

**Université d'Oran 2, Mohammed Ben Ahmed.
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion.**

Polycopié du Module :

Entrepreneuriat

Manuel et applications de travaux dirigés.

Préparé par :

Mme MEFTI Yamina, Maitre de Conférence -B-. Université d'Oran -2.

Année Universitaire 2022-2023.

Avant propos

Dans les universités traditionnelles les disciplines : d'économie, de gestion et de commerce, préparaient l'étudiant à comprendre, contrôler et à diriger des projets existant déjà.

L'enseignement dans ces institutions, comprenait des cours de : comptabilité, mathématiques, finances, droit, statistiques,...etc. Or, la réalité de la vie professionnelle a prouvé que ces programmes devaient en l'occurrence, comprendre l'enseignement de l'entrepreneuriat. On devait préparer l'étudiant à créer et à gérer son propre projet. Et c'est pour cette raison, que la plupart des disciplines universitaires, ont introduit l'enseignement de l'entrepreneuriat dans leurs programmes, comme notamment ceux des masters en sciences financières.

Or, le présent manuel est le support du cours d'Entrepreneuriat, dispensé aux étudiants de Master 1 Audit et comptabilité, de la faculté des sciences économiques, de gestion et des sciences commerciales (département des sciences financières) de l'université d'Oran 2.

Ce cours a pour ambition d'être un support académique sur lequel les étudiants puissent s'appuyer dans l'élaboration de leurs projets d'entreprises (s'ils sont porteurs de projets), ou dans la compréhension tout simplement des facettes de l'entrepreneuriat sous tous ses aspects.

Le cours est composé de deux parties :

- Une partie théorique, qui abordera l'entrepreneuriat selon une optique académique.
- Une partie empirique sous forme de fiches de travaux dirigés (exercices et applications des cours).
- En plus d'une simulation de création d'entreprise par les étudiants eux-même, qui par la suite feront en classe la présentation de leurs projets :
- Ils présenteront : l'idée du projet, analyse de l'environnement, le Business Plan et l'étude de faisabilité, ainsi que les étapes de création d'entreprise selon les normes algériennes.

A la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de maîtriser : l'art de la communication, la gestion du temps, l'adaptation à l'environnement socio-économique, la collaboration et l'innovation ainsi que la créativité.

Il aura acquis l'esprit d'entrepreneur. Un entrepreneur armé d'une capacité avant tout, mentale et ensuite intellectuelle capable de dépasser toutes entraves de réussite pour son projet.

Plan General du Cours

Volume horaire : 1h.30mn/ séance.

Nombre de séances nécessaire : 15 séances.

Première partie : entrepreneuriat, contexte théorique.....	P3
Chapitre 1 : l'entreprise et le management éléments clés de l'entrepreneuriat.....	P4
Chapitre 2 : Entrepreneuriat et Entrepreneur.....	P18
Chapitre 3 : l'idée et l'opportunité d'affaire.....	P33
Chapitre 4 : l'innovation et l'entrepreneuriat.....	P43
Chapitre 5 : Le processus entrepreneurial	P50
Chapitre 6: Etude de faisabilité et le plan d'affaire.....	P59
Chapitre 7: création d'entreprise.....	P71
Partie pratique : Travaux dirigés	P77
Fiche de TD1.....	P78
Fiche de TD2.....	P83
Fiche de TD3.....	P85
Fiche de TD4.....	P86
Fiche de TD5.....	P87
Fiche de TD6	P88
Fiche de TD7.....	P105

Première partie : Entrepreneuriat, contexte théorique

Chapitre 1 : l'entreprise et le management éléments clés de l'entrepreneuriat

« Diriger, c'est obtenir un résultat par d'autres que soi et c'est aussi être responsable de ce que d'autres ont fait »

Octave Gélihier

1. Introduction :

Dans ce cours nous allons définir des concepts clés reliés à l'entrepreneuriat, à savoir l'entreprise et son environnement ainsi que le management et le manager.

2. objectif du cours :

A la fin de ce cours vous serez capable de :

- Expliquer ce qu'est le management
- Expliquer l'objectif du management.
- Expliquer le rôle du manager.
- Définir l'entreprise et son environnement.

3. Plan du cours :

- 4. Management.
- 4.1 Définition du management.
- 4.2 Le champs d'application du Management.
- 4.3 L'objectif du management.
- 4.4 Qu'est-ce qu'un manager ?
- 5.L'entreprise.
- 5.1Définition de l'entreprise.
- 5.2. le rôle de l'entreprise.
- 5.3. l'environnement de l'entreprise.
- 5.3.1 Le macro environnement.
- 5.3.2Le micro environnement.
- 5.4 L'entreprise et le circuit économique.
- 5.5 Les typologies d'entreprises.
- 5.5.1. Selon la taille.
- 5.5.2. Selon le domaine d'activité.
- 5.5.3. Selon la forme juridique.
- 6. Exercices.

4. Management :

4.1 Définition du management :

Toutes les organisations (formelles ou informelles), ont une structure et sont constituées par un groupe de personnes. Or ces personnes croient en les avantages à tirer du fait de travailler ensemble pour un objectif commun. L'élément de base de chaque organisation est notamment, d'atteindre un objectif. Par conséquent, le management est une pratique consciente qui consiste à façonner l'organisation pour atteindre cet objectif. En d'autres termes, c'est :

Le processus de travail avec les personnes et les ressources pour atteindre les objectifs organisationnels de manière efficace et efficiente.

Cependant, les quatre principes de management traditionnels sont : (par abréviation POL C)

- la planification (Planning).
- l'organisation (Organizing).
- la direction (Leading).
- le contrôle (Controlling).

4.2 Le champs d'application du Management :

Le management s'applique aux organisations commerciales et non commerciales à but lucratif ou non lucratif (les banques, les entreprises, les usines, les hôpitaux, les mosquées, les orphelinats, les associations ...etc), même les ménages doivent être gérés par les principes du management.

4.3 L'objectif du management

Le but fondamental de toute forme du management dans les organisations est d'atteindre les buts et objectifs fixés par l'entreprise de manière efficace et efficiente.

4.4 Qu'est-ce qu'un manager ?

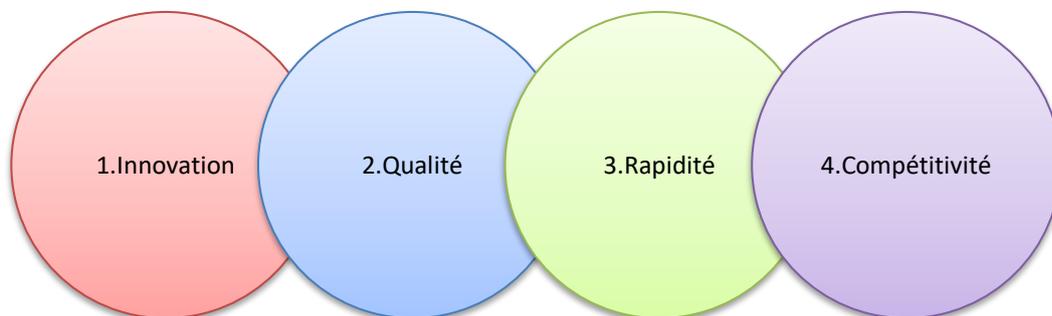
En se référant à la définition du management que nous avons vu précédemment, on peut définir le Manager comme :

La personne qui a la responsabilité de planifier, d'organiser, de diriger et de contrôler ses ressources disponibles de manière efficace et efficiente afin d'atteindre l'objectif de l'organisation (l'entreprise).

Remarque : Les ressources ici comprennent l'homme, la machine, l'argent, le temps, l'information, etc.

Un manager, qu'il soit dans une grande ou une petite entreprise, doit savoir qu'il est dans une lutte compétitive pour survivre et gagner. Un manager doit gérer pour obtenir un avantage concurrentiel. Cependant, pour réussir dans cet environnement d'affaires toujours dynamique et complexe. Il doit donc toujours offrir :

Figure1 : les capacités exigées chez le manager



Source : élaboré par l'auteur.

5. L'entreprise

5.1 Définition de l'entreprise :

Une entreprise est un ensemble de moyens matériels (les bâtiments, les machines...), immatériels (les brevets, les licences...), financiers et humains organisés en une unité sociale disposant d'une certaine autonomie de décision, en vue de produire des biens ou des services destinés à être vendus sur un marché.

Ces biens et services ne pourront être vendus que s'ils correspondent à un besoin solvable.

L'entreprise combine les moyens de production :

- **le capital** (ou capital financier) : ressources financières apportées par le propriétaire (entreprise individuelle) ou les actionnaires (société), utilisées pour acquérir les biens nécessaires à l'activité de l'entreprise (bâtiments, machines, licences d'exploitation, stocks de matières premières...). L'ensemble des équipements nécessaires à la production constitue le capital technique ou investissement
- **le travail** fourni par les salariés qui reçoivent en contrepartie un salaire.
- **les consommations intermédiaires** : ensemble de biens et services, le plus souvent achetés à d'autres entreprises et qui sont détruits ou transformés dans le processus de production (énergie, matières premières...). Les consommations intermédiaires concernent d'abord la production mais aussi les autres fonctions de l'entreprise (services de l'expert-comptable, du cabinet d'assurances, de l'agence de publicité, du conseil en marketing.....).

En combinant les moyens de production l'entreprise devient alors :

a.L'entreprise, une organisation structurée

L'entreprise est une organisation structurée, orientée vers des objectifs.

Ces objectifs peuvent être de nature :

- économique :
 - la recherche du profit maximum à court terme.
 - la croissance de l'entreprise.
 - la pérennité de l'entreprise (optimisation du profit à moyen terme) .
- sociale :
 - créer des emplois.
 - favoriser l'épanouissement du personnel (conditions de travail, rémunération, formation....).
- sociétale :
 - contribuer au développement du pays.
 - avoir une empreinte écologique la plus faible possible.

- répondre aux besoins des consommateurs.

b. L'entreprise, un centre autonome de décision

Une entreprise est un centre autonome de décision. Dans une entreprise individuelle l'entrepreneur fixe les objectifs, définit la stratégie, organise et combine les moyens de production, décide de l'affectation du résultat.

Dans le cas d'une société, l'Assemblée Générale des actionnaires et le Conseil d'Administration exercent ces responsabilités.

Une entreprise peut être composée de plusieurs établissements, usines ou succursales implantés dans des lieux géographiques différents (villes, régions, pays). Ces entités, mêmes si elles jouissent d'une certaine autonomie de fonctionnement au quotidien, restent soumises à la réalisation des objectifs et à la stratégie de l'entreprise.

c.L'entreprise, un lieu de création de valeur

L'entreprise a pour objectif de créer de la valeur :

- pour l'entrepreneur ou pour les actionnaires : assurer la valorisation du patrimoine (valeur financière de l'entreprise, de l'action, revenu du capital investi -profit, dividendes des actions).
- pour les salariés : assurer un travail stable et régulier, des conditions de travail satisfaisantes, des possibilités de formation et de promotion, un salaire permettant de faire vivre décentement leur famille.
- pour les clients : mettre sur le marché des produits de qualité répondant à leurs attentes et à leurs besoins, un bon service (conseil, après-vente...), pour un prix acceptable pour la société, le pays : répondre aux besoins du marché, créer de l'emploi, fournir des ressources financières à l'Etat et aux collectivités (impôts).

Finalement une entreprise est :

- L'entreprise, est une organisation structurée.
- L'entreprise, est un centre autonome de décision.
- L'entreprise, est un lieu de création de valeur.

5.2. le rôle de l'entreprise.

L'entreprise combine des facteurs de production pour produire des biens et des services destinés à être vendus sur un marché.

Le premier rôle de l'entreprise est **économique** au sens où la raison d'être de l'entreprise est de **répondre à des besoins économiques** pour les consommateurs qu'elle peut satisfaire par les produits ou services qu'elle propose.

Le profit n'est qu'un moyen d'assurer la pérennité de l'entreprise mais cette légitimité de la survie de l'entreprise résulte de l'utilité qu'elle a pour la société.

Le profit doit faire l'objet d'une répartition équitable entre les apporteurs de capitaux, les salariés, l'Etat et le tissu économique local.

Ce rôle économique de l'entreprise a aussi une dimension **sociale** dans la mesure où elle **créé des emplois et assure des revenus à ses salariés.**

Enfin l'entreprise inscrit son action dans la cité, on parle alors d'entreprise citoyenne. Elle contribue au développement du pays, paye des impôts qui permettent de construire des infrastructures (des routes, des ports mais aussi des écoles, des hôpitaux..).

5.3. l'environnement de l'entreprise :

L'évolution et le fonctionnement de l'entreprise sont en grande partie déterminés par son environnement.

Les entreprises les plus performantes sont celles qui s'adaptent le mieux à leur environnement. Il est donc essentiel pour elles de bien connaître cet environnement.

Traditionnellement on distingue :

- le macro environnement.
- le micro environnement.

5.3.1 Le macro environnement

Le macro environnement est l'environnement dans lequel l'entreprise va être créée, qui l'influencera mais sur lequel elle n'aura aucune influence et auquel elle devra nécessairement s'adapter. Cet environnement est en évolution permanente, ce qui impose de s'interroger régulièrement sur son état et son évolution (ex : taux d'inflation, évolution démographique, évolution du cadre juridique des affaires...)

Cette étude du macro environnement est réalisée à partir de documents existants, c'est à dire de statistiques, d'études et d'analyses collectées et produites par différents organismes.

Ces éléments pourront constituer des opportunités ou des menaces pour la mise en œuvre du projet et la survie de l'entreprise

5.3.2. Le micro environnement

L'étude du micro environnement doit vous permettre de prendre en compte des données de toutes natures liées à l'activité de votre entreprise qui peuvent avoir une influence directe et indirecte sur elle, soit positive soit négative et représenter des obstacles.

Le micro environnement de l'entreprise est constitué de facteurs sur lesquels l'entreprise peut plus ou moins avoir une influence et en contrôler les effets sur son activité et ses résultats.

Ces éléments du micro environnement, comme ceux du macro environnement peuvent constituer des opportunités ou des menaces pour l'entreprise.

Etudier le micro environnement, c'est notamment :

- déterminer le marché de l'entreprise
- étudier la demande des produits et/ou services substituables ou comparables à ceux que l'entrepreneur veut proposer sur le marché
- étudier l'offre des concurrents

5.4 L'entreprise et le circuit économique

Les entreprises sont en relations avec les autres agents économiques, les ménages, l'Etat et les administrations, le système bancaire, les autres entreprises et l'extérieur.

L'entreprise est au cœur du circuit économique. Par son activité elle crée de la richesse.

Elle est en contact permanent avec :

- Les ménages.
- Les banques.

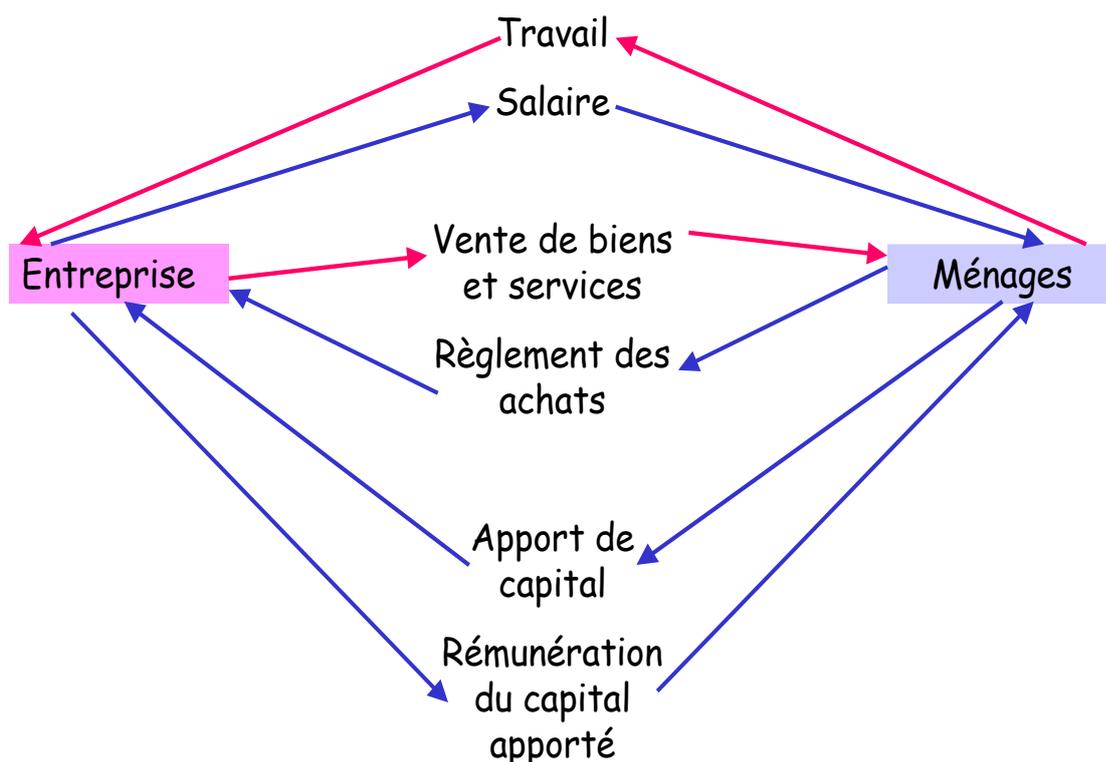
- L'Etat et l'administration.
- Les autres entreprises.
- L'extérieur.

Nous pouvons schématiser ces relations de la façon suivante. Nous avons représenté en rouge les flux réels (biens et services) et en bleu les flux financiers.

a.L'entreprise et les ménages

En contrepartie du travail fourni, l'entreprise verse une rémunération aux salariés. Cette rémunération est le revenu des ménages dont une grande partie est utilisée pour leur consommation. C'est à dire l'achat de biens et services produits par les entreprises. Une partie du revenu des ménages est épargnée; Cette épargne peut être utilisée pour assurer les besoins en financement de l'entreprise notamment par l'intermédiaire des banques et de la Bourse.

Figure 2 :l'entreprise et les ménages



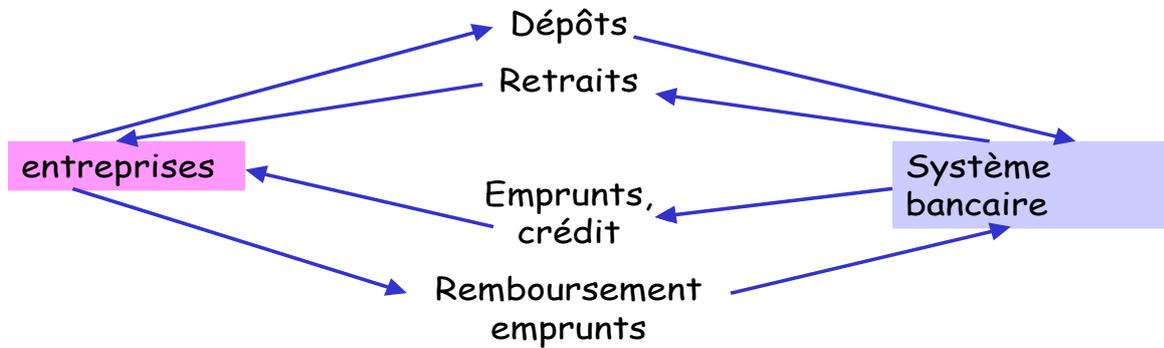
Source : F et G Lemoine, 2010

b.L'entreprise et le système bancaire

Les transactions sont facilités par le système bancaire (liquidités, carte de paiement). Les banques permettent aux ménages et aux entreprises de faire fructifier leur épargne .Cette

épargne alimente le crédit aux ménages (crédit à la consommation, crédits immobiliers) et aux entreprises (financement de l'investissement, facilité de caisse).

