

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la
Recherche Scientifique

Université Aboubekr Belkaïd
Faculté de Technologie
Département de Génie Civil



Année Universitaires
2025/2026

Polycopié de cours d'Entrepreneuriat et Management d'Entreprise

Destiné aux étudiants de L3



Polycopié élaboré par:
Dr. HAMZAOUI Fethi

AVANT –PROPOS

Actuellement, l'entrepreneuriat et le management d'entreprise figurent parmi les préoccupations majeures du Ministère de l'Économie de la connaissance, des start-ups et des micro-entreprises en Algérie. En effet, la création d'entreprise constitue un levier essentiel pour stimuler la croissance économique, générer des emplois durables, créer de la richesse et produire de la valeur ajoutée.

L'Algérie dispose de deux atouts stratégiques dans ce domaine : d'une part, une jeunesse dynamique, dotée d'un fort potentiel créatif et animée par une volonté affirmée d'intégrer le monde professionnel ; d'autre part, un large éventail d'opportunités économiques, notamment dans des secteurs porteurs tels que le génie civil et les travaux publics (BTP).

Le présent polycopié a pour objectif de fournir une introduction structurée aux concepts fondamentaux de l'entrepreneuriat et du management. Il aborde les notions clés telles que la définition de l'entrepreneur, les étapes de la démarche entrepreneuriale, ainsi que les principes théoriques indispensables à la réussite d'un projet.

Il est important de souligner que, dans la pratique, la dimension théorique de l'entrepreneuriat est souvent sous-estimée, voire négligée. Pourtant, une bonne compréhension de ces fondements s'avère indispensable pour accompagner efficacement les futurs entrepreneurs. À ce titre, il est vivement recommandé d'initier les étudiants à des compétences transversales telles que : la rédaction de CV et de lettres de motivation, la préparation à l'entretien d'embauche, la définition d'objectifs, la prise de décision en contexte d'incertitude, l'évaluation des opportunités d'affaires, le choix du marché ciblé et des fournisseurs, ainsi que la mise en œuvre d'un business plan structuré.

Ce support pédagogique s'adresse à un large public désireux de s'initier aux fondamentaux de l'entrepreneuriat et du management d'entreprise, avec une attention particulière portée aux étudiants de licence 3 en Génie Civil, ainsi qu'à ceux issus d'autres spécialités intégrant le module Entrepreneuriat et Management des Entreprises (EME).

TABLE DES MATIERES

Avant-propos.....	1
Table des matières.....	2
Résumé	5
Introduction.....	6
Chapitre 1 : PREPARATION OPERATIONNELLE A L'EMPLOI	8
1.1 Introduction.....	9
1.2 Recherche documentaire sur les métiers de la filière.....	9
1.3 Élaboration d'un CV.....	10
1.4 Rédaction de la lettre de motivation.....	11
1.5 Entretien d'embauche.....	12
1.6 Conduite d'interview avec les professionnels du métier.....	13
1.7 Simulation d'entretiens d'embauches	14
1.8 Exercice en classe : jeu de rôle.....	15
1.9 Travail à domicile.....	15
1.10 Conclusions.....	15
Chapitre 2 : ENTREPRENDRE ET ESPRIT ENTREPRENEURIAL.....	16
2.1 Introduction.....	17
2.2 Entreprendre.....	17
2.3 Les entreprises autour de vous.....	18
2.4 La motivation entrepreneuriale.....	18
2.5 Savoir fixer les objectifs.....	18
2.6 Savoir prendre les risques.....	20
2.7 Exercice en classe.....	21
2.8 Travail à domicile.....	21
2.9 Conclusion.....	22
Chapitre 3 : LE PROFIL D'UN ENTREPRENEUR ET LE METIER D'ENTREPRENEUR.....	23
3.1 Introduction.....	
3.2 Le profil d'un entrepreneur.....	24
3.3 Les 10 compétences de l'entrepreneur.....	24
3.4 La place des PME et des TPE en Algérie.....	25
	27

3.5 Définition de la P.M.E en Algérie.....	27
3.6 Ou trouver l'offre d'emploi en Algérie.....	28
3.7 Qu'est-ce qu'une startup.....	29
3.8 Qu'est-ce qu'un incubateur ou accélérateur d'entreprise.....	29
3.9 Les facteurs clé de succès d'une PME.....	30
3.10 Travail à domicile.....	32
3.11 Conclusion.....	32
Chapitre 4 : TROUVER UNE BONNE IDEE D'AFFAIRES.....	33
4.1 Introduction.....	34
4.2 Comment trouver une bonne idée pour se lancer dans une affaire.....	34
4.3 L'Analyse SWOT, l'outil stratégique.....	36
4.4 Comment détecter et évaluer une opportunité d'affaire.....	39
4.5 Travail à domicile.....	41
4.6 Conclusion.....	41
Chapitre 5 : LANCER ET FAIRE FONCTIONNER UNE ENTREPRISE.....	43
5.1 Introduction.....	44
5.2 Comment choisir un marché approprié.....	44
5.3 Les formes juridiques de l'entreprise.....	47
5.4 Recherche d'aide et de financement pour démarrer une entreprise.....	50
5.5 Aide à la création d'entreprises en Algérie	51
5.6 Recruter le personnel.....	51
5.7 Choisir ses fournisseurs.....	53
5.8 Travail à domicile.....	53
5.9 Conclusion.....	54
Chapitre 6 : ELABORATION DU PROJET D'ENTREPRISE.....	55
6.1 Introduction.....	56
6.2 Business Plan.....	56
6.3 Que doit contenir un Business plan.....	56
6.4 Exemple de Business plan.....	57
6.5 Business Model.....	59
6.6 Business plan en 9 étapes.....	60
6.7 Le Business model Canvas d'Osterwalder les 09 cases /composantes.....	60

6.8 Travail à domicile.....	65
6.9 Conclusion.....	65
Remerciements.....	66
Références.....	67

RESUME

Ce polycopié se propose de mettre l'accent sur les concepts de l'entrepreneuriat et les facteurs qui influencent l'acte d'entreprendre, particulièrement comment se préparer à l'insertion professionnelle en fin d'études , comment développer les compétences entrepreneuriales chez les étudiants, comment sensibiliser les étudiants et les familiariser avec les possibilités, les défis, les procédures, les caractéristiques, les attitudes et les compétences que requiert l'entrepreneuriat et enfin préparer les étudiants pour qu'ils puissent, un jour ou l'autre, créer leur propre entreprise ou, du moins, mieux comprendre leur travail dans une PME. Il s'adresse de façon générale à tous ceux qui ont besoin de s'initier rapidement aux notions et principes de l'entrepreneuriat et plus spécialement aux étudiants licence L3 spécialité génie civil ainsi que les différentes spécialités qui comportent l'enseignement du module d'entrepreneuriat et management d'entreprise.

INTRODUCTION

Les petites et moyennes entreprises (PME) occupent une place stratégique dans l'économie, en agissant à la fois comme moteur de croissance et levier de développement. Elles représentent la structure entrepreneuriale la plus courante, aussi bien dans les pays industrialisés que dans ceux en développement.

Contribuant largement à la génération d'emplois et à la création de valeur, les PME sont au cœur des dynamiques économiques mondiales. C'est pourquoi de nombreux États élaborent des politiques économiques axées sur leur soutien, en instaurant des cadres juridiques adaptés, des incitations fiscales, ainsi que des mécanismes visant à simplifier leur accès aux ressources financières.

Le secteur des PME est l'un des principaux moteurs du développement économique que les pouvoirs publics s'emploient à réaliser en raison de ses multiples atouts et qualifications, notamment sa capacité à contribuer à la diversification économique, à la création de richesses, à la création d'emplois, à la limitation des importations ainsi que la promotion des exportations.

À la fin des années 1980, l'Algérie a amorcé une transformation économique majeure, marquée par le passage d'un modèle socialiste vers une économie plus ouverte. Cette transition a insufflé une nouvelle dynamique au tissu entrepreneurial, notamment à travers l'adoption du Code des investissements, qui a favorisé la création d'un nombre significatif de petites et moyennes entreprises (PME).

Dans le but de stimuler l'initiative privée, les autorités ont mis en place une politique d'appui à l'entrepreneuriat. Cette libéralisation économique s'est accompagnée de plusieurs mesures visant à encourager le développement des PME. À cet effet, divers organismes ont été créés, parmi lesquels : l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE/NESDA), et l'Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit (ANGEM), ainsi que d'autres institutions chargées de promouvoir et d'encadrer la création d'entreprises.

En 2023, le secteur des startups en Algérie a connu une progression remarquable, portée par des dispositifs d'accompagnement renforcés et un cadre législatif adapté. Ces initiatives ont largement contribué à impulser un nouvel élan à l'entrepreneuriat fondé sur la connaissance et l'innovation.

Le Ministère de l'Économie de la Connaissance, des Start-up et des Micro-entreprises a lancé plusieurs programmes et initiatives pour soutenir l'entrepreneuriat en Algérie, notamment la plateforme "[Moukawil.dz](https://moukawil.dz)", le programme d'incubation "A-venture", le "Label Startup" pour l'accès aux facilités étatiques et de nouveaux programmes comme TAMKEEN, ainsi qu'un programme exploratoire international pour favoriser l'exportation. Le ministère soutient également l'innovation par le financement des projets, le soutien au dépôt de brevets, et l'augmentation des financements par l'intermédiaire de l'Algerian Startup Fund (ASF) et de l'Algerian Innovation Fund.

La finalité souhaitée de ce polycopié est non seulement d'aboutir à la description de ce qu'est l'entrepreneuriat, aider à sa compréhension, aider l'étudiant à se préparer et maîtriser les outils méthodologiques nécessaires à l'insertion professionnelle en fin d'études, se préparer à la recherche

d'emploi, mais aussi essayer de contribuer à développer l'esprit entrepreneurial chez les étudiants universitaires.

Les compétences visées sont, les capacités d'analyser, de synthétiser, de travailler en équipe, de bien communiquer oralement et par écrit, d'être autonome, d'être réactif et proactif. Être sensibilisé à l'entrepreneuriat par la présentation d'un aperçu des connaissances de gestion utiles à la création d'activités.

Pour aboutir à cette finalité souhaitée nous avons scindé notre plan de travail en 06 chapitres : Dans le premier chapitre on mettra l'accent sur les processus de rédaction de la lettre de motivation et élaboration du CV, entretien d'embauche, ..., recherche documentaire sur les métiers de la filière, conduite d'interview avec les professionnels du métier et simulation d'entretiens d'embauches.

Le deuxième chapitre concernera l'action d'Entreprendre, les entreprises autour de vous, la motivation entrepreneuriale, savoir fixer des objectifs, savoir prendre des risques.

Le troisième chapitre sera consacré aux compétences d'un entrepreneur, savoir négocier, savoir écouter, la place des PME et des TPE en Algérie, les principaux facteurs de réussite lors de la création d'une TPE/PME,

Le quatrième chapitre sera consacré à la créativité et l'innovation, reconnaître et évaluer les opportunités d'affaires,

Le cinquième chapitre mettra l'accent sur comment choisir un marché approprié, comment choisir l'emplacement de son entreprise, les formes juridiques de l'entreprise, les recherches d'aide et de financement pour démarrer une entreprise, comment recruter le personnel, comment choisir ses fournisseurs.

Enfin dans le sixième chapitre on abordera les aspects du Business Model et le Business Plan, réaliser son projet d'entreprise avec le Business Model Canevas.

Chapitre 1

PREPARATION OPERATIONNELLE A L'EMPLOI

1.1. INTRODUCTION

Ce chapitre vise à aider les étudiants à se préparer à leur entrée dans le monde professionnel. Il aborde les étapes clés de l'insertion professionnelle, comme la recherche d'emploi, la rédaction d'un CV et d'une lettre de motivation, ainsi que la préparation à un entretien d'embauche.

L'objectif est de fournir aux étudiants les outils nécessaires pour réussir leur parcours professionnel, en particulier dans le secteur du génie civil et du BTP, en développant des compétences pratiques et adaptées au marché du travail.

1.2. REHERCHE DE DOCUMENTAIRE SUR LES METIERS DE LA FILIERE

1.2.1 INGENIEUR EN GC OU BTP

L'ingénieur en génie civil exerce principalement au sein d'entreprises ou de services spécialisés dans le domaine de la construction du bâtiment et des travaux publics. Il peut également intervenir dans tout organisme contribuant à l'aménagement du territoire, qu'il s'agisse d'entreprises du secteur privé – notamment celles du BTP – ou d'institutions publiques, comme les collectivités territoriales.

Son expertise est sollicitée dans la réalisation de diverses infrastructures. Le secteur étant dynamique, l'insertion professionnelle des diplômés s'effectue généralement avec facilité, aussi bien dans les PME que dans les GE.

1.2.2 LES DEBOUCHES

Les diplômés en génie civil ont un large éventail d'opportunités professionnelles. Leur expertise en conception, réalisation et gestion de projets de construction les amène à travailler dans différents secteurs, tels que :

Les Bureaux d'études : Ces bureaux se spécialisent dans l'étude et la conception et le dimensionnement des structures. Ils offrent des services d'analyse technique pour les projets de construction, en évaluant la faisabilité des travaux et en prévoyant les besoins en matériaux, équipements et ressources humaines.

Les Entreprises de construction : Les ingénieurs civils peuvent être impliqués dans la gestion de chantiers, la planification des travaux, et le contrôle des matériaux afin de garantir la qualité des constructions et la sécurité des travailleurs.

Les Bureaux d'architectes ou d'ingénieurs : Ces bureaux sont responsables de la conception des projets d'édification. Ils travaillent en étroite collaboration avec les architectes pour garantir la solidité et la sécurité des structures tout en respectant les normes et la réglementation.

Les services techniques de l'administration publique : Dans ce secteur, les ingénieurs civils jouent un rôle clé dans la gestion des infrastructures publiques, comme les routes, les ponts, les systèmes d'assainissement, et d'autres projets d'aménagement du territoire.

Les instituts de recherche et de développement : Certains diplômés choisissent de poursuivre une carrière dans la recherche, où ils peuvent travailler sur des innovations dans le domaine de la construction et des matériaux, ou sur l'amélioration des techniques existantes.

Les laboratoires géotechniques : Ces laboratoires sont spécialisés dans l'étude du sol et des matériaux de construction. Les ingénieurs civils en géotechnique effectuent des tests sur les sols et les fondations pour déterminer leur résistance et leur adéquation à différents types de constructions.

Les bureaux de contrôle : Ces bureaux assurent la vérification et l'inspection des travaux de construction. Ils veillent à ce que les projets respectent les normes de sécurité, les réglementations locales et les spécifications techniques.

1.2.3 DOMAINE D'ACTIVITES

Les diplômés en GC jouent un rôle clé dans la conception, la réalisation et l'entretien des ouvrages et équipements publics et privés.

