

Institut Supérieur du Sport et de l'Education Physique, Le KEF

Formation continue

Module :Culture Entrepreneuriale

Khémiri Achwak

Note : Le présent cours représente une sélection de certains chapitres de la culture entrepreneurial « I, II et la création d'entreprise.

Ainsi certains chapitres synthétisent le programme de l'UVT et UJ avec des enrichissements des autres programmes (CEFE, GERME, CREE, UV, U.Sfax...)

Plan du cours

Chapitre I/ L'entrepreneuriat

Chapitre II/ L'entreprise.

Chapitre III/ L'entreprise et son environnement.

Chapitre IV/profil de l'entrepreneur.

Chapitre V/Création d'entreprise

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat

Objectif d'apprentissage : Expliquer ce que représente l'entrepreneuriat

Introduction : L'entrepreneuriat est une notion qui existe depuis longtemps mais ce phénomène semble attirer à nouveau l'attention de nombreux acteurs : institutions économiques, structures d'accompagnement, grandes entreprises et établissements universitaires. Ce renouveau s'explique en partie par la croissance du chômage et la saturation des offres classiques d'emploi. De même la diversité des initiatives entrepreneuriales participe à une adaptation plus fine de l'économie aux besoins de la société en matière de santé, d'environnement ou encore de la lutte contre les exclusions ou les inégalités sociales.

Malgré la profusion des recherches sur le sujet de l'entrepreneuriat, il reste très difficile d'en donner une définition qui fasse l'unanimité. Cependant, l'acte d'entreprendre est vital dans la mesure où il constitue une formidable voie de réalisation de soi, favorise un mouvement plus collectif de création de richesses économiques et /ou sociales et améliore le bien être collectif.

Section I :Définition de l'entrepreneuriat

Cependant, il est possible d'identifier des grandes approches. Nous retiendrons en particulier trois conceptions qui apparaissent complémentaires.

La première conception définit l'entrepreneuriat comme le « processus par lequel des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées. »¹. L'opportunité est entendue comme des situations où des nouveaux produits, services, matières premières et méthodes d'organisation sont introduits et vendus à un prix supérieur à leur coût de production. L'exemple que nous donnent ces auteurs est celui d'un individu capable de découvrir des ressources sous-évaluées par des détenteurs qu'il rachète et combine pour les revendre en produits ou services «surévalués» par des acquéreurs. Ainsi, l'opportunité est à la base une nouvelle information profitable à laquelle un individu accède à deux conditions. Premièrement, s'il détient des connaissances antérieures qui sont complémentaires à cette information et qui permettent de la détecter et deuxièmement, s'il possède certaines qualités pour l'évaluer. La détention de cette information déclenche une vision entrepreneuriale : un projet d'exploitation de cette opportunité.

La deuxième conception est celle de l'émergence organisationnelle², c'est-à-dire le processus qui conduit à l'apparition d'une nouvelle organisation. Dans cette approche, l'entrepreneuriat est entendu comme un processus de création d'une organisation, c'est-à-dire les activités par lesquelles le créateur mobilise et combine des ressources (informationnelles, matérielles, humaines, etc.) pour concrétiser l'opportunité en un projet structuré voire une entité.

La troisième conception est celle du couple individu/création de valeur. Elle définit l'entrepreneuriat comme une dynamique de changement où l'individu est à la fois acteur de la création de valeur et objet de la création de valeur, qui par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.) le détermine. Fayolle (2004) définit l'entrepreneuriat comme situation reliant de façon concomitante, un individu et un projet. La valeur créée renvoie aux apports techniques, financiers et personnels que génère cette nouvelle organisation et qui procurent satisfaction à l'entrepreneur et aux parties intéressées. Pour l'entrepreneur, il s'agit de biens financiers et matériels mais aussi d'autonomie, de pouvoir ou d'estime de soi entre autres. Pour les clients, il s'agit de la satisfaction procurée par la consommation du produit et/ou service proposé. Pour les financiers, il s'agit de la rentabilité de la structure créée et des gains monétaires effectifs et potentiels.

En fait, ces trois conceptions sont complémentaires car aucune d'entre elles ne suffit en soi pour qualifier le phénomène entrepreneurial. L'approche par la création d'une opportunité d'affaires formalise le stade d'émergence de l'idée en une opportunité. L'approche par la création d'une organisation introduit l'action d'ordonner ou de structurer le réel que suppose tout acte de création sous des multiples formes organisées que sont le modèle d'affaires, le plan d'affaires, le prototype de produit et l'entité créée. Cette approche se focalise davantage sur la phase de montage du projet et de lancement des activités jusqu'à que l'organisation se stabilise. L'approche par la création de valeur introduit un principe essentiel de l'entrepreneuriat, celui du degré d'innovation ou de la valeur créée via l'organisation impulsée par l'individu. La création effective de valeur n'intervient généralement qu'au cours du dernier stade : celui d'une

organisation entrepreneuriale stabilisée évaluée par des indicateurs d'activités, de performance et de résultats.

En définitive, ces trois approches peuvent être conciliées en la définition suivante : L'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires par un ou plusieurs individu(s) via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur.³

Bruyat

Section II :Les formes d'entreprenariat : Une action entrepreneuriale s'exprime dans le cadre d'un projet entrepreneurial qui peut prendre plusieurs formes :

- **entreprendre pour son propre compte (créer ou reprendre son entreprise),**
- **entreprendre pour le compte d'une entreprise (intraprendre)**
- **entreprendre pour le compte de la société (actions humanitaires, associatives)**

D'une manière générale, le projet entrepreneurial peut revêtir plusieurs formes :

1. Projet de création d'entreprises : la création d'entreprises est un phénomène d'une grande hétérogénéité :

a. Projet de création ex nihilo : créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués.

b. Projet de création par essaimage : créer une entreprise quand on est salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un

commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

c. **Projet de création en franchise** : elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisé ailleurs. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donnée. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

d. **Projet de création de filiale** : l'entrepreneur agit dans ce cas pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale.

Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à condition de pouvoir y accéder à celui qui veut entreprendre mais qui ne le fait pas par peur de risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle et familiale.

2. **Projet de reprise d'entreprises** : la reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas été créée.

Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la

reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins deux cas peuvent être examinés ici :

a. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé : la principale difficulté est d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite, il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre de temps dans l'apprentissage du métier du chef d'entreprise.

b. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté : si les difficultés sont déclarées (entreprise en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprises en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît également comme une condition importante.

3. Projet associatif : le projet associatif émane d'une poignée de personnes ressentant le besoin de se mobiliser pour trouver des solutions à des problèmes sociaux. Le projet associatif tend à pallier par exemple à des problématiques d'éducation, de santé, de menaces d'environnement en s'engageant à trouver des solutions adaptés et souvent créatives.

Section III : les facteurs déclencheurs de l'engagement d'un individu dans un processus entrepreneurial

Quels sont les facteurs déclencheurs de l'engagement d'un individu dans un processus entrepreneurial ? “ Pourquoi certains individus sont entrepreneurs alors que d'autres ne le sont pas ” ?

❖ Les éléments personnels (les caractéristiques psychologiques)

Age, sexe, éducation, expériences et statuts professionnels, Parcours entrepreneuriaux, valeurs. Stabilité de l'emploi , (promotion non obtenue, ennui ou routine, conflit)les compétences, connaissances, l'entrepreneur le fruit d'une expérience passée (personnelle ou celles d'amis ou de connaissances)

❖ Conditions socio-économiques

Environnement familial et social ; l'impact du milieu familial sur la perception du risque l'existence d'antécédents familiaux entrepreneuriaux. L'existence d'autres inventeurs-entrepreneurs ayant réussi l'existence d'un modèle

Ressources financières et capital-connaissances provenant des réseaux familiaux, professionnels et sociaux.

