


OCT
10

ANTOINE & LAURA

CRÉENT LEUR ENTREPRISE !




sydo



OCTOBRE 2010 - QUATRIÈME ÉDITION

COPYRIGHT ASSOCIATION LUCY ET VALENTIN

23 RUE D'EDIMBOURG - 75008 PARIS - FRANCE

CONTACT@LUCYETVALENTIN.COM - WWW.LUCYETVALENTIN.COM

DÉPÔT LÉGAL 2008-02-0258 PREMIER TRIMESTRE 2008

ACHEVÉ D'IMPRIMER EN OCTOBRE 2010 - IMPRIMERIE AGEOR (DIJON - FRANCE)

TOUS DROITS DE TRADUCTION, D'ADAPTATION ET DE REPRODUCTION STRICTEMENT RÉSERVÉS POUR TOUTS PAYS



ANTOINE & LAURA
CRÉENT LEUR ENTREPRISE

sydo

EDITO

OSE ENTREPRENDRE !

« ANTOINE ET LAURA CRÉENT LEUR ENTREPRISE » est avant tout une histoire ludique et amusante. Elle met en évidence 2 personnages qui, en développant leur propre marque de sport, créent leur entreprise. En les accompagnant dans leur aventure, tu découvriras les attitudes entrepreneuriales nécessaires pour se lancer dans le processus de création.

Des attitudes entrepreneuriales telles que esprit d'équipe, esprit d'initiative, persévérance, créativité, sens des responsabilités, confiance en soi, nous en avons tous en nous ! Cette bande dessinée te permettra de mieux en percevoir les contours et, à l'écoute de ta personnalité, de tes aspirations peut-être imagineras-tu ta vie demain ?

Oseras-tu un jour ? Ton avenir t'appartient. Et, quel que soit ton choix, nous espérons que cette lecture te donnera envie d'aller de l'avant en créant ton propre projet de vie.

Bonne lecture et bon amusement !

VINCENT BOVY,

DIRECTEUR DE L'AGENCE DE STIMULATION ÉCONOMIQUE

www.as-e.be

www.tousdesas.be

www.espritdentreprenre.be

PRÉFACE

Je suis particulièrement heureux de préfacier cette bande dessinée « Antoine et Laura créent leur entreprise ». Elle représente sans nul doute un outil pédagogique porteur pour tous ceux qui s'intéressent à l'enseignement de l'esprit d'entreprendre et à la pédagogie entrepreneuriale.

L'esprit d'entreprendre fait partie des compétences essentielles pour chacun d'entre nous, et pour la société dans son ensemble. En effet, il représente une somme d'attitudes et une certaine culture, source d'inspiration, de progrès et d'innovation.

L'accession à l'esprit d'entreprendre commence à travers les apprentissages et les compétences de base que sont la confiance en soi, la résolution de problèmes, l'organisation, le goût du défi, la remise en question, l'esprit critique, la prise d'initiatives, l'exploitation constructive d'un échec, l'anticipation, la réalisation de projets, etc.

Il passe également par la valorisation des filières scientifiques, en promouvant l'apprentissage par l'expérience pratique (création et gestion de mini-entreprises...), en encourageant les entrepreneurs à partager leur expérience dans les écoles et en accueillant des étudiants dans leur entreprise, en faisant bénéficier les enseignants d'une formation initiale et continue en la matière mais aussi en soutenant et en reconnaissant les initiatives concrètes sources de succès développées tant par les équipes enseignantes que par les partenaires de l'école.

Le développement de l'esprit d'entreprendre, grâce à des actions de sensibilisation et d'éducation au sein des établissements d'enseignement permet également de faire naître les talents dont une région a besoin. Certains élèves passeront donc du monde de l'enseignement à celui de l'entreprise. Ce passage est souvent comparé à un saut dans l'inconnu ; il est donc capital de faciliter au mieux cette transition en sensibilisant le plus tôt possible les jeunes à l'esprit d'entreprendre.

Je voudrais m'adresser aux enseignants qui travaillent cette compétence transversale clé afin de les féliciter pour leur dynamisme et leur « propre esprit d'entreprendre » ! En effet, nous ne saluerons jamais assez le fait que les enseignants aussi peuvent être de véritables moteurs du changement. Convaincu du rôle important qu'ils jouent dans la construction et l'émancipation des plus jeunes, j'ai tenu à prévoir dans la formation initiale des futurs enseignants des stages d'acculturation à l'entreprise afin qu'ils puissent découvrir et analyser les attitudes entrepreneuriales véhiculées à tous les échelons d'une entreprise, comme : l'esprit d'équipe, le sens des responsabilités, la persévérance, la confiance en soi, la créativité, l'esprit d'initiative, et comment les développer dans chaque discipline et au sein de l'école.

Aux élèves, je souhaite qu'au-delà de leur réussite scolaire, ils apprennent à se connaître, à évaluer leurs compétences, à prendre conseil dans leurs orientations, et à ne pas laisser leurs rêves de côté sous prétexte que les temps sont durs. Toute période de crise a été, et sera toujours, source de progrès et de développement de nouvelles opportunités.

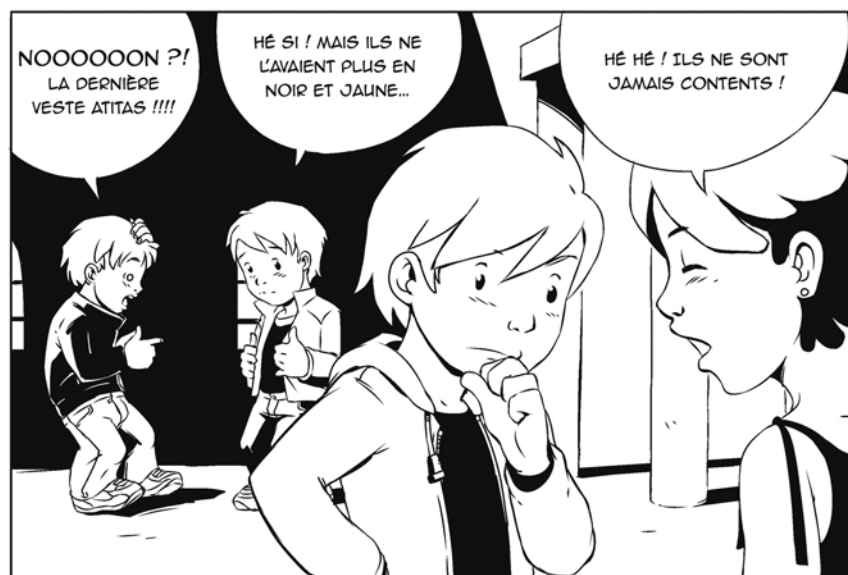
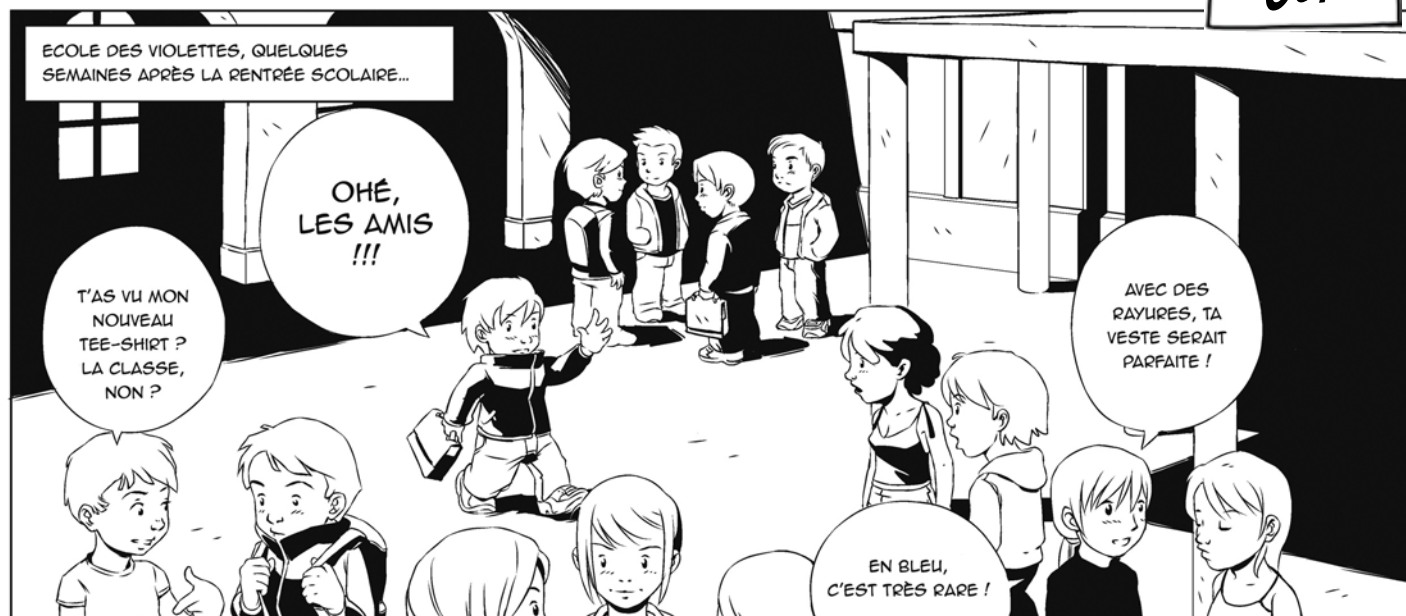
Enfin, en tant que Ministre de l'Economie et de l'Enseignement supérieur, j'estime que pour répondre aux défis socio-économiques d'aujourd'hui et de demain, l'entreprise doit être apprenante et l'école entreprenante.

Je vous souhaite beaucoup de plaisir à la lecture et à l'exploitation de cette BD !

LE VICE-PRÉSIDENT DU GOUVERNEMENT DE LA RÉGION WALLONNE, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DES PME, DU COMMERCE EXTÉRIEUR ET DES TECHNOLOGIES NOUVELLES, VICE-PRÉSIDENT DU GOUVERNEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE ET MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

1. LA NAISSANCE DE L'IDÉE

26
OCT



...OU COMMENT NAÎT UN PROJET.

+ en savoir un peu +

Même si cela te paraît compliqué, il est facile de trouver des idées : en observant les problèmes de la vie quotidienne que l'on a envie de résoudre (pense à tous les petits tracas que tu rencontres !), en imitant chez soi ce qu'on a vu dans un autre pays, en inventant un nouveau produit, en réagissant à un changement des lois (obligation d'avoir un gilet jaune dans les voitures par exemple), en voulant faire mieux ou moins cher que l'existant (par exemple les offres « discount »), ou encore simplement en saisissant une opportunité proposée par d'autres créateurs d'entreprise...

Et puis, pas la peine d'attendre l'idée-géniale-du-siècle-qui-tue pour se lancer dans le grand bain : l'idée de départ est ensuite constamment améliorée au cours du projet !

? l'anecdote...

C'est en 1948 que Georges de Mestral, au retour d'une randonnée, se rend compte que des plantes se sont agrippées aux poils de son chien. Intrigué, il regarde de plus près et découvre ce qui deviendra plus tard le VELCRO, pour VELours et CROchets, les deux matières qui le composent. Et 60 ans plus tard, on en retrouve un peu partout. Une idée due au hasard comme beaucoup d'autres réussites !

en chiffres...

Plus d'un jeune sur trois souhaite créer un jour une entreprise... et développer son idée. Leurs principaux freins à la création sont le risque de faillite et l'incertitude des futurs revenus.

Trop peu sautent le pas pour se lancer dans cette formidable aventure. Ainsi, seuls 2,2% des créateurs d'entreprise ont moins de 25 ans. Pourtant vous ne manquez pas d'idées !

le témoignage :

Tout bon projet commence par une bonne idée ! Et pas besoin d'être un génie : avec un peu d'entraînement, tout le monde est capable de développer sa créativité ! Il faut être curieux, s'ouvrir au monde extérieur, se poser des questions. Au quotidien, au travail, à l'école, en ouvrant les yeux et en écoutant les autres, chacun peut identifier de nouveaux besoins, qui donneront peut-être naissance aux produits et services de demain.

Mais pour devenir un vrai projet, une bonne idée devra être questionnée et retravaillée. Votre projet devra ensuite franchir différentes étapes avant de devenir réalité. Pour cela, vous devrez certainement en parler à d'autres personnes qui pourront vous aider à monter et développer votre projet, mais aussi à le protéger. Tout seul, on ne va jamais très loin !

Philippe Chèvremont

Directeur du Centre Européen d'Entreprise et d'innovation Héraclès - Accompagnateur de projet

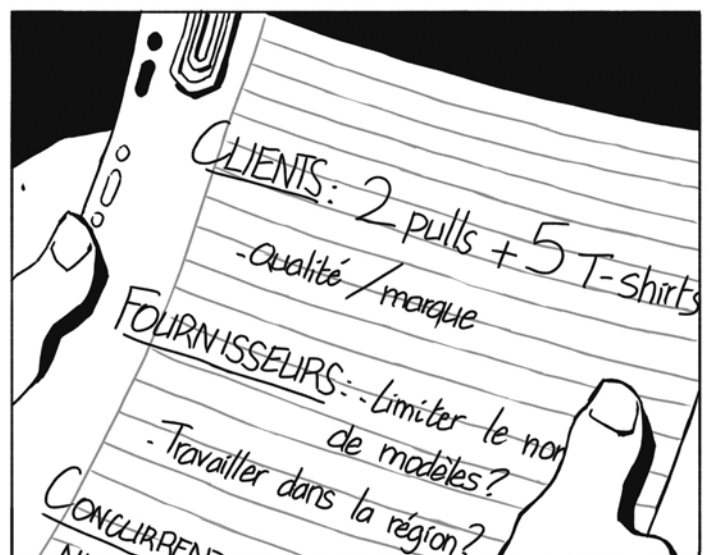
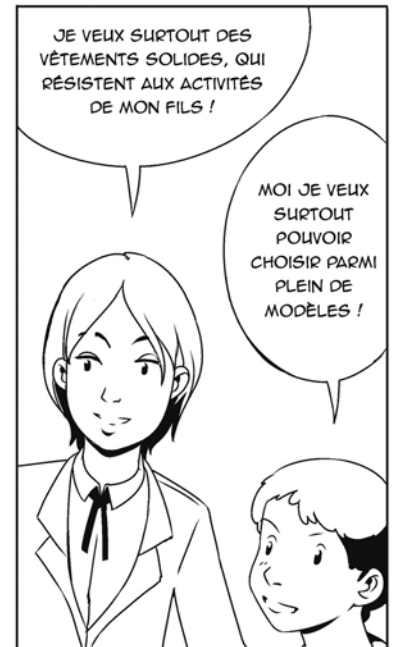


notes



2. L'ÉTUDE DE MARCHÉ

04 NOV



...OU COMMENT CONNAÎTRE CLIENTS ET CONCURRENTS.

+ en savoir un peu +

L'étude de marché est un passage presque obligé pour tout créateur d'entreprise. C'est en effet elle qui lui permet notamment de connaître les grandes tendances du marché et de valider qu'il va dans la bonne direction, de réunir suffisamment d'informations pour évaluer combien de produits il va pouvoir vendre, de savoir ce à quoi s'attendent ses futurs clients et comment les approcher, de comprendre à quel prix ses produits trouveront des acheteurs, de connaître ses concurrents et ainsi d'améliorer ses propres produits... L'étude de marché permet donc de comprendre dans quel environnement va évoluer l'entreprise et de prévoir déjà les risques les plus importants. Ne pas en faire reviendrait à escalader une montagne les yeux fermés !

? l'anecdote...

Les moyens utilisés pour réaliser son étude de marché sont nombreux : recherches Internet, analyse des concurrents en se faisant passer pour un client, rencontres avec des fournisseurs, lecture de magazines professionnels, participation à des salons, questionnaires auprès de clients potentiels (ou même dans la rue !), il faut être un vrai détective pour débusquer toute l'information parfois bien cachée !

en chiffres...

Une étude de marché prend du temps : très rarement moins de 3 mois et en général plus de 6 mois. Mais ce n'est jamais inutile, la preuve : sur une centaine de créateurs d'entreprise, seuls 10 en moyenne auront fait une vraie étude de marché. Ce qui est dommage pour ceux qui n'en font pas, car c'est la cause n° 2 de faillite des entreprises après 3 ans (la cause n°1 est le manque de trésorerie).

le témoignage :

Une étude de marché est indispensable ! En règle générale, il faut compter 3 mois pour la réaliser et il est conseillé de la faire réaliser par un expert extérieur à votre projet. Ainsi, l'étude de marché permet de mieux identifier ses futurs clients, les prix auxquels ils sont prêts à acheter votre produit ou service, les circuits de distribution, ses concurrents... Dans certains cas, cette étude a même permis de trouver de nouveaux clients potentiels mais aussi de modifier le design des produits pour mieux répondre à leurs attentes.

Quand l'étude de marché est bien réalisée, le futur entrepreneur sait parfaitement qui va acheter ses produits et à quel prix ! Et ce sont bien évidemment des conditions fort importantes à la réussite d'un projet.

Stéphanie THIBAUT et Patrice THIRY

Gestionnaire de projet et Directeur de La Maison de l'Entreprise à Mons - Accompagnateurs de projet

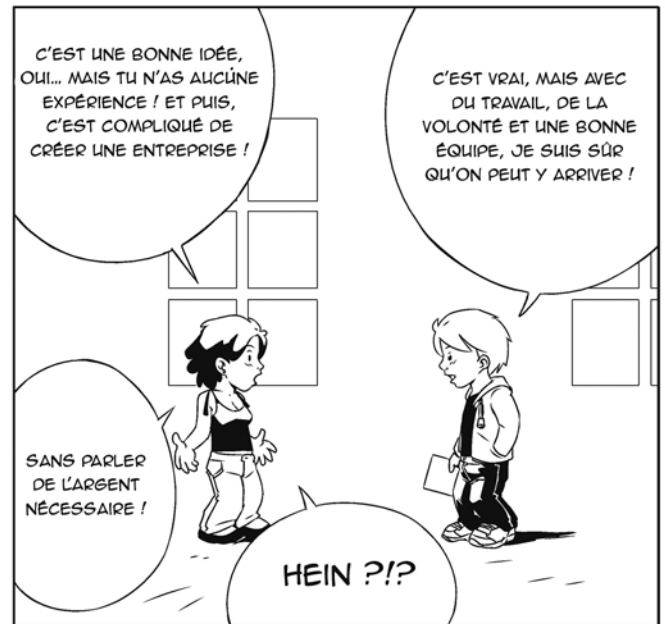


notes



3. LA CONSTITUTION DE L'ÉQUIPE

30
NOV



...OU POURQUOI ON EST PLUS FORT À PLUSIEURS.

+ en savoir un peu +

L'équipe est primordiale pour la réussite du projet : ce sont en effet les créateurs d'entreprise qui vont travailler et faire grandir l'entreprise. Souvent aussi une mauvaise équipe peut signer l'échec du projet. 1 échec sur 10 est directement dû à des problèmes d'équipe. Les associés doivent tous apporter des compétences complémentaires : en finance, en commercial, en design, en communication... Un entrepreneur doit aussi jouer le rôle du chef d'orchestre. C'est lui qui décide de la stratégie de l'entreprise et qui montre l'exemple pour motiver ses troupes. Il représente également le projet vis-à-vis de l'extérieur. Comme tu t'en doutes, Antoine est ici un très bon chef d'équipe et a réussi à s'entourer de personnes compétentes et motivées. Son projet est donc sur la bonne voie !

? l'anecdote...

On compare souvent le pacte d'associés avec un contrat de mariage ! C'est en effet un peu l'idée : lorsque tu t'engages avec une/des personnes dans le développement d'une entreprise, vous devenez « associés ». Et tout ce qui va toucher de près ou de loin à la vie de l'entreprise vous liera pour le meilleur... comme pour le pire ! Dès lors, il faut anticiper tous les scénarii possibles (départ d'un associé, gains ou pertes d'argent, mésentente sur la stratégie...) pour assurer la pérennité de la société !

en chiffres...

En Wallonie, 84% des créations d'entreprise démarrent sans salarié...

