvoir**
- **Le lieu de contrôle interne**
- **La prise de risque calculée**

Tableau 1.3 : Caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs

| | |
|---|--|
| 1. Initiative | 9. Besoin d'autonomie |
| 2. Intuition | 10. Besoin d'accomplissement |
| 3. Contrôle de sa destinée | 11. Capacité d'apprentissage |
| 4. Passion | 12. Connaissance de soi |
| 5. Prévoyance et vision | 13. Détermination, persévérance et énergie |
| 6. Polyvalence | 14. Flexibilité |
| 7. Prise de risques | 15. Capacité sociale |
| 8. Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude | 16. Imagination/créativité |



**Professeur en
sciences de gestion
et entrepreneur
France**

➤ **Selon Emile-Michel Hernandez (2008) :**

Il présente une check-list définitionnelle de l'entrepreneur:

Tableau 1.2. Check-list définitionnelle de l'entrepreneur

Définition de l'entrepreneur

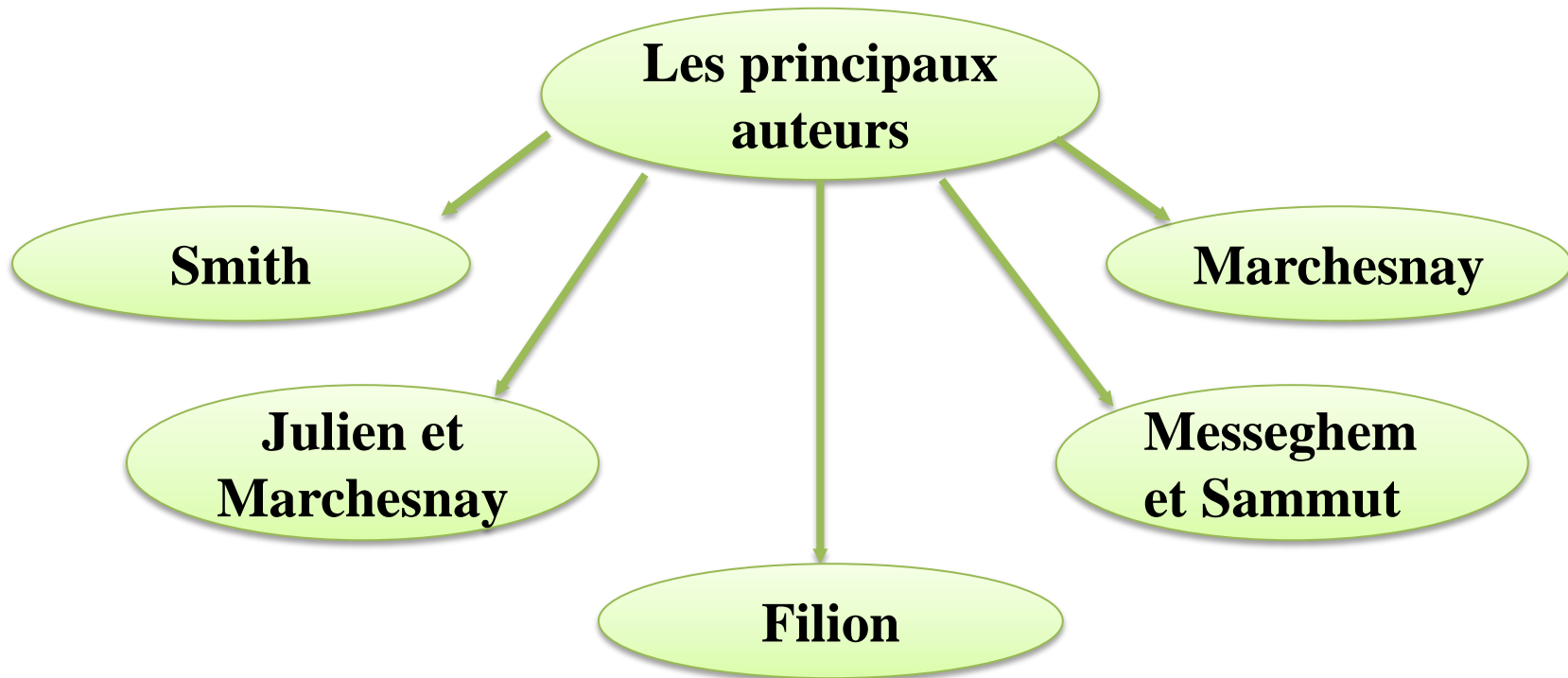
L'entrepreneur est celui qui :