L'influence de l'environnement universitaire sur la création d'entreprise

Ressources propres ou d'obstacles anticipés (absence ou présences des ressources nécessaires et d'opportunités). Désirabilité perçue

❖ Environnement spécifique Cadre réglementaire

Les pouvoirs publics peuvent stimuler ou étouffer l'esprit d'entreprise par l'appui de structures publiques et semi-publiques et par leurs actions administratives, fiscales, législatives et réglementaires. le rôle d'infrastructures

Les jeunes chercheurs (jeunes docteurs ou chercheurs sur contrat à court terme ou occasionnel), dont la carrière académique n'est pas encore garantie, seraient ainsi plus incités que les chercheurs statutaires à créer (risque de chômage, pas de contraintes statutaires et réglementaires, moins de contraintes culturelles, une perspective de carrière moins forte, du moins pour les chercheurs sur contrat à court terme).

Droit de propriété, droit de travail

Environnement général, politiques, financières et spécifiques à l'entrepreneuriat.

SectionIV :Les obstacles à l'entrepreneariat

Malgré l'importance des entrepreneurs et de l'esprit d'entreprise, ces entrepreneurs se trouvent en plus confronter à des obstacles qui entravent toute promotion de l'entrepreneariat, tels :

Le manque de transparence dans les affaires et la permanence des rentes et des privilèges ce qui pose une problématique de la concurrence loyale entre les entrepreneurs (équité dans l'accès à l'information, l'égalité de traitement pour bénéficier des crédits). Les obstacles lié au cadre institutionnel et a trait à la bureaucratie et à l'existence de monopoles et de chasses gardées, le deuxième type est à caractère économique et porte sur le coût des facteurs et la qualité de la main d'œuvre.

Conclusion : Il n'existe pas un type unique d'entrepreneur, les recherches retiennent que :

- l'entrepreneariat est un champ diversifié, hétérogène et complexe ;**
- entreprendre est un comportement temporaire et situé ;**

Il est donc possible d'entreprendre à n'importe quel âge, peu importe son statut social, son niveau d'étude, le secteur, l'époque, la dimension de son projet, sa nature, ses objectifs...

CHAPITRE II : L'Entreprise

Objectif d'apprentissage

- **Il s'agit dans ce chapitre de savoir de quoi l'on parle quand on évoque l'entreprise.**
- **Présenter les principales définitions de l'entreprise**
- **Les différentes typologies d'entreprise**

1. Définition de l'entreprise

Plusieurs définitions peuvent être avancées pour définir le concept d'entreprise. Dans la théorie économique classique, l'entreprise est considérée comme un producteur abstrait et interchangeable qui combine de façon optimale des facteurs de production. Dans l'économie industrielle, elle est considérée comme une organisation poursuivant la réalisation d'objectifs ou encore une organisation finalisée. L'entreprise est définie, en outre comme une firme commandée par le marché et l'environnement. L'on retiendra ici la définition de Marcel Capet : « L'entreprise ou la firme est définie comme un groupe humain de production, autonome, disposant d'un patrimoine, exerçant un effet d'attraction sur son environnement et dont le devenir dépend de la vente du produit de son activité. »

Dans la théorie économique classique, elle est défini comme un système, une cellule complexe, ayant des multiples fonctions qui règlent son activité (fonctions de production, de transformation et de distribution) et des rapports sociaux (Conflits, oppositions...) qui s'y établissent. De plus, elle est en échange constant avec l'extérieur ; c'est un élément inhérent au système économique et social dans lequel elle s'insère.

❖ Les définitions fonctionnelles : Il s'agit de définir l'entreprise telle qu'elle a été vue par les économistes c.-à-d. à travers ces fonctions

La fonction économique principale de toute entreprise est de produire des biens et services.

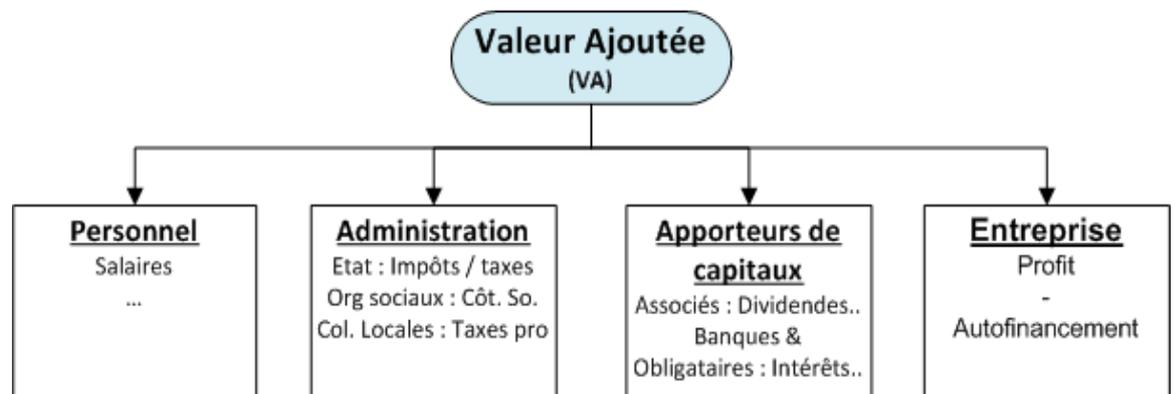
D'où on définit l'entreprise comme étant :

- **Unité de production :** "L'entreprise combine les facteurs de production (capital, travail, MP) en vue d'obtenir un produit qu'elle écoule sur le marché afin de réaliser des bénéfices.
- **Unité de transformation:** « l'entreprise consomme des intrants (inputs ; des facteurs de production ; capital, travail et machines ...), met en œuvre des techniques et produit des extrants (outputs).



L'entreprise, par la transformation qu'elle opère, crée la richesse : la valeur ajoutée.

- **Unité de répartition ; L'entreprise crée de la valeur ajoutée, cette valeur est répartir comme suit :**



❖ **Selon l'approche sociologique: l'Entreprise comme étant une cellule social**

Selon l'approche sociologique de l'entreprise, l'entreprise est composée de 3 acteurs principaux : Apporteurs de capitaux, Dirigeants, Salariés

- **Ainsi l'entreprise est un groupement humain connecté par un ensemble de relations (échange de biens/services, d'informations, d'ordres hiérarchiques...). En effet selon cette conception l'entreprise est représenter comme un lieu de travail où s'affrontent les classes sociales (se forment et se reproduisent)**

2. Classification des entreprises : Une manière de présenter la diversité des entreprises consiste à recourir à des classifications en fonction de critères. Les plus courantes portent sur des critères juridiques et économiques.

a. Classification selon les formes juridiques

Les classifications juridiques informent sur la manière dont est réparti le pouvoir au sein de l'entreprise et sur les apports des tiers. Les classifications sont généralement faites soit selon le type de propriété choisi soit selon la forme juridique de l'entreprise.

Les entreprises du secteur public :

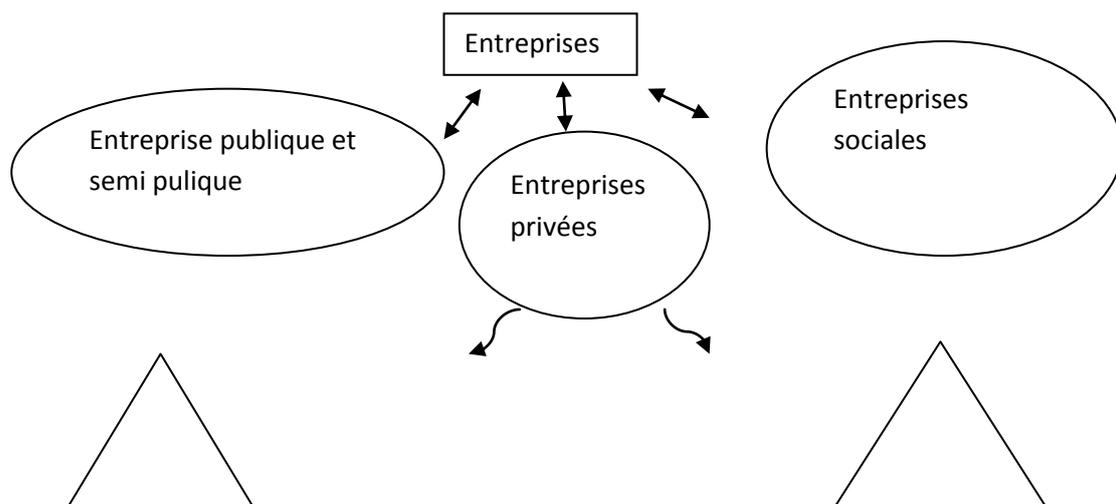
On parlera d'entreprises publiques, d'entreprises semi-publiques, d'établissements publics (ex : le Centre de Promotion des Exportations - CEPEX) et les régies directes selon la part que l'Etat détient dans le capital de l'entreprise. En général, ces entreprises exercent soit des activités dont la finalité est un service rendu à la collectivité (l'énergie, le transport, la communication...), soit une activité jugée sensible ou stratégique pour l'Etat (l'aéronautique, le pétrole...).