Mais attention, ce sont également les entreprises n'employant pas de personnel qui présentent les taux de disparition les plus importants. Il y a proportionnellement plus d'entreprises sans personnel en Wallonie que sur le reste du territoire belge.

le témoignage :

Nous avons commencé à deux associés avec des compétences complémentaires. Puis le projet a décollé, on ne pouvait plus tout faire nous-mêmes, sinon le travail était mal fait. Il faut savoir s'entourer ! Le premier recrutement est une étape importante, ce n'est pas simple de sélectionner un « bon » profil. L'équipe est très importante, chacun a son rôle... c'est comme dans une équipe de foot ! Et comme dans le sport, pour obtenir de bons résultats, il faut une communication entre tous. Alors si c'est simple quand on est peu nombreux, cela devient un réel métier quand il y a plus de 100 employés ! Nous avons dû faire appel à des spécialistes rien que pour savoir comment organiser l'ensemble de la structure. Si l'équipe a beaucoup grandi, la relation entre associés a également dû évoluer. Nous avons enfin notre pacte d'associés !

Bruno VENANZI

Administrateur délégué - Entrepreneur (Lampiris)

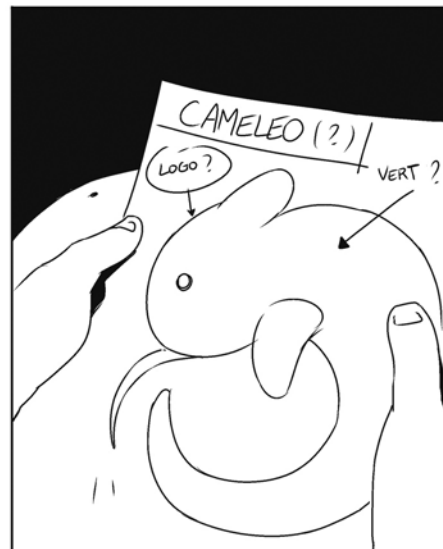


notes



4. LA MISE AU POINT DE L'OFFRE

15
DÉC



...OU COMMENT ON INVENTE DES PRODUITS OU SERVICES.

+ en savoir un peu +

Lorsqu'une entreprise souhaite proposer ses produits ou ses services à des clients, il est généralement nécessaire de les adapter aux attentes et aux besoins de ces derniers. Une entreprise a donc en général plusieurs produits et on parle alors de gamme. C'est pour cela par exemple qu'il y a plusieurs modèles de téléphones portables : avec ou sans appareil photo, MP3, accès Internet, etc. Mais avoir plusieurs produits permet aussi d'accroître son chiffre d'affaires et de réduire les risques d'échec. Ainsi, la perte d'un client n'est pas trop grave. Dans une gamme, on retrouve notamment le fameux « produit d'appel », c'est-à-dire le produit qui, par son prix assez bas, se vend assez facilement tout en permettant de faire connaître les autres produits, la marque et l'entreprise aux consommateurs.

? l'anecdote...

Apple est très certainement l'une des entreprises parvenant le mieux à adapter ses produits à la demande. C'est ainsi qu'Apple a réussi à s'imposer sur le marché des baladeurs MP3 (plus de 260 millions d'iPod vendus) et maintenant sur celui des téléphones avec plus de 50 millions d'iPhone vendus depuis 2007.

Et en permettant l'installation de nombreux jeux et logiciels, l'offre est encore plus grande !

en chiffres...

Sais-tu qu'un hypermarché regroupe plus de 50.000 produits différents ? Et qu'avant cela, il a fallu en « inventer » plus de 10 fois plus ? Pas facile donc de faire un produit qui marche : 60% des produits lancés sur le marché disparaissent au cours des 6 premiers mois.

D'autres, en revanche, semblent exister pour toujours : peux-tu en citer ?

le témoignage :

Il n'y avait pas de boutique proposant des vêtements de marques à la mode près de chez moi. Alors, j'ai installé ma première boutique en face de la discothèque de la ville... et tous les jeunes du coin sont venus s'habiller chez moi !

Avant le lancement, je me suis posé avec ma sœur pour trouver un nom à ce magasin. Nous avons réfléchi, imaginé et inventé des noms pendant plusieurs heures... et finalement c'est le nom PointCarré qui nous plaisait le plus. Nous avons par la suite travaillé sur le logo, les couleurs de la marque, l'agencement du magasin... Tout a déjà bien évolué ! Notre premier magasin était de 160m² avec environ 300 références de vêtements pour les jeunes. Aujourd'hui, nos 20 magasins sont beaucoup plus grands, comptent chacun plus de 2.000 références qui répondent aux attentes de toute la famille. Et l'histoire de cette aventure reste encore à écrire !

Xavier GOEBELS
Entrepreneur (PointCarré)

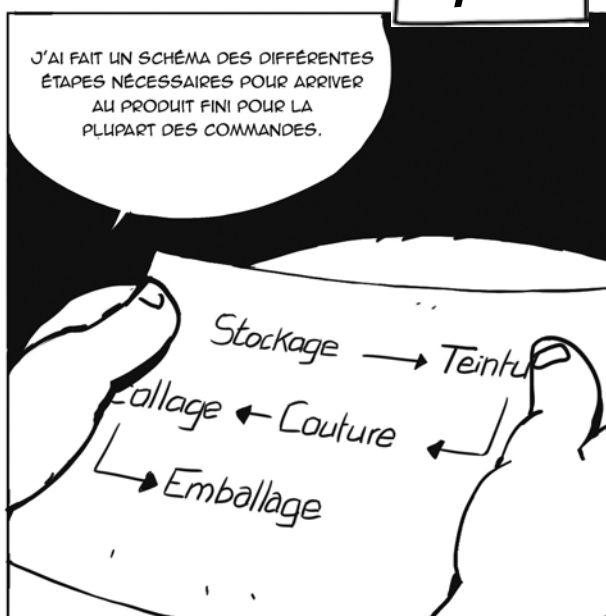
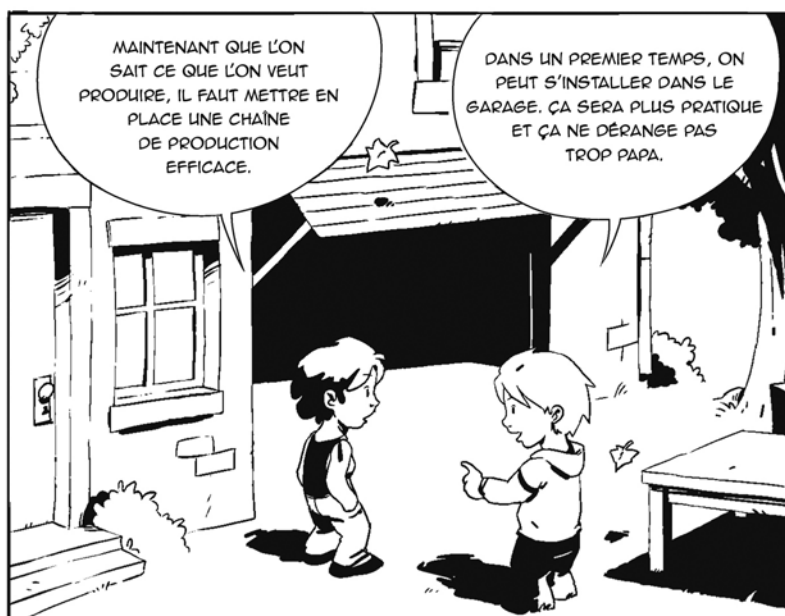


notes



5. L'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

23
FÉV



...OU COMMENT L'OFFRE DEVIENT UNE RÉALITÉ.

+ en savoir un peu +

La production est le cœur de l'entreprise. D'ailleurs, on ne produit pas que des produits (oui, ça peut paraître bizarre !), mais aussi des services (un service est quelque chose qui n'existe pas physiquement : une nuit d'hôtel, une coupe de cheveux...). Il est nécessaire alors de connaître ses capacités de production (combien de tee-shirts est-il possible de faire en une journée, par exemple), ainsi que de bien identifier ses coûts - et de tenter de les réduire pour être rentable et gagner de l'argent.

Enfin, aucun client n'aime être déçu : la qualité est de plus en plus au centre des questions sur la production... Prix, capacités, qualité, rentabilité : un cocktail difficile à réaliser mais primordial pour que l'entreprise puisse vivre longtemps !

? l'anecdote...

Les usines de production existent encore !

Depuis 42 ans, Caterpillar Belgium produit des chargeuses sur pneus, des pelles hydrauliques, des moteurs diesel ainsi que des composants à haute valeur ajoutée. Caterpillar Gosselies emploie actuellement 4.500 personnes et investit chaque année des dizaines de millions d'euros dans la modernisation de ses installations. 97% des produits sont expédiés un peu partout dans le monde.

en chiffres...

En 1984, un jeune homme avec seulement 1000 dollars en poche, s'installe dans son garage pour fabriquer des ordinateurs. Il fonde la société Dell qui, 20 ans plus tard, sera le n°1 de la construction de PC, avec une idée simple : vendre sans intermédiaires... Encore aujourd'hui, Dell est une entreprise qui se distingue par sa façon de produire : les ordinateurs ne sont produits qu'une fois achetés !

le témoignage :

Dès que l'idée d'ouvrir le premier « bar à gâteaux » de Liège nous est venue, nous – Fabienne est passionnée de pâtisserie – nous sommes appliqués à mettre au point notre recette secrète pour réaliser les meilleurs cupcakes de la ville ! Nous avons ensuite recherché les fournisseurs (des produits les plus naturels possibles) en parcourant les salons professionnels spécialisés.

Pour équiper la cuisine de notre magasin, ce fut facile, c'est comme à la maison ! En effet, mis à part le four industriel, tous les ustensiles peuvent se trouver dans une cuisine « normale ». L'ensemble nous a coûté environ 5.000€.

Au niveau logistique, les produits sont livrés directement au local, une à deux fois par semaine et Fabienne produit chaque jour des cupcakes frais !

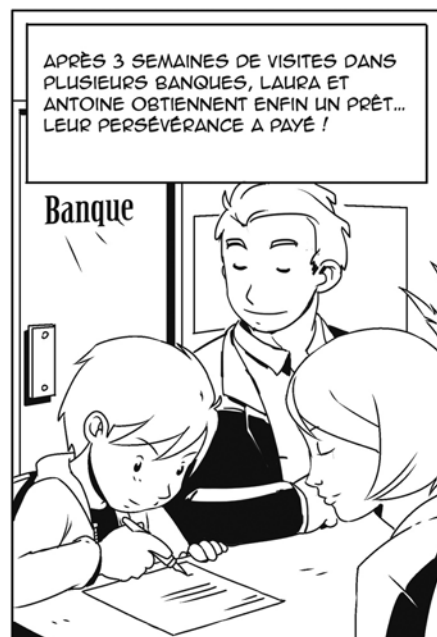
Alexandre RUIZ & Lionel LONTIN
Entrepreneur (So Cup)



notes

6. LE FINANCEMENT

17
MAR



...OU COMMENT TROUVER L'ARGENT NÉCESSAIRE AU PROJET.

+ en savoir un peu +

Avant de gagner de l'argent, il faut en investir et en mettre de côté pour les premiers mois d'activité. C'est ce qu'on appelle constituer le capital (l'argent dont dispose l'entreprise au tout départ). Pour cela, il existe différents moyens. Les créateurs d'entreprise peuvent mettre leur propre argent, faire appel à leur banquier pour un emprunt (qu'il faudra donc rembourser), vendre une partie de l'entreprise en échange d'argent, auprès de personnes qu'on appelle les investisseurs. Mais attention, les créateurs d'entreprise doivent obligatoirement être impliqués financièrement, ne serait-ce que pour conserver le contrôle ! Une autre façon de réunir la somme nécessaire est de demander à sa famille ou ses amis qui vont prêter plus facilement ou demander moins de contreparties : c'est ce qu'on appelle la Love Money ou l'argent d'amour !

? l'anecdote...

En 1974, Muhammad Yunus (Bangladesh), Prix Nobel de la Paix en 2006, constate que quelques dollars de plus peuvent enrayer le cercle vicieux de la misère : c'est la naissance du micro-crédit. Grâce à un prêt de moins de 30\$ à des paysannes vivant en dessous du seuil de pauvreté, 42 familles parviennent à élever de manière sensible leur niveau de vie et à échapper ainsi à la misère. Deux ans après, les prêts sont intégralement remboursés.

en chiffres...

Pour créer ton entreprise, il faut prévoir une somme d'argent qui permettra d'assurer la mise en route de la société, avant de recevoir les premiers bénéfices des ventes. C'est ce qu'on appelle le capital social. Le minimum légal de ce capital pour créer en Belgique est de 18.550€*. C'est une sacrée somme ! Mais c'est aussi une sécurité pour le créateur d'entreprise de pouvoir assurer son démarrage...

*sauf la SPRLS (cf. p19)

le témoignage :

La bourse de préactivité est une prime originale et avant-gardiste en Wallonie et actuellement gérée par l'ASE ! Cette bourse permet aux porteurs de projet de réaliser toutes les études nécessaires en amont de la création. C'est formidable pour avoir toutes les cartes en main pour décider de se lancer ou pas ! Cette bourse de 12.500€ est ouverte à toute personne qui propose une idée ou un projet original et réaliste et qui souhaite créer une entreprise en Wallonie. Elle peut aider à financer l'étude de marché, l'aide à la réalisation du plan d'affaires, les études juridiques ou encore des prototypes... De plus, les lauréats peuvent être soutenus dans ces démarches par un accompagnateur agréé. Environ la moitié des dossiers présentés sont acceptés (182 sur 380 en 2010), c'est un fort taux de réussite !

Frédérique LATHUY

Responsable des bourses de préactivité



notes



7. LES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES

09
AVR



...OU COMMENT CRÉER OFFICIELLEMENT L'ENTREPRISE.

+ en savoir un peu +

Lorsque l'on crée une entreprise, on donne naissance à une « personne morale », une entité qui existe sur le papier mais pas physiquement. Cette nouvelle entité a un nom – la raison sociale, une adresse – le siège social, et des propriétaires – les associés. Une entreprise peut prendre plusieurs formes juridiques : les Sociétés Privées à Responsabilité Limitée Unipersonnelles (SPRLU), quand il n'y a qu'un associé ; les Sociétés Privées à Responsabilité Limitée (SPRL), les sociétés les plus courantes, avec au moins deux associés. Il existe aussi les Sociétés Anonymes (SA) qui sont en général réservées aux grosses entreprises, les Sociétés Coopératives à Responsabilité Limitée (SCRL) et les toutes dernières nées, les Sociétés Privées à Responsabilité Limitée Starter (SPRLS) ! La responsabilité limitée signifie qu'en cas d'échec, les associés ne peuvent pas perdre plus que l'argent qu'ils ont apporté au moment de la création de l'entreprise. Cela permet de limiter le risque et de protéger les créateurs d'entreprise.

? l'anecdote...

Un certificat relatif aux connaissances de gestion de base est obligatoire pour créer une entreprise. Il faut fournir les prévisions chiffrées des besoins en argent de l'entreprise mais aussi les objectifs de développement de l'entreprise sur les 3 premières années d'activité.

Une grande attention doit être portée à ces tableaux financiers, car en cas d'échec du projet à cause de mauvaises estimations des besoins d'argent, la responsabilité de l'entrepreneur peut être engagée !

en chiffres...

Avec le nouveau statut de SPRLS, il suffit d'1€ pour créer une entreprise !! Il n'est donc plus nécessaire d'avoir 18.550€ pour créer une entreprise...

Attention néanmoins de ne pas sous-estimer votre besoin d'argent pour mener à bien votre projet.

le témoignage :

Avec la mise en place du Guichet d'Entreprise et la création du Numéro d'Entreprise, il est désormais très simple de créer sa société !! Vous devez vous rendre chez un notaire pour constituer la société. Il vous faudra présenter la preuve que vous avez ouvert un compte bancaire au nom de la société, que le capital minimum requis a bien été libéré et remettre un plan financier prévisionnel. Ensuite muni de votre numéro d'entreprise, vous devrez vous rendre auprès d'un guichet d'entreprise agréé. Cela coûte un peu plus de 1.000€ et il faut compter 2 semaines pour voir son entreprise créée et opérationnelle.

Il existe différentes structures pour vous accompagner lorsque vous montez votre projet, notamment l'UCM. Tous les porteurs de projet sont les bienvenus ! Le jeune âge n'est pas un problème, au contraire, il existe même des aides spéciales pour les jeunes. Renseignez-vous !

Delphine FRENNET

Accompagnatrice de projets (UCM)

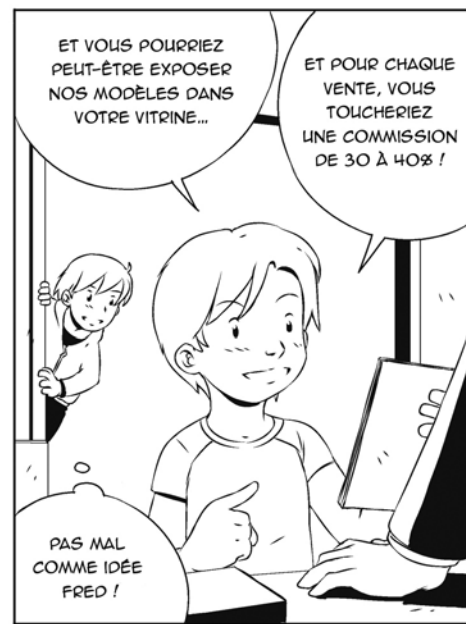


notes



8. LES ACTIONS COMMERCIALES

11 MAI



...OU COMMENT TROUVER SES PREMIERS CLIENTS.

+ en savoir un peu +

Le plus important pour le créateur d'entreprise est de vendre : c'est ce qui lui permet de développer son entreprise et de payer ses factures. Pour cela, il a à sa disposition plusieurs moyens, en fonction de ce qu'il vend (produits, services...) et de ses clients (particuliers, entreprises...). Il peut alors vendre en direct avec des commerciaux (par téléphone, en magasin ou en face à face), trouver des distributeurs (souvent des grossistes) qui bénéficient d'importantes remises en fonction des quantités mais qui permettent de toucher plus de monde, vendre par correspondance... Si tu crées ton entreprise un jour, tu verras qu'il existe plein de façons de trouver des clients et surtout que sans client, il n'y a plus d'entreprise. On dit d'ailleurs souvent que le chef d'entreprise doit être avant tout un bon commercial !

? l'anecdote...

Earl Tupper eut un jour une idée géniale pour distribuer ses TupperWare : les vendre au cours de démonstrations au domicile de ses clients (alors que son produit était un échec en magasin !). Le principe est aujourd'hui repris par plein d'autres types de produits tant cela a été un succès.

Demande à tes parents, ils ont très certainement des TupperWare chez eux et t'expliqueront le principe !

en chiffres...

En Belgique, la vente directe, où le vendeur se déplace directement chez l'acheteur (par exemple en venant à ton domicile te vendre une encyclopédie) est la troisième voie de la distribution à côté de la vente en magasin et de la vente par correspondance. En 2008, un chiffre d'affaires de 147 millions d'euros a été obtenu grâce à l'activité de 21.000 vendeurs à domicile (de bijoux, de cosmétiques, d'ustensiles de cuisine...).

le témoignage :

Je ne trouvais jamais de polos avec les cols qui restent relevés... Alors, à 19 ans, j'ai décidé de créer ma propre collection de vêtements ! J'ai profité de 2 semaines de vacances scolaires pour aller prospecter les boutiques de vêtements, mais beaucoup m'ont fermé la porte au nez parce que les collections sont choisies 6 mois à l'avance et que ma marque n'était pas connue ! Alors, je leur ai envoyé un catalogue et un échantillon après mon passage. Et ça a permis de me démarquer des autres entreprises.

J'ai aussi fait le pari de proposer de laisser mes polos en dépôt vente... tout en m'assurant d'envoyer un maximum de monde dans ces boutiques pour acheter mes produits ! J'ai fait beaucoup d'efforts pour faire connaître ma marque, pour être original, pour que mes polos se remarquent dans les points de vente. Au départ, j'ai réussi à convaincre 25 boutiques. Aujourd'hui, plus de 100 me font confiance ! Et maintenant, les patrons de ces boutiques m'achètent mes collections... 6 mois à l'avance.

