

The background features a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across the surface. A faint, semi-transparent globe is centered in the upper half of the image, showing latitude and longitude lines.

CHAPITRE 3

L'entrepreneur

1. Définition

Aujourd'hui, 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 ».

2. Typologie des entrepreneurs orientés vers l'action

- **Profil PIC:** Pérennité, Indépendance et croissance
- **Profil CAP:** Croissance, Autonomie et Pérennité.

3. Principales caractéristiques entrepreneuriales

- Désir d'accomplissement
- Recherche du pouvoir
- L'autonomie
- La confiance en soi
- Haut niveau d'énergie et de dynamisme
- Persévérance malgré les obstacles
- Tolérance au stress
- Capable de faire face à la concurrence

- Personne orientée vers l'action
- Innovateur
- Capacité de concevoir des projets, de conceptualiser et de se projeter dans l'avenir

4. Choix de 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.

- 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.
- 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.
- 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 :

1. La commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché.
2. La mise en place d'un nouveau produit ou d'un nouveau service.
3. L'acquisition d'une franchise.
4. La reprise d'une entreprise.

Le tableau ci-après expose les avantages et les inconvénients de chaque option.

Option	Avantages	Inconvénients
Commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché	<ul style="list-style-type: none">- Disponibilité des statistiques sur le produit ou le service.- Possibilité d'amélioration de l'existant.	<ul style="list-style-type: none">- Risque d'être copié.- Risque de saturation du marché.
Mise au point d'un nouveau produit ou service	<ul style="list-style-type: none">- Bénéfice de la nouveauté.- Coût peu élevé.	<ul style="list-style-type: none">- Possibilité d'une mauvaise réaction du marché.- Absence de données chiffrées sur le produit ou le service.
Acquisition d'une franchise	<ul style="list-style-type: none">- Avantage de l'expérience et de la notoriété du franchiseur.- Gain du temps.- Mise en place rapide.	<ul style="list-style-type: none">- Dépendance vis-à-vis du franchiseur (prix, approvisionnements,...)- Possibilité du rejet de la franchise par le marché.- Coûts élevés (droits d'entrée, royalties,...)
Reprise d'une entreprise	<ul style="list-style-type: none">- Gain du temps.- Activité déjà opérationnelle.	<ul style="list-style-type: none">- Risque de changement des attitudes des partenaires (banquiers, fournisseurs, clients,...).- Possibilité d'héritage d'une mauvaise marque.

5. Méthodologie de recherche et de validation d'idée de création d'entreprises

Le processus de recherche d'idée comporte 4 étapes:

1 - Sélection d'un axe de recherche

On peut s'inspirer :

- de son savoir-faire professionnel
- de sa personnalité
- des opportunités
- des problèmes rencontrés

2 - La recherche des idées

On applique les techniques de créativité à l'axe de recherche retenu:

a- Le brainstorming

Cette technique consiste à produire en groupe et spontanément le plus grand nombre possible d'idées sur un sujet donné (5 participants au minimum et idéalement 8-12) :

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

b- La défectologie

Cette technique consiste à :

- 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.



c- L'espace de consommation

- Pour trouver de nouvelles idées de produits ou de services, on peut également utiliser un tableau intitulé "Espace de consommation". Cet outil permet de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux.
- La modification d'un des paramètres peut alors donner naissance à :
 - 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.

d- La différenciation

La différenciation apporte à un produit / service ou à une offre commerciale un caractère apte à se distinguer nettement des offres concurrentes.

3- Sélection de certaines idées

La sélection de certaines 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

4-Conclusion finale sur la validation de chaque idée retenue