Les entreprises du secteur de l'économie sociale

Certaines entreprises sont sous forme de coopérative ou de mutuelle. Il s'agit principalement de sociétés coopératives de consommation ou de production. Leur fonctionnement repose sur des principes de solidarité : tout le monde prend part aux décisions, les bénéfices sont répartis entre l'entreprise et les sociétaires. Dans ce genre d'entreprise, les rapports humains et sociaux priment généralement sur la recherche du profit.

Les entreprises du secteur privé

Dans le secteur privé, les formes juridiques sont aussi très variées mais l'on distingue déjà deux grandes formes juridiques : les entreprises individuelles et les entreprises sociétaires.



b. Classification selon les critères économiques

Les entreprises peuvent également être classées selon des critères économiques.

On distingue les critères qui portent sur la taille de l'entreprise et ceux qui portent sur son activité.

La taille de l'entreprise

Le critère le plus utilisé pour juger de la dimension d'une entreprise est son effectif salarié. Il permet de distinguer entre petite, moyenne et grande entreprise.

Classification des entreprises selon l'effectif salarié

Classe Effectif

- Très petite entreprise De 0 à 9 salariés**
- Petite entreprise De 10 à 49 salariés**
- Moyenne entreprise De 50 à 119 salariés**
- Grande entreprise De 200 et plus**

La taille de l'entreprise peut être également jugée selon le niveau de son Le chiffre d'affaires (montant des ventes) ou celui de la valeur ajouté (la

**différence entre le prix de vente d'un produit et la valeur totale des dépenses qu'elle a engagée) Les capitaux propres (les apports personnels)
La surface de vente.**

L'activité de l'entreprise

On distingue selon la classification sectorielle, les entreprises du secteur primaire, celles du secteur secondaire et celles du secteur tertiaire.

- Le secteur primaire regroupe les activités économiques productives de matières premières (agriculture, pêche, extraction des ressources naturelles).

- Le secteur secondaire regroupe les activités destinées à transformer des matières premières en bien productifs ou en bien de consommation (l'industrie et le bâtiment).

- Le secteur tertiaire quand à lui englobe les activités de services (commerce, administration, banques, assurances...)

C. La finalité de l'entreprise

La finalité de l'entreprise est la raison pour laquelle a eu lieu sa création.

- Toutes les entreprises ont la même fonction économique générale qui est la satisfaction des besoins du marché par la production de biens et services.**

- **La rentabilité ou le profit.**
- **création d'emplois, croissance économique**

Cependant les objectifs recherchés par un créateur peuvent être l'indépendance financière, la sécurité, les avantages en nature, la rémunération, le pouvoir, le prestige, la croissance de l'entreprise, la satisfaction de la clientèle ou du personnel, l'épanouissement personnel.

CHAPITRE III : L'Entreprise et son environnement

Objectif d'apprentissage : Décrire les relations entre une entreprise et son environnement

INTRODUCTION

Les caractéristiques de l'entreprise sont étroitement liées à l'environnement de celle-ci. En effet, l'environnement général peut être défini comme étant l'ensemble des éléments qui existent en dehors des frontières de l'entreprise et qui ont la potentialité de l'affecter tout ou partie. Certains facteurs touchent de loin l'entreprise, d'autres par contre ont un effet direct et immédiat sur le fonctionnement de l'entreprise. C'est pourquoi, l'environnement externe de l'entreprise est scindé en deux : l'environnement externe général (le macro-environnement) et son environnement direct ou immédiat (le micro-environnement). Ainsi pour

pouvoir prendre des décisions pertinentes, l'entreprise, en tant que système ouvert, doit tenir compte de son environnement.

1. L'environnement externe ou général:

Cet environnement représente le contexte général dans lequel l'entreprise évolue. Il comprend le contexte économique, politique et légal, technologique, social, naturel et écologique, éthique, et international.

L'environnement économique : Il fournit à l'entreprise toutes les ressources nécessaires à l'acte de production, la disponibilité et le coût des facteurs de production, la qualification de la main d'œuvre, le taux d'intérêt, le taux d'inflation. Tous ces éléments sont autant de contraintes qui conditionnent l'entreprise, sa productivité, ses bénéfices, ...

L'environnement politique et légal : Le gouvernement intervient en émettant des lois et des règlements pour :

- ✓ renforcer l'efficacité économique en remédiant aux défaillances,**
- ✓ redistribuer les revenus**
- ✓ poursuivre des objectifs sociaux (sécurité au travail, SMIG, réglementation anti-pollution...)**

L'environnement technologique : Cet environnement impose de s'adapter aux innovations pour être davantage efficace. Cet environnement concerne les techniques et procédés de transformation mais aussi les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) (ex: l'informatique, la Bureautique, le câble, les images virtuelles, Internet, la visioconférence, ...)

L'environnement social : Il se traduit, en tant que force d'influence, à travers l'évolution du comportement des consommateurs, la croissance démographique, la répartition des groupes d'âge de la population, ses classes sociales, ...

L'environnement naturel et écologique : L'environnement naturel est le cadre naturel dans lequel opère l'entreprise. Les entreprises du secteur agricole ou touristique par exemple, sont directement concernées par cet environnement.

Ces dernières années, l'environnement écologique est également devenu à l'honneur : mouvements des « verts » en Europe, ministère de l'environnement en Tunisie... On voit se multiplier les lois sur la protection de l'environnement, les projets sur le retraitement des déchets ou l'économie d'énergie.

L'environnement éthique : L'éthique est la science de la morale et des mœurs. Un comportement est dit non éthique quand il n'est pas conforme aux règles de conduite en usage dans une société. Ainsi, l'environnement éthique concerne la base du comportement moral de l'entreprise. L'éthique du monde des affaires dépend de l'éthique personnelle (honnêteté, sens de la justice, ...) et de l'éthique corporative (respect de l'employé, normes équitables, ...)

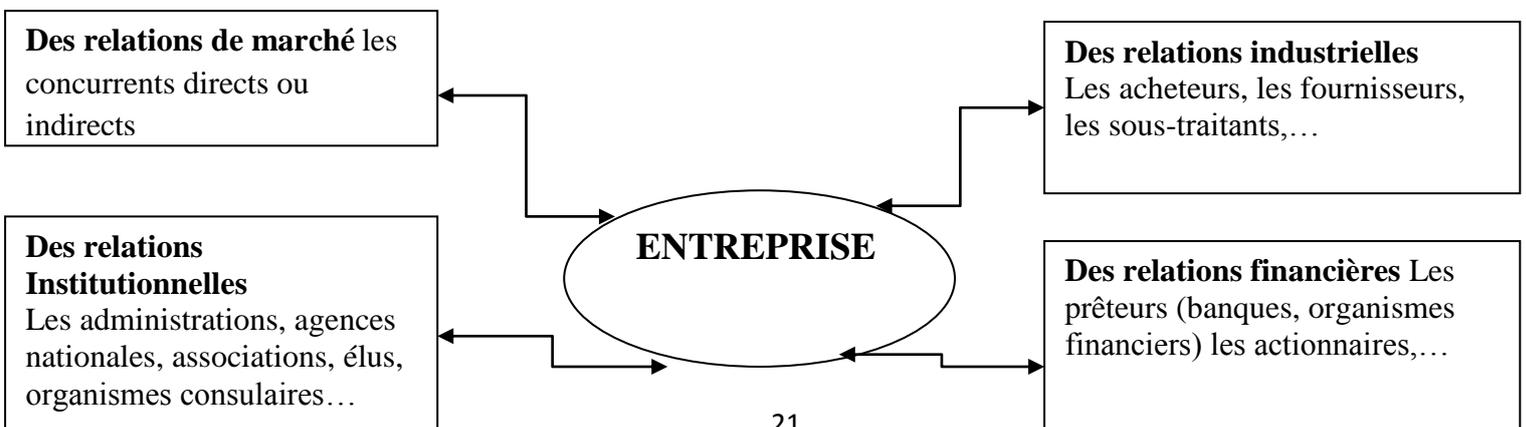
L'environnement international : De nos jours, on assiste à une interdépendance des économies favorisée par la mobilité des facteurs de production et le progrès technologique. Une crise (économique ou politique) dans un pays peut profiter ou au contraire nuire à ses partenaires. La planète est devenue un vaste marché où se concurrencent les entreprises et où le commerce international joue un rôle primordial.