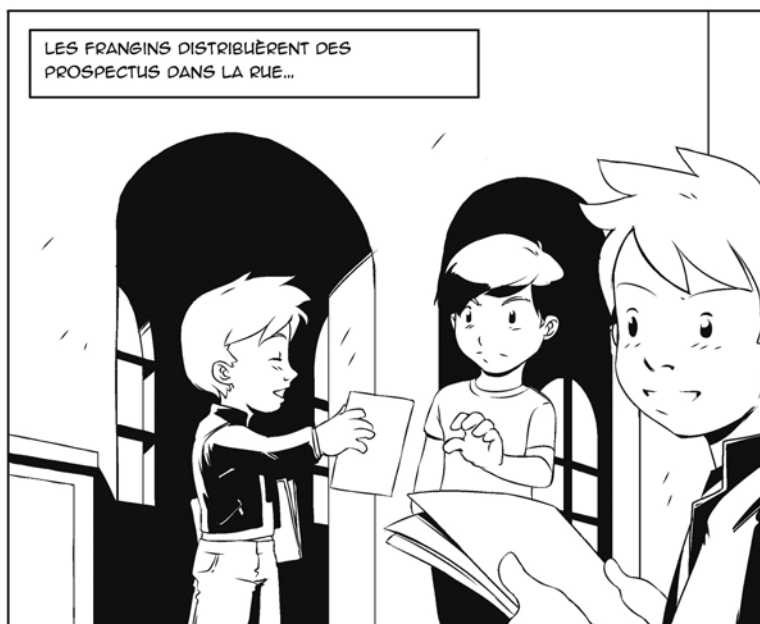
Pierre HAMBLEME
Entrepreneur (J&Joy)



notes

9. LA COMMUNICATION

12
DÉC.



...OU COMMENT FAIRE CONNAÎTRE SA MARQUE ET SES PRODUITS.

+ en savoir un peu +

L'objectif premier de la communication est de faire connaître ses produits et son entreprise. La communication matérialise le positionnement de l'entreprise, à savoir l'image que veut donner l'entreprise d'elle-même et de son offre à ses concurrents, ses clients et ses partenaires. Pour bien communiquer, il est nécessaire que le message soit simple et clair, qu'il soit répété, de se fixer des objectifs précis et mesurables, de ne jamais donner d'informations erronées ou mensongères et surtout, de choisir les bons supports de communication pour atteindre ses clients. En matière de support, il est important de faire la distinction entre la communication « média » (presse, radio, TV, cinéma...) et la communication « hors média » (promotions, présentoirs de vente, parrainage, Internet...).

? l'anecdote...

Il existe autant de moyens de communiquer que de personnes pour le faire ! Aujourd'hui pour communiquer malin, il faut savoir utiliser les « médias sociaux » dont tu connais les principaux acteurs : Facebook, Twitter, Youtube, Blogs, Wiki, Dailymotion...

L'interaction permanente entre les membres permet l'enrichissement et l'appréciation des contenus. Chaque personne vers qui tu communique devient un relais et communique vers d'autres personnes ton message !

en chiffres...

Un spot de pub à la TV pour se faire connaître, quelle bonne idée !!

Oui, mais cela coûte très cher et il est rarement possible de pouvoir s'offrir une telle prestation lorsque l'on débute son activité. Par exemple, pour 1 spot de 20 secondes diffusé en prime time sur RTBF, il faut compter près de 8.000 euros ! Pas question de dépenser autant, il faut avoir des idées.

le témoignage :

Faire le meilleur produit du monde, c'est bien... mais cela ne sert à rien si personne ne le connaît ! Nous avons rapidement compris l'intérêt d'utiliser des outils professionnels pour communiquer : les photos de pros donnent beaucoup plus envie de déguster mes chocolats que les miennes ! Les publications en magazine ont facilité notre bonne réputation. Puis nous avons développé un site Internet très qualitatif. Ainsi la communication nous a permis de positionner nos pâtisseries et nos chocolats comme des produits d'excellente qualité. Petit à petit, nous avons enrichi notre fichier de journalistes, fichier que nous utilisons souvent : il faut en effet régulièrement avoir des nouveautés à présenter pour montrer que l'entreprise est en vie ! Et cela vaut le coup de faire des efforts, un reportage à la télé pour l'émission « Coûte que coûte » nous a offert des retombées incroyables !

Jean-Philippe DARCIS
Pâtissier chocolatier chez Darcis



notes

10. LA CROISSANCE

2 ANS
+ TARD



...OU COMMENT UNE IDÉE DEVIENT UNE BELLE RÉUSSITE.

+ en savoir un peu +

Le but de tout créateur d'entreprise est de réussir, évidemment, et cela passe par la croissance de l'entreprise. Depuis les premières ventes jusqu'au succès, il y a beaucoup de risques, beaucoup de travail aussi. Mais quel plaisir de voir toutes les étapes franchies, et quel bonheur pris à créer des emplois, rencontrer des gens et voir ses envies réalisées... Toi aussi, avec du travail, de la volonté et un brin de rêve et de créativité, tu as les moyens d'aller au bout de tes rêves. Créer une entreprise, une association, développer un projet, tu en as les capacités. Reste à plonger dans l'aventure et ne pas avoir peur de l'échec : si l'on essaie, on retire toujours du positif de ses expériences.

A toi d'être le Antoine ou la Laura de demain !

? l'anecdote...

On peut aller très loin même en commençant tout petit. Lorsque Richard Branson crée Virgin en 1970, à l'âge de 20 ans, une société de vente de disques par correspondance, on est loin de s'imaginer que, 35 ans plus tard, il sera à la tête d'une compagnie aérienne, d'une marque de cola, d'un opérateur téléphonique, d'une compagnie ferroviaire, d'une agence de voyages sur terre, ... et même bientôt vers l'espace !

en chiffres...

En 2009, on comptait 88.772 sociétés commerciales (entreprises) en Wallonie. Ce sont 2.000 de plus qu'en 2008. Pourtant en 2009, il y a eu la création d'environ 6.500 entreprises ! Mais malheureusement dans le même temps, environ 4.500 ont disparu.

Et contrairement aux idées reçues, le nombre de créations d'entreprise n'a que très peu été touché par la « crise » de 2008/2009.

le témoignage :

En Belgique, la pâtisserie est un secteur d'activités très traditionnel. Nous voulions vraiment nous différencier et mettre l'accent sur la créativité des produits proposés. 6 ans après le démarrage de notre activité (basée sur une reprise d'entreprise), nous devons désormais pérenniser le développement de « Carrément Bon ». Nous avons ouvert à ce jour 3 boutiques en Wallonie pour ancrer notre marque et accroître notre notoriété, et choisi d'axer nos efforts commerciaux sur l'acquisition de nouveaux clients dans la restauration, les épiceries fines et l'exportation de douceurs sucrées. Nous y mettons beaucoup d'énergie avec toute notre équipe, mais c'est encourageant. Quant à nos prochains défis, ils visent à continuer à développer le concept Carrément Bon... mais aussi de proposer un nouveau produit que nous allons décliner sous des formats originaux : le chocolat !

Florence FERNEMONT
Entrepreneure (Carrément Bon)

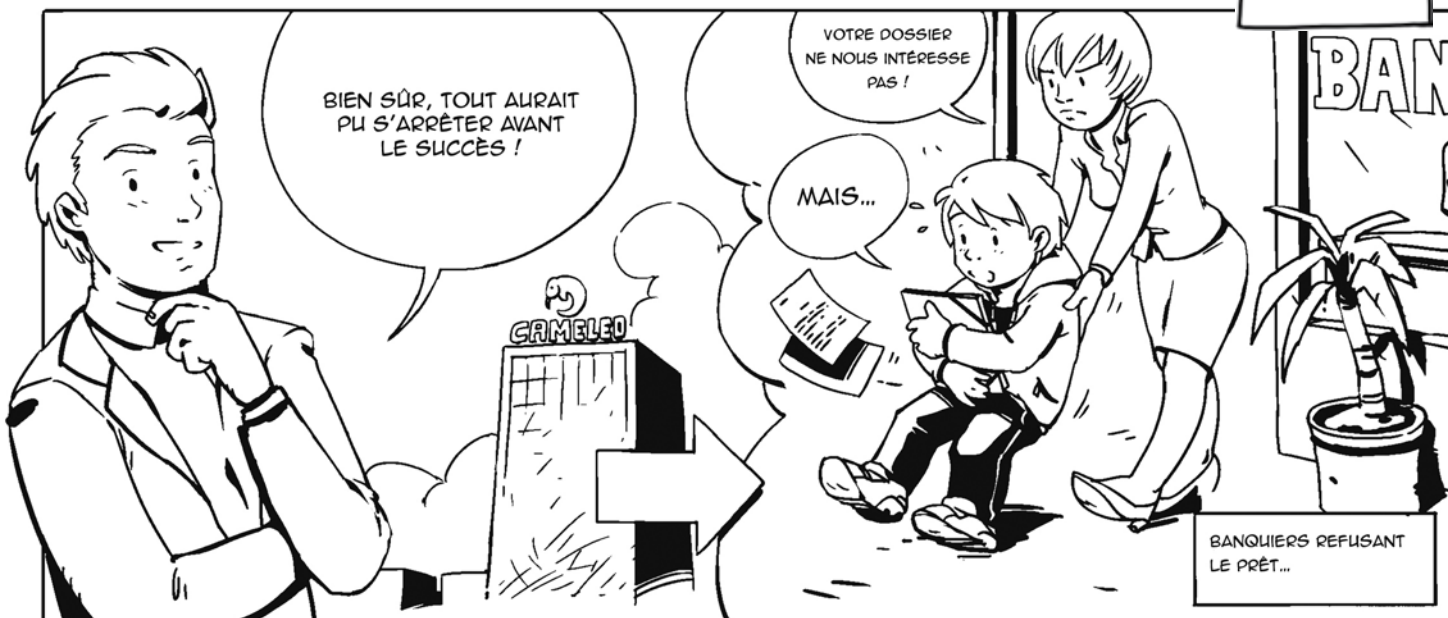


notes



LE DROIT AUX ERREURS

À TOUT MOMENT



...OU COMMENT L'ENTREPRENEUR PEUT PARFOIS RATER SON PARI.

+ en savoir un peu +

Lorsqu'il se lance dans l'aventure de la création d'entreprise, tout entrepreneur prend le risque de tout perdre. Et les raisons de l'échec d'une entreprise sont nombreuses : problèmes dans l'équipe, manque de financement, mauvaise analyse du marché, qualité décevante des produits ou du service, trop grande pression de la part des concurrents, difficultés de trésorerie...

Que l'entreprise réussisse ou non, la création d'entreprise n'est jamais un échec, tant que l'on apprend de ses erreurs pour ne pas les renouveler plus tard. D'ailleurs, de nombreux créateurs d'entreprises attendent leur deuxième ou leur troisième création pour vraiment réussir : on ne peut pas tout réussir du premier coup et l'expérience compte beaucoup. Le chemin parcouru est finalement presque aussi important que là où il mène !

? l'anecdote...

Les petites entreprises sont clairement plus touchées par l'échec car beaucoup plus fragiles que celles qui sont de taille plus importante. Pourtant, une petite taille peut jouer en leur faveur : plus réactives, ces petites structures peuvent réagir plus rapidement face à une crise.

C'est également pourquoi certains grands groupes ont connu une faillite, comme par exemple General Motors aux Etats-Unis.

en chiffres...

En Wallonie, le taux de survie à 5 ans des entreprises est de l'ordre de 75%. Quand les entreprises sont accompagnées, ce taux de survie est supérieur à 85%. Par ailleurs, il est plus facile de trouver des financements quand le créateur d'entreprise a bénéficié d'une structure d'appui : le taux d'acceptation d'un dossier de crédit passe de 37% à 87% ! Il est donc très intéressant de rejoindre les structures d'accompagnement adéquates pour le montage de son projet mais aussi son développement.

le témoignage :

A 30 ans, je surfais sur la vague ! Une « boîte de com' » florissante, 20 employés hyper investis, 7 ans de travail fabuleux ! Puis je choisis d'attaquer un domaine que je ne maîtrise pas, me trompe sur les prévisions financières, fais preuve d'un peu de naïveté... et le château de cartes s'effondre. Je vends voiture, maison et tout ce que je possède... me voilà au creux de la vague ! Il faut repartir à zéro. Heureusement, la volonté et la passion de la création sont là. Après quelques nouvelles aventures, je relance et développe le projet TYPHUS. Aujourd'hui nous sommes 9, notre magasin est passé de 50 à 500m², nous vendons sur le net et sommes implantés en Afrique ! Cet échec fut très riche en enseignements tant humainement que techniquement, me permettant d'être mieux armé pour recommencer. Il faut oser ! Il faut créer jeune pour apprendre... même à 18 ans pendant ses études !

Alexandre LEGRAND
Papa de Typhus



notes



TEST DE PROFIL ENTREPRENEURIAL



Et toi, as-tu l'âme d'un entrepreneur ? Possèdes-tu les qualités nécessaires ou au contraire dois-tu encore attendre un peu avant de te lancer ?

Pour chacune des affirmations ci-dessous, mets une croix dans la colonne qui te ressemble le plus. Reporte-toi ensuite aux instructions en bas de page. Bon test !

AFFIRMATIONS	JAMAIS	PARFOIS	SOUVENT	TOUJOURS
1. J'accepte facilement les responsabilités.				
2. J'aime la compétition.				
3. Je suis une personne têtue.				
4. Je trouve des solutions originales aux problèmes.				
5. Faire la même chose tous les jours me fatigue.				
6. Je suis généralement optimiste.				
7. J'ai une bonne santé.				
8. Mes erreurs sont pour moi une occasion d'apprendre.				
9. J'accepte assez bien la critique positive.				
10. Je gère bien mon stress.				
11. Je suis de nature indépendante.				
12. Je reporte rarement les tâches à accomplir.				
13. J'aime décider ce que je dois faire.				
14. C'est facile pour moi de communiquer avec les autres.				
15. Je pense avoir un bon jugement.				
16. J'apprends facilement par moi-même.				
17. J'aime faire des sports individuels.				
18. Devant un échec, je me comporte positivement.				
19. J'aime travailler seul(e).				
20. Je gère bien mon temps.				
21. J'ai de la facilité à prendre des décisions.				
22. Je peux travailler de longues heures.				
23. J'ai confiance en mes capacités.				
24. Si nécessaire, je demande des conseils à des experts.				
25. Ma réussite dépend plus du travail que de la chance.				

Additionne les cases cochées par colonne et reporte les totaux

A

B

C

D

Additionne le total des cases C et D et trouve ton score final

Le chiffre constitue ton total de profil entrepreneurial. Regarde maintenant à quoi il correspond à l'aide de la grille ci-dessous.

25

Tu as tout d'un entrepreneur ! Fonce si c'est ce que tu souhaites le plus !!!

ENTRE 20 ET 24

Pense sérieusement à créer, un jour ton entreprise, tu as tout ce qu'il faut pour réussir !

ENTRE 16 ET 19

Avec de la persévérance et...une bonne équipe, tu y arriveras.

ENTRE 12 ET 15

Tu n'es peut-être pas encore un entrepreneur...mais avec pas mal de travail et de volonté, tu pourras réussir et prendre plaisir à créer.

MOINS DE 12

Tu n'es peut être pas entrepreneur. Toutefois, si tu as le goût et la détermination, rien n'est impossible.

CE QUI DISTINGUE UN ENTREPRENEUR...

D'APRÈS ANTOINE & LAURA

Un entrepreneur se doit d'avoir certaines aptitudes pour réussir, même s'il n'existe aucun créateur d'entreprise identique ! Voilà celles d'Antoine et Laura !
Et toi, as-tu aussi ces qualités ?

UN ŒIL DE SAGE
Pour voir loin et fixer les objectifs

UNE COLONNE VERTÉBRALE
Pour avoir de l'assurance

UN ŒIL DE LYNX
Pour repérer toutes les occasions qui se présentent

UNE OREILLE
Pour savoir écouter les conseils extérieurs

UN NEZ
Pour sentir les problèmes à l'avance

UN COU
Pour sortir la tête de l'eau et voir plus loin

UN CŒUR
Pour être passionné, déterminé et persévérant

DES BRAS
Pour étreindre l'équipe lorsqu'elle réussit

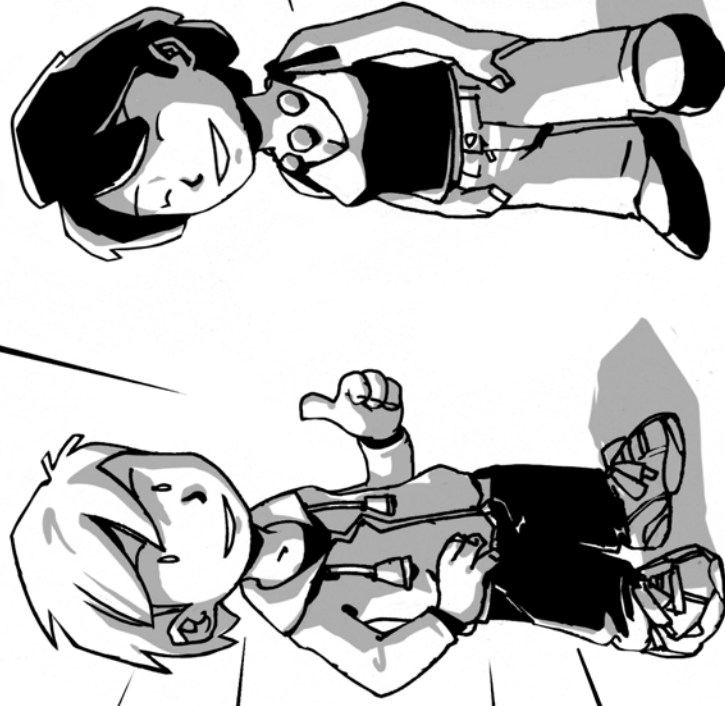
DES MAINS
Pour changer les vitesses si nécessaire

DES DOIGTS
Pour compter ses erreurs et s'en souvenir

UN PIED
Pour toujours aller de l'avant

DES JAMBES
Pour sauter par-dessus les obstacles


UN PIED
Pour rester sur terre au contact des réalités



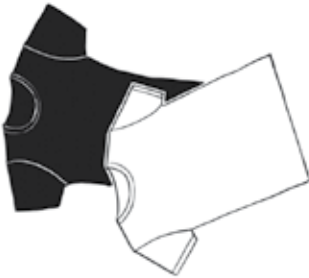
BUSINESS MODEL : UNE VISION GLOBALE DE MON ENTREPRISE

PARTENAIRES STRATÉGIQUES :
avec qui je travaille ?

Industrie des teintures




Industrie du textile




ACTIVITÉS CLÉS :
Quelle est l'activité principale de mon entreprise ?

Personnalisation




RESSOURCES CLÉS :
Quelles sont les ressources indispensables dont je dispose ?

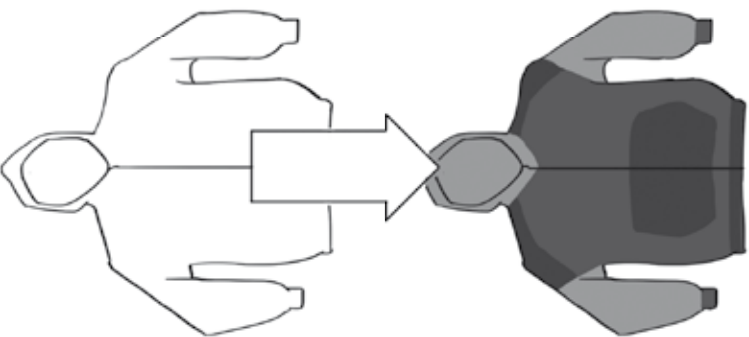
Caméléo design



Mon équipe, la marque




VALEUR AJOUTÉE :
Qu'est-ce que j'apporte à mes clients ?




Des vêtements personnalisés

RELATION CLIENTS :
Comment je prends contact avec mes clients ?



DISTRIBUTION :
Comment mes produits sont distribués ?




Des magasins spécialisés, la boutique en ligne

SEGMENT DE CLIENTÈLE :
Qui sont mes clients ?




