

Revenue Créativité
Viabilité Gérer Travail en réseau
Besoins **ENTREPRENEURIAT** Société Entreprise
Opportunité Innover Développement
Passion Évolution Business Apprendre

GUIDE CENTRE D'ENTREPRENEURIAT

CONTENU

- 1. LES OBJECTIFS DU GUIDE.....1**

- 2. LES OBJECTIFS ET BUTS D’UN CENTRE D’ENTREPRENEURIAT.....2**

- 3. LA CREATION D’UN CENTRE D’ENTREPRENEURIAT7**

- 4. BONNES PRATIQUES.....11**

1. LES OBJECTIFS DU GUIDE

Un guide pratique et compréhensible

Ce guide vise à présenter les principales questions qui portent sur un Centre d'Entrepreneuriat, de sa création à son management. Ce guide insiste surtout sur les étapes importantes du processus de création d'un Centre d'Entrepreneuriat (processus de création, organisation, management, communication).

Les points développés dans ce guide devraient vous guider étape par étape de la création d'un centre d'entrepreneuriat jusqu'à sa phase de maturité. De plus, vous y trouverez des conseils pratiques qui pourront susciter en vous l'intérêt pour l'entrepreneuriat dans le milieu universitaire et vous permettront de soutenir de façon concrète la création d'entreprises en Tunisie.

Ce guide s'adresse donc à ceux qui sont intéressés par la création d'un véritable centre d'innovation et de compétence ; un centre qui assurera la formation et l'assistance technique aux entrepreneurs et futurs entrepreneurs tunisiens.



2. LES OBJECTIFS ET BUTS D'UN CENTRE

I. Le Centre d'Information

Un centre d'entrepreneuriat sert de lieu d'information pour des promoteurs d'entreprise. Les parties intéressées peuvent s'y informer sur la thématique d'entrepreneuriat elle-même et recevoir des informations sur :

- ◆ Les possibilités de **l'enseignement** en entrepreneuriat et en autoformation (littérature et contenus en ligne etc.)
- ◆ Le **financement** de la création d'une initiative ou d'une entreprise (des prêts ou bourses, possibilités de sponsoring, des primes etc.)
- ◆ Le **cadre juridique** de la création d'une entreprise (des règlements, des questions fiscales etc.)
- ◆ Les **secteurs** concernés
- ◆ Possibilités de la prospection des **partenaires**

Une Cellule De Communication

Un Centre d'Entrepreneuriat a besoin d'un responsable principal qui coordonne l'information et la communication ainsi que le centre proprement dit.

Ce responsable est un interlocuteur privilégié sur la question de l'entrepreneuriat qui est à la disposition des intéressés de, p.ex. des étudiants ou des enseignants, à des horaires fixes et les aide à trouver des points de contact nécessaires ou des offres de formation applicables.

De plus, la coordination de l'information d'un Centre d'Entrepreneuriat implique entre autre aussi, la gestion d'un site web et l'organisation des réunions d'information.

Un site Web

Un site web permet d'obtenir une vue d'ensemble des prestations ainsi que de l'organisation du centre. Celui ci présente les coordonnées et contacts du centre ainsi que les cours ou les ateliers qui y sont organisés. Ce site devrait aussi inclure une présentation des partenaires du centre comme les centres nationaux, les entreprises établies ou les pépinières. Le responsable du centre administre ce site web et est chargé de la mise à jour contenues.

Des réunions d'information

Pour accroître le degré de notoriété du centre, la cellule d'information devra organiser régulièrement des réunions d'information. Dans le cadre de ces réunions, le responsable du centre pourra présenter d'une part le centre, ses prestations et les possibilités d'en profiter. D'autre part, il présentera l'idée de l'entrepreneuriat, les possibilités et les chances qu'il offre.

Ces réunions sont normalement organisées de concert avec l'université et grâce à ses ressources, p.ex. les salles ou modes de communication.

En outre, le responsable se charge de présenter le centre pendant les réunions hors de l'université comme lors des foires ou des conférences.

II. Le Soutien des Jeunes Entrepreneurs

Pour soutenir les jeunes entrepreneurs et promouvoir la création des entreprises, les centres organisent des formations de concert avec des partenaires pour offrir des possibilités de formation en entrepreneuriat. Celles-ci concernent aussi bien la formation théorique que la formation pratique.

Formation Théorique

La formation théorique peut être organisée par des universités qui gèrent les centres et ce sur du court mi- et long terme.

La **formation à long terme** est organisée sous forme de **mastères** des universités et contiennent la formation de base, p.ex. la gestion d'entreprises, droit, finance et marketing. De plus, pour amener les étudiants à développer des idées, il y a nécessité de dispenser des cours en innovation, en recherche de stratégies entrepreneuriales, en élaboration des plans d'affaires et sur les possibilités de coopérer avec de grandes entreprises. Cette forme de formation existe déjà à l'IHEC avec le mastère « Création d'Entreprise et Ingénierie Entrepreneuriale ». Ceci représente l'occasion de la coopération du centre avec l'université et en cela :

- ◆ Le Centre d'Entrepreneuriat peut mettre des intéressés en relation avec le mastère (la faculté ou les organisateurs du programme) ou les seuls cours associés au mastère.
- ◆ Le centre et l'université peuvent regrouper leurs capacités. Ceci implique la participation des structures administratives du centre

et la capacité de formation et d'enseignement de l'université

- ◆ Le centre et l'université peuvent organiser des offres de formation en commun dans le cadre du mastère (qui pourraient être obligatoire) ou bien extracurriculaire ; p.ex. des ateliers ou excursions et d'autres éléments pratiques dans le programme du mastère facilitent le réseautage du centre.

