

I.	Gestion de projet.....	2
I.1.	Définition d'un projet.....	2
I.2.	Définition de l'entrepreneur.....	2
I.3.	Typologie des entrepreneurs orientés vers l'action.....	2
I.3.1.	L'entrepreneur expert (PIC).....	2
I.3.2.	L'entrepreneur-développeur (CAP).....	3
I.4.	Principales caractéristiques entrepreneuriales.....	5
I.5.	Choix de l'idée de projet.....	5
I.6.	Méthodologie de recherche et de validation d'idée de création d'entreprises.....	6
I.6.1.	Sélection d'un axe de recherche.....	6
I.6.2.	La recherche des idées.....	6
I.6.3.	Sélection de certaines idées.....	7
I.6.4.	Conclusion finale sur la validation de chaque idée retenue.....	7
I.7.	Les précautions à prendre avant de dévoiler son idée.....	8
I.8.	L'accompagnement de l'entrepreneur.....	9
I.8.1.	Les bénéfices d'un accompagnement.....	9

I. Gestion de projet

I.1. Définition d'un projet

C'est une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir. Un projet est défini et mis en œuvre pour élaborer une réponse au besoin d'un utilisateur, d'un client ou d'une clientèle, et il implique un objectif et des actions à entreprendre avec des ressources données.

I.2. Définition de l'entrepreneur

Aujourd'hui, le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur » : (i) La première définition fait référence à l'acte d'entreprendre : « est entrepreneur » celui qui entreprend quelque chose. (ii) La seconde voit dans l'entrepreneur « une personne qui se charge de l'exécution d'un travail ». (iii) 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 ».

I.3. Typologie des entrepreneurs orientés vers l'action

Il existe deux types de compétences ; les compétences techniques et génériques. Toutes deux contribuent au sentiment d'auto-efficacité. Les compétences techniques ont trait à aux expertises, c'est-à-dire la capacité d'appliquer des connaissances à une tâche spécifique. Celles qui sont génériques concernent la capacité de mobiliser les connaissances afin d'agir efficacement en fonction des différentes situations auxquels les entrepreneurs sont confrontés tous les jours. Des deux types, les compétences génériques sont assurément les moins connues, mais aussi celles qui contribuent le plus au succès des entrepreneurs.

Ces dernières touchent la façon dont les entrepreneurs interagissent avec les autres, leurs préférences en matière d'apprentissage, leur niveau de confiance en leurs capacités et à celles des autres, leur volonté de réussir, leur style de créativité, leur souci du détail, etc. Bref, celles-ci seront très utiles lorsque viendra le temps de développer une entreprise, que ce soit pour lancer de nouveaux produits, ou s'aventurer sur de nouveaux marchés. Deux grands archétypes d'entrepreneurs découlent de leurs compétences génériques, soit les experts qu'on appelle les **PIC**, les développeurs que l'on surnomme les **CAP**.

I.3.1. L'entrepreneur expert (PIC)

L'entrepreneur expert a pour objectif de fonder sa propre entreprise où il pourra mettre à profit ses connaissances techniques provenant d'un métier ou d'un artisanat par exemple. Il s'apparente au style PIC (pérennité, indépendance, croissance). Craignant l'endettement, il préfère conserver et accumuler son patrimoine plutôt que d'avoir à le partager avec des associés à l'extérieur de sa

famille. Son but n'est pas de faire croître son entreprise et de gérer beaucoup d'employés, mais de miser sur son expertise afin de créer son propre emploi et de faire suffisamment d'argent pour en vivre.

Il connaît son travail par cœur et possède un souci élevé du détail. C'est lui le boss et il a tendance à tout surveiller. Il dispose donc d'un pouvoir d'expert qui l'amène à garder un contrôle direct sur toutes les activités de son entreprise, déléguant une partie de l'ouvrage, mais jamais l'ensemble. Juste assez pour exécuter les tâches demandées. D'autant plus qu'il a de la difficulté à faire confiance aux autres étant donné qu'il se considère comme le spécialiste en la matière. Quand il fait lui-même le travail, il sait que cela va être bien fait.

