

Leçon 01

Les étapes de création d'un projet entrepreneurial

Plan de la leçon	Objectifs pédagogiques
<p><i>Introduction</i></p> <p><i>I. Identification d'une opportunité d'affaires</i></p> <p><i>II. Élaboration du plan d'affaires (Business Plan)</i></p> <p><i>III. Mobilisation du financement</i></p> <p><i>IV. Création juridique et organisationnelle de l'entreprise</i></p> <p><i>V. Mise en place des ressources et de l'infrastructure</i></p> <p><i>VI. Lancement de l'entreprise</i></p> <p><i>VII. Gestion et développement de l'entreprise</i></p> <p><i>Conclusion</i></p>	<p>☞ <i>De fournir aux étudiants une compréhension approfondie et pratique des étapes fondamentales nécessaires pour créer, développer et gérer une entreprise prospère.</i></p> <p>☞ <i>Offrir un aperçu détaillé du cheminement suivi par les entrepreneurs, en mettant l'accent sur l'identification des opportunités d'affaires, l'élaboration de plans stratégiques, l'obtention de financement, la création et le lancement d'entreprises, ainsi que la gestion quotidienne de ces entités.</i></p>

Introduction

La création d'une entreprise constitue un processus structuré qui mobilise des compétences d'analyse, de planification, de mobilisation des ressources et de gestion. Bien que les parcours entrepreneuriaux puissent différer selon les contextes, la littérature s'accorde largement sur l'existence de plusieurs **phases séquentielles** qui transforment une idée initiale en organisation opérationnelle et durable.

I. Identification d'une opportunité d'affaires

La première étape consiste à repérer une opportunité réelle, c'est-à-dire une combinaison besoin non satisfait + solution possible (Shane, 2003).

Cela suppose :

- ☞ L'observation du marché et des comportements des consommateurs,
- ☞ L'analyse des tendances technologiques et sectorielles,
- ☞ La compréhension des lacunes dans les produits ou services existants.

L'opportunité se distingue de l'idée : l'idée est une réponse imaginée, tandis que l'opportunité est une réalité du marché pouvant générer de la valeur économique.

1. Génération et clarification de l'idée entrepreneuriale

Après avoir identifié une opportunité, l'entrepreneur formule une idée précise, c'est-à-dire une solution concrète pour exploiter cette opportunité.

Cette étape inclut :

- ☞ la génération d'idées (brainstorming, mind-mapping, design thinking),
- ☞ La clarification (décomposition en éléments clés, formulation de la valeur ajoutée),
- ☞ La validation initiale (discussions, tests préliminaires, feedback utilisateurs).

L'objectif est d'obtenir une idée cohérente, réaliste et adaptée au besoin identifié.

2. Évaluation de l'idée et analyse de faisabilité

L'entrepreneur évalue la viabilité de l'idée avant de s'engager davantage. Cette évaluation porte sur :

- ☞ La pertinence du marché (existence d'une demande suffisante),
- ☞ La faisabilité technique (technologies, compétences nécessaires),
- ☞ La faisabilité financière (coûts, marges, seuil de rentabilité),
- ☞ La capacité d'innovation (avantage concurrentiel),
- ☞ La durabilité du modèle économique.

Cette étape réduit les risques et permet de vérifier l'adéquation entre l'idée et les ressources disponibles

II. Élaboration du plan d'affaires (Business Plan)

Le business plan constitue **la feuille de route de l'entreprise**. Il structure la vision de l'entrepreneur et démontre la cohérence du projet.

