

# Chapitre 1 : pratique entrepreneuriale

## Partie 1 : L'entreprise

### 1. Définition

L'entreprise est une unité économique et juridique qui a pour principale fonction la production de biens et services destinés à être vendus sur un marché.

L'activité d'une entreprise peut être décomposée en deux phases distinctes :

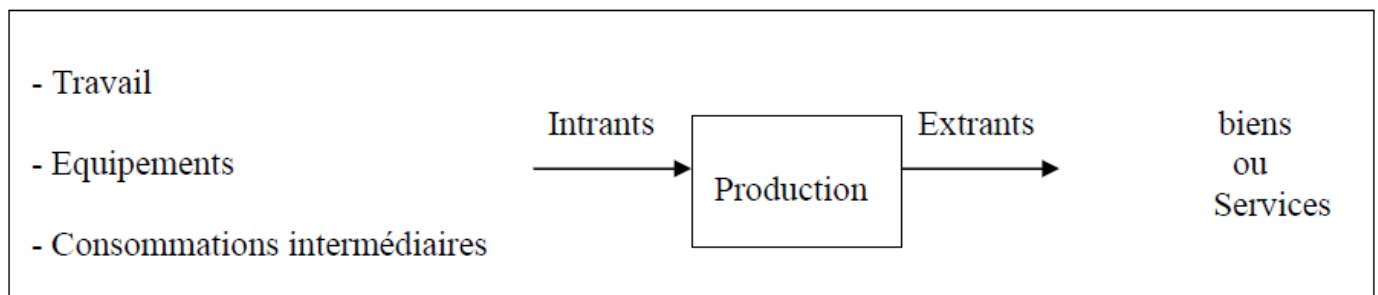
- l'activité productive, c'est à dire la création de biens ou services.
- l'activité de répartition des richesses en contrepartie des biens ou services.

#### a. L'entreprise en tant qu'unité de production

Par l'opération de production, l'entreprise transforme des flux d'entrée (Intrants ou Inputs) en flux de sortie (Extrants ou outputs).

Les intrants peuvent être classés en trois catégories :

- Le travail fourni par le personnel de l'entreprise
- Le capital technique : bâtiments, matériels .....etc.
- Les consommations intermédiaires c'est à les matières premières, les produits semi-finis, énergie.....ou les services (publicité, transport, ...etc.) incorporés au processus de production.



#### b. L'entreprise en tant qu'unité de répartition

La contrepartie de l'activité de production de l'entreprise se traduit par la vente.

Le produit de cette vente doit permettre à l'entreprise de :

- rémunérer les facteurs de production ;
- payer ses charges sociales et fiscales ;
- réaliser un surplus destiné à assurer son avenir.

Une fois les richesses sont créées, l'entreprise distribue les rémunérations aux agents qui ont participé à la réalisation de la production. Ainsi :

- les employés perçoivent des salaires ;
- l'Etat, les organismes sociaux (CNSS, CIMR, CMR) reçoivent les impôts (IGR, IS) et les cotisations sociales ;
- les prêteurs reçoivent des intérêts ;
- les apporteurs de capitaux reçoivent les dividendes ;
- l'entreprise garde pour elle les revenus non distribués.

### 2. Les finalités de l'entreprise

#### 2.1. La notion de finalité

Les finalités, ou missions, de l'entreprise désignent les raisons pour lesquelles elle est acceptée par son environnement. Ce sont des buts plus durables que les objectifs, avec des échéances imprécises.

Elles répondent à des questions du type « que voulons nous devenir ? », « quelles sont nos motivations ? ». Les finalités contribuent à la cohésion de l'entreprise et orientent les décisions stratégiques.

#### 2.2. Les différents types de finalités

##### A. Les finalités économiques

Sont au nombre de trois:

- produire et distribuer des biens et services aux entreprises ou aux consommateurs ;

- assurer la survie de l'entreprise et sa croissance excepté pour certaines entreprises qui sont créées pour une mission précise, temporaire ;
- réaliser un profit.

### **B. Les finalités humaines**

Elles concernent aussi bien les ambitions des dirigeants (prestige par exemple) que l'épanouissement du personnel : bonnes conditions de travail, bien-être des salariés, participation au pouvoir de gestion, etc....