La **formation à court terme ou continue** s'adresse aux étudiants intéressés par les sujets entrepreneuriaux plus approfondis (c'est-à-dire des étudiants de plusieurs programmes d'études). La formation à court terme offre aux jeunes entrepreneurs la possibilité de combler leurs lacunes, de perfectionner leurs compétences et d'enrichir leurs connaissances auprès d'autres entrepreneurs. Les possibilités de la formation à court terme incluent des séminaires, ateliers, cours intensifs ou Écoles d'Été au cours desquels les étudiants apprennent les éléments fondamentaux. Les thèmes abordés traitent entre autres :

- ◆ Des opportunités d'affaires (*« Comment trouver une idée, la définir, la valider en un projet réaliste ? »*).
- ◆ De la préparation du plan d'affaires
- ◆ Des compétences d'un entrepreneur, p.ex. les compétences de communication et de présentation.
- ◆ Des dimensions financières et juridiques de l'entreprise.
- ◆ L'attraction des investisseurs, sponsors et marketing.

De plus, la formation en entrepreneuriat à court terme vise à aider les jeunes

entrepreneurs à :

- ◆ Diagnostiquer et renforcer les capacités entrepreneuriales personnelles.
- ◆ Évaluer la viabilité du projet et l'identification des points à valider et à bonifier.
- ◆ Donner des outils de travail pertinents.
- ◆ Planifier et implémenter les opérations.
- ◆ Planifier les ressources et investissements.

La coopération du Centre d'Entrepreneuriat avec des facultés concernées par ces thématiques peut aussi impliquer la possibilité pour les étudiants de concrétiser, pendant leur cheminement au diplôme envisagé, un projet individuel ou collectif lié à leur domaine d'études.

Formation Pratique

La formation pratique se base sur l'approche de l'apprentissage par l'action. Parmi les possibilités de l'apprentissage par l'action on peut retenir :

- ◆ **Le jeu de simulation** : Le travail dans un projet entrepreneurial fictif.
- ◆ **Des tables rondes** où on cherche à ce que les étudiants bénéficient du témoignage des professionnels expérimentés.
- ◆ **Des journées «success stories»** : Des entrepreneurs ayant réussi communiquent leur savoir aux participants et présentent leurs entreprises et les moyens qui ont contribué à la réussite des entreprises les (clés de la réussite).

- ◆ **Le coaching et le conseil en création individuelle** dans plusieurs domaines de connaissance (le droit, le marketing, la création d'un plan d'affaires individuel etc.) peut être effectué par des experts des domaines respectifs et représente une option pour des centres d'Entrepreneuriat établis.

Généralement, le centre peut organiser des événements et activités de l'apprentissage par l'action avec l'université et avec d'autres institutions ainsi que créer des contacts entre les intéressés et les consultants etc.

L'Incubateur

Outre de la formation, le soutien pratique des étudiants inclut aussi la mise à disposition des infrastructures nécessaires pour travailler en commun, rechercher et créer des initiatives. Cette infrastructure et ce matériel mis à disposition peuvent être des locaux administratifs, des salles de réunion et du matériel de bureau comme les ordinateurs, les imprimantes, un accès à internet ainsi que des laboratoires, des garages ou ateliers. Ainsi, le centre d'Entrepreneuriat peut par ses contacts avoir recours aux infrastructures de l'université ou bien aux infrastructures des partenaires, comme des pépinières, et les mettre à la disposition des étudiants. À un stade ultérieur, le centre peut se doter de ses propres infrastructures.



III. Le Développement des Structures de Réseau des Centres et des Synergies

Le Réseautage des Entrepreneurs

Des réseaux sociaux et d'affaires offrent des plateformes idéales pour créer des contacts utiles ou pour se développer une coopération potentielle avec des futurs partenaires, pour échanger avec des personnes partageant les mêmes idées ou pour acquérir des connaissances et recueillir des impressions.

Un centre d'Entrepreneuriat offre ainsi des possibilités de réseautage. Pour cela, il y a plusieurs formes d'activités qui s'y prêtent. Il y a, d'un côté, le réseautage des jeunes entrepreneurs et de l'autre, la création d'une communauté entrepreneuriale de l'université (p.ex. clubs d'entrepreneuriat).

Une des possibilités est l'organisation des **forums des créateurs**. Ils peuvent être axés sur un sujet précis et impliquant des discours courts, des occasions d'information et des possibilités d'échanges informelles. De plus, des soi-disant « **success teams** »¹ offrent la possibilité de l'assistance mutuelle et le bénéfice de l'intelligence collective. Ce format de coaching nécessite une équipe d'environ quatre personnes qui se rencontrent régulièrement et discutent des affaires, demandes et problèmes des participants. En plus, chaque participant doit faire des exercices (comme des entretiens importants ou des recherches) et présenter les résultats.

Ces occasions de rencontres peuvent se focaliser sur des sujets concernant le processus de l'innovation (trouver des idées)

¹ Ceci signifie « équipes de réussite »

ou sur le processus du développement d'une