Ils sont impliqués dans toutes les étapes des projets, de l'élaboration des plans à leur mise en œuvre, en passant par la gestion de la construction et l'entretien des structures.

Le domaine d'application du GC est très vaste et couvre principalement :

- Le gros œuvre pour toutes sortes de constructions et bâtiments,
- Les constructions industrielles (usines, entrepôts, réservoirs, etc.),
- Les infrastructures de transport (routes, voies ferrées, ponts, tunnels, ports, canaux, etc.).

1.3. ÉLABORATION D'UN CV

1.3.1 Le curriculum vitae

Le terme "Curriculum Vitae" provient du latin et signifie littéralement "le déroulement de la vie".

1.3.2 Définition d'un CV

Le CV est un document essentiel pour toute candidature, qu'il s'agisse d'un demandeur d'emploi ou d'un professionnel en quête de nouvelles opportunités. C'est un moyen de présenter son parcours et ses compétences.

1.3.3 Un CV personnel

Un CV doit refléter la personnalité du candidat. Il est donc recommandé de créer un modèle unique qui corresponde à son profil et qui soit adapté au poste visé.

1.3.4 Conseils pour les jeunes diplômés

Pour les jeunes diplômés, il est conseillé de limiter le CV à une seule page afin de le rendre concis et direct.

1.3.5 Structure d'un CV

Un CV bien structuré comprend généralement les éléments suivants :

- L'état civil.
- Un titre.
- Le cursus professionnel
- Les formations et diplômes en rapport avec la situation (cursus scolaire, universitaire, formation professionnelle continue.)
- Les compétences particulières (savoirs, savoir-faire et savoir-être), éventuellement développées à titre personnel :
 - Langues parlées et écrites
 - La détention d'un permis de conduire, d'une qualification particulière,
 - La maîtrise d'outils informatiques.
 - Participation à des associations, des loisirs (sports, culture, voyages).

1.4. REDACTION DE LA LETTRE DE MOTIVATION

La lettre de motivation est un document d'une page maximum, adressé à un recruteur pour lui faire part de votre volonté de travailler avec lui tout en lui faisant valoir vos qualités pour le poste.

Il existe deux types de lettres de motivation :

- La candidature spontanée,
- Et la lettre qui répond à une annonce.

Complémentaire du CV, la lettre de motivation se doit d'être adaptée à l'entreprise et au poste convoité.

En effet, pour bien faire passer votre candidature auprès d'un recruteur, le fait de s'intéresser à son entreprise, de montrer que vous avez des informations et que vous savez où vous postulez est du meilleur effet.

Mettre en évidence les qualités que vous n'avez pas pu expliciter dans votre CV

Le fond ainsi que la forme doivent être conforme aux standards.

L'orthographe et la grammaire doivent être correctes, la formulation également et surtout qu'elle soit claire.

Enfin avant de passer à la rédaction de la lettre de motivation renseigner vous suffisamment sur l'entreprise.

Une lettre de motivation bien rédigée se compose généralement de cinq parties distinctes, chacune jouant un rôle essentiel :

1 En-tête et objet : Commencez par indiquer votre adresse ainsi que celle du destinataire, la date et l'objet de votre courrier. Ces éléments permettent d'identifier rapidement le contexte de la demande

2 L'entreprise : Montrez que vous vous êtes informé sur l'entreprise : ses projets récents, ses valeurs, ses activités. Cette démonstration d'intérêt prouve votre motivation et votre implication.

3 Le candidat (vous) : Mettez en avant votre parcours : formations, expériences professionnelles ou stages, ainsi que toute autre activité pertinente (engagement associatif, disponibilité, mobilité...). L'objectif est de donner une image claire et attrayante de votre profil.

4 L'entreprise et vous : Expliquez en quoi vos compétences, vos qualités ou votre expérience peuvent répondre aux besoins de l'entreprise. Il s'agit ici de faire le lien entre votre profil et les attentes du recruteur.

5 Demande d'entretien et formule de politesse : Terminez par une demande explicite d'entretien, en utilisant une formule polie et ouverte, par exemple :

- Je suis disponible pour tout entretien à votre convenance.
- Dans l'attente d'un échange, je vous prie d'agréer...
- Restant à votre disposition pour discuter d'une future collaboration...

1.5. ENTRETIEN D'EMBAUCHE

Les points essentiels sont :

C'est quoi un entretien ? Pourquoi passe-t-on un entretien d'embauche ? Qu'est-ce que le recruteur cherche à savoir en faisant passer un oral au candidat ?

L'entretien d'embauche est une discussion particulière entre un candidat pour un poste de travail et un recruteur. Il est aussi appelé entretien de recrutement ou entretien de motivation.

Cette épreuve suit généralement celle du CV et de la lettre de motivation. Elle vise à vérifier et développer les informations présentes sur le CV du demandeur d'emploi.

Attention : Côté orthographe, faut-il écrire « entretien » ou « entretient » ?

Il existe plusieurs types d'entretien qui se regroupent en deux catégories :

1 L'entretien en face-à-face traditionnel

2 Et celui qui se déroule à distance.

□ Ces deux genres peuvent également se ranger dans deux sous-groupes :

1 les entretiens individuels

2 et les entretiens collectifs : C'est à dire plusieurs candidats passent en même temps devant un jury responsable du recrutement.

□ Les questions posées pendant un entretien :

- Pouvez-vous me parler de vous... ?
- Que savez-vous de nous ?
- Pourquoi avoir postulé pour ce travail en particulier ?
- Pourquoi avez-vous quitté votre précédent employeur ?
- Citez 03 qualités et 03 défauts
- Où vous voyez-vous dans cinq ans ?

1.6. CONDUITE D'INTERVIEW AVEC LES PROFESSIONNELS DU METIER

1.6.1 De quoi avez-vous besoin pour vous préparer ?

- 1 D'informations sur la nature de l'entretien et sur vos interlocuteurs : fonction de la personne qui vous reçoit, durée de l'entretien ou des entretiens successifs... Vous pouvez obtenir ces renseignements par téléphone, avant votre entretien. D'un maximum de données sur
- 2 l'entreprise, son activité, son organisation, et sur le poste à pourvoir. De repères pour construire votre argumentaire : vos principaux savoir-faire, vos principales qualités seront la
- 3 trame de l'entretien

1.6.2 Préparation matérielle

- Veillez à tout prévoir pour être bien à l'heure

- Prenez soin de votre présentation : c'est essentiel. Préparez à l'avance les documents nécessaires, tels qu'une copie de votre CV, de vos diplômes ou de tout autre justificatif utile. Veillez à ce que tout soit prêt et bien organisé.

1.6.3 Les erreurs à éviter

- Vous présentez dans une tenue négligée ou excentrique,
- Vous préparez au dernier moment, et chercher fébrilement comment vous habiller, un certificat de travail, ou le nom de la personne à voir...
- Aller en rendez-vous sans rien savoir sur l'entreprise.
- Paraître agressif : vous offusquer des questions posées, parler du salaire avant la fin de l'entretien.
- N'avoir aucune question à poser.
- Donner des réponses floues, ou bien parler de façon mystérieuse ou avec méfiance.
- Raconter sa vie, et répondre trop longuement aux questions sur vos emplois antérieurs ou vos contraintes familiales.
- Être négatif à propos d'autres employeurs ou d'autres entreprises (évoquer des conflits, des déceptions, des reproches).
- Refuser de répondre à une question, sans expliquer vos raisons.
- Partir sans avoir évoqué la suite qui sera donnée à l'entretien (autre rendez-vous, délai pour la décision...).

1.7. SIMULATION D'ENTRETIENS D'EMBAUCHES

1.7.1 Avant de passer un entretien d'embauche

Il est conseillé de s'entraîner pour être prêt et à l'aise le jour J. La simulation d'entretien d'embauche est donc la solution idéale pour préparer nos étudiants aux futures têtes à tête avec un recruteur.

1.7.2 Simulation d'un entretien d'embauche

Simuler un entretien d'embauche n'est pas aussi passionnant, mais il s'agit d'un jeu, d'un jeu de rôle, dans le sens où on « fait comme si », on « joue au jeu de la vie »

1.8. EXERCICE EN CLASSE : JEU DE RÔLE

Un entretien d'embauche est improvisé en classe, réalisé sous forme d'un jeu de rôle que les étudiants apprécient. Ils s'adonnent au jeu avec enthousiasme.

Ils imitent, simulent l'interview d'embauche et très vite, ils se libèrent, ajoutent des gestes personnels, prennent des initiatives.

Ce jeu de rôle grandeur nature fait acquérir non seulement du vocabulaire et des connaissances linguistiques, mais également des compétences spécifiques de la profession.

En somme, cet exercice combine **expression orale, mise en situation professionnelle et acquisition de savoir-être**, tout en renforçant la confiance en soi. Il s'agit d'un outil pédagogique complet, à la fois ludique et formateur, qui prépare les étudiants à affronter avec plus de sérénité leurs futurs entretiens dans la vie réelle.

1.9. TRAVAIL A DOMICILE

Lorsque vous êtes étudiant, vous pouvez avoir besoin d'un CV dans plusieurs situations : inscription aux études supérieures, stage, job étudiant ou job d'été, par exemple.

Bien qu'il puisse être intimidant de rédiger un CV lorsque l'on n'a jamais travaillé ou que l'on a peu d'expérience, sachez qu'il est tout à fait possible de mettre en valeur vos compétences et votre potentiel.

La clé est de savoir vous vendre avec les informations à votre disposition. Elaborez un CV étudiant pour postuler à un stage dans une entreprise du BTP.

1.10. CONCLUSION

Ce premier chapitre a permis de poser les bases indispensables pour une bonne insertion professionnelle. Les étudiants pourront découvrir les différents métiers du génie civil et du BTP, apprendre à construire un CV efficace, rédiger une lettre de motivation convaincante et se préparer aux entretiens d'embauche.

Grâce aux simulations et aux jeux de rôle, ils peuvent s'exercer à parler d'eux, à valoriser leurs compétences et à affronter un entretien avec plus d'assurance. Ces outils pratiques sont essentiels pour réussir leur entrée sur le marché du travail. L'objectif principal est que chaque étudiant se sente prêt, confiant et professionnel, afin de transformer ses premières démarches vers l'emploi en opportunités concrètes.

Chapitre 2

ENTREPRENDRE ET ESPRIT ENTREPRENEURIAL

2.1 INTRODUCTION

Aujourd'hui, entreprendre ne concerne plus seulement ceux qui veulent créer leur propre entreprise. C'est aussi une manière de penser et d'agir : avoir des idées, oser les réaliser, prendre des initiatives et savoir gérer un projet du début à la fin.

L'esprit entrepreneurial, c'est cette capacité à s'adapter, à innover, à trouver des solutions, que ce soit en tant qu'employé, chef d'équipe, ou futur créateur d'entreprise. C'est une compétence de plus en plus recherchée, dans tous les secteurs, y compris dans le GC et les TP.

Ce chapitre a pour but d'introduire les bases de l'entrepreneuriat : ce que cela signifie, qui peut entreprendre, pourquoi certaines personnes se lancent, et quelles qualités sont nécessaires pour réussir. C'est une première étape pour mieux comprendre comment on peut, chacun à son niveau, devenir acteur de son avenir professionnel.

2.2 ENTREPRENDRE

Définition : s'engager, lancer, initier, exécuter, commencer, tenter :

Ce sont des verbes d'action ayant le même sens.

Entreprendre, signifie commencer à exécuter une action, un projet ou une activité. Cela implique souvent de prendre des initiatives, de s'engager dans un processus qui demande de l'effort, de la détermination, et parfois de prendre des risques.

Qui peut entreprendre ?

L'idée de devenir entrepreneur sonne souvent comme un rêve, un objectif ultime pour certains un engagement fort, tant vis-à-vis des associés – qu'il faut rassurer quant à la pertinence et au potentiel du projet – que des collaborateurs, qu'il convient de motiver en leur offrant des perspectives de stabilité et d'évolution au sein de l'entreprise.

L'entrepreneuriat, désigne le fait de mener une activité dont on est soi-même l'initiateur.

Effectivement, en tant qu'initiateur de projet, c'est grâce au plan d'action de l'entrepreneur que l'activité peut débiter et avancer.

Il est également celui qui prend le plus de risques en démarrant une activité dont le seul garant est sa créativité.

2.3 LES ENTREPRISES AUTOUR DE VOUS

Citez quelques exemples d'entreprises du BTP en Algérie :

SEROR, STARR, SOGERWIT, COSIDER, ETRHB HADDAD, GROUPE DENNOUNI, GROUPE KHERBOUCHE, INFRAFER, INFRARAIL, ...

2.4 LA MOTIVATION ENTREPRENEURIALE

"De plus en plus d'étudiants et de salariés considèrent l'entrepreneuriat comme une alternative professionnelle crédible et un moyen de s'épanouir sur un plan personnel. Mais l'entrepreneuriat est une discipline dont il convient de maîtriser la diversité et la complexité pour concrétiser ses objectifs et ses projets" [1].

La motivation entrepreneuriale peut être alimentée par plusieurs facteurs :

- La passion pour une idée,
- L'envie de liberté et d'autonomie,
- Le désir de créer de la valeur
- La volonté de résoudre un problème spécifique.
- C'est souvent un mélange de ces éléments qui poussent les entrepreneurs à se lancer dans l'aventure.

Et pour vous, qu'est-ce qui vous motive ?

2.5 SAVOIR FIXER LES OBJECTIFS

Pour fixer des objectifs pour une équipe, les points suivants devraient être pris en considération:

1. Commencez par identifier clairement les priorités et les attentes.
2. Placer chaque action dans la bonne case de la matrice urgence/importance.
3. Déléguez immédiatement tout ce qui est urgent/non important.

