Même Bensada Souad
Année Universitaire 2026 /2027

CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT & L'INNOVATION

✍ **Leçon 2**

INNOVATION & OPPORTUNITE

Plan de la leçon	Objectifs pédagogiques
Introduction *I. Définition et Les différents types d'Innovation* *II. Opportunité Vs l'idée* *Conclusion*	*Au terme de ce chapitre l'étudiant doit être capable de :* ☞ *Définir l'innovation* ☞ *Donner les différents types d'innovation* ☞ *Importance De l'idée pour une bonne opportunité*

Introduction

L*'innovation est devenue un symbole de la société qui valorise la rapidité et la nouveauté, au point que toute activité doit la revendiquer pour être prise au sérieux, financée et examinée. En effet, l'origine de l'innovation est une bonne idée qui conduit à l'opportunité d'investissement, les deux étant étroitement liées dans le processus entrepreneurial.*

I. Définitions et les différents types d'Innovation

1. Définition d'Innovation

« L'innovation consiste à introduire, quelque chose de nouveau, d'encore inconnu, dans une chose établie. » (Le petit Robert).

« L'innovation est la recherche constante d'améliorations de l'existant, par contraste avec l'invention, qui vise à créer du nouveau ». (Jean-Pierre Leac, 2020).

« L'innovation désigne l'introduction sur le marché d'un produit ou d'un procédé nouveau ou significativement amélioré par rapport à ceux précédemment élaborés par l'unité légale ». (INSEE, 2010).

Selon le manuel d'Oslo, l'innovation est : « la mise en œuvre – la commercialisation ou l'implantation par une entreprise, et pour la première fois, d'un produit (biens ou services) ou d'un procédé (de production) nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques d'une entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations avec l'extérieur ».

CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT & L'INNOVATION

2. Les différents types d'Innovation

Introduire quelque chose de nouveau dans un domaine de la vie économique

A. Selon la forme

- ☞ Innovation de produit (ordinateur, Téléphone portable…) ;
- ☞ Innovation de procédé (lignes de fabrication, automatisation…) ;
- ☞ Innovation organisationnelle (groupe autonome, qualité totale…) ;
- ☞ Innovation dans la distribution (vente par Internet…).

B. Selon le degré de nouveauté (rythme de l'innovation)

L'innovation peut prendre deux orientations :

- ☞ Innovation graduelle
- ☞ Innovation radicale (peut introduire une rupture majeure)

C. Une innovation peut partir d'un existant et s'efforcer d'apporter des améliorations possibles

- ☞ Une innovation peut être dans la continuité d'un produit ou d'un processus : innovation incrémentale ;
- ☞ L'innovation peut être la conséquence d'une initiative ou perçue comme une nécessité, une obligation ;
- ☞ Les innovations peuvent être technologiques (fusée Ariane), sociales ;

L'innovation est donc l'un des moteurs du développement de l'entreprise. Mais elle expose l'entreprise à des risques et des contraintes qu'elle doit absolument maîtriser.

II. Opportunité Vs l'idée

1. De l'idée à l'opportunité d'affaires

Par opportunité, on peut entendre une opportunité de création d'entreprise (ou d'activité), de reprise d'entreprise (ou d'activité) ou de développement d'une innovation au sein d'une entreprise existante.

Pour Schumpeter, l'opportunité entrepreneuriale est la résultante « d'une nouvelle combinaison des facteurs de production qui se manifeste dans l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle méthode de production, lors de l'exploitation d'un nouveau marché, de la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement et finalement d'une nouvelle forme d'organisation industrielle » Schumpeter, 1935.

Toutes idées entrepreneuriales ne sont pas des opportunités. Il ne suffit pas d'identifier une idée pour être assuré du succès.

CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT & L'INNOVATION

Idée = perception d'une potentialité de création d'une initiative entrepreneuriale.

Opportunité = Conjonction de circonstances favorables identifiées grâce aux idées et à la créativité de l'entrepreneur et fournissant de bonnes probabilités de créer une entreprise rentable. Elle est attractive, durable, visualisable dans le temps, basée sur un produit ou un service qui crée de la valeur pour l'entrepreneur et des clients plus ou moins identifiés.

