

Le chef d'œuvre entrepreneurial par R2E

Le chef d'œuvre entrepreneurial permet de développer au-delà des **compétences professionnelles** acquises par les élèves dans leur famille de métiers puis dans leur spécialité, un nombre important de **compétences comportementales**, les fameuses **compétences transversales** appelées également **soft skills**. Le chef d'œuvre entrepreneurial permet en outre, de travailler en **interdisciplinarité**. Les tableaux ci-dessous ont vocation d'exemple et ne donnent qu'une vision partielle des **compétences transversales** développées auxquelles il faudrait rajouter les **compétences numériques**.

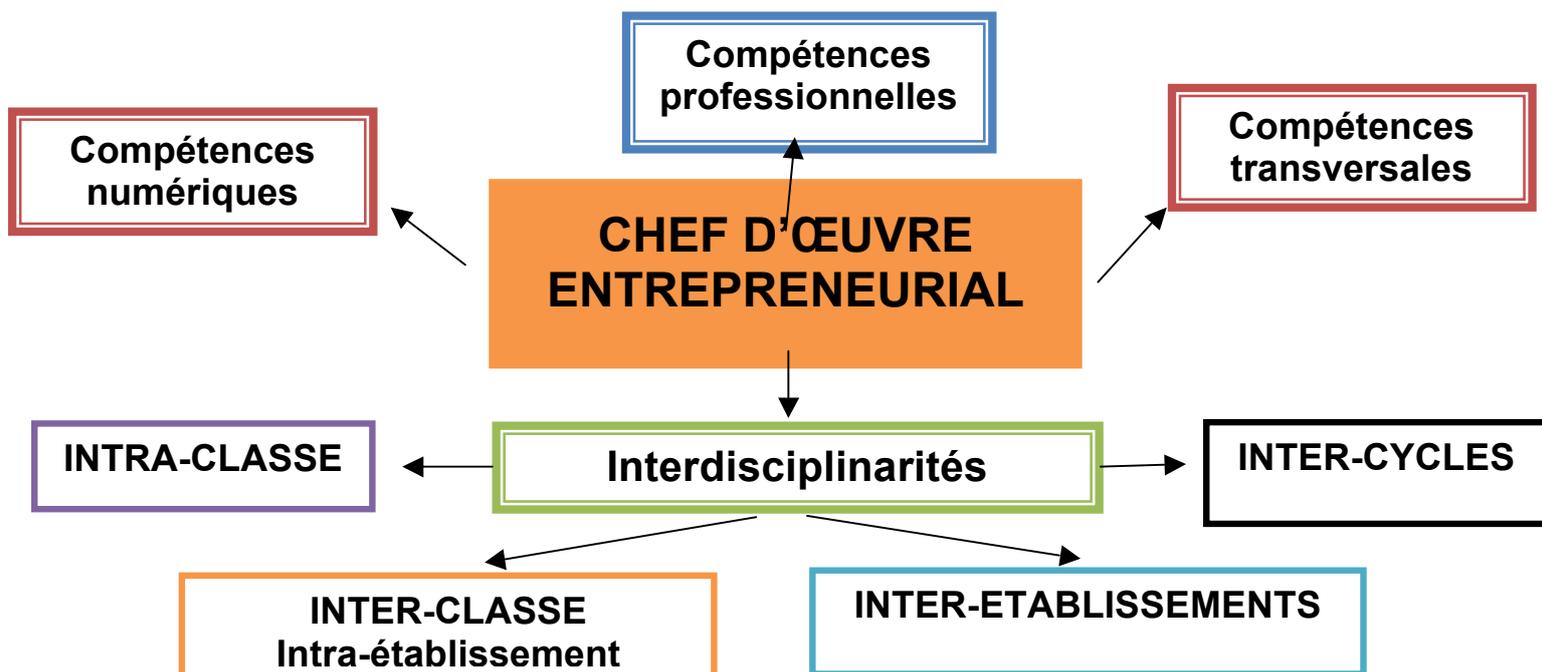
La mention des disciplines mobilisables dans les différentes phases est également à affiner et dépend du type de projet, du produit ou du service que les graines d'entrepreneurs auront choisi.