Comme nous venons de le présenter, les tendances de l'environnement général de l'entreprise concernent surtout les aspects globaux. Elles peuvent apparaître brusquement (comme un krach boursier, une crise pétrolière, une révolution technologique,...) mais le plus souvent les évolutions sont plutôt lentes et prévisibles (mise en place de normes ou évolutions socioculturelles,...). Une autre caractéristique du macro-

environnement est que même si ses évolutions offrent de nombreuses opportunités pour les entreprises (avantages de coûts dans le cas d'une délocalisation, innovation technologique qui modifie le procédé de fabrication, nouvelles activités...), bien souvent elles sont considérées comme des contraintes qui pèsent sur les entreprises en place. C'est pourquoi avons-nous tendance à présenter un schéma où les entreprises subissent plus les tendances structurelles du macro-environnement qu'elles ne les influencent.

2. L'environnement direct ou immédiat

Cet environnement est principalement composé d'acteurs avec lesquels l'entreprise est directement en contact. Ce microenvironnement repose donc sur des relations de proximité qui sont en rapport direct avec l'activité de l'entreprise.



3. Les caractéristiques de l'environnement de l'entreprise

L'environnement est complexe: L'environnement recouvre une grande diversité d'influences.

L'environnement est turbulent: l'environnement est en perpétuelle changement (lié à l'innovation et nouvelles technologies, la concurrence)

L'environnement est source d'opportunité et menaces

L'environnement de l'entreprise est scindé en deux :

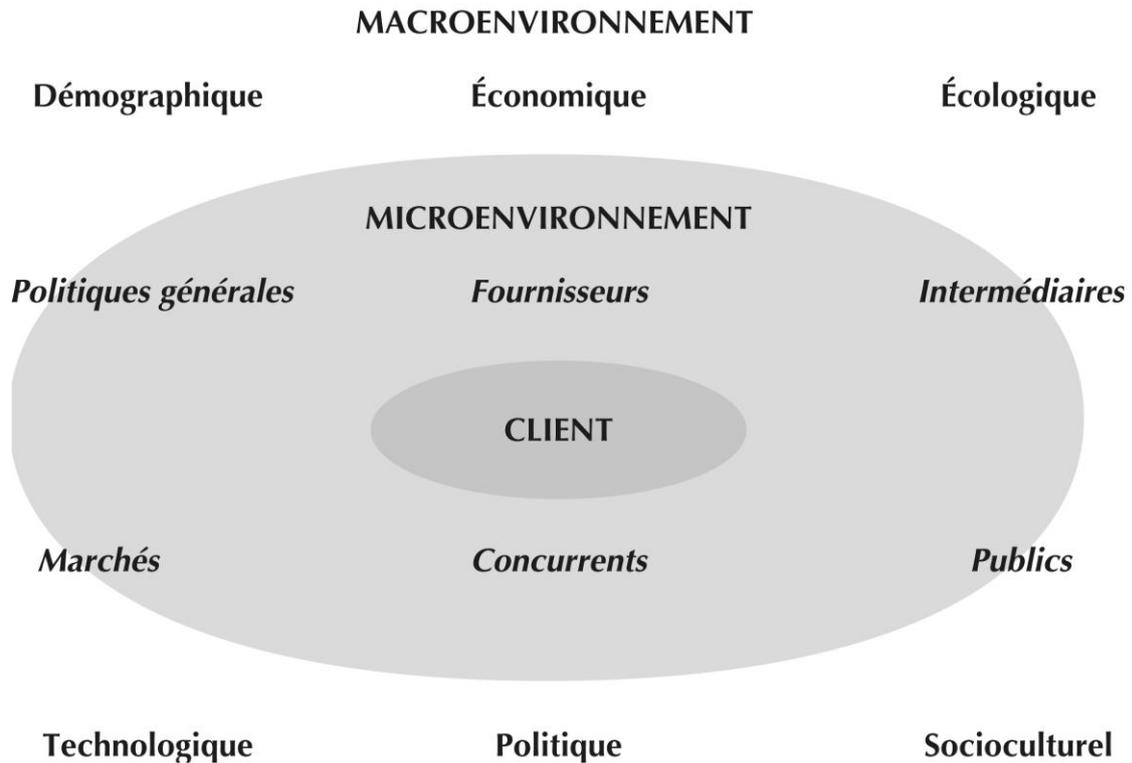
L'environnement externe général (macro environnement)

L'environnement direct ou immédiat (le microenvironnement)

L'entreprises subi l'influence du macro environnement sans que celle-ci ne puisse agir en retour (Les variables du macro environnement, qualifiées de « variables incontrôlables »).

Le micro environnement intervient plus directement dans la sphère d'activité et influencent l'activité de l'entreprise mais sur lesquels celle-ci peut agir plus ou moins en retour.

L'influence des variables du micro environnement dépend avant tout de l'importance de l'entreprise (taille, surface financière, nombre de salariés)



Conclusion : L'entreprise fonctionne et évolue en interaction directe ou indirecte avec le milieu dans le quel elle se trouve placée .Elle apparaît comme un système complexe, ouvert sur son environnement, lui-même complexe mouvant et incertain.

CHAPITRE IV :Profil de l'entrepreneur

Objectif d'apprentissage ; Définir l'entrepreneur et les activités qu'il réalise

Introduction : Vous avez déjà plusieurs fois envisagé de monter votre propre boîte. Mais voilà, pas si facile de passer du vague projet, évoqué de

manière imprévue pendant une discussion avec des amis, à sa concrétisation.

Des questions cruciales se présentent ainsi à vous : « Ai-je le profil adéquat pour réussir en tant qu'entrepreneur ? » Quelles sont les qualités à avoir pour être un entrepreneur? Quelles sont celles à développer pour réussir dans ses projets? Quels sont les avantages à devenir entrepreneur? Et quelles sont les chances de réussite?

1.les caractéristiques d'un entrepreneur

Une des définitions de l'entrepreneur selon le dictionnaire : « l'entrepreneur est un individu qui organise, agit et assume le risque pour la création d'une entreprise » c'est la capacité de transformer une volonté, un besoin un talent un désir ou un rêve.

Bien des caractéristiques ont été attribuées aux entrepreneurs. Ces caractéristiques apparaissent parfois disparates ou même contradictoires car elles sont tirées de recherches portant sur des catégories souvent fort distinctes d'entrepreneurs : gens qui viennent de démarrer leur entreprise, entrepreneurs en opération depuis longtemps, opérateurs de micro-entreprises ou de PME, entrepreneurs qui ont bâti de grandes entreprises.

Il n'existe pas d'absolu en ce qui a trait aux caractéristiques de

L'entrepreneur. Elles pourront varier dans le temps selon les activités privilégiées ou les étapes de croissance de l'entreprise.

Nous trouvons utile d'associer des caractéristiques avec des activités, car des caractéristiques ne sont pas immuables. La fonction crée l'organe, c'est-à-dire que la pratique de certaines activités aura pour effet d'engendrer le développement de certaines caractéristiques. Il faut qu'il existe un minimum de potentiel au départ. Par exemple, on entend souvent dire que les entrepreneurs sont créatifs. On est à même d'observer qu'ils le

deviennent encore davantage après avoir lancé leur entreprise car, s'ils ne le deviennent pas, ils auront beaucoup de difficultés à réussir.

