

Initiation à l'entrepreneuriat

Le projet entrepreneurial

Ce cours vous est proposé par Frédérique BLONDEL, Maître de conférences, Université Paris-Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Table des matières

Préambule	2
Introduction	2
D'où vient l'idée du projet ?	2
Évaluer l'idée du projet	3
Décrire le projet entrepreneurial	5
Conclusion	7
Références	8

Préambule

Cette leçon permet d'appréhender la naissance et la formalisation du projet de l'entrepreneur

Objectifs d'apprentissage

- Partir des sources de l'idée du projet ;
- Montrer comment évaluer l'idée pour parvenir à un projet entrepreneurial ;
- Décrire le projet entrepreneurial.

Introduction

Nous étudierons ici le projet entrepreneurial qui va de l'idée du projet à la formalisation de ce projet. Il convient en effet de décrire son idée pour pouvoir ensuite la soumettre à l'évaluation et à la discussion afin de vérifier qu'elle puisse donner lieu à un véritable projet entrepreneurial.

D'où vient l'idée du projet ?

L'idée provient souvent de l'inspiration de l'entrepreneur qui a une personnalité, un vécu et des compétences spécifiques. Il dispose également d'une expérience souvent liée à l'exercice d'un métier ou d'activités antérieures qui peuvent également inspirer son projet entrepreneurial. Enfin, il évolue dans un contexte particulier source d'inspiration pour un créateur de nouvelles activités.

Ainsi, on distingue souvent deux sources d'idées potentielles :

- Partir d'une avancée technologique : « **techno-push** »

Dans ce premier cas, l'idée est plutôt liée à ce que l'entrepreneur est capable de faire en partant de sa formation initiale, de ses compétences et / ou de son expérience. Étant ingénieur ou chercheur par exemple, il peut concevoir une technologie pour améliorer les solutions existantes.

Exemple

Dans ce cas de figure, une nouvelle technologie donne lieu à la création d'une nouvelle solution : entreprise ou produit. Steve Jobs, le co-créateur d'Apple en est une bonne illustration en inventant le Macintosh qui va connaître un grand succès commercial. L'entreprise est née puis s'est développée avec de nombreuses innovations comme l'iPhone ou l'iPad qui sont des concentrés de plusieurs technologies.

- Partir des besoins du marché : « **market-pull** »

Dans ce second cas, c'est plutôt l'étude du marché qui va être inspirante pour l'entrepreneur en dévoilant des opportunités d'affaires en apportant des solutions à des situations existantes qui seraient peu ou pas satisfaisantes. Ici, la connaissance de l'environnement et de son réseau sera primordiale pour guider le projet entrepreneurial.

Exemple

Dans ce cas de figure, c'est plutôt l'étude de marché qui est inspirante et déclenche l'apparition d'une nouveauté. Ainsi la volonté affichée des clients de pouvoir choisir et varier l'écoute des morceaux de musique a encouragé la création de plateformes de streaming musicales telles qu'iTunes, Spotify ou Deezer.

La réalité est naturellement souvent plus nuancée : c'est plutôt une rencontre entre ces deux sources d'inspiration qui sera à l'origine d'une idée de création. Dans tous les cas, l'entrepreneur devra vérifier que son projet répond bien à un besoin identifié dans son environnement et qu'il est en mesure d'y répondre.

Une idée peut-elle être protégée ?

Une idée en tant que telle ne peut pas être protégée. La meilleure façon de la protéger est donc de rester discret. Une question se pose souvent ainsi : « Il faut discuter de mon idée avec les autres pour la tester et en même temps ne pas trop en parler si je veux en conserver la primeur ». En effet, tant que le projet n'est pas lancé, l'idée reste librement appropriable. Les droits de propriété intellectuelle protègent « les créations issues de l'esprit humain » mais exigent de ce fait une formalisation de l'idée du type dépôt de brevet ou de marque pour être opposables.

