

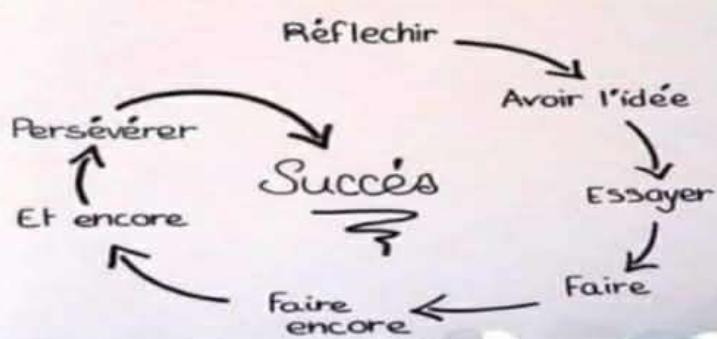


ÉCOLE SUPÉRIEURE D'AGRONOMIE DE MOSTAGANEM
DÉPARTEMENT DEUXIÈME CYCLE

2023

POLYCOPIE DE COURS DE
Initiation à l'entrepreneuriat

Destiné aux étudiants de
3^{ème} année Second Cycle



Chapitre 1 : L'entrepreneuriat et l'entrepreneur

1. L'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat, en tant que phénomène économique, est un concept largement utilisé dans un sens courant, il a fait l'objet de plusieurs définitions.

1.1. Définitions

Définition 1

L'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires par un ou plusieurs individus via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur.

Définition 2

L'entrepreneuriat (ou, selon une orthographe un peu moins courante, **entreprenariat**):

« Fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et planter des entreprises ».

L'entrepreneuriat est une activité difficile et bon nombre de création d'entreprises se soldent par un échec.

Définition 3

L'entrepreneuriat est défini comme la « fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et planter des entreprises ».

En tant que phénomène économique et social, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société sont considérables et ils concernent :

- La création d'entreprises dans les différents domaines d'activités,
- L'innovation et les opportunités innovantes,
- Le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations.

Définition 4

« L'entrepreneuriat est le processus par lequel des individus-seuls ou dans le cadre d'organisations- poursuivent des **opportunités**, sans égard aux ressources dont ils disposent. » (Stevenson et Jarillo, 1990).

Définition 5

« L'entrepreneuriat est l'examen du comment, par qui, et avec quels effets des **opportunités** de créer des biens et des services sont découvertes, évaluées et exploitées. » (Shane et Vankataraman, 2000)

1.2. « Entrepreneuriat » ou « Entreprenariat » ?

On écrira toujours « entrepreneurs » avec « **eu** » et non « **a** ». En effet, « entrepreneurs » qualifie l'activité de l'entrepreneur, qui s'écrit avec « **eu** » et non « **a** » ! Un moyen mnémotechnique est de se dire que **l'entrepreneur est « preneur » de toute opportunité** pour faire fructifier ses affaires.

Exemples :

- L'entrepreneuriat est à la mode.
- L'entrepreneuriat est une des solutions pour réduire le chômage.
- L'entrepreneuriat séduit de plus en plus les jeunes générations.

Attention :

On confond souvent « **entrepreneuriat** » avec « **entreprenariat** » car les fonctions terminant par « **ariat** » s'écrivent en général de cette façon : « **secrétariat** » pour « **secrétaire** », « **actionnariat** » pour « **actionnaire** », « **partenariat** » pour « **partenaire** », « **notariat** » pour « **notaire** », « **célibat** » pour « **célibataire** » etc.

2. L'entrepreneur

L'entrepreneur crée l'entreprise et en assume le bon fonctionnement. Pour un entrepreneur, le but est de réaliser du profit. Pour pouvoir créer une entreprise et garantir sa pérennité, un entrepreneur doit avoir un capital et savoir le gérer.

2.1. Définitions

Définition 1

Aujourd'hui, le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur » :

La première fait référence à l'acte d'entreprendre: « est entrepreneur » celui qui entreprend quelque chose.

La seconde voit dans l'entrepreneur « une personne qui se charge de l'exécution d'un travail ».

La troisième dans une perspective économique, est entrepreneur « toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital, travail), en vue de vendre des produits ou des services ».

Définition 2

Joseph Schumpeter redonne à l'entrepreneur une place importante en le désignant comme étant « **l'homme de l'innovation** » : Parce qu'il incarne et porte le pari de l'innovation, son dynamisme assure la réussite de celle-ci :

« L'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la propension à la routine et réaliser des innovations ». (J. A. Schumpeter, 2011)

Définition 3

Aux yeux des spécialistes en entrepreneuriat, Richard Cantillon est leur « père », celui qui, dans un unique ouvrage, *Essai sur la nature du commerce en général*, a su définir l'entrepreneur comme « cet individu qui perçoit des 'gages incertains', à l'opposé des 'gens à gages certains' ». (R. Cantillon, 2019)

2.2. Les différentes raisons d'entreprendre

Quelques-unes des raisons qui mènent à l'entrepreneuriat

❖ La passion

La passion est un moteur puissant de créativité, c'est aussi elle qui permet de surmonter les coups durs. C'est la passion qui permet de tenir une entreprise durablement. Il vous faudra aussi faire preuve d'ardeur pour faire perdurer l'entreprise dans le temps.

❖ La recherche de liberté

Entreprendre en recherche de liberté : **je ne veux plus être salarié, je veux être mon propre patron**, je veux décider de quand et où je travaille et des tâches que j'effectue.

Il faut être conscient du fait que vous ne travaillerez à priori pas moins qu'un salarié, en tous cas pas au début. Les contraintes de votre activité ne vous permettront pas forcément de prendre des congés quand ni autant que vous le souhaitez. Si vous démarrez votre activité seul, il est fort à parier que vous aurez à effectuer des tâches qui ne vous plaisent pas régulièrement. Créer son entreprise n'est généralement pas de tout repos.