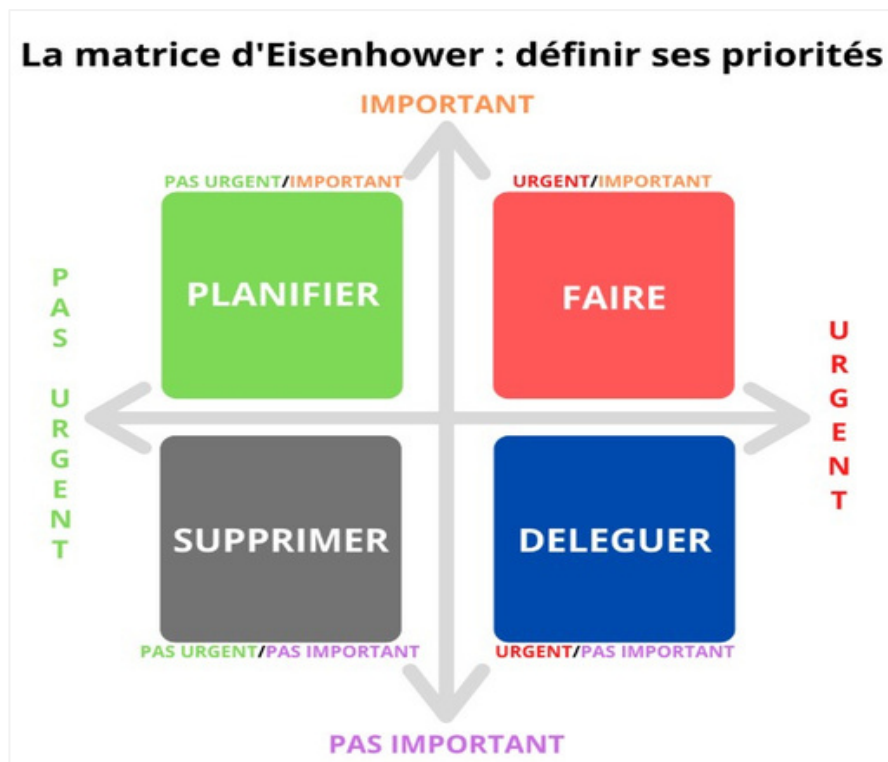


Figure 2.1. *Matrice d'Eisenhower [2]*

Impliquez votre équipe dans le processus pour obtenir leur adhésion

« Dis-le-moi et je l'oublierai ; Enseigne-le-moi et je m'en souviendrai ; Implique-moi et j'apprendrai ». [3]

Assure-toi que les objectifs soient SMART

Spécifiques,

Mesurables,

Atteignables,

Réalistes

Temporels

Et n'oublie pas de suivre régulièrement les progrès et d'ajuster si nécessaire.

Et pour toi, quelles sont tes objectifs que tu veux fixer ?

Quels sont les différents types d'objectifs ?

Les types d'objectifs métier :

- Objectifs délimités dans le temps. Objectifs à long terme. ...
- Objectifs de performance
- Objectifs quantitatifs et qualitatifs. ...
- Objectifs orientés résultat et processus.
- Objectifs de croissance.
- Facteurs de la réussite.
- La portée stratégique.

2.6 SAVOIR PRENDRE LES RISQUES

Savoir prendre des risques dans une entreprise est crucial pour éviter les erreurs coûteuses et améliorer la prise de décision. Cela peut également aider à renforcer la culture de sécurité et à protéger les ressources de l'entreprise.

Le management des risques du projet inclut les 06 processus suivants :



Figure 2.2. *Management des risques*

La norme ISO 31000 décrit un processus de gestion des risques composé de plusieurs étapes :

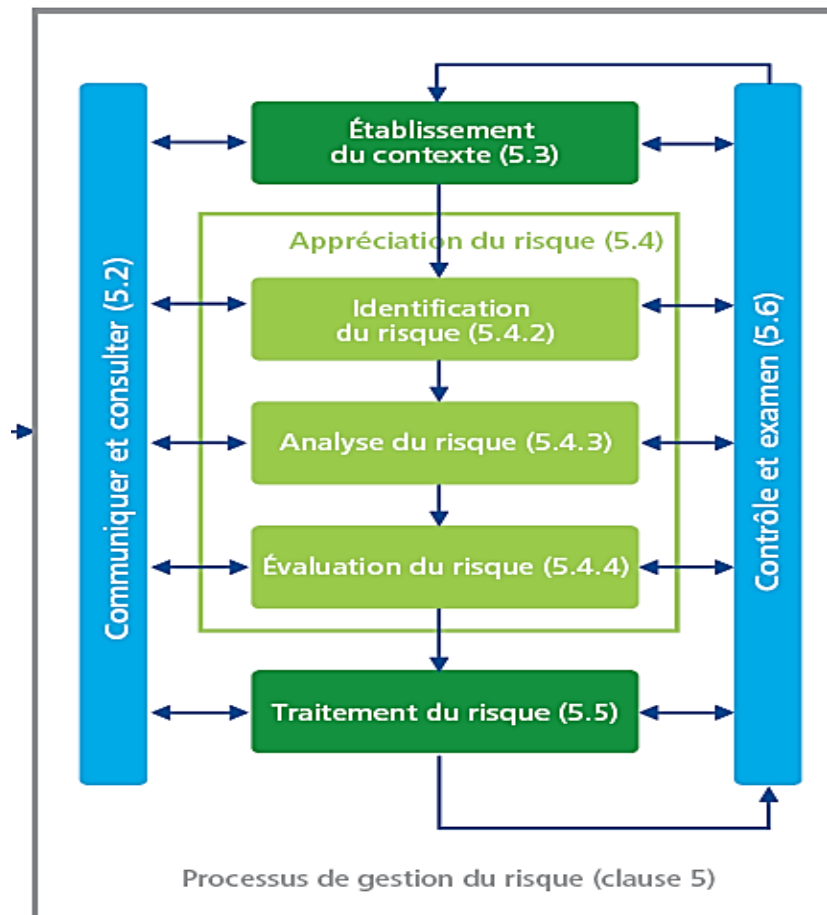


Figure 2.3. *Processus ISO 31000 [4]*

2.7 EXERCICE EN CLASSE

Vous êtes en train de créer votre propre entreprise de BTP. Pour assurer le bon démarrage et la pérennité de votre activité, vous devez identifier 05 risques potentiels et proposer des solutions pour les anticiper.

2.8 TRAVAIL A DOMICILE

Vous êtes en train de créer votre propre entreprise de BTP (Bâtiment et Travaux Publics). Pour assurer le bon démarrage et la pérennité de votre activité, il est essentiel de fixer des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis).

Formuler vos objectifs selon cette méthode vous permettra d'avoir une feuille de route claire, de suivre vos progrès et d'ajuster vos actions si nécessaire. Voici comment structurer vos objectifs selon trois horizons temporels

- Définir 3 objectifs à court terme (6 mois à 1 an) pour le lancement de votre entreprise.

- Définir 3 objectifs à moyen terme (1 à 3 ans) pour assurer la croissance et la pérennité de votre activité.
- Définir 3 objectifs à long terme (3 à 5 ans et plus) pour le développement et l'expansion de votre entreprise.

Réfléchissez et rédigez vos propres objectifs selon votre vision et votre marché ciblé.

2.9 CONCLUSION

Ce chapitre a permis de poser les bases de l'entrepreneuriat, en insistant sur le fait qu'entreprendre ne se limite pas à créer une entreprise, mais constitue aussi une attitude, un état d'esprit tourné vers l'action, l'innovation et la responsabilité. Nous avons vu que chacun peut entreprendre, à condition de posséder ou de développer certaines qualités comme l'audace, la motivation, la capacité à se fixer des objectifs et à prendre des risques mesurés.

À travers des exemples concrets du secteur du BTP, nous avons mieux compris la réalité de l'entrepreneuriat en Algérie et les opportunités qu'il offre. L'importance de la motivation personnelle, du sens de l'organisation et d'une vision claire à court, moyen et long terme a également été mise en lumière.

Ainsi, entreprendre, c'est avant tout croire en soi, en ses idées, et se donner les moyens de les concrétiser dans un environnement parfois incertain, mais toujours porteur de défis à relever. C'est cette démarche proactive et réfléchie que ce cours vise à encourager, afin de former une génération de futurs acteurs du changement, capables d'imaginer, de créer et de faire évoluer le monde qui les entoure.

Chapitre 3

LE PROFIL D'UN ENTREPRENEUR ET LE METIER D'ENTREPRENEUR

3.1 INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est aujourd'hui au cœur du développement économique et social des nations. Il constitue un moteur d'innovation, de création de richesses et d'emplois, tout en répondant aux besoins spécifiques des marchés. Dans ce contexte, l'entrepreneur occupe une place centrale, car il est l'initiateur de l'action entrepreneuriale. Comprendre son profil, ses compétences et les défis qu'il doit relever est essentiel pour toute personne aspirant à entreprendre.

Ce chapitre se propose d'examiner en profondeur le profil de l'entrepreneur, ses qualités, ses compétences, ainsi que le métier d'entrepreneur dans le contexte algérien. Il abordera également la place des (PME/TPE) dans l'économie nationale, les mécanismes de soutien à l'entrepreneuriat, l'émergence des startups, les incubateurs, et les facteurs clés de succès. Enfin, des pistes seront explorées à travers une étude de cas pour encourager la réflexion et la mise en pratique.

L'objectif est de permettre à l'étudiant de comprendre non seulement le rôle et les compétences de l'entrepreneur, mais aussi l'écosystème dans lequel il évolue, afin de mieux se préparer à une future carrière entrepreneuriale ou à soutenir l'innovation au sein d'une organisation.

3.2 LE PROFIL D'UN ENTREPRENEUR

3.2.1 L'entrepreneur représente le pilier central de l'entrepreneuriat. Il est à la fois porteur d'innovation et créateur de valeur, capable de saisir les opportunités qui se présentent, tout en mobilisant les ressources nécessaires pour produire, commercialiser et générer du profit.

3.2.2 L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a fondée. Il se distingue par des qualités particulières, telles que la capacité à innover, à prendre des décisions stratégiques et à mettre en œuvre de nouvelles méthodes de gestion .

3.2.3 *Les ressources sont les suivantes :*

- Ressources humaines
- Ressources financières
- Ressources matériaux
- Ressources matérielles
- Ressources informationnelles

3.2.4 Le processus organisationnel

Le processus organisationnel décrit les étapes nécessaires pour structurer les activités d'une organisation et atteindre ses objectifs. Comme le montre la figure 3.1, ces étapes sont liées et se complètent pour assurer une gestion efficace.

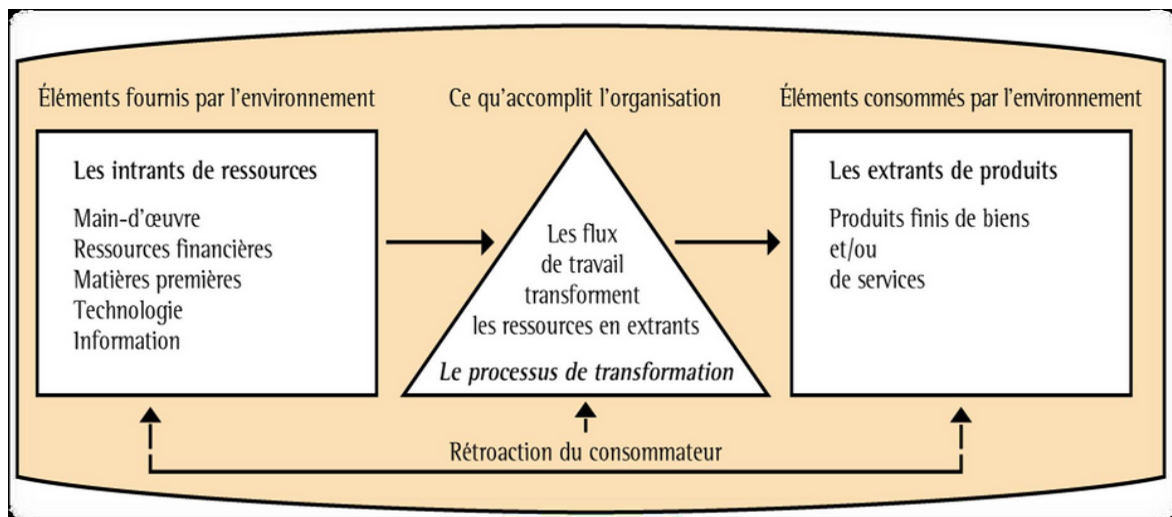


Figure 3.1 : Le processus organisationnel [5]

3.3 LES 10 COMPETENCES DE L'ENTREPRENEUR [6]

3.3.1 Choix de l'idée :

L'entrepreneur est celui qui possède la capacité de transformer une idée en un projet concret, en suivant une trajectoire clairement définie. L'une de ses compétences clés réside dans le choix pertinent de l'idée, ce qui implique une capacité d'analyse critique, notamment en procédant à un tri rigoureux à la lumière des réalités et des données de l'environnement.

3.3.2 Concrétiser le projet :

En second lieu, tout entrepreneur désireux de réussir son projet doit se poser une question fondamentale : comment structurer son idée de manière à en faire un projet réalisable et viable. Cela implique, entre autres, une bonne connaissance des textes législatifs et des réglementations encadrant la création d'entreprise.

3.3.3 *Savoir planifier :*

L'entrepreneur doit faire preuve de capacités de planification, en étant en mesure d'anticiper les ressources matérielles et humaines nécessaires à la mise en place de son entreprise. Autrement dit, il doit disposer d'une vision claire de ses objectifs et être en mesure d'identifier les moyens requis pour les atteindre.

3.3.4 *Création d'une entreprise :*

La transition de la situation A, correspondant à l'idée de projet, vers la situation B, représentant la création effective de l'entreprise, nécessite une maîtrise approfondie des étapes de conception, de développement et de concrétisation d'un projet entrepreneurial.

3.3.5 *Savoir Organiser :*

Après le lancement de l'entreprise, l'étape suivante consiste à mettre en place une organisation adaptée à ses besoins. L'entrepreneur doit alors concevoir une structure organisationnelle cohérente, en choisissant les systèmes de gestion les plus appropriés, qu'il s'agisse des systèmes d'information, de communication ou de pilotage des activités. À ce stade, la prise de décision devient un élément central, faisant partie intégrante des compétences organisationnelles indispensables à tout dirigeant.

3.3.6 *Savoir animer :*

L'animation du système organisationnel relève de la responsabilité directe du fondateur de l'entreprise. Celui-ci doit définir et adopter un style de management adapté à la culture et aux objectifs de sa structure. À ce stade, il est essentiel que l'entrepreneur possède des compétences en gestion d'équipe ainsi qu'en communication, afin de mobiliser efficacement ses collaborateurs et assurer une dynamique de travail productive.

3.3.7 *Savoir développer :*

Une fois l'entreprise mise en place, dotée de ses systèmes de gestion et opérationnelle, l'entrepreneur doit être en mesure de lui insuffler l'élan nécessaire pour assurer un démarrage solide et durable. Le développement de la structure exige de sa part une vision claire et stratégique, capable de guider l'entreprise sans retour en arrière, en lui apportant l'impulsion indispensable à sa croissance.

3.3.8 *Savoir consolider :*

Les premiers pas d'une entreprise sont déterminants pour sa trajectoire future. Il revient à l'entrepreneur de consolider chaque avancée afin de rendre le processus de développement irréversible. À ce stade, la maîtrise de l'information devient cruciale : il doit être capable d'analyser

les données en temps réel pour préserver les acquis tels que la clientèle, les parts de marché ou encore la notoriété naissante de l'entreprise.

3.3.9 Savoir évaluer

Pour renforcer durablement les premiers résultats obtenus, l'entrepreneur ne peut poursuivre efficacement son développement sans procéder à une évaluation rigoureuse de l'ensemble du système organisationnel. Cette fonction de contrôle, essentielle en management, repose notamment sur l'utilisation d'outils tels que la comptabilité analytique, l'audit interne ou encore le suivi des indicateurs de performance, afin d'analyser les différentes interfaces de l'entreprise et d'optimiser son fonctionnement.