Quant aux conseils provenant de l'extérieur, il garde une attitude de fermeture ou de retranchement, à moins que l'intervention serve à résoudre des problèmes précis. Oubliez les planifications stratégiques ou les activités de développement de marché, car elles sont trop intangibles à ses yeux. En matière d'accompagnement, il préférera par exemple qu'on lui livre du contenu. Il a recours aux services externes pour obtenir du financement, payer ses taxes, conclure une transaction ou faire sa tenue des livres comptables. Il n'a pas besoin d'habiletés au plan du marketing et pas ou peu d'habiletés organisationnelles étant donné que son entreprise n'est pas complexe.

D'ailleurs, dépasser 50 employés, l'entreprise devient pour cet «expert», trop complexe à gérer puisque ses compétences génériques sont orientées vers le souci des détails et le désir de tout contrôler. À la phase de démarrage, il est normal qu'un entrepreneur doive veiller à tout et être partout à la fois. Mais, à la phase de croissance il ne peut plus continuer à exercer une surveillance serrée et tente de s'occuper de toutes les fonctions de l'entreprise.

Sur le plan des opportunités, il n'ira pas au-devant des besoins de ses clients afin de leur proposer quelque chose de nouveau, mais il s'adaptera facilement à leurs demandes. En ce qui concerne les stratégies, il préfère se spécialiser dans de nouvelles niches de marché où il peut exercer un contrôle d'acier ou encore lancer un meilleur produit que la concurrence. Son objectif, consiste à faire en sorte que son entreprise devienne la plus rentable ou la plus productive possible. Il prend d'ailleurs le temps de l'améliorer, de la modifier petit à petit, pour la rendre de plus en plus performante. Il a développé, au fil des ans, une méthode qui lui permet de faire des affaires d'une manière très efficace et organisée, mais en revanche, qui évolue peu. Les entreprises gérées par les experts brillent par leur efficacité. Plusieurs atteignent d'ailleurs un haut niveau d'excellence.

I.3.2. L'entrepreneur-développeur (CAP)

L'entrepreneur-développeur aime faire fructifier la valeur des produits et services. Il ne veut pas faire tout lui-même, car il sait qu'il lui manque des connaissances et des compétences clés. C'est

pourquoi il s'entoure d'un réseau, d'associés, d'employés souvent plus compétents que lui afin de le compléter. Ce type d'entrepreneur s'apparente au style CAP (croissance, autonomie, pérennité).

Opportuniste, il recherche le défi et l'accomplissement de soi plutôt qu'un travail. L'aspect relationnel constitue une de ses principales forces. Il a la capacité de créer des liens de confiance, ce qui facilite la délégation des responsabilités. Il dispose aussi d'une vision globale et une grande capacité d'autocritique, ce qui l'amène à bien percevoir ses forces et ses faiblesses en lien avec ses propres objectifs et ceux de l'organisation. Ce portait de ses compétences ne serait être complet sans nommer sa fluidité créative et sa capacité de résoudre les problèmes complexes. Presque romantique, son approche stratégique est riche en émotions puisqu'elle est basée sur sa vision, ses idéaux et son intuition du marché plutôt que sur des faits, des plans et des chiffres. Il n'est pas rare qu'il fasse aussi la promotion de valeurs tant humanistes que commerciales.

Il dispose d'un pouvoir légitime que lui confère son rôle de dirigeant et le confine dans son leadership de croissance. Devant les ressources externes, il est ouvert à ce qu'on le guide dans les activités relatives au développement des marchés, à l'élaboration de stratégies et aux autres questions de nature organisationnelle.