❖ Le besoin d'accomplissement personnel

Entreprendre pour être en accord avec ses valeurs et avec ses besoins. N'oubliez pas qu'il y aura certainement des compromis à faire et des tâches moins agréables à effectuer. Il faudra réfléchir à la manière de garder un équilibre satisfaisant entre ce que vous acceptez et ce que vous n'acceptez pas.

❖ L'argent

Entreprendre pour devenir riche : j'ai une idée géniale qui va me rendre riche rapidement.

Si c'est votre principale motivation, assurez-vous que cette idée se vérifie très nettement en étudiant les bénéfices de vos concurrents et en réalisant un business plan. Les débuts d'une entreprise sont généralement peu rentables. Il faudra parfois attendre quelques mois, voire plusieurs années avant que ne se dégage un bénéfice qui puisse couvrir un salaire. **Etes-vous prêt à patienter le temps nécessaire ?**

❖ Le devoir sociétal

Entreprendre par conviction : les choses doivent changer, je sais comment les changer, j'ai le devoir d'agir pour aider la société, je veux être utile.

Les idées et habitudes prennent généralement du temps à changer. Aussi, il faudra être persuasif afin de convaincre un maximum de personnes (partenaires, investisseurs, ...) que ce que vous proposez est une valeur ajoutée pour elles et pour la société. Armez-vous de patience!

❖ La création de son propre emploi

Entreprendre pour prendre sa vie en main : je ne trouve pas de travail, je vais créer mon propre emploi pour pallier au manque.

C'est une bonne idée ! Soyez seulement conscients du fait qu'un demandeur d'emploi doit trouver un employeur, mais un chef d'entreprise doit trouver des clients ! Aussi, selon l'activité développée, les bénéfices arriveront à plus ou moins long terme. Prévoyez donc une petite réserve afin de pouvoir répondre à vos besoins en attendant que vos bénéfices soient suffisants pour vous rémunérer.

❖ L'innovation

Entreprendre pour innover : j'ai une idée qui n'existe pas encore et qui va révolutionner le monde.

C'est génial ! Etudiez bien le marché avant de vous lancer afin d'être certain que votre idée n'est pas déjà présente ailleurs et afin de savoir pourquoi cette idée n'a pas encore été réalisée. Répond-elle à une demande ? Est-il possible de la mettre en œuvre ? Ou simplement suis-je le premier génie à avoir eu cette idée ? Si c'est le cas, foncez !

❖ **Perpétuer la tradition familiale**

Entreprendre pour continuer ce que ma famille a commencé.

Demandez-vous si vous le faites parce que vous en avez vraiment envie, parce que vous êtes fier de cette entreprise familiale, parce que vous y croyez et que ça vous fait vibrer ou si c'est plutôt une obligation ou un choix par défaut. Demandez-vous aussi si vous êtes prêt à être lié professionnellement avec votre famille et quel type de relation vous allez mettre en place.

Remarques

Les raisons sont multiples et cette liste n'est bien sûr pas exhaustive.

Aussi, ce n'est généralement pas un seul facteur mais bien la combinaison de plusieurs facteurs qui mène à la décision de créer.

2.3. Entrepreneuriat : Avantages et Inconvénients

Quels avantages ?

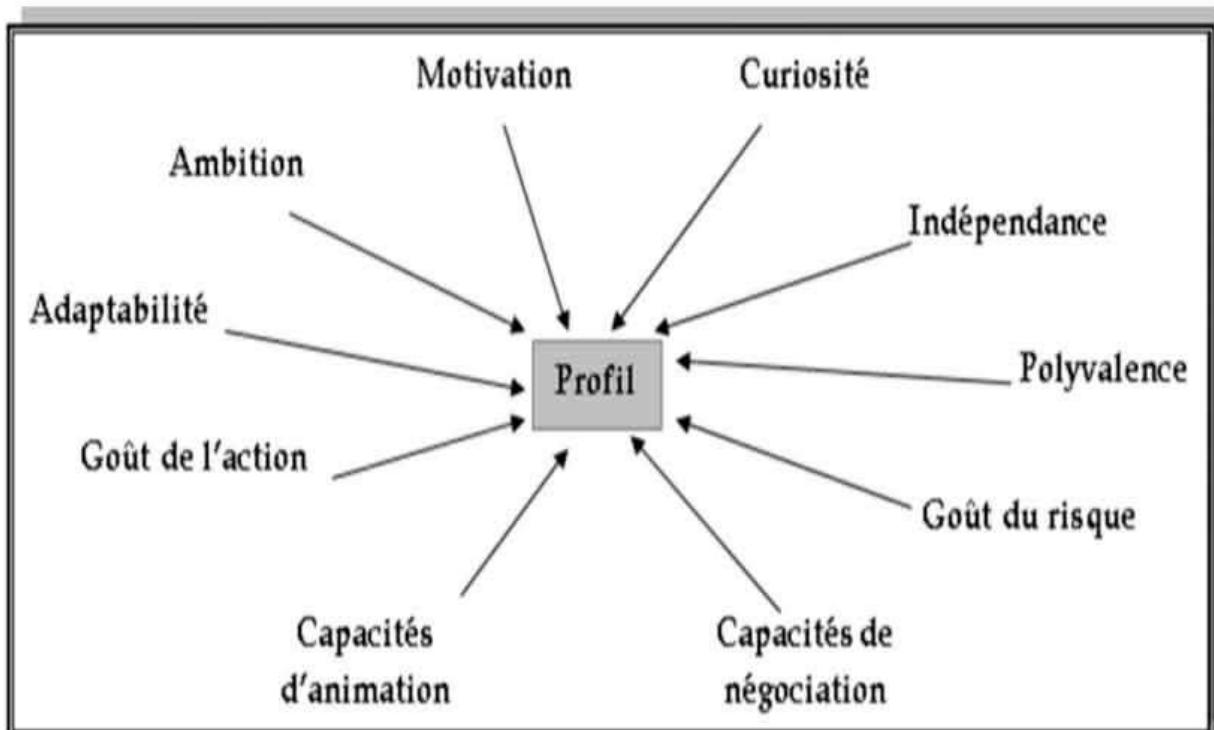
Les entrepreneurs recherchent un environnement de travail différent d'un travail dit normal. Ils apprécient notamment :

- ✓ **L'absence totale de routine.** Les journées d'un entrepreneur se suivent, mais ne se ressemblent pas : recherche d'idées, comptabilité, développement des produits/services, marketing... Un chef d'entreprise doit savoir (presque) tout faire !
- ✓ **La liberté.** Un entrepreneur travaille pour lui et pour personne d'autre. Plus besoin de subir l'autorité et les ordres d'un supérieur. Oui, le boss, c'est vous !
- ✓ **Le goût du challenge.** Un entrepreneur a la possibilité de stimuler l'économie et de créer de l'emploi. Ainsi, le chef d'entreprise a généralement le goût de l'aventure, l'envie de se surpasser et de se prouver des choses.