3.3.10 Savoir anticiper :

L'évaluation, en tant que pratique managériale, constitue un outil essentiel permettant à l'entrepreneur d'anticiper les risques comme les opportunités. Cette capacité d'anticipation est une compétence clé, car elle lui permet de rester lucide et stratégique face à un environnement en constante évolution, souvent porteur d'incertitudes autant que de perspectives favorables.

3.4 LA PLACE DES PME ET DES TPE EN ALGERIE

Dans le but de stimuler l'investissement privé, l'Algérie a mis en place une politique de soutien à la création d'entreprises. Cette ouverture économique s'est accompagnée de diverses mesures visant à favoriser le développement des petites et moyennes entreprises (PME). À cet effet, plusieurs structures ont été instituées, notamment : l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), National Entrepreneurship Support and Development Agency (NESDA), ainsi que l'Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit (ANGEM), entre autres.

3.5 DEFINITION DE LA P.M.E EN ALGERIE

Entreprise de production de bien et /ou de service.

De 01 à 250 employés.

Chiffre d'affaires n'excède pas 02 milliards.

Total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars.

Entreprise indépendante.

Il existe plusieurs types d'entreprises:

1- Moyenne Entreprise : M.E

De 50 à 250 employés.

Chiffre d'affaires entre 200 millions et 02 milliards de dinars.

Total bilan entre 100 et 500 millions de dinars.

2- Petite Entreprise : P.E

De 10 à 49 employés.

Chiffre d'affaires n'excède pas 200 millions de dinars.

Total bilan n'excède pas 100 millions de dinars.

3- Très petite Entreprise : TPE

De 01 à 09 employés.

Chiffre d'affaires n'excède pas 20 millions de dinars.

☐ Total bilan n'excède pas 10 millions de dinars.

3.6 OU TROUVER L'OFFRE D'EMPLOI EN ALGERIE

Pour chercher un emploi en Algérie, il existe plusieurs moyens : sites internet, réseaux sociaux, journaux et plateformes officielles. Cette partie présente les principaux outils pour trouver une offre adaptée à son profil.

3.6.1 Site de la fonction publique :

C'est le site officiel pour consulter les concours et offres d'emploi dans les institutions publiques. Il permet aux citoyens de suivre les annonces et de postuler en ligne.

<https://fonction-public.city-dz.com>

3.6.2 Site d'internet d'emploi :

Les sites d'emploi en ligne sont devenus des outils incontournables pour la recherche d'emploi. Ils permettent aux chercheurs d'emploi de consulter des offres actualisées, de déposer leur CV, de postuler directement en ligne et même de recevoir des alertes selon leur profil.

Ces plateformes facilitent aussi le travail des recruteurs, qui peuvent publier des annonces, trier les candidatures et entrer rapidement en contact avec les postulants. Parmi les sites les plus utilisés en Algérie, on peut citer :

lejournaldelemploi.dz

Les demandeurs peuvent déposer leur CV, trouver des offres d'emploi selon leur profil, et les recruteurs déposent leurs avis.

<https://www.facebook.com>

La majorité des institutions publiques ou privées, entreprises sociétés, fonctions libérales, et d'autres, publient leurs avis de recrutement : www.annonce-algerie.com

3.6.3 Les journaux:

La loi exige que les avis de recrutement pour les institutions doivent être obligatoirement publiés par des journaux.

3.7 QU'EST-CE QU'UNE STARTUP ?

Le terme startup, qui signifie littéralement « entreprise en démarrage », désigne une structure émergente expérimentant une activité innovante sur un marché nouveau, souvent incertain, où les risques sont difficilement quantifiables.

3.8 QU'EST-CE QU'UN INCUBATEUR OU ACCELERATEUR D'ENTREPRISE ?

Un incubateur d'entreprises, ou accélérateur de startups, est une structure dédiée à l'accompagnement des projets de création d'entreprise. Il offre divers types de soutien aux porteurs de projets durant les phases initiales, notamment en matière d'hébergement, de formation, de conseil stratégique, ainsi que d'aide à la recherche de financements.

L'incubation permet donc aux porteurs de projet :

- De bénéficier d'un soutien matériel et financier
- D'intégrer un réseau d'entrepreneurs et de professionnels
- De domicilier facilement leur entreprise
- D'accéder à des locaux tout équipés
- D'être accompagné dans leurs démarches de création et de développement d'entreprise
- De trouver des fonds pour financer le développement de leur projet
- De bénéficier d'un soutien matériel et financier
- D'intégrer un réseau d'entrepreneurs et de professionnels

- De domicilier facilement leur entreprise
- D'accéder à des locaux tout équipés
- D'être accompagné dans leurs démarches de création et de développement d'entreprise
- De trouver des fonds pour financer le développement de leur projet

PAR EXEMPLE :

L'incubateur Student Center i2E (Innovation, Entrepreneuriat et Emploi) de l'Université de Tlemcen dispose de structures dédiées à l'accueil et à l'accompagnement de projets innovants, en lien direct avec la recherche universitaire. Il accompagne les porteurs de projets dans la formalisation de leurs idées et dans la validation de la faisabilité de leurs initiatives. Cet incubateur s'articule autour de deux missions principales : une mission de valorisation des résultats de la recherche et une mission de sensibilisation à l'entrepreneuriat.



Figure 3.2 : Student Center I2E

3.9 LES FACTEURS CLE DE SUCCES D'UNE PME

Les petites et moyennes entreprises (PME) sont un moteur important de l'économie. Pour réussir, elles doivent se concentrer sur certains **facteurs clés de succès**. Ces facteurs incluent des qualités comme :

- Des qualités que l'entreprise doit atteindre (agilité, fiabilité, diversité)
- Des caractéristiques sur les produits (prix, taille, image, fonctionnalités)
- Des relations spécifiques avec les tiers (fidélisation des clients, exclusivité fournisseur ...)
- Des compétences à maîtriser (Lean Startup, Minimum Viable Product (MVP), savoir-faire ...)

Remarque :

- Le **lean startup** repose sur l'idée que pour être certain de créer un produit ou un service qui répond réellement aux besoins de la cible, il faut interroger celle-ci à chaque étape. Ainsi, il est possible de corriger immédiatement les éventuels défauts de l'offre avant de passer à l'étape suivante. Cela évite que l'entrepreneur n'interprète les besoins des clients, ou développe les fonctionnalités qui l'intéressent sans s'assurer qu'il existe un marché pour cela. Cette méthode a donc pour objectif de réduire significativement le risque d'échec. Un produit minimum viable (**MVP ou Minimum Viable Product** en anglais) est une version d'un produit rassemblant seulement les fonctionnalités élémentaires lors de son lancement sur le marché. L'objectif est d'économiser ses efforts sur la conception de l'offre tout en en apprenant un maximum sur les besoins des acheteurs potentiels.

Un échantillon de clients cibles teste cette version non aboutie de l'offre et fournit des commentaires qui aident à affiner le concept et à proposer une offre finale aboutie plus tard, suite à une série d'itérations.

C'est Eric Ries, auteur de *The Lean Startup*, qui a popularisé ce terme. Sa définition du MVP met l'accent sur la quantité maximale d'apprentissage vis-à-vis de ses clients avec un minimum d'efforts fournis.

Le MVP est une composante de l'approche marketing Lean Startup, également développée par Eric Ries, et se base sur la validation des apprentissages par itérations (Validated Learning). Il permet in fine d'optimiser l'expérience produit et d'assurer la viabilité de son business.

Selon un professeur de la Harvard Business School, 95% des nouveaux produits échouent. L'utilisation de la stratégie MVP résout ce problème puisque, grâce aux commentaires des consommateurs, l'équipe produit peut connaître l'avis des individus.

C'est en menant des sessions de tests de concept que vous pourrez affiner et valider votre offre pour qu'elle trouve son public dès le départ.

3.10 TRAVAIL A DOMICILE

Lisez la situation suivante et répondez aux questions :

Mohamed ancien responsable HSE, a lancé son entreprise de vente des EPI (Equipements de Protection Individuels) en ligne. Passionné par la santé et la sécurité des travailleurs sur les chantiers, il a dû apprendre à gérer un site e-commerce, à promouvoir ses produits sur les réseaux sociaux et à convaincre des investisseurs de financer son projet.

Malgré des difficultés au début, il n'a jamais abandonné et a su s'adapter aux attentes de ses clients et anticiper la prévision des risques.

1. Quelles qualités et compétences, Mohamed l'ont aidées à réussir ?
2. Quels défis a-t-il dû surmonter ?
3. À votre avis, comment pourrait-il encore améliorer son entreprise ?

3.11 CONCLUSION

Ce chapitre a permis de mieux comprendre le rôle central de l'entrepreneur, ses compétences clés, et les conditions de succès d'un projet entrepreneurial. Le profil de l'entrepreneur n'est pas figé : il se construit au fil des expériences, des apprentissages et de l'environnement économique.

Enfin, les dispositifs de soutien tels que les incubateurs, les plateformes d'emploi, ou les aides publiques, renforcent l'écosystème entrepreneurial et offrent de nombreuses opportunités aux jeunes créateurs.

Chapitre 4

TROUVER UNE BONNE IDEE D'AFFAIRES

4.1 INTRODUCTION

L'entrepreneuriat, un domaine en constante évolution, repose sur une multitude d'éléments clés pour réussir. L'idée de départ est essentielle et doit s'appuyer sur des compétences, des passions et une compréhension précise du marché.

Ce chapitre explore différentes méthodes pour identifier une idée d'affaire viable, évaluer les opportunités et analyser la stratégie à adopter pour réussir. À travers des approches pratiques et des outils comme l'analyse SWOT, il devient possible de mieux se préparer aux défis qui attendent tout entrepreneur.

4.2 COMMENT TROUVER UNE BONNE IDEE POUR SE LANCER DANS UNE AFFAIRE ?

La caractéristique la plus importante pour appeler le succès en affaires est de « savoir communiquer avec les autres » (45%) suivi « d'être déterminé » (15%) et « d'être discipliné » (14%). [7] Les experts nous proposent 05 astuces pour trouver la bonne idée d'affaire

☐ Que savez-vous faire et surtout, qu'aimez-vous faire ?

Il est souvent plus simple de créer dans le secteur ou le métier que l'on maîtrise, car dans un tel cas :

- Vous savez si l'idée est réaliste,
- Vous connaissez le secteur et les règles du jeu,
- Vous maîtrisez le savoir-faire technique,
- Vous avez le bon "carnet d'adresses" pour avancer rapidement.

☐ Que est votre talent ? ... Ecoutez ce que les autres disent de vous!

- "Tu es vraiment doué pour..."
- "Moi, je te verrais vraiment dans..."
- "Tu n'as pas ton pareil pour..."
- "Peux-tu m'aider à..."

Vous avez déjà entendu ce genre de propos ? Cela signifie que vous avez un talent que vous pourriez parfaitement exploiter en créant une entreprise.

« Créer une entreprise est par ailleurs un acte qu'un individu ne renouvelle pas fréquemment dans une vie professionnelle. L'acte de création suit des trajectoires variées. Il n'y a pas un parcours qui ressemble à un autre. On peut créer par choix, avec une intention qui s'est formée et développée au fil du temps, après avoir évalué l'ensemble des alternatives » [1]

Faites fonctionner votre esprit critique !

Lorsque vous achetez quelque chose ou que vous utilisez un objet ou un service, demandez-vous :

- Est-ce le meilleur produit, le plus efficace, le moins cher, le plus sûr, le plus pratique ?
- Quels sont ses défauts ? Quels sont ses points d'amélioration ? Recherchez des solutions pour l'améliorer : cela pourra vous inspirer et vous donner de nombreuses idées !

Ce qui engendre de la créativité

La créativité décrit, en général, la capacité d'un individu à imaginer ou construire et mettre en œuvre un concept neuf, un objet nouveau ou à découvrir une solution originale à un problème.

Soyez curieux pour trouver l'inspiration !

- Rendez-vous dans les salons professionnels qui sont en relation avec vos centres d'intérêt et repérez les innovations technologiques, nouveaux produits qui y sont présentés.
- Lisez régulièrement les magazines, les revues professionnelles qui vous intéressent et surfez sur le web pour nourrir votre propre réflexion.

Ce qui engendre de l'innovation

L'innovation est la recherche constante d'améliorations de l'existant.

L'innovation se manifeste par la création d'un produit, d'un service, d'un procédé de fabrication ou d'un mode d'organisation nouveau, directement applicable dans le système de production et conçu pour répondre de manière efficace aux besoins des consommateurs.

La capacité à innover est un avantage compétitif majeur vis-à-vis des concurrents.

☐ Observez les concepts qui marchent à l'étranger !

Qu'il s'agisse d'un produit encore inexistant sur le marché algérien ou d'un concept ayant rencontré un grand succès à l'étranger, il est possible d'envisager son importation ou son adaptation aux spécificités de la clientèle locale, afin de répondre à une demande non satisfaite et de créer une opportunité d'affaires viable.

4.3 L'ANALYSE SWOT, L'OUTIL STRATEGIQUE

Réaliser un SWOT est une démarche qui s'appuie sur l'identification de vos Forces, vos Faiblesses, ainsi que les Opportunités et Menaces du marché

(En anglais : Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats – SWOT).



Figure 4.1. *SWOT Analyse*

نقاط القوة نقاط الضعف الفرص المتاحة التهديدات أو الأخطار المتوقعة

La matrice SWOT constitue un outil stratégique essentiel permettant d'analyser le positionnement d'une organisation et de définir les axes d'amélioration à privilégier dans une démarche de développement.

Lorsqu'elle est menée de manière rigoureuse, l'analyse SWOT permet d'identifier avec précision les forces et les faiblesses internes, tout en mettant en lumière les menaces et les opportunités issues de l'environnement externe.

La matrice SWOT se présente sous la forme d'un tableau à quatre volets, permettant de classer, après identification, les forces et les faiblesses internes de l'entreprise, ainsi que les menaces et opportunités issues de son environnement externe à court ou moyen terme. De par sa simplicité et son efficacité, cet outil s'est imposé comme un instrument incontournable dans toute démarche de réflexion stratégique.