Ce sera plus facile pour la personne qui a déjà eu l'occasion de développer l'une ou l'autre des caractéristiques ... ou si elle présente déjà un potentiel face à elles. Dans le cas contraire, elle devra travailler plus fort pour les développer ou pour les compenser.

On aura avantage à comprendre ce qu'exigent les activités entrepreneuriales au niveau des caractéristiques et à réfléchir sur l'endroit où on se situe par rapport à chacune de ces dernières. Il n'existe pas de « profil type » de l'entrepreneur. De la même manière, il n'existe pas non plus de profil idéal pour mettre en œuvre et concrétiser un projet. Cependant, des études récentes ont montré que nombre d'entrepreneurs ont des caractéristiques et des traits de personnalité similaires. L'entrepreneur type possède des attitudes, des motivations, des comportements et des habiletés compatibles avec sa fonction. Ces acquis sont caractéristiques et bien identifiés. L'entrepreneur potentiel qui a appris à se connaître saura vérifier si son propre profil correspond à celui de l'entrepreneur type.

- Des traits de personnalité types...

Si on se penche, dans un premier temps, sur les traits de personnalité à tendance créative, on remarque que l'entrepreneur est passionné et a généralement un esprit inventif et imaginatif (la créativité). Son esprit créatif se matérialise par une prolifération constante d'idées et par sa caractéristique visionnaire ; il est en effet capable d'anticiper et de prévoir des perspectives futures : l'innovation est son principe. Un entrepreneur va toujours de l'avant et, tout en gardant une part de réalisme (L'entrepreneur imagine, mais il doit évaluer, calculer, regarder les conséquences des décisions qu'il s'apprête à prendre, prudence.), n'a pas peur de prendre des risques et de porter ses projets à terme avec détermination.

- *L'entrepreneur est une personne imaginative qui décelé les occasions d'affaires qui prend des décisions de risque d'innover, c'est d'abord un être visionnaire*
- *C'est quelqu'un qui a du flair et de l'intuition.*
- *L'entrepreneur est une personne indépendante. C'est quelqu'un qui a un grand besoin d'autonomie et d'indépendance.*
- *Un entrepreneur doit savoir se débrouiller.*
- *l'entrepreneur doit être flexible. Il doit savoir s'ajuster aux personnes et aux circonstances. Il doit être à l'écoute et montrer de la sensibilité envers son environnement, et savoir s'ajuster en conséquence.*
- *Prévoyance; Il doit être capable de regarder avec clairvoyance au-delà de l'immédiat.*
- *L'improvisation; l'entrepreneur doit inventer des solutions pour des situations non prévu.*
- *La résilience; capacité interne d'un matériau à retrouver sa forme initiale après avoir subi un choc.*
- *Communication; Un entrepreneur doit être un bon communicateur c.à.d. il doit savoir s'exprimer mais surtout savoir écouter, Savoir s'entourer de gens compétents, de personnes ressources et apprenez à enregistrer les bons conseils*
- *Persévérance; le faite de vouloir faire, Vouloir gagner de l'argent, vouloir gagner un marché, c'est ce qui doit vous animer pour atteindre vos objectifs*
- *Crédibilité : l'honnêteté et la crédibilité sont les seules valeurs éthiques payantes à long terme, car aucune entreprise ne peut se développer sans la crédibilité de son dirigeant.*
- *Le promoteur doit s'armer d'un sang froid, de patience car le grand public, les fournisseurs, les clients et l'administration ne traitent avec*

respect que ceux qui ont atteint la notoriété par la taille, les relations ou l'argent

Des qualités managériales

Si l'on s'intéresse maintenant à ses qualités managériales, on peut voir que l'entrepreneur est plutôt extraverti et de nature battante. Poussé par une ambition débordante et par le désir de tout contrôler, il se voit comme un leader et aime diriger. Conscient à la fois de ses points forts et faibles, la moindre difficulté le stimule et devient un véritable défi à relever. L'entrepreneur sait d'ailleurs parfaitement s'adapter aux différentes situations qui se présentent à lui.

Les activités de l'entrepreneur

Quelles sont les activités courantes des personnes qui se lancent en affaires ou des personnes qui dirigent une entreprise ? Elles sont nombreuses, bien sûr. Nous en avons conservé dix, soit celles que nous considérons comme les principales...

Identifier des occasions d'affaires

Être et agir en entrepreneur consiste d'abord et avant tout à identifier des occasions d'affaires. L'entrepreneur demeure à l'affût de ce qui se passe dans le marché. Il cherche à identifier ce qui présente du potentiel, des niches prometteuses pour des activités d'affaires. C'est une activité majeure attribuée aux entrepreneurs...

Concevoir des visions

Une des premières activités qui distingue l'entrepreneur de toute autre personne qui œuvre dans les organisations, consiste à définir des projets, c'est-à-dire à concevoir des visions à réaliser puis, à passer à l'action et à le faire. Alors que la plupart des gens évoluent dans un cadre qui a été pensé par quelqu'un d'autre, l'entrepreneur identifie la niche, puis définit

l'espace qu'il va occuper dans le marché ainsi que le cadre dans lequel il va s'organiser pour arriver à le faire.

Prendre des décisions

L'entrepreneur prend des décisions. La première sera celle de lancer l'entreprise. Il aura avantage à établir un système qui lui permettra de distinguer les diverses catégories de décisions auxquelles il devra faire face, dont : les nombreuses décisions opérationnelles qui doivent presque toutes être prises sur le champ; les décisions stratégiques qui demandent plus de préparation et de réflexion...

Réaliser des visions

L'entrepreneur définit ce qu'il veut faire et comment il va le faire, puis il le fait. C'est un rêveur qui sait passer à l'action. C'est un rêveur concret. Ce qui est pensé l'est en vue de l'action. On se demande parfois si l'action ne précède pas la pensée. Il sait s'organiser pour passer à l'action et réaliser ses visions. Ça bouge.

Opérer de l'équipement

Presque tout entrepreneur doit utiliser une forme quelconque d'équipement.... Dans un grand nombre de cas, à moins que l'on soustraite, on se devra d'être en mesure de maîtriser le fonctionnement d'équipement, quelle qu'en soit sa forme. Si l'entreprise prend de la croissance, on se consacrera davantage à la mise en marché et à l'administration. On entraînera quelqu'un d'autre à faire fonctionner cet équipement...

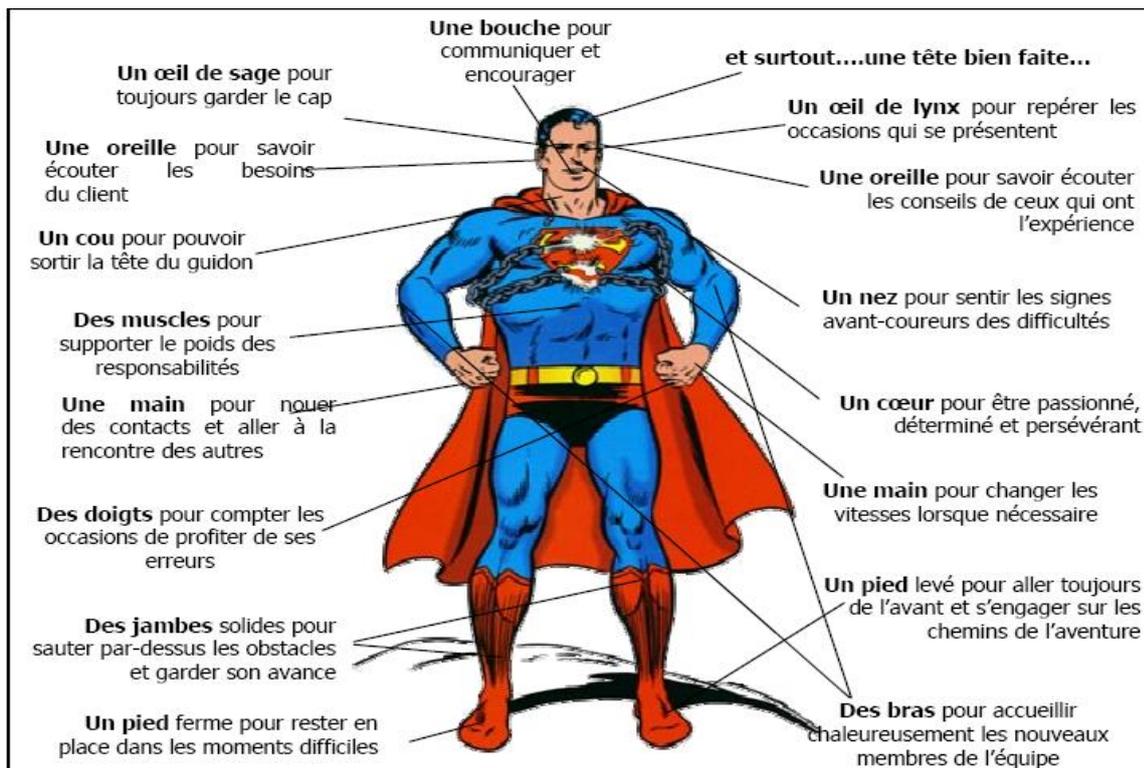
Le référentiel cognitif : Le capital de savoir acquis à travers l'expérience et/ou la formation, et les attitudes (cadre de référence mental qui conditionne la perception des choses et des faits)