Quels inconvénients ?

Devenir entrepreneur n'est pourtant pas si simple. En effet, l'entrepreneuriat présente également de nombreux inconvénients venant ternir cette belle image de liberté et de succès :

Figure 1 : Le Profil du Créateur de projet



Source : conception personnelle

Les raisons de créer son entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses. Elles dépendent de chacun. Tout le monde n'a pas le même goût de se lancer dans un projet et certains croient qu'ils n'ont pas ce qu'il faut pour le démarrer. Parmi la population, une personne sur dix posséderait un profil entrepreneurial. Un grand nombre d'étudiants pourraient ainsi devenir entrepreneur; en d'autres termes, ils présenteraient des caractéristiques généralement partagées par les entrepreneurs.

Chapitre 4 : La création d'entreprise

1. L'entreprise : définition, finalités et classification

Les entreprises connaissent des performances très diverses : certaines se développent très rapidement, d'autres disparaissent, certaines font l'expérience de retournements spectaculaires.

1.1. Définition

L'entreprise est un système ouvert, finalisé, dirigé, une unité de production et de répartition, une cellule sociale, une communauté humaine, [...], qui vit dans un environnement donné. (M. Barabel, O. Meier, T. Teboul, 2013)

1.1.1. Qu'est-ce qu'un système ?

« Un système est un ensemble d'éléments liés logiquement entre eux, qui, réunis, concourent à la réalisation d'un objectif commun ». (A. Yatchinovsky, 2018)

« Un système est un ensemble d'éléments en interactions dynamiques, organisés en fonction d'un but ». (J. de Rosnay, 1975)

Presque tout dans la vie, même quotidienne, est relié à un système, et la chose que l'on remarque en examinant notre environnement, c'est son organisation. En effet, le parcours des astres en orbite autour du soleil est défini en fonction des forces de la gravitation. Chez l'être humain, il existe des équilibres biologiques qui ne résultent pas du hasard, mais bien de l'organisation systématique des relations entre composantes.

On se sert du mot « système » pour désigner quelque chose de rationnel, d'organisé dans un ordre précis. Nous pouvons nous arrêter à la définition suivante : « Un système est un ensemble de composantes agencées de façon ordonnée et structurée et tendant vers un résultat précis »

Un système est composé d'éléments en interaction. Il ne s'agit pas d'une simple juxtaposition d'éléments mais d'un ensemble organisé de façon cohérente en fonction d'un but : le tout est différent de la somme des composantes.

1.1.2. Les composantes d'un système

Notion de Feed-back et de contrôle :

Un système transforme des intrants (Inputs) en extrants (outputs). Ex : Le grille-pain transforme l'électricité qui lui est fournie comme source d'énergie en chaleur qui permet d'obtenir des toasts bien dorés.

Un système n'existe pas si on ne lui a pas assigné de but. Ainsi la raison de système est inséparable de celle d'objectif et de rétroaction (Feed-back). Elle consiste à réguler le système.

La rétroaction (Feed-back) permet de maintenir le système en état de réaliser correctement son but.

Notion d'ouverture sur l'environnement :

Il existe du système fermé, c'est à dire sans liens avec l'environnement, et des systèmes ouverts qui entretiennent des relations avec leur environnement.

L'entreprise se procure à l'extérieur les matières premières qui vont lui permettre de fabriquer puis de vendre des produits qu'elle met à la disposition de son environnement. Ses différentes opérations la conduisent à s'adapter en permanence à son environnement.

1.1.3. L'entreprise et ses systèmes

➤ L'entreprise est un système ouvert finalisé et dirigé

Elle poursuit des buts (profit, puissance, pérennité...), s'organise pour les atteindre (définition de plans d'action, de budgets...), se dote de structures d'exécution, de direction et de contrôle.

➤ L'entreprise est un ensemble de sous-systèmes en interaction

On distingue quatre sous-système : un sous-système de production, un sous-système commercial, sous-système administratif et financier et un sous-système du personnel. Chaque sous-système entretient des relations suivies avec les autres sous-systèmes. Ainsi, le sous-système commercial vend ce que le sous-système production a fabriqué grâce aux capitaux fournis par le sous-système financier et aux services rendus par le sous-système du personnel.

Chaque sous-système se voit affecter des moyens qui concourent à la réalisation de l'objectif générale de l'entreprise.

1.2. L'entreprise est une unité de production

1.2.1. L'entreprise produit de la valeur ajoutée :

- **L'entreprise transforme des facteurs de production en biens ou services destinés à être vendus sur le marché (bien et services marchands).**
- **Bien ou service marchand :** « Bien ou service vendu sur un marché par opposition à un bien ou un service non marchand, qui lui, est offert gratuitement »

- Lorsque l'entreprise fabrique des biens ou des services, elle produit de la valeur qui dépend de son savoir-faire et de la façon dont elle a su combiner ses facteurs de production.
- Cette valeur appelée **valeur ajoutée (Va)** correspond à la valeur totale de la production diminuée de la valeur des biens et services achetés à l'extérieur, c'est à dire les consommations intermédiaires (**Ci**).

$$Va = \text{Production} - Ci$$

- La valeur ajoutée permettra à l'entreprise de rémunérer ses facteurs de production et de recommencer son cycle de production.

L'entreprise est donc une unité de production de biens et services et de valeur ajoutée.