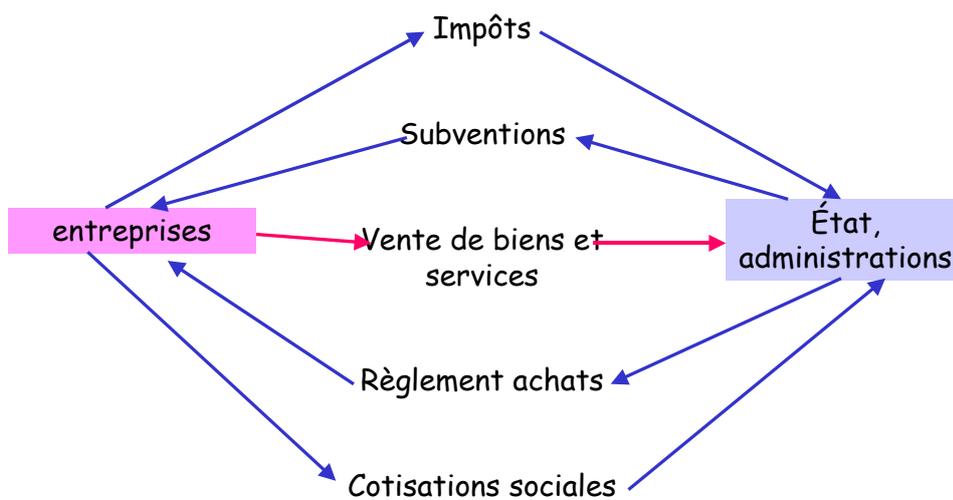
Figure 3 : l'entreprise et le système bancaire.



Source : F et G Lemoine, 2010

c.L'entreprise et l'Etat et les administrations :

Figure 3 : l'entreprise et l'Etat.



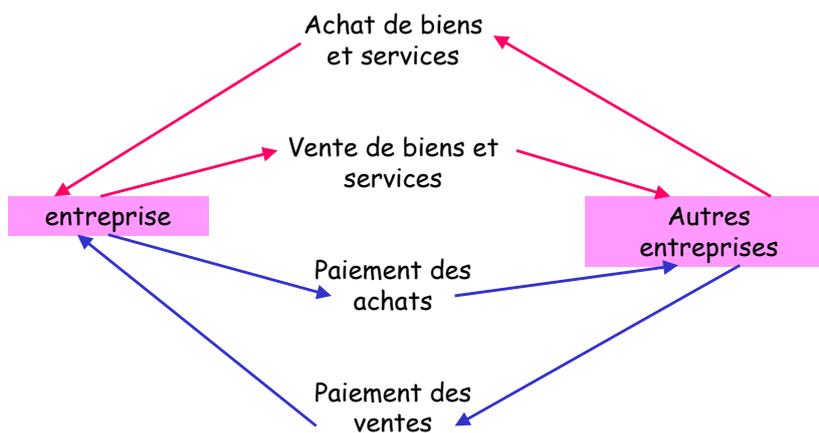
Source : F et G Lemoine, 2010

La richesse créée par les entreprises contribue aussi à assurer les ressources de l'Etat par les impôts qu'il perçoit (sur les revenus de l'entreprise mais aussi sur les revenus des ménages). Mais l'Etat est aussi un agent économique par les revenus qu'il distribue aux fonctionnaires et les achats de biens et services qu'il fait auprès des entreprises.

Selon les législations les prélèvements obligatoires, outre les impôts, peuvent aussi comprendre des cotisations sociales pour assurer des systèmes de protection sociale : assurance maladie, assurance accidents, système de retraite

d.L'entreprise et les autres entreprises

Figure 4 : l'entreprise et les autres entreprises.



Source : F et G Lemoine, 2010

Mis à part les entreprises de distribution dont le métier est de vendre directement aux consommateurs (commerçants, artisans, grande distribution, services aux particuliers), les autres vendent leurs produits et leurs services à d'autres entreprises.

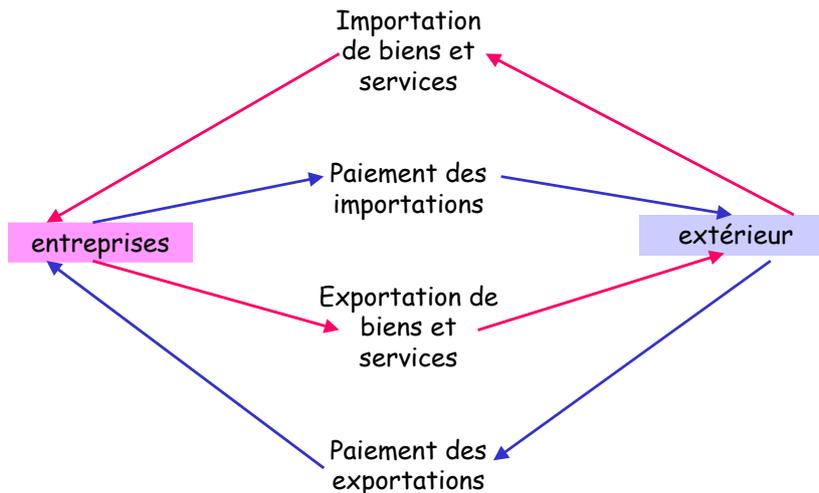
Ces produits sont :

- soit destinés en définitive à des consommateurs (ménages), et l'entreprise est sur le marché des biens de consommations (dit encore marché B to C - business to consumers)
- soit destinés aux entreprises (marché B to B - business to business)

La présence d'un très grand nombre d'entreprises travaillant les unes avec les autres permet de constituer un tissu économique solide base d'une croissance durable et auto entretenue de l'économie du pays

e.L'entreprise et l'extérieur

Figure 5 : l'entreprise et l'extérieur.



Source : F et G Lemoine, 2010

Dans une économie ouverte les entreprises sont amenés à étendre leurs activités aux delà des frontières. Les importations permettent de compléter l'offre sur le marché national (quantités, choix, prix) et les exportations de contribuer à la richesse du pays.

5.5 Les typologies d'entreprises :

Le classement des entreprises se fait souvent selon les critères suivants :

5.5.1 Selon la taille

Il n'y a pas de réelles normes pour définir la taille de l'entreprise, cela dépend du secteur d'activité, de l'économie du pays.

Deux critères sont le plus généralement utilisés : le nombre de salariés et le montant du chiffre d'affaires.

Dans les pays industrialisés on retient comme classification sur **le critère de l'effectif** :

- moins de 50 salariés : petites entreprises (moins de 10 salariés : très petites entreprises -TPE-).
- de 50 à 250 salariés : moyennes entreprises.
- au-delà : grandes entreprises.

Dans les économies émergentes on considère en général que les PME sont les entreprises de moins de 50 salariés.

Il faut savoir que dans tous les pays industriels le pourcentage des PME représentent plus de 98% des entreprises et plus de 60% de l'emploi salarié.

Le chiffre d'affaires est plutôt utilisé pour comparer la taille d'entreprise d'un même secteur d'activité.

5.5.2. Selon le domaine d'activité (Les secteurs de Colin Clark) :

Secteur d'activité : désigne le classement des activités en trois grandes catégories proposées par l'économiste australien Colin Clark, dans les années 1940.

Le **secteur primaire** regroupe l'ensemble des activités dont la finalité consiste en une exploitation des ressources naturelles : agriculture, pêche, forêts, mais aussi mines (celles si sont parfois classées dans le secteur secondaire).

Le **secteur secondaire** regroupe l'ensemble des activités consistant en une transformation plus ou moins élaborée de produits matériels

Enfin, le **secteur tertiaire** regroupe l'ensemble des activités ayant pour objet la fourniture de services immatériels.

5.5.3. Selon la forme juridique

Le choix du statut juridique est important, il peut avoir une incidence sur :

- la responsabilité du dirigeant,
- son système d'imposition,
- sa protection sociale,
- son système de rémunération,
- son pouvoir de direction et de contrôle.
- éventuellement le statut du conjoint.

6. Exercices : consultez la fiche de TD n°1

Références bibliographiques :

- James Kollie , Introduction to Entrepreneurship Commonwealth of Learning 2011.
- F et G Lemoine : sensibilisation à la création d'entreprise.2010.
- Dr. A. Tafamel Introduction to entrepreneurship, 2017.

Chapitre 2 : Entrepreneuriat et Entrepreneur

« Il y a bien des manières de ne pas réussir, mais la plus sûre est de ne jamais prendre de risques »
Benjamin Franklin.

1. Introduction :

Le présent cours se fera en deux parties : partie I (l'entrepreneuriat) et partie II (l'entrepreneur).

L'objectif de ce cours est de vous donner un bref aperçu sur les définitions, du concept de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur.

2.Objectif du cours :

À la fin de ce cours (partie 1 et partie 2), vous serez capable de :

- Définir le terme « entrepreneuriat ».
- Expliquer qui est « entrepreneur ».
- Prendre conscience de l'importance de l'entrepreneuriat dans l'économie.
- Expliquer les fonctions d'un entrepreneur.
- Faire la différence entre : un intrapreneur et un entrepreneur.
- Détecter et expliquer les activités liées à l'entrepreneuriat.
- Distinguer les caractéristiques d'un entrepreneur de celles d'un intrapreneur.
- Lister et expliquer les différents types d'entrepreneurs.

3.Plan du cours :

4. Le concept d'entrepreneuriat :

4.1. Bref historique de l'entrepreneuriat dans la pensée économique :

4.2. Définition de l'entrepreneuriat.

4.3. Les formes principales de l'entrepreneuriat.

4.3.1. Entrepreneuriat.

4.3.2. Intrapreneuriat.

4.3.3.Repreneuriat.

4.4.Les domaines de l'entrepreneuriat :

4.4.1.L'entrepreneuriat individuel.

4.4.2.L'entrepreneuriat collectif ou sociétair.

4.4.3.L'entrepreneuriat social.

4.4.4.L'entrepreneuriat coopératif.

4.5.Le rôle de l'entrepreneuriat dans la société.

5. L'entrepreneur.

5.1. Définition.

5.2.les caractéristiques de l'entrepreneur.

5.3. Fonctions d'un entrepreneur.

6.Conclusion.

7. Exercices.

4. Le concept d'entrepreneuriat :

4.1.Bref historique de l'entrepreneuriat dans la pensée économique :

Le terme « entrepreneuriat » est dérivé à l'origine du verbe «entreprendre» et qui veut dire : « *Commencer à exécuter une action, en général longue ou complexe* » (dictionnaire Larousse, 2020). Quant à son utilisation dans la pensée économique, l'histoire reconnaît à **Richard Cantillon** (1680-1734) d'être le premier à utiliser le terme entrepreneur -dans un contexte économique- dans son unique ouvrage : « *Essai sur la nature du commerce en général* » publié en 1730, et c'est aussi à lui qu'on doit la première définition des termes : « Entrepreneuriat » et « Entrepreneur »et qui est : « *...l'entrepreneuriat est un travail indépendant de toute nature* »¹ et l'entrepreneur « *est celui qui supporte l'incertitude du marché* », Cantillon a donc relié l'entrepreneuriat à l'incertitude.

Ensuite, au début du XIXe siècle (1803) l'économiste français **Jean-Baptiste Say** définit l'entrepreneur comme : *intermédiaire entre le savant et l'ouvrier*, et il relie ainsi la connaissance à l'industrie.

Presque un siècle plus tard², **J.A.Schumpeter** définit l'entrepreneur comme l'agent qui innove, et il introduit ainsi l'innovation à l'entrepreneuriat.

A retenir :

¹ A.Muhumed, : entrepreneurship :what is entrepreneurship, ACADEMIA, 2016.

² 1909 la première conception schumpétérienne de l'entrepreneur, modifiée ensuite dans les autres éditions de son livre : la théorie de l'évolution économique, 1926 et 1934. Pour plus d'informations, consultez Yves Breton, 1984, revue économique, vol 35, N°2

- ✓ Les travaux de ces trois penseurs (Cantillon, Say et Schumpeter), ont donné l'équation de base de l'entrepreneuriat ³ :

Entrepreneur = Incertitude+Risque+Innovation

- ✓ **Cantillon**, puis **Say**, introduisent « l'entrepreneur » au monde de la pensée économique dont la fonction est désormais distincte de celle du capitaliste.
- ✓ **Cantillon** met l'accent sur l'incertitude et sur le risque que doit anticiper l'entrepreneur; et **Say** développe une conception plus industrielle de l'entrepreneur, plus liée au processus de production (coordonner les facteurs, organiser la production) et au risque qui en est issu.

4.2. Définition de l'entrepreneuriat :

En fait, Il n'y a pas une définition universelle du terme « Entrepreneuriat ». Il existe un nombre énorme de définitions qui ont été données par les chercheurs dans les études universitaires sur ce sujet⁴.

Les auteurs qui se réfèrent à Cantillon définissent l'entrepreneuriat : « *comme un travail indépendant de toute nature et les entrepreneurs comme des preneurs de risques qui investissent un montant connu sans savoir combien il va générer* »⁵.

D'autres auteurs (comme notamment **S.Shane et S.Vankataraman**, 2000) la définissent par rapport aux opportunités : « *L'entrepreneuriat implique l'étude de sources d'opportunités; les processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités; et l'ensemble des individus qui les découvrent, les évaluent, et les exploitent* » donc, l'entrepreneur n'a pas nécessairement besoin d'être un directeur ou fondateur d'entreprise⁶.

Frank H Knight (1921) et Peter Drucker (1970) considéraient l'entrepreneuriat : « *comme une question de risque à prendre des affaires* ».

Drucker ajoute que l'entrepreneuriat signifie : « *la création d'une nouvelle entreprise et quiconque parvient à établir une nouvelle entreprise est un entrepreneur pur et simple* »(Drucker 1985).

³ C.Léger jarniou et all, le grand livre de l'entrepreneuriat, Dunod, 2013

⁴ Voir les travaux de :P.J. Peverelli et J.Chanson 2012; Alan Guterman 2012; Nadim A. et Richard G. 2008

⁵ P.J. Peverelli et J. Song 2012: 3; Rothbard 1995: 351.

⁶ Shane et Vankataraman (2000)

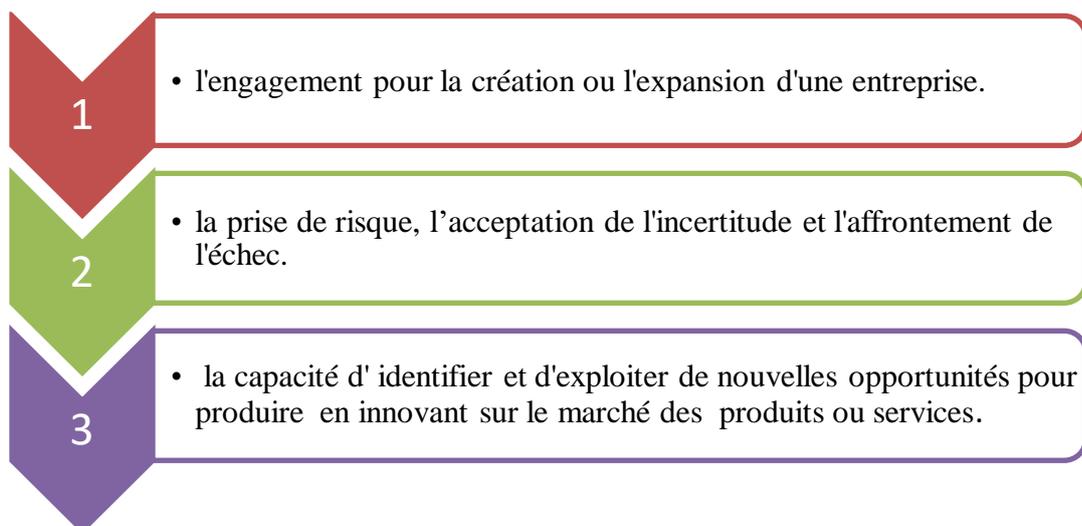
Pour d'autres auteurs comme notamment A.Fayolle (Fayolle, 2003) ⁷, l'entrepreneuriat est reliée à la situation entrepreneuriale, à l'engagement et à l'innovation : « *Une situation entrepreneuriale peut être définie par l'engagement d'une personne (ou de plusieurs personnes) dans un projet de création d'entreprise ou d'activité, le développement d'un produit nouveau ou tout autre innovation (ex : nouveau processus de production, nouveau canal de vente...), l'acquisition d'une entreprise ou d'une activité économique* »

Rappelons que l'innovation a été ajoutée aux définitions de l'esprit d'entreprise et de l'entrepreneuriat par **Joseph Schumpeter** en 1934. Il soutient fermement que le rôle de l'entrepreneur était de répondre aux ruptures économiques. Il a défini « *l'entrepreneur comme un individu qui peut exploiter les opportunités de marché grâce à l'innovation technique et / ou organisationnelle* » (Schumpeter, 1934).

Dans les définitions de l'OCDE (en 1997), l'entrepreneuriat est considéré comme « Le processus dynamique d'identification des opportunités économiques et de mise à profit en développant, produisant et vendant des biens et des services ».

Cependant, d'après les définitions précédentes, on remarque que le terme Entrepreneuriat se base en fait, sur les trois points suivants :

Figure1 : les points de base dans la définition de l'entrepreneuriat.



Source : élaboré par l'auteur.

⁷ F et G, Lemoine « sensibilisation à la création d'entreprise »

4.3. Les formes principales de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat ne se limite pas juste à la création d'une nouvelle entreprise. Il existe aussi, d'autres formes comme notamment : l'intrapreneuriat et le repreneuriat.

4.3.1. Entrepreneuriat : il s'agit tout simplement de la création d'entreprise.

4.3.2. Intrapreneuriat :

« L'intrapreneuriat est une dynamique entrepreneuriale qui prend place dans une entreprise déjà existante. Cette dynamique peut se présenter sous deux formes :

- elle s'incarne dans le développement de nouveaux business, souvent fondés sur l'exploitation d'une innovation (produits, process).
- elle transparaît dans l'attitude des employés qui mettent en avant des qualités propres à l'entrepreneur (proactivité, flexibilité, autonomie, créativité) ». ⁸

A retenir :

l'intrapreneuriat : est tout simplement le développement d'activité nouvelle dans l'entreprise.

L'intrapreneur exploite une opportunité d'affaires dans le contexte de l'entreprise qui l'emploie. Contrairement à l'entrepreneur, il n'assume pas de risque financier direct, mais il peut y avoir une sanction positive (augmentation de salaire, prime, promotion...) en cas de réussite et éventuellement une sanction négative (perte de prime, licenciement..) en cas d'échec.

L'intrapreneur bénéficie des ressources de l'entreprise :

- ✓ compétences, savoir faire.
- ✓ Equipement.
- ✓ réseaux (clients, fournisseurs...).
- ✓ finances.

Remarque : En définitive, l'intrapreneur bénéficie d'une situation plus favorable que l'entrepreneur (il ne supporte pas le risque et il bénéficie de l'aide de l'entreprise où se

⁸ C.Léger jarniou et all , op, cit. p.83

développe ce projet). Mais en revanche, il est probable qu'il ne bénéficie que d'une autonomie plus limitée et il n'a pas la satisfaction d'une œuvre accomplie personnellement.

4.3.3.Repreneuriat : il s'agit de la reprise d'entreprise. L'entreprise existe déjà, donc on dispose d'informations sur elle (son histoire, son organisation, son fonctionnement, sa situation économique et financière, le potentiel marché qu'elle représente...). Ces informations font que l'incertitude est moindre que lorsque que l'on crée une entreprise.

Remarque : pour ce type d'entrepreneuriat, le risque est lié à la situation de l'entreprise reprise.

- Dans le cas d'une entreprise en bonne santé (bon potentiel de développement, bonne rentabilité, peu d'endettement), le risque est a priori moindre à condition que le repreneur ait de bonnes capacités managériales et entrepreneuriales et qu'il s'adapte très vite à l'entreprise et à sa culture. Le rachat d'une entreprise en bonne santé nécessite en général de ressources financières importantes, le prix étant élevé.
- Dans le cas d'une entreprise en difficulté (peu ou pas de rentabilité, endettement....mais existence d'un potentiel - produit ou marché ou innovation-) le risque est plus important. Le prix d'achat est peu élevé, mais il faut souvent recapitaliser (pour réduire les dettes, investir....) ce qui exige des ressources financières. Le repreneur doit aussi rétablir très vite la confiance (salariés, fournisseurs, clients, banquiers...)