### **C. Les finalités sociales**

Elles peuvent coexister avec les autres finalités dans la plupart des entreprises, mais pour certaines, elles constituent des finalités primordiales: le service public ou l'indépendance nationale sont des finalités principales des entreprises publiques.

## **3. Classification des entreprises**

Il existe plusieurs façons de classer une entreprise. Parmi lesquelles, on cite :

- la classification selon la nature économique ;
- la classification selon la taille ;
- la classification juridique.

### **3.1. La classification selon la nature économique**

Cette classification peut se faire selon trois aspects :

- classification par secteur.
- classification par type d'opérations accomplies.
- classification selon la branche d'activité.

#### **A. La classification par secteur**

On distingue :

- 1- Le secteur primaire qui regroupe toutes les entreprises utilisant à titre principal le facteur naturel. Il englobe l'agriculture, l'élevage, la pêche, etc...
- 2- Le secteur secondaire qui réunit toutes les entreprises ayant comme activité la transformation de matières premières en produits finis et englobe donc toutes les industries.
- 3- Le secteur tertiaire qui rassemble toutes les entreprises prestataires de services. Sa composition est très hétérogène car il regroupe tout ce qui n'appartient pas aux deux autres secteurs, à savoir : les activités de distribution, de transport, de loisir, de crédit, d'assurance, hôtellerie,.....

#### **B. La classification selon le type d'opérations accomplies**

Les opérations effectuées dans une entreprise peuvent être classées en 5 catégories :

- 1- Les opérations agricoles :** ce sont des opérations dans lesquelles le facteur naturel est prédominant.
- 2- Les entreprises industrielles :** effectuent des opérations de transformation de la matière en produits finis.
- 3- Les entreprises commerciales :** réalisent les opérations de distribution des biens et assurent la fonction de grossiste (c'est-à-dire l'achat en grande quantité directement chez le fabricant et la vente en grande quantité au revendeur) ou de semi-grossistes (stade intermédiaire entre le grossiste et le détaillant) ou de détaillants qui vendent directement au consommateur.

#### **4 – Les entreprises de prestations de service :** fournissent deux types de services :

- service de production vendue à d'autres entreprises : société d'étude, agences de publicité...
- service de consommation : entreprises rendant des services aux consommateurs (transport, restaurants, locations...)

**5- Les entreprises financières :** réalisent des opérations financières à savoir : la création, la collecte, la transformation et la distribution des ressources monétaires et des ressources d'épargne. Elles sont constituées par les banques.

#### **C. La classification selon la branche d'activité :**

À la différence du secteur, qui rassemble des activités variées, la branche ne regroupe que les entreprises fabriquant, à titre principal, la même catégorie de biens, entreprises de l'industrie pharmaceutique, industrie...

Les entreprises d'une même branche ont pour points communs :

- l'usage d'une même technique ;
- l'utilisation des mêmes matières premières ;

- des intérêts communs dans certains domaines : ce qui leur permet de regrouper certaines de leurs activités et de créer des services communs, notamment de recherche, d'achat ou de vente, filiales communes.

### **3.2. La classification selon la taille**

Les entreprises ont des tailles différentes. Selon sa dimension, l'entreprise va du simple atelier jusqu'à la grande entreprise.

**A. Effectif du personnel employé :** selon ce critère, on distingue :

- les très petites entreprises (TPE) qui emploient moins de 5 employés ;
- les petites entreprises (PE) qui emploient un effectif compris entre 5 et 10 salariés ;
- les moyennes entreprises (ME) employant un effectif compris entre 10 et 100 salariés (ce nombre peut aller à 500) ;
- les grandes entreprises qui emploient plus de 500 salariés.

### **B. Selon le chiffre d'affaires**

Le chiffre d'affaire permet d'avoir une idée sur le volume des transactions de l'entreprise avec ses clients. L'importance d'une entreprise peut se définir par le volume de ses transactions. Ce critère est important pour les raisons suivantes :

- Il est utilisé pour apprécier l'évolution des entreprises et pour les classer par ordre d'importance selon leur chiffre d'affaires.
- Pour l'entreprise,
  - il constitue un outil de gestion : la variation du chiffre d'affaires permet à l'entreprise de mesurer la pertinence de ses méthodes de ventes. Ainsi, une baisse du chiffre d'affaires est souvent interprétée comme un indicateur important de la mauvaise santé de l'entreprise.
  - Il est utilisé à des fins comparatives dans la mesure où il permet à l'entreprise de se positionner par rapport aux autres entreprises de la même branche.