Par l'opération de production, l'entreprise transforme des flux d'entrée (Intrants ou Inputs) en flux de sortie (Extrants ou Outputs).

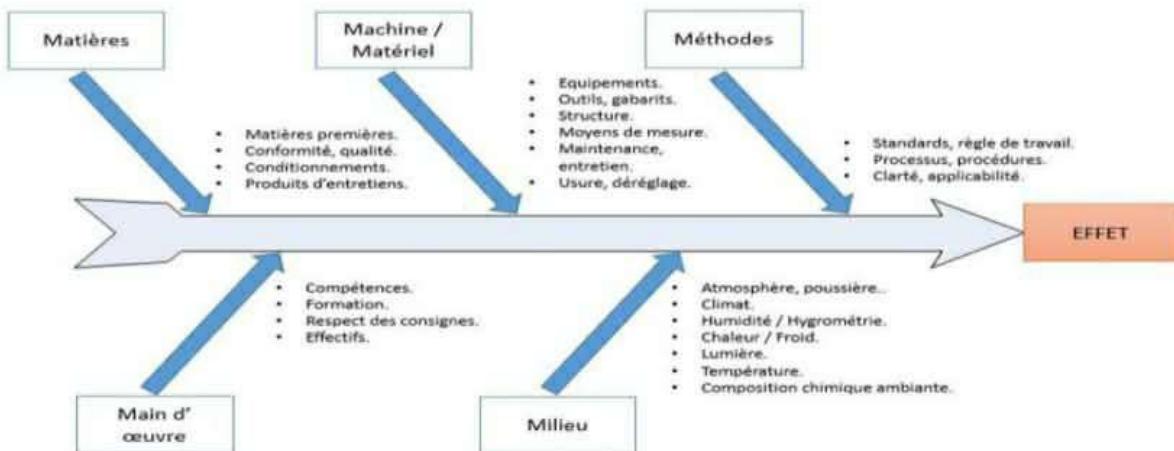
Les intrants peuvent être classés en trois catégories :

- ✓ Le travail fourni par le personnel de l'entreprise
- ✓ Le capital technique : bâtiments, matérielsetc.
- ✓ Les consommations intermédiaires c'est matières premières, produits semi-finis, énergie.... ou les services (publicité, transport, ...etc.) incorporés au processus de production.

1.2.2. Les moyens de l'entreprise (Facteurs de production)

Les moyens de l'entreprise peuvent être présentés, pour but de simplification, par le modèle d'HISHIKAWA (Voir Fig 4).

Figure 4 : Diagramme d'HISHIKAWA : La règle des 5 M



Source : <https://leanpourtous.files.wordpress.com/>

Pour traiter le problème retenu, des outils spécifiques sont utilisés, notamment le diagramme d'HISHIKAWA appelé aussi « diagramme de causes et effets ».

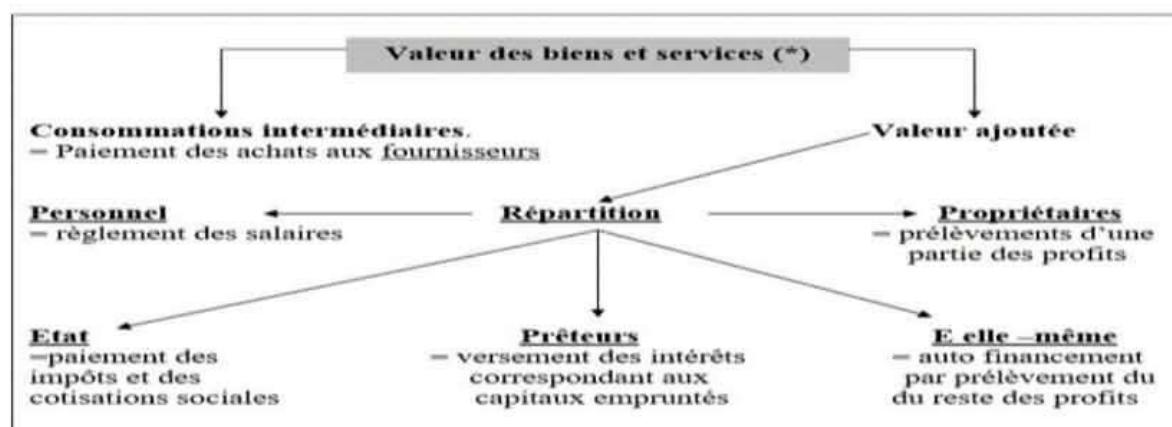
A droite du schéma est situé le problème, et à gauche tous les éléments qui ont une action sur lui. Les éléments classés par familles, voire sous-familles, permettent de mettre en valeur les causes principales du problème. Le schéma définitif prend la forme d'une arête de poisson.

1.3. L'entreprise est une unité de répartition

L'entreprise vend sur le marché les biens ou services qu'elle a conçus et fabriqués. Le produit de cette vente doit lui permettre de :

- ✓ Payer ses fournisseurs ;
- ✓ Rémunérer les facteurs de production qu'elle a utilisés ;
- ✓ Payer ses charges sociales et fiscales ;
- ✓ Dégager un surplus destiné à assurer son avenir.

Figure 5 : La fonction de répartition de l'entreprise



Source : Conception personnelle

Une fois les richesses sont créées, l'entreprise distribue les rémunérations aux agents qui ont participé à la réalisation de la production.

- ✓ Le personnel reçoit le salaire ;
- ✓ L'État, les organismes sociaux perçoivent les impôts et les cotisations sociales ;
- ✓ Les prêteurs reçoivent des intérêts ;
- ✓ Les apporteurs de capitaux reçoivent les dividendes ;
- ✓ L'entreprise garde pour elle-même les revenus non distribués.

1.4. Métier, Finalités et Objectifs de l'entreprise

1.4.1. Métier de l'entreprise

Lorsqu'une entreprise se crée, elle va définir son métier. Le métier représente les compétences distinctives qui vont lui permettre de se différencier de ses concurrents.

En cours de vie, l'entreprise peut conserver le métier de base qu'elle maîtrise bien, ou au contraire se diversifier sur d'autres activités complémentaires – ou différentes – ou privilégier une autre activité qui va devenir son nouveau métier.