2. *Méthodes de génération d'idées*

Il existe plusieurs méthodes et approches pour générer des idées, que ce soit pour des projets entrepreneuriaux, des innovations ou des solutions à des problèmes spécifiques.
Voici quelques-unes des méthodes couramment utilisées :



Brainstorming : C'est l'une des méthodes les plus populaires pour générer des idées de manière collective. Un groupe de personnes se réunit pour partager librement des idées, sans jugement ni limitation, afin de favoriser la créativité et la diversité des propositions.

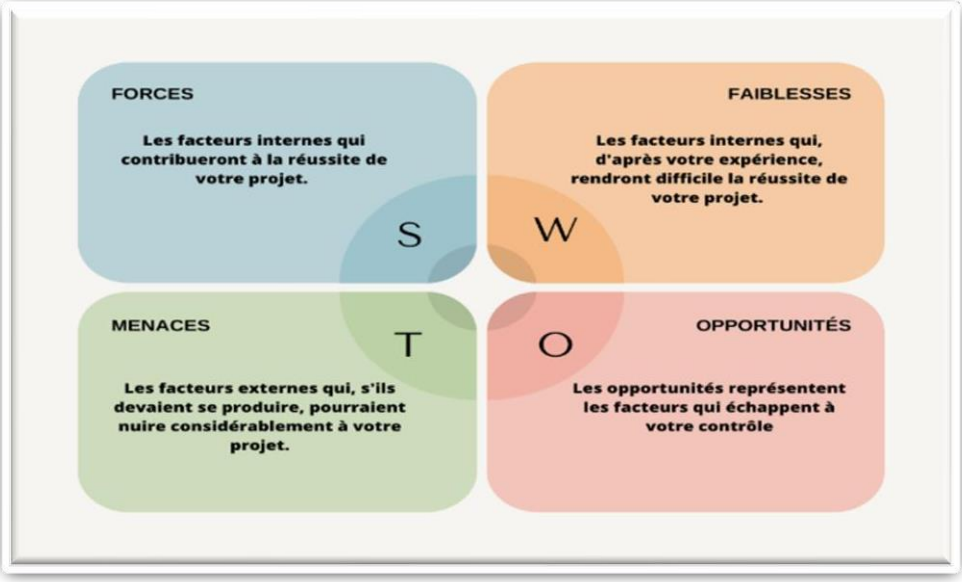
Mind mapping (carte mentale) : Cette technique consiste à représenter visuellement des idées et des concepts sous forme de schémas ou de cartes mentales. Cela permet d'explorer et de visualiser les connexions entre différentes idées, ce qui peut conduire à de nouvelles perspectives et associations.



Technique de l'observation et de l'empathie : Observer les comportements, besoins et problèmes des gens peut conduire à des idées innovantes pour créer des produits ou services répondant à ces besoins.

CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT & L'INNOVATION

Analyse **SWOT** : Cette méthode consiste à analyser les forces, faiblesses, opportunités et menaces d'une situation donnée. Cela peut aider à identifier des domaines où des améliorations ou des solutions innovantes pourraient être apportées.



3. *Catégories d'opportunités*

- ☞ Augmenter la valeur d'un produit ou d'un service ;
- ☞ Nouvelle application de technologie existante ;
- ☞ Création de « mass Market » ;
- ☞ Customisation de produits ou services ;
- ☞ Faciliter l'accès au produit ;
- ☞ Travailler sur la logistique (Supply chain) ;
- ☞ Convergence des changements ;
- ☞ Innovation dans le processus de production ;
- ☞ Augmenter l'échelle de l'activité.

4. *Où chercher les opportunités ?*

- ☞ L'observation de la vie économique ;
- ☞ L'observation du milieu professionnel ;
- ☞ L'observation de la vie quotidienne ;
- ☞ Le savoir-faire du porteur de projet ;
- ☞ Des sites spécialisés.

« Une bonne opportunité » a le potentiel pour créer une valeur significative pour des clients identifiés.

CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT & L'INNOVATION

5. *Qu'est-ce qu'une bonne opportunité ?*

VS Marché	VS Entrepreneur
L'opportunité qui crée une valeur significative pour un client identifié, simplement une « douleur » ou un « besoin / désir » de client identifié. L'intensité de la douleur peut être mise en relation avec sa valeur !	L'opportunité qui correspond le mieux aux capacités et aux ressources disponibles ou que l'on peut se procurer.

Conclusion

L'entrepreneuriat consiste à créer une activité qui résout un problème à travers des opportunités de création d'entreprise, qui sont considérées comme faciles à identifier, mais difficiles à évaluer et à décider pour l'entrepreneur ou l'individu porteur du projet.