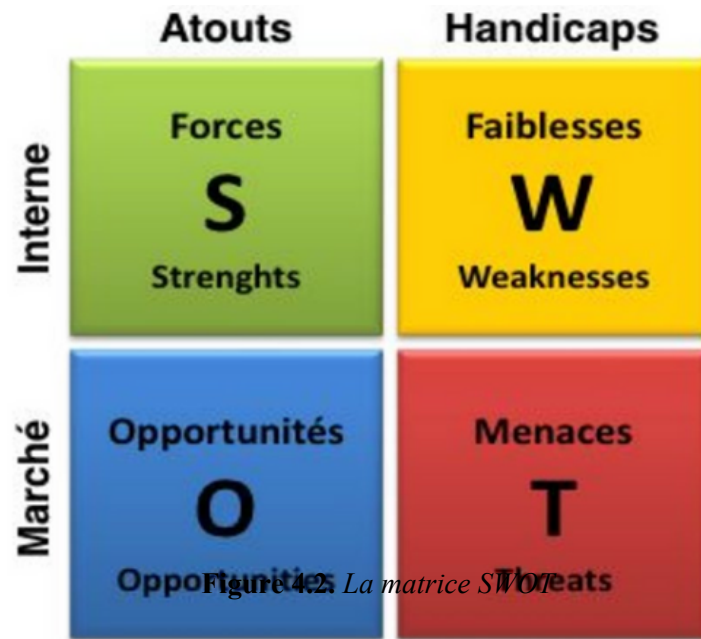


Figure 4.2. La matrice SWOT

La méthode SWOT en 7 étapes :

1ère étape : Une enquête de terrain :



Figure 4.3 Brainstorming

2ème étape: La préparation :

Chaque participant à l'étude se voit remettre un pré-modèle de l'analyse SWOT où sont listées les informations connues et généralement admises.

Chacun prend le temps de commenter et de réfléchir aux forces, faiblesses, menaces et opportunités telles qu'il les perçoit de son poste d'observation. Il confronte ses idées avec ses collègues de travail.

3ème étape : Établir les règles de la confrontation d'idées :

Comme pour toute rencontre efficace, d'entrée de jeu l'animateur précise les règles :

Chacun a le droit de s'exprimer

Toute idée proposée est par principe une bonne idée tant qu'elle n'a pas été dépassée par une idée fédérative

Les responsabilités ne sont pas encore fixées, il n'y a donc aucun risque de s'engager et à proposer une idée (d'expérience, cette règle est peut-être la plus difficile à faire admettre)

4ème étape : On identifie les forces :

Approcher et organiser les apports de chaque participant par similarité. Chacun peut argumenter pour défendre sa suggestion si nécessaire.

C'est pour cela qu'il est indispensable d'inciter les participants à bien soigner la phase de préparation pour construire sa batterie d'arguments.

5ème étape : On identifie les faiblesses :

C'est une opération un peu plus délicate.

Exemple le manque de personnel compétant ou personnels inexpérimentés.

6ème étape : On identifie les menaces et les opportunités :

Le pessimisme et l'optimisme entre en jeux.

Ce qui peut sembler une menace pour les uns sera une source d'opportunité pour les autres

7ème étape : On précise les priorités :

On classe les résultats de chacune des quatre rubriques par degré d'importance et d'urgence.

La synthèse :

L'analyse SWOT vise à repérer les éléments clés qui influencent la stratégie d'une organisation. Il s'agit notamment :

- **Des forces majeures**, sur lesquelles l'entreprise peut s'appuyer pour progresser et tirer parti des opportunités ;
- **Des faiblesses les plus critiques**, qu'il convient de corriger rapidement afin de limiter leur exposition aux menaces ;
- **Des menaces les plus sérieuses**, qu'il est essentiel d'anticiper et de prévenir ;
- **Des opportunités les plus pertinentes**, qu'il convient de saisir pour favoriser la croissance et l'innovation.

4.4 COMMENT DETECTER ET EVALUER UNE OPPORTUNITE D'AFFAIRE ?

Une opportunité c'est avant tout un potentiel de faire des affaires, on apporte une valeur au projet si on a :

- ☐ Les contacts dans le marché visé ;

Plus concrètement, vous aurez fait le tour de l'état des lieux si vous êtes en mesure de répondre aux questions suivantes :

- Comment ça marche ? Moyens, coûts, compétences, procédures, réglementations, délais...
- Qu'est-ce qui ne marche pas ? La localisation, la disponibilité du public, les contraintes techniques, juridiques...
- Quels sont les moyens dont je dispose ? Autofinancement, compétences, disponibilité, carnet d'adresses, expérience préalable...
- Quels sont les moyens qui me manquent ? Matériels, humains, financiers...
- Qui sont les principaux acteurs ? Services municipaux, services de l'Etat, associations locales, entreprises, professionnels... (que font-ils ? Quelles sont les ressources dont ils disposent qui pourraient servir mon projet ?).
- Qui sont les partenaires potentiels ? Ceux vers qui je vais aller en priorité.
- Quel est l'état de la concurrence ? Qui sont mes principaux concurrents et qu'est-ce qui fait la différence ?

- ☐ Les compétences ou la crédibilité sur le marché visé ;

Assurez-vous d'avoir au moins les bases des compétences requises.

- Formez-vous si nécessaire.
- Si le temps vous manque, trouvez ces compétences chez un ou des coéquipiers. Sinon, sous-traitez ce que vous ne savez pas faire.

Les fonds nécessaires.

- A savoir combien va coûter votre projet (les dépenses) et si vous êtes en mesure de réunir les financements nécessaires (les recettes).
- Le budget prévisionnel doit refléter fidèlement l'analyse de vos besoins et les ressources que vous avez ou que vous comptez réunir pour les satisfaire.

EXEMPLE DE DEPENSES/RECETTES : [8]

Dépenses TTC	Recettes TTC
Installation du local	Apport financier
Travaux (plomberie,électricité, peinture, sol) 21 340DA	Autofinancement
Mise aux normes desécurité8230DA	(Apport personnel) 7320 DA
Équipement mobilier	APC – mobilier (acquis) 12 000 DA
(tables, chaises, placards)19510DA€	Aide du ministère (en cours) 20 000 DA
Frais de fonctionnement1ère année	Aide de la wilaya-(acquis) 9150 DA
Assurance 2740DA	Aide de la commune 12 200 DA
Électricité 7620 DA	Aide APC (loyer) 27 420 DA
Loyer et charges (3500 x 12mois) 42 000 DA	Subvention entreprise privée d'informatique
Publicité 6710 DA	(50% sur les ordinateurs) 24000 DA
Matériel pour activités	Associations des professeurs
Achat d'un ordinateur avec les logiciels	(30 heures de cours offertes) 7320 DA
48 000 DA	Bénévolat valorisé rénovation du
Documentation, abonnement 6000 DA	local (10 jours x 3 personnes x760 DA)
Intervention de professeur	22 800 DA
(60 heures x 150 DA) 9000 DA	RÉSULTAT INTERMÉDIAIRE 142 210 DA
Divers, imprévus	
Total : 186 150 DA	Reste à trouver (186 150 DA – 142 210 DA)
	43 940 DA

4.5 TRAVAIL A DOMICILE:ANALYSE SWOT D'UNE ENTREPRISE BTP LOCALE

Réaliser une analyse SWOT d'une entreprise spécialisée en génie civil, située dans votre wilaya. Ce travail se fait en équipe de 4 à 5 étudiants et vise à comprendre les enjeux stratégiques de l'entreprise choisie.

Justifiez votre choix en présentant brièvement l'entreprise (nom, secteur d'activité, taille, réalisations...).

Synthétisez vos recherches sous forme d'un tableau SWOT clair et structuré.

4.6 CONCLUSION

Le processus entrepreneurial est un parcours complexe mais passionnant, où chaque étape nécessite une réflexion approfondie. Trouver la bonne idée, analyser le marché, évaluer les ressources et prendre des décisions stratégiques sont des actions fondamentales pour garantir la réussite. À travers les outils et conseils présentés, les futurs entrepreneurs peuvent se doter des bases nécessaires pour transformer une idée en un projet concret et performant. L'analyse SWOT, en particulier, se révèle être un outil indispensable pour orienter ses décisions stratégiques et maximiser ses chances de succès.

Chapitre 5

Lancer et faire fonctionner une entreprise

5.1 INTRODUCTION

Créer et faire fonctionner une entreprise est un processus complexe qui exige une préparation rigoureuse, une compréhension approfondie du marché et une gestion structurée des ressources. Ce chapitre a pour objectif de guider l'étudiant à travers les étapes clés de la création d'entreprise, de la définition de l'idée jusqu'à la mise en œuvre opérationnelle.

Il s'agit d'acquérir les outils nécessaires pour identifier un marché pertinent, choisir une structure juridique adaptée, rechercher un financement adéquat, recruter efficacement et gérer ses fournisseurs. En tenant compte du contexte économique algérien, ce chapitre présente également les dispositifs de soutien à la création d'entreprises disponibles localement.

À travers une approche pratique, ce chapitre vise à développer une vision entrepreneuriale réaliste et appliquée aux enjeux actuels.

5.2 COMMENT CHOISIR UN MARCHE APPROPRIÉ ?

Le choix du marché est une étape déterminante dans la réussite d'un projet entrepreneurial. Il s'agit d'identifier un environnement porteur, en cohérence avec vos compétences, vos intérêts et les opportunités économiques existantes.

Pour bien cibler un marché, il est essentiel de se poser les **cinq questions clés suivantes** :

1. Quelles sont les grandes tendances du marché ?
2. Qui sont les acheteurs et les consommateurs ?
3. Qui sont les concurrents ?
4. Quel est l'environnement de mon marché ?
5. Que savez-vous faire et surtout, qu'aimez-vous faire ? ...

Pour qu'une étude de marché soit pertinente et exploitable, il est essentiel de suivre une démarche rigoureuse et structurée, en abordant quatre dimensions majeures : l'analyse du marché, l'identification de l'offre existante, l'évaluation de la demande potentielle, ainsi que l'examen de l'environnement global du projet.

Cette démarche stratégique est synthétisée sur la figure 5.1 [9]

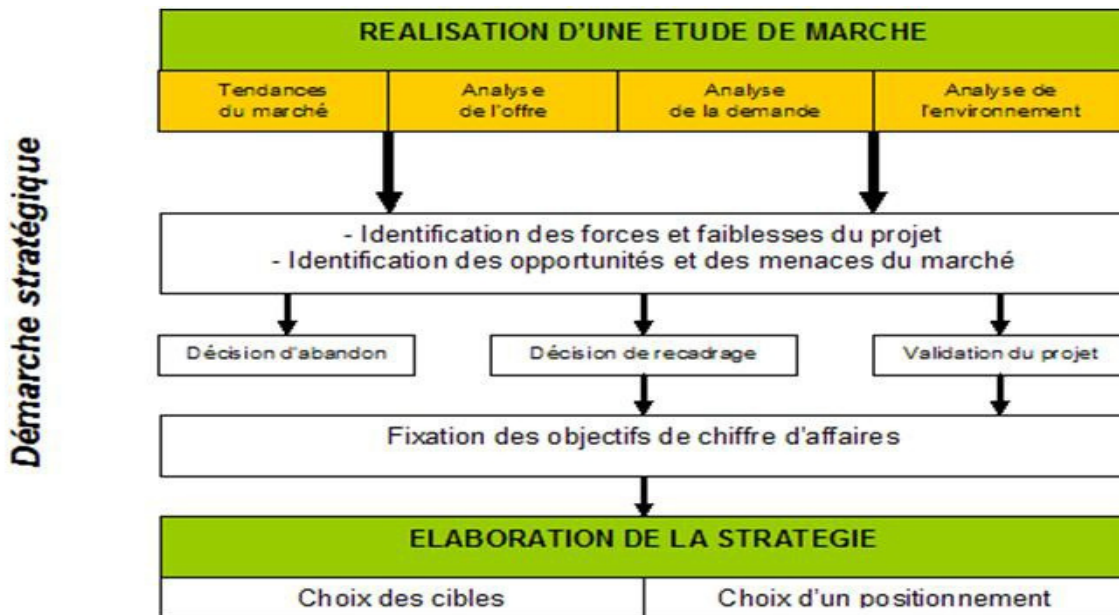


Figure 5.1 Les étapes d'une étude de marché [9]

Après la validation du projet, on doit fixer les objectifs de chiffre d'affaires, cibler sa clientèle et définir son positionnement :

- Fixer des hypothèses de chiffre d'affaires

Après avoir analysé méthodiquement le marché, vous devez être en mesure d'évaluer un chiffre d'affaires prévisionnel.

Ce montant vous permettra d'alimenter votre prévisionnel financier pour déterminer si votre projet est viable financièrement. Attention, il ne s'agit là que d'hypothèses. Il n'existe pas une, mais plusieurs méthodes de calcul pour aboutir à un chiffre d'affaires prévisionnel. Le chiffre d'affaires (CA) est la somme des ventes de biens ou de services d'une entreprise.

Sa formule : $CA = \text{prix de vente} * \text{quantité vendues}$. Le chiffre d'affaires peut se calculer pour n'importe quelle période, cela dit il est souvent calculé de façon mensuelle, trimestrielle et annuelle. Cette notion est le premier indicateur de performance des ventes d'une entreprise.

- Faire les meilleurs choix pour atteindre ses objectifs

Au regard de la compréhension de votre marché, vous allez devoir déterminer les moyens pour atteindre vos clients. On parle de déterminer la stratégie. C'est en fait le fil conducteur qui va permettre à votre entreprise d'atteindre le chiffre d'affaires que vous avez fixé au préalable.

- Obtenir le mix-marketing le plus cohérent possible

On appelle mix-marketing l'ensemble des décisions de marketing prises par l'entreprise, à un moment donné, sur un produit ou sur l'ensemble de sa gamme, pour influencer et satisfaire sa clientèle. Ces décisions concernent :

- Le produit : quel(s) produit(s) ou service(s) allez-vous proposer à vos futurs clients ?
 - Le prix : à quels prix allez-vous le(s) vendre ?
 - La distribution : comment allez-vous le(s) vendre ? Quels vont être vos réseaux de distribution (en direct, avec des intermédiaires, par internet) ?
 - La communication : comment allez-vous vous faire connaître ?
- Que signifie "cibler" ?
 - Ainsi, le fabricant de jouets va s'adresser prioritairement aux enfants. Il va par conséquent "cibler" une clientèle enfantine.
 - Le ciblage est au cœur de la stratégie : une erreur de cible peut à terme, si elle n'est pas rapidement corrigée, mettre en péril l'avenir de votre entreprise.
 - Comment cibler ?

Méthodes	Critères de segmentation	Utilisation
1ère méthode	Age, sexe, profession, localisation	Pour une clientèle "grand public"
2ème méthode	Activité, chiffres d'affaires, localisation, taille	Pour une clientèle d'entreprises

3ème méthode	Comportement : achat impulsif ou réfléchi, achat en fonction des saisons, etc.	Pour une clientèle à la fois de particuliers et d'entreprises
---------------------	--	---

Figure 5.2 Les 03 méthodes pour cibler sa clientèle [9]

- Définir son positionnement
- Que signifie "se positionner" ? : Ce terme traduit en fait l'image que votre entreprise veut donner d'elle-même à vos clients et à vos concurrents.

Le positionnement revêt une double dimension :

- a) Il permet de vous distinguer durablement de vos concurrents directs et indirects,
- b) Il permet aux consommateurs de vous identifier plus facilement.