Avant de décider de créer l'entreprise et de produire des biens et services l'entreprise doit donc maîtriser des compétences en termes de métier. Mais elle doit également se fixer des finalités.

1.4.2. Finalités de l'entreprise

La finalité d'une entreprise est la raison d'être, la vocation de cette entreprise (pourquoi elle a été créée), mais aussi la raison pour laquelle elle est acceptée par son environnement.

C'est donc généralement la raison primaire lors de sa création, mais l'entreprise peut se fixer d'autres finalités en cours de vie. Elle répond à la question : « que voulons-nous faire » ou « qui voulons-nous être » ? La vocation est une notion plus large que le métier. C'est ce qui permet à l'entreprise de s'adapter et de survivre à l'évolution de son environnement.

On peut citer l'entreprise Apple qui a connu une évolution cyclique dans la production et la vente de ses ordinateurs mais qui renaît sans arrêt avec des modèles de plus en plus conviviaux et techniques, puis qui a élargi ses compétences à la musique en ligne et aux baladeurs numériques. C'est sa vocation qui lui permet de ne pas disparaître du marché en élargissant son métier de base. Les finalités peuvent être économiques, sociales ou sociétales ou personnelles au dirigeant.

❖ Finalités économiques

- Produire et distribuer des biens et services, but commun à toutes les catégories d'entreprises, les entreprises industrielles, les entreprises agricoles, etc. produisent et commercialisent des biens, les entreprises commerciales redistribuent les biens acquis auprès des producteurs, les entreprises de services fournissent des services marchands ou non-marchands aux entreprises ou aux consommateurs ;
- Partager la valeur ajoutée entre tous les partenaires ;
- Devenir leader ;

- Assurer la survie de l'entreprise et sa croissance excepté dans certaines entreprises qui sont créées pour une mission précise, temporaire ;
- Produire un profit, préserver le patrimoine sont des buts majeurs, cette recherche du profit distingue les entreprises privés marchands des entreprises publiques et des associations ;
- Se développer ;
- Être indépendant financièrement.

❖ **Finalités sociales**

- Donner aux employés l'occasion de se réaliser ;
- Elles concernent aussi bien les ambitions des dirigeants (prestige par exemple) que l'épanouissement du personnel : bonnes conditions de travail, bien-être des salariés , participation au pouvoir de gestion, etc....

❖ **Finalités sociétales**

- Participer à l'emploi des citoyens ;
- Financer des œuvres collectives ;
- Respecter l'environnement ;
- Rendre un service public pour les entreprises nationales ;
- Répondre à une idéologie pour les coopératives qui font bénéficier leurs coopérateurs des économies ou bénéfices de l'entreprise (coopérative de production, de distribution).

1.4.3. Objectifs de l'entreprise

Les objectifs sont la réalisation concrète des finalités.

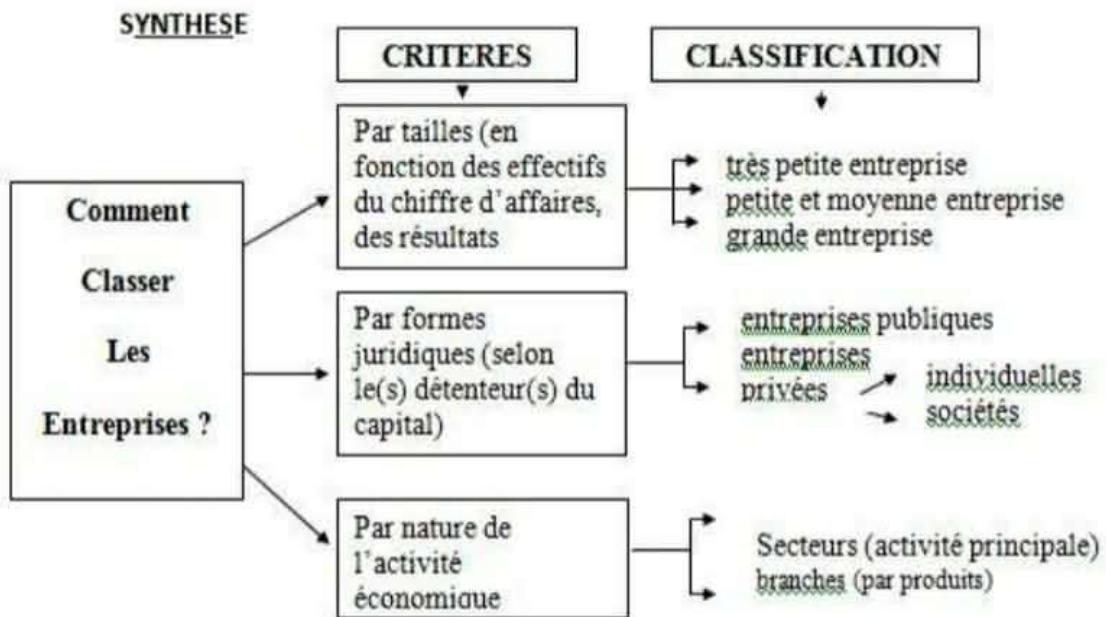
Un objectif est un résultat précis à atteindre dans un délai déterminé. Il traduit la volonté de modifier l'évolution de l'entreprise. Les résultats atteints traduisent l'efficacité de l'entreprise.

Pour certains auteurs, les objectifs sont uniquement quantitatifs, mais pour d'autres auteurs ils peuvent être quantitatifs et/ou qualitatifs.