- Il assume les risques administratif, financier, social;
- Il possède une forte capacité de travail ;
- Il démontre une grande ténacité
- Il croît en sa capacité de bâtir le destin ;
- Il consent à des sacrifices personnels ;
- Il prend les décisions stratégiques sans nécessairement disposer de toute l'information ;
- Il est déterminé, autonome, créatif et veut être son propre patron
- Il est capable de se surpasser ;

Source: Check-list définitionnelle de l'entrepreneur selon Hernandez (2008)

1.1.2. Les typologies d'entrepreneurs

Les typologies d'entrepreneurs selon les auteurs:



Smith Norman (1967) :

Il identifie deux types d'entrepreneurs :

- **L'artisan** : entrepreneur de formation technique et d'origine ouvrière. Paternaliste, il est propriétaire de son affaire et planifie peu.
- **L'opportuniste** : entrepreneur ayant bénéficié d'une scolarisation relativement poussée et enrichi de multiples expériences. Cet entrepreneur a pour but principal la croissance de son entreprise au travers d'une politique managériale adaptative..



1923 – 2008 :
Musicien et
producteur
Britannique.



Julien Pierre-André
1939 – :
Economiste
Québécois



Marchesnay Michel
1940 – :
Professeurs en
économie
Français

➤ **Julien Pierre-André et Marchesnay Michel (1988) :**

- Le dirigeant PIC (Pérennité – Indépendance – Croissance) :

Il s'intéresse à la pérennité de son entreprise, il refuse l'entrée de nouveaux actionnaires dans le capital. Son but n'est pas de faire croître son entreprise et de gérer beaucoup d'employés, mais plutôt se focaliser sur son expertise et son propre emploi

- Le dirigeant CAP (Croissance – Autonomie – Pérennité) :

développeur et il s'entoure d'un réseau, d'associés, d'employés souvent plus compétents que lui afin de le compléter. et il est prêt à accepter des participations financières.



➤ **Fillion Louis Jacques (1997) :**

Il différencie six types d'entrepreneurs, créateurs ou non, de leur entreprise :

- 1- Le bûcheron**
- 2- Le séducteur (un papillon)**
- 3- Le sportif (un libertin)**
- 4- Le vacancier (un bricoleur)**
- 5- Le converti**
- 6- Le missionnaire**

1.2. Motivation pour entreprendre

Créer et gérer une entreprise est loin d'être facile. Mais, si tant de personnes se lancent dans l'aventure, c'est parce qu'elles détiennent des motivations pour créer une entreprise. Le moteur de la plupart des créateurs :

- **Aller toujours plus loin**
- **L'envie de liberté**
- **Le goût du pouvoir**

1.3. Les conseils pratiques

1.3.1. Apprenez à vendre vos idées :



Conseil

- Présentez verbalement votre projet d'une manière concise
- Laissez un dossier à votre interlocuteur
- Interprétez correctement les objections
- Écoutez et posez les bonnes questions

1.3.2. Réussissez le premier entretien:

- Pour convaincre, soyez vous-même convaincu
- Après l'entretien, analysez son déroulement
- Soyez honnête sur le plan intellectuel

1.3.3. N'oubliez pas que votre boss, c'est votre client

1.3.4. Sachez utiliser les conseils bénévoles

Chapitre 2. Analyse et test de l'idée

2.1. La clientèle potentielle et ses besoins

2.2. L'importance de la clientèle

2.3. Méthodologie du test de l'idée

2.1. La clientèle potentielle et ses besoins

2.1.1. Les sources d'information

- **Les sources d'information internes**
- **Les sources d'information externes**