5.3 LES FORMES JURIDIQUES DE L'ENTREPRISE

Classification d'entreprises

- La classification se fait soit par secteur économique, soit par taille et impact économique, soit juridique.
- Classification par secteur économique

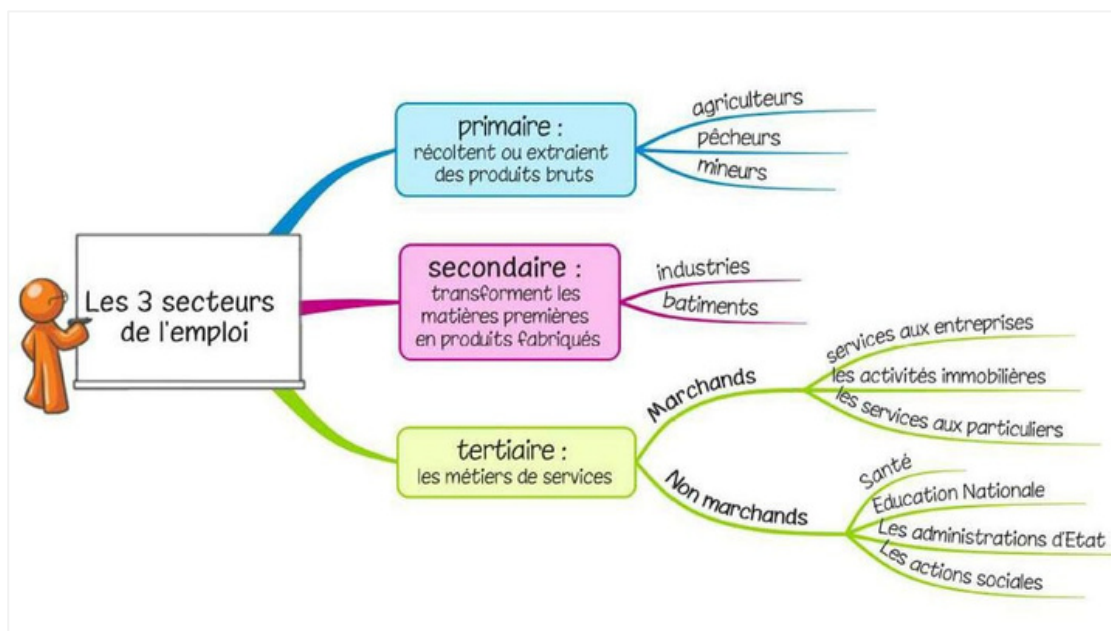


Figure 5.3 Classification par secteur économique [10]

Secteur primaire: métiers qui ont un rapport direct avec la nature.

Exemple : agriculture, élevage, pêche, exploitations minières, pétrolières, ...

Secteur secondaire : transformation de la matière première en produit manufacturés

Exemple : boulanger, cuisinier, menuisier, bijoutier, forgeron, ...

Secteur tertiaire : commercialisation d'un produit manufacturé, d'un service

Exemple : épicerie, supermarché, agence de voyage, Bank, cinéma, ...

- Classification par taille

Selon ce critère, on distingue :

Taille	Micro	Petite	Moyenne
Nombre d'ouvriers	De 01 à 09 personnes	De 10 à 49 personnes	De 50 à 250 personnes
Chiffre d'affaires	Moins de 40 millions de DA	Ne dépassant pas 400 millions de DA	De 400 millions à 04 milliards DA
Résultat annuel	Ne dépassant pas 20 millions de dinars	Ne dépassant pas 200 millions de dinars	De 200 millions à un milliard de dinars

Figure 5.4 *Classification par taille*

- Classification juridique

Le choix de la forme juridique définit le cadre légal de l'entreprise. En Algérie, on distingue deux grandes catégories : la personne physique, adaptée aux petites structures, et la personne morale, regroupant différentes formes sociétales selon la taille et l'organisation de l'activité.

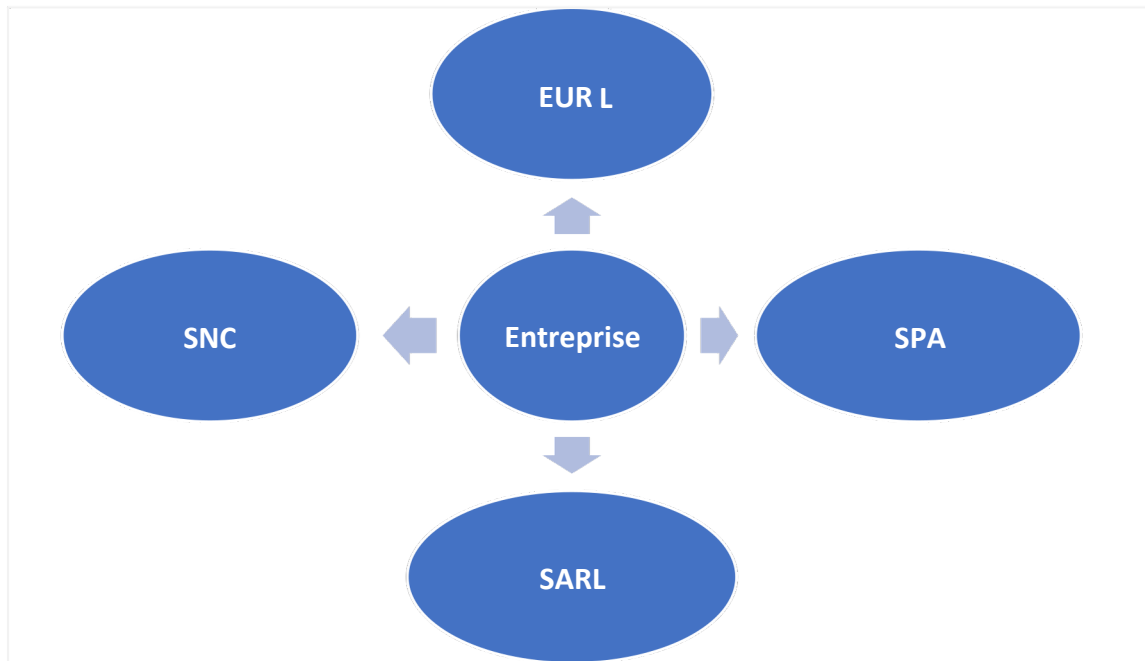


Figure 5.5 *Classification juridique*

L'entreprise peut exister sous plusieurs formes, le droit des sociétés algériennes distingue deux formes juridiques principales : [11]

Personne physique

Cette forme est destinée en général pour les entreprises de taille modeste, elle ne demande pas de statuts, sa création est simple.

Personne Morale

Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL);

Société à responsabilité limitée (SARL);

Société en nom collectif (SNC);

Société par action (SPA);

Société en commandite simple (SCS);

Société en commandite par actions (SCPA);

Groupement.

5.4 RECHERCHE D'AIDE ET DE FINANCEMENT POUR DEMARRER UNE ENTREPRISE

L'accompagnement entrepreneurial est une pratique apparue dans les années 1960 et qui s'est développée dans les années 1980 dans le sillage des plans de restructuration. Aujourd'hui, l'accompagnement entrepreneurial est devenu un marché complexe où se côtoient de nombreux acteurs : incubateurs, pépinières, chambres consulaires, experts comptables, consultants... [12]

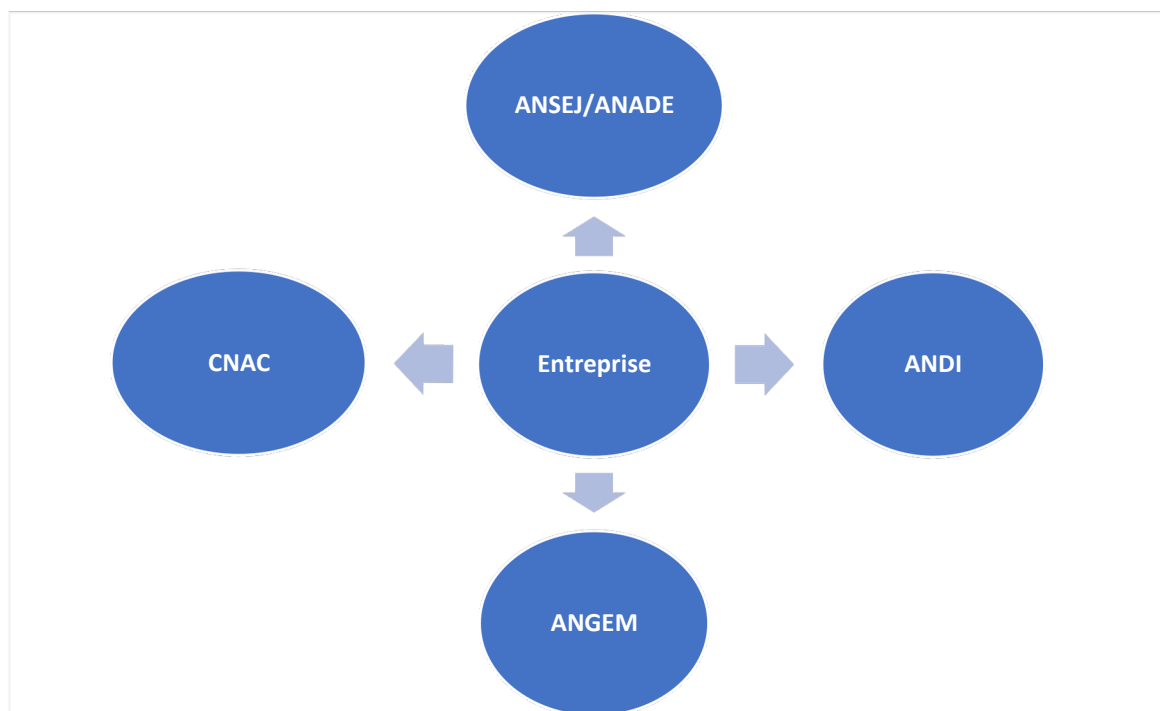


Figure 5.6 Acteurs pour l'aide à la création d'entreprises en Algérie

5.5 AIDE A LA CREATION D'ENTREPRISES EN ALGERIE [13]

5.5.1 L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI) :

L'ANDI est créée en 2001. Elle est chargée de la promotion, le développement et la continuation des investissements en Algérie ; accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs nationaux et étrangers. Leur principal rôle est de faciliter les procédures et simplifier les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements.

5.5.2 L'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) :

L'Agence Nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat, par abréviation 'ANADE', est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre de la micro-entreprise, des start-ups et de l'économie de la connaissance. Anciennement Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ, avant novembre 2020).

5.5.3 La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :(n'existe plus comme dispositif de financement)

A partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA,

5.5.4 L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :

Créée en 2004, l'Agence représente un autre outil de lutte contre le chômage et la fragilité sociale grandissante, dont l'objectif est de soutenir le développement des capacités individuelles des citoyens à s'auto-prendre en charge, en créant leur propre activité économique.

5.6 RECRUTER LE PERSONNEL [14]

Le recrutement constitue une étape essentielle dans le processus de création et de développement d'une entreprise. En effet, le succès d'un projet entrepreneurial repose en grande partie sur les compétences, l'implication et la complémentarité des personnes qui y participent. Recruter, c'est bien plus que pourvoir un poste vacant : c'est identifier et sélectionner les talents qui contribueront efficacement à la réalisation des objectifs de l'entreprise

Par exemple dans le BTP, le recrutement se fait suivant les étapes suivantes :

- 1-Définir vos besoins
- 2-Rédiger une annonce percutante
- 3-Diffuser l'offre d'emploi sur les bonnes plateformes
- 4-Trier les candidatures et les sélectionner
- 5-Définir une grille d'évaluation
- 6-Conduire les entretiens

Ci-dessous, vous trouverez une liste des questions fréquemment posées par les recruteurs. Avant votre entretien d'embauche, prenez le temps de les parcourir et d'y répondre.

1. Pourquoi avez-vous quitté votre précédent employeur ? Parlez-moi de vous Pourquoi aimeriez-vous travailler pour nous ? Qu'est-ce qui vous a poussé à poser votre candidature ? Pourquoi devrions-nous vous choisir ? Pourquoi avez-vous postulé pour cette fonction ? Connaissez-vous notre entreprise ? Citez 3 qualités et 3 défauts
- 4.
- 5.

Ci-dessous, vous trouverez une liste de choses à faire et à ne pas faire. Avant votre entretien d'embauche, prenez le temps de les parcourir.



Figure 5.7 Conseil embauche [14]

5.7 CHOISIR SES FOURNISSEURS

Le choix des fournisseurs est une étape stratégique dans le bon fonctionnement d'une entreprise. Il ne s'agit pas seulement d'acheter des produits ou des services, mais de bâtir une relation durable et fiable qui contribue à la qualité, aux délais, et à la compétitivité de l'entreprise. Plusieurs critères doivent donc être pris en compte pour assurer un partenariat efficace et sécurisé.

Quels sont les critères de sélection d'un fournisseur ?

- Le prix
- Les critères de qualité
- L'innovation
- Les services associés
- Le nombre et la qualité des tiers impliqués dans la chaîne d'approvisionnement.
- La santé financière de l'entreprise
- La réputation de l'entreprise et sa fiabilité

5.8 TRAVAIL A DOMICILE

Vous souhaitez lancer et faire fonctionner une entreprise en Algérie. Cet exercice vous aidera à comprendre les étapes essentielles, les défis et les opportunités du marché algérien.

- Définissez un concept d'entreprise (produit, ouvrage ou service).
- Expliquez pourquoi ce projet est pertinent en Algérie.
- Définissez les différentes formes qui conviennent à votre entreprise (par secteur économique, par taille et juridique). Justifiez votre choix.
- Quel organisme d'aide choisiriez-vous (ANGEM, ANADE, ANDI,) Justifiez votre choix.

5.9 CONCLUSION

Créer et faire fonctionner une entreprise demande de la préparation, de l'organisation et des choix réfléchis. Ce chapitre a présenté les étapes clés : étude de marché, choix du statut juridique, recherche de financement, recrutement, relations avec les fournisseurs, etc. Il a aussi montré l'importance des aides disponibles en Algérie pour accompagner les porteurs de projet.

En résumé, réussir un projet entrepreneurial, c'est bien connaître son environnement, faire les bons choix et rester motivé.

Chapitre 6

ELABORATION DU PROJET D'ENTREPRISE

6.1 INTRODUCTION

Avant de créer une entreprise, il est important de bien préparer son projet. Le business plan (BP) est un document qui aide à organiser les idées, à définir les objectifs et à montrer que le projet peut fonctionner. Il sert aussi à convaincre des partenaires comme les investisseurs ou les banques. Dans ce chapitre, nous allons découvrir à quoi sert un business plan, ce qu'il contient et comment le construire.

6.2 BUSINESS PLAN

Le BP est un document essentiel de vingt pages environ, servant à la présentation synthétique et argumentée d'un projet entrepreneurial.