4.4. Les domaines de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat peut toucher plusieurs domaines notamment : économique et/ou social, individuel ou collectif. Les plus importants sont :

4.4.1. L'entrepreneuriat individuel : le capital de l'entreprise est apporté uniquement par l'entrepreneur, l'entreprise emploie souvent des salariés permanents. Le travail autonome est une forme d'entrepreneuriat individuel : l'entrepreneur travaille seul ou avec des collaborateurs occasionnels.

Remarque : c'est souvent une alternative au chômage. Le travail autonome relève parfois du secteur informel

4.4.2. L'entrepreneuriat collectif ou sociétaire : Le capital de la société est apporté par plusieurs associés. Certains peuvent être impliqués dans la création de l'entreprise et sa gestion (et notamment apporter une expertise et des compétences nécessaires). Ils constituent l'équipe entrepreneuriale. D'autres ne sont que des financeurs qui apportent du capital mais ne s'investissent pas dans la société (solidarité familiale, recherche de la rentabilité financière du placement)

Remarque : L'entrepreneuriat familial est une forme d'entrepreneuriat collectif : l'entreprise est contrôlée (capital et gestion) par des membres de la famille. Il est indispensable que l'entreprise soit considérée comme une entité économique autonome vis à vis de la famille :

- le conseil d'administration n'est pas un conseil de famille
- le patrimoine de l'entreprise ne se confond pas avec celui de la famille
- le chiffre d'affaires de l'entreprise n'est pas le revenu de la famille
- l'entreprise doit embaucher sur la base des compétences nécessaires et non sur la base des liens familiaux

4.4.3. L'entrepreneuriat social : les associations, les ONG conduisent des projets -en conformité avec leur objet social- et sont amenés à développer des compétences entrepreneuriales pour réaliser ces projets et assurer la survie de l'organisation. Le profit n'est pas la finalité de l'activité de ces organisations mais le service aux personnes

4.4.4. L'entrepreneuriat coopératif : des entreprises se regroupent au sein d'une coopérative, organisation qui a la personnalité morale pour :

- exploiter en commun des matériels (exemple: du matériel agricole, un laboratoire de test de produits alimentaires...)
- accéder à des compétences (embauche de spécialistes par la coopérative, recours à des cabinets conseils) que chaque entreprise ne peut se procurer individuellement pour des raisons financières (mutualisation des coûts)
- Avoir des actions commerciales communes (campagne de publicité, prospection des marchés internationaux...)
- Mettre en place des outils de gestion en commun, se former....

La coopérative est dirigée par des administrateurs élus par les membres. Dans les assemblées générales les décisions sont prises à la majorité sur le principe un homme une voix (et non une part sociale, une voix). La coopérative ne réalise pas de profit mais un surplus qui peut être gardé et utilisé dans la coopérative (*pour des investissements par exemple*) ou restitué aux coopérateurs (*par exemple au pourcentage des achats faits auprès de la coopératives de consommation*).

Maintenant que nous avons défini les concepts clés de l'entrepreneuriat, passons au sujet suivant où nous discuterons du rôle de l'entrepreneuriat dans la société

4.5. Le rôle de l'entrepreneuriat dans la société :

L'entrepreneuriat dans son ensemble contribue à la richesse sociale d'une société en créant de nouveaux marchés, nouvelles industries, nouvelles technologies, nouvelles formes institutionnelles, nouveaux emplois et une remarquable augmentation de la productivité réelle.

Les emplois créés par l'entrepreneuriat conduisent à leur tour à une répartition équitable des revenus, ce qui se traduit par un niveau de vie plus élevé pour la population. De cette façon, les ressources mises à la disposition du gouvernement augmentent également car l'assiette fiscale s'agrandit.

L'augmentation des revenus fiscaux permet aux gouvernements à améliorer les dépenses publiques en termes de services sociaux, comme notamment : la santé et l'enseignement publics, la modernisation des infrastructures et le maintien de l'ordre public.

Cependant, Benade et al., (2011) décrivent les avantages que l'entrepreneuriat peut avoir pour la société, et ils les ont regroupés en six (6) avantages :

a. Opportunités d'emploi

L'entrepreneuriat offre non seulement des opportunités de travail indépendant, mais crée également un emploi pour les autres, souvent de meilleurs emplois. Le travail indépendant offre plus d'emplois la satisfaction et la flexibilité de la main-d'œuvre. De telles initiatives de création d'emplois utilisent les ressources humaines du pays concerné et aide le talent naturel à se matérialiser. De nombreuses personnes handicapées, en particulier celles des zones

rurales où les emplois sont souvent rares, se sont déjà créés des opportunités grâce à l'entrepreneuriat. On peut donc dire que l'entrepreneuriat permet l'autosuffisance.

b. amélioration des revenus et diminutions des problèmes sociaux :

Les activités entrepreneuriales réussies augmentent la moyenne du revenu personnel, ainsi que le niveau de vie dans la communauté.

Les personnes qui recherchent les opportunités d'affaires créent généralement de la richesse grâce à l'entrepreneuriat. Cette richesse, joue un rôle considérable dans le développement d'une nation. Si plus de personnes sont employées, automatiquement plus de personnes paient des impôts, ce qui signifie plus de revenus pour le gouvernement.

L'amélioration du niveau de vie dans la société aura un impact positif sur la sécurité (le taux de criminalité baisse), le pays pourra investir dans le tourisme et devenir une destination des désireux de visiter le pays. Si le tourisme augmente, plus de possibilités d'emploi seront disponibles et plus de personnes seront employées. L'entrepreneuriat peut également attirer davantage d'investissements étrangers, ce qui en retour peut également créer davantage d'opportunités d'emploi.

c. Défi personnel

L'entrepreneuriat est une tâche difficile, mais en cas de succès, les récompenses en valent la peine de l'effort. Les récompenses pour un entrepreneur peuvent être à la fois financières et personnelles. L'entrepreneur gagne en autosatisfaction et en confiance en soi à mesure qu'il réussit.

d. Améliorations de l'industrie

L'entrepreneuriat conduit au développement d'un plus grand nombre d'industries, en particulier dans les zones rurales. des zones ou des régions où il y a très peu d'activités économiques. Cela ne veut pas seulement dire : plus de biens et de services, mais aussi des produits de meilleure qualité, en raison de la forte concurrence entre les différentes entreprises.

e. Productivité et croissance économique plus élevées

Plus d'industries peuvent créer une production plus élevée à des prix plus bas. L'entrepreneuriat encourage l'utilisation de matériaux locaux pour produire des produits finis destinés à la consommation, ainsi que pour l'exportation. L'entrepreneuriat permet au pays de produire localement de plus en plus de biens et renforcer ainsi ses capacités et ses ressources. Si nous

transformons nos matières premières en biens de consommation, nous ajoutons de la valeur à nos produits, ce qui signifie que nous pouvons maintenant recevoir un prix beaucoup plus élevé et en même temps créer plus d'emplois. Avec les nouvelles inventions et le développement de la technologie, une nation peut utiliser ses ressources plus efficacement.

f. Augmentation des exportations et moins de dépendance aux importations

L'entrepreneuriat conduit au développement de nouveaux marchés. Si nous produisons plus, nous pouvons exporter des produits qui ne sont pas vendus localement. Cela signifie que les produits d'un pays peuvent également entrer sur les marchés étrangers. De temps à autre, les représentants du gouvernement d'un pays signent des accords avec d'autres pays pour promouvoir le commerce. Ce sont des opportunités qui devraient être prises en compte lorsque nous planifions et développons notre nouvelle entreprise. Actuellement, de nombreux pays en développement (y compris les petits États) dépendent fortement des importations, en particulier en provenance des pays développés. Cela signifie que l'argent sort du pays. Les exportations doivent dépasser les importations afin de créer une économie à avantage. Les revenus des exportations stimulent inévitablement l'économie. De la discussion ci-dessus, il est clair que l'entrepreneuriat améliore l'économie et crée un meilleur endroit où vivre. L'entrepreneuriat offre certainement de nombreux avantages pour les individus, les familles et la communauté en général. Ces avantages s'influencent mutuellement et sont entrelacés pour créer un effet multiplicateur. Lorsque nous devenons plus créatifs, nous pouvons développer des produits nouveaux et uniques. Au fur et à mesure que nous réussissons, nous devenons fiers de nos réalisations, et nous sommes motivés pour augmenter notre production. Lorsque nous produisons plus de biens, nous pouvons réduire notre besoin d'importations et avoir des biens excédentaires pour l'exportation, tout en créant simultanément des emplois. L'entrepreneuriat est avantageux, mais il implique aussi un travail acharné et des sacrifices. Ça peut stimuler l'économie, améliorer les conditions de vie et réduire la dépendance à l'égard du gouvernement.

5. L'entrepreneur :

5.1. Définition : Comme nous l'avons évoqué précédemment, une personne est reconnue comme : **Entrepreneur** tant qu'elle est engagée dans des comportements entrepreneuriaux. C'est à dire lorsqu'elle entreprend de former un nouveau projet, et elle n'est plus un

entrepreneur lorsque le processus de création de ce projet aboutit à la gestion d'une entreprise autonome.

Dans la littérature économique, l'entrepreneur est relié à la recherche d'opportunité

Schumpeter a défini l'entrepreneur comme: « *un individu qui peut exploiter les opportunités de marché grâce à l'innovation technique et / ou organisationnelle* »(Schumpeter 1934).

Dans son examen des types d'emplois de direction, Mintzberg (1973) identifie l'entrepreneur comme « *consacrant une grande partie de son temps à rechercher des opportunités et à mettre en œuvre des changements dans l'organisation* »

La définition de l'entrepreneur proposée ci-dessus est de nature comportementale. Autrement dit, les entrepreneurs sont ceux qui s'engagent dans l'entrepreneuriat. Donc :

L'entrepreneur est la personne (ou l'équipe) qui : identifie l'opportunité, rassemble les ressources nécessaires, crée, innove et est ultimement responsable des conséquences de l'organisation

Remarque : retenez de ces définitions que l'entrepreneur est relié à la recherche et l'exploitation de l'opportunité de marché.

5.2. les caractéristiques de l'entrepreneur :

Timmons (1989) a identifié quatorze (14) caractéristiques dominantes des entrepreneurs qui réussissent. (voir tableau 1):

Tableau n°1 : Caractéristiques de l'Entrepreneur

caractéristique	Explication
1. dynamisme et énergie	Ils possèdent la capacité de travailler pendant de longues heures et pour plusieurs jours avec une quantité d'heures de sommeil inférieure à la normale
2. Confiance en soi	une grande confiance en leurs capacités à atteindre les objectifs qu'ils se sont fixés et sont convaincus qu'ils ont choisi le bon cheminement de carrière.
3. Implication à long terme.	un engagement total de la part d'un entrepreneur. Ils s'engagent dans un projet à long terme et travaillent vers des objectifs qui peuvent être assez lointains dans le futur
4. L'argent comme référence.	la réussite est la principale force de motivation de

	l'entrepreneur : l'argent est simplement un moyen de « mesurer » la réussite c'est tout.
5. Résolution persistante de problèmes.	Ils possèdent un niveau intense de détermination et de désir de surmonter les obstacles, de résoudre un problème et de terminer le travail tout en créant avec succès de nouvelles entreprises.
6. Établissement d'objectifs	la capacité et l'engagement de se fixer des objectifs qui sont à la fois mesurables et réalisables. Ces objectifs ont tendance à être élevés et ambitieux, mais ils sont réalistes et atteignables
7. Préférence pour le risque modéré.	les entrepreneurs ne sont pas des preneurs de risques sauvages, mais prennent plutôt des risques calculés et modérés
8. Faire face à l'échec	Les entrepreneurs ne craignent pas l'échec. Du point de vue de l'entrepreneur, échouer est une opportunité d'apprendre.
9. Désir de rétroaction immédiate.	L'utilisation du feedback permet aux entrepreneurs d'évaluer/faire le point sur leur performance dans le but de l'améliorer.
10. Prendre des initiatives et rechercher la responsabilité personnelle	ils ressentent un profond sentiment de responsabilité personnelle pour les résultats (succès ou échec) des entreprises qu'ils démarrent.
11. Utilisation des ressources	ils utilisent les ressources de manière efficace et efficiente afin d'atteindre les objectifs organisationnels.
12. Concurrencer des normes objectives et auto-imposées :	Ils ont l'esprit de compétition intériorisé dans lequel ils s'engagent continuellement dans une compétition avec eux-mêmes pour battre leur dernière meilleure performance.
13. Croyance du locus de contrôle interne	Ils ne croient pas au hasard ou à la chance (facteurs externes et incontrôlables). Mais plutôt, ils croient que leurs réalisations personnelles ainsi que leurs revers relèvent de leur contrôle et de leurs influences personnels.
14. Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude	Ils ont une tolérance élevée pour l'incertitude en ce qui concerne la prise de décision (surtout que l'information est souvent de sources incertaines)

Source : élaboré par l'auteur d'après les travaux de A. Tafamel et al « Introduction to entrepreneurship » p15.

Remarque : Les caractéristiques ci-dessus ne sont en aucun cas exhaustives.

5.3 Fonctions d'un entrepreneur

Pour réussir son projet, un entrepreneur doit accomplir plusieurs activités :

1. Perception et identification des opportunités d'affaires.
2. Choix de la forme juridique, du lieu et du site de l'entreprise.
3. Identification, sélection et acquisition de ressources clés.

4. Innovation : Ceci est généralement considéré comme le summum de l'esprit d'entreprise. Il doit donc traduire une nouvelle idée en une nouvelle entreprise.

5. Prise de risque et le choix de stratégie adéquate.

6. Gestion de l'entreprise.

6. Conclusion

L'entrepreneuriat est la poursuite d'une opportunité discontinue impliquant la création d'une entreprise (ou un projet dans l'entreprise) dans l'attente d'une création de valeur pour les participants.

Les entrepreneurs sont ceux qui s'engagent dans l'entrepreneuriat.

L'entrepreneur est la personne (ou l'équipe) qui identifie l'opportunité, rassemble les ressources nécessaires, crée et est ultimement responsable des résultats et des conséquences du projet. Dans l'entrepreneuriat ; l'esprit d'entreprendre est donc le moyen par lequel de nouvelles organisations sont formées et des richesses et des emplois sont créés.

Les aspects les plus importants de l'entrepreneuriat sont : l'identification d'une opportunité, l'innovation et la créativité, rassembler des ressources, créer et développer une entreprise, prendre des risques, être récompensé et gérer l'entreprise. L'entrepreneur représente le personne, tandis que l'entrepreneuriat représente le processus de mise en place et de gestion d'une entreprise.

7.Exercices :consultez la fiche TD n°2.

Références bibliographiques :

- Robert b. CARTON, Charles w. HOFER, Michael D. MEEKS” The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society”, The University of Georgia Terry College of Business, 1998.
- Bull, I. & Willard, G. E. 1993. Towards a theory of entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 8, 183-195.
- Herron, L. 1994. Do skills predict profits? A study of successful entrepreneurship. New York: Garland Publishing.
- Kunkel, S. W. 1991. "The impact of strategy and industry structure on new venture performance". University of Georgia, Athens, GA.
- F et G LEMOINE : « sensibilisation à la création d'entreprise chapitre II : le domaine de l'entrepreneuriat et le métier d'entrepreneur. », pp, 5-9.
- Mintzberg, H. 1973. The nature of managerial work. New York: Harper & Row.
- Mitchell, R. K. 1994. The composition, classification, and creation of new venture formation expertise. The University of Utah. Salt Lake City, UT

- Sandberg, W. R. 1986. New venture performance: The role of strategy and industry structure. Lexington, MA: Lexington Books.
- Schumpeter, J. A. 1934. The Theory of Economic Development. New York: Oxford University Press.
- A. Tafamel et al, Introduction to entrepreneurship, National open university of nigeria , 2017.
- J. Kollie et all : Introduction to Entrepreneurship, Commonwealth of Learning Edition 1, 2011.

Chapitre 3 : l'idée et l'opportunité d'affaire.

« Les problèmes sont des opportunités en vêtement de travail »

Henry H.Kaiser

1. Introduction

Ce cours est conçu pour donner un aperçu de la façon dont un entrepreneur peut identifier et transformer des idées commerciales, en opportunités d'affaires fructueuses. À la fin de l'unité, vous devez être en mesure de faire la distinction entre une idée d'entreprise et une opportunité d'affaire.

2. Objectifs

À la fin de ce cours, vous devriez être capable de :

- définir une idée et une opportunité d'affaires
- faire la différence entre une idée d'entreprise et une opportunité d'affaires
- identifier les sources d'opportunités d'affaires
- identifier les facteurs impliqués dans le choix d'une opportunité d'affaires

3. Plan du cours

- 4. La formalisation de l'idée :
 - 4.1. L'origine de l'idée :
 - 4.2. Méthodes pour exercer la créativité :
 - 4.2.1 la carte mentale
 - 4.2.2 le scénario catastrophe :
- 5. Distinction entre une idée d'entreprise et une opportunité d'affaires
- 6. Exercice

4. La formalisation de l'idée :

La création d'entreprise commence d'abord par l'idée d'un besoin mal ou pas satisfait auquel vous pourriez apporter éventuellement une réponse avec un produit ou un service dans le cadre de votre future entreprise.

Il s'agit maintenant de passer de cette idée de départ, souvent vague et incomplète à la formalisation claire et précise de votre projet entrepreneurial pour pouvoir ensuite saisir les opportunités de création d'entreprise.

Cependant, l'idée est une condition indispensable pour pouvoir envisager la construction d'un projet entrepreneurial.

Après sa formalisation, l'idée ne devra pas rester figée. Il faudra l'adapter aux réalités de l'environnement économique. Il s'agit d'une démarche itérative qui peut vous conduire à reprendre plusieurs fois tout ou partie des étapes antérieures, afin de prendre en compte la ou les modifications à apporter à votre projet.

4.1.L'origine de l'idée :

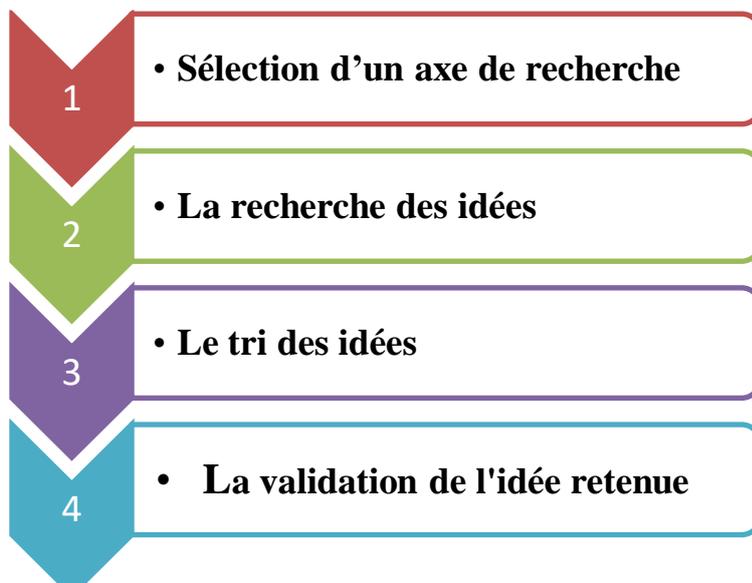
Une idée d'activité est le fondement même de la création d'entreprise. Elle est inséparable du projet personnel de celui qui l'exprime, de ses compétences.

Cette idée doit être :

- innovante localement (sur le marché visé).
- originale afin de vous permettre de vous démarquer de vos concurrents et avoir un avantage concurrentiel.

Cependant, le processus de recherche d'idée comporte 4 étapes:

Figure n°1 : le processus de recherche d'idée



- Pour ce qui est de la première étape : la sélection d'un axe de recherche, il existe deux possibilités :

Scénario 1 : Une observation attentive de l'environnement, peut vous permettre de déceler des besoins pas ou mal satisfaits auxquels vous pensez pouvoir apporter une réponse qui reste à préciser.

Scénario 2 : Votre métier, vos compétences, et votre expertise vous amènent à penser à un produit ou un service que vous pourriez offrir sur le marché, sous réserve qu'il rencontre une demande solvable.