### **3.3. La classification juridique**

Cette classification permet de distinguer entre :

#### **A. Les entreprises du secteur public**

1- Les entreprises publiques : ce sont des entreprises qui appartiennent en totalité à l'Etat ; ce dernier détient l'intégralité du capital, le pouvoir de gestion et de décision.

2- Les entreprises semi-publiques : ce sont des entreprises contrôlées par les pouvoirs publics : choix des investissements, niveau des prix, politique de l'emploi...etc, mais où des personnes privées participent au financement et/ou à la gestion.

#### **B. Les entreprises privées**

On distingue :

1. L'entreprise individuelle qui appartient en totalité à une seule personne qui assure la gestion et la direction.
2. La société est un contrat par lequel deux ou plusieurs personnes conviennent de mettre en commun leurs biens ou leur travail ou les deux à la fois en vue de partager le bénéfice qui pourra en résulter.
3. La coopérative réunit des personnes qui désirent mettre en commun leurs économies ainsi que leurs compétences pour l'autosatisfaction des besoins spécifiques (logement, consommation) sans chercher le profit.

## Partie 2 : L'entreprise et son environnement

### 1. Définition de l'environnement de l'entreprise

C'est l'ensemble des facteurs extérieurs à l'entreprise et qui ont une influence sur elle.

On distingue :

- le macro-environnement : environnement général de l'entreprise qui intègre les aspects sociologiques, économiques, juridiques, techniques ... tant nationaux qu'internationaux.
- le micro-environnement : environnement spécifique de l'entreprise constitué de ses clients, de ses fournisseurs, de ses sous-traitants, de ses concurrents...

### 2. Le macro-environnement de l'entreprise

Il existe de nombreux facteurs clés de cet environnement qui ont des conséquences pour l'entreprise. Celle-ci doit les connaître pour agir efficacement. Par exemple, une entreprise qui décide de lancer un nouveau produit doit savoir que la demande future est fonction de multiples facteurs.

<b>Démographiques</b>	<b>Culturels</b>	<b>Juridiques</b>	<b>Economiques</b>	<b>Technologiques</b>
Structure par âge, natalité, mortalité, projection future de la pyramide des âges...	État et évolution des valeurs et des croyances, niveau d'éducation...	Règlement, interdiction, conditions de garantie, conditions de vente,....	Croissance économique, évolution des prix, politique économiques de l'Etat (impôt, taux d'intérêt...)	État et évolution des connaissances, nouveaux produits, diffusion internationale de l'innovation.

### 3. Le micro-environnement de l'entreprise

Le micro-environnement de l'entreprise est constitué par ses partenaires sur le marché.

L'entreprise désirent connaître son environnement spécifique doit apprécier les différents aspects le concernant. Cette étude de l'environnement spécifique constitue le contenu essentiel des études de marché réalisées par les entreprises.

<b>Les clients</b>	<b>Les fournisseurs</b>	<b>Les concurrents</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Identifier les besoins</li><li>- Déterminer leur nombre</li><li>- Evaluer leurs forces et leur pouvoir</li><li>- Envisager les évolutions</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Déterminer leur nombre</li><li>- Evaluer leur taille et leur pouvoir</li><li>-Apprécier les fournisseurs qui disposent d'un monopole...</li><li>- Envisager les évolutions</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Déterminer les concurrents directs (biens similaires) et les concurrents indirects (biens de substitution)</li><li>-Apprécier leur force et leur pouvoir</li><li>-Envisager les évolutions en terme de rapport de force</li><li>-Déterminer s'il est difficile d'entrer dans le secteur (barrières à l'entrée) ou d'en sortir (barrières à la sortie)</li></ul>

## **Partie 3 : L'entrepreneur**

### **1. Définition**

Aujourd'hui, le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur »:

La première définition fait référence à l'acte d'entreprendre: « est entrepreneur » celui qui entreprend quelque chose.

