



LA GESTION EN SCHÉMAS

Sous la coordination de  
Sonia **Boussaguet**  
Christophe **Schmitt**

# L'entrepreneuriat en schémas



ellipses

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
Les Français et l'entrepreneuriat en chiffres.....	3
Le contexte entrepreneurial d'aujourd'hui .....	4
Une opportunité pour les entrepreneurs.....	4
Éduquer à l'entrepreneuriat: un chantier à la hauteur des défis de notre siècle .....	5
<b>Partie 1. Fondamentaux</b> .....	<b>7</b>
<b>Section 1. L'entrepreneuriat</b> (Sonia Boussaguet).....	<b>8</b>
1. Le champ de l'entrepreneuriat .....	8
2. Les grands courants de pensée de l'entrepreneuriat .....	10
3. L'entrepreneur.....	12
3.1. Définition(s).....	12
3.2. Les niveaux de différenciation entre entrepreneur et intrapreneur .....	14
3.3. Les femmes entrepreneures.....	16
3.4. Les étudiants-entrepreneurs (Pauline Brunner).....	18
4. L'équipe entrepreneuriale (Julien De Freyman) .....	20
4.1. Les raisons d'entreprendre à plusieurs.....	20
4.2. Le choix des membres de l'équipe.....	22
4.3. Le fonctionnement de l'équipe .....	24
<b>Section 2. Les stratégies d'accès à l'entrepreneuriat</b> (Sonia Boussaguet) .....	<b>26</b>
5. Différents types de création d'entreprise.....	26
6. Le freelance .....	28
7. La reprise d'entreprise .....	30
8. Entreprendre autrement .....	32
<b>Section 3. La démarche entrepreneuriale</b> (Sonia Boussaguet).....	<b>34</b>
9. Les motivations de l'entrepreneur .....	34
10. Les modèles prédictifs d'intention entrepreneuriale.....	36
11. Le processus d'engagement .....	38
12. Les activités ou étapes clés de l'entrepreneuriat .....	40

<b>Partie 2. Méthodes</b> .....	<b>43</b>
Section 1. L'innovation (Pauline Brunner) .....	44
1. L'entrepreneur est-il un innovateur? .....	44
2. Les différentes formes d'innovations .....	46
3. Les stratégies de protection de l'innovation.....	48
Section 2. Créativité et idéation (Véronique Schaeffer) .....	50
4. L'opportunité d'affaires.....	50
5. Les modèles de créativité.....	52
6. Les modèles d'idéation.....	54
7. Le modèle de Timmons.....	56
8. L'entrepreneur dans son milieu .....	58
Section 3. Des approches pragmatiques de l'action entrepreneuriale (Sonia Boussaguet)...	60
9. Le Learn Startup .....	60
10. Le Design Thinking.....	62
11. L'effectuation.....	64
<b>Partie 3. Modèle d'affaires, financement, plan d'affaires</b> .....	<b>67</b>
Section 1. Le modèle d'affaires (Thierry Burger-Helmchen) .....	68
1. Le <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	68
2. Exemple de BMC.....	70
3. La proposition de valeur et les besoins des consommateurs (1) .....	72
4. La proposition de valeur et les besoins des consommateurs (2) .....	74
5. Le mille-feuille du modèle d'affaires.....	76
6. La dynamique des modèles d'affaires (le modèle de Saint-Gall) .....	78
7. Gérer un portefeuille de modèles d'affaires .....	80
8. Surpasser les mythes en un pitch.....	82
Section 2. Le financement de l'entrepreneuriat (Anaïs Hamelin et Vivien Lefebvre).....	84
9. Les sources de financement des entreprises .....	84
10. Finance entrepreneuriale et finances de l'entrepreneur.....	86
11. Bootstrapping financier .....	88
12. Besoin en fonds de roulement et gestion de trésorerie .....	90
13. La relation banque-entrepreneur .....	92
14. Le financement par capital-risque .....	94
15. Groupes de sociétés et financement de l'entrepreneuriat.....	96
16. L'introduction en Bourse.....	98
Section 3. Le plan d'affaires (Sonia Boussaguet).....	100