- En ce qui concerne la deuxième étape, c'est-à-dire la recherche d'idée, on applique les quatre techniques de créativité à l'axe de recherche retenu (voir le tableau suivant)

Tableau n°1 :Les techniques de créativité

Type de technique	Détails
Le brainstorming (créé par Alex Osborn)	Cette technique consiste à produire en groupe et spontanément le plus grand nombre possible d'idées sur un sujet donné. <ul style="list-style-type: none"> • sans retenue • sans se soucier du réalisme des idées dans un premier temps • en s'interdisant toute critique, toute justification.
La défectologie	Cette technique consiste à : <ul style="list-style-type: none"> • recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service. • les classer en fonction de critères choisis. • rechercher des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants
L'espace de consommation	Cette technique permet de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux. Et essayer de le modifier. La modification d'un des paramètres peut alors donner naissance à : <ul style="list-style-type: none"> • un produit nouveau ou à une activité nouvelle ; • un produit ou un service modifié pour l'adapter à un autre Marché. Cette technique ne peut s'utiliser qu'à partir d'une activité ou d'un produit existant
La différenciation	La différenciation apporte à un produit / service ou à une offre commerciale un caractère apte à se distinguer nettement des offres concurrentes.

- Pour ce qui est de la troisième étape, **le tri des idées** se fait à travers une analyse objective et subjective du réalisme des idées en tenant compte:
- des compétences indispensables.
 - des moyens financiers, humains et techniques.
 - du contexte juridique.
 - du temps disponible.
- Et à la fin de ce processus nous pourrions alors valider l'idée retenue et penser alors à sa réalisation.

Remarque 1 : les techniques de créativité citées dessus, ne sont pas exhaustives, ils existent notamment d'autres. Elles dérivent de techniques précédentes, comme le RME (le remue-méninge électronique) ou le PMI (plus ou moins intéressant) pour plus de détails, vous pouvez consulter les travaux de **B.Saporta et T.Verstraete**.

Remarque2 : Retenez qu'une bonne idée ne représente pas toujours une opportunité pour la création d'entreprise : **“Une idée sans marché ou ne répondant pas à un besoin, n'a aucun intérêt”**.

- Une idée se présente comme une opportunité **si elle répond à un besoin insatisfait ou mal satisfait**.
- Une idée susceptible de trouver un marché n'est probablement pas une bonne idée, **si le promoteur n'a pas pris la peine d'analyser les facteurs-clés de réussite de son futur domaine d'activité**.

4.2.Méthodes pour exercer la créativité :

Comme nous l'avons vu précédemment, l'entrepreneur doit en permanence être quelqu'un de **curieux** et d'ouvert sur son environnement. Ceci pour lui permettre de détecter des idées nouvelles que les autres n'ont pas encore perçues.

Il doit être **créatif**, afin de se différencier de ses concurrents et présenter une offre originale et adaptée aux besoins d'une clientèle solvable qu'il peut atteindre.

Il existe deux méthodes capables d'aider l'entrepreneur à soutenir sa créativité, il s'agit notamment de :

- la carte mentale (en 5 étapes).
- le scénario catastrophe.

Ces deux méthodes s'inspirent en fait de la technique du brainstorming (voir la première partie du cours).

Remarque : ces méthodes peuvent être réalisées par une seule personne, mais en équipe, elles seront plus fructueuses.

4.2.1 la carte mentale :

Une carte mentale (appelée également carte heuristique, carte des idées ou en anglais Mind Map) est un outil à usage soit personnel, soit collectif qui permet de représenter schématiquement le cheminement de la pensée en mettant en évidence les relations entre les idées ou les concepts.

La carte mentale ou heuristique, se réalise en cinq (5) étapes.

Voir figure n°2

Figure n°2 : les cinq étapes de la carte mentale.



Source : réalisée par l'auteur.

a.Étape 1 : la perception

Le groupe se met en position d'observation de votre projet et recherche les mots qui illustrent le mieux les difficultés, les contraintes, les opportunités, les potentialités qu'il peut receler le projet.

Pour réaliser cette étape :

- Faites par écrit sur un tableau, la liste d'une vingtaine d'idées ou mots-clé. Pour ce faire, quelques pistes :
- posez-vous la question « comment faire pour ... ? ». Par exemple, « comment faire pour assurer mon approvisionnement ? » .
- prenez en compte votre environnement dans votre réflexion, vos expériences et celle des autres, vos valeurs et celles des autres .
- recherchez des opportunités nouvelles.

A partir de cette liste, sélectionnez les **5 mots clés** qui vous paraissent les plus significatifs pour cerner les conditions de mise en œuvre et de survie de votre projet à ce stade.

Ces 5 mots-clés vont vous permettre de débiter la construction d'une carte mentale, en développant votre réflexion sous forme d'arborescence.

Il n'est pas indispensable de disposer d'un logiciel pour ce travail. Vous pouvez travailler avec une feuille de papier et un crayon ou un tableau.

Ex : pour réaliser le projet que vous m'avez proposé en classe, je vous propose de créer une carte à 5 branches. Chacune correspondant à l'un des mots-clés que vous aurez sélectionnés.

A nouveau, chaque mot-clé sera caractérisé par les mots qui vous viennent à l'esprit.

Remarque : Pour construire la carte mentale de votre projet, le groupe de réflexion que vous avez réuni doit avoir une liberté totale. Sortez des catégories établies, autorisez-vous la quantité. Sachez que : **de la quantité naîtra la qualité. Acceptez les idées qui dérangent, soyez pratique et actif. Poussez cette carte mentale le plus loin possible.**

b.Étape 2 : l'analyse

A partir de la carte mentale, surlignez les mots qui vous semblent correspondre aux aspects les plus importants de votre projet (les points critiques). Faites-en la liste hiérarchisée. Cela peut vous conduire à sélectionner ainsi de nouveaux mots-clés stratégiques qui ne sont pas obligatoirement les mots principaux énoncés au départ.

Retenez le mot-clé stratégique qui vous paraît le plus important.

c.Étape 3 : la production

A partir du mot stratégique, posez-vous la question « comment faire pour... ? » (en référence au mot clé). A ce niveau, produisez de nouveau le maximum d'idées.

d.Étape 4 : la sélection

Il s'agit de sélectionner les idées, les solutions les plus efficaces.

Si nous voulons transformer les idées en réalités innovantes, il est nécessaire de les organiser en fonctions de critères prédéterminés.

Les critères peuvent être :

- L'efficacité : est-ce que l'idée répond bien au problème posé ?
- La faisabilité : est-ce que l'idée est réalisable en fonction de nos possibilités techniques, financières, légales... ?
- L'opportunité : est-ce que notre idée s'intègre à notre environnement ? Quel sera le niveau d'efforts dispensé pour la faire accepter ?

- L'originalité dans votre environnement.

Hiérarchiser vos idées en fonction de l'importance qu'elles ont pour votre projet.

e.Étape 5 : application

Au terme de cette première démarche créative, vous devriez disposer de nouvelles idées qui vont enrichir votre projet entrepreneurial.

Ces idées devront ensuite être confrontées au marché et aux compétences entrepreneuriales. La mise en œuvre concrète ne sera réalisée qu'au terme d'un processus itératif.

Remarque :

« La carte mentale peut s'appliquer à tous les aspects de la vie où un apprentissage plus efficace et une réflexion plus claire peuvent améliorer les performances humaines. »

(Remarque de **Tony Buzan**, 1995).

Pour une riche explication de la carte mentale vous pouvez Consulter les explications de son auteur, Tony Buzan: https://www.youtube.com/watch?v=p9jEL_LgAm4,

4.2.2 le scénario catastrophe :

Le scénario catastrophe ou le Brainstorming inversé permet de rechercher les situations et événements de toutes natures qui pourraient remettre en cause l'existence même de l'entreprise. Il faut intégrer ces éventualités au projet afin de pouvoir anticiper sur la mise en œuvre de solutions préventives. En fait, il s'agit tout simplement de détecter tous les problèmes contribuant à l'échec du projet, et même envisager les scénarios qui puissent l'amener au désastre. Cet outil sert à :

- Trouver des idées originales.
- Trouver les difficultés d'un projet.
- Anticiper les critiques et obstacles

Vous devrez rechercher les scénarios catastrophes les plus graves et pour chacun envisager toutes les solutions imaginables pour les éviter ou y faire face le mieux possible.

Exemples :

- risque de coupures d'électricité : prévoir un groupe électrogène ;

- risque de sécheresse qui peut réduire la production de certains légumes. Face à ce risque, se diversifier vers la production de légumes (ou fruits) qui demandent moins d'eau.

5. Distinction entre une idée d'entreprise et une opportunité d'affaires

Pour qu'une idée d'entreprise se transforme en opportunité d'affaire, cette idée doit offrir une solution viable à un problème rencontré par les consommateurs potentiels et pour laquelle ils sont prêts à payer un prix.

Remarque :

- Une idée d'entreprise, aussi nouvelle soit-elle, ne peut pas être une opportunité d'affaire si les clients ne voient pas sa valeur ajoutée et ne veulent donc pas payer pour cela (**Inegbenebor, 2006**).
- Une idée d'entreprise représente l'étape d'entrée tandis qu'une opportunité commerciale représente l'étape de sortie.

Un entrepreneur peut avoir une idée d'entreprise qui, selon lui, serait un succès instantané sur le marché. Toutes ces idées commerciales (étape d'entrée) ne peuvent pas être transformées en opportunité d'affaire viable (étape de sortie). La question que nous voudrions peut-être poser est la suivante :

« Qu'est-ce qui rend la transformation possible ? » Une telle idée d'entreprise doit offrir une solution viable à un problème rencontré par les consommateurs potentiels et pour lequel ils sont prêts à payer.

L'idée est l'étape de conception d'un produit ou d'un service, alors que l'opportunité est l'étape à laquelle le produit ou le service donne satisfaction aux consommateurs, et l'entrepreneur en tire profit.

6.Exercice : consultez la fiche TD n°3.

Référence :

- T.Buzan, « Brain Sell »,1995.
- F et G Lemoine : sensibilisation à la création d'entreprise.
- T.Verstraete et B.Saporta, « création d'entreprise et entrepreneuriat »,2006.
- R. Zammar, « cours d'entrepreneuriat », 2012.
-

Chapitre 4 : l'innovation et l'entrepreneuriat.

*« L'innovation systématique requiert la volonté de considérer le
changement comme une opportunité. ».*
Peter.Drucker

”

1.Introduction :

L'innovation est l'outil indispensable de l'entrepreneur. C'est le moyen par lequel, il exploite le changement à l'avantage de son projet. Elle peut être présentée comme une discipline, comme elle peut être enseignée et pratiquée.

2.Objectif du cours :

A la fin de ce cours vous serez capable de savoir tout sur le concept d'innovation

Quels axes de réflexions peut conduire à l'innovation.

D'où acquérir les savoir pour l'innovation

3.Plan du cours :

4..Définition :

5.Typologie d'innovation

6.Les axes de réflexion conduisant à l'innovation (modèle des 4P):

7.Acquérir des connaissances nouvelles pour innover

8.Comment innover :

9.exercice

4.Définition :

Innovation est un terme qui couvre en lui-même la notion de nouveauté et du changement. Elle est définie par l'encyclopédie de gestion⁹ :« *l'innovation peut être assimilée à tout changement introduit dans l'économie par un agent quelconque et qui se traduit par une utilisation plus efficace des ressources* »

La définition la plus simple de ce concept est : toute innovation comporte un élément de nouveauté. Le *Manuel d'Oslo* distingue trois formes de nouveauté : pour l'entreprise, pour le marché et pour le monde entier (OCDE, 2010).

Elle est l'acte qui donne aux ressources une nouvelle capacité de créer de la richesse (Drucker, 2015).

⁹ Yves Simon, Patrick Joffre, « Encyclopédie de gestion », ed Economica, 1997.

Retenez que : **l'innovation c'est : faire du neuf utile.**

5. Typologie d'innovation :

Dans la pensée économique, l'innovation renvoie à la théorie de l'évolution économique de Joseph Schumpeter. Ce grand auteur, lui attribue le rôle du moteur de l'évolution de l'économie. Il la présente en cinq types :

- Fabrication d'un bien nouveau.
- Introduction d'une méthode de production nouvelle.
- Ouverture d'un nouveau débouché.
- Conquête d'une nouvelle source de matières premières.
- Réalisation d'une nouvelle organisation.

Seules les deux premières relèvent de l'invention concrète.

Remarque : **l'innovation ne se limite pas seulement dans l'invention**, même Schumpeter reconnaît que « *...l'entrepreneur –innovateur ne participe pas à l'invention, il puise dans un réservoir de possibilités techniques préexistantes, dues aux inventeurs pour exploiter **les opportunités** qu'elles ouvrent ...* » (Schumpeter)

Il faut cependant partir d'une **opportunité et non pas d'une idée**, cependant, la réussite de l'innovation n'est définitive que lorsque le client perçoit la nouveauté comme un réel gain pour lui. Donc : Coupler l'émergence des idées avec les besoins à venir est un excellent moyen pour que l'innovation rencontre au plus vite un marché. (Benoit-Cervant, 2012).

Remarque : L'innovation ne se produit pas toute seule, par hasard ou par miracle. Elle est **motivée par l'esprit d'entreprendre**. Ce puissant mélange d'énergie, de vision, de passion, d'engagement, de jugement et de prise de risque fournit en fait, le puissant moteur du processus de sa création.

L'innovation est un processus complexe qui comporte des risques et nécessite une gestion prudente et systématique. C'est un long processus de collecte des idées de changement pour les transformer en réalité effective. Qu'il s'agisse d'une start-up en démarrage ou d'un grand

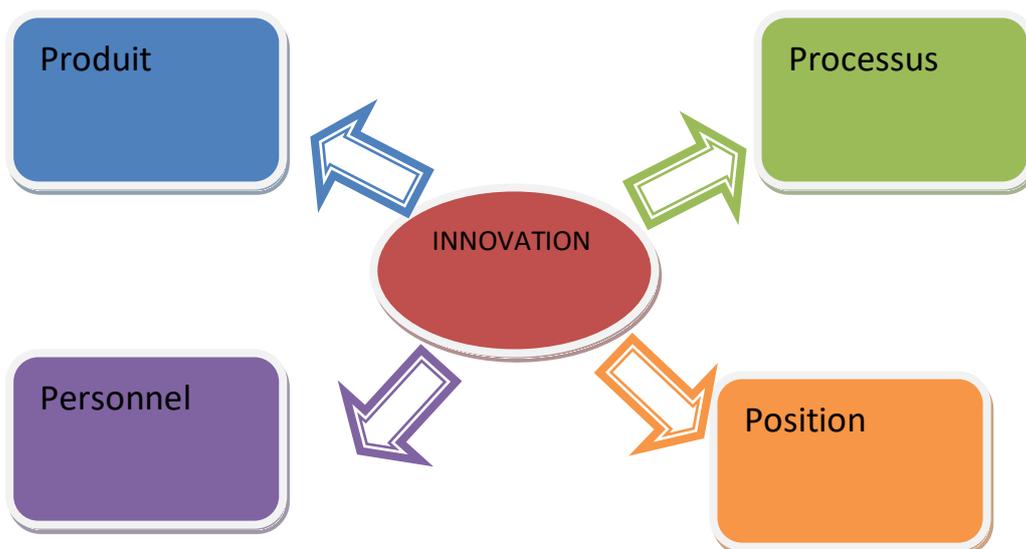
groupe industriel installé et essayant de renouveler son produit ou service, le principe est le même.

6. Les axes de réflexion conduisant à l'innovation (modèle des 4P):

Pour aboutir à l'innovation, le travail de l'entrepreneur (et son équipe) doit se focaliser sur quatre axes de changement (sur lesquels il peut innover), connu par les 4P :

- Axe I : le Produit : l'innovation touche dans ce cas le produit/le service qu'on doit produire.
- Axe II : le Processus: l'innovation touche les étapes de production de l'idée au produit (changements dans la manière dont les produits/services sont créés et livrés)
- Axe III : la Position : changements dans le contexte dans lequel les produits / services sont introduits et lancés sur le marché.
- Axe IV : le Personnel: le management et l'état d'esprit des équipes, cela touche l'innovation dans les compétences.

Figure n°1 : le model des 4P de l'innovation.



Notons que l'innovation peut cibler les 4P soit d'une manière radicale (créer quelque chose de nouveau), ou incrémentale (améliorer un produit/service qui existe déjà).

Le tableau suivant explique succinctement les types de l'innovation dans les deux cas (incrémentale et radicale) et donne des exemples.

Tableau n°1 : Quelques exemples d'innovations sur le modèle 4Ps

Type d'innovation	Incrémental: faire ce que nous faisons mais mieux	Radical: faire quelque chose de nouveau
Produit: (quoi ?) qu'est ce que nous allons offrir au monde ?	Windows 7 et 8 remplaçant Vista et XP, améliorant essentiellement logiciel existant.	Logiciel nouveau dans le monde (par ex. premier programme de reconnaissance vocale) Moteurs hybrides de Toyota Prius (apportant un nouveau concept) et Voiture électrique haute performance Tesla
Processus: (comment ?) Comment nous allons créer et livrer cette offre ?	Téléphone fixe amélioré prestations de service	Skype et autres systèmes VOIP (voix sur IP)
Position: (où ?) Ou nous ciblons cette offre ?	Amélioration de la logistique de vente au détail. Services de segmentation des compagnies aériennes pour différents groupes de passagers - Virgin Upper Class, BA Premium Economy, etc.	Shopping en ligne. Les compagnies aériennes à bas prix ouvrent les voyages en avion à ceux qui ne pouvaient pour se le permettre (créer un nouveau marché et perturber un marché existant)
Personnel: (comment ?) comment nous encadrons ce que nous faisons ?	IBM, (de fabricant de machines à société de services et de solutions, vendant sa fabrication d'ordinateurs et renforçant ses activités de conseil et de service).	Linux, Mozilla, Apache (passage des utilisateurs passifs aux utilisateurs actifs communautés d'utilisateurs co-créant de nouveaux produits et services)

Source: traduit des travaux de John R. Bessant, Joe Tidd, 2015¹⁰

7.Acquérir des connaissances nouvelles pour innover :

Tout entrepreneur doit savoir que l'innovation est un élément vital pour l'entreprise. Elle n'aboutit que si elle est bien pilotée : afin de passer du stade de l'idée géniale au résultat

¹⁰ John R. Bessant, Joe Tidd, « Innovation and Entrepreneurship », 3rd Edition,, 2015

ISBN: 978-1-118-99309-5 June 2015.p.32

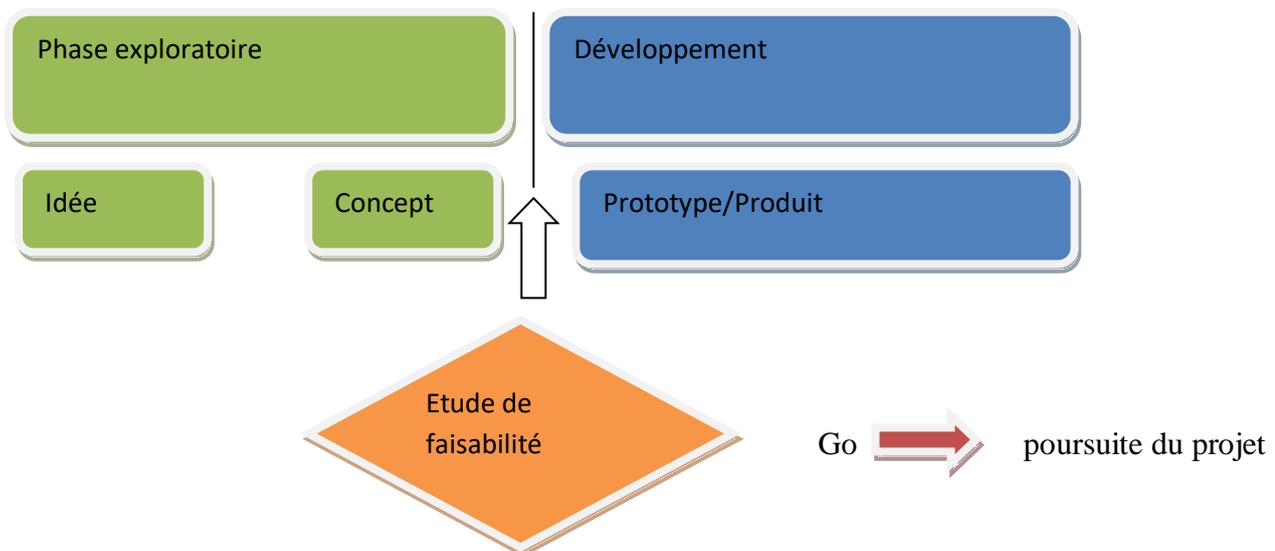
tangible. Cependant, les connaissances nouvelles sont le mot clé de l'innovation. Ces connaissances nouvelles se créent dans 3 types de situations :

- En confrontant les savoirs dans leur mise en pratique en situation réelle.
- Par l'acquisition de nouveau savoir.
- Par l'échange d'idées et de pratiques.