La seconde voit dans l'entrepreneur «une personne qui se charge de l'exécution d'un travail ».

La troisième, dans une perspective économique, est entrepreneur «toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital, travail), en vue de vendre des produits ou des services ».

### **2. Typologie des entrepreneurs orientés vers l'action**

Profil PIC: Pérennité, Indépendance et croissance

Profil CAP: Croissance, Autonomie et Pérennité.

### **3. Principales caractéristiques entrepreneuriales**

- Désir d'accomplissement
- Recherche du pouvoir
- L'autonomie
- La confiance en soi
- Haut niveau d'énergie et de dynamisme
- Persévérance malgré les obstacles
- Tolérance au stress
- Capable de faire face à la concurrence
- Personne orientée vers l'action
- Innovateur
- Capacité de concevoir des projets, de conceptualiser et de se projeter dans l'avenir.

### **4. Choix de l'idée de projet**

Généralement la recherche de l'idée d'un produit ou d'un service servant à la création d'une entreprise, peut se faire dans trois directions : la vie quotidienne, la vie économique ou la vie professionnelle.

- La vie quotidienne : en observant son quotidien, on peut facilement trouver l'idée du projet qu'on veut mettre en place. Ainsi, on peut identifier certains besoins pouvant être satisfaits par la mise en place de produits ou services non commercialisés, ou copier une idée réussie et qui a été réalisée par un ami, un voisin ou un parent.

- La vie économique : la consultation des revues et magazines nationales et internationales peut constituer une source d'idées pour des opportunités nouvelles. Ainsi des idées pouvant être transposées d'un pays à un autre, en l'état ou adaptées, en fonction du contexte de ce pays.

- La vie professionnelle : présente la troisième source possible d'identification des idées entrepreneuriales puisque l'observation de son milieu professionnel peut permettre de découvrir des produits ou services complémentaires à ceux commercialisés par son patron.

De même, on peut trouver une idée d'un projet entrepreneurial en empruntant les quatre voies suivantes :

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

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

Option	Avantages	Inconvénients
Commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché	- Disponibilité des statistiques sur le produit ou le service. - Possibilité d'amélioration de l'existant.	- Risque d'être copié. - Risque de saturation du marché.
Mise au point d'un nouveau produit ou service	- Bénéfice de la nouveauté. - Coût peu élevé.	- Possibilité d'une mauvaise réaction du marché. - Absence de données chiffrées sur le produit ou le service.
Acquisition d'une franchise	- Avantage de l'expérience et de la notoriété du franchiseur. - Gain du temps. - Mise en place rapide.	- Dépendance vis-à-vis du franchiseur (prix, approvisionnements,...) - Possibilité du rejet de la franchise par le marché. - Coûts élevés (droits d'entrée, royalties,...)
Reprise d'une entreprise	- Gain du temps. - Activité déjà opérationnelle.	- Risque de changement des attitudes des partenaires (banquiers, fournisseurs, clients,...). - Possibilité d'héritage d'une mauvaise marque.

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

Le processus de recherche d'idée comporte 4 étapes:

### 1 - Sélection d'un axe de recherche

On peut s'inspirer :

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

### 2 - La recherche des idées

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

#### a- Le brainstorming

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

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

#### b- La défectologie

Cette technique consiste à :

- recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service ;
- les classer en fonction de critères choisis ;
- rechercher des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants.

#### c- L'espace de consommation

- Pour trouver de nouvelles idées de produits ou de services, on peut également utiliser un tableau intitulé "Espace de consommation". Cet outil permet de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux.

- La modification d'un des paramètres peut alors donner naissance à :
  - un produit nouveau ou à une activité nouvelle ;
  - un produit ou un service modifié pour l'adapter à un autre Marché.

Cette technique ne peut s'utiliser qu'à partir d'une activité ou d'un produit existant.

#### d- La différenciation

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

### 3- Sélection de certaines idées

La sélection de certaines idées se fait à travers une analyse objective et subjective du réalisme des idées en tenant compte:

- des compétences indispensables
- des moyens financiers, humains et techniques
- du contexte juridique
- du temps disponible

#### 4-Conclusion finale sur la validation de chaque idée retenue