Il englobe la stratégie, la vision, et les objectifs de l'entrepreneur, tout en confirmant la viabilité commerciale, économique, technique et financière du projet. La création du business plan ne se fait pas au tout début du processus de création d'entreprise, comme certains le pensent.

En réalité, elle a lieu à la fin de la phase de conceptualisation du projet. Un BP se présente sous la forme d'un document écrit qui va permettre aux porteurs de projets de construire ce projet dans le temps est de faire partager sa vision à ses associés dans le but de les faire adhérer et participer au projet. Ensuite ce document sera proposé à certains partenaires (investisseurs, banquiers, fournisseurs, clients) dans le but de les intéresser au projet. Son écriture nécessite une grande attention même si la présentation semble a priori stéréotypée. [15]

Le BP, ou plan d'affaires, est le document de synthèse de présentation d'un projet d'investissement ou de l'évolution à moyen terme d'une entreprise. Les investissements font de plus en plus l'objet d'une étude préalable détaillée, aussi bien au sein des entreprises que dans les banques et auprès des investisseurs. L'importance des montants en jeu et les aléas, tout comme l'exigence accrue de rentabilité de la part des actionnaires, expliquent le recours croissant à cette technique. [16]

6.3 QUE DOIT CONTENIR UN BUSINESS PLAN

Un BP efficace suit une structure claire et bien organisée. Il présente les informations essentielles sur le projet : Présentation du projet, Produits et les services, Étude de marché, Partie économique, Données financières et ses prévisions financières. Cette section détaille les différentes parties à inclure pour construire un business plan complet et cohérent.

- Présentation du projet : cette section décrit l'objectif général du projet, son idée principale, sa mission et sa vision. Elle met en évidence les points clés du projet.

- Produits et les services : cette partie présente en détail les produits ou services que l'entreprise envisage d'offrir sur le marché. Elle décrit leurs caractéristiques, leurs avantages compétitifs, et leurs intérêts pour les clients ciblés. Étude de marché : l'étude du Marché est une analyse du secteur d'activité, de la demande et des tendances, de la concurrence et des clients potentiels
- Partie économique : cette rubrique traite du modèle économique et de la stratégie. Structure juridique : c'est-à-dire la forme légale que prendra l'entreprise et les raisons de ce choix.
- Données financières : cette partie présente les projections financières de l'entreprise sur une période donnée (généralement sur trois à cinq ans). Elle comprend notamment les états financiers de base (Bilan et Compte de Résultat). **Remarque : Bilan** : Présente la situation financière d'une entreprise à un moment précis en listant l'actif (ce que l'entreprise possède) et le passif (ce qu'elle doit). L'équation fondamentale est : $\text{Actif} = \text{Passif} + \text{Capitaux propres}$.
- **Compte de résultat** : Démontre la performance de l'entreprise sur une période donnée en comparant les revenus et les dépenses. Il se résume par l'équation : $\text{Produits} - \text{Charges} = \text{Bénéfice net}$.
-

6.4 EXEMPLE DE BUSINESS PLAN [17]

Dans cette section, on présente un exemple concret de BP pour mieux comprendre comment structurer un projet d'entreprise. Cet exemple concerne une entreprise spécialisée dans la vente de produits écologiques. Il montre comment organiser les différentes parties du document et mettre en valeur les points importants du projet.

1. Nom de l'entreprise :

Verdura

2. Description du projet :

Verdura est un e-commerce spécialisé dans la vente de produits écologiques et durables. Notre mission est d'aider les consommateurs à faire des choix responsables en proposant une large gamme d'articles respectueux de l'environnement.

3. Produits et services :

- Produits d'hygiène pour bébés et enfants écologiques
- Produits d'hygiènes naturels pour adultes

- Produits de beauté et de soins personnels naturels et biologiques
- Produits de nettoyage sans produits chimiques toxiques
- Articles de cuisine en matériaux durables et recyclables

4. Étude de marché :

Le marché des produits écologiques est en croissance constante en raison de la sensibilisation accrue aux problèmes environnementaux. Notre cible principale comprend les consommateurs âgés de 25 à 45 ans, sensibles aux questions environnementales. Ils font leurs courses sur Internet.

5. Structure juridique : la structure juridique de Verdura est une société à responsabilité limitée (SARL).

6. Stratégie de marketing : notre stratégie de marketing repose sur trois piliers :

1. Marketing en ligne : nous mettrons l'accent sur le marketing numérique pour atteindre notre public cible via les médias sociaux, la publicité en ligne ciblée et le référencement sur les moteurs de recherche.

2. Contenu informatif : nous créerons du contenu informatif et éducatif sur les produits écologiques, publié sur notre blog et partagé sur les réseaux sociaux pour renforcer notre crédibilité en tant qu'experts.

Partenariats avec des influenceurs : nous collaborerons avec des influenceurs et des personnalités qui partagent notre vision pour accroître notre visibilité et notre portée.

☐ **Plan opérationnel :** nous opérerons principalement en ligne, en gérant notre e-boutique et en utilisant des services d'expédition pour livrer les produits à nos clients. Nous maintiendrons également un entrepôt pour stocker les marchandises et gérer les commandes. Le site Web de la boutique en ligne sera convivial et optimisé pour les appareils mobiles pour offrir une expérience d'achat fluide et agréable.

☐ **Plan financier :** nos principales sources de revenus proviendront des ventes de produits. Nous prévoyons un chiffre d'affaires progressif au cours des trois premières années et une augmentation des marges bénéficiaires à mesure que nous développons notre clientèle et optimisons nos opérations. Le financement initial sera assuré par les fondateurs et des investisseurs providentiels.

6.5 BUSINESS MODEL

Un business model, appelé également modèle économique ou modèle d'affaires, décrit précisément comment votre entreprise va gagner de l'argent.

En pratique, cela revient à définir ce que vous allez vendre, auprès de quels clients, dans quel but, de quelle manière et pour quel bénéfice.

Le business model (ou modèle économique en français) est la façon dont l'entreprise génère son profit, tandis que le business plan ou plan d'affaires est un document présentant la stratégie de l'entreprise et ses implications financières pour les années à venir. Ainsi, le business model est au centre du business plan.

Il existe un outil d'aide à la prise de décisions stratégiques concernant l'ajustement des prix, l'optimisation des coûts ou l'adaptation des actions commerciales. Il s'agit du **seuil de rentabilité**, ou point mort, qui est le niveau de chiffre d'affaires minimal qu'une entreprise doit atteindre pour couvrir l'intégralité de ses charges (fixes et variables) et ne plus réaliser de perte, ni de profit. Il marque le passage de la perte vers le bénéfice et sert d'indicateur essentiel pour évaluer la viabilité d'un projet, fixer des objectifs de vente et ajuster les stratégies commerciales et de coûts. Pourquoi est-il important ?

- **Évaluer la viabilité** : Il permet de savoir si un modèle économique est viable et de juger si l'entreprise est en mesure de couvrir ses coûts.
- **Fixer des objectifs** : En connaissant le seuil de rentabilité, il est possible de fixer des objectifs de vente clairs et réalisables pour atteindre le point d'équilibre financier.
- **Piloter la stratégie** : Cet outil aide à la prise de décisions stratégiques concernant l'ajustement des prix, l'optimisation des coûts ou l'adaptation des actions commerciales.
- **Gérer les risques** : Il permet de mieux comprendre la dépendance de l'entreprise aux aléas économiques et l'indice de sécurité (chiffre d'affaires réalisé par rapport au seuil de rentabilité) qui l'aide à absorber les fluctuations d'activité.

6.6 BUSINESS PLAN EN 9 ETAPES

Cette partie présente les principales étapes à suivre pour rédiger un BP complet. Ces 9 étapes permettent de structurer le projet de manière logique et cohérente, en abordant tous les aspects essentiels (figure 6.1).

Elles servent de guide pour construire un document clair, convaincant et adapté aux attentes des partenaires.

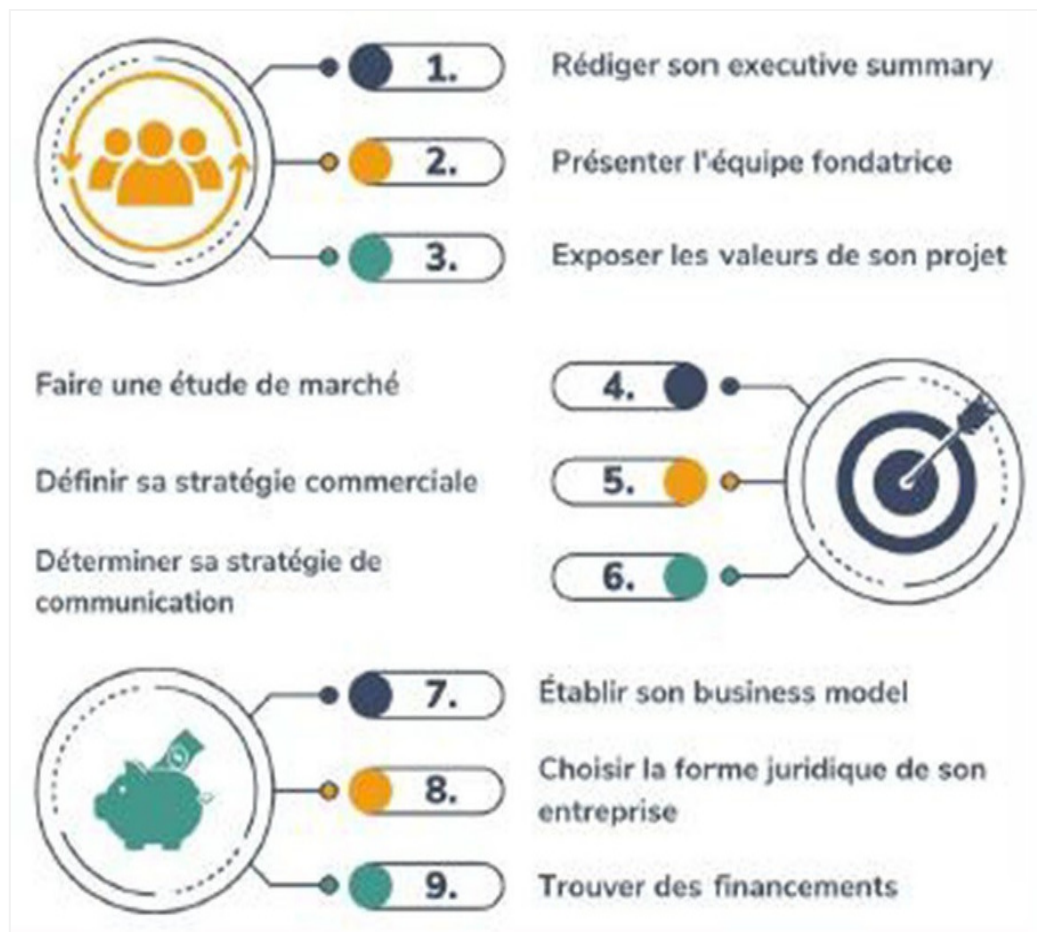


Figure 6.1 Les 09 étapes pour rédiger un business plan [18]

6.7 LE BUSINESS MODEL CANVAS D'OSTERWALDER LES 9 CASES / COMPOSANTES

Ce document permet de décrire votre modèle économique, ou business model (en anglais), en toute simplicité.

La méthode présentée est celle développée dans l'ouvrage : Business Model Nouvelle Génération d'Alexander Osterwalder et Yves Pigneur.

Il permet de représenter en une seule page, au travers d'un canevas, l'ensemble de votre modèle économique.

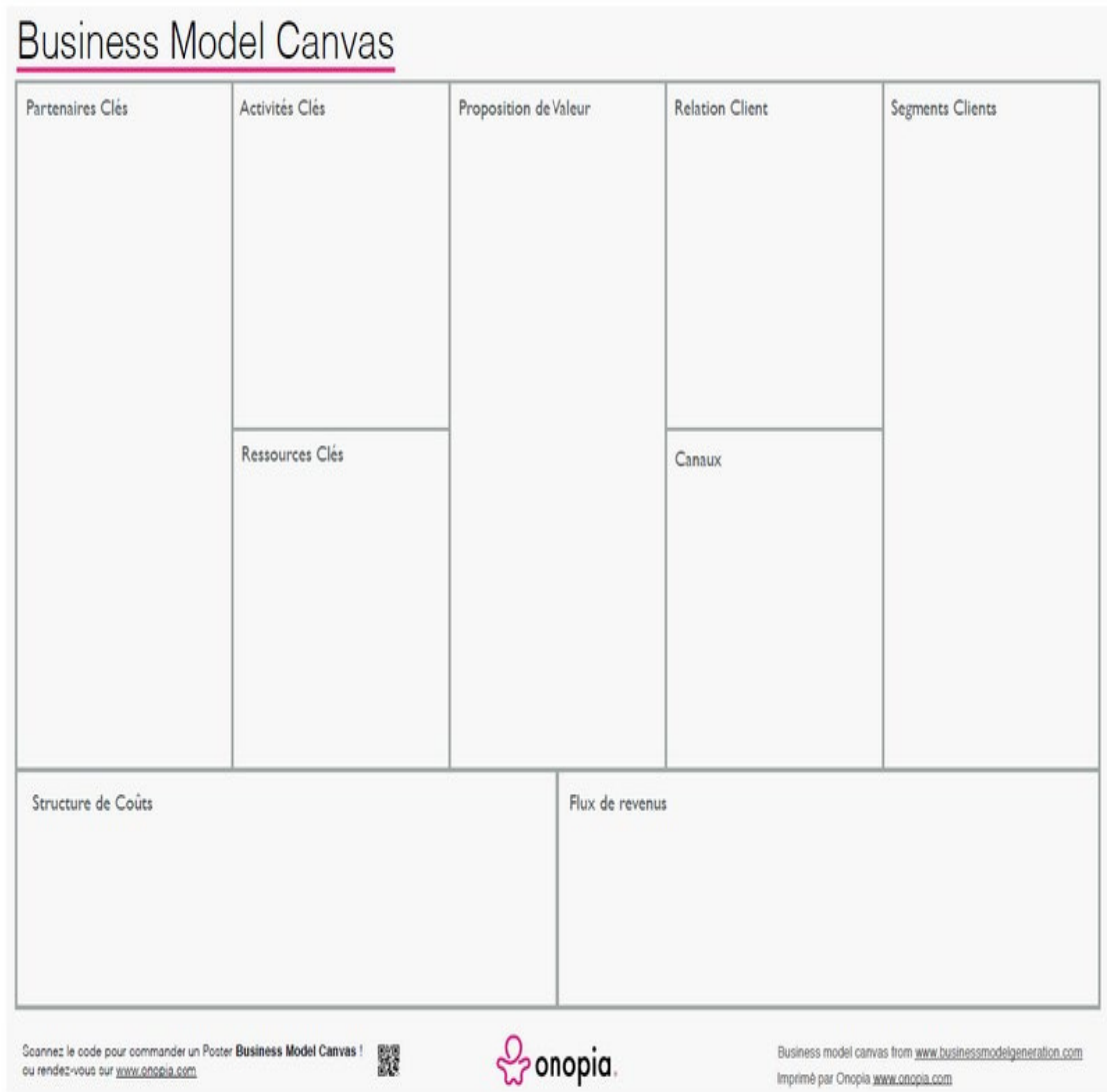


Figure 6.2 *Business Model Canevas [19]*

1-Segments de clientèle : pour qui ?