Cette méthode R2E proposée par des professeurs et des entrepreneurs bénévoles de l'association Rencontres Entreprises Enseignants, vise à accompagner les élèves et leurs professeurs, de la façon la plus simple possible.

L'équipe R2E est consciente des limites de l'exercice, et des simplifications parfois importantes, qui sont proposées eu égard à ce qui se fait dans la « vraie » vie économique.

Cependant, le premier concours Parcours Entreprendre organisé par R2E en partenariat avec Hachette a démontré la richesse de l'exercice pour des centaines d'élèves et leur professeurs de la voie générale et technologique, ce qui a motivé l'équipe à proposer la même démarche pour les lycéens de la voie professionnelle.

Nous en profitons pour souhaiter à tous les élèves et à leurs enseignants de beaux chefs d'œuvre et de belles aventures humaines.



LES 8 ETAPES D'UN CHEF D'ŒUVRE ENTREPRENEURIAL

Mobilisation des compétences et travail en interdisciplinarité

ETAPES	COMPETENCES PROFESSIONNELLES	COMPETENCES TRANSVERSALES	INTERDISCIPLINARITES
1- Trouvez une idée	Selon la famille de métier	Prendre des initiatives Innover	Toutes disciplines Arts appliqués PSE
2- Identifiez votre marché		Organiser son travail Avoir l'esprit d'équipe Être débrouillard(e)	Economie-gestion Lettres-Histoire
3- Organisez-vous		Respecter les horaires Respecter les règles Être assidu	Toutes disciplines EPS
4 - Choisissez un nom et éventuellement un statut juridique pour votre projet : micro-entreprise, entreprise ou association ?		Respecter les règles	Economie-droit Economie-gestion

ETAPES	COMPETENCES PROFESSIONNELLES	COMPETENCES TRANSVERSALES	INTERDISCIPLINARITES
5- Proposez votre offre de produits ou de services	Selon la famille de métier	Accepter la critique Organiser son travail Communiquer professionnellement Être efficace Persévérer	Arts appliqués Economie-gestion PSE
6- Évaluez les éléments financiers nécessaires pour mener à bien votre projet.		Organiser son travail Être efficace	Maths-sciences Economie-gestion
7- Imaginez la communication à mettre en place		Innover Prendre des initiatives Être efficace	Lettres-histoire Langues Arts appliqués Economie-gestion
8- Présentez votre projet individuel ou collectif de façon synthétique		S'exprimer oralement Accepter la critique Soigner son apparence Porter la tenue professionnelle	Langues Lettres-histoire

Méthode du chef d'œuvre entrepreneurial

La méthode conçue par l'équipe R2E permet à des élèves organisés en petits groupes de préférence de 3 à 5 maximum (à partir de 6 il est souvent préférable de faire deux groupes) accompagnés par leurs professeurs, d'apprendre à gérer un chef d'œuvre entrepreneurial en équipe.

Le chef d'œuvre entrepreneurial s'il est réalisé individuellement nécessitera que l'élève s'appuie sur des personnes ressources externes.

Apprendre en jouant les entrepreneurs, permet aux élèves de développer leurs compétences comportementales (soft skills) en plus du développement des compétences professionnelles qui sont le socle du chef d'œuvre.

Décrivez votre idée et évaluez votre marché

1- Trouver une idée :

Pour créer un projet, il faut trouver une idée. Il existe de nombreuses méthodes d'idéation facilement accessibles, sur internet notamment.

Votre professeur de spécialité va vous accompagner sur ce sujet, mais l'ensemble de vos professeurs peut vous aider également, en fonction de la catégorie de produits ou de services que vous avez décidé de créer. Par exemple s'il s'agit d'un produit ou d'un service culturel, n'hésitez pas à demander à votre professeur de lettres-histoire ou à votre professeur d'arts-appliqués.