Évaluer l'idée du projet

Évaluer une idée de projet exige d'être capable de la décrire préalablement pour en déduire ensuite les avantages et inconvénients qu'elle est susceptible de présenter.

Évaluer son idée, c'est **vérifier que toutes les conditions sont réunies** pour entamer la construction de son projet, c'est à dire :

- S'assurer d'avoir les compétences et une situation personnelle favorable,
- Pour exercer une activité précise,
- Sur un marché que l'on connaît.

Source : Bpifrance Création 2021.

Ainsi, il est primordial de **définir l'idée selon le concept auquel elle correspond**, c'est-à-dire sous l'angle de l'utilité qu'elle représente pour les clients :

- À quel besoin cette idée répond-elle ? Quel(s) est (sont) l'(les)usage(s) pour les clients ?
- Quelles sont les caractéristiques du produit (bien ou du service) envisagé ?
- Quelles sont les différences par rapport aux produits concurrents ? Quelle satisfaction supplémentaire du besoin apporte cette idée au client ?
- Peut-il exister des barrières ou des limites à l'acceptation de cette idée par les clients ?

Ensuite, il peut être envisagé de **tester son idée** en la confrontant à la fois aux avis de ses proches mais également aux avis plus objectifs de personnes extérieures au cercle affectif :

- Évaluer son idée du projet en la testant auprès de son réseau : famille, amis, experts, organismes, clients potentiels, etc. ;
- Apprécier l'idée en notant les plus (forces) et les moins (faiblesses) qu'elle présente ;
- Confronter cette idée à l'environnement en précisant les événements susceptibles d'être favorables (opportunités) ou défavorables (menaces) à ce projet.

Il peut être utile de **faire un diagnostic** pour évaluer son projet entrepreneurial qui prend souvent la forme d'une matrice SWOT : acronyme pour strengths (forces), weaknesses (faiblesses), opportunities (opportunités), threats (menaces)). Ce diagnostic fait un état des lieux de tous les éléments, internes et externes, susceptibles d'être favorables ou non au projet. Il peut finalement permettre de vérifier que l'idée a du potentiel mais aussi qu'elle puisse être ajustée ou améliorée si besoin, voire changée ou abandonnée si, en l'état, les risques l'emportent sur les éléments positifs.

Diagnostic SWOT et exemple pour chaque catégorie

<p>STRENGTHS / FORCES</p> <p>Les forces désignent les ressources et/ou compétences susceptibles de favoriser la réussite du projet.</p> <p>Exemple : savoir-faire spécifique ou détention d'un brevet</p>	<p>WEAKNESSES / FAIBLESSES</p> <p>Les faiblesses désignent un manque ou une insuffisance de ressources et/ou de compétences susceptibles de gêner la réussite du projet.</p> <p>Exemple : coût élevé du projet ou manque de compétences dans un domaine clé</p>
<p>OPPORTUNITIES / OPPORTUNITÉS</p> <p>Les opportunités sont les éléments de l'environnement susceptibles d'être favorables à la réussite du projet.</p> <p>Exemple : écosystème entrepreneurial porteur ou marché dynamique</p>	<p>THREATS / MENACES</p> <p>Les menaces sont les éléments de l'environnement susceptibles d'être défavorables à la réussite du projet.</p> <p>Exemple : réglementation contraignante ou nombre élevé de concurrents déjà implantés</p>

Décrire le projet entrepreneurial

Il est important de décrire en détail son projet entrepreneurial pour pouvoir étudier s'il est pertinent et s'il a des chances de réussir. Cela implique de savoir quel produit est concerné (quoi), pour qui, pourquoi, où, quand, comment et avec qui.