...aux motivations : Les entrepreneurs sont généralement animés par des motivations personnelles fortes qui les poussent à mettre en œuvre et concrétiser leurs idées et projets. Ces motivations sont:

Un désir d'indépendance, d'autonomie

Un besoin de pouvoir, d'autorité.

Un besoin de réalisation personnelle; le futur entrepreneur est en quête de reconnaissance sociale et de réalisation personnelle



Conclusion : Beaucoup d'entrepreneurs échouent parce qu'ils n'ont pas pris le temps de réfléchir sur eux mêmes , sur leurs qualités , leurs points faibles , leurs motivations et leurs aspirations dans la vie d'autre échouent parce qu'ils pensent à des idées qui ne correspondent pas à leur profil ou motivation. D'autres, et ce sont les plus nombreux échouent par manque de préparation les entrepreneurs qui réussissent, qui sont surtout des entrepreneurs préparés et dynamiques, ne sont pas seulement doués ce sont surtout des entrepreneurs préparés.

Il n'y a pas "un" caractère d'entrepreneur. Mais il faut "du" caractère pour l'être. [Peter Drucker]

Chapitre V : Création d'entreprises

Introduction : Comment faire pour créer une entreprise ? Quelles sont les étapes nécessaires ? Qui contacter ? Comment trouver des financements ? Quelles aides financières peuvent être accordées ?

Selon les étudiants, la création d'une entreprise leur permettrait de réaliser leurs rêves, de relever des défis et de mettre en œuvre leur créativité tout en ayant un travail intéressant.

Cependant, ils estiment que la création d'une entreprise ne pourra pas leur apporter la sécurité de l'emploi, un revenu fixe, un travail non stressant et du temps libre alors même qu'ils jugent ces éléments importants pour la qualité de leur vie professionnelle. Ils associent également la création d'entreprise avec la prise de risques et l'acquisition de pouvoir, mais ne placent pas ces éléments comme des critères importants de la qualité de vie professionnelle.

Un autre facteur pouvant expliquer la désirabilité envers la création est le degré d'incitation à entreprendre que l'étudiant perçoit en provenance de son environnement social.

L'analyse descriptive de l'attrait des étudiants pour la création d'entreprise et de leur confiance en leur capacité à mener à bien un processus de création d'activité montre aussi clairement que la sensibilisation à l'entrepreneuriat modifie leur attirance et leur confiance en leur capacité.

Au cours de ce chapitre sera présenté le phénomène de création d'entreprise afin de vous donner des repères pour vous aider à réduire les risques inhérentes à toute création en effet la création d'entreprise est un nouveau chemin qu'on emprunte sans vraiment savoir où aller. Cependant,

pour construire un projet de création d'entreprise et augmenter ses chances de succès, il est recommandé d'agir en respectant des étapes chronologiques.

La création d'entreprise se rapporte à:

Création d'entreprises nouvelles qui génèrent de la richesse

Démarche créative conduisant à l'amélioration d'une organisation déjà existante réactivation ou reprise.

Processus de création d'une entreprise

Projet de création, 3 phases :

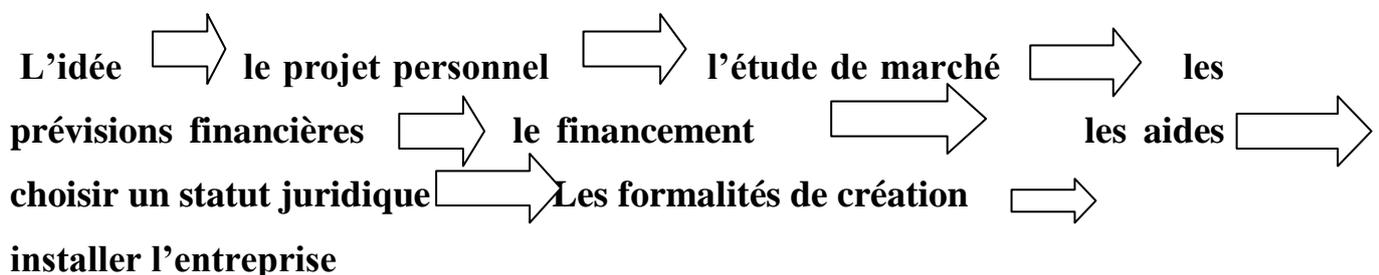
Phase d'étude ou phase préparatoire (de la genèse de l'idée à l'établissement d'un business plan)

Phase de réalisation (depuis la levée des capitaux au démarrage opérationnel)

Phase d'exploitation (à partir du premier jour d'activité)

Les caractéristiques de processus de création d'entreprise :

La création d'entreprise est un processus complexe dans le sens où les étapes sont multiples, interdépendantes complémentaires et progressives. Ainsi de l'idée à la transformation de cette idée en une entreprise viable un long processus à achever.



Même si la démarche créatrice présente des caractéristiques universelles, les risques dépendent en grande partie de type d'entreprise envisagé et

votre profil entrepreneurial. Ainsi la réussite de la création d'entreprise passe nécessairement par une démarche rigoureuse, qui suppose de la part du futur entrepreneur des qualités et des capacités afin de conduire progressivement et d'une manière efficace les différentes étapes.

Etape 1- L'idée(sans laquelle les affaires ne peuvent s'imaginer)

Tout projet de création d'entreprise commence par une idée, qu'elle naisse de votre expérience, de votre savoir faire, de votre imagination, un besoin ou un simple concours de circonstance qui s'approfondit et mature avec le temps.

Où trouver l'idée :

Son milieu de travail : amélioration possible des produits / services, de la production, de la commercialisation...

La vie quotidienne : famille, amis, relations personnelles, activités extra professionnelles...

Vie économique : presse spécialisée, économique et industrielle, voyages à l'étranger (observations de nouveaux produits, nouvelles pratiques...)...

Idée d'autres personnes : opportuniste, exploiter une franchise, achat d'un brevet ou d'une licence de fabrication ou de distribution

Il existe principalement deux formes d'idées :

Idée classique ou banale : vous devez réfléchir à sa réelle utilité par rapport à l'offre existant sur le marché (qu'est que me différencier par rapport aux concurrents

Idée nouvelle ou innovatrice : vous devez s'interroger sur la capacité de vos futurs clients à l'accepter.

Etape 2 - Le projet personnel

Quelle que soit l'origine de votre projet, il est indispensable, pour lui donner un maximum de chances de réussite, de vérifier sa cohérence avec votre projet personnel de créateur. Choisir de créer ne se résume pas à un choix de biens et de services à produire et à commercialiser, c'est aussi le choix d'un mode de vie particulier, qui doit être en cohérence avec les exigences du projet.