Si vous êtes plutôt dans un domaine sportif, sollicitez votre professeur d'éducation physique et sportive.

S'il s'agit d'un produit technique, rapprochez-vous de votre professeur de mathématiques-sciences.

Si votre professeur de spécialité est un professeur de sciences et techniques industrielles, vous pourrez bénéficier de son expertise.

Mais si votre baccalauréat ne vous prépare pas à la conception de produits ou de services techniques, vous pouvez également coopérer avec des élèves préparant un baccalauréat professionnel dans la spécialité correspondant à votre produit (mécanique, BTP, aéronautique, pâtisserie...)

2- Identifiez votre marché :

Pour vérifier si votre idée de service ou de produit existe déjà, il faut regarder s'il existe des concurrents.

En identifiant et en décrivant 3 ou 4 concurrents, vous aurez une première idée du marché. Il est important dans cette phase de décrire les clients ou les adhérents qui peuvent être intéressés par le produit ou le service que vous proposez.

Vos principaux concurrents (3 ou 4 maximum)

Le nom de votre projet et ceux de vos concurrents	Produits ou services	Prix pratiqués	Forces	Faiblesses
Votre Projet				
Concurrent 1 :				
Concurrent 2 :				
Concurrent 3 :				

Structurez votre projet et votre offre

3- Organisez-vous

- Pour favoriser le travail en équipe, faites une photo comme point de départ de votre travail collectif. Si votre projet est individuel, vous pouvez photographier les personnes ressources sur lesquelles vous pourrez vous appuyer.
- Dans un deuxième temps il faut réfléchir à la répartition des rôles entre membres de l'équipe, et déterminer si vous le réalisez seul, quels rôles vous attribuerez à vos personnes ressources.

Noms des membres de l'équipe	Fonctions dans l'entreprise ou l'association	Qualités nécessaires

4- Choisissez un nom et éventuellement un statut juridique pour votre projet : micro-entreprise, entreprises ou association ?

Quelle est la forme de votre structure ? Vous pouvez demander conseil à votre professeur d'économie-droit

Vous devez choisir un nom de marque. Dans cette phase créative, comme l'est la première phase, l'ensemble de vos professeurs peut vous aider, en fonction de la catégorie de produit ou de service que vous avez décidé de créer.

5- Précisez votre offre de produits ou de services :

Dans cette partie votre professeur de spécialité peut vous accompagner ainsi que votre professeur d'économie-gestion.

Vous avez choisi un produit ou un service :

- a) Dans un premier temps il faut expliquer votre choix
- b) Ensuite il faut déterminer votre positionnement sur le marché (entrée de gamme, moyenne gamme, haut de gamme) et justifier votre choix.
- c) Quelle politique de prix avez-vous choisie ? (Stratégie d'écrémage, de pénétration ou d'alignement) ? Explicitez et justifiez votre choix
- d) La distribution sera-t-elle réalisée par vous ou par un distributeur ? Vous pouvez réfléchir par écrit ou par un schéma aux étapes qui vont conduire de la commande du client ou de l'adhérent, jusqu'à la livraison finale du produit ou du service.

6- Évaluez les éléments financiers nécessaires pour mener à bien votre projet.

Dans cette partie votre professeur de spécialité peut vous accompagner ainsi que vos professeurs de mathématiques-sciences ou d'économie gestion.

a) Tableau des dépenses envisagées

Les différents types de dépenses	Listes	Montant HT
Les dépenses d'investissement	<i>Exemple : achat d'une machine à coudre</i>	<i>600€ à répartir sur les 6 premiers mois (100€ par mois à reporter dans le tableau des prévisions financières)</i>
Les coûts fixes*	<i>Exemple : Assurance ligne téléphonique</i>	<i>30€ pour 6 mois 10 € par mois</i>
Les coûts variables	<i>Exemple : achat de matière première (tissu, fil, boutons)</i>	<i>100€ le premier mois, puis augmentation ou diminution de ce montant en fonction de vos ventes.</i>
Total des coûts		