8.Comment innover :

Les connaissances les savoirs nouveaux, permettent en fait de fructifier les idées de l'entrepreneur certes, mais pour innover, l'idée doit passer de la phase exploratoire à la phase de développement et cela via l'étude de faisabilité du projet.

Figure n°2 : processus de l'innovation, de l'idée à la réalisation.



Source : Benoit-Cervant, 2012, p 70

Pour innover, l'entrepreneur (et son équipe) doit:

- Définir les avantages du produit innovant ou du service.
- Identifier les personnes nécessaires à la mise en œuvre de l'innovation.
- Définir le processus d'innovation, il faudra le concevoir si il n'existe pas (le processus inclut la maîtrise de tous les outils et techniques utiles pour développer l'innovation).
- Elaborer l'étude de faisabilité du projet.

Remarque : L'étude de faisabilité analyse le potentiel de réussite d'un projet sous plusieurs angles : techniques, financiers, économiques, juridiques. Elle aide à prendre la décision de se lancer dans le développement, ou de l'abandonner.

Au cas où le projet est lancé, l'entrepreneur doit s'assurer que son organisation est capable de le faire de manière organisée et à pouvoir le répéter.

9.Exercice: consultez la fiche TD n°4.

Références bibliographiques

Géraldine **Benoit-Cervant** « boîte à Outil d'innovation », ed DUNOD, 2012.

John R. Bessant, Joe Tidd, « Innovation and Entrepreneurship », 3rd Edition,, 2015

ISBN: 978-1-118-99309-5 June 2015.

Peter F **Drucker**; "innovation and entrepreneurship" , ed Routledge Classic, 2015. p36

Joseph **Schumpeter** «Théorie de l'évolution économique » traduction française 1935, version numérique produite par Jean-Marie Tremblay, Université du Québec à Chicoutimi, 2002.

Yves Simon, **Patrick Joffre**, « Encyclopédie de gestion », ed Economica, 1997.

Rapport de l'O.C.D.E : Mesurer l'innovation, un nouveau regard. OCDE, 2010.

Chapitre 5 : Le processus entrepreneurial

« Le chemin est long du projet à la chose. »

Molière.

1. Introduction :

Maintenant que nous avons défini les concepts clés de l'entrepreneuriat, passons à l'étape suivante qui est notamment : le processus entrepreneurial. Les quatre étapes du processus entrepreneurial sont : identifier et évaluer une occasion; élaborer un plan d'affaires; déterminer les ressources nécessaires, puis enfin démarrer et gérer une entreprise.

2.Objectif du cours :

À la fin de ce cours, vous serez en mesure de décrire les principales étapes du processus entrepreneurial.

3.Plan du cours :

- 4.Le processus entrepreneurial.
5. Identifier et évaluer l'opportunité.
 - 5.1 Définition de l'opportunité.
 - 5.2 Sources d'opportunités.
 - 5.3 Evaluation d'une opportunité.
- 6.Elaborer un plan d'affaires.
7. Déterminer les ressources nécessaires.
8. Gérer l'entreprise.
- 9.Exercice.

4.Le processus entrepreneurial :

Le processus entrepreneurial comprend les étapes systématiques nécessaires pour créer et mettre en œuvre une nouvelle entreprise. Ceci comprend toutes les fonctions, activités et actions associées de la perception de l'opportunité jusqu' à la création de l'entreprise. L'entrepreneur doit donc trouver, évaluer et développer une opportunité en surmontant les difficultés qui entravent la création de son nouveau projet. Souvent, les entrepreneurs arrivent

à découvrir eux-mêmes, ce processus par : l'essai et l'erreur. Néanmoins, ils peuvent raccourcir leur courbe d'apprentissage en profitant des expériences des autres.

Finalement des études sur ce sujet (Hisrich, et Shepherd, 2005), ont résumé le processus entrepreneurial en quatre étapes distinctes :

1. Identification et évaluation de l'opportunité,
2. Elaboration du business plan,
3. La détermination des ressources nécessaires
4. La gestion de l'entreprise résultante.

Remarque :

Bien que les phases se déroulent progressivement, aucune étape n'est traitée isolément ou n'est totalement terminée avant que les travaux sur les autres phases ne commencent. Par exemple, pour réussir à identifier et évaluer une opportunité (phase 1), un entrepreneur doit avoir en tête le type d'entreprise souhaité (phase 4).

Figure 1: Processus entrepreneurial



Source : élaborée par l'auteur.

5. Identifier et évaluer l'opportunité :

L'identification et l'évaluation des opportunités est une tâche très difficile. La plupart des bonnes affaires n'apparaissent pas soudainement, mais résultent plutôt de la vigilance d'un entrepreneur ou, dans certains cas, la mise en place de mécanismes qui identifient les opportunités.

5.1. Définition d'opportunité d'affaires

Barringer et Ireland (2012) ont défini une opportunité comme :

Un ensemble de circonstances favorables qui crée un besoin pour un nouveau produit, service ou entreprise

D'autre part, Kirzner (1979) considère que l'opportunité provient d'un dysfonctionnement d'un marché : « Une opportunité est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peut être exploité par un individu qui rétablit l'équilibre du marché. Ici l'opportunité est considérée comme un profit qui provient d'une demande existante et de ressources disponibles ».

Cependant, on peut résumer l'opportunité comme :

Opportunité d'affaire= satisfaire un besoin + réaliser un profit.

Remarque : L'opportunité est difficile à repérer. Car elle ne doit pas être simplement, une version différente de quelque chose de déjà disponible.

Et la meilleure solution pour la repérer consiste notamment à identifier un produit ou un service dont les gens **ont besoin et qu'ils sont prêts à acheter**, et non celui qu'un entrepreneur souhaite fabriquer et vendre..

5.2 les caractéristiques d'une opportunité :

La plupart des entreprises commerciales sont lancées de deux manières :

- elles sont soit, stimulées en interne : un entrepreneur reconnaît un problème ou une lacune sur le marché crée une entreprise pour la combler.
- soit stimulées en externe : un entrepreneur décide de lancer une entreprise, recherche et reconnaît une opportunité, puis démarre cette entreprise.

Indépendamment de laquelle de ces deux façons, un entrepreneur se lance dans une nouvelle entreprise, les opportunités sont difficiles à repérer.

Il est difficile d'identifier un produit, un service ou une opportunité commerciale, qui n'est pas simplement une version différente de quelque chose qui existe déjà. Les entrepreneurs commettent une erreur courante dans le processus de reconnaissance des opportunités en

prenant un produit ou un service actuellement disponible qu'ils aiment ou qui les passionnent, puis en essayant de créer une entreprise autour d'une version légèrement meilleure de celui-ci. La meilleure approche de la reconnaissance des opportunités consiste à identifier un produit ou un service dont les gens ont besoin et qu'ils sont prêts à acheter, et non celui qu'un entrepreneur souhaite fabriquer et vendre.

A retenir :

- les opportunités sont difficiles à repérer.
- L'opportunité est dans le produit ou le service que les gens ont besoin et qu'ils sont prêts à acheter, et non pas dans celui que l'entrepreneur souhaite fabriquer et vendre.

Barringer et Ireland (2012) estiment que l'opportunité doit remplir quatre qualités importantes :

1. Attrayant.
2. Durable.
3. Utile.
4. Ancré dans un produit ou un service qui crée ou ajoute de la valeur pour son consommateur.

Maintenant que nous avons identifié ce qui est une opportunité, il est important pour nous de déterminer ou la trouver.

5.3 Sources d'opportunités :

Les opportunités commerciales doivent être recherchées car elles ne se présentent à personne. La capacité de repérer ces opportunités d'affaires est ce qui distingue un entrepreneur de tous les autres.

Il existe certes plusieurs sortes d'opportunités d'affaire à explorer et qui sont déjà présentes sur le marché, mais toutes ; ne conviendront pas parfaitement à toutes les personnes.

Néanmoins, l'entrepreneur potentiel peut toujours puiser des idées de diverses sources existant déjà dans son entourage. Ces sources ont été traitées par plusieurs études comme notamment celle de Inegbenebor (2006), ou il les a présenté en huit sources :

Tableau n°1 : sources d'opportunité

Sources	Opportunités
Copier et imiter.	Imiter des produits ou services qui existent déjà mais en version améliorée : plus pratique, moins cher, plus rapide et plus facile à manipuler.
Expérience personnelle ou des autres	l'expérience humaine, qu'elle soit agréable ou désagréable, peut être utilisée pour stimuler une réponse ou une solution créative à un problème vécu.
Expérience de travail	l'expérience de travail, est une source d'idées très pratique pour l'entrepreneur: il a une idée sur les problèmes de production, les attentes et le comportement des clients, les disponibilités des fournisseurs, marché cible non encore attaqué... etc.
Hobbies et passe-temps	une activité pratiquée régulièrement pendant les loisirs pour le plaisir, peut être convertie en une entreprise lucrative.
Franchise	une licence accordée par un gouvernement ou une entreprise à une personne ou à un groupe, lui permettant d'utiliser ou de vendre certains produits, cela peut créer une opportunité à exploiter sur un marché qui n'est actuellement pas desservi.
Vocation	La possession de compétences professionnelles par exemple, la coiffure, la restauration, etc. suggère des idées de services qui peuvent être rendus.
Consultants	La vaste expérience et les connaissances acquises par les consultants au cours de la recherche de solutions aux problèmes rencontrés par les organisations constituent une source majeure d'idées d'entreprise.
Effort conjoint.	Deux (ou plusieurs) personnes peuvent se réunir pour tenter de repérer des opportunités d'affaires dans l'environnement. Ce mouvement peut alors les amener à former un partenariat.

Source : inspiré des travaux de Inegbenebor, 2006.

Remarque : l'opportunité doit correspondre aux compétences personnelles et aux objectifs de l'entrepreneur. Pour cela il faut que l'entrepreneur évalue cette opportunité.

Un plan d'évaluation des opportunités comprend les éléments suivants :

Une description du produit ou service, une évaluation du marché, une évaluation de l'entrepreneur et de son équipe, spécifications de toutes les activités et ressources nécessaires

pour traduire l'opportunité en une entreprise commerciale viable, et la source de capital pour financer l'entreprise initiale ainsi que sa croissance.

5.4 Evaluation d'une opportunité :

En fait, l'étape d'évaluation d'une opportunité consiste à poser continuellement la question de savoir si l'opportunité vaut la peine d'investir ou non ?

Cependant il y a cinq questions de base auxquelles on doit répondre pour évaluer une opportunité :

1. Existe-t-il un besoin sur le marché ?

(Une demande, des consommateurs potentiels ...etc).

Un besoin du marché est le potentiel d'un changement de consommation. Comprendre un besoin du marché, c'est comprendre un désir ou un potentiel (actuellement) insatisfait.

2. Existe-t-il une solution réalisable ?

Pour répondre à cette question, l'entrepreneur doit se focaliser sur le besoin et non pas sur le produit. Comment satisfaire le besoin ? De cette façon, l'entrepreneur essaiera de comprendre ce qui sera nécessaire pour proposer une solution convaincante qui stimulera réellement et beaucoup plus la satisfaction de ce besoin.

Une fois la solution proposée, il faudra donc répondre aux trois questions suivantes.

3. comment est la concurrence ? Existe-t-il une base pour un avantage concurrentiel durable ?

Quelle est la concurrence (les alternatives du client) ?

La concurrence est l'univers des alternatives dont dispose le client potentiel. Les entrepreneurs commettent souvent l'erreur de considérer la concurrence comme d'autres entreprises (souvent d'autres start-ups) qui ont la même idée de produit qu'eux. Mais la concurrence doit être considérée du point de vue des clients. Donc il faut toujours viser à être parmi les concurrents et non pas contre les concurrents.

4. Avons-nous la bonne équipe ?

Si une équipe a une idée viable, elle ne peut la réaliser que si il y'a de la synergie entre ses membres. La bonne équipe est celle dont les membres ont les compétences nécessaires pour la création d'une entreprise : tâches techniques, financières, comptables commerciales...etc. et surtout : l'expérience, ainsi que le dynamisme, la motivation et la persévérance.

5. L'entreprise est-elle financièrement viable?

La question fondamentale ici est généralement : notre produit sera-t-il en mesure de générer des rendements capables de couvrir nos dépenses ?

S'il semble y avoir une réponse positive à cette question, alors l'entrepreneur peut poser des questions sur les sources de financement nécessaires pour lancer et établir l'entreprise. La question sera finalement de savoir si les chances de succès sont suffisamment élevées et les gains potentiels suffisamment importants pour attirer les bailleurs de fonds.

Remarque : Si on peut répondre par l'affirmative à toutes ces cinq questions, alors l'opportunité vaut la peine d'investir. C'est en fait, la première étape pour pouvoir convaincre ensuite les autres, qu'ils soient des clients potentiels, des employés, des partenaires ou des apporteurs de capitaux.

6.élaborer un plan d'affaires :

Le deuxième élément dans le processus entrepreneurial est notamment l'élaboration d'un plan d'affaire. Cependant, un bon plan d'affaires est réalisé afin d'exploiter l'opportunité définie. Il est essentiel pour développer l'opportunité, déterminer les ressources nécessaires, les obtenir et les gérer avec succès. C'est une phase très chronophage dans le processus entrepreneurial.

Remarque : le plan d'affaire avec plus de détails fera objet du cours n°.

7.Déterminer les ressources nécessaires

Les ressources nécessaires pour saisir l'opportunité doivent également être déterminées. Ce processus commence par une évaluation des ressources actuelles de l'entrepreneur. Toutes les ressources qui sont essentiels doivent être différenciées de ceux qui sont simplement utiles. Le soin doit être pris pour ne pas sous-estimer la quantité de ressources diverses nécessaires (y compris ressources). Les risques de baisse ou d'absence des ressources ou d'insuffisance doivent également être évalués.

La détermination de ces ressources est en fait intégrée dans l'élaboration du plan d'affaire.

Remarque : l'entrepreneur doit prendre en considération que au fur et à mesure que l'entreprise se développe, davantage de fonds seront probablement nécessaires pour financer la croissance de l'entreprise.

8. Gérer l'entreprise :

Une fois les ressources acquises, l'entrepreneur doit les utiliser pour mettre en œuvre une « entreprise plan ». Les problèmes opérationnels de l'entreprise en croissance doivent également être examinés et gérés efficacement. Cela implique la mise en place d'un style et d'une structure de gestion, ainsi que la détermination des variables clés du succès. Un système de contrôle doit être mis en place, que toutes les zones problématiques peuvent être

rapidement identifiées et résolues. Certains entrepreneurs ont difficulté à gérer et à développer l'entreprise qu'ils ont créée.

9.Exercice : consultez la fiche technique n°5

Bibliographie

- B.R.Barringer et Ireland .R.D (2012) Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. 14th Edition, Pearson Education Inc., Upper Saddle River.

Inegbenebor (2006) Inegbenebor, A.U. (2006). Fundamentals of entrepreneurship. Lagos: Malhouse Press.

Hisrich, R.D., M. P. Peters & D. A. Shepherd (2005). Entrepreneuriat. 6 éd. New York : McGraw-Hill Irwin.

Chapitre 6: étude de faisabilité et le plan d'affaire.

« Si on me donnait six heures pour abattre un arbre, je passerais la première à affûter la hache..»

Abraham Lincoln.

1.Introduction :

Ce cours est conçu pour donner un aperçu sur l'étude de faisabilité et sur le plan d'affaires. Pourquoi sont ils importants pour lancer un projet d'entreprise, comment les élaborer et quels sont les problèmes qui y sont liés.

2.Objectifs du cours :

À la fin de ce cours, vous devriez être capable de :

- Décrivez les neuf éléments constitutifs d'un modèle d'un plan d'affaire ou business plan.
- Identifier les faiblesses, les forces, les menaces et les opportunités d'une entreprise.
- Décrire le meilleur processus pour la planification d'une entreprise prospère.
- Identifier les composantes d'un business plan.
- Indiquez la différence entre une proposition commerciale et un plan d'affaires.
- Identifier les extraits du processus de planification des activités.

3.Plan du cours :

4.l'étude de faisabilité.

5.le Business Plan

5.1. comment élaborer un Business Plan

5.2.Le BMC : Business Model Canevas

6. les erreurs à éviter lors de l'élaboration d'un BP

7.Exercice

4.l'étude de faisabilité :

La plupart des entrepreneurs du monde entier ne manquent pas de créativité et sont à l'origine des plus brillantes innovations que notre monde a connu.

Cependant, le succès d'une entreprise ne dépend pas uniquement des idées nouvelles qu'elle propose, non ! il va falloir que cette idée soit vérifiée sous de différents aspects. C'est-à-dire, il faut que l'entrepreneur porteur de projet fasse une étude de faisabilité à cette idée, pour déterminer s'il peut la transformer en une entreprise viable.

4.1.définition de d'étude de faisabilité :

Une étude de faisabilité, comme son nom l'indique, est conçue pour révéler si un projet/plan est réalisable. Il s'agit d'une évaluation de l'aspect pratique d'un projet/plan proposé.

L'étude de faisabilité est conçue via les réponses aux questions suivantes :

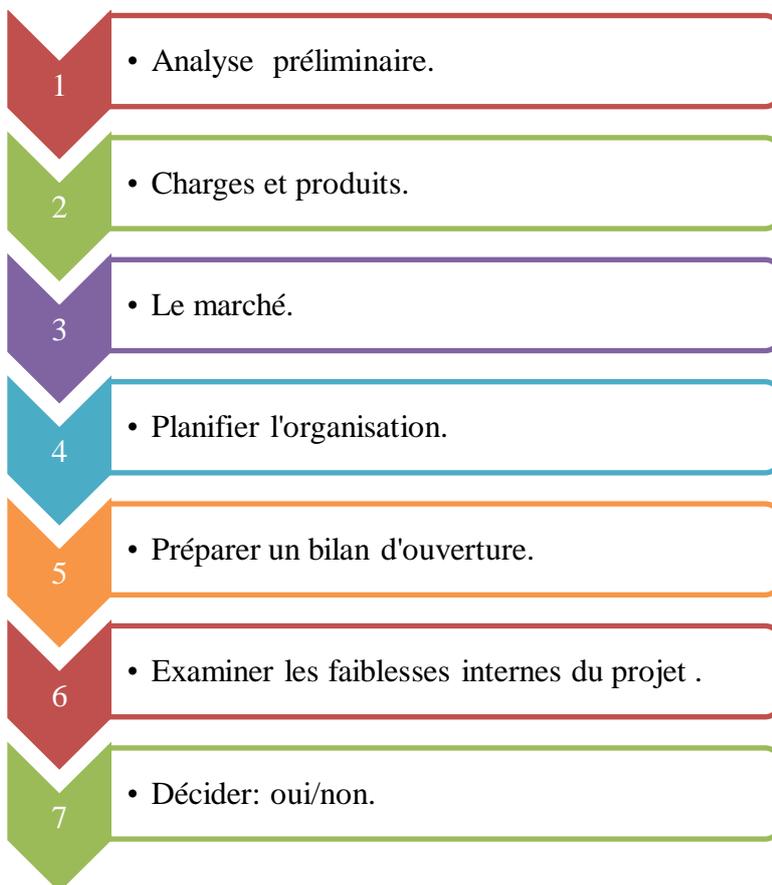
L'entreprise possède-t-elle les ressources et la technologie nécessaires ?