2.1.2. Les typologies des données recueillies :

- **Les données sont dites primaires**
- **Les données secondaires**

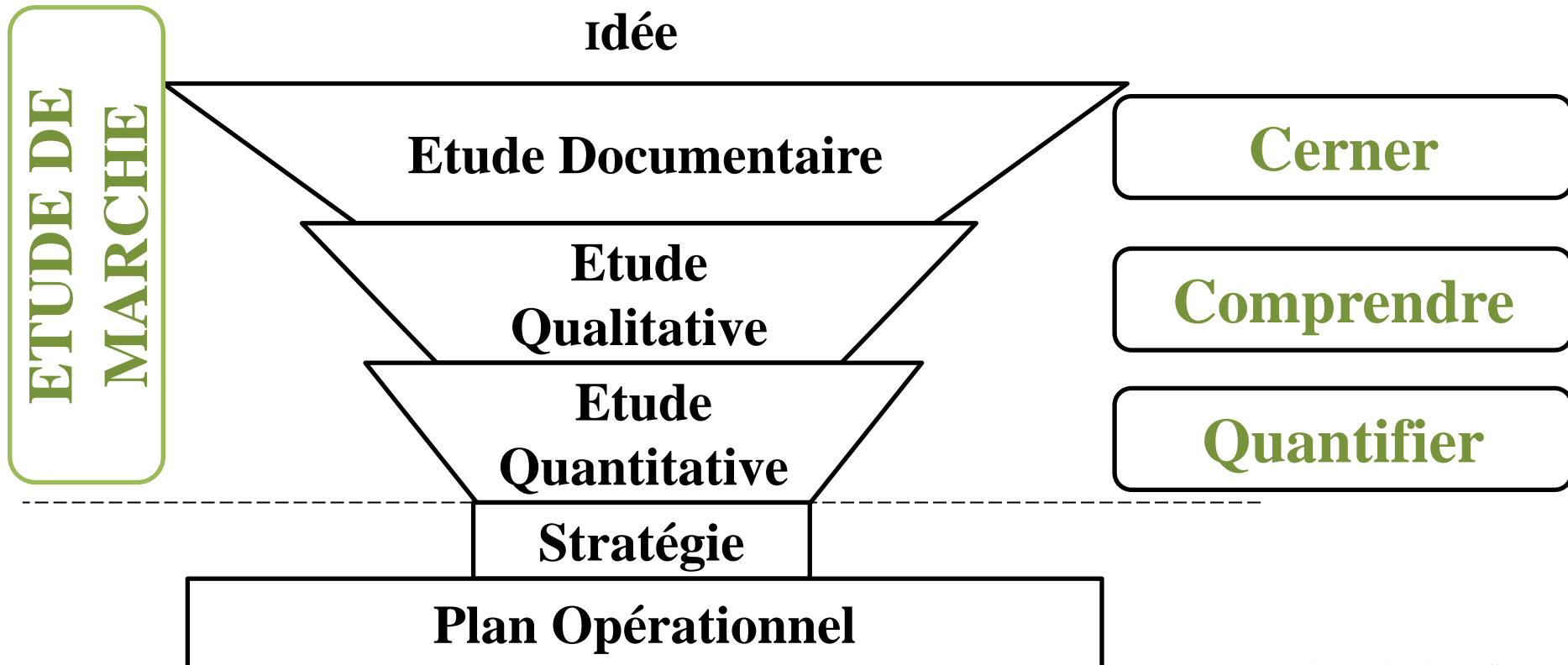
2.1.3. Les données à recueillir

Le créateur doit recueillir des données qui sont :

- **Les caractéristiques idéales du produit**
- **Les autres facteurs clés de réussite**

2.1.4. Réaliser une étude de marché dans les règles de l'art

Pourquoi une étude de marché ?



2.2. L'importance de la clientèle

L'entrepreneur doit essayer d'obtenir des renseignements sur :

- **La courbe de vie du produit**
- **L'évolution de la demande, des approvisionnements, des prix**
- **Les intermédiaires**
- **La concurrence**

2.3. Méthodologie du test de l'idée

2.3.1. L'idée de création



L'idée peut être soit un nouveau concept ou projet et qui va aboutir à la création d'une entreprise qui peut avoir de nombreuses origines: elle peut être née du cadre de pensée, d'un besoin, de l'expérience du créateur, d'un savoir-faire, d'une formation initiale...