Vérifier cette cohérence suppose donc :

- de définir votre projet personnel de créateur,**
- d'analyser les contraintes et exigences inhérentes à votre projet économique, en vous assurant qu'elles peuvent être surmontées,**
- de vérifier qu'il n'y a pas de contradictions entre les deux projets (personnel et économique),**
- d'évaluer, s'il y a lieu, les écarts et les actions correctrices à mener.**

Le bilan personnel : cette étape consiste à prendre un temps de réflexion sur soi en tant que porteur de projet afin de prendre conscience des facteurs d'échec .Il s'agit d'un processus d'autoévaluation afin de déterminer si votre idée vous convient

La réussite d'une entreprise ne dépend pas uniquement d'évènements extérieurs.

Vos contraintes, vos motivations et objectifs personnels, vos compétences et expériences sont des éléments très importants à prendre en considération !

Vos contraintes

Vous devez donc prendre en compte les caractéristiques de votre situation présente et vérifier leur compatibilité avec la situation engendrée par la création de l'entreprise.

La disponibilité et le temps c.-à-d. Dégager suffisamment de temps pour étudier et préparer correctement votre projet,

**Vos charges familiales Votre entourage adhère-t-il au projet ?
Votre famille sera-t-elle prête à consentir certains sacrifices pendant la phase de démarrage de l'entreprise : déménagement éventuel, nouvelles conditions de vie familiale défavorables (moins de temps libre, moins de congés), baisse du niveau de vie ?**

Vos contraintes financières sont-elles compatibles avec le projet ? Est que vous bénéficiez de sources de revenus en attendant la montée en puissance de l'entreprise ? Personnel est-il suffisant pour chercher des financements complémentaires et convaincre des partenaires financiers ? (Il doit représenter au minimum 30 % de vos besoins financiers.)L'entreprise pourra-t-elle générer, en temps voulu, le revenu minimal vital qui vous est nécessaire, compte-tenu de vos charges financières actuelles : crédits personnels en cours.

Votre santé est-elle compatible avec les exigences du projet ? Notamment lorsqu'il faudra faire face à des périodes d'intense charge de travail ? N'oublions pas que la création d'une entreprise s'avère source non négligeable de stress.

Vos motivations et objectifs personnels :

La volonté d'entreprendre représente des besoins ; souvent de réalisation de soi, le désir d'indépendance, le gout de pouvoir, d'être son propre maitre, atteindre une certaine position sociale, la volonté d'aller toujours loin ; travailler en solo pour ne pas avoir de problèmes de personnel.

Compétences et expériences

L'adéquation de vos compétences et expériences professionnelle et extra professionnelle (personnalité et potentiel une capacité personnelle d'action, de résistance physique, de solidité psychologique, d'entregent, de débrouillardise, de capacité à rebondir) avec les besoins du projet.

L'analyse de contraintes du projet

Cette analyse est essentielle car les caractéristiques repérées auront une incidence sur :

L'estimation des moyens à réunir (compétences, équipements, partenariats, financements...),

Les risques pouvant peser sur le projet,

La faisabilité de celui-ci et sa probabilité d'être rentable.

Contraintes liées à la nature du produit/service les caractéristiques du produit ou services (un bien de luxe, processus de fabrication, lancement du produit, produit difficile à réaliser, Produit difficile à distribuer, impact sur l'environnement, très coûteux)

Contraintes de moyens :(Contrainte de production : approvisionnement, production, conditionnement, de commercialisation, de communication, de gestion, de service après vente... Difficultés de recrutement de personnel compétent

Contraintes liées au marché.

Celui-ci peut être nouveau, en décollage, en pleine maturité, en déclin, saturé, fermé, peu solvable, très éclaté, ... Atomisé : coût trop important pour une commande, Trop large : limitation des cibles

La législation : de l'existence de contraintes légales (ex. : accès à la profession, réglementation relative à la sécurité, Autorisations exigées ? Existe-t-il une barrière de protection crédible (brevet d'invention déposé) pour cette idée...) peuvent dépendre la faisabilité et la viabilité du projet

» La cohérence homme / projet

Confronter les exigences du projet avec vos propres caractéristiques, afin de déterminer les risques et les conditions de réussite de votre projet et de conclure ou non que votre idée est réaliste et que vous êtes bien l'homme de situation

Les écarts entre :

- le temps, l'organisation, les compétences nécessaires au projet, d'une part, vos atouts et compétences personnels, d'autre part,

Etape 3- l'étude de marché ou faisabilité commerciale : Une étude de marché est la mise en œuvre d'un ensemble de techniques de collecte et de traitements d'informations ayant pour objectif de mieux connaître un marché, dans le but de réduire l'incertitude des décisions ultérieures.

Ainsi les objectifs d'une étude de marché est de fixer des objectifs commerciaux et d'impliquer des orientations pour la prise de décision, stratégie et actions (marché, produit, prix, distribution et communication).

POURQUOI FAIRE ?

Pour acquérir une bonne connaissance :

- de l'environnement économique**
- de l'offre commerciale (la concurrence)**
- de la demande existante (les clients)**

La segmentation par

Les lieux d'habitation ou de travail,

- Les données sociodémographiques,**
- Les comportements d'achats, etc.**

Vérifier l'adéquation entre votre offre de produit ou de services et la clientèle ciblée sur un secteur géographique défini

Le positionnement : Ciblé un segment cible

1-L'étude du produit/service qu'on souhaite offrir

Il s'agit de définir le produit ou le service que l'on souhaite commercialiser : présentation, usage, conditions d'emploi, spécificités techniques, etc.

Recherche de la qualité ?

Maîtrise des dépenses ?

Quête du prix juste ?

2-ANALYSE DE LA DEMANDE ; Identifier et étudier le comportement des clients cible

-Analyse qualitative

Il s'agit de répondre aux questions suivantes :

– Qui est le client ? Le profil du client : le profil des acheteurs : par sexe, par âge, par catégorie socioprofessionnelle, par niveau d'études... (Définissez plus précisément votre clientèle), Pourquoi il achète ? Motivations d'achat, Le produit qu'il achète (qualité), Comment ? Processus d'achat du client, Quand ? Période d'achat, Où ? Lieux d'achat, A combien ? Prix et budget d'achat pour la catégorie du produit.

-Analyse quantitative

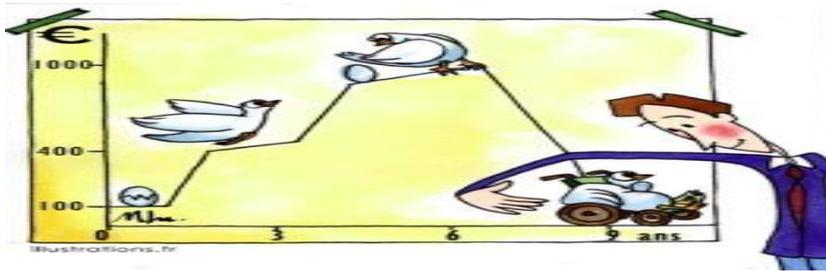
– Déterminer le nombre de client par segment

– Déterminer la quantité d'achat de la catégorie de produit par type de client

– Déterminer le niveau de prix par produit et client

-Analyse dynamique du marché cible Il s'agit de savoir dans quelle phase le secteur visé se trouve (émergence, croissance, maturité ou déclin) son taille et quels sont les facteurs qui agissent sur son avenir. La localisation géographique : marché local, régional, national, européen ou international. Caractéristiques économiques de la zone dans laquelle vous comptez vous installer ?

**Évolutions prévisibles du territoire sur lequel vous comptez vous installer ?
(Projets d'urbanisme et routiers - déviation, parkings - touristiques ?**



4-Analyse de la concurrence : il est essentiel de connaître les différents acteurs ou concurrents qui y opèrent. L'identification des concurrents permet souvent de se positionner soi-même.

L'offre (vos concurrents directs et indirects) : les produits ou services déjà disponibles sur le marché et ceux susceptibles d'être mis sur le marché, leurs caractéristiques, leurs parts de marché et la stratégie commerciale de vos concurrents

Etape 4- les prévisions financières (le plan d'affaire)

Avec le dossier financier ou l'étude financière, vous allez démontrer la faisabilité financière de votre projet. Dans ce dossier, vous allez faire présenter tous vos besoins au niveau ressources et les capitaux qui vont être nécessaire pour mettre en place ces ressources. Il en découlera un plan de financement de démarrage de votre entreprise. Certains interlocuteurs comme les banques demandent un prévisionnel sur 3 ans.