2-Proposition de valeur : quoi et pourquoi ?

3-Canaux : comment ?

4-Relations avec les clients : comment ?

5-Ressources clés : avec quoi ?

6-Activités clés : quoi ?

7-Partenariats clés : avec qui ?

8-Flux de revenus : combien ?

9-Structure des coûts : combien ?

1. Les segments clients

Cette section a pour objectif de préciser les segments de clientèle visés par votre projet. Il s'agit là du fondement même de votre démarche et de l'élément central de votre stratégie. Il est important de distinguer clairement vos clients de vos utilisateurs : en effet, ceux qui achètent vos produits ou services (les clients) ne sont pas nécessairement ceux qui les utilisent au quotidien.

2. Votre offre / La proposition de valeur

La proposition de valeur constitue la réponse concrète à un problème identifié ou la satisfaction d'un besoin spécifique. Elle est indissociable du segment de clientèle visé : ce tandem client-offre représente le principal levier de développement de votre entreprise. Il est donc essentiel de réfléchir à toutes les façons de vous démarquer de vos concurrents, que ce soit en innovant dans la nature de l'offre, dans son mode d'utilisation, dans les moyens mobilisés pour la délivrer ou encore dans votre stratégie commerciale.

3. Les Canaux

Il s'agit de l'ensemble des canaux de communication et de distribution que vous déployez pour atteindre vos clients. Ces canaux déterminent la façon dont vos clients entrent en contact avec votre offre et constituent, à ce titre, une opportunité stratégique pour vous différencier de la concurrence.

4. Relations clients

Cette section décrit les types de relations qu'une entreprise entretient avec chacun de ses segments de clientèle. Il s'agit d'aller au-delà du simple produit ou service proposé : fidéliser les clients existants, en conquérir de nouveaux, faciliter leur parcours d'achat ou encore encourager une consommation plus fréquente. Le type de relation client choisi, en cohérence avec le modèle économique, a un impact déterminant sur l'expérience globale du client et sur la pérennité de l'activité.

5. Les revenus

Il s'agit de l'ensemble des revenus générés par votre activité. Ces flux peuvent être ponctuels ou récurrents, et prendre des formes variées : prix fixes (catalogue, forfait) ou prix variables (en fonction de paramètres spécifiques : temps réel, enchères, prestations sur mesure, etc.). Il est essentiel de définir comment et à quel moment vos clients effectuent leurs paiements : règlent-ils avant ou après que vous engagiez vos dépenses ? Enfin, le tarif doit être adapté à chaque segment de clientèle visé, en tenant compte de sa capacité et de sa disposition à payer.

6. Les ressources clés

Il s'agit de l'ensemble des ressources indispensables pour produire et proposer une offre conforme aux attentes de vos clients. Ces ressources clés peuvent être :

- Matérielles : sites de production, équipements, mobilier, véhicules, locaux, etc.
- Immatérielles : brevets, savoir-faire, expertise, base de données, image de marque, etc.
- Humaines : compétences et profils spécifiques nécessaires à l'activité.
- Financières : capitaux propres, lignes de crédit, subventions, etc.

Ces ressources peuvent être détenues directement par l'entreprise, louées ou mises à disposition par des partenaires stratégiques.

7. Les activités clés

Il s'agit des actions essentielles qu'une entreprise doit réaliser pour assurer le bon fonctionnement de son modèle économique. Par exemple, indiquer que l'on vend des produits ne suffit pas : faut-il les concevoir et les fabriquer soi-même, les acheter pour les revendre, ou bien gérer une place de marché en ligne reliant vendeurs et acheteurs ? Dans ce dernier cas, l'activité principale de l'entreprise consiste avant tout à administrer une plateforme numérique et à gérer la logistique associée.

8. Partenaires clés

Il s'agit des partenaires extérieurs qui contribuent à renforcer et à faire évoluer votre offre. Une relation partenariale bien construite peut vous offrir des avantages compétitifs, tels qu'un meilleur contrôle des coûts, l'accès exclusif à un savoir-faire spécifique ou une maîtrise plus efficace du cycle de production. Parmi ces partenaires clés, on retrouve par exemple : les fournisseurs, les sous-traitants, les consultants spécialisés, ou encore des experts techniques.

9. Structures de coûts

Il est essentiel d'estimer avec précision l'ensemble des coûts nécessaires au bon fonctionnement de l'activité de l'entreprise. On distingue généralement deux grandes catégories de coûts, chacun jouant un rôle clé dans la gestion financière :

- Les coûts variables : ils évoluent directement en fonction du niveau d'activité et augmentent proportionnellement au chiffre d'affaires (par exemple : achats de marchandises, matières premières, commissions, frais de livraison, etc.). Les coûts fixes : ce sont des charges
- incompressibles, qui restent stables quel que soit le niveau de ventes (par exemple : loyers, assurances, salaires, charges administratives, etc.).

EXEMPLE: Nous présentons dans cette section un exemple de Business Model Canvas(figure 6.3).

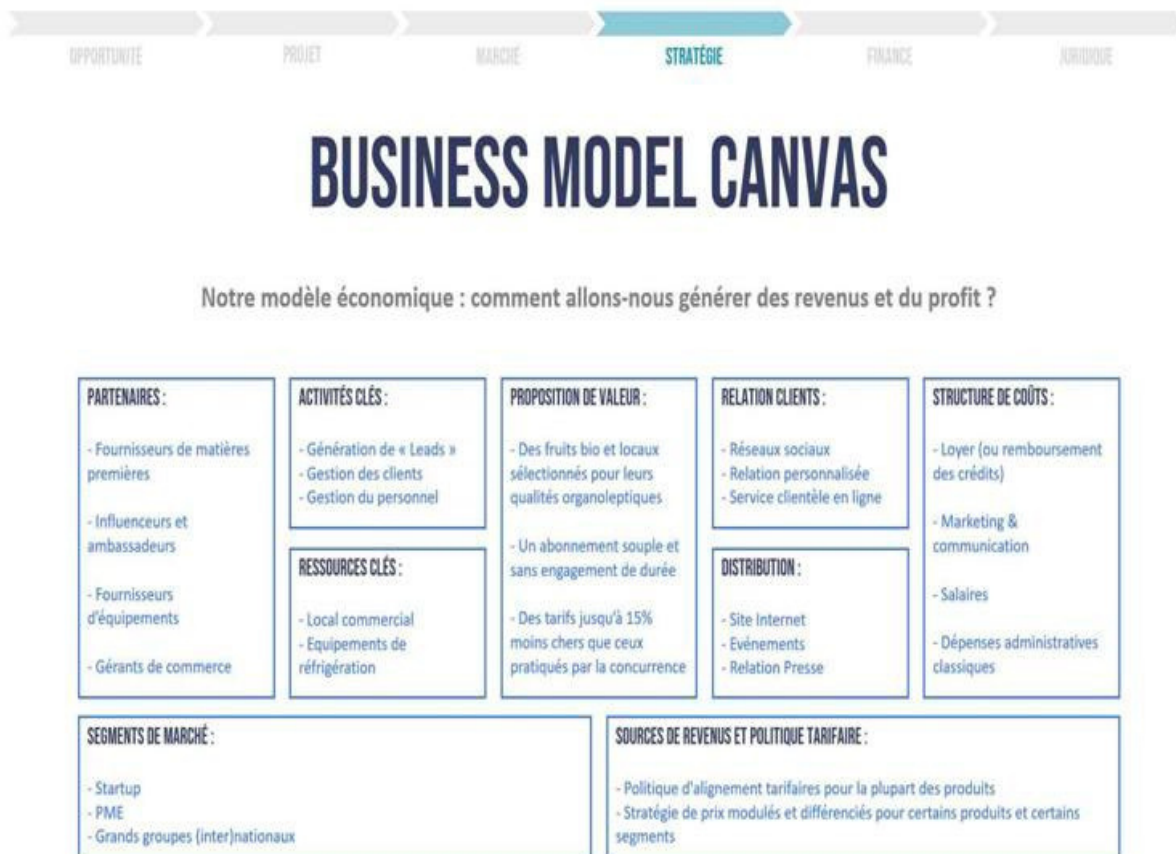


Figure 6.3 Exemple de Business Model Canevas [20]

En résumé, le Business Model Canvas est un outil indispensable pour les entrepreneurs et les cadres d'entreprise en quête de succès et d'innovation.

Il vous permet :

- De visualiser et d'optimiser votre modèle économique
- De stimuler la créativité et la collaboration au sein de votre équipe
- D'adapter votre stratégie aux défis du marché en constante évolution

6.8 TRAVAIL A DOMICILE : ÉLABORER UN BUSINESS PLAN POUR UNE ENTREPRISE DE BATIMENTS

Vous souhaitez créer une entreprise de construction et rénovation spécialisée dans les travaux de gros œuvre et de second œuvre. Votre entreprise interviendra principalement dans la construction de maisons individuelles, la rénovation d'immeubles anciens et les travaux publics. Rédigez un BP structuré en suivant les 06 étapes présentées dans ce cours.

Chaque partie doit contenir au moins 5 à 10 lignes et inclure des données chiffrées lorsque c'est possible. Travaillez en groupe de 5 à 6 étudiants.

Vous pouvez également utiliser des sources externes pour compléter vos données (ex. prix moyens des prestations en BTP, coûts des matériaux, etc.).

6.9 CONCLUSION

Dans ce chapitre, nous avons montré que le BP met en évidence plusieurs éléments clés pour la création et la gestion d'une entreprise. Il présente le projet de manière claire et structurée, en démontrant sa faisabilité et sa viabilité sur le plan économique et financier.

Il permet également d'identifier les objectifs à atteindre et la stratégie pour y parvenir. Enfin, il aide à convaincre les partenaires financiers en prouvant que le projet est rentable et bien préparé.

En résumé, le BP est un outil indispensable pour organiser, suivre et réussir le lancement d'une entreprise.

REMERCIEMENT

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude aux Professeurs BERBER Wafaa et TROUZINE Habib pour leur précieuse expertise et leur implication dans l'évaluation et l'enrichissement du polycopié intitulé « Entrepreneuriat et Management d'Entreprise ».

Leurs remarques pertinentes, leur rigueur scientifique et leurs conseils avisés ont grandement contribué à améliorer la qualité pédagogique de ce document.

Je les remercie sincèrement pour le temps qu'ils ont consacré à cette relecture, pour leur bienveillance et pour leur engagement au service de la formation et de la réussite des étudiants.

Dr HAMZA OUI Fethi

RÉFÉRENCES

- [1] FAYOLLE ALAIN, « Entrepreneuriat théories et pratiques, applications pour apprendre à entreprendre », Dunod, 3e éd, 2017.
- [2] AIT ABDELLAH MOHAMED, « Matrice Eisenhower : comment en faire un outil de performance et productivité, avec exemples », consulté en ligne le 25/04/2025, disponible sur : <https://blog-gestion-de-projet.com/matrice-deisenhower/>
- [3] BENJAMIN FRANKLIN, citation en ligne, consulté en ligne le 25/04/2025 sur : <https://citations.ouest-france.fr/citation-benjamin-franklin/dis-oublierai-enseigne-souviendrai-implique-102173.html>
- [4] « Norme NF EN IEC 31010 - Management du risque - Techniques d'appréciation du risque », Ed. Afnor, Paris, www.afnor.org, août 2019.
- [5] EDITION DU RENOUVEAU PEDAGOGIQUE inc 2002 « processus organisationnel », 2002.
- [6] BERREZIGA AMINA « Les dix (10) compétences de l'entrepreneur » Revue des reformes Economique et intégration dans l'économie mondiale. Volume 8, Numéro 16, Pages 197-218, 2014.
- [7] ALBAGLI CLAUDE et HENAULT GEORGES « La création d'entreprise en Afrique », ed EDICEF/AUPELF, 208 p, 1996.
- [8] H. VITON ET D. ICHECK, « METHODOLOGIE DE PROJET » FORMATION BP JEPS AAN GUADELOUPE 2016. En ligne consulté le 24/04/2025 sur <https://guadeloupe.ffnatation.fr/rsc/1638/fichiers/dossiers/751.pdf>
- [9] BPIFRANCE-CREATION « La démarche à suivre pour définir votre stratégie d'entreprise » En ligne consulté le 24/04/2025 sur <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/letude-marche/determiner-sa-strategie/demarche-a-suivre-definir-votre-strategie>
- [10] DAILYSUPPORT « secteur d'activité » En ligne consulté le 23/04/2025 sur : https://aminoapps.com/c/dailysupport/page/blog/les-secteurs-dactivites-categorie/Y1ZQ_0dFbu1GbGDLRq2KRqkx8loW2v84Gr
- [11] MINISTRY OF ENVIRONMENT « Guide de création d'entreprise », AND 1999.

- [12] LEGERJARNIOU, CATHERINE, « Le grand livre de l'entrepreneur », Dunod, 2013.
- [13] KARIM SI LEKHAL, ALI GABOUSSA, YUCEF KORICHI « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives » An overview of SMEs in Algeria : constraints and prospects, 2013.
- [14] EMPLOI PARTNER « 05 Questions fréquemment posées (et leurs réponses) lors d'un Entretien d'embauche » En ligne, consulté le 20/04/2025 sur : <https://www.emploiartner.com/fr/blog/432>
- [15] LEGERJARNIOU, CATHERINE, « Construire son Business Plan. Le grand livre de l'entrepreneur », Dunod, 2017.
- [16] SION MICHEL, « Réussir son business Méthodes, outils et astuces plan », Dunod ,4èmeéd,2016.
- [17]PROPULSEBYCA « comment faire un business plan » En ligne, consulté le 19/04/20225 sur : <https://propulsebyca.fr/business-plan/definition>
- [18]WINTIME « Business plan en 9 étapes » En ligne, consulté le 26/04/2025 sur : <https://wintime.ma/>
- [19] CCI BUSINESS-BUILDER « Le Business Model Canvas : concrétiser le business model de l'entreprise » En ligne, consulté le 20/04/2025 sur : <https://business-builder.cci.fr/guide-creation/le-business-model/agir-definir-votre-business-model>
- [20] MODEL DE BUSINESS PLAN « Exemple d'entreprises de vente de fruits bio » En ligne, consulté le 15/04/2025 sur <https://modelesdebusinessplan.com/blogs/infos/business-model-canvas-en-francais-gratuit>