**L’entrepreneuriat : Notions de Base**

**1. Définition de l’entreprise**

L’entreprise est une unité économique et juridique qui a pour principale fonction la production de biens et services destinés à être vendus sur un marché. L’activité d’une entreprise peut être décomposée en deux phases distinctes :

-**L’activité productive :** c’est à dire la création de biens ou services.

-**L’activité de répartition des :** en contrepartie des biens ou services.

L’activité de production de l’entreprise se traduit par la vente. Le produit de cette vente doit permettre à l’entreprise d*e* **:**

-Rémunérer les facteurs de production ;

-Payer ses charges sociales et fiscales ;

-Réaliser un surplus destiné à assurer son avenir.

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

-Les employés perçoivent des salaires ;

-Les prêteurs reçoivent des intérêts ;

-Les apporteurs de capitaux reçoivent les dividendes ;

-L’entreprise garde pour elle les revenus non distribués.

**2. Définition de l’environnement de l’entreprise**

C’est l’ensemble des facteurs extérieurs à l’entreprise et qui ont une influence sur elle. On distingue :

-**Le macro-environnement** : environnement général de l’entreprise qui intègre les aspects sociologiques, économiques, juridiques, techniques … tant nationaux qu’internationaux.

**Le microenvironnement** : environnement spécifique de l’entreprise constitué de ses clients, de ses fournisseurs, de ses sous-traitants, de ses concurrents…

**3. Définition de l’entrepreneur**

Le dictionnaire le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur »:

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

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

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

**4. Principales caractéristiques entrepreneuriales**

-Désir d’accomplissement

-L’autonomie

-La confiance en soi

-Haut niveau d’énergie et de dynamisme

-Persévérance malgré les obstacles

-Capable de faire face à la concurrence

-Innovateur

**5. L’idée de projet :**

Généralement la recherche de l’idée d’un produit ou d’un service servant à la création d’une entreprise, peut se faire dans trois directions : la vie quotidienne, la vie économique ou la vie professionnelle.

**5 .1.La vie quotidienne :** en observant son quotidien, on peut facilement trouver l’idée du projet qu’on veut mettre en place. Ainsi, on peut identifier certains besoins pouvant être satisfaits par la mise en place de produits ou services non commercialisés, ou copier une idée réussie et qui a été réalisée par un ami, un voisin ou un parent.

**5 .2.La vie économique :** la consultation des revues et magazines nationales et internationales peut constituer une source d’idées pour des opportunités nouvelles. Ainsi des idées pouvant être transposées d’un pays à un autre, en l’état ou adaptées, en fonction du contexte de ce pays.

**5 .3.La vie professionnelle :** présente la troisième source possible d’identification des idées entrepreneuriales puisque l’observation de son milieu professionnel peut permettre de découvrir des produits ou services complémentaires à ceux commercialisés par son patron.

De même, on peut trouver une idée d’un projet entrepreneurial en empruntant les quatre voies suivantes :

-La commercialisation d’un produit ou service existant déjà sur le marché.

-La mise en place d’un nouveau produit ou d’un nouveau service.

-L’acquisition d’une franchise

**6. La recherche des idées**

On applique les techniques de créativité à l’axe de recherche retenu

**6.1. Le brainstorming**

Cette technique consiste à produire en groupe et spontanément le plus grand nombre possible d'idées sur un sujet donné ; sans retenue et

sans se soucier du réalisme des idées dans un premier temps ; en s'interdisant toute critique, toute justification.

**6.2. Le recensement des défauts**

Cette technique consiste à : recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service ; et les classer en fonction de critères choisis ;en

recherchant des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants.

**7. L’étude de marché**

L’étude de marché est un travail de collecte et d’analyse d’information qui a pour objectif d’identifier les caractéristiques d’un marché.

L’étude de marché permet de savoir si l’idée du projet est réalisable et si elle est susceptible de faire la différence avec les concurrents. Elle permet de répondre aux questions suivantes :

Quelle sera la clientèle?

Comment l’entreprise peut-elle s’accaparer une part de marché ?

Quels sont les atouts du produit ou du service ?

Quelle est la réglementation du secteur, voire, du produit ou du service à commercialiser ?

Quels seront les concurrents du produit ou du service ?

**8. L’environnement du produit ou du service**

Il s’agit de l’étude du secteur du produit ou du service à produire ou à commercialiser. Cette étude permet de connaître la réglementation de la profession et les tendances du marché.

**8.1. Le marché cible**

La clientèle de l’entreprise doit être identifiée de manière précise : individus, détaillants, collectivités, grossistes, industriels, etc.

Le rapport qualité/ prix doit être déterminé avec précision afin d’inciter les clients à s’approprier du produit ou du service de l’entreprise.

Le marché cible ne doit pas dépendre d’un seul client mais comprendre une variété de clients sinon le sort de l’entreprise sera entre ses mains

**8.2. La concurrence**

La connaissance approfondie des concurrents permet d’identifier :

-leurs forces et leurs faiblesses

-leurs politiques de prix

-les conditions accordées aux clients

Il est possible de se procurer de ses informations auprès des chambres de commerce, des associations professionnelles et auprès des concurrents eux-mêmes, de leurs clients et de leurs fournisseurs.

**8.3. Les fournisseurs**

Le choix des futurs fournisseurs de l’entreprise ne doit pas se faire uniquement sur la base de leurs prix mais également sur la qualité de leurs produits.

Comme pour les clients, il ne faut jamais choisir un seul fournisseur. Aussi, il faut sélectionner plusieurs fournisseurs en s’assurant qu’ils vont soutenir l’entreprise dans les situations difficiles.

**9. L’étude financière**

L’étude financière consiste de traduire en termes financiers tous les éléments réunis dans l’étude de marché et technique. Elle permet d’établir le plan d’investissement, le plan de financement, le détail des crédits, le compte des produits et charges, le plan de trésorerie, le besoin en fonds de roulement et le seuil de rentabilité. Cette partie comprend les différentes composantes de l’investissement ainsi que les moyens financiers nécessaires à sa réalisation

**Reference :**

- https://www.shopify.com/fr/blog/entrepreneuriat

-www.mcours.net/cours/pdf/econm/cours\_entreprenariat.pdf

- [www.entrepreneuriat.fsa.ulaval.ca/cours-1/](http://www.entrepreneuriat.fsa.ulaval.ca/cours-1/)