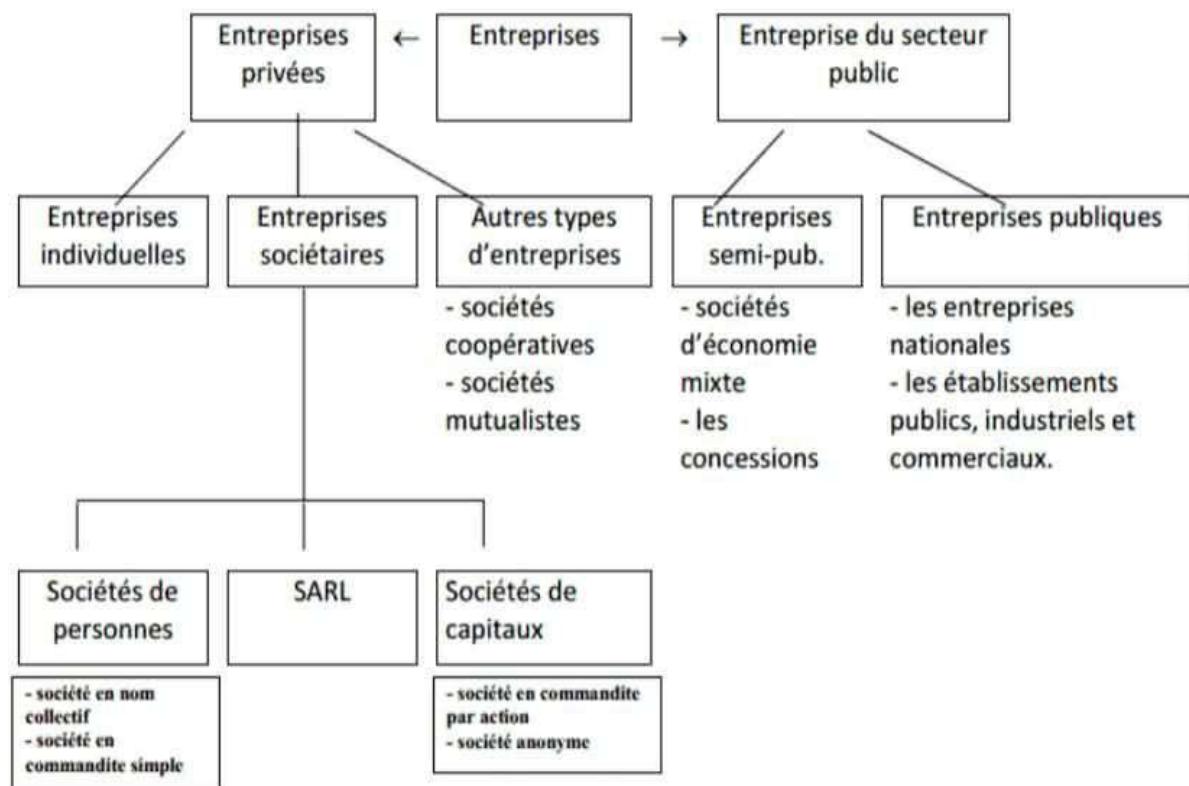
1.5. Classification des entreprises

La diversité des entreprises rend nécessaire l'établissement de typologies. Ainsi, il sera possible de constituer des ensembles homogènes permettant de positionner une entreprise en fonction de caractéristiques ayant des incidences en terme de gestion.

1.5.1. Critères de classification



1.5.2. Typologie



2. L'entreprise et son environnement

2.1. Définition de l'environnement de l'entreprise

C'est l'ensemble des facteurs extérieurs à l'entreprise et qui ont une influence sur elle.

On distingue :

- Le macro-environnement : environnement général de l'entreprise qui intègre les aspects sociologiques, économiques, juridiques, techniques ... tant nationaux qu'internationaux.
- Le micro-environnement : environnement spécifique de l'entreprise constitué de ses clients, de ses fournisseurs, de ses sous-traitants, de ses concurrents...

2.2. Le macro-environnement de l'entreprise

Macro vient du grec, il veut dire grand. Le macro-environnement désigne donc l'environnement général au sein duquel l'entreprise évolue. Il s'agit des caractéristiques générales de l'économie et de la société qui peuvent influencer l'entreprise.

Il existe de nombreux facteurs clés de cet environnement qui ont des conséquences pour l'entreprise. Celle-ci doit les connaître pour agir efficacement. Par exemple, une entreprise qui décide de lancer un nouveau produit doit savoir que la demande future est fonction de multiples facteurs. (Voir tableau 2)

Tableau 2 : Le macro-environnement de l'entreprise

P	E	S	T	E	L
Politique	Economie	Social	Technologie	Environnement	Legal
Stabilité gouvernement	Taux de croissance	Taille population	Incitations technologiques	Météo	Discrimination
Corruption	Taux d'intérêt	Taux de natalité / mortalité	Automatisation	Climat	Lois antitrust
Fiscalité	Taux d'inflation	Mariages / divorces	Activité de R&D	Politiques environnementales	Droit du travail
Liberté de la presse	Taux de change	immigration / émigration	Changement technologique	Changement climatique	Protection consommateurs
Réglementation	Crédit	espérance de vie	Accès nouvelles technologies	Pressions ONG	Droit d'auteur & brevets
Tarifs spéciaux	Revenu disponible	répartition richesse	Innovation	Catastrophes naturelles	Lois santé & sécurité
Force syndicales	Niveau dépense	classes sociales	Conscience technologique	Pollution	Lois sur l'éducation
Règles concurrence	Déficits budgétaires	Revenu / habitant	infrastructure internet	Recyclage	Protection des données
Participation des électeurs	Évolution du PIB	modes de vie	infrastructure communication	Produits verts	
Manifestations	Chômage	santé	Cycle de vie de la technologie	Énergies renouvelables	
Niveau des subventions	Marché boursier	Revenu disponible			
Relations bilatérales	Fluctuations des prix	Attitude / travail			
Importations / exportations	Facteurs sociaux	Habitudes d'achat			
Contrôle du commerce		Education			
Lobbying		Minorités			
Budgets publics		Épargne			
Facteurs économiques		Technologies			