**Exemple de calcul des coûts fixes : 30€ pour 6 mois revient à 5€ par mois auquel on ajoute les 10€ pour la ligne téléphonique, ce qui fait un total de 15 € par mois à reporter dans le tableau des prévisions financières.*

b) Tableau de calcul d'évaluation du chiffre d'affaires

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total
Ventes en quantités	0**	70	140				
Prix unitaire TTC	10	10	10				
Chiffre d'affaires TTC	0	700	1400				

**0 vente car phase de production.

c) Tableau des prévisions financières

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Total
Chiffre d'affaires HT***	0	583,3	1166,7				
1.Coûts variables****	100	110****	121****				
2.Frais de communication	100	60	70				
3.Coûts fixes	15	15	15				
4.Investissement mensuel	100	100	100				
Résultat HT = CA HT - (1+2+3+4)	-315	298,3	860,7				
Résultat cumulé HT = (résultat cumulé M-1 + résultat HT M)*****		-16,7	844				

***Pour passer chiffre l

our passer du CA TTC au CA HT

- TVA 5,5%, vous divisez le chiffre d'affaires TTC par 1,055
- TVA 20%, vous divisez le chiffre d'affaires TTC par 1,2

**** Pour notre exemple, nous envisageons une augmentation progressive de 10% chaque mois.

Détail des calculs :

Mois 2 = $(100 \times 10) / 100 = 10$; $100 + 10 = 110$

Mois 3 = $(110 \times 10) / 100 = 11$; $110 + 11 = 121$

***** calcul du résultat cumulé du mois 3 = $-16,7 + 860,7 = 844$

Faites-vous connaître

Dans cette partie vos professeurs de lettres-histoire, d'arts appliqués, d'économie-gestion, de mathématiques-sciences peuvent vous accompagner.

7-Imaginez la communication à mettre en place ?

7-1 Définissez votre communication

Communication	
Quel message voulez-vous faire passer ?	Notre message est
Que voulez-vous amener les clients ou adhérents à faire ?	Nous voulons que les clients...
Quel est votre Slogan	Notre Slogan est.....
Quelles sont les couleurs choisies ?	Nos couleurs sont...

7-2 Evaluation des coûts de communication et des ventes espérées sur les 6 premiers mois :

Les actions énumérées dans le tableau sont des exemples...

Description des actions	Public visé	Coûts	Mois d'achat	Ventes espérées
<i>Exemple : kakémono dans le lycée</i>	<i>Lycéens</i>	<i>70</i>	<i>Mois 3</i>	
<i>Exemple : 1000 flyers à distribuer dans la rue</i>	<i>Tout public</i>	<i>100</i>	<i>Mois 4</i>	
<i>Exemple : Site internet</i>	<i>Tout public</i>	<i>100</i>	<i>Mois 1</i>	
<i>Exemple : carte de visite</i>	<i>Distributeur</i>	<i>60</i>	<i>Mois 2</i>	
<i>Exemple : communication digitale (réseaux sociaux)</i>	<i>Tout public</i>	<i>0</i>	<i>Tous les mois</i>	

Vous pouvez également identifier un ou plusieurs réseaux sociaux et proposez des posts pour promouvoir votre projet.

Nom du ou des réseaux choisis	Justification du choix de ce ou ces réseaux par rapport à votre projet	Vos messages

8-Présentez votre projet individuel ou collectif de façon synthétique

Il s'agit du fameux **PITCH** qui permet à un entrepreneur d'être capable de présenter son projet en très peu de temps, notamment le temps d'un déplacement de plusieurs étages dans un ascenseur.

C'est le fameux « Pitch Elevator » très important dans la vie d'un entrepreneur, qui passe beaucoup de temps à convaincre de nombreux interlocuteurs, partenaires potentiels, banquiers...pour développer son projet.

Vous trouverez de nombreuses recommandations sur internet pour réussir un bon pitch.