L'entreprise obtiendra-t-elle des revenus sur investissement, suffisamment élevés ?

4.2Les étapes d'une étude de faisabilité

La réalisation d'une étude de faisabilité comprend les étapes suivantes :

Figure n°1 : les étapes de l'étude de faisabilité.



Source : réalisée par l'auteur.

Pour expliquer la schéma précédent :

1-Effectuer des analyses préliminaires.

2-Préparez un compte de résultat prévisionnel. Quels sont les revenus possibles que le projet peut générer ?

3-Réaliser une étude de marché. Le projet crée-t-il un bien ou un service demandé sur le marché ? Quel prix les consommateurs sont-ils prêts à payer pour le bien ou le service ?

4-Planifier la structure organisationnelle du nouveau projet. Quels sont les besoins en personnel ? Combien de travailleurs sont nécessaires? Quelles autres ressources sont nécessaires ?

5-Préparer un bilan du jour d'ouverture des dépenses et des revenus prévus.

6-Examiner et analyser les points de vulnérabilité internes au projet et qui peuvent être contrôlés ou éliminés.

7-Décidez si vous souhaitez poursuivre le projet, ou non.

4.3 Types d'étude de faisabilité :

Comme nous l'avons signalé précédemment, l'étude de faisabilité analyse l'idée du projet en détail, or ces détails touches plusieurs volets et présentent les quatre types d'études : techniques, financière, marché, organisation.

a. Faisabilité technique

il s'agit de bien déterminer tout ce qui est technique et est en rapport avec le projet : technique ,matériel et logiciel. Technologie existante ou nouvelle ou obsolète. Main-d'œuvre. Analyse du site. Transport.

b. Faisabilité financière :

ici, l'analyse touche le volet finance. Il faut savoir si il existe les ressources pour obtenir des capitaux : Banques, investisseurs, capital-risqueurs, bailleurs de fonds...etc, ainsi que les revenus générés par le projet.

c. Faisabilité du marché :

Dans cette étude il faut bien détailler le type d'industrie, le marché ciblé, le marché dominant la croissance future du marché, les concurrents et les clients potentiels ainsi que la part du marché souhaité et/ou possible à avoir.

d. Faisabilité organisationnelle :

nous déterminons dans cette étude : la structure organisationnelle de l'entreprise, structure juridique de l'entreprise ou du projet spécifique, les compétences professionnelles et l'expérience de l'équipe de direction.

Remarque :

Une étude de faisabilité est indispensable pour l'élaboration de tout business plan. Elle doit cependant, être effectuée rigoureusement selon des informations réelles.

Quand l'étude de faisabilité d'un projet nous indique qu'il est : faisable. Nous devons tout de suite passer à l'étape suivante est qui est notamment l'élaboration du Business Plan.

5.le Business Plan

La logique commerciale de gagner de l'argent peut être simplement décrite comme un modèle élémentaire d'un plan d'affaire car, le concept d' « entreprise » est toujours : une idée qui peut ou non fonctionner.

En tant qu'entrepreneur, vous pouvez utiliser le processus de développement d'un modèle d'affaires pour mieux comprendre le client et ce que le client veut, a besoin et est prêt à payer.

Par conséquent, comprendre ce qu'il faut pour transformer une idée d'entreprise en une entreprise durable est une connaissance fondamentale qui vous sera utile dans le processus de démarrage ou l'expansion de votre entreprise.

Donc qu'est ce qu'un Business Plan ?

Scarborough (2014) définit le Business Plan comme :

Un résumé écrit de l'entreprise proposée par un entrepreneur, ses détails opérationnels et financiers, ses opportunités et sa stratégie de marketing, ainsi que les compétences et les capacités de ses gestionnaires. Le Business Plan est la feuille de route que l'entrepreneur suivra pour créer une entreprise prospère.

5.1. Les neuf éléments de l'élaboration d'un business plan :

Les modèles de Business Plan varieront en fonction du type de produits et de services que vous fournissez et du type d'industrie/secteur que vous desservez. Néanmoins, tous les modèles de BP ont quelques éléments communs.

Les neuf composantes du BP d'Osterwalder, représentent les éléments suivants :

1. La proposition de valeur de ce qui est offert au marché.
2. Le(s) segment(s) de clients auxquels s'adresse la proposition de valeur.
3. Les canaux de communication et de distribution pour atteindre les clients et leur offrir la proposition de valeur.
4. Les relations établies avec les clients.
5. Les ressources clés nécessaires pour rendre le modèle d'entreprise possible.
6. Les activités clés nécessaires à la mise en œuvre du modèle d'entreprise.
7. Les partenaires clés et leurs motivations à participer au business model.
8. Les flux de revenus générés par le modèle économique (constituant le revenu modèle).
9. La structure de coûts résultant du modèle économique.

Explorons maintenant chaque composant.

a. Proposition de valeur (le produit proposé)

Une proposition de valeur client est une déclaration commerciale ou marketing qui décrit pourquoi un client doit acheter un produit ou utiliser un service. C'est un ensemble de produits et/ou de services qui apportent de la valeur au client. Votre entreprise peut avoir plus d'une proposition de valeur, chacun s'adressant à différents segments de vos clients.

Voici quelques-unes des questions que vous devrez poser pour identifier la proposition de valeur pour chaque segment de clientèle :

- Que proposez-vous au marché ?
- Quels produits/services spécifiques proposez-vous à chaque segment de clientèle ?

Quels sont les besoins des clients couverts par la proposition de valeur ?

-Nos niveaux de service sont-ils différents et adaptés selon les clients ?

Le segment de clientèle et la proposition de valeur, sont le cœur et l'âme de tout BP. Prenez donc le temps de faire correspondre chaque segment de clientèle à chaque valeur proposition tout en établissant une base solide pour votre modèle d'entreprise de base.

b.Segments de clientèle (clientèle ciblée) :

Lors de la création d'une entreprise et même lors de l'élaboration d'un BP, il est indispensable de rappeler la règle suivante :

PAS DE CLIENTS= PAS D'AFFAIRES

Le client est la source de revenus pour l'entreprise, d'ailleurs selon Peter Drucker, le but d'une entreprise est de créer un client (en.wikipedia.org/wiki/Peter_Drucker).

Cependant, une compréhension explicite des clients potentiels de votre entreprise, est un ingrédient fondamental pour votre modèle de BP.

Cependant, pour mieux définir vos clients potentiels, il suffit de répondre aux questions suivantes :

- Pour qui créons-nous de la valeur ?
- Peut-on les segmenter ? comment les segmenter ?

Lorsque vous posez et répondez à ces questions, vous êtes sur la bonne voie pour pouvoir explicitement décrire votre segment de clientèle pour votre BP.

c.Canaux de distribution

Maintenant que vous connaissez vos clients et ce que vous pouvez leur offrir, découvrez comment vous distribuez vos produits et services au client.

Divers canaux de communication et de distribution sont disponibles pour atteindre votre client, mais quel est le meilleur pour vous ?

En fait, cela fait partie de votre plan de marketing. Vous devez également tenir compte du coût de distribution car cela affectera le résultat net (bénéfice et rentabilité).

d.Relations clients

De bonnes relations avec vos clients sont essentielles pour répondre à leurs attentes et s'assurer qu'ils sont des clients potentiels.

Les clients qui paient des prix élevés s'attendent à un produit de qualité ainsi qu' à un service et assistance selon leurs attentes.

Exemple : Le meilleur exemple de la relation client-entreprise est notamment celui que nous présentent les compagnies de transport aérien : le client first classe est mieux servi que celui de la classe économique.

Cependant, vous devez avoir une stratégie claire pour la gestion de la relation client pour chaque segment de clientèle de votre business model.

e.Ressources clés

Il est clair que chaque entreprise a besoin de ressources physiques et humaines pour réaliser sa proposition de valeur. Sachant que, certaines de ces ressources comprennent les employés, les sous-traitants, les fournisseurs, les bureaux, infrastructures et autres actifs corporels. Donc, pour que le modèle d'entreprise fonctionne avec succès, ces ressources clés doivent être déployées de manière efficiente et efficace pour soutenir votre valeur proposée et votre segment de clientèle.

f.Activités clés

Votre entreprise doit effectuer certaines activités clés afin de mettre en œuvre votre entreprise et servir vos clients. Ces activités constituent les processus de base que votre entreprise s'engage à produire. les processus et les activités changeront en fonction du type de produits ou de services que vous fournissez, l'industrie ou le secteur que vous desservez et le type de scénarios commerciaux que vous essayez de travailler.

Exemple : si vous êtes dans le commerce de détail, une activité clé serait de casser des achats groupés aux emballages miniatures pour votre client. D'autres entreprises peuvent exiger un service de livraison ou l'utilisation de services de messagerie pour livrer les produits. Une telle activité est cruciale pour remplir votre produit et vos clients potentiels.

Remarque : Il convient toutefois de noter que votre entreprise peut ne pas être en mesure d'effectuer toutes les activités -clés au sein de l'organisation. Il est également possible de les réaliser grâce à un réseau de partenaires.

g.Partenaires clés (réseau de partenaires)

Dans certaines entreprises commerciales, il peut être nécessaire de procéder à des partenariats individuels ou commerciaux pour effectuer certaines tâches. Comme à titre d'exemple : Certaines activités clés peuvent nécessiter des connaissances ou des équipements spécialisés qui puissent être fournis par l'externalisation, ou l'accès à certains marchés nationaux ou internationaux via les entreprises in situ des clients cible.

La question que vous devez vous poser est donc :

Comment tirer parti de votre propre modèle d'entreprise en partenariat avec d'autres entreprises? Que veut faire votre entreprise par elle-même et que veut-il faire avec des partenaires?

h.Flux de revenus

Les revenus des clients constituent la pierre angulaire de toute entreprise. Ceux-ci sont générés comme résultat de la création de valeur pour le client grâce à votre proposition de valeur. Les revenus peuvent provenir sous diverses formes : vente, prêt, commissions, licences, etc. auprès d'un ou plusieurs des segments de clientèle. Il faudra donc, bien les définir.

i.La structure des coûts

Le BP doit prendre en considération le calcul des coûts. Ces coûts peuvent facilement être attribués directement ou indirectement à chaque composant au sein de chacun des neuf éléments constitutifs du modèle de BP. En énumérant simplement le coût engagé le plus important, vous pourrez facilement les rattacher en une logique comptable rigoureuse, définissant vos charges.

5.1. comment élaborer un Business Plan

Un bon Business Plan doit être élaboré afin d'exploiter l'opportunité définie. C'est une phase très chronophage du processus entrepreneurial. Un bon Business Plan est essentiel pour développer l'opportunité et déterminer les ressources nécessaires, obtenir ces ressources et gérer avec succès l'entreprise.

Dans le Business Plan, l'entrepreneur doit montrer succinctement les éléments suivants :

- le **contexte** de l'activité, son environnement.
- les **cibles** et leurs besoins identifiés.

- la **stratégie** globale mise en œuvre.
- l'**équipe**, en premier lieu les personnes dédiées au management.
- le **mode de financement** du projet.
- le **plan d'évolution** prévu.
- le **retour sur l'investissement** attendu.

Vu la complexité de l'élaboration du BP, surtout en phase du lancement du projet, les démarches de cette tâche, ont été facilitées par le BMC.

5.2.Le BMC : Business Model Canevas :

Pour élaborer un BP, et surtout pour une startup, ou une entreprise encore en cours de réalisation, il est préférable de se référer aux travaux d'Alexander Osterwalder et Yves Pigneur en 2011. Ces auteurs ont facilité la réalisation du BP, en proposant une matrice appelée Business Model Canevas, où les 9 éléments du BP sont plus facile à définir pour les porteurs de projets et leurs équipes.

Cependant, le BMC se compose de neuf blocs interdépendants qui traduisent l'ensemble de l'activité d'une société :

- les activités clés.
- les partenaires clés.
- les ressources clés.
- la segmentation des marchés ou de clientèle.
- les canaux de communication.
- la relation client.
- le produit ou la proposition de valeur.
- la structure des coûts.
- les flux de revenus.

Clairement différenciées et identifiées, les cases sont disposées sur le canevas de façon précise et étudiée. Cet agencement crée des synergies entre elles et de celles-ci émerge une stratégie unique pour chaque entreprise qui tente l'exercice.

Figure n°2 : Business Modèle Canevas.

Structure des coûts	Flux de revenu
partenaires	clés
Activité clés	Ressources clés
proposition	de valeur
Relation avec les clients	Canaux de communication
Segments de	clientèle

Source : M.Magali, Business Model Canevas, ed : 50 Minutes, 2015, p16.

Remarque :

L'élaboration du BMC se fait selon une démarche interactive. Les parties prenantes d'une société se mettent à table, tracent la matrice sur une grande feuille de papier qu'ils placent au mur ou au milieu de la table discutent, interagissent et «collent» leurs idées sur le modèle (Osterwalder, 2011).

Cette méthode est efficace dans le travail de groupe, puisqu'à tout moment on peut enlever, remettre, déplacer, les post-it, suivant le fil de la discussion et les points soulevés. Au cours

6. les erreurs à éviter lors de l'élaboration d'un BP :

A la fin de ce cours, nous allons présenter les causes d'échec du BP. Il sera dommage que votre BP qui vous a pris énormément de temps et d'effort soit rejeté pour des erreurs que vous pouvez éviter.

Un des experts du BP, notamment Pascal Chauvin (Chauvin, 2010), résume ces erreurs en huit :

« Pour être pris au sérieux et éviter que le business plan soit rejeté, il faut valider :

1. que le business plan est suffisamment valorisant et met en avant l'offre produit ou service ;
2. que le business plan est court (inférieur à 25 pages), bien écrit, sans faute d'orthographe, avec des phrases très courtes (inférieures à 20 mots), avec un vocabulaire simple (pas trop technique) ;
3. que le marché est suffisamment ouvert et large, et puisse vous offrir une réelle croissance ;
4. que les éléments chiffrés soient factuels, réalistes et non flous ;
5. que l'analyse de marché est étayée par des informations vérifiables, avec des sources fiables et récentes ;
6. que le projet n'est pas trop ambitieux... ou au contraire pas trop volontariste ;
7. que l'équipe est à la hauteur, en termes de motivation et de compétences ;
8. Enfin, que le projet fait apparaître une réelle stratégie.

7.Exercice : consultez la fiche TD n°6.

Références bibliographiques:

- Pascal Chauvin, comment rédiger un business plan, efficace et séduire vos investisseurs, ed :Gualino, 2010.
- M.Magali, Business Model Canevas, ed : 50 Minutes, 2015, p16.
- Alexander Osterwalder et Yves Pigneur, Business Model Nouvelles Génération, ed : Pearson (France), 2011.
- Norman M. Scarborough (2014): Entrepreneurship and Effective Small Business Management, ed: Prentice Hall; 11 edition .

Chapitre 7: Création d'entreprise.

« Un entrepreneur est quelqu'un qui a une vision et la volonté d'en faire une réalité. »

David Karp

1.Introduction.

Après avoir exposé tout ce qu'un entrepreneur doit savoir et maîtriser avant la création de son entreprise, nous allons maintenant apprendre comment créer une entreprise.

Les étapes et les démarches expliquées dans ce cours seront par rapport au contexte algérien.

2.Objectif du cours :

- A la fin de ce cours vous serez en mesure de savoir :
- Comment lancer votre projet.
- Ou aller pour trouver de l'aide pour votre projet.
- A qui demander le financement.
- Quelles sont les démarches administratives obligatoires pour la création de votre entreprise.
- Quels documents, préparer ou demander pour que votre activité soit légitime.

3.Plan du cours :

4.Les étapes de création d'entreprise en Algérie.

5.exercices.

La création d'entreprise en Algérie se fait selon les étapes suivantes : (nous allons présenter en détails, les étapes publiées par <https://www.creation.theaddress-dz.com/>)

4.Les étapes de création d'entreprise en Algérie.

1. Dénomination

La première étape consiste à donner un nom à votre entreprise. Pour cela, vous devez vous rendre au Centre National du Registre de Commerce (CNRC) où vous aurez à remplir un formulaire en proposant 4 noms d'entreprise que vous classerez par ordre de préférence. Une attestation de dénomination vous sera délivrée par la suite.

Il vous est possible d'effectuer, par l'intermédiaire d'un notaire aussi, la demande en ligne sur : <https://sidjilcom.cnrc.dz/>

Note : il faut prendre en considération que le délai de validité de la dénomination est de 6 mois renouvelable qu'une seule fois. Ce qui donne 1 année ferme pour achever les autres étapes de la création d'entreprise.

2. Acte de propriété / Bail de location / Domiciliation

- **LIEU** : NOTAIRE
- **Frais de notaire** 8000 / 10000 DZD
- **DOSSIER** : Actes de naissances et copies des pièces d'identités du bailleur et du preneur – Assurances catastrophes naturelles
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 1 jour

Une fois l'entreprise nommée, il vous faudra à présent lui trouver une domiciliation. Pour cette seconde étape, il est important de passer par le notaire afin d'obtenir un bail de location ou acte de propriété, qui doit être au nom de l'entreprise. Le notaire se chargera aussi de formaliser la preuve de dépôt du capital social de l'entreprise.

Vous cherchez une domiciliation pour votre entreprise ? C'est là que nous intervenons !

NB : Certaines activités ne nécessitent pas de contrat de location pour la création d'une entreprise, consultez le CNRC pour plus de détails.

3. Création du statut de l'entreprise

- **LIEU** : NOTAIRE
- **COÛT** : 17000 DZD
- **DOSSIER** : Attestation de dénomination – Engagement de la part d'un commissaire aux comptes- Une preuve de dépôt du capital social de l'entreprise
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : -

Cette étape permet la rédaction du statut juridique de votre entreprise. Le statut Personne Physique n'est pas concerné par cette étape.

Seules les autres formes juridiques d'entreprises (SARL, EURL, ...etc.), considérées comme Personne Morale doivent rédiger le statut de l'entreprise chez le notaire.

Après avoir signé le bail de location, vous devez vous acquitter d'un engagement de la part d'un commissaire aux comptes d'un montant de 46 800 DZD/an.

50% de la somme (23 400 DZD) seront payés à la création de la société et le reste à la fin de l'année.

4. Publication au BOAL (bulletin officiel des annonces légales)

- **LIEU** : CNRC
- **COÛT** : 6.110 DZD
- **DOSSIER** : Statut de création de l'entreprise(en Français et en Arabe)
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 1 jour

La création ou la modification des statuts d'une société doit impérativement paraître sur le bulletin officiel des annonces légales. Le dépositaire sera notifié de la parution de son annonce et pourra aller le récupérer du service BOAL du CNRC ou le télécharger en ligne du site <https://sidjilcom.cnrc.dz>.

Remarque :cette étape peut avoir lieu en même temps que la création du statut chez le notaire.

5. Paiement du timbre fiscal

- **LIEU** : IMPÔTS
- **COÛT** : 4.000 DZD
- **DOSSIER** : Reçu de versement

6. Paiement des droits d'inscription au registre de commerce

- **LIEU** : BNA
- **COÛT** : varie selon le capital de l'entreprise et le nombre d'activités exercées
- **DOSSIER** : Fiche de versement

7. Immatriculation au CNRC

- **LIEU** : CNRC
- **COÛT** : -
- **DOSSIER** : Formulaire fourni par le CNRC- Bail de location/acte de propriété- Timbre fiscal- Reçu de versement des droits d'inscription au Registre de commerce – Deux exemplaires des statuts de l'entreprise – Deux copies d'avis au BOAL – Acte de naissance du gérant – Casier judiciaire

Une étape cruciale dans la création de votre entreprise est l'immatriculation au CNRC.

Après vous être acquitté des frais du timbre fiscal et des droits d'inscription au registre de commerce (étapes 3 et 4), vous pouvez désormais obtenir votre registre de commerce(RC).
Note : Le cout de cette étape varie selon le capital de l'entreprise et le nombre d'activités exercées

8. Declaration d'existence aux Impôts

- **LIEU** : Inspection des impôts
- **COÛT** : -
- **DOSSIER** : Copie légalisée du RC – Statut de la société- Bail de location/acte de propriété- Formulaire fourni par l'inspection des impôts
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours Une fois le registre de commerce en poche, vous devez déclarer l'existence de votre entreprise aux impôts et par conséquent pour obtenir une carte d'identification fiscale de l'inspection des impôts, afin de régler les obligations fiscales de votre entreprise fraîchement créée.