Les parents et les adolescents

COÛTS : Qu'est-ce qui doit être payé par l'entreprise ?




Les vêtements



Mon équipe

CHIFFRE D'AFFAIRES : Quel est mon objectif ?



Développer l'entreprise et être rentable !

ENTREPRENDRE DANS L'UNION EUROPÉENNE...

OU COMMENT AVOIR UN TERRAIN DE JEU ENCORE PLUS GRAND !

Atouts de la Wallonie

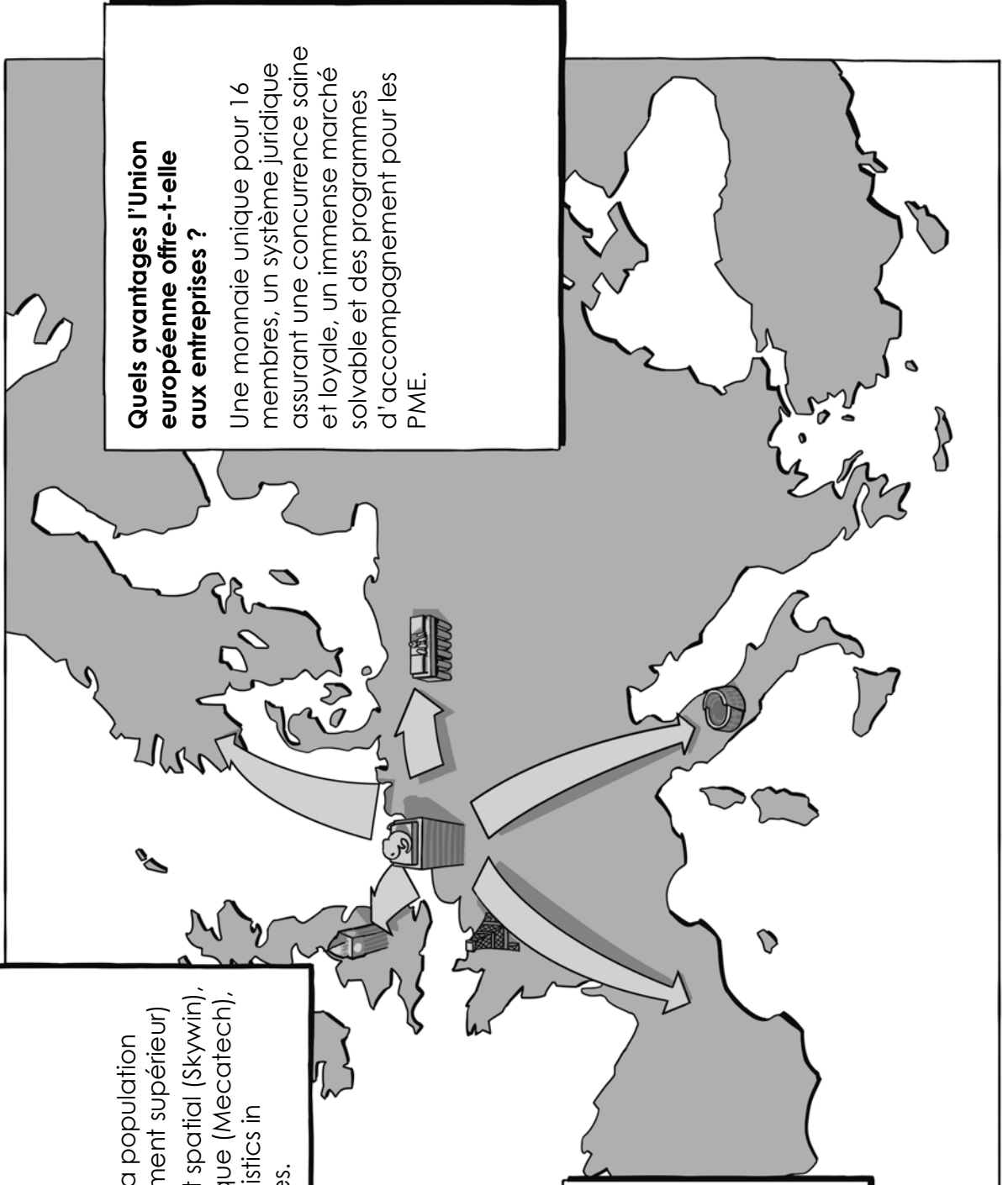
- > Neuf institutions de niveau universitaire
- > Plus de 11.000 chercheurs
- > Une main d'œuvre très qualifiée (30% de la population active possède un diplôme de l'enseignement supérieur)
- > 6 pôles de compétitivité : Aéronautique et spatial (Skywin), Agro-industrie (Wagralim), Génie Mécanique (Mecattech), Santé (Biowin), Transport et logistique (Logistics in Wallonia), technologies environnementales.

Quels avantages l'Union européenne offre-t-elle aux entreprises ?

Une monnaie unique pour 16 membres, un système juridique assurant une concurrence saine et loyale, un immense marché solvable et des programmes d'accompagnement pour les PME.

Les produits wallons les + exportés

Métaux communs (fonte, fer, acier, aluminium, cuivre...), produits des industries chimiques (médicaments, produits de beauté...), machines et équipements (machines pour la sidérurgie, la pétrochimie, l'alimentaire...), matières plastiques et caoutchouc (élastiques, chambres à air, tétines, emballages...), produits minéraux (ciment, céramique, plâtre...), produits alimentaires (chocolat, bière...).



LE DÉVELOPPEMENT DURABLE...

Quand on entend parler de développement durable, c'est souvent pour évoquer des gestes citoyens, dire qu'on peut tous participer à la préservation de l'environnement. Pourtant, le développement durable, c'est avant tout de créer des activités qui combinent une bonne santé économique avec un projet utile à la société et respectueux de l'environnement. Le développement durable, ça concerne aussi les entreprises !

Par exemple, chez Caméléo, nous avons essayé de respecter les hommes et la planète, à toutes les étapes de production et de commercialisation. Mais il reste encore beaucoup à faire, et c'est urgent ! Et toi, as-tu des idées pour encore diminuer l'impact négatif de notre activité ?



1. Les matières premières

D'abord on importe du coton cultivé biologiquement et équitablement. Sa production n'a pas pollué les sols ni les eaux et le producteur a été rémunéré convenablement.

2. La production

On emploie souvent des produits chimiques très polluants pour nettoyer ou teindre le coton. Il existe pourtant d'autres techniques et on peut utiliser des produits recyclés et des eaux usées pour créer ses vêtements.

3. Les ressources humaines

Le développement durable, c'est aussi une gestion humaine de son personnel. Pas de travail d'enfants, de produits dangereux ou de salaires de misère ! On fait aussi attention au traitement du personnel et on favorise la prise en compte de la citoyenneté, du bien-être et de la créativité au travail.

...C'EST AUSSI POUR LES ENTREPRISES !



4. La communication

Il faut vendre et pour ça, la publicité est inévitable. En limitant la consommation de papier, en évitant la pollution sonore et visuelle (affiches, pubs TV) on économise l'énergie et on soulage des gens assaillis de pub.

5. L'utilisation des bénéfices

Rémunérer ses salariés avant ses actionnaires et réinvestir une large part des bénéfices dans la structure, voilà deux moyens de faire durer son activité dans le temps. Et pourquoi ne pas utiliser une part des recettes pour aider des projets d'associations ?

6. L'après-vente

Ce n'est pas parce que la marchandise a été vendue que notre responsabilité s'arrête là. Il est important d'aider au recyclage de nos produits à la fin de leur vie et de faire en sorte que tous nos distributeurs ou transporteurs fassent aussi un effort. C'est un combat qui nous concerne tous !

L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ



Seulement :

- **18 %** des créations d'entreprises en Belgique sont portées par des femmes.
- **30 %** des emplois indépendants belges sont occupés par des femmes.
- **6 %** des femmes entrepreneurs ont plus de 10 salariés.
- **51 %** des femmes entrepreneurs travaillent seules.

EXPLICATIONS & IDÉES REÇUES

MAIS POURQUOI DE TELLES DIFFÉRENCES ENTRE LES CHIFFRES DE CRÉATION CHEZ LES HOMMES ET CHEZ LES FEMMES ? POURQUOI LES FEMMES NE CRÉENT-ELLES PAS PLUS ?

Les raisons sont évidemment multiples et complexes, mais il est utile de lever quelques idées reçues !

IDÉES REÇUES

- > La première raison invoquée est que les femmes pensent ne pas pouvoir être à la fois des mères et des femmes d'affaires. Au contraire, la création de son entreprise peut permettre à une mère de famille de gérer son emploi du temps d'une manière plus flexible, en fonction de ses contraintes personnelles.
- > Les femmes pensent ne pas pouvoir consacrer suffisamment de temps à leur projet. En effet, les femmes continuent à prendre en charge 80 % des tâches domestiques courantes (ménage, linge, vaisselle, courses...) et consacrent en moyenne 26 heures par semaine aux enfants, soit deux fois plus que les hommes. Cela dit rien n'empêche la famille d'organiser les tâches quotidiennes en mettant en place un nouvel équilibre. Tout est question d'organisation !

AUTRES EXPLICATIONS

- > Les femmes sont moins attirées par le pouvoir. De plus, elles sont souvent bloquées par l'attitude des hommes dans l'univers professionnel. Encore aujourd'hui, elles ont l'impression qu'en créant leur entreprise, il va falloir aller à l'encontre des préjugés au quotidien et s'imposer dans un monde constitué essentiellement d'hommes.
- > Les femmes prennent en général moins de risques que les hommes. Elles ont très souvent moins confiance en elles dans le travail. La prise de risque est donc plus importante pour elles. Elles ont peur d'être moins facilement réemployées en cas d'échec. D'ailleurs, on remarque que le niveau de diplôme des femmes créatrices est plus élevé que celui des hommes.

Bon à savoir

IL EXISTE DES RÉSEAUX DE SOUTIEN AUX FEMMES ENTREPRENEURS :

› LE RÉSEAU DIANE

Union des Classes Moyennes – www.reseaudiane.com

› LE RÉSEAU AFFA

Affaire de femmes, femmes d'affaires – www.credal.be

› LE RÉSEAU FAR

Femmes Actives en Réseau – www.reseau-far.be

› LE RÉSEAU FCE-VVB

Femmes Chefs d'Entreprises – www.fce-vv.be

› L'ASSOCIATION MÉRIDIENNE

meridienne@gmail.com

› LE RÉSEAU PERLES

Professionnelles Et Responsables dans Leur Entreprise – www.perles.be

Le témoignage

Passionnée de bijoux originaux, j'ai voulu créer ma propre boutique en ligne. J'ai démarré en franchissant chacune des étapes : organisation de ventes privées à domicile, participation à des salons professionnels et création d'un réseau de clients, fournisseurs et partenaires... Ensuite j'ai lancé CeriseNoire.com comme une grande !

Mon travail quotidien consiste à dénicher de nouveaux créateurs de bijoux, à choisir les pièces introuvables ailleurs et qui me plaisent, et à mener des actions pour faire connaître CeriseNoire.com. Sympa, non ? Et je peux organiser mon temps comme je veux pour profiter de mes enfants, mon mari et ma société. Cet équilibre est fondamental pour être épanouie et performante.

Grâce à cette expérience, de grandes marques de bijoux - Ooh Darling - me sollicitent pour les conseiller sur leur stratégie commerciale. Alors, je m'éclate et j'ai créé l'emploi dont je rêvais !

Sandie TOLLARDO

Entrepreneure (Fondatrice de CeriseNoire)

CARTES DE VISITE

PHILIPPE CHÈVREMONT

Héraclès

Directeur

Détection et accompagnement de projets innovants d'entreprises et de PME/PMI.

www.heracles.be

« RIEN N'EST ACQUIS, TOUT RESTE À CRÉER ! »

STÉPHANIE THIBAUT

Maison de l'Entreprise à Mons

Gestionnaire de projet

Structure d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises innovantes.

www.lme.be

« NE RENONCEZ JAMAIS, IL EXISTE TOUJOURS QUELQU'UN POUR VOUS AIDER À TROUVER UNE SOLUTION ! »

PATRICE THIRY

Maison de l'Entreprise à Mons

Directeur

Structure d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises innovantes.

www.lme.be

« NE RENONCEZ JAMAIS, IL EXISTE TOUJOURS QUELQU'UN POUR VOUS AIDER À TROUVER UNE SOLUTION ! »

BRUNO VENANZI

Lampiris

Administrateur délégué

www.lampiris.be

« LE PLUS DUR CE N'EST PAS D'ALLER À HONG KONG, C'EST DE QUITTER VILVOORDE »

D'après une célèbre phrase de J. Brel

XAVIER GOEBELS

PointCarré

Fondateur administrateur délégué

Magasin de marques à porter.

www.pointcarre.be

« L'IMPOSSIBLE PREND JUSTE UN PEU PLUS DE TEMPS ! »

ALEXANDRE RUIZ

So Cup

Fondateur

Bar à gâteau – Production de CupCakes

www.socup.be

« POUR CRÉER, PAS BESOIN DE GRANDES ÉTUDES... IL FAUT ÊTRE PASSIONNÉ ! »

FRÉDÉRIQUE LATHUY

Agence de Stimulation Economique

Responsable Aides directes

www.as-e.be

« IL EXISTE DES DISPOSITIFS D'AIDE ET DES PERSONNES POUR VOUS ACCOMPAGNER... N'HÉSITEZ PAS À VOUS EN SERVIR ! »

CARTES DE VISITE

DELPHINE FRENNET

UCM Union des Classes Moyennes

Responsable PME Service

Mouvement patronal de défense,
de valorisation et de promotion
du statut d'indépendant.

www.ucm.be

**« NOUS ACCOMPAGNONS TOUS LES TYPES DE PROJETS ET
TOUS LES PORTEURS DE PROJET QUI LE SOUHAITENT ! »**

PIERRE HAMBLEMME

J&Joy

Fondateur

Marque de prêt-à-porter colorée

www.in-joy.be

« CULOT ET PERSÉVÉRANCE SONT LES CLÉS DE LA RÉUSSITE »

JEAN PHILIPPE DARCI

Darcis

Pâtissier chocolatier

www.darcis.com

**« QUAND ON A UN RÊVE, IL FAUT Y CROIRE ET ALLER
JUSQU'AU BOUT ! »**

FLORENCE FERNÉMONT

Carrément Bon

Co-fondatrice

Boulangerie et pâtisserie fine.

www.carrementbon.be

**« AVEC DE LA PASSION ET DE LA MOTIVATION,
ON PEUT TOUT FAIRE ! »**

ALEXANDRE LEGRAND

Typhus

Fondateur

www.typhus.eu

**« SI JE N'AVAIS PAS CONNU L'ÉCHEC, JE SERAIS TRÈS
CERTAINEMENT DEVENU UN VIEUX CON »**

**« AJOUTE DE LA VIE DANS TES ANNÉES ET PAS DES ANNÉES
DANS TA VIE »**

SANDIE TOLLARDO

Cerise Noire

Fondatrice

Vente en ligne de bijoux.

www.cerisenoire.com

**« FEMME ENTREPRENEURE = VÉRITABLE BIJOU DE
CRÉATIVITÉ, D'INTUITION ET DE COMBATIVITÉ. »**

JEAN-PIERRE LUTGEN

Ice-Watch

CEO

www.ice-watch.com

« REPOUSSE TES LIMITES ET FAIS CONFIANCE À TES IDÉES ! »

BONUS LE MAKING-OF !

Bonjour, je suis l'intervenant de l'association d'entrepreneurs...

Dépêchez-vous, vous êtes déjà en retard !!!



Alors aujourd'hui, c'est Guilhem qui va vous présenter son métier. Vous allez voir que c'est un peu spécial !

Salut à tous ! Je suis ici pour vous parler de création d'entreprise. J'ai moi-même créé pendant mes études !

Guilhem, serial entrepreneur cool



Mais m'sieur !! C'est beaucoup trop compliqué !

Argent, risque, travail important, c'est une question digne des philosophes que de savoir comment intéresser les jeunes à la création d'entreprise ! Et c'est vraiment pas gagné pour le pauvre Guilhem...



Mais oui, je suis trop bête !!! Il faut quelque chose de ludique !



Allons, allons, en fait c'est très simple vous verrez !

Moi-même, à votre âge, euh... je... euh...



Mais c'est alors, que, au détour d'une rue, survint le déclic !



Mais m'sieur, on n'est qu'en 3ème nous !

On n'a pas d'argent en plus !



Et Guilhem courut alors chez Antoine, illustrateur qui aime bien les jeunes entrepreneurs...

J'ai une super idée !

On va faire une BD !!

Antoine, serial illustrateur cool



Mais si, une bande-dessinée !

Hein ???!

Sur la création d'entreprise

Quoi ?

Tu sais, une BD, avec les dessins, là !

Tes sûr que ça va ?



Et comme les jeunes pensent qu'il est impossible de créer une entreprise, tu veux faire une BD pour leur donner envie... J'ai bon là ?

Ah bin quand même !

On y arrive !

Le projet allait pouvoir démarrer !

Première étape, écrire le scénario et trouver des personnages attachants auxquels s'identifier...



Des dinosaures... tout le monde aime les dinosaures, non ?



Heureusement, Guilhem était là pour contrôler un peu les ardeurs d'Antoine... Même si parfois, on pouvait se demander qui avait vraiment perdu le sens des réalités...



Le projet de faire une petite BD sympa prenait de l'ampleur chaque jour, au fil des rencontres et des encouragements (et aussi de quelques idées, ici et là). Finalement, "Lucy et Valentin... créent leur entreprise" devint un vrai ouvrage de sensibilisation à la création d'entreprise pour les jeunes.

Diffuser la bande-dessinée à 900.000 élèves était un vrai défi... et cela représentait vraiment trop de travail pour 2 personnes : interviews, écriture, dessin, recherche d'imprimeurs, contacts pour la diffusion... Il fallait renforcer l'équipe, et le mieux était encore que ce soit avec un jeune entrepreneur !



De projet en développement, la BD devint même une vraie entreprise, grâce à la victoire du concours BeProject*. Comme quoi, créer une entreprise, c'est pas si compliqué !

Rencontre dans les ministères, tests en classe, apparitions dans les journaux... Lucy & Valentin réussirent leur pari... Guilhem, Antoine et Sylvain aussi, et en y prenant un énorme plaisir !



* La bourse BeProject est un concours étudiant organisé par le cabinet de conseil BearingPoint, Management and Technology Consultants - www.bearingpoint.fr

NOTES

Blank lined area for taking notes.

> Démographie d'entreprise et entrepreneuriat en région Région wallonne - Décembre 2007
MINISTERE DE LA REGION WALLONNE
Direction de la Politique Economique
Auteur : Florence HENNART

> L'Entreprise je veux savoir
www.uwe.be/economie/entreprise/entreprise-je-veux-savoir
Août 2009
Union Wallonne des Entreprises
Auteur : Virginie Louis

> L'entrepreneuriat féminin en Wallonie
<http://www.as-e.be/servlet/Repository/Cahier%204%20-%20l%27entrepreneuriat%20feminin.PDF?IDR=3010>
Mars 2009
Agence de Stimulation Economique
Auteur : Nathalie Cobbaut

> www.sectors.wallonia-export.be

> Fédération de la Distribution
<http://www.fedis.be/gp.asp?id=4582&lng=fr>

> Statistique Vente Directe en Belgique
http://archives.lesoir.be/la-vente-directe-surfe-sur-la-crise_t-20090627-00NUW9.html

> Regards sur la Wallonie 2009
http://www.cesrw.be/download.php?file=uploads/publications/fichiers/Regards/CESRW_Regards2009.pdf
CESRW
Auteur : Jean-Pierre DAWANCE

> Taux de survie
<http://www.lalibre.be/economie/actualite/article/543139/70-000-acteurs-prives-a-995-des-pme-pesant-635-000-emplois.html>

> Institutions universitaires en Wallonie
<http://www.wallonie.be/en/discover-wallonia/education/index.html>

SOURCES

COLLECTION LUCY & VALENTIN

La bande dessinée « **ANTOINE ET LAURA CRÉENT LEUR ENTREPRISE** » fait partie de la collection « Lucy et Valentin... créent leur entreprise ». Le projet « Lucy et Valentin... créent leur entreprise ! » est un projet de sensibilisation des collégiens européens à la création d'entreprise, à travers l'utilisation d'une bande dessinée ludo-éducative.