Ainsi plusieurs questions sont à envisager :

- **Quoi ?** Quel(s) service(s) ou bien(s) ? De quelle(s) activité(s) s'agit-il précisément ? Conception, production, distribution, plateforme de mise en relation, etc. ou plusieurs de ces maillons de la chaîne de valeur qui permettront la mise à disposition du produit au client final ;

Par exemple, entre « concevoir des modèles de vêtements » et « créer des collections et vendre des vêtements dont vous sous-traitez la fabrication », les moyens nécessaires à mettre en œuvre ne seront évidemment pas les mêmes. Le premier cas relève d'une activité de styliste, alors que le second implique la mise en place d'une logistique, d'une force de vente et peut-être la création d'une griffe.

- **Pour qui ?** À quel type de clientèle s'adresse le produit ? S'agit-il d'une relation BtoB (business to business) si le produit s'adresse à d'autres sociétés ou BtoC (business to consumer) s'il s'adresse à des particuliers ? Ou encore BtoBtoC s'il passe par un ou plusieurs intermédiaire(s) pour proposer son produit au client final (un particulier) ?
- **Pourquoi ?** À quel besoin répond le produit ? Quel mode d'utilisation est envisagé ? Cette question permet de cerner les attentes de la clientèle et de vérifier que l'idée permet effectivement de combler un vide ;
- **Où ?** Le marché peut être local, national, mondial, saisonnier, etc. Il est utile de connaître ses caractéristiques pour anticiper les perspectives de chiffre d'affaires qui en découleront ;
- **Quand ?** Il peut y avoir des moments plus ou moins adaptés au lancement d'une nouvelle activité. Le marché est-il prêt à intégrer le produit ?
- **Comment ?** Quels modes ou canaux de distribution sont envisagés pour vendre ce produit ? La réponse à cette question dépend naturellement de la nature des activités envisagées (cf exemple plus haut). Il peut s'agir de magasins physiques, de vente en ligne, de vente par correspondance, etc. dont les contraintes ne seront pas les mêmes ;
- **Avec qui ?** Pour certains produits, il faudra passer par un intermédiaire et / ou un prescripteur qui sponsorisera le produit. Ainsi, par exemple, une application numérique devra être intégrée à un catalogue d'applications.

Témoignage de André Guerrassimov, co-fondateur du projet QuantIM

QuantIM - représenté par André Guerrassimov, étudiant entrepreneur à l'université Paris-Saclay, propose une solution aidant les médecins en pratique clinique à mieux caractériser le cancer, en mettant à leur disposition des outils de traitement d'images plus sophistiqués qui sont actuellement réservés au monde de la recherche.

Lien de la présentation de QuantIM sur le site du CNRS :

<https://www.insmi.cnrs.fr/fr/cnrsinfo/quantim-accelerateur-dacces-aux-images-tep-de-demain>

Les lauréats du 9^{ème} prix PEPITE (Article publié le 29 septembre 2022 sur le site de l'université Paris-Saclay) :

<https://www.universite-paris-saclay.fr/actualites/les-laureats-du-9eme-prix-pepите>

Conclusion

« L'évaluation de son idée est à la création d'une entreprise ce que les fondations sont à la construction d'une maison ! » (Bpifrance Création 2021). Il faut donc lui accorder toute l'attention qu'elle nécessite pour avoir davantage de chance de réussir son projet entrepreneurial.

Références

Comment citer ce cours ?

Initiation à l'entrepreneuriat, Frédérique Blondel, AUNEGe (<http://aunege.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.

Sitographie

« Evaluer son idée de création d'entreprise », Bpifrance Création 2021, guide téléchargeable sur la page : <https://bpifrance-creation.fr/boiteaoutils/evaluer-son-idee-creation-dentreprise>

Présentation de QuantIM sur le site du CNRS : <https://www.insmi.cnrs.fr/fr/cnrsinfo/quantim-accelerateur-dacces-aux-images-tep-de-demain>

Les lauréats du 9^{ème} prix PEPITE, article publié le 29 septembre 2022 sur le site de l'université Paris-Saclay : <https://www.universite-paris-saclay.fr/actualites/les-laureats-du-9eme-prix-pepите>