Source : <https://cours-bts-mco.fr/>

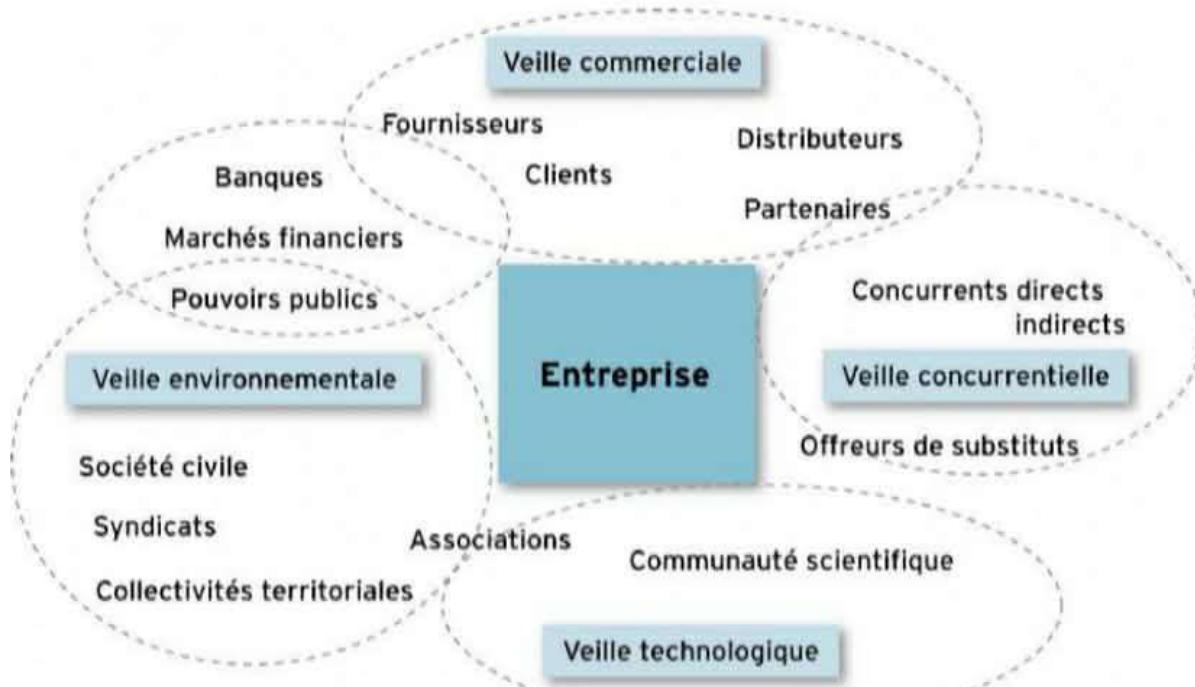
2.3. Le micro-environnement de l'entreprise

Le micro-environnement d'une entreprise fait référence à son environnement direct. Il comprend un certain nombre d'acteurs, parmi lesquels on retrouve notamment les clients, les

fournisseurs, les concurrents, les intermédiaires et les autres partenaires. Toutes ces parties prenantes interagissent entre elles.

L'entreprise désirant connaître son environnement spécifique doit apprécier les différents aspects le concernant. Cette étude de l'environnement spécifique constitue le contenu essentiel des études de marché réalisées par les entreprises. (Voir Fig 6)

Figure 6 : Le micro-environnement de l'entreprise



Source : <https://www.e-marketing.fr/>

2.4. Les Caractéristiques de l'Environnement

- **Son degré de stabilité** : l'environnement de l'entreprise peut aller du plus stable au plus dynamique.
- **Son degré d'hostilité** : l'environnement de l'entreprise peut aller du plus accueillant au plus hostile.
- **Son degré de complexité** : l'environnement de l'entreprise peut aller du plus simple au plus complexe.
- **Son degré de diversification des marchés de l'entreprise** : une entreprise peut avoir des marchés qui vont des plus intégrés aux plus diversifiés.

3. La création d'entreprise : une idée, un homme, des ressources financières

La création repose sur la mise en valeur d'une idée par un homme disposant de ressources financières.

3.1. Comment naît l'idée ?

La plupart des idées de création d'entreprise proviennent de :

- L'observation de la concurrence nationale ou internationale ;
- L'observation du milieu de travail ;
- La valorisation originale d'une idée existante ;
- L'observation de la vie quotidienne et la prise de conscience d'un besoin mal satisfait
- D'une idée de génie, telle la carte à puce ;
- D'une recherche systématique d'idées par :
 - Analyse de la presse spécialisée (défis, idées lucratives, etc.) ;
 - Recours à des banques de données ;
 - Visite de salons professionnels ;
 - Recours à un cabinet conseil spécialisé.

3.2. Les étapes de la création d'entreprise

Le processus de création d'entreprise se caractérise par le fait qu'il est organisé en étapes qui sont au nombre de quatre. Ces étapes sont :

- L'évaluation de l'opportunité ;
- La conception et la formulation du projet ;
- Le montage juridique et financement du projet ;
- Le lancement des activités.

L'évaluation de l'opportunité de création d'entreprise

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale de manière précise: Que veut-on vendre? A qui veut-on vendre? Quelle valeur cela peut-il apporter? Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil des experts et des spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet. Pour bien évaluer une opportunité de création d'entreprise, il faut :

- Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne opportunité de création.

- Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante.
- Savoir sélectionner les opportunités qui seront résister à l'usure du temps et à la compétition.

Conception et formulation du projet de création

- ❖ Dans cette étape, le projet doit passer vers la position du réalisable. A ce stade, différentes études doivent être conduites: étude du marché, étude juridique et étude financière. Ces études permettent d'élaborer l'offre, la stratégie, le plan d'affaires et de positionner le projet.
- ❖ Les points clés de la conception d'un projet de création d'entreprise sont :
 - Rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création ;
 - Être réaliste et pragmatique ;
 - Être clair sur la stratégie ;
 - Rechercher des avantages concurrentiels durables.

Montage juridique et financement du projet

- ❖ **Le montage juridique** consiste à choisir une structure juridique, à sécuriser les relations avec les tiers (salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants) et maîtriser les techniques de protection et de valorisation négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels lorsqu'il s'agit de la création d'entreprise innovante.
- ❖ **Le business plan** permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. A ce stade, le créateur doit maîtriser son projet pour pouvoir répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers.
- ❖ **Comment peut-il procurer à son entreprise les ressources financières qui lui sont nécessaires ?**
 - Par apport personnel du créateur et éventuellement de ses associés ;
 - En obtenant des prêts bancaires ;
 - En décider une société de capital-risque à prendre une participation dans la nouvelle entreprise ;
 - Par des aides, primes et subventions publiques ou privées.