Cette BD raconte l'aventure de la création de l'entreprise Caméléo et tous les défis que les deux protagonistes doivent relever : l'étude de marché, la constitution de

l'équipe, le financement, etc...

De façon ludique et originale, cette bande dessinée explique toutes les étapes de la création d'une entreprise. Elle raconte l'aventure de deux collégiens qui créent leur entreprise – Caméléo – et tous les défis qu'ils doivent relever : l'étude de marché, la constitution de l'équipe, le financement, etc.

LEXIQUE

Le **BREVET** protège une innovation technique, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une solution technique à un problème technique donné. Il confère à son titulaire un droit exclusif d'exploitation sur l'invention brevetée. Ce titre a une durée limitée, généralement 20 ans.

Une **ENVELOPPE I-DEPOT** est un moyen de preuve de création assez simple à déposer. À la différence d'un brevet, d'un dépôt de modèle, le propriétaire de l'enveloppe n'a pas de droit exclusif sur l'invention ou le modèle.

Tout créateur, avant de se lancer, se doit de réaliser une **ÉTUDE DE MARCHÉ**. C'est cette étude qui va lui donner toute l'information nécessaire pour comprendre et connaître son marché : les concurrents, les produits de substitution, les fournisseurs, les habitudes des clients, les forces à développer, etc.

Si certains créateurs se lancent tous seuls, beaucoup préfèrent trouver des **ASSOCIÉS** avec qui ils seront complémentaires. Être plusieurs est alors une force et il est possible d'avancer plus vite, avec moins de risques... si ce n'est celui de se fâcher entre associés !

Lorsqu'une entreprise se porte bien et gagne de l'argent après avoir payé toutes ses charges (locaux, salariés, matières premières, ...), on dit qu'elle réalise des **BÉNÉFICES**. Dans le cas contraire, elle fait des **PERTES**.

Une entreprise peut ne proposer à ses clients qu'un seul et unique produit. Cependant, en réalité, la plupart des sociétés ont une **GAMME (DE PRODUITS)**, afin de s'adresser à plusieurs types de clientèle et de pouvoir augmenter ainsi leurs rentrées d'argent.

Vendre est vital si l'on veut développer une entreprise. Le total des sommes versées par les clients constitue le **CHIFFRE D'AFFAIRES**.

Il arrive parfois que certaines entreprises, même en ayant un très bon chiffre d'affaires, n'arrivent pas à

gagner d'argent. Cela est dû à un manque de **RENTABILITÉ**. Pour être rentable (et donc rester en vie longtemps), l'entreprise doit tout simplement gagner plus que ce qu'elle dépense dans l'année.

Lorsque l'on crée une entreprise, il faut un peu (voire beaucoup) d'argent. Ce sont les associés qui vont apporter cet argent de départ, pour constituer le **CAPITAL SOCIAL**. Cet argent appartient alors à l'entreprise directement.

Pour réussir n'importe quel type de projet, il est nécessaire de savoir où l'on veut aller et comment on compte y parvenir. Le **PLAN D'AFFAIRES** est le document qui reprend non seulement l'étude de marché, mais aussi celui qui explique la stratégie et la vision du créateur et qui explique comment l'entreprise compte gagner de l'argent et se développer.

Travailler en équipe n'est pas toujours chose facile et cela l'est encore moins lorsqu'il y a de l'argent en jeu... C'est pourquoi il est recommandé de faire un **PACTE D'ASSOCIÉS**, c'est-à-dire un document qui explique à l'avance comment régler les conflits entre les associés.

Les **ACTES DE CONSTITUTION** d'une entreprise sont rédigés avant même sa création. Ils donnent une description de ce qu'elle fait (son objet social), indique qui est associé et dicte les grandes règles de fonctionnement ainsi que la manière dont seront prises les décisions.

Lorsqu'une entreprise veut fabriquer son produit, elle doit utiliser pour cela des **MATIÈRES PREMIÈRES** qu'elle va transformer (ou faire transformer) pour arriver au résultat final.

On parle d'**INVESTISSEMENT** dans une entreprise lorsque celle-ci dépense de l'argent pour quelque chose qui va lui servir pendant plusieurs mois ou années (une machine, un ordinateur) et non pas pour quelque chose qui va disparaître au cours du processus de production (matières premières par exemple).

COLLECTION LUCY & VALENTIN

Notre défi avec ce projet est simple et ambitieux : distribuer l'ouvrage à plus de 1.000.000 de jeunes européens, pour moins d'1 € par élève. Tout simplement parce que nous croyons qu'il est primordial d'aider les jeunes à développer leur esprit d'initiative, de leur offrir de nouvelles perspectives professionnelles et de favoriser ainsi le dynamisme économique de demain.

Vous trouverez toutes les infos sur le projet en ligne sur le site www.lucyvalentin.com/fr

DANS LA MÊME COLLECTION :

« **STELLA ET BATTI... CRÉENT LEUR ENTREPRISE EN CORSE** »
distribution en Corse (France)

« **LUCY ET VALENTIN... CRÉENT LEUR ENTREPRISE** »
version manga : distribution en Essonne (France)

« **LUCY ET VALENTIN... CRÉENT LEUR ENTREPRISE** »
version KPMG : distribution en Ile de France et dans le Nord (France)

CETTE BD EST FINANCÉE PAR

PlanMarshall
2.vert
www.cfwb.be



Avec le soutien du Fonds social européen
L'UE et les autorités publiques investissent dans votre avenir

Le **PLAN MARSHALL 2.VERT** vise notamment à mettre en place un cadre propice à la création d'activités et d'emplois de qualité. En matière de création d'activités, l'objectif des Gouvernements wallon et de la Communauté française est clair : au terme la législature 2009-2014, l'esprit d'initiative et d'entreprendre devra être redevenu le véritable fondement du dynamisme régional. La conception, l'implémentation et la promotion d'outils pédagogiques et d'ateliers de formation à destination des enseignants est une des actions soutenues au sein du Programme Wallon Esprit d'Entreprendre mené par l'Agence de Stimulation Economique.
www.planmarshall2vert.wallonie.be

Le **FONDS SOCIAL EUROPÉEN (FSE)** est le principal instrument communautaire consacré au développement des ressources humaines et à l'amélioration des mécanismes du marché de l'emploi. Il vise à réduire le chômage en facilitant l'accès au marché du travail par la promotion de l'égalité des chances, l'encouragement à la création d'emplois et l'aide au renforcement des compétences et qualifications professionnelles. Le Fonds social européen cofinance, avec la Région wallonne et la Communauté française, des programmes destinés au développement des ressources humaines.

Pour la période 2007-2013, l'Agence de Stimulation Economique a été agréée sur l'ensemble de la Wallonie pour mener diverses actions de formation et d'accompagnement destinées à développer l'esprit d'entreprendre.

www.fse.be

CET OUVRAGE A ÉTÉ MIS À JOUR PAR SYDO

SYDO est une agence de communication pédagogique spécialisée dans l'explication de messages complexes. Sydo accompagne les entreprises et institutions dans des projets tels que l'élaboration de livrets pédagogiques, la sensibilisation aux règles de sécurité, la simplification de documents techniques, la traduction de thématiques sensibles, l'explication de métier, la création d'outils de formation...

Sydo garantit un contenu clair, simplifié et adapté à la cible du projet. Nous mobilisons nos compétences et ajustons notre méthodologie au type de support retenu : illustration, bande dessinée, vidéo, film d'animation, Serious Game...

Pour en savoir plus : www.sydo.fr

Bonjour !

Tu as entre tes mains l'histoire d'Antoine et Laura, deux jeunes comme toi, qui ont décidé de vivre une aventure un peu folle et d'aller au bout de leurs envies en « montant leur boîte » ! Alors bien sûr il ne s'agit ici que d'une fiction, mais imagine-toi que nous sommes « en vrai » assez nombreux à avoir fait le même choix : celui de réaliser nos rêves. Je parle de toutes les femmes et de tous les hommes entrepreneurs dont certains ont ici la parole, écoute-les, c'est passionnant !

Je suis Jean-Pierre Lutgen, le dirigeant de la société Ice-Watch. Ice-Watch, tu connais sûrement, ce sont les montres de toutes les couleurs, tu ne peux pas les rater... Aujourd'hui, on en trouve presque partout ! Je suis très fier du succès de ces montres, car, s'il est le fruit de beaucoup de travail, ce n'était pas gagné d'avance ! Il y a plus de dix ans, j'ai créé une société de vente d'objets publicitaires. Très tôt je suis allé découvrir le marché chinois pour me faire des contacts et en apprendre les règles. Puis l'évolution d'Internet a petit à petit rendu cette connaissance du marché inutile... et mon activité devenait très compliquée.

C'est au moment où j'allais tout arrêter que j'ai vu cette montre. Ce fut un coup de foudre immédiat. Je venais de découvrir le futur « top model » de la montre, j'en étais persuadé ! Il m'a fallu ensuite convaincre mon entourage... et sa confiance fut récompensée dès notre premier grand salon professionnel avec plus de commandes que l'on osait l'imaginer. Et l'aventure a commencé !

Mais avant d'être connu, il faut trouver des solutions astucieuses pour tout ! Pour la distribution par exemple, comme les horlogers ne nous connaissaient pas, c'est grâce à des réseaux originaux (comme les magasins de design et de vêtements) que j'ai pu lancer mes premières gammes de produit.

Aujourd'hui mon aventure montre que les réelles « success story » existent encore. « On n'a que les limites que l'on se fixe ». Alors, toi aussi repousse tes limites et fais confiance à tes idées !

JEAN-PIERRE LUTGEN - CEO ICE-WATCH
WWW.ICE-WATCH.COM

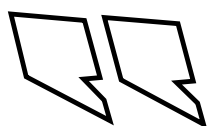


L'Agence de Stimulation Economique (ASE) veille à l'accompagnement des entreprises au long de leur existence afin de leur permettre de prospérer en Wallonie. Elle agit ainsi comme « coupole de l'animation économique », en collaboration avec les opérateurs.

L'ASE vous propose cet outil sous forme de bande dessinée, dans le cadre de son « Programme Wallon Esprit d'Entreprendre ». L'objectif est de promouvoir l'Esprit d'Entreprendre chez les jeunes, car développer leurs attitudes entrepreneuriales augmente leur capacité à choisir leur vie. C'est aussi investir dans l'essor socio-économique de la Wallonie.



TOUTES VOS QUESTIONS TROUVERONT UNE RÉPONSE SUR WWW.LUCYETVALENTIN.COM !
COPIE (MÊME PARTIELLE) STRICTEMENT INTERDITE SANS ACCORD PRÉALABLE



ANTOINE & LAURA

CRÉENT LEUR ENTREPRISE



- LIVRET D'EXERCICES -



TOI AUSSI !

CRÉE TON ENTREPRISE ! LE LIVRET D'EXERCICES



INTRODUCTION

Afin d'encourager les jeunes à avoir l'esprit d'entreprendre le gouvernement vient de créer un grand concours pour les jeunes qui auraient une bonne idée, mais pas d'argent pour la concrétiser. Le principe est tout simple : si l'idée est retenue, une bourse de 2000 € est accordée. Les conditions pour l'obtenir sont d'être jeune (ça, c'est bon), d'être motivé (c'est bon également) et de présenter un dossier solide... et ça, c'est moins facile !

Comme tu ne te laisses pas abattre, tu as pris ton courage à deux mains et tu as cherché à joindre Laura et Antoine qui ont aujourd'hui bien réussi. Et ils ont accepté de t'aider en te posant les mêmes questions que celles qu'ils se sont posées lorsqu'ils ont créé Caméléo.

QUELQUES RÈGLES DU JEU

- Tu peux travailler seul (c'est bien) ou à plusieurs (c'est mieux).
- Essaie de rester réaliste.
- Si tu te sens bloqué, c'est que tu devrais chercher une autre solution ou prendre conseil auprès d'un adulte ou un expert..

Retrouve dans ces bulles les conseils de Laura et d'Antoine avec l'exemple de Caméléo ! Si malgré tout tu bloques encore, n'hésite pas à demander de l'aide. Tu peux essayer aussi de chercher de l'info sur Internet ou même dans les pages de contenu de la bande-dessinée !



1. L'IDÉE

L'idée est bien souvent la base d'un projet, d'une création d'entreprise ou d'une association. Pas besoin d'être un génie, la preuve : tout le monde a des idées et souvent ce sont les idées les plus simples qui marchent le mieux ! Et toi, comment as-tu trouvé ton idée ?

- a. En rapportant chez toi une idée venue d'ailleurs ?
- b. En observant ton quotidien et en voulant résoudre un problème que tu rencontres ?
- c. En améliorant quelque chose qui ne fonctionne pas bien ?
- d. En inventant quelque chose de tout nouveau ?
- e. En utilisant un produit pour autre chose que ce qu'il est censé faire ?

Alors, quelle est cette idée ? Décris-la en quelques mots.



Nous avons eu l'idée de Caméléo dans la cour de récréation, tout simplement en écoutant nos camarades se plaindre de leurs habits. C'est clairement un produit puisque nous fabriquons nos vêtements. Si nous n'avions fait que distribuer sans produire, nous aurions été alors un service comme les autres types de commerces.

Ton idée est :

- Un produit, si tu transformes des matières premières afin de produire quelque chose de concret, un objet, afin de le vendre, comme par exemple un bouquet ou des jouets en bois.
- Un service, si tu ne vends rien de tangible (que tu peux toucher), mais que tu rends un service à quelqu'un d'autre, comme par exemple tondre une pelouse, laver une voiture, repeindre des volets ou même faire à manger.

Avant de continuer, expose ton idée à trois personnes. Si au moins deux d'entre elles sont intéressées, fonce ! Sinon, réfléchis un peu plus longtemps...

LIVRET D'EXERCICES



2. LE MARCHÉ

Si tu lis ces lignes, c'est que tu as trouvé une idée. Mais est-ce une bonne idée ? La seule solution le savoir, c'est de mener une étude de marché. Les prochaines étapes vont t'aider à comprendre un peu mieux dans quel monde tu vas t'aventurer.

QUI SONT TES CLIENTS ?

Liste ici toutes les caractéristiques de ceux qui seront tes clients, que ce soient des entreprises (taille, spécialisation, etc.) ou des particuliers (âge, sexe, lieu d'habitation, goûts, loisirs, profession, etc.). Tu peux aussi lister quelques clients que tu as déjà en tête. Une fois ces caractéristiques identifiées, tu as défini ta « cible ».

Nos clients les plus proches ont été tout d'abord nos camarades. Mais rapidement nous avons pu toucher d'autres personnes, notamment les sportifs, les jeunes de 14 à 18 ans, aussi bien garçons que filles. L'important au départ pour nous a été de viser de manière très ciblée pour ne pas perdre d'argent bêtement...



QU'EXISTE-T-IL DÉJÀ SUR LE MARCHÉ ?

Pour chacun des concurrents principaux, ainsi que pour ton propre projet, remplis le tableau suivant :

QUI ?	QUELLE SPÉCIALITÉ ?	FORCES	FAIBLESSES	PRIX PRATIQUÉS
Pike	Basketball	Beaucoup de pub	Prix élevé	40 € le tee-shirt, ...
Ton projet				

COMBIEN DE PRODUITS / SERVICES VAS-TU VENDRE ?

- Combien cela représente-t-il de clients potentiels ?

Nous avons dès le départ cultivé la personnalisation de nos produits et c'est ce qui a été notre plus grande force. Même sans être connus ni avoir d'argent pour communiquer, nous pensions toucher 20% des élèves de notre lycée, soit 200 personnes. Nous pensions également que 5% des licenciés de foot et de basket de la ville nous feraient confiance, soit 300 personnes de plus.



- Combien de fois penses-tu vendre ton produit ou ton service au cours des six prochains mois ? (Attention, il convient ici d'être très prudent et de ne pas croire que tout le monde va subitement devenir client... essaie d'être réaliste !)

3. L'OFFRE



L'offre représente ce que tu vas proposer à tes clients, il est donc important d'y apporter toute ton attention : qui achèterait quelque chose qui ne serait pas intéressant ? Une offre se définit par la variété des produits ou services qu'elle comporte (c'est la gamme), par les prix pratiqués et par la façon dont tu vas en parler...

QUELLE EST TA GAMME ?

- Un seul produit / service, identique pour tous.
- Quelques produits / services bien définis, éventuellement un peu adaptés.
- Du sur-mesure, aucun produit / service n'étant identique.

QUELS PRIX VAS-TU PRATIQUER ?

- Plutôt moins chers que les concurrents.
 - Dans les mêmes prix.
 - Plutôt plus chers.
- Du coup, quel sera ton prix moyen par client ? ...

Nous proposons au départ quatre modèles de sweats, trois de tee-shirts, quatre de pantalons et trois de shorts. C'était donc limité, mais comme les couleurs, les numéros et tous les accessoires étaient personnalisables, notre catalogue était quasi illimité. Nous avons fixé nos prix en nous alignant sur les concurrents, mais en offrant la personnalisation. Caméléo est venu rapidement, c'est un nom simple et qui explique bien le concept de la personnalisation !



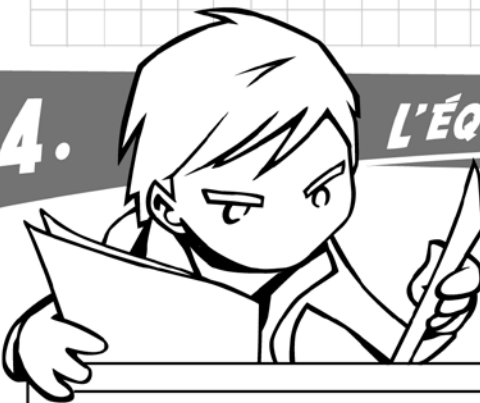
COMMENT VONT S'APPELER TES PRODUITS OU SERVICES ?

Vont-ils avoir le même nom que l'entreprise ou au contraire une marque spécifique ?

COMMENT VAS-TU PARLER DE TON OFFRE ?

Si tu devais présenter ton produit / service en 30 secondes, que dirais-tu ? (Cherche à dire ce que tu proposes, à qui, comment et ce que ça apporte à tes clients ?)

4. L'ÉQUIPE



L'équipe est souvent la base de la réussite. Tu peux en effet avoir la meilleure idée du monde, si personne ne la réalise, ça ne restera qu'une idée ! Alors, pour ton projet, de qui as-tu besoin, de quelle manière, pour quoi faire ?

QUI ?	FONCTION	QUALITÉS REQUISES
Antoine	Responsable commercial	Dynamique, ouvert, courageux



5. LA PRODUCTION

Que ce soit pour un produit ou un service, une fois que ta société a été créée (s.a., Sprl, coopérative, etc.) et que tu auras des clients, il faudra être en mesure de leur fournir ce qu'ils ont demandé : c'est ce qu'on appelle la production. Dessine les différentes étapes qui vont te mener de la commande à la livraison finale. N'hésite pas à travailler au brouillon. Pour chacune des étapes, liste les personnes qui vont intervenir et les matières premières utilisées s'il y en a. N'oublie aucune étape, mieux vaut avoir trop de détails !



6. LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES

Les finances, c'est-à-dire la gestion de l'argent, sont primordiales dans un projet, car un projet non rentable ne pourrait pas survivre bien longtemps. Il est donc important de réfléchir à ces aspects-là avant de se lancer !

Une des premières questions à se poser, c'est ce qu'il va falloir que tu achètes pour pouvoir commencer à produire : le matériel, les premières matières premières, un ordinateur, ... Liste vraiment tout ce dont tu as besoin, même si tu le possèdes déjà (tu marqueras alors « 0 » pour le prix). Dans le cas où l'on s'équipe en vue de produire, on parle d'investissement.

DESCRIPTION ET QUANTITÉ	PRIX
TOTAL	



Nos achats les plus importants ont été les machines, évidemment. Nous avons longtemps hésité à acheter un petit local, mais le prix de départ était bien trop élevé. En plus de cela, nous avons investi dans du petit matériel et des ordinateurs. Tout ça pour environ 4500 €, mais tu dois te débrouiller avec moins !