9. Extraction du NIS (Numéro d'identification statistique)

- **LIEU** : ONS
- **COÛT** :
- **DOSSIER** : Copie de la carte fiscale – Copie du RC- Copie de la carte d'identité du gérant- Copie du statut de création, le cachet de l'entreprise
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours

Lors de cette étape, il vous faut obtenir le numéro d'identification statistique (NIS) qui sert à identifier votre entreprise au sein de différents organismes et administrations algériennes notamment les caisses sociales et les services fiscaux. Pour l'extraire, vous devez vous rendre à l'Office Nationale des Statistiques(ou ses annexes régionales) en présentant le dossier mentionné.

10. Declaration d'activite à la CASNOS

- **LIEU** : CASNOS
- **COÛT** : -
- **DOSSIER** : Copie du RC- Copie du statut de création – Formulaire fourni par la CASNOS
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours

Le dossier d'affiliation doit être déposé auprès de la CASNOS dont relève votre lieu d'activité dans les 10 jours qui suivent la création de l'activité. Par la suite, vous pouvez entamer les formalités d'affiliation des employés au régime de sécurité sociale.

11. Compte bancaire

- **LIEU** : Banque de votre choix
- **COÛT** : Frais d'ouverture de compte

- **DOSSIER** : Registre de commerce – Carte fiscale – Statut de l’entreprise- Avis au BOAL, cachet de l’entreprise, carte d’identité
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours

L’étape finale de la création de votre entreprise est l’ouverture du compte bancaire qui lui sera dédié.

Pour ce faire, il faut vous munir de votre registre de commerce, cachet de l’entreprise, votre pièce d’identité, carte fiscale, statut de votre entreprise ainsi qu’un avis de publication au Bulletin Officiel des Annonces Légales(BOAL).

***Bon à savoir** : Lorsqu’il s’agit d’une personne physique, les étapes de dénomination (1), la création du statut de l’entreprise (chez le notaire) et la publication au BOAL ne sont pas requises(6).

5.Exercices : consultez la fiche TD n°7

Références bibliographiques :

<https://www.creation.theaddress-dz.com/> consulté le 12/03/2023..

<https://lentrepreneuralgerien.com/creation-entreprise/creation-d-une-entreprise-morale/item/69-dix-etapes-creation-entreprise-morale-algerie>

Consulté le 12/03/2023.

Partie pratique :(Fiches de Travaux Dirigés)

“La science est le capitaine, et la pratique, ce sont les soldats.”

Léonard De Vinci

Fiche de TD n°1 :**L'entreprise et le management éléments clés de l'entrepreneuriat.****Exercices :**

1. expliquez les circuits économiques qui relient l'entreprise avec les autres (les agents économiques).
2. Quelles sont les différentes classifications des entreprises ?
3. Qu'est-ce qu'une Startup ?
4. Donnez des exemples sur le macro et le micro environnement.
5. Comment peut-on faire une analyse d'environnement lors de création d'une entreprise ?

Solution :

1. Le circuit économique qui relie l'entreprise avec les autres agents économiques est notamment le rapport qui explique sa relation avec ceux-ci. Notons que l'entreprise peut (et doit) avoir une relation avec :

Les ménages. Figure n°1 du cours

Les banques. Figure n°2 du cours

L'Etat. Figure n°3 du cours

Les autres entreprises. Figure n°4 du cours.

L'extérieur (agents non résidents). Figure n°5 du cours.

2. le classement des entreprises peut se faire :

Critère de classement	
Selon la taille : nombre d'effectif, ou chiffre d'affaire	<p>≤ à 50 salariés : petites entreprises.</p> <p>de 50 à 250 salariés : moyennes entreprises</p> <p>au-delà : grandes entreprises.</p>

Selon leur domaine d'activité	<p>Le secteur primaire. regroupe l'ensemble des activités dont la finalité consiste en une exploitation des ressources naturelles.</p> <p>Le secteur secondaire : activité de transformation matérielle.</p> <p>le secteur tertiaire : la fourniture de services immatériels.</p>
Selon la forme juridique¹¹ⁱ	<p>Personne physique : (entrepreneur individuel), très petite entreprise.</p> <p>Personne morale :</p> <p>EURL : société unipersonnelle à responsabilité limitée..</p> <p>SARL : société à responsabilité limitée..</p> <p>SPA : société par action.</p> <p>SPAS : société par action simplifiée (pour les startups labellisées).</p> <p>SNC : société en noms collectifs.</p> <p>Regroupement.</p>

3. Une startup est :

C'est : « une entreprise nouvelle innovante à fort potentiel de croissance et de spéculation sur sa valeur futur. Aussi, signifiant littéralement «entreprise qui démarre»¹². La startup est liée à la notion d'expérimentation d'une nouvelle activité, sur un nouveau marché, avec un risque difficile à évaluer.

4-L'environnement économique de l'entreprise peut être classé selon :

Macro-environnement ou le microenvironnement.

Exemple : macro environnement

Démographiques	Culturels	Juridiques	Economiques	Technologiques
Structure par âge, natalité, mortalité,	État et évolution des valeurs et des croyances,	Règlement, interdiction, conditions de	Croissance économique, évolution des	État et évolution des connaissances,

¹¹ www.commerce.gov.dz/fr/choix-de-la-forme-juridique-de-votre-entreprise.

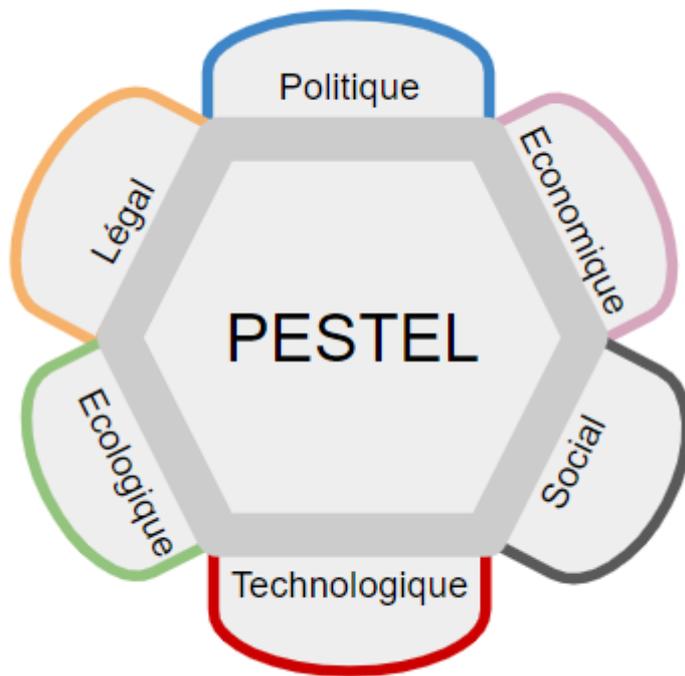
¹² <https://and.dz/site/wp-content/uploads/guide-de-creation-dentreprise-2022-3.pdf>

projection future de la pyramide des âges	niveau d'éducation	garantie, conditions de vente,....	prix, politique économiques de l'Etat (impôt, taux d'intérêt	nouveaux produits, diffusion internationale de l'innovation.
---	--------------------	------------------------------------	--	--

Micro

Les clients	Les fournisseurs	Les concurrents
Identifier les besoins - Déterminer leur nombre - Evaluer leurs forces et leur pouvoir - Envisager les évolutions	- Déterminer leur nombre - Evaluer leur taille et leur pouvoir -Apprécier les fournisseurs qui disposent d'un monopole... - Envisager les évolutions	-Déterminer les concurrents directs (biens similaires) et les concurrents indirects (biens de substitution) -Apprécier leur force et leur pouvoir -Envisager les évolutions en terme de rapport de force -Déterminer s'il est difficile d'entrer dans le secteur (barrières à l'entrée) ou d'en sortir (barrières à la sortie)

5.on peut faire une analyse de l'environnement lors de la création d'une entreprise, l' analyse : PESTEL.



Source : Gaspard Claude, 2020. <https://www.scribbr.fr/methodologie/analyse-pestel/>

L'analyse PESTEL est une partie de l'analyse SWOT, elle vise à analyser le macro-environnement qui peut influencer l'entreprise, sa création et son activité.

La matrice SWOT, analyse FFOM, est un outil d'analyse de stratégie d'entreprise.

Pour ce faire, la matrice SWOT cherche à identifier les facteurs internes et externes jugés favorables ou défavorables pour l'entreprise. La matrice met ainsi en relief les Forces (**S**trengths), les Faiblesses (**W**eaknesses), les Opportunités (**O**pportunités) et les Menaces (**T**hreats). Elle analyse l'entreprise par rapport à son environnement micro et macro.

La matrice : SWOT

Forces. <i>Les forces internes de l'entreprise.</i>	Faiblesses. <i>Les faiblesses internes de l'entreprise.</i>
Opportunités <i>Les opportunités externes de l'entreprise.</i>	Menaces. <i>Les menaces externes de l'entreprise.</i>

Source : Gaspard Claude, 2020. <https://www.scribbr.fr/methodologie/matrice-swot/>

Fiche de TD n°2

Entrepreneuriat et entrepreneur.

- indiquez les auteurs qui ont relié l'entrepreneuriat aux termes suivants : Innovation, incertitude, opportunité de marché, engagement.
- Quelle est la différence entre un entrepreneur et un intrapreneur.
- classez les activités suivantes selon leurs formes d'entrepreneuriat : Vendeur de détergents et d'eau de javel ambulant, Yassir Express, couturière traditionnelle, l'entreprise Hamoud Boualem, JAZAER EL KHEIR, Tapidor.
- Découvrez vos qualités entrepreneuriales en répondant aux questions suivantes :

Evaluation de la personnalité de l'entrepreneur :

- « 1 » signifie que vous êtes tout à fait d'accord
- « 2 » plutôt d'accord
- « 3 » un peu d'accord
- « 4 » plutôt en désaccord
- « 5 » en total désaccord

Donnez des points à vos réponses selon le tableau suivant :

Questions	1	2	3	4	5
Q1 :Face au changement. Je m'adapte facilement au changement	4p	2p	0p	-2p	-4p
Q2.Face au risque. Suis-je capable de repérer un risque, de l'évaluer et de l'affronter ?					
Q3.l'engagement. <i>Suis-je capable de m'engager à 100% dans mon projet ?</i>					
Q4.stresse. <i>Suis-je capable de gérer mon stress au travail ?</i>					
Q.5. l'echec. <ul style="list-style-type: none"> Me renforce ou me rend malade (selon vos expériences) 					
6. l'argent.					

- C'est ma motivation et mon allié pour mon projet

Solution :

1. les auteurs qui ont relié l'entrepreneuriat aux termes suivants :

Innovation, incertitude, opportunité de marché, engagement,

concept	auteur
incertitude	Richard Cantillon
innovation	Schumpeter
opportunité	S.Shane et S.Vankataraman,
l'engagement	A.Fayolle

- i. La différence entre intrapreneur et entrepreneur, est avant tout : le risque !

L'entrepreneur confronte plus de risque que l'intrapreneur. Celui-ci n'est pas créateur de l'entreprise, il envisage juste de la développer ou de trouver une solution à un problème qui l'entrave ou la menace.

3.

Forme d'entrepreneuriat	Activités et entreprises
L'entrepreneuriat individuel	Vendeur de détergents et d'eau de javel ambulant, couturière traditionnelle
L'entrepreneuriat collectif ou sociétaire	l'entreprise Hamoud Boualem, Tapidor, Yassir Express
L'entrepreneuriat social	JAZAER EL KHEIR

4.Score d'évaluation :

- Entre 24 et 12 : vous êtes entrepreneur.
- Entre 12 et -12 : il vous faut un peu d'efforts
- Entre -12 et -24 : oubliez, et cherchez une autre vocation !

Fiche de TD n°3

(l'idée et l'opportunité d'affaire)

1. Choisissez un produit ou un service. Demandez aux membres de votre famille ou à vos amis ce qu'ils reprochent à ce produit. Pensez ensuite à : comment vous pouvez l'améliorer.

Pour vous aider, voici une liste de produits intéressants :

Service de MOBILIS.

Université d'Oran-2.

Air Algérie.

Flan (choisissez une marque).

Feuille de brick (choisissez une marque).

La crèche de votre quartier.

Une boisson gazeuse (choisissez une marque).

2. vous envisagez de créer une boulangerie, réalisez une carte mentale sur la possibilité de cette création. Intégrez les mots clés qui vous semblent utiles en demandant l'avis de votre entourage.

3. Vous êtes producteurs de bavettes médicales, envisagez un scénario catastrophe et trouvez des solutions (soyez créatifs, ne vous limitez pas à prier pour que le Corona persiste !!! il y'a d'autres solutions plus humaines !).

Solutions :

(Travail individuel et par groupe d'étudiants, la réponse dépend des avis collectés).

Fiche de TD n°4

(l'innovation et l'entrepreneuriat)

Reprenez le tableau 1 du cours, cherchez d'autres exemples sur des cas réels et refaites le tableau des 4P.

Solution :

Réponses diverses selon les cas présentés par les groupes d'étudiants, selon l'innovation portée par leurs projets.

Fiche de TD n°5

(Le processus entrepreneurial)

Mettez vous en petit groupe de cinq ou six étudiants, ensuite chaque groupe doit trouver et évaluer selon le tableau des sources d'opportunité vu au cours, une opportunité d'affaire dans le marché de l'agro-alimentaire à Oran (vous pouvez choisir n'importe quel produit pour le conquérir).

N'oubliez pas que vos choix doivent être justifiés.

Solution :

Réponses diverses selon les cas présentés par les groupes d'étudiants.

Fiche de TD n°6

(Etude de faisabilité et le plan d'affaire)

- a. Mettez vous en petit groupe et envisagez de créer un projet. Faites ensuite une étude de faisabilité.
- b. Créez ensuite votre propre BMC.
- c. Rédigez un Business Plan.
- d. Donnez en bref les documents comptables les plus importants pour votre étude de faisabilité.

Solution :

Pour vous aider dans votre étude de faisabilité ainsi que dans l'élaboration de votre BP. Donnez les informations concernant les éléments suivants :

1. Description du produit/Service.
2. Identification des acteurs clés.
3. Comparaison du produit avec ses concurrents.
4. Emplacement.
5. Zone du marché.
6. Principaux consommateurs.
7. Demande totale.
8. Part de marché.
9. Prix de vente.
10. Prévision de ventes.
11. Mesures promotionnelles.
12. Stratégie Marketing.
13. Budget Marketing.

Remarque :

(la réponse pour le BMC et le BP varie selon les projets, il s'agit d'un travail qui doit être réalisé par les étudiants et discuté en classe).

b. pour rédiger votre BP : répondez aux 7 questions suivants :

1. Qui ? (présentez vous, votre projet ainsi que vos partenaires en détails).
2. Quoi ? Présentez votre produit.
3. Comment ? Présentez comment vous comptez produire et vendre votre produit ou service.
4. Pourquoi ? Présentez vos motivations.
5. Où ? Présentez votre localisation (de production et/ou de vente), ainsi que où se trouve vos fournisseurs, vos partenaires, vos clients....etc.
6. Quand ? (présentez votre calendrier de démarches et de lancement de votre activité).
7. Combien ? présentez vos finances : capitaux existants, capitaux sollicités, revenus espérés, ...etc.

d. Les documents comptables nécessaires pour l'élaboration de l'étude de faisabilité ainsi que pour le BP, sont notamment :

- le Bilan.
- le Compte de résultat.

Remarque : Vous aurez besoin aussi d'un tableau de financement et un budget de trésorerie. Vous devez les savoir comment les élaborer vous-même (revoir les cours de comptabilité analytique et de l'analyse financière).

Rappel :

Un bilan est une «image» de la situation patrimoniale de l'entreprise à un instant donné (à la fin d'une année par exemple) et le compte de résultat regroupe les charges et produits de l'entreprise, ce qui permet de connaître l'origine des profits ou des pertes de cet exercice¹³

a. Le bilan

Il se présente sous la forme d'un tableau qui comprend deux parties :

¹³ Papin Robert , création d'entreprise, de l'idée au business plan, ed : dunod, 2017.

l'actif et le passif. L'actif indique quelle est la valeur des différents biens dont l'entreprise dispose (emplois), le passif précise comment ces biens ont été financés (origines ou sources de financement), voir les tableaux ci-dessous.

Ce que possède l'entreprise : **L'actif d'un' entreprise (coté gauche du bilan).**

	Immobilisations incorporelles	Frais d'établissement. Fonds de commerce. Brevet, logiciels, ..etc
Actifs immobilisés		
	Immobilisations corporelles	Terrains Constructions. Matériels et outillages
	Stock (valeurs d'exploitation)	Marchandises Matières premières Produits semi finis Produits finis
Actif circulant	créances	Crédits accordés aux clients ou Comptes clients Autres créances
	disponibilité	Disponibilité : En compte En caisse

Source : (Papin, op cit, p27).

Le passif

Le passif permet de connaître l'origine des sommes ayant servi à financer l'actif. Il englobe donc les postes suivants.

- Les capitaux propres
- Les dettes financières.
- Les dettes circulantes
- Les dettes fiscales et sociales.

le passif du bilan (coté droit)

	Capitaux propres et réserves :
	Capital personnel (entreprise individuelles) ou capital social (société)
Capitaux permanents	Reserves (bénéfices non distribués)
	Résultat de l'exercice
	Subventions d'investissement et provision réglementées
	Dettes financières (à plus d'un an)
	Dettes à court terme (moins d'un an) ou dettes circulantes :
	fournisseurs
Dettes circulantes	Dettes fiscales et sociales.
	Autres dettes
	Banque (escompte, découvert,

Le passif d'une entreprise (Papin, p29, op cit).

b.Le compte de résultat

Les charges et les produits

Le compte de résultat de l'exercice est un tableau qui regroupe l'ensemble des produits et des charges d'une entreprise.

La différence entre ces produits et ces charges constitue le résultat, qui s'inscrit du côté des charges, s'il s'agit d'un bénéfice, du côté des produits, s'il s'agit d'une perte.

Charges d'exploitation	Produits d'exploitation
Charges financières	Produits financiers
Charges exceptionnelles	Produits exceptionnels
Impôt sur le bénéfice	

c.Exemple de documents comptables d'une entreprise

Nous allons maintenant présenter un exemple de création d'entreprise de production de fromage¹⁴. les tableaux, vous allez les remplir vous-même selon les données trouvées sur internet concernant les fromageries algériennes.

- **Les travaux d'aménagement:** L'unité de production sera installée dans les locaux pour la somme deDA
- **Équipement de Production:** Ce matériel servira à couvrir les besoins de production, le montant global de ce poste est de...DA
 - EQUIPEMENT DE PRODUCTION
 - EQUIPEMENT AUXILIAIRE
- **Mobilier de bureau et équipement informatique:** Ce mobilier servira à la bonne marche administrative de l'entreprise, le montant global de ce poste est de DA
- **1.Récapitulation du coût du projet:**

NATURE	DESIGNATION	MONTANT	FOURNISSEUR
ETUDES	Cabinet d'expertise		Local
BFR			/
Agencement/aménagement	Revêtement sol et mure		local
	aménagement intérieur		
	Plomberie		local
	électricité		local
EQUIPEMENT DE PRODUCTION	Unité de production de fromage		local
	Unité de conditionnement (thermo -formeuse)		local
EQUIPEMENT AUXILIAIRE	Chaudière 250litres		local
	transpalette(02)		local
	Chambre froide 100m3		local
	Extracteur(3)		local
équipement informatique			Local
Mobilier de bureau			Local
COÛT DU PROJET			

2.Le chiffre d'affaire.