Pour croître, il a besoin de ressources pour l'organiser et structurer son entreprise. Des interventions, comme la mise en place d'indicateurs de performance, fait son affaire, c'est pourquoi il doit prendre le temps de trouver la bonne personne. L'embauche d'un directeur général peut l'aider à le dégager de la gestion quotidienne. Libéré des détails qui en découlent et bien entouré, il pourra faire bénéficier son entreprise d'une croissance soutenue.

L'entrepreneur-développeur a le flair pour dénicher les opportunités et est capable de les exploiter à leur maximum. Il sait transformer les idées en quelque chose qui livre ses promesses, qui attire les clients et deviendra rentable. Une fois qu'il démarre un nouveau projet, il trouve qu'il y a trop de détails à gérer. Il devient rapidement fatigué par l'habitude et provoque les changements afin de relever de nouveaux défis.

L'entrepreneur-développeur carbure à la passion. Comme celle-ci ne dure que de 18 à 30 mois après quoi son effet diminue, il lui faut du piquant dans sa vie. Il fait renaître cette passion en entreprenant, à tous les deux à trois ans, des projets de plus en plus audacieux.

Il ne craint pas d'investir massivement dans de nouveaux moyens qui lui permettront de diminuer ses frais d'exploitation et de prendre de nouveaux marchés afin de devenir le leader incontesté de son industrie. Pour poursuivre sa croissance, il n'hésite pas à s'endetter ou à faire appel à des investisseurs, pourvu qu'il puisse garder les rênes de son entreprise.

I.4.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

I.5.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 :

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

Ce tableau 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 -Possibilité du rejet de la franchise par le marché. - Coûts élevés
Reprise d'une entreprise	- Gain du temps. - Activité déjà opérationnelle.	-Risque de changement des attitudes des partenaires -Possibilité d'héritage d'une mauvaise marque.

I.6. Méthodologie de recherche et de validation d'idée de création d'entreprises

Le processus de recherche d'idée comporte 4 étapes :

I.6.1. Sélection d'un axe de recherche

On peut s'inspirer :

- ✓ De son savoir-faire professionnel
- ✓ De sa personnalité
- ✓ Des opportunités
- ✓ Des problèmes rencontrés

I.6.2. La recherche des idées

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

✓ **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.

✓ **La défectuologie**

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.

✓ 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.

✓ La différenciation

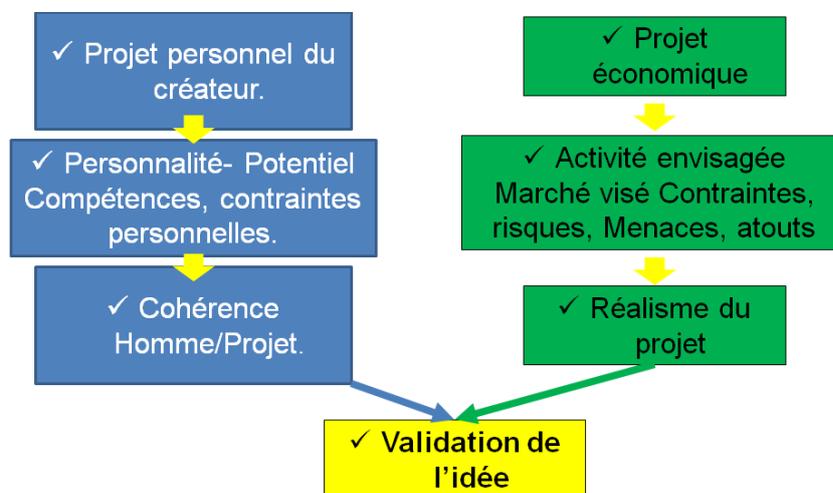
La différenciation apporte à un produit / service ou à une offre commerciale un caractère apte à se distinguer nettement des offres concurrentes.

I.6.3. 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

I.6.4. Conclusion finale sur la validation de chaque idée retenue



I.7. Les précautions à prendre avant de dévoiler son idée

L'idée, en tant que telle, ne peut être protégée, votre idée de création est nouvelle et originale ? Malheureusement il ne vous sera pas possible d'interdire à un autre entrepreneur de la reprendre et de créer une entreprise concurrente à la vôtre.