Comme ces dépenses vont te servir tout au long de ton projet, pour l'instant six mois, divise le total en six parts égales, soit :, pour savoir combien cela te coûte chaque mois.

Attention ! Tu n'as que 2000 € et il faut encore payer les frais fixes et les charges variables... Tourne la page pour en savoir plus !

6. LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES *SUITE*



Une fois le premier équipement acheté, on est presque prêt à produire. Il faut cependant parfois encore dépenser un peu d'argent, que l'on vende ou pas. Ce sont tous les frais fixes (car ils ne varient pas en fonction de la production).

Ce sont par exemple les loyers, le téléphone, la location d'outils, une redevance pour avoir le droit de vendre dans un endroit public, etc. Fais la liste des frais fixes que tu vas devoir assurer, mois après mois.

Comme toute entreprise nouvelle, nous avons vraiment cherché à limiter les coûts fixes. Nous travaillons dans le garage, utilisons le téléphone des parents de Valentin, bref, essaie d'être malin pour éviter les frais !



DESCRIPTION ET QUANTITÉ

PRIX TOTAL

Tu viens de lister les dépenses d'investissement et les frais fixes. Beaucoup d'argent dépensé avant même de gagner le moindre euro, mais ce n'est pas encore fini. A chaque fois que tu vas faire une vente, tu vas avoir des coûts, c'est ce qu'on appelle les coûts variables, et ils existent aussi bien pour les produits (matières premières, temps de fabrication si tu paies un employé, livraison, emballage, etc.), mais aussi pour les services (temps passé, utilisation de matériel, etc.). Pour une vente, liste ici les différentes dépenses qui y sont directement liées :

Dans notre cas, les frais variables ont été simples à calculer. Dans le cas d'un tee-shirt, il y avait le textile, la teinture, les accessoires rajoutés, environ 4€ de main d'oeuvre, le carton et les 5€ de frais de port.

DESCRIPTION ET QUANTITÉ

PRIX TOTAL

TOTAL



Est-ce que cela colle toujours avec le prix auquel tu comptais vendre ? En tout cas, il faudra bien que tu gagnes de l'argent sur chaque produit !

Une des dernières étapes consiste à calculer tes ventes, mois après mois, sachant que le démarrage est toujours plus difficile que les mois qui suivent. Alors, combien penses-tu réaliser de ventes ? Le chiffre d'affaires est alors le nombre de ventes multiplié par le prix moyen. Il ne reste plus qu'à tout compiler... et voir si ton activité est rentable au bout de six mois !

	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3	MOIS 4	MOIS 5	MOIS 6	TOTAL
NOMBRE DE VENTES							
CHIFFRE D'AFFAIRES							
- COÛTS VARIABLES							
- FRAIS DE COMMUNICATION							
- FRAIS FIXES							
- INVESTISSEMENT MENSUEL							
= RÉSULTAT							

NOTES





ANTOINE & LAURA

LE LIVRET DU PROFESSEUR



Préambule

Le présent document est un document de travail, continuellement adapté et amélioré en fonction des retours des professeurs ayant utilisé « Antoine et Laura... créent leur entreprise » comme support de cours.

De nombreux collègues et lycées se sont déjà appuyés sur « Antoine et Laura... créent leur entreprise » pour introduire l'esprit d'entreprendre et la gestion de projet auprès de leurs élèves.

Ce guide est également intégralement disponible sur Internet, gratuitement.

Toutes les bonnes volontés sont les bienvenues. Si, à la lecture de ce document, vous avez envie de nous apporter un témoignage ou des informations complémentaires, écrivez-nous !

Nous contacter ?

- Une adresse mail directe pour les professeurs : **entreprendre@as-e.be**

Préambule	2	Thèmes de discussion autour des 10 étapes de la création	12
Présenter la création d'entreprises aux élèves, de manière ludique et interactive	4	L'idée	12
Les objectifs de notre démarche	5	L'étude de marché.....	12
Montrer qu'entreprendre, c'est possible, et que les freins ne sont pas toujours des réalités	5	L'équipe	12
Donner envie d'entreprendre par un discours positif et accessible	5	L'offre.....	13
Faire comprendre qu'un projet est porté plus loin par une équipe que par un individu seul	5	La production	13
Expliquer comment se déroule une création d'entreprises.....	5	Le financement	14
Faire passer un bon moment aux élèves et aux professeurs.....	5	Les démarches administratives	15
Historique de la bande dessinée et de ses auteurs	6	Les démarches commerciales.....	15
Qu'est-ce qu'une entreprise ?	8	La communication.....	15
La création d'entreprises en Wallonie	9	La croissance.....	16
La pédagogie de la bande dessinée	10	L'échec.....	16
Une histoire et des personnages permettant à l'élève de s'identifier.....	10	Le livret d'exercices : les différents modes d'utilisation ?	17
10 étapes pour faciliter la compréhension des grandes problématiques du créateur.....	10	Mode « classe ».....	17
Des contenus pédagogiques pour approfondir les connaissances	10	Mode « groupes ».....	17
Un exercice de mise en situation : « Toi aussi, crée ton entreprise ! ».....	10	Le livret d'exercices : utilisation concrète ?	18
Comment utiliser la bande dessinée en classe	11	Trouver l'idée : 15 minutes	18
Distribution seule (et sa variante : distribution suite à une intervention).....	11	L'étude de marché : 20 minutes	18
Distribution préalable, lecture à la maison puis discussion en classe	11	L'offre de produits / services : 15 minutes	19
Distribution et utilisation en classe sans lecture préalable	11	L'équipe : 15 minutes	19
Utilisation « longue durée », en suivant les 10 étapes que franchissent Antoine et Laura	11	La production : 20 minutes.....	19
		Les prévisions financières : 45 minutes	19
		Les démarches commerciales : 15 minutes.....	21
		La communication : 15 minutes et plus suivant l'énergie et l'enthousiasme des élèves.....	21
		Conclusion	21
		Le test de « profil entrepreneurial ».....	22
		Quelques idées pour aller plus loin dans la sensibilisation – nous contacter directement pour échanger sur ces points	23
		L'ASE et son Programme Wallon Esprit d'Entreprendre.....	24

Présenter la création d'entreprises aux élèves, de manière ludique et interactive

Bonjour,

Ce document « **Antoine & Laura... créent leur entreprise ! – Le livret du Prof** », dont vous parcourez les premières lignes, est un document qui vous est spécialement dédié. Il a d'ailleurs été réalisé avec certains de vos collègues, qui nous suivent depuis le début de l'aventure. Vous y trouverez toutes les indications vous permettant d'animer votre classe avant et après la distribution de la bande dessinée que nous avons le plaisir de vous offrir.

Nous avons souhaité permettre aux élèves et à leurs professeurs de dialoguer autour de la création d'entreprises, qui sera peut-être pour certains d'entre eux une voie d'accomplissement personnel et professionnel. Pour l'élève, nous avons tâché de rendre les choses les plus ludiques possible, les plus adaptées à leur âge et à leur niveau de compréhension. Pour le professeur, nous avons essayé de proposer un livret concret, fait d'exemples et de méthodes pédagogiques simples à mettre en place. Peut-être prendra-t-il également un jour la forme d'une bande dessinée ?

D'après notre expérience d'écoliers puis d'étudiants, encore toute récente, deux choses nous semblent importantes pour apprendre :

- S'amuser, d'où l'approche résolument ludique et l'emploi de la bande dessinée comme vecteur de communication ;
- Échanger, d'où ce livret et les moments de partage et d'interactivité qu'il va vous permettre de créer en classe.

Bonne lecture et bonne discussion avec vos élèves.

Une adresse mail vous est réservée pour nous faire part directement de vos remarques, suggestions d'amélioration et demandes diverses. Nous nous ferons un plaisir de continuer à faire évoluer ces supports et à les rendre meilleurs à votre contact.

entreprendre@as-e.be

L'équipe Antoine et Laura

et l'équipe de l'Agence de Stimulation Économique

Les objectifs de notre démarche

Montrer qu'entreprendre, c'est possible, et que les freins ne sont pas toujours des réalités

Au cours de nos interventions dans l'enseignement secondaire ou supérieur, nous nous sommes rendu compte que les jeunes ne pensaient pas pouvoir créer leur entreprise un jour et les causes viennent toujours des mêmes croyances. Selon eux, il faut plusieurs millions d'euros, beaucoup d'expérience, de nombreux réseaux et connexions, et bien entendu une idée géniale voire révolutionnaire. Notre histoire personnelle et celle de nombreux de nos amis nous ont prouvé le contraire : seuls l'envie, le travail et l'enthousiasme suffisent ! C'est cette tournure d'esprit positive que nous souhaitons propager chez les jeunes.

Donner envie d'entreprendre par un discours positif et accessible

Le contexte belge est très spécifique en Europe. Trop souvent, on entend des discours négatifs, pessimistes sur la possibilité d'entreprendre dans notre pays. Les choses ont beaucoup changé dans l'univers de la création d'entreprise ces dernières années – nous en avons été les témoins privilégiés – sauf peut-être les mentalités. Tout comme pour les langues, l'envie d'entreprendre se cultive dès le plus jeune âge, dès l'école, et cela doit se faire de manière positive et ludique.

Faire comprendre qu'un projet est porté plus loin par une équipe que par un individu seul

Il est très important pour nous de mettre en avant cet aspect d'équipe. Tout comme à l'école ou dans le sport, le groupe a des vertus qu'il faut que l'élève découvre et apprécie. C'est pourquoi autant l'histoire d'« Antoine & Laura » que les activités à faire en classe mettent l'accent sur cette dimension.

Expliquer comment se déroule une création d'entreprise

La meilleure manière pour que l'élève sache en quoi consiste une création d'entreprise et qu'il puisse se la représenter mentalement, c'est de lui raconter des histoires d'entrepreneurs. Celle d'Antoine et Laura est certes une histoire sortie de notre imagination, mais c'est également le fruit de discussions avec de nombreux créateurs et créatrices d'entreprise, jeunes et moins jeunes. Certes toutes les créations ne se passent pas comme cela, mais n'importe quel créateur est passé par ces étapes !

Faire passer un bon moment aux élèves et aux professeurs

Dernier point et non des moindres, notre objectif est que chacun, en classe, prenne du plaisir à parcourir les lignes de notre ouvrage, au moins autant que nous avons pris plaisir à les rédiger. Alors bonne lecture !

Historique de la bande dessinée et de ses auteurs

La bande dessinée « Antoine & Laura... créent leur entreprise ! » est née en juillet 2006. L'idée est partie d'un constat simple : les jeunes ne connaissent pas la création d'entreprise ou en ont une image très déformée par rapport à la réalité. En tant que jeunes entrepreneurs (nous avons créé chacun notre entreprise au cours de nos études), nous nous en sommes rendus compte de la manière la plus brutale possible : en venant parler de notre « métier » à une classe de jeunes étudiants. La méconnaissance était telle qu'aucune main ne s'est levée lorsque nous avons demandé qui, dans la salle, pensait, peut-être, créer une entreprise un jour.

Au cours des mois qui suivirent, les réactions ont souvent été les mêmes auprès des jeunes avec qui nous passons du temps : peur du risque, inaccessibilité financière, manque d'expérience, réseau inexistant..., tous les freins à l'initiative étaient présents chez nos interlocuteurs. Alors, nous avons commencé par aller de classe en classe raconter notre expérience et notre vie quotidienne de jeune chef d'entreprise (nous avions alors 21 et 22 ans), avec nulle autre prétention que de passer un bon moment avec ces

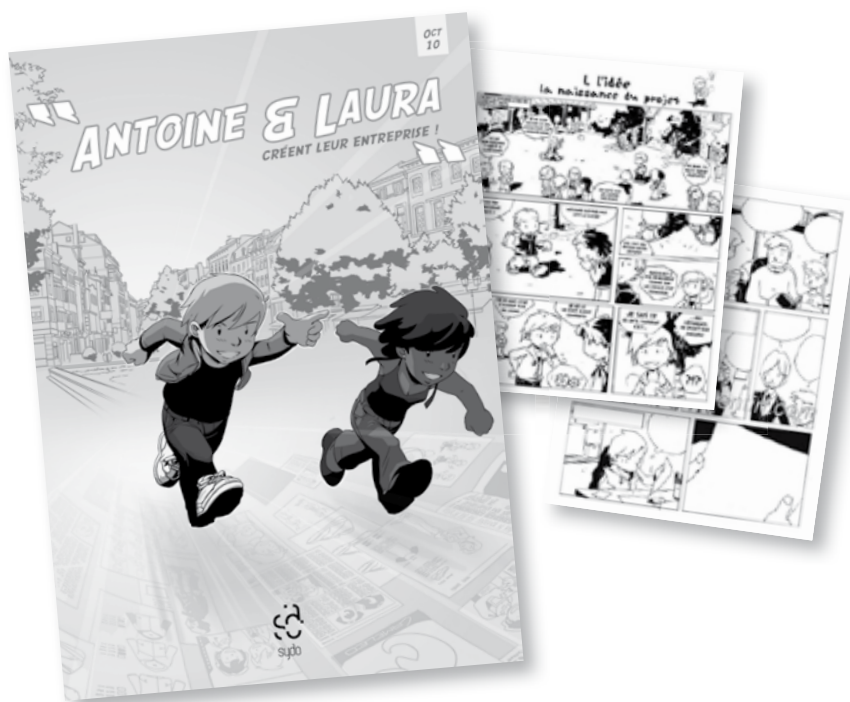
jeunes et tenter de changer leur perception de la création d'entreprise, et de manière plus large de leur donner l'envie de prendre en main leur vie personnelle et professionnelle. Nous sommes ravis d'avoir pu échanger avec eux et d'avoir vu leur enthousiasme à la fin de nos interventions.

Cependant, à chaque nouvelle classe, le constat a été le même : il était nécessaire de faire quelque chose pour les plus jeunes. Guilhem a ainsi réalisé un jeu aujourd'hui distribué par l'association française Jeunes Entrepreneurs, intitulé « Entreprendre, c'est possible ». Destiné aux classes du troisième degré, ce jeu montre aux jeunes qu'ils peuvent tout à fait, même sans moyens importants et sans expérience, mener à bien un projet d'envergure.

Nous avons également rencontré, au cours de cette période, un grand nombre de personnes et d'associations œuvrant pour la sensibilisation à la création d'entreprise ou à l'esprit d'initiative auprès des jeunes. Tous ces projets ont nourri notre réflexion, mais notre envie de faire quelque chose de différent a pris le dessus. Notre réflexion a été guidée par quatre objectifs :

- Réaliser quelque chose à grande échelle, facile à distribuer de manière exhaustive et non réservée à quelques établissements ;
- Créer un outil pédagogique ludique, utilisable en classe et qui serve de base à une discussion orchestrée par le professeur ;
- Le faire au moindre coût sans transiger sur la qualité des graphismes, des contenus pédagogiques ou de l'objet physique ;
- Et enfin rester ouverts à tout « l'écosystème », de la sensibilisation à la création d'entreprise (associations, professeurs, institutions, entrepreneurs,...)

Après quelques temps de réflexion, l'idée est venue naturellement, fruit d'une envie et d'un rêve de longue date : faire une bande dessinée. Guilhem a donc commencé à rédiger un embryon de scénario, puis a proposé à Antoine de réaliser les dessins. Le projet était réellement lancé, au départ avec une ambition relativement modeste, à savoir faire un support pour les établissements de la ville de Lyon. L'arrivée de Sylvain dans le projet, puis l'obtention de la bourse BearingPoint « be.project » de meilleur projet étudiant de France, ont peu à peu fait augmenter le nombre de pages et dessiné les contours du défi que nous souhaitons relever. Antoine et Laura, c'est maintenant un ouvrage de 40 pages que nous souhaitons distribuer auprès du plus grand nombre d'élèves en Europe.



Qu'est-ce qu'une entreprise ?

Par définition, une entreprise est une réunion de moyens humains et matériels dans le but d'exercer une activité économique. D'aussi loin que nous nous en souvenons, il a toujours existé des entreprises. Voici dans les lignes suivantes le portrait que l'on peut faire d'une entreprise.

Une entreprise regroupe une ou plusieurs personnes, qui travaillent afin de fournir des biens ou des services à des clients, qui peuvent être des personnes physiques ou d'autres entreprises. On distingue généralement les biens, qui sont matériels (des fruits, une voiture, une télévision, la liste est longue), des services qui eux ne sont qu'immatériels (une coupe de cheveux, le lavage d'une voiture, la fourniture d'électricité...). Ces biens ou services sont proposés sur le marché, un espace concurrentiel où se rencontrent les entreprises (l'offre) et les clients (la demande).

L'initiateur de l'entreprise (elle ne naît pas toute seule) s'appelle le starter (ils peuvent être plusieurs, et même dans certains cas une entreprise peut créer une autre entreprise, c'est l'intrapreneuriat). Contrairement à une association, le but de l'entreprise est de gagner de l'argent (faire des profits ou des bénéfices), ou au moins de ne pas en perdre (ne pas faire de pertes). Pour cela, le chiffre d'affaires doit rester supérieur aux dépenses (salaires, coût des matières premières, achat des machines, location des locaux, dépenses de publicité, impôts et taxes, etc.). C'est cet argent qui permet à l'entreprise de se développer : agrandir sa taille, diversifier ses produits, s'exporter dans d'autres pays, ...

Une entreprise appartient forcément à quelqu'un au départ, c'est en général au starter. Parfois (souvent même), elle appartient à plusieurs autres personnes, à d'autres entreprises, à une banque ou à une multitude de personnes (c'est le cas d'une société cotée en bourse, mais cela ne représente qu'une toute petite portion de toutes les entreprises existantes). Toutes ces personnes sont des actionnaires (ou des associés), elles possèdent une ou plusieurs actions, des portions de l'entreprise.

Une entreprise n'est pas seule sur le marché, elle possède également des concurrents. Les concurrents proposent plus ou moins les mêmes biens ou services que l'entreprise (on peut ici faire le rapprochement avec un vrai marché, où l'on retrouve plusieurs producteurs de produits similaires). Deux concurrents se distinguent l'un de l'autre par les prix qu'ils pratiquent, par la qualité de leurs produits, par leur image de marque, par la façon dont ils font leur publicité, ... Enfin, une entreprise possède des fournisseurs, d'autres entreprises qui l'approvisionnent de tout ce dont elle a besoin pour produire ses biens ou services (matières premières, énergie, transport, fournitures, services divers et variés...).

Il y a aujourd'hui 70.000 entreprises en Wallonie. Elles emploient plus de 630.000 personnes.

La création d'entreprise en Wallonie

- **Plus de 83% des entreprises wallonnes sont de Très Petites Entreprises (TPE)**, c'est-à-dire des entreprises de 1 à 9 salariés (ce qui représente près de 60.000 entreprises). Ces dernières emploient 160.000 personnes, ce qui en fait des grandes créatrices d'emplois mais aussi de richesses.
- Plus des **3/4 des emplois** salariés et près de la moitié du PIB wallon **proviennent des Petites et Moyennes Entreprises** (moins de 200 personnes).
- **En 2007, un peu plus de 5.500 entreprises ont été créées** en Wallonie, soit une augmentation de près de 8% par rapport à 2006. Le nombre de défaillances d'entreprises jugées au cours de l'année 2007 (3.500 unités), soit 5 % des entreprises, est quant à lui plus élevé qu'en Flandre. En effet, les jeunes entreprises wallonnes semblent plus vulnérables que leurs homologues flamandes avec un taux de survie à 5 ans de l'ordre de 75 % contre 80 % pour la Flandre.
- **L'âge moyen des créateurs d'entreprise est de 37 ans et demi.** 65 % des créateurs ont moins de 40 ans.
- **55 % des créateurs d'entreprise sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur, et 22 % ont un diplôme de l'enseignement technique.** Les femmes sont globalement plus diplômées que les hommes. Il existe par ailleurs une corrélation entre le processus de choix de la création d'entreprise et le niveau d'étude : les personnes ayant un diplôme moins élevé sont généralement dans un processus de création par nécessité ; celles qui disposent d'un niveau de diplôme plus élevé optent plus souvent pour la création d'entreprise dans un processus volontaire afin de saisir des opportunités.
- **« Small is beautiful »** (ce qui est petit est beau) : cette expression existe toujours mais n'est généralement pas prise au sérieux. Dans un contexte où l'on ne parle plus que de fusions-acquisitions, de grands groupes etc., elle fait généralement sourire. On va finir par croire qu'une entreprise sérieuse ne peut qu'être grande, avoir beaucoup d'actionnaires... Certains oublient totalement le véritable professionnalisme des « indépendants » et font allègrement l'amalgame entre « petits boulots » et petite entreprise. De plus, il ne faut pas oublier que l'innovation peut relever d'autres domaines que de celui de la technologie : les innovations relatives aux services tout comme les innovations sociales sont bien souvent le fait de TPE. Enfin, c'est évident, c'est dans cette catégorie d'entreprise que l'on trouvera les plus forts potentiels de croissance et d'emploi. Il suffit de regarder la multitude de petites entreprises issues de « l'économie du net » qui continuent à se développer.