**Partie 4. Écosystème et Accompagnement..... 103**

<b>Section 1. L'écosystème entrepreneurial (Michaël Bénédict).....</b>	<b>104</b>
1. L'écosystème entrepreneurial : de quoi parle-t-on ? .....	104
2. Tendances récentes au sein des écosystèmes entrepreneuriaux .....	106
3. L'écosystème entrepreneurial numérique .....	108
4. Écosystème entrepreneurial et ressources pour l'entrepreneur .....	110
5. Capital social et stratégies pour l'entrepreneur au sein de l'écosystème entrepreneurial.....	112
<b>Section 2. L'accompagnement entrepreneurial (Christophe Schmitt).....</b>	<b>114</b>
6. L'intérêt d'un accompagnement dès le début du projet entrepreneurial.....	114
7. Les différentes postures de l'accompagnement entrepreneurial.....	116
7.1. La posture du réparateur .....	118
7.2. La posture du facilitateur .....	120
8. Le rôle clé du facilitateur .....	122
9. Les contributions du facilitateur .....	124
10. Les enjeux liés à la notion de facilitateur.....	126
10.1 Le rôle de la conception.....	126
10.2. Le rôle de la traduction .....	128
11. Les compétences essentielles du facilitateur .....	130
11.1. Les trois compétences du facilitateur .....	130
11.2. L'effet miroir joué par le facilitateur .....	132

**Partie 5. Le pari audacieux : penser autrement le projet entrepreneurial..... 135**

<b>Section 1. Le projet entrepreneurial (Christophe Schmitt).....</b>	<b>136</b>
1. L'importance du projet entrepreneurial .....	136
1.1. Quand savoir entreprendre, c'est savoir concevoir .....	136
1.2. L'interaction entre le futur et le présent .....	138
1.3. Rôle des inférences.....	140
2. L'état gazeux et l'état de cristallisation du projet entrepreneurial .....	142
2.1. L'entrepreneuriat : état gazeux et état de cristallisation.....	142
2.2. La construction de sens .....	144
3. Le projet entrepreneurial à l'aune du modèle des 3M.....	146
3.1. L'intentionnalité comme point de départ du projet entrepreneurial .....	148
3.2. Le projet entrepreneurial comme élément central d'une démarche entrepreneuriale .....	150
3.3. Les acteurs de l'écosystème entrepreneurial comme destinataires du projet entrepreneurial.....	152
4. Communiquer son projet entrepreneurial aux acteurs de l'écosystème .....	154
4.1. Construire un écosystème pour communiquer son projet entrepreneurial .....	154
4.2. De la nécessité de communiquer son projet entrepreneurial aux acteurs de l'écosystème.....	156

<b>Section 2. Les faits et fictions du projet entrepreneurial</b> (Elen Riot) .....	<b>158</b>
<b>5. L'image, la culture et l'identité: le monde de l'entrepreneur</b> .....	<b>158</b>
5.1. Image, culture, identité.....	158
5.2. L'entrepreneur n'est qu'un acteur parmi d'autres dans le champ d'action stratégique qu'est son milieu d'affaires .....	160
<b>6. La parole donnée: le discours comme crédit de l'entrepreneur</b> .....	<b>162</b>
6.1. Du discours à l'action: dire ce que l'on fait et faire ce que l'on dit .....	162
6.2. Le modèle universel du conte de fées.....	164
<b>7. Le discours ancre la légitimité du projet</b> .....	<b>166</b>
7.1. L'analyse critique du discours .....	166
7.2. Le dialogue et la polyphonie où comment la parole circule.....	168
<b>8. Les mondes possibles: l'action comme horizon de la belle histoire</b> .....	<b>170</b>
<b>9. La réalisation comme mise à l'épreuve de la promesse</b> .....	<b>172</b>
<b>Section 3. L'entrepreneuriat en période de perma-crise</b> (Sonia Boussaguet).....	<b>174</b>
10. L'échec entrepreneurial.....	174
11. Le rebond post-faillite .....	176
12. La santé de l'entrepreneur.....	178
13. Le « cercle d'or » pour connaître sa raison d'être .....	180
14. Psychologie et neuroscience au service de l'entrepreneur .....	182
15. L'inconscient de l'entrepreneur comme moteur de ses actes (Christophe Schmitt).....	184
<b>Références bibliographiques</b> .....	<b>187</b>
<b>Les auteurs</b> .....	<b>199</b>