L'idée "en elle-même" n'est en effet pas protégeable. Seule peut l'être la forme selon laquelle elle s'exprime : invention, marque, création littéraire ou artistique, dessin ou modèle, etc.

Par exemple, si vous lancez un service en ligne de cours particuliers de guitare pour adolescents débutants via skype, vous ne pourrez-vous opposer à la création d'un autre site concurrent sur la même thématique. Par contre, si votre méthode est totalement innovante ou si vous avez trouvé un nom original qui identifie votre concept, ils pourront être protégés au titre : (i) du droit d'auteur pour la méthode, (ii) et du droit des marques pour le nom. En fait, ce qui peut être protégé est :

✓ Une invention

La protection s'obtient par la délivrance d'un brevet ou d'un certificat d'utilité auprès de l'INAPI (Institut National Algérien de la Propriété Industrielle). Pour être brevetable, votre invention doit répondre à 3 critères : (i) présenter un caractère absolu de nouveauté (elle ne doit jamais avoir été divulguée au public), (ii) ne pas découler d'une manière évidente de l'état de la technique. En d'autres termes, elle doit faire preuve d'une véritable activité inventive, (iii) être susceptible d'application industrielle.

✓ Un nom, une marque

Si vous avez trouvé un nom original pour identifier votre produit/service ou votre entreprise, vous avez tout intérêt à le déposer en tant que marque auprès de l'INAPI.

✓ Un dessin ou modèle

Vous pouvez protéger auprès de l'Inpi l'apparence d'un produit ainsi que son ornement : ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux.

✓ Une création littéraire ou artistique

La protection d'une telle création est attribuée "naturellement" au titre du droit d'auteur, sans avoir à accomplir de formalités particulières. Il suffit d'être en mesure d'attester que l'on est bien l'auteur de cette création.

I.8.L'accompagnement de l'entrepreneur

Se faire accompagner est l'une des clés de la réussite de votre projet d'entreprise. Des réseaux se tiennent à votre disposition pour vous accompagner dans vos démarches de création et reprise d'entreprise, dont (i) L'ANSEJ, (Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes), dénommée Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat depuis novembre 2020, (ii) ANGEM (Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit), (iii) CNAC (la Caisse nationale d'assurance-chômage) et l'ANDI (Agence Nationale de Développement de l'Investissement). Les besoins de l'entrepreneur sont nombreux et les sujets différents :

- Le parcours à suivre pour créer ou reprendre une entreprise
- La connaissance de la réglementation liée à l'activité
- La construction du business-plan
- Les aides financières et intervenants locaux
- La structure juridique de l'entreprise
- La validation du business model ou points précis (bail, statuts, etc.)
- Les formalités d'immatriculation

I.8.1. Les bénéfices d'un accompagnement

Les entrepreneurs qui se font accompagner augmentent leurs chances de réussite ? Le taux de pérennité à 3 ans des entreprises est supérieur à 80% selon les réseaux d'accompagnement. Les bénéfices sont nombreux, que ce soit pour l'entreprise ou l'entrepreneur, une partie est présentée dans le tableau suivant :

Pour l'entreprise	Pour l'entrepreneur
<ul style="list-style-type: none">✓ Obtenir les informations utiles et échanger sur votre projet de création d'entreprise.✓ Challenger et tester votre projet afin de le rendre meilleur.✓ Profiter de l'expertise du conseiller (connaissance de l'écosystème et les aides locales).✓ Prendre du recul et bénéficier d'un regard extérieur et avisé sur votre projet de création.	<ul style="list-style-type: none">✓ S'entourer de professionnels et trouver des compétences et expertises complémentaires aux vôtres.✓ Se préparer au métier de chef d'entreprise (posture).✓ Sortir de l'isolement et échanger avec vos pairs (networking).✓ Gagner un temps précieux par l'expérience du conseiller.