Les principaux éléments du dossier financier seront :

Le plan de financement de démarrage (équilibre emplois/ressources durables) ou le plan de financement sur les 3 premières années

Le compte de résultat prévisionnel sur 3 ans (rentabilité)

Le plan de trésorerie sur la première année d'activité

Plusieurs éléments constituent l'étude financière :

Plan de financement :

Pour déterminer les ressources qu'il va falloir déployer et les investissements exacts de votre future entreprise on étudie le plan de financement. Il s'agit d'opposer les moyens à mettre en place avec les ressources afin de déterminer la faisabilité du projet et le bon équilibre des finances de départ.

Evaluation du chiffre d'affaires :

Tout simplement, on étudie le potentiel de business du projet en termes de chiffre d'affaires et on les met en comparaison avec les charges.

Plan de trésorerie:

Il faut prendre en compte les entrées et les sorties pour considérer si l'entreprise pourra bénéficier d'un cash flow de sécurité. En principe on évalue sur 12 mois si la santé financière de la société pourra être bonne. Le plan de trésorerie est un excellent moyen de savoir si le projet tient la route. En conclusion le plan d'affaire est le document qui fait la synthèse de votre projet de création d'entreprise. Il permettra de présenter votre projet de la manière la plus complète et synthétique à la fois. Vos objectifs et les moyens à mettre en œuvre sont clairement présentés et vous pourrez l'utiliser pour faire avancer votre projet auprès de multiples interlocuteurs que vous rencontrerez lors de votre chemin de création d'entreprise. Le plan d'affaires est le document qui définit de façon claire et concise les buts et objectifs d'une activité, esquissant les méthodes utilisées pour atteindre ces objectifs. Le plan d'affaire est aussi un excellent instrument de communication pour les investisseurs et les fournisseurs désirant comprendre les opérations et les buts de l'activité et pour attirer l'attention des investisseurs.

L'objectif principal d'un plan d'affaires est d'évaluer, dans les grandes lignes, la viabilité de tous les aspects économiques de votre projet d'entreprise

Etape 5 : le financement

Le financement des entreprises se fait de façon interne et de façon externe. Le financement interne est l'autofinancement. Le financement externe ou endettement (de crédit sous forme de crédit à moyen et long terme) provient soit des banques soit des marchés des capitaux.

Types de financements

Épargne personnelle(résau relationnelle proches , familles, ami)

Aides ou subventions à la personne(l'Etat)

Prêt d'honneur, c'est à dire sans garanties, et crédit solidaire

Prêt bancaire personnel Prêts à moyen/long terme à l'entreprise (certaines banques commerciales) Les banques spécifiques(La BTS: les petits investissements, La BFPME: les investissements allant à 5 millions de TND

Participation dans le capital(Organismes de capital risque , FONAPRAM, FOPRODI, SICAR

Primes, subventions à l'entreprise (l'Etat, les Collectivités locales)

**Crédit-bail ou leasing, est un crédit permettant l'acquisition d'un bien en échange de redevances et avec option d'un droit de propriété à l'échéance
l'affacturage est une technique de recouvrement de créances**

Financement par les marchés financiers: il s'agit d'émission de titres (billets à ordre, bons de caisse, etc. .

Etape 6 : les aides

Il existe un certain nombre d'aides publiques à la création d'entreprise. Ces dispositifs, mis en place à l'initiative de l'Etat ou des collectivités locales, peuvent prendre différentes formes, les principales étant :

- les aides financières,
- les allègements fiscaux,
- les exonérations de charges sociales,
- l'aide au conseil
- la mise à disposition de locaux, Crédit d'équipement...

Etape7 :choisir un statut juridique

Cette étape consiste à donner à votre projet de création d'entreprise un cadre juridique qui lui permettra de voir le jour en toute légalité.

Le choix d'un statut juridique dépend d'un certain nombre de facteurs tel que :

Il faut la choisir soigneusement en tenant compte:

- Apporteurs de capitaux et nombre ,importance des investissements;
- Des ressources financières propres;
- Du degré d'indépendance envisagé;
- Du régime fiscal.

Chaque forme juridique a ses avantages et ses inconvénients(en matière de Responsabilité à l'égard des dettes de l'entreprise, la gestion.

Critères Entreprises	Entreprise individuelle	Société en nom collectif	Société à responsabilité limitée (forme hybride)	Société anonyme
Apporteurs de capitaux et	1 personne	Minimum 2 associés	2 associés minimum.	Minimum 7 associés.

<i>nombre</i>				
<i>Responsabilité à l'égard des dettes de l'entreprise (Responsabilité des associés)</i>	<i>L'entrepreneur individuel est responsable des dettes de l'entreprise sur ses biens personnels. L'entreprise n'ayant pas de personnalité juridique distincte de celle de son dirigeant, il n'y a pas de notion "d'abus de bien social"</i>	<i>qui sont responsables personnellement et solidairement du passif social.</i>	<i>Leur responsabilité est limitée au montant des apports.</i>	<i>Leur responsabilité est limitée au montant des apports.</i>
<i>Capital</i>	<i>Pas de capital minimum.</i>	<i>Pas de capital minimum.</i>	<i>1.000 TND minimum. (ne peut être inférieur à 1.000 DT)</i>	<i>le capital est inférieur à cent mille dinars</i>
<i>Direction</i>	<i>l'entrepreneur dispose des pleins pouvoirs pour diriger son entreprise et prend seul les décisions</i>	<i>La gestion de la société est un droit pour tous les associés ou bien un gérant .</i>	<i>Le gérant représente la société vis-à-vis des tiers et devant les juridictions</i>	<i>est dirigée par un directoire qui assume la responsabilité de sa direction(5membres) et exerce ses fonctions sous le contrôle d'un conseil de surveillance.</i>

<i>Raison social</i>	<i>L'entrepreneur (obligatoirement une personne physique) exerce seul l'activité en son nom.</i>	<i>une raison sociale qui se compose du nom de tous les associés ou du nom de l'un ou de quelques-uns d'entre eux suivis des mots "et compagnie"</i>	<i>Ils doivent être écrits (sous seing privé ou par acte authentique) et être signés par tous les associés.</i>	<i>La raison de la dénomination sociale provient du faite que le nombre des associées est grande</i>
----------------------	--	--	---	--

Etape 8 : Les formalités de création d'entreprise

Les formalités nécessaires pour créer une entreprise ont été largement simplifiées ces dernières années. Autre bonne nouvelle : leurs coûts ont baissé. Il s'agit de la Dénomination , domiciliation, immatriculation

Trouver une dénomination sociale et un nom commercial :La première étape consiste à donner un nom à votre entreprises, appelé aussi « nom commercial », identifiera votre activité. Vous devrez bien entendu le donner lors de votre immatriculation au registre du commerce

Domiciliation il s'agit de trouver un local et l'aménager :la deuxième démarche à accomplir est de trouver un local. Il faut, en effet, justifier d'une adresse professionnelle pour pouvoir être immatriculé au registre du commerce.

L'immatriculation au registre de commerce : l'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés est la dernière étape de la création d'entreprise.

L'entreprise naîtra officiellement le jour de son enregistrement au registre du commerce et des sociétés.

L'acte d'immatriculation contient les informations tel que ; Dénomination de l'entreprise,Forme juridique,Création, participation ou reprise,Siège de

**l'entreprise,Emplacement(s),Capital de l'entreprise,Partenaire(s)
éventuel(s).**

Conclusion :

Une bonne idée, le bon moment pour la faire naître et les bons moyens pour la faire vivre sont les trois conditions nécessaires à une création d'entreprise réussie. Ce cheminement est le passage obligé du succès. La chance est un facteur aléatoire qui peut être un plus mais n'est pas un « partenaire » fiable.

Une création d'entreprise est une aventure et les plus grands aventuriers ont toujours préparé minutieusement leurs projets.