La pédagogie de la bande dessinée

Une histoire et des personnages permettant à l'élève de s'identifier

Que ce soit pendant notre scolarité (il y a quelques années !), ou lorsque nous sommes de l'autre côté du bureau du professeur, nous nous sommes rendu compte que l'attention était toujours présente lorsqu'il s'agissait d'écouter une histoire, un témoignage, une illustration de la vie quotidienne de quelqu'un. C'est ce que nous avons souhaité rendre possible dans notre ouvrage. Nous avons également « inventé » Antoine et Laura comme des jeunes de notre époque, s'exprimant comme vos élèves et ayant les mêmes centres d'intérêt qu'eux.

10 étapes pour faciliter la compréhension des grandes problématiques du créateur

Plutôt qu'une histoire filée, nous avons procédé en découpant l'aventure en grands tableaux, comme autant de saynètes permettant l'interaction et donnant à l'élève le temps d'assimiler les nouveaux concepts. Les 10 étapes sont celles qui nous ont paru comme les plus importantes en fonction de l'expérience de plus d'une trentaine d'entrepreneurs. Si elles ne sont pas toujours vécues dans cet ordre, qu'elles prennent plus ou moins de temps suivant les projets et qu'elle comportent parfois des éléments que nous avons (volontairement ou non) omis, ces étapes sont tout de même indispensables à la bonne marche d'un projet.

Nous avons ajouté un focus sur l'échec, car la création d'entreprise comprend aussi des risques. Il ne faut pas les occulter, toutes les expériences de création ne connaissant pas le succès, tout du moins économique ! Mais cela reste malgré tout une expérience très enrichissante et utile pour la suite.

Des contenus pédagogiques pour approfondir les connaissances

Très rapidement dans le projet, nous avons ajouté des contenus pédagogiques, pour ne pas faire de la bande dessinée un simple outil ludique. Nous savons que l'on apprend mieux lorsque les éléments sont répétés plusieurs fois de manières différentes. Beaucoup de concepts que l'on trouve dans l'histoire d'Antoine et Laura sont réexpliqués et approfondis dans les pages de droite, dans les témoignages et sont présents dans les exercices. Les discussions que vous amènerez à votre classe seront une autre façon pour l'élève d'apprendre, de partager et de retenir.

Un exercice de mise en situation : « Toi aussi, crée ton entreprise ! »

Nous avons souhaité, enfin, donner l'opportunité à l'élève d'être actif, lui aussi, de se mettre un peu en danger et de se rendre compte qu'il réussit (pour l'instant, aucun groupe n'a connu l'échec, même si pour certains les efforts à fournir ont été importants). Nous avons donc mis en place un « exercice » de groupe, consistant en la rédaction d'un mini plan d'affaires. Toute la démarche est guidée, mais il manque volontairement tout un tas d'informations. C'est notre manière de plonger les élèves dans la peau d'un entrepreneur, pendant quelques heures. Les élèves vont donc devoir faire jouer leur imagination pour trouver des réponses à des questions qu'ils devront parfois se poser. Ils devront également apprendre à penser différemment et à ne pas s'imposer de barrières ou d'interdits qui bloquent l'action. Nous avons pris énormément de plaisir à voir des enfants se révéler dans cet exercice. La lecture de la bande dessinée et des contenus pédagogiques ainsi que les réflexions menées en classe sont alors un excellent préalable au jeu. Nous avons hâte d'avoir vos témoignages sur cette partie !

Comment utiliser la bande dessinée en classe

Distribution seule (et sa variante : distribution suite à une intervention)

Il s'agit ici de l'utilisation « a minima » de la bande dessinée. À sa réception, vous n'avez qu'une chose à faire : la distribuer. Il est bon cependant de conserver cinq minutes de votre temps de classe pour expliquer quel est l'objectif de la bande dessinée et comment elle se compose. Il serait également intéressant de donner une date limite pour avoir lu l'intégralité de la bande dessinée et de provoquer une discussion sur ce qu'ils ont retenu de leur lecture.

Distribution préalable, lecture à la maison puis discussion en classe

Lorsque vous recevez les bandes dessinées, vous les distribuez à vos élèves. Vous les informez de son but, de son contenu et les invitez à préparer leurs lectures en fonction du rythme que vous souhaitez donner au travail (tout lire, ne lire qu'une partie des étapes, uniquement la bande dessinée, déjà leur poser des questions...). Une fois en classe, vous vous référez à la partie suivante, abordant les « thèmes de discussion » possibles pour chacune des parties. Vous pouvez également les faire travailler sur l'exercice « Toi aussi, crée ton entreprise ! » (Reportez-vous alors à la section spécifique). Conservez au minimum une heure pour cette discussion.

Distribution et utilisation en classe sans lecture préalable

Il est également possible d'utiliser la bande dessinée directement en classe, sans demander à l'élève de la lire au préalable ou de préparer un travail à la maison. En effet, son découpage en

10 étapes claires et distinctes permet au professeur de rythmer le travail et de s'assurer de la compréhension de chacun des thèmes abordés. Il est nécessaire de prévoir une lecture de 2 minutes par planche de bande dessinée, et de 4 minutes pour le contenu. La discussion peut ensuite prendre une dizaine de minutes. Chaque étape nécessite alors environ 15 minutes. Une demi-journée au total doit ainsi être consacrée à la lecture des 10 étapes. Il est bien évidemment possible de découper cela en plusieurs tranches (3 ou 4 fois 1 heure, 2 fois 2 heures, ...). Vous avez également la possibilité de vous concentrer sur la partie bande dessinée sans entrer dans le détail du texte, que l'élève pourra approfondir seul ou dans le cadre d'un travail noté à faire à la maison.

Utilisation « longue durée », en suivant les 10 étapes que franchissent Antoine et Laura

Il s'agit ici de la façon la plus complète d'utiliser le support. Une heure peut ainsi être consacrée chaque semaine pendant un trimestre à l'avancée de la lecture de la bande dessinée. Pour le cours prochain, l'élève doit lire la page dessinée ainsi que les contenus pédagogiques. Vous pouvez également lui faire préparer certains exercices supplémentaires. En cours, vous animez la discussion autour du thème, en fonction des indications données dans les pages suivantes. Vous pouvez illustrer vos propos par des exemples d'entreprises réelles connues des jeunes. C'est encore mieux si ce sont les élèves eux-mêmes qui soumettent les exemples.

Thèmes de discussion autour des 10 étapes de la création...

L'IDÉE

? **Les questions :** Comment Antoine a-t-il eu son idée ? As-tu déjà eu une idée de nouveaux produits ou services d'après ton quotidien ? As-tu en tête des idées géniales qui n'existent pas près de chez toi ? D'après toi, qu'est-ce qui fait d'une idée une bonne idée ? Toutes les idées se transforment-elles en entreprises ? Comment protéger son idée afin de ne pas se la faire voler ?

Les pistes de réponse : Antoine, comme beaucoup d'autres entrepreneurs, a eu son idée en observant le quotidien et en voulant répondre à un besoin non satisfait. C'est souvent en voulant améliorer l'existant que l'on va avoir une idée. Mais l'idée doit être travaillée afin de se concrétiser en entreprise. Certaines idées ne trouvent pas leur marché et ne peuvent voir le jour (ou voient le jour mais pour une courte durée !). Une bonne idée se reconnaît au fait qu'elle est simple et qu'elle répond à un vrai besoin.

L'ÉTUDE DE MARCHÉ

? **Les questions :** Qu'est-ce qu'Antoine cherche à savoir pendant l'étude de marché ? Quels moyens utilise-t-il ? Qui interroge-t-il ? Qu'aurait-il pu également faire ? Où trouver de l'information ? Quels sont les risques encourus si l'on ne fait pas d'étude de marché ? L'étude de marché assure-t-elle à 100 % la réussite de l'entreprise ?

Les pistes de réponse : L'étude de marché doit permettre de comprendre comment fonctionne l'environnement dans lequel va évoluer l'entreprise, afin de pouvoir prévoir sa stratégie et comprendre les règles du jeu. Les informations principales concernent les clients et les concurrents. Les clients sont les plus importants, il est en effet quasiment impossible de réussir à vendre

un produit ou un service sans bien connaître leurs besoins : la façon dont ils achètent, à quel moment ou à quel endroit, leurs critères de choix... L'étude de marché permet donc d'adapter son produit ou service aux différents types de clients (on parle alors de segments de clientèle). L'étude de marché donne également de précieuses indications sur les concurrents. Il est en effet très rare d'être le seul sur son marché (sauf certains monopoles) et encore plus rare de le rester. Bien souvent donc, le créateur d'entreprise se retrouve face à de plus grosses entreprises proposant des produits ou services similaires. Connaître ses concurrents permet d'adapter son offre mais également de copier les meilleures pratiques qu'elles peuvent avoir.

L'ÉQUIPE

? **Les questions :** Pourquoi Antoine décide-t-il de se faire aider par d'autres personnes ? Comment choisit-il ses coéquipiers ? Quelles personnes sont importantes d'après toi pour un projet ? Quels sont les dangers si l'on crée seul ?

Les pistes de réponse : L'équipe est souvent l'élément central du projet de création, que ce soit pour sa réussite ou son échec. Il est très difficile en effet de gérer l'intégralité des aspects d'une création, puisqu'il faut tout faire au moment du démarrage. Il est donc beaucoup mieux d'être plusieurs, si possible avec des profils très variés, pour pouvoir avancer plus vite et éviter les erreurs de jugement qu'il serait possible de faire en ne partageant pas son point de vue. Il est important donc de construire une équipe en lien avec les besoins du projet : commercial, créatif, financier, comptable, ingénieur, expert dans le secteur, etc.

L'OFFRE

? **Les questions :** Pourquoi est-il primordial d'adapter son offre ? Pourquoi choisissent-ils d'avoir plusieurs produits différents ? Expliquer la notion de gamme : largeur (diversité des produits proposés) et profondeur (diversité des modèles pour chaque type de produit). Quels exemples de gamme de produit connais-tu ?

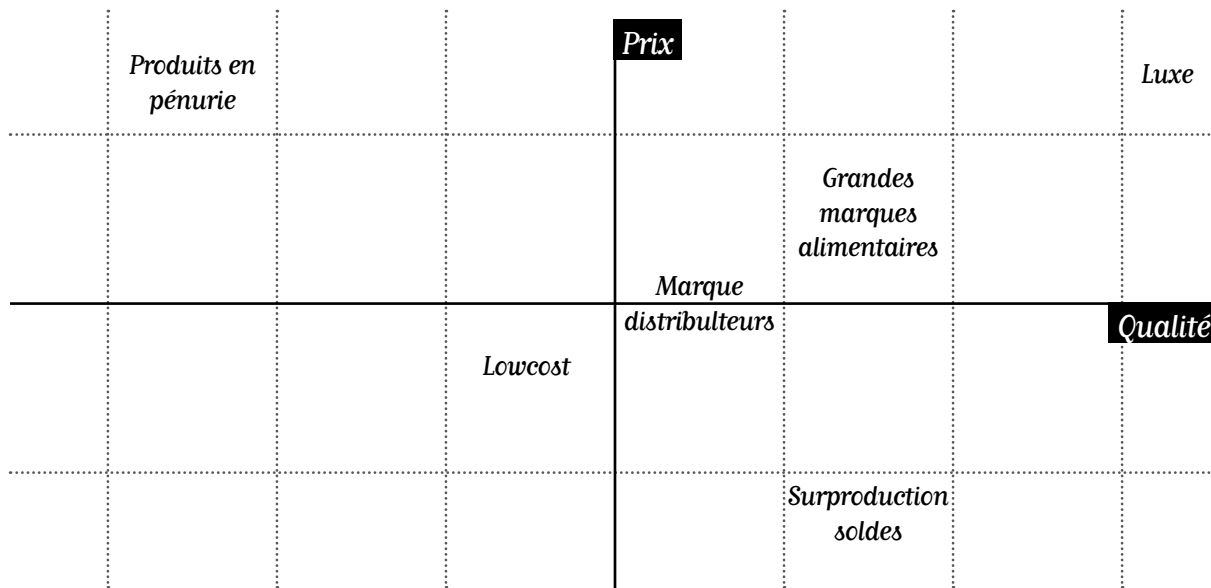
Les pistes de réponse : Nous l'avons vu lors de l'étude de marché, les clients choisissent les produits qu'ils achètent parmi plusieurs concurrents. Il est donc obligatoire de bien connaître les besoins des clients pour adapter son produit ou son service au meilleur rapport qualité / prix. Parfois, un seul produit ne peut suffire à satisfaire tous les consommateurs, il est donc nécessaire de varier son offre et de contruire alors toute une gamme. Une gamme est définie par sa largeur et sa profondeur. La largeur de gamme représente les produits différents, comme par exemple les pantalons et les pulls. Certaines entreprises ont une gamme très large, comme par exemple Sony, qui propose aussi bien des télévisions que des téléphones ou des jeux vidéo. La profondeur de gamme représente la variété de l'offre pour un seul produit. Dans le cas de Antoine et Laura, celle-ci est très importante (voire illimitée) puisque ce sont les clients eux-mêmes qui créent leur modèle : couleur, accessoires, numéros, ... En reprenant notre exemple précédent, dans la gamme des télévisions, il existe plusieurs tailles et plusieurs niveaux de qualité. Certaines entreprises ont réussi avec des gammes très limitées, l'exemple typique est Ford, qui a commercialisé pendant très longtemps le seul modèle « T », en une seule couleur, le noir. Plus récemment, Apple a commercialisé une gamme très réduite de

lecteurs MP3, avec l'iPod, qui au départ n'existait que dans une couleur et deux modèles seulement. Le succès rencontré depuis a amené l'entreprise à se diversifier.

LA PRODUCTION

? **Les questions :** Pourquoi faut-il bien réfléchir à son processus de production ? Pourquoi la qualité est-elle importante ? Pourquoi les coûts le sont-ils également ? Au tableau, tracer une matrice : un axe prix et un axe qualité. Faire placer des produits ou des marques dessus. Chaque élève peut placer une marque. Faire dessiner au tableau un exemple d'une chaîne de production d'un produit de la vie courante (des céréales petit-déjeuner, une paire de baskets, un manuel scolaire ...).

Les pistes de réponse : La production, que ce soit pour un service ou un produit, est l'étape qui permet de rendre concret tout le travail de préparation. Il est important de bien y penser puisque c'est ici que la qualité des produits et services réside. Un bon processus de fabrication permettra également de produire suffisamment de quantité et de le faire au meilleur coût. Certaines entreprises ont d'ailleurs beaucoup amélioré leur processus de fabrication ce qui leur assure aujourd'hui un avantage sur leur concurrence. Qualité et prix sont donc importants à prendre en compte au moment d'organiser sa production, chaque marque est d'ailleurs connue dans l'esprit des consommateurs selon ces deux critères et il est possible de reproduire une matrice sur laquelle les élèves vont mettre les marques qu'ils connaissent (*tableau à la page suivante*) :



Pour la chaîne de production, faire une sorte de frise chronologique, avec les différentes étapes qui mèneront de la feuille blanche au produit fini. Pour les services, il est possible d'ajouter également les étapes commerciales, l'après-vente, ... Un exemple sommaire est donné dans l'exercice « Toi aussi, crée ton entreprise ! ».

LE FINANCEMENT

? Les questions : Pourquoi une entreprise a-t-elle besoin d'argent ? Comment Antoine et Laura trouvent-ils cet argent ? Comment trouveriez-vous de l'argent si vous deviez créer votre entreprise ? A votre avis, quel genre d'entreprise pourrait être lancé sans moyens financiers importants ? Quelles contreparties doivent apporter Antoine et Laura pour obtenir de l'argent ?

Les pistes de réponse : Le financement est au cœur de la création d'entreprise, puisque c'est l'argent réuni au début qui va permettre de créer l'entreprise, de lancer la production et la vente. L'argent est donc en quelque sorte le sang qui va permettre au corps (l'entreprise) de se mettre en mouvement. Comme dans le corps humain, chaque muscle doit pouvoir fonctionner, il s'agit ici des différents

services de l'entreprise : le service commercial, le service de production, la communication, etc. L'argent permet à l'entreprise d'acquérir les machines nécessaires, d'acheter les matières premières, de se faire connaître et de payer ses premiers salariés avant de commencer à vendre. Antoine et Laura demandent de l'aide à leurs proches et parents, mais également à un banquier, qui va leur prêter l'argent nécessaire car il croit au projet et est convaincu que Antoine et Laura pourront lui rendre son argent un jour. De nos jours, certaines entreprises peuvent être créées sans beaucoup d'argent. Il s'agit notamment d'entreprises de service, où il n'y a pas besoin de machines et de matières premières, très chères à acheter au départ. Il est même possible dans certains cas de se passer de locaux et de travailler de chez soi. Face à un banquier, il faut montrer que l'entreprise que l'on va créer a un produit ou un service susceptible de convaincre des clients et que l'entreprise va gagner de l'argent. Le plan d'affaires est le document qui regroupe toutes les informations nécessaires : explication du produit et du marché, prévisions financières, plan de développement à moyen et long terme, organisation humaine et logistique, ...

LES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES

? **Les questions :** Pourquoi les démarches administratives sont-elles nécessaires ?

Les pistes de réponse : Les démarches administratives sont le passage obligé de tout créateur. Il s'agit ici de déclarer de manière officielle la création de son entreprise, en remplissant certains documents. Cela permet à l'État de savoir combien d'entreprises existent et dans quel secteur, mais aussi à toutes les institutions d'interagir avec la nouvelle entreprise, notamment les impôts, la sécurité sociale, etc. Le coût de cette création varie selon le type d'entreprise.

LES DÉMARCHES COMMERCIALES

? **Les questions :** Pourquoi dit-on souvent que la réussite d'une entreprise passe en grande partie par sa politique commerciale ? Quels exemples de démarches commerciales connaissez-vous (les lister au fur et à mesure au tableau et noter des exemples de marques : grands magasins, porte à porte, réunions Tupperware, catalogues de vente à distance, marchés et salons...) ? Quelles sont les qualités d'un bon commercial ?

Les pistes de réponse : Les démarches commerciales sont le moyen pour l'entreprise de trouver ses premiers clients. Lorsqu'elle est créée, l'entreprise n'est connue d'aucun de ses clients. Elle doit donc mettre en place des actions pour se faire connaître et proposer ses produits ou services. Il existe un grand nombre de démarches commerciales, réunies en deux grandes catégories : celles qui visent les clients directement et celles qui passent par des intermédiaires. Il est possible bien évidemment pour une entreprise de passer par plusieurs démarches commerciales :

vente directe en magasin, vente à d'autres distributeurs, vente à domicile, démarchage téléphonique... Un bon commercial doit avant tout être à l'écoute des clients, afin d'adapter son offre et sa proposition à ce dont ils ont réellement besoin et être opiniâtre pour ne pas baisser les bras lorsqu'il n'arrive pas à vendre.

LA COMMUNICATION

? **Les questions :** Quelle est la différence entre communication et action commerciale ? Quelles sont les grandes formes que peut prendre la communication ou la publicité ? Quelles sont vos publicités préférées ? Pourquoi vous souvenez-vous d'elles en particulier ? Qu'est-ce qui fait qu'une publicité est une bonne publicité ? Au contraire, y-a-t-il des publicités qui vous énervent ?