¹⁴ L'exemple a été élaboré par l'équipe formatrice de la journée d'étude tenue à l'université d'Oran-1, mars, 2023 (DIFa, MEFTI.Y, MEZILI.I, BERRAS.D)

- **Détermination du chiffre d'affaire à pleine capacité**
 - Notre chiffre d'affaire est composé d'un seul produit à savoir :
 - Les mini barquettes contenant fromage, graissons (bâtonnet)
- **Le produit :**

Le tableau ci-après, nous donne le détail de la quantité produite par jour, mois, année ainsi que le prix de vente unitaire, ce produit réalisera à pleine capacité un chiffre d'affaire deDA dans l'année

Désignation	Qté fabriqué jours	Qté fabriqué année	P.U	CA
P1				

- **3.Montée en cadence de notre activité**

L'activité que nous développons nécessitera une adaptation ainsi qu'une connaissance approfondie du terrain et du marché, pour cela nous prenons comme hypothèse de démarré notre production la première année avec prudence soit 60% de la capacité de l'unité avec une montée en cadence de 10% dans les années à venir.

Le chiffre d'affaire prévisionnel est résumé dans le tableau ci-dessous selon la montée en cadence :

DESIGNATION	CAPACITE				
	1 ère année	2eme année	3eme année	4eme année	5eme année
	60%	70%	80%	90%	100%
DADADADADA

4.Le besoin de fonds de roulement

- Notre activité nécessite un besoin en fonds de roulement **BFR** d'un montant de DA, car celui-ci doit couvrir d'une part, l'achat de stock de matières premières et d'autre part et le paiement du bail de location.

- **Ce Besoin en fond de Roulement sera supporter par les associés.**
- A travers cette hypothèse, nous estimons que note BFR représente 15 jours du Chiffre d’Affaire ce qui représente moins d’un mois de stock de matières premières
- Ce BFR nous évitera, nous l’espérons, tout risque d’insolvabilité et de difficultés de trésorerie.

Désignation	AN 0	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5
Montée en cadence		1	1	1	1	1
Chiffre d’affaire						
BFR 15 JRS CA						
Variation BFR						

5.Le cout du projet

Le cout de ce projet représente la somme des immobilisations y compris l’étude à savoir DA, et le Besoin en Fonds de Roulement de l’année 0, à savoir DA, soit un total de DA.

Désignation	Cout Total	Apport	Crédit
Cout du projetDA	20%	80%
ImmobilisationsDADADA
BFRDA		

- La part d’autofinancement hors FR de démarrage d’un montant de DA_détaillée comme suit :
 - Frais d’études : DA
 - Travaux d’aménagements : DA
 - Une partie des équipements DA
- Le réalisé à ce jour : une partie aménagement et étude soit un montant de DA ci-après le détail :

- Frais d'études :DA
- Les Travaux d'aménagement : DA
- Le Reste à Réaliser : d'un montant de DA détaillé comme suit :
 - Reste à réaliser des travaux d'aménagements et revêtement : DA
 - Une partie des équipements : DA

6. Les charges :

- Matière première : Les matières premières consommées pour la réalisation de nos produits :
 - M1
 - M2
 - ...Etc
- Emballage :

Le produit fini sera emballé dans un cartons présentoir de 10 pièces, puis dans un autre contenant 14 petits cartons soit 120 pièces

- Tableau récapitulatif des emballages

Emballage	Nbr Piece	Qté sc	Nbr sac	P.U	Montant
Emballage				DA
Emballage secondaire				DA
total emballage				DA

- 7. **Tableau récapitulatif du calcul du prix d'achat des matières premières:** conformément à la capacité de production de l'unité pièces/H soit/an

Ingrédients			
	Qté/tonne	P.U	Montant
Matière première consommée M1			
Matière première consommée M2			
Matière première consommée M3			
Matière première consommée M4			
		TOTAL	

8.Services: Les services sont détaillés dans le tableau ci-après :

DESIGNATION	Par An
électricité	
Location	
Assurance	
Publicité	
Transport	
PTT	
Total	

- 9. **Tableau récapitulatif des services pour toute la durée de l'étude**

Désignation	AN 01	AN 02	AN 03	AN 04	AN 05	AN 06	AN 07
ServicesDA						

- 10. **Charges du personnel :** Le tableau ci-après nous donne la rémunération de chaque catégorie de salaire ainsi son affectation dans l'entreprise.

DESIGNATION		Nmrb	Mensuali té	salaire mensuel net	charges fiscal et social	salaire mensuel brut	Salaire annuel
Gérant	Directeur	1	DA	DA	DA	DA	DA
Cadre supérieur	responsable commercial	1	DA	DA	DA	DA	DA
	chef de production	1	DA	DA	DA	DA	DA
Cadre	Gestionnaire de stock	1	DA	DA	DA	DA	DA
Maitrise	Opérateur machine	3	DA	DA	DA	DA	DA
	manutentionnair e	1	DA	DA	DA	DA	DA
Total		8	DA	DA	DA	DA	DA

- **Gestion des ressources humaines**

- Grille des salaires : salaires pratiqués sur le marché du travail.
- Contrat de travail : contrat permanent.
- Poste de travail : fiches descriptives des postes.
- Intéressement du personnel : selon la rentabilité personnelle et collective.
- Politique de formation :
- En externe centre de formation et école spécialisée selon les besoins
- En interne formation au niveau de l'entreprise.

- **Tableau récapitulatif des frais du personnel pour toute la durée de l'étude**

Désignation	AN 01	AN 02	AN 03	AN 04	AN 05	AN 06	AN 07
Total Salaires	DA						
Total Effectif	6	7	8	9	9	9	9

- **Impôts et Taxe** :La société bénéficie d'exonération accordée par l'ANDI pour une période de 3 ans.

11. Tableau récapitulatif des Impôts et Taxes pour toute la durée de l'étude

Désignation	AN 01	AN 02	AN 03	AN 04	AN 05	AN 05	AN 07
CA	DA						
TAP				DA	DA	DA	DA

- **12.Répartition du coût de l'investissement:** Le financement sollicité représente **80%** du montant du projet soit DA, sur un total de ... DA. La répartition du financement est donnée par le tableau ci-après :

Coût du projet	.DA	%
Apport	.DA	..
Crédit	.DA	..

- 13.Conditions et modalités de l'emprunt bancaire :** L'emprunt sollicité va être négocié avec la banque, sous les conditions et les modalités de remboursement reprise dans le tableau ci-après :

Crédit	DA
Taux	...%
Durée	7 ans

- **14.Tableau d'amortissement d'emprunt**

Désignation	crédit	Taux bonifié	Taux normal
	DA	%	%
Années	Principal	Intérêt	Capital
Année 01	-	DA	DA
Année 02	-	DA	DA
Année 03	DA	DA	DA
Année 04	DA	DA	DA

Année 05	DA	DA	DA
Année 06	DA	DA	DA
Année 07	DA	DA	DA

- **15. Impôt sur le bénéfice:** La société bénéficie d'exonération accordée par l'ANDI pour une période de 3 ans, pour information le Taux de l'IBS pour la production est de 19% pour les autres années. (exemple)

DESIGNATION	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5	AN6	AN7
Matière Première	DA						
Services	DA						
Frais Personnel	DA						
Impôt et Taxes	-	-	-	DA	DA	DA	DA
Frais Financiers	DA						
Dotation amart	DA						
IBS	-	-	-	DA	DA	DA	DA
TOTAL CHARGES	DA						

- **16. Amortissements:** Les amortissements de l'investissement sont donnés dans le tableau ci-après :

Désignation	D	MONTANT	AN 01	AN 02	AN 03	AN 04	AN 05	AN 06	AN 07	TOTAL AMMORT,	VRI
Agencement	20 ans	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA
Equipement de production	10 ans	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA	DA
Equipement auxiliaire	05 ans	DA	DA	DA	DA	DA	0	0	DA	0	
bureau et informatique	05 ans	DA	DA	DA	DA	DA	0	0	DA	0	

Total	-	DA										
--------------	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

-
-
- **17.Bilan de démarrage (d'ouverture de l'année)**

Désignation	Montant	Désignation	Montant
ACTIF NON COURANT		CAPITAUX PROPRES	
Immob. corporelles		Capital social	
Amortissements	-	PASSIF NON COURANTS	
ACTIF COURANT		Dettes bancaires	
Stocks et encours		Dettes envers associés	
Créances	-	PASSIF COURANT	-
Disponibilité		Fournisseur	-
	-	Autres dettes	-
TOTAL GÉNÉRAL	xx	TOTAL GÉERAL	xx

18.Le plan de trésorerie :

	1 AN	2 AN	3 AN	4 AN	5 AN	6 AN	7 AN
vente	DA						
client	DA						
Vente réalisée	DA						
Recettes	DA						
conso	DA						
Fournisseur	DA						
Consommation décaissée	DA						

Charges de personnel	DA						
TAP	-	-	-	DA	DA	DA	DA
Frais financier	DA						
Principal		-	DA	DA	DA	DA	DA
IBS	-	-	-	DA	DA	DA	DA
Dépenses	DA						
Trésorerie	DA						

19.Détails de trésorerie.

	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5	AN6	AN7
Trésorerie Initiale	DA						
Décaissement	DA						
encaissement	DA						
Trésorerie Finale	DA						

20.Le compte de résultat prévisionnel :

ANNÉES	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5	AN6	AN7
Chiffre D'affaires	DA						
Matière premières	DA						
service extérieurs	DA						
VALEUR AJOUTEE	DA						
Frais personnel	DA						
Impôt et taxe	-	-	-	DA	DA	DA	DA

EBE	DA						
dotation ammort.	DA						
frais financier	DA						
Résultat Brut	DA						
IBS	-	-	-	DA	DA	DA	DA
RESULTAT NET	DA						
CAF	DA						

21. Bilan prévisionnel

Désignation	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5	AN6	AN7
ACTIF NON COURANT	DA						
Immob. corporelles	DA						
Amortissements	DA						
ACTIF COURANT	DA						
Stocks et encours	DA						
Créances	DA						
Disponibilité	DA						
TOTAL GÉNÉRAL	DA						

PASSIF

Désignation	AN1	AN2	AN3	AN4	AN5	AN6	AN7
CAPITAUX PROPRES	DA						
Capital social	DA						
Réserves	-	-	-	-	-	-	-
Report à nouveau	-	DA	DA	DA	DA	DA	DA
Résultat de l'exercice	DA						
PASSIF NON COURANTS	DA						
Dettes bancaires	DA						
Dettes envers associés	DA						
PASSIF COURANT	DA						
Fournisseur	DA						
Autres dettes	DA						
TOTAL GÉNÉRAL	DA						

22. TABLEAU DE FINACEMENT (Emplois ressources) SUR LA PERIODE D'ETUDE

DESIGNATION	AN 0	AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5	AN 6	AN 7
RESSOURCES								
CAF	-	DA						
RECUPERATION VRI	-	-	-	-	-	-	-	DA
RECUPERATIN BFR	-	-	-	-	-	-	-	DA
CREDIT	DA	-	-	-	-	-	-	-
APPORT	DA	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RESSOURCES	DA							
EMPLOIS								
INVESTISSEMENT	DA	-	-	-	-	-	-	-
VARIATION BFR	DA	DA	DA	DA	DA	-	-	-
REMBOURSEMENT CREDIT			DA	DA	DA	DA	DA	DA
DIVIDENDE	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL EMPLOIS	DA							
RESSOURCES-EMPLOIS	-	DA						
RESSOURCES-EMPLOIS CUMULE	DA							
TAUX ACTUALISATION 10%	1	0.91	0.83	0.75	0.68	0.62	0.56	0.51
RESSOURCES-EMPLOIS ACTUALISE	DA							
RESSOURCES-EMPLOIS ACTUALISE CUMULE	DA							

Abréviation :

- CAF : capacité d'autofinancement.

- DRCI : Délais de récupération.
- IBS : impôt sur le bénéfice des sociétés.
- TAP : taxe sur activité professionnelle.
- TIR : taux de rentabilité interne.

- VAN :Valeur actuelle net.

Fiche TD n°7

En se référant au cours de la création d'entreprise, donnez le temps l'adresse de l'institution concernée, et le cout de chaque étape.

Solution :

1. Pour la dénomination de l'entreprise.

- **LIEU** : CNRC
- **COÛT** : 800 DZD
- **DOSSIER** : Formulaire pour personne morale / physique + copie de la pièce d'identité
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 1 jour

La création d'entreprise en Algérie se fait selon les étapes suivantes :

2. Acte de propriété / Bail de location / Domiciliation

- **LIEU** : NOTAIRE
- **Frais de notaire** 8000 / 10000 DZD
- **DOSSIER** : Actes de naissances et copies des pièces d'identités du bailleur et du preneur – Assurances catastrophes naturelles
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 1 jour

3. Création du statut de l'entreprise

- **LIEU** : NOTAIRE
- **COÛT** : 17000 DZD
- **DOSSIER** : Attestation de dénomination – Engagement de la part d'un commissaire aux comptes- Une preuve de dépôt du capital social de l'entreprise

TEMPS DE TRAITEMENT:/

4. Publication au BOAL (bulletin officiel des annonces légales)

- **LIEU** : CNRC

- **COÛT** : 6.110 DZD
- **DOSSIER** : Statut de création de l'entreprise(en Français et en Arabe)

TEMPS DE TRAITEMENT : 1 jour

5. Paiement du timbre fiscal

- **LIEU** : IMPÔTS
- **COÛT** : 4.000 DZD
- **DOSSIER** : Reçu de versement

6. Paiement des droits d'inscription au registre de commerce

- **LIEU** : BNA
- **COÛT** : varie selon le capital de l'entreprise et le nombre d'activités exercées
- **DOSSIER** : Fiche de versement

7. Immatriculation au CNRC

- **LIEU** : CNRC
- **COÛT** : -
- **DOSSIER** : Formulaire fourni par le CNRC- Bail de location/acte de propriété- Timbre fiscal- Reçu de versement des droits d'inscription au Registre de commerce – Deux exemplaires des statuts de l'entreprise – Deux copies d'avis au BOAL – Acte de naissance du gérant – Casier judiciaire

8. Declaration d'existence aux Impôts

- **LIEU** : Inspection des impôts
- **COÛT** : -
- **DOSSIER** : Copie légalisée du RC – Statut de la société- Bail de location/acte de propriété- Formulaire fourni par l'inspection des impôts
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours

9. Extraction du NIS (Numéro d'identification statistique)

- **LIEU** : ONS
- **COÛT** :
- **DOSSIER** : Copie de la carte fiscale – Copie du RC- Copie de la carte d'identité du gérant- Copie du statut de création,le cachet de l'entreprise
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours

10. Déclaration d'activité a la casnos

- **LIEU** : CASNOS
- **COÛT** : -
- **DOSSIER** : Copie du RC- Copie du statut de création – Formulaire fourni par la CASNOS
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours

11. Compte bancaire :

LIEU : Banque de votre choix

- **COÛT** : Frais d'ouverture de compte
- **DOSSIER** : Registre de commerce – Carte fiscale – Statut de l'entreprise- Avis au BOAL, cachet de l'entreprise, carte d'identité
- **TEMPS DE TRAITEMENT** : 4 jours
- **Remarques** : les détails sont selon la référence suivante :
 - Guide de création d'entreprise :
- ¹ <https://and.dz/site/wp-content/uploads/guide-de-creation-dentreprise-2022-3.pdf>

Références bibliographiques du polycopié:

- B.R.Barringer et Ireland .R.D (2012) Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. 14th Edition, Pearson Education Inc., Upper Saddle River.
- G. Benoit-Cervant « boîte à Outil d'innovation », ed DUNOD, 2012.
- J. R. Bessant, Joe Tidd, « Innovation and Entrepreneurship”, 3rd Edition,, 2015
ISBN: 978-1-118-99309-5 June 2015.
- Bull, I. & Willard, G. E. 1993. Towards a theory of entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 8, 183-195.
- T.Buzan, « Brain Sell »,1995.
- R.b. CARTON, Charles w. HOFER, Michael D. MEEKS” The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society”, The University of Georgia Terry College of Business, 1998.
- P. Chauvin, comment rédiger un business plan, efficace et séduire vos investisseurs, ed :Gualino, 2010.
- A.Dif, l'accompagnement de l'entrepreneuriat à l'université de l'intention à l'incubation, cas des universités algériennes. Thèse soutenue à l'université de Biskra, 2018.
- A.DIF, MEFTI.Y, MEZILI.I, B.RRAS.D, Etude de marché, journée d'étude, à l'ISTA, université D'Oran-1, 04/03/2023.
- P. F. Drucker; “innovation and entrepreneurship” , ed Routledge Classic, 2015.
- P.Dussossoy, Le business plan en pratique : Conseils d'un chef d'entreprise pour construire et rédiger votre business plan. 3ieme edition.Ed: **Gereso**, 2021.
-
- Gaspard Claude, 2020. <https://www.scribbr.fr/methodologie/analyse-pestel/>
- Herron, L. 1994. Do skills predict profits? A study of successful entrepreneurship. New York: Garland Publishing.
- Hisrich, R.D., M. P. Peters & D. A. Shepherd (2005). Entrepreneuriat. 6 éd. New York : McGraw-Hill Irwin.
- Inegbenebor (2006) Inegbenebor, A.U. (2006). Fundamentals of entrepreneurship. Lagos: Malhouse Press.
- K J. Kollie *et all* : Introduction to Entrepreneurship, Commonwealth of Learning

Edition 1, 2011.

- James Kollie , Introduction to Entrepreneurship Commonwealth of Learning 2011.
- Kunkel, S. W. 1991. "The impact of strategy and industry structure on new venture performance". University of Georgia, Athens, GA.
- F et G Lemoine : sensibilisation à la création d'entreprise.2010.
- F et G LEMOINE : « sensibilisation à la création d'entreprise chapitre II : le domaine de l'entrepreneuriat et le métier d'entrepreneur. », pp, 5-9.
- M.Magali, Business Model Canevas, ed : 50 Minutes, 2015, p16.

- Mintzberg, H. 1973. The nature of managerial work. New York: Harper & Row.
- Mitchell, R. K. 1994. The composition, classification, and creation of new venture formation expertise. The University of Utah. Salt Lake City, UT
- A. Osterwalder et Yves Pigneur, Business Model Nouvelles Génération, ed : Pearson (France), 2011.
- R. Papin , création d'entreprise, de l'idée au business plan, ed : dunod, 2017.
- Sandberg, W. R. 1986. New venture performance: The role of strategy and industry structure. Lexington, MA: Lexington Books.

- S.Ristori, les clés du Business plan, ed : Ellipses, 2019.
- Norman M. Scarborough (2014): Entrepreneurship and Effective Small Business Management, ed: Prentice Hall; 11 **edition**.
- Schumpeter, J. A. 1934. The Theory of Economic Development. New York: Oxford University Press

- Joseph Schumpeter «Théorie de l'évolution économique » traduction française 1935, version numérique produite par Jean-Marie Tremblay, Université du Québec à Chicoutimi, 2002.
- Simon. Yves, Patrick Joffre, « Encyclopédie de gestion », ed Economica, 1997.
- Dr. A. Tafamel Introduction to entrepreneurship, 2017.
- A. Tafamel et al, Introduction to entrepreneurship, National open university of nigeria , 2017.
- T.Verstraete et B.Saporta, « création d'entreprise et entrepreneuriat »,2006.
- R. Zammar, « cours d'entrepreneuriat », 2012.

Rapports et sites officiels :

OCDE : Rapport de l'O.C.D.E : Mesurer l'innovation, un nouveau regard. OCDE, 2010.
<https://doi.org/10.1787/9789264084421-fr>

<https://www.creation.theaddress-dz.com/> consulté le 12/03/2023..

L'entrepreneur algérien :

<https://lentrepreneuralgerien.com/creation-entreprise/creation-d-une-entreprise-morale/item/69-dix-etapes-creation-entreprise-morale-algerie>

Consulté le 12/03/2023.

- Guide de création d'entreprise :

¹ <https://and.dz/site/wp-content/uploads/guide-de-creation-dentreprise-2022-3.pdf>

1

Les formes juridiques d'entreprises, Ministère du commerce,

www.commerce.gov.dz/fr/choix-de-la-forme-juridique-de-votre-entreprise.

Consulté le 12/03/2023.

- ANADE ex ANSEJ

<http://promoteur.anade.dz>