3.3. Le processus de création

La création d'une entreprise est un processus de longue haleine qui nécessite par-dessus tout la mise en place de plusieurs paramètres. Certes vous avez l'idée d'entreprise, mais vous ne pouvez pas construire votre entreprise avec elle seule.

3.3.1. Etude de faisabilité

L'étude de faisabilité permet de vérifier que l'idée est réaliste et que l'entreprise est viable. Elle se décompose en :

- Etude de la faisabilité commerciale (adéquation produit / marché / entreprise),
- Etude de la faisabilité financière (adéquation besoins / moyens financiers disponibles),
- Etude de la faisabilité technique (adéquation produit / technologie).

L'étude de faisabilité permet aussi d'éviter les échecs ultérieurs.

3.3.2. Le projet

Le projet se présente sous forme de dossier regroupant tous les éléments concernant la future entreprise. Il permet au créateur d'appuyer ses demandes d'aides publiques ou privées, d'entrer en contact avec les banquiers, les fournisseurs et les associés. (Voir Fig 7)

Figure 7 : dossier de projet

Contenu du dossier

- | | | |
|---|--|--|
| → | Présentation | * de l'idée (ou de produit)
* du créateur
* de l'entreprise (structure juridique, moyens nécessaires au démarrage de l'entreprise : locaux, matériels, hommes, etc.) |
| → | Etude du marché | (consommateurs, concurrence, distribution) |
| → | Estimation du marché | (analyse de la demande et de son évolution) |
| → | Apport personnel du créateur et de ses associés | |
| → | Etude de rentabilité de l'activité | |
| → | Plan de financement | |

Source : Conception personnelle

L'agence nationale pour la création d'entreprise (A.N.C.E), les boutiques de gestion, les chambres de commerce et d'industrie peuvent aider le créateur à monter son dossier.

3.3.3. Démarches administratives

Les formalités administratives, sociales et fiscales peuvent être accomplies dans un délai déterminé, selon la structure juridique. (Voir Fig 8)

Figure 8 : démarches administratives



Source : <https://www.adesk.dz/>

3.3.4. Lancement des activités

Pour réussir le lancement des activités, il faut :

- Ne pas perdre du temps ;
- Aller droit à l'essentiel : obtenir des clients et des commandes ;
- Suivre son business plan ;
- Avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise ;
- Bien utiliser ses ressources.

4. Le développement et Le déclin de l'entreprise

Une entreprise se développe en augmentant ses effectifs, en diversifiant son activité, en étendant ses moyens de distribution de ses produits ou services. En effet, le développement d'une entreprise lui permet d'acquérir de nouveaux clients et ainsi de conquérir de nouveaux marchés.

La phase de déclin d'une entreprise marque un changement dans sa croissance. Ce déclin peut arriver à différents moments, sans critères temporels car chaque entreprise est différente et détient sa propre courbe d'évolution. Le déclin peut se constater par un ralentissement de la croissance de l'entreprise.

4.1. Le développement de l'entreprise :

La croissance de l'entreprise ne peut s'effectuer que si l'idée qui a favorisé son démarrage s'est traduite par un succès. L'entreprise doit ensuite développer son idée en élargissant sa clientèle. Sa croissance se traduit par :

- Une augmentation de ses moyens de production grâce à l'investissement,
- Une adaptation continue aux besoins des clients actuels et potentiels,
- Une réponse aux opportunités fournies par son environnement,
- Une modification de son organisation pour répondre à son changement de taille (évolution de son statut juridique, de son effectif et donc de sa structure).

4.2. Le déclin de l'entreprise

Le déclin de l'entreprise peut se traduire par sa disparition totale, par cessation d'activité ou par sa renaissance sous une autre forme :

- ✓ Reprise par une autre entreprise,
- ✓ Vente à une autre entreprise.

4.3. Facteurs de réussite des projets de création d'entreprise

Les facteurs qui prédisent le succès futur de l'entreprise sont :

- ✓ Une proximité entre le profil du créateur et l'entreprise créée: Trouver le projet qui convient à son profil et à ses capacités d'évolution est une bonne façon d'appréhender une situation de création d'entreprise ;
- ✓ Une localisation proche: Ne pas s'éloigner de ses bases et ne pas se couper de ses réseaux de proximité ;
- ✓ L'expérience du métier et du management est un facteur de succès: L'expérience permet d'obtenir facilement la confiance des partenaires indispensables (clients, fournisseurs, banquiers...) car on a déjà fait ses preuves. La connaissance du métier permet d'avancer rapidement et sûrement ;
- ✓ L'accompagnement: être entouré de professionnels, pouvoir bénéficier de leurs conseils et de leurs aides et se former au contact de spécialistes de la création d'entreprise sont

autant de conditions permettant au créateur de bien préparer et lancer son projet dans les meilleures conditions.

4.4. Les principales causes de défaillance des jeunes entreprises en création

- Les événements accidentels pouvant affecter l'individu: accident, maladie, décès, disparition d'un être cher, etc. et remettre en cause ses motivations et/ou ressources (un équipier ou un partenaire se retire, hostilité de l'environnement) ;
- Le projet peut être abandonné parce que son initiateur vient de découvrir une opportunité qui lui apparaît meilleure, ou car il est incapable de trouver une idée rentable ou les moyens techniques, financiers et commerciaux nécessaires ;
- La compétitivité du produit proposé est médiocre ou mauvaise ;
- Le potentiel du marché a été surestimé ;
- Le marché n'existe pas ou est plus long à démarrer que prévu ;
- Le délai de pénétration des nouveaux produits sur le marché a mal été évalué ;
- La difficulté d'accès aux circuits de distribution ;
- L'absence d'efforts commerciaux ;
- Un mauvais positionnement marketing ou une mauvaise politique de communication ;
- L'insuffisance des fonds propres.