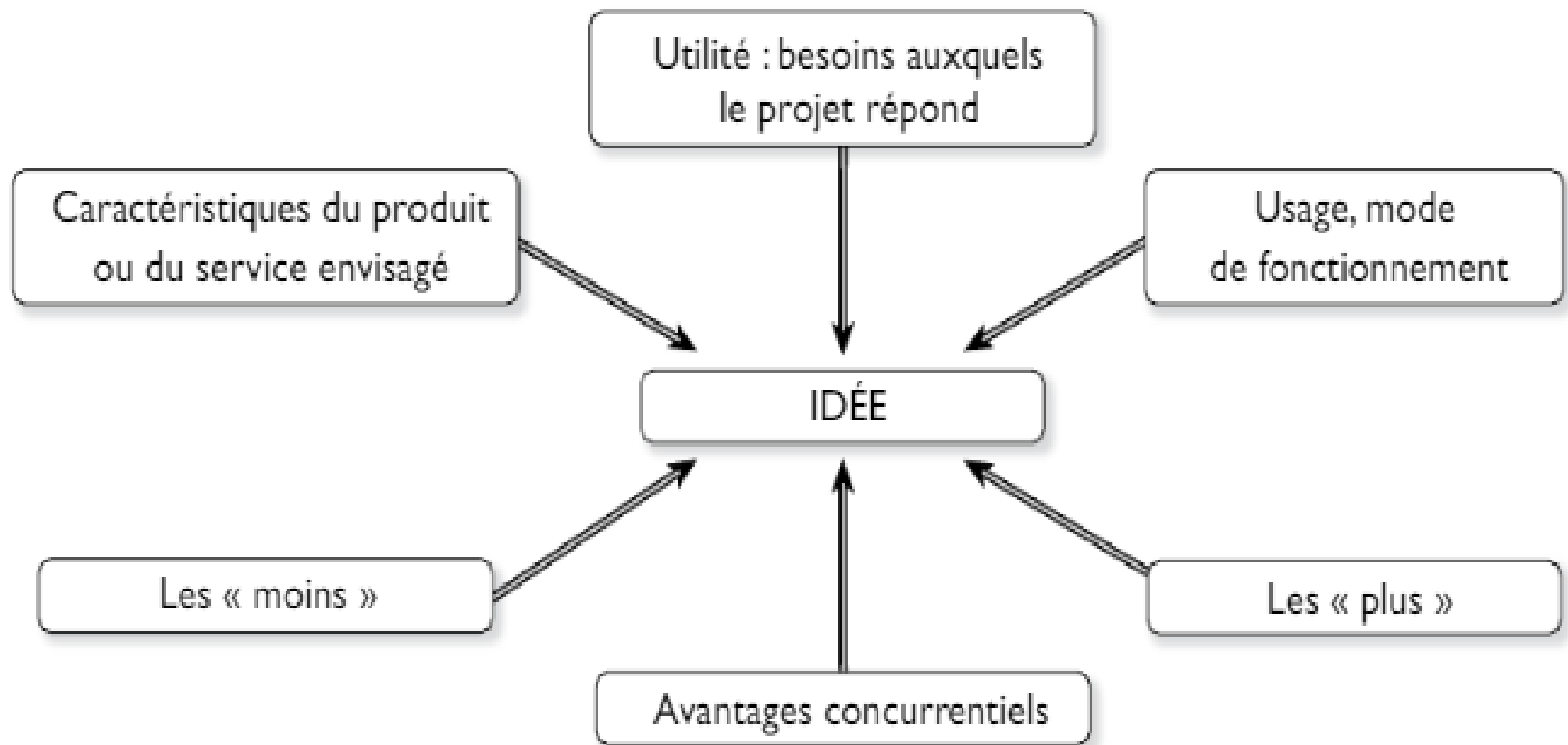
Si Qui Si
 Pourquoi Qui Qui
 Quel Si Comment Pourquoi
 Comment Qui Si Comment Qui
 Qui Pourquoi
 Pourquoi Pas
 Pourquoi Pas
 Comment Si
 Pourquoi Qui
 Pourquoi Comment
 Quel Qui Si
 Pourquoi Pas
 Si Qui Pourquoi
 Comment Si
 Pourquoi Qui
 Comment
 Si Qui
 Pourquoi Qui

 Qui
 Pourquoi Quel
 Comment Si
 Quel Qui
 Pourquoi

- Qui
Quon Quil
Quon Quil
Quil Qui
Quon

2.3. Méthodologie du test de l'idée

Figure 2.3.1: Le test de l'idée



2.3.3. Valider le projet: en parler ou pas

Tableau 2.3.3. Quand et comment parler de son idée ?

| | Phase d'initiation de l'idée | Phase de lancement de l'idée |
|-----------------|--|--|
| Objectif | Tester son idée | Améliorer son projet |
| Méthode | Interroger les personnes autour de soi | Échanger avec des professionnels |
| Conseils | <ul style="list-style-type: none">- Il y a souvent plusieurs façons d'aborder une question- À un moment, il faut y aller... | Chaque idée, chaque commentaire est utile, mais le dernier qui parle n'a pas toujours raison |

2.3.4. La protection de l'idée

- L'idée en soi ne peut être protégée.
- Seule peut être protégée la forme selon laquelle elle s'exprime
- D'une manière générale, on appelle propriété intellectuelle, les droits qui protègent les créations " issues de l'activité de l'esprit humain " contre toute appropriation de tiers. Ces droits se divisent en deux branches : les droits d'auteurs, les droits de propriété industrielle