Les pistes de réponse : La communication est un autre moyen pour l'entreprise de trouver des clients, mais de manière différente des démarches commerciales. Il s'agit ici en effet de présenter une image intéressante de l'entreprise, de la marque ou des produits, afin de donner envie aux clients potentiels d'acheter le produit. Il s'agit donc d'une aide aux démarches commerciales et non directement de vente. Souvent, on ramène la communication à la publicité, même si elle est plus étendue que cela. De nombreuses formes de publicité existent aujourd'hui : spots télé ou radio, pages dans les magazines ou les journaux, affichages dans les rues, relations presse pour faire parler de son produit, gadgets publicitaires, salons professionnels, distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres, dans la rue ou sur les véhicules, sur Internet...

LA CROISSANCE

? Les questions : À quoi voit-on qu'une entreprise a réussi ? Si tu avais ta propre entreprise, de quoi rêverais-tu ? Pour toi, qui sont les entrepreneurs qui ont réussi ? Qu'est-ce que le créateur de l'entreprise obtient si son entreprise fonctionne bien ?

Les pistes de réponse : Une entreprise qui réussit est une entreprise qui gagne de l'argent pour poursuivre son développement : lancement de nouveaux produits, ouvertures de nouveaux magasins, internationalisation, embauche de salariés supplémentaires... Les entrepreneurs qui réussissent sont récompensés tout d'abord par le fait de voir que leur travail paye et que leurs idées étaient bonnes. Ils sont ensuite récompensés de manière économique, soit par leur rémunération, soit en revendant leur entreprise.

L'ÉCHEC

? Les questions : Pourquoi une entreprise doit-elle s'arrêter ? Quels sont les risques encourus pour le créateur ? Que peut-on faire après un échec ?

Les pistes de réponse : Les causes d'un échec peuvent être nombreuses. Celui-ci s'explique souvent par un manque d'actions commerciales, un manque d'argent pour faire fonctionner l'entreprise, une dispute entre associés... A partir du moment où l'entreprise ne peut plus faire face à l'argent qu'elle doit (ses dettes) à ses fournisseurs ou aux institutions, elle doit le déclarer au Tribunal de Commerce. Il existe des procédures pour accompagner le chef d'entreprise dans ces démarches afin de le protéger. Dans une société, il n'est généralement responsable que sur le capital investi au démarrage, sauf si des erreurs de gestion (prévisions financières sous-estimées, argent détourné...) sont découvertes.

Un échec oblige le créateur à apprendre et à comprendre les erreurs qu'il a commises. Ainsi, il repart souvent mieux armé pour sa prochaine création. La création d'entreprise peut également être un tremplin pour le salariat. En effet, nombreux sont les entrepreneurs en faillite qui ont par la suite été embauchés par un de leurs clients ou de leurs fournisseurs.

Le livret d'exercices : les différents modes d'utilisation ?

Le jeu-exercice « Toi aussi, crée ton entreprise ! » a été conçu pour que les élèves se confrontent à la réalité d'un projet d'entreprise, de manière virtuelle. L'idée n'est pas de faire un dossier complet prêt à mener à la création d'une vraie entreprise. Les objectifs pédagogiques sont les suivants :

- Montrer aux élèves qu'il est possible de réfléchir à un projet qui pourrait marcher et qu'il n'y a pas vraiment de freins si l'on a l'enthousiasme ;
- Compléter les acquis de la bande dessinée par un exercice où les élèves donnent le contenu ;
- Favoriser les échanges et montrer les aspects positifs du travail en groupe.

Mode « classe »

Toute la classe réfléchit aux différentes questions, le professeur est l'animateur et le preneur de notes. Tout commence par une réflexion en groupes et par le choix d'une idée de création d'entreprise ou de projet. Ensuite, la classe discute

les différentes étapes de l'exercice et parvient à un consensus sur les choses à faire. Le temps minimum est de deux heures de travail, même s'il est mieux de prévoir trois ou quatre heures.

Mode « groupes »

Des groupes sont constitués et travaillent sur l'intégralité de l'exercice de manière autonome. Le professeur est alors un tuteur et passe de groupe en groupe. Un compte-rendu a lieu ensuite, chaque groupe présentant son rendu et son idée de création d'entreprise. Pas d'évaluation ici, simplement une question posée aux autres élèves afin de savoir s'ils croient au projet et comment ils pourraient l'améliorer. Des groupes de six à dix personnes nous semblent les plus adaptés.

Dans le cas du travail en petits groupes (possibilité de mixer les élèves par profil en fonction du test – voir par après), prévoir au minimum trois heures, en une ou plusieurs parties. Prévoir également une heure de compte-rendu par les élèves.

Le livret d'exercices : utilisation concrète ?

TROUVER L'IDÉE..... 15 minutes ⌚

Trouver l'idée doit être un moment sympathique, à la manière d'un brainstorming d'idées. Personne ne doit se sentir censuré, les meilleures idées venant souvent de rebondissements dans la discussion.

Il est possible pour vous de guider la réflexion des élèves, le but n'étant pas de trouver le projet idéal, mais simplement un projet se prêtant à l'exercice. Les critères sont les suivants :

- Un projet techniquement simple, ne mettant pas en jeu des éléments que les élèves ne maîtrisent pas ;
- Un projet pouvant être développé à l'échelle locale dans un premier temps ;
- Un projet suffisamment d'envergure pour ne pas se limiter à la vente de petits pains dans l'enceinte de l'école ;
- Un projet peu gourmand en finances de départ (budget maximum de 5 à 10.000€) ;
- Un projet légal !

Voici certaines pistes de réflexion : les services à la personne ou de proximité (jardinage, courses, lavage de voitures, ...), la création d'un produit simple (objets en bois, objets technologiques simples, ...), l'import de produits étrangers, le détournement de produits de leur usage originel.

..... Dans le cas d'Antoine & Laura, l'idée est de « proposer des vêtements de sport sur-mesure aux jeunes ».

L'ÉTUDE DE MARCHÉ..... 20 minutes ⌚

Une fois l'idée fixée, les élèves doivent tout d'abord s'intéresser au marché sur lequel ils vont commercialiser leur produit ou service.

Les clients : il s'agit ici de regarder les clients (les familles, d'autres entreprises, les jeunes, les personnes âgées, ...). Il est important de définir au maximum un ou plusieurs types de clients.

..... Les clients-types de Caméléo sont les jeunes aimant le sport, filles ou garçons, âgés de 12 à 18 ans.

Les produits et services concurrents : lister ici les choses qui existent déjà sur le marché et qui sont un choix possible pour les clients lorsqu'ils souhaitent acheter le bien ou service en question. Pour chaque concurrent identifié, il est nécessaire de donner la spécialité (ce qui le distingue en tout premier lieu), ses forces et faiblesses, et d'essayer d'estimer les prix moyens pratiqués. L'idée générale est d'avoir une liste assez importante pour comprendre sur quelles forces il sera possible de s'appuyer pour convaincre les futurs clients.

..... Dans la bande dessinée, les concurrents d'Antoine et Laura sont par exemple Pike, spécialiste des vêtements et chaussures de basketball, qui fait beaucoup de publicité et est donc très connu, mais qui pratique des prix élevés (40€ le tee-shirt, par exemple).

La quantification du marché : dans toute étude de marché, il est important de savoir combien de produits ou de services il sera possible de vendre. Le meilleur point de départ pour cela est de

calculer à combien de personnes on va proposer son produit ou son service. C'est parfois difficile à évaluer mais le tout est de trouver un ordre de grandeur du marché total. On cherche ensuite à savoir à quel pourcentage de personnes le produit va plaire, en comprenant bien que l'on ne va pas réussir à vendre à tout le monde. Cette partie n'a pas besoin d'être juste (elle l'est même très rarement dans les vrais projets), la réflexion en elle-même est plus importante ainsi que la méthode utilisée.

L'OFFRE DE PRODUITS / SERVICES..... 15 minutes ⌚

Il s'agit ici de mettre au point son catalogue, de fixer ses prix et de donner un nom à ces produits. Il est très important à cette étape de rester simple et de ne pas chercher à multiplier les produits proposés.

Porter une attention toute particulière à la dernière question, « comment vas-tu parler de ton offre ? », qui permet de bien mettre dans la tête des élèves ce qui est important dans le projet choisi.

L'ÉQUIPE..... 15 minutes ⌚

En fonction du produit ou service choisi, il est nécessaire de lister les compétences nécessaires au projet. Les élèves doivent alors réfléchir à la composition de l'équipe, ainsi qu'aux qualités nécessaires à chacun.

De manière générale, voilà les profils que l'on peut retrouver :

- Commercial : dynamique, persévérant, sympathique
- Gestionnaire / comptable : rigoureux, sérieux

- Responsable communication : créatif, ouvert vers l'extérieur
- Responsable de production : ingénieux, manuel, concret

LA PRODUCTION..... 20 minutes ⌚

Que ce soit pour un produit ou un service, ils doivent comprendre comment sera organisée la production. Il est intéressant ici de les faire réfléchir sur le cycle de production, sur les étapes qui vont conduire à la satisfaction du besoin du client (par exemple, premier rendez-vous pour faire le devis, différentes étapes liées au service lui-même, ...). Dans le cas d'un produit, toutes les étapes de transformation de la matière première devront figurer (comme dans l'exemple d'Antoine et Laura). Dans le cas d'un service, ce seront les différentes étapes. Dans tous les cas, on retrouvera certaines étapes, comme les démarches commerciales.

LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES.... 45 minutes ⌚

Ce point comporte plusieurs grandes parties internes et est sans doute l'une des plus compliquées du jeu, les élèves étant pour la grande majorité confrontés pour la première fois à la réalisation d'un budget. Votre rôle est ici de bien expliquer ce que l'on cherche à faire, tout en évitant de ne pas trop compliquer les calculs : on restera donc en surface sans vouloir atteindre un niveau de détail élevé. Il est possible de ne pas faire cette partie et de concentrer le jeu sur les aspects créatifs et organisationnels.

L'important, ce ne sont pas ici les chiffres, mais bien la façon dont on construit son budget et les grandes étapes. En cas de doute, choisissez des chiffres à l'avantage des élèves.

La première étape consiste en le **calcul des investissements** nécessaires pour pouvoir commencer l'activité. Il s'agit par exemple des machines de production, d'une voiture, de matériels, une imprimante, des ordinateurs, des logiciels spécifiques... Pour en fixer le prix, vous pouvez donner un ordre d'idées aux élèves ou leur donner accès à un poste Internet (sous votre surveillance). Cherchez toujours à faire au moins cher, la viabilité du projet est souvent à ce prix. On pourra par exemple choisir des logiciels open-source, acheter une voiture d'occasion, etc.

Une fois les investissements calculés, il est nécessaire de passer au **calcul des frais fixes**, les dépenses qui ont lieu que l'entreprise vende ou non des produits ou services. Dans les frais fixes, on regroupe en général les frais comme les loyers, la paie des salariés, les contrats de location ou les abonnements téléphoniques. Pour faire réfléchir les élèves, leur faire imaginer qu'ils ont leur propre entreprise et décrire les choses dont ils ne peuvent se passer chaque mois. Pour évaluer les dépenses, faire au jugé et en fonction de ce qui vous semble juste. On cherchera les coûts fixes pour un mois.

L'avant-dernière étape des prévisions financières concerne le **calcul des frais variables**. Contrairement aux coûts fixes, les coûts variables correspondent aux dépenses que l'entreprise fait uniquement en produisant. Ce sont donc tous les coûts liés au produit ou au service. On compte en général parmi ceux-ci : les matières premières, la main-d'œuvre directement liée à la production, les frais de transport, les heures de prestation pour les services, les matériels utilisés entièrement pour produire, ... Il s'agit ici de se ramener à un coût par produit ou par prestation, par exemple en découvrant que pour produire un tee-shirt, il y a 10€ de frais variables (textile, teintures, frais

d'envoi et d'emballage, temps de main-d'œuvre dédiée...).

La dernière étape consiste à **compiler recettes et dépenses**. Le tableau s'appelle un compte de résultats et concerne, pour l'exercice, les six premiers mois. Tout en haut, les deux premières lignes permettent de calculer le chiffre d'affaires. Il se compose ainsi : nombre de ventes prix de vente. La ligne chiffre d'affaires (ou CA, en abrégé) représente donc les recettes que fera l'entreprise mois par mois, en vendant ses produits ou services. Petite précision : il ne faut pas oublier que sur chaque produit vendu à un particulier (ou une personne physique), il y a de la TVA. Ce montant est ensuite reversé à l'Etat par l'entreprise, il ne doit donc pas être pris en compte dans le chiffre d'affaires !

Les taux de TVA sont fixés par arrêté royal. Ils sont actuellement de :

- **6 %** principalement pour les biens de première nécessité et pour les prestations de services à caractère social (ex : les produits de première nécessité, le transport de personnes, les services agricoles...).
- **12 %** pour certains biens et prestations de services qui d'un point de vue économique ou social sont importants (ex : le charbon, la margarine, les abonnements à la télévision payante...).
- **21 %** pour les opérations se rapportant à des biens ou à des services qui ne sont pas dénommés ailleurs (ex : les voitures neuves, les appareils ménagers électriques, les articles de parfumerie...).

Les lignes qui viennent ensuite sont celles qui concernent les dépenses :

- Les coûts variables, soit le coût pour un produit ou service le nombre de ventes dans le mois ;

- Les frais de communication du mois, que l'on retrouvera par la suite de l'exercice ;
- Les frais fixes mensuels, calculés au préalable ;
- L'investissement, que l'on va lisser sur les six mois (on prendra donc 1/6 de l'investissement total sur chacun des six mois).

En soustrayant du chiffre d'affaires tous les coûts, on arrivera au résultat net, appelé bénéfice s'il est positif, perte s'il est négatif.

LES DÉMARCHES

COMMERCIALES 15 minutes 🕒

Après le point difficile qui vient d'être abordé, cette partie est beaucoup plus sympathique pour vous et pour les élèves. Ils devraient en effet commencer à bien connaître leurs produits et leurs clients, et vont devoir maintenant imaginer comment ils pourraient vendre leurs produits. La grande difficulté ici, est de bien différencier commercial et communication. Le commercial, c'est l'étape qui consiste, pour un starter, à trouver ses clients, soit directement soit via des intermédiaires. Les différents types de démarches commerciales sont notamment les suivantes : porte-à-porte, démarchage téléphonique, envoi de courriers avec catalogue ou bon de commande, recherche de prescripteurs (personnes qui vont promouvoir l'entreprise gratuitement ou de manière intéressée), recherche de distributeurs (magasins, sites Internet,...), vente directe (marchés, magasin en propre, site Internet,...), etc. La liste est quasiment illimitée au vu de la créativité des entreprises pour trouver de nouveaux clients.

Le plus important est de bien comprendre la manière dont on va arriver à toucher le public visé. C'est d'ailleurs une bonne façon de réfléchir que de partir de la cible pour savoir quelle action mettre en place !

LA COMMUNICATION 15 minutes 🕒

et plus suivant l'énergie et l'enthousiasme des élèves

Récompense finale pour les élèves, la partie sur la communication est toujours la plus appréciée. Vous pouvez la limiter à quinze minutes, mais certains choisiront de faire durer le plaisir.

Il va s'agir ici pour les élèves d'imaginer une ou deux actions de communication et un slogan pour le produit, par exemple une campagne d'affichage, une publicité radio, un événement, etc. L'objectif est d'être créatif et de toujours coller à l'image que l'on souhaite donner au produit. Le slogan devra être impactant et donner envie d'acheter le produit. À vos idées !

Mais attention, une fois les idées arrêtées, il faudra tenter d'évaluer le coût de ces actions, et le reporter dans le tableau du compte de résultat !

CONCLUSION

Le but de cet exercice n'est pas d'obtenir un plan d'affaires parfait. Il est simplement de mettre l'élève dans une situation où il a l'initiative, où il part de sa propre idée (ou de l'idée du groupe) pour construire un projet qui pourrait donner lieu à une création. Il est important de bien insister sur la créativité nécessaire à ce stade.

Un exercice intéressant consiste à demander aux élèves ce qu'ils ont retenu de l'exercice, ce qu'ils ont le plus aimé, ce qui leur a paru difficile et pourquoi.

Le test de « profil entrepreneurial »

Il faut prévoir pour cette activité une vingtaine de minutes. L'élève commence par remplir, durant les cinq premières minutes, les différentes lignes. Ensuite, tout le monde compte le nombre de points qu'il a. Puis, la classe peut débattre : les élèves lèvent la main lorsqu'ils sont concernés par leur profil. Il est important de demander aux élèves d'expliquer pourquoi ils sont d'accord ou non

avec le résultat du test, notamment en donnant des exemples de leur vie personnelle, associative, sportive ou culturelle. Cela peut également s'avérer pertinent de leur demander de faire un rapprochement avec leur personnalité.

Ce test est très intéressant à effectuer en groupes afin de susciter la discussion entre élèves, voire même entre les différents groupes.

Quelques idées pour aller plus loin dans la sensibilisation

Nous contacter directement pour échanger sur ces points

- *Faire témoigner un créateur d'entreprise en classe*
- *Faire interviewer par l'élève un créateur de son entourage (prévoir alors un temps de classe pour réaliser le questionnaire)*
- *Vos propres idées ! Partagez-les avec nous : entreprendre@as-e.be*

L'ASE et son programme wallon esprit d'entreprendre

L'Agence de Stimulation Economique (ASE) a pour vocation de veiller à l'accompagnement des entreprises tout au long de leur existence afin de leur permettre de prospérer, tout en favorisant le développement d'activités économiques. Elle joue ainsi le rôle de « **couple de l'animation économique** » en Wallonie.

Pour l'ASE, la « ligne de vie de l'entreprise » débute par l'Esprit d'Entreprendre qui incitera ainsi chacun à donner le meilleur de lui-même en lui offrant l'occasion de développer des activités porteuses d'avenir.

C'est dans ce cadre que l'Agence met en œuvre depuis trois ans son « Programme Wallon Esprit d'Entreprendre ».

Ce Programme repose sur une définition : « l'esprit d'entreprendre consiste essentiellement en une volonté d'agir pour créer du changement, de la nouveauté et réaliser des projets » et met en évidence le développement des attitudes entrepreneuriales qui permettent aux jeunes de se construire une personnalité entreprenante au fil de leur vie.

Comment l'Agence agit-elle ? Que propose-t-elle aux jeunes et aux établissements scolaires ?

■ Une équipe d'Agents de Sensibilisation à l'Esprit d'Entreprendre, conseillers-pivots de toute activité vers les Etablissements. Forts d'un taux de pénétration dans les établissements d'environ 70 %, les Agents ont largement atteint leur premier objectif majeur qui était de couvrir au maximum la Région Wallonie. Leur mission

évolue dorénavant afin de réaliser un travail plus en profondeur, leur permettant de travailler en véritable ensembles d'une offre cohérente à destination des enseignants et futurs enseignants.

- Un portefeuille d'actions labellisées ASE développant les attitudes entrepreneuriales des jeunes. L'existence d'opérations menées par des opérateurs agréés constitue le « fond de sauce » de notre Programme. L'utilité de ces actions, formatées et aux plus-values bien identifiées, répond à un besoin. Leur focalisation sur les six « attitudes entrepreneuriales » (esprit d'équipe, esprit d'initiative, sens des responsabilités, confiance en soi, persévérance, créativité) permet une plus grande compréhension de leurs atouts.
- L'accompagnement pédagogique et financier à la réalisation de projets entrepreneuriaux. Le dispositif des « appels à projets innovants » est né en octobre 2007. Environ 130 projets ont été soutenus sur les trois opérations successives. Toutes les opérations ont été évaluées positivement, certainement parce qu'elles permettent aux enseignants d'exprimer et de développer leur propre vision de l'Esprit d'Entreprendre.
- La proposition de formations diverses, renforcées d'outils pédagogiques, à destination des Enseignants et futurs enseignants. La proposition de formations diverses, renforcées d'outils pédagogiques, constituera un point crucial des trois prochaines années, via les « Ateliers de l'Esprit d'Entreprendre » notamment.



ANTOINE & LAURA
LE LIVRET DU PROFESSEUR