Les étapes du business plan

a) Les grandes lignes du projet (« executive summary »)

Ce résumé doit réaliser à la fin de démarche lorsque toutes les données du problème sont connues. Il vise à donner à l'interlocuteur en deux pages une vue synthétique du projet. Il doit susciter son intérêt en lui montrant les potentialités du produit sur le marché, le domaine d'activité, l'innovation ou l'originalité du produit, son état de développement (nature du risque) et les enjeux financiers. Ceci sera clôturé par le montage financier d'où découlera la demande de financement en capital et en financement bancaire éventuel.

b) L'équipe

L'équipe et/ou l'entrepreneur est à présenter sous son meilleur jour car les investisseurs y attachent souvent autant d'importance qu'au projet lui-même. L'équipe peut renforcer la crédibilité en représentant l'une des forces d'un projet (ou au contraire en montrant l'une de ses failles). La formation, l'expérience et les compétences seront exposées, à la manière d'un cv détaillé, comme autant d'atouts pour mener à bien le projet. Il sera également utile de préciser les complémentarités et les rôles de chacun(e) au sein de l'équipe (technologie, management, commercial, etc.).

c) La présentation du projet

La présentation du projet explique aux interlocuteurs comment et pourquoi cette idée a inspiré le projet. Il s'agit donc à la fois de présenter la genèse du projet mais également les motivations qui amènent l'entrepreneur ou l'équipe à lancer ce projet de création d'entreprise, ainsi que les objectifs et les atouts pour réussir ce projet. Il est important de décrire le business model (modèle économique) afin de montrer comment l'entreprise compte créer, délivrer et capter de la valeur avec son projet.

d) L'étude de marché

L'étude de marché vise à expliquer sur quel marché est situé l'offre (produit ou service) ainsi que ses caractéristiques principales :

- ☞ Quels sont les acteurs du marché ?

- ☞ Qui sont les clients ciblés ?
- ☞ Qui sont les concurrents directs ou indirects ?
- ☞ Quelles sont les caractéristiques et les parties prenantes de l'environnement dans lequel l'offre va se situer ?

Il est conseillé de ne pas faire une étude de marché trop longue mais de bien y préciser les chiffres clés du marché afin de la rendre crédible. Elle peut être itérative et interactive, c'est-à-dire comporter des retours avec les parties prenantes, et ainsi faire bénéficier au projet de ces feedbacks dès sa conception (et avant son lancement).

e) *La stratégie*

Après avoir étudié le marché, l'entrepreneur peut y préciser le positionnement stratégique de son offre. La stratégie comprend notamment le marketing-mix (résumé par « les 4 P ») qui précise le positionnement du produit en termes de :

- ☞ Product (produit) ;
- ☞ Price (prix) ;
- ☞ Promotion (communication) ;
- ☞ Place (distribution).

Il s'agit d'expliquer comment l'entreprise compte toucher ses clients, notamment en différenciant son offre par rapport aux offres concurrentes. Il s'agit de parvenir à une estimation du chiffre d'affaires prévisionnel la plus réaliste possible en s'appuyant sur des éléments concrets du marché. La stratégie comprend aussi les moyens à mettre en œuvre pour réaliser ce chiffre d'affaires prévisionnel : quels besoins sont nécessaires pour réaliser les activités prévues de l'entreprise ?

f) *Le dossier financier*

Le dossier financier du business plan correspond à la transcription du projet en chiffres. Il peut notamment contenir le calcul du seuil de rentabilité, c'est-à-dire le niveau de chiffre d'affaires que l'entreprise devra au minimum réaliser pour couvrir l'ensemble de ses charges. Au-delà de ce seuil, l'entreprise commence à réaliser des bénéfices.

Ce dossier financier comprend :

- ☞ Le plan de financement hors taxe (HT) qui présente les besoins (le BFR ou besoin en fonds de roulement) et les ressources (apport personnel, prêts d'honneur, crédit bancaire, crowdfunding) de l'entreprise ;
 - « Quels sont les capitaux nécessaires pour lancer le projet ? »
- ☞ Le compte de résultat (HT) qui présente les produits (chiffre d'affaires) et les charges de l'entreprise ;
 - « Combien devrait rapporter le projet (résultat prévisionnel) ? »
- ☞ Le plan de trésorerie toutes taxes comprises (TTC) qui présente les encaissements et les décaissements et qui permet ainsi de gérer les flux d'argent (entrées et les sorties de l'entreprise) au quotidien (solde créditeur ou débiteur).
 - « Combien d'argent reste-il en fin de mois ? »

g) *Le statut juridique*

Une des premières questions que se pose un porteur de projet est souvent celle de la forme juridique que va prendre son entreprise. Or, il est souvent plus pertinent de la présenter à la fin afin de choisir le statut juridique le mieux adapté à l'entreprise et/ou à l'équipe (entreprise

individuelle / société) en fonction de la nature de l'activité et du nombre de participants ainsi que de la volonté de l'entrepreneur de s'associer (ou non). Le choix du régime juridique implique également des interrogations sur la responsabilité, le régime social, le régime fiscal, etc.

h) Les annexes

Le business plan peut être détaillé et documenté en annexes (questionnaire, résultats détaillés, etc.).

Les annexes peuvent en particulier contenir les précisions chiffrées du business plan.

III. Mobilisation du financement

Sur la base du business plan, l'entrepreneur détermine le **besoin en capital** et recherche les moyens de financement appropriés :

- ☞ Financements internes (épargne, love money),
- ☞ Financements externes : banques, business Angels, capital-risque, crowdfunding, subventions, dispositifs publics.

L'étape comprend la préparation des dossiers, la négociation des conditions, puis l'obtention effective des fonds.

IV. Création juridique et organisationnelle de l'entreprise

Une fois le financement assuré, l'entrepreneur procède à la création formelle :

- ☞ Choix de la forme juridique (SARL, SPA, SAS, entreprise individuelle...),
- ☞ Immatriculation et formalités administratives,
- ☞ Rédaction des statuts,
- ☞ Obtention des licences, autorisations et numéros fiscaux.

En parallèle, l'organisation interne est définie : structure, organigramme, répartition des rôles, procédures.

V. Mise en place des ressources et de l'infrastructure

Cette étape opérationnelle consiste à préparer le terrain pour le lancement :

- ☞ Acquisition des équipements et du matériel,
- ☞ Recrutement et formation du personnel,
- ☞ Installation des systèmes informatiques et outils de gestion,
- ☞ Création de l'identité visuelle et des supports de communication,
- ☞ Développement ou finalisation du produit/service.

Elle permet de rendre l'entreprise pleinement opérationnelle.

VI. Lancement de l'entreprise

L'entrepreneur met en œuvre le plan d'affaires et introduit son produit ou service sur le marché :

- ☞ Activation des campagnes marketing,
- ☞ Mise en place du réseau de distribution,
- ☞ Première vente et interaction avec les clients,
- ☞ Ajustements basés sur les retours du marché.

C'est une phase dynamique caractérisée par des itérations rapides, l'apprentissage et l'adaptation.

VII. Gestion et développement de l'entreprise

Une fois lancée, l'entreprise doit être gérée pour assurer sa pérennité :

- ☞ Gestion des opérations quotidiennes,
- ☞ Suivi financier (flux de trésorerie, coûts, marges),
- ☞ Amélioration continue du produit ou service,
- ☞ Stratégie de croissance (nouveaux marchés, diversification, innovation),
- ☞ Gestion des risques et renforcement des capacités internes.

Cette phase est continue et reflète le caractère **évolutif et non linéaire** du processus entrepreneurial.

Conclusion

La création d'un projet entrepreneurial exige une démarche rigoureuse, mêlant réflexion stratégique, analyses de marché, élaboration d'un modèle économique cohérent et structuration opérationnelle via le business plan. Les fichiers fournis montrent l'importance d'un accompagnement institutionnel structuré et de dispositifs publics qui soutiennent les porteurs de projets.

En combinant les outils de planification (Business Model – Business Plan) et les dispositifs d'appui, l'entrepreneur peut transformer une simple idée en une entreprise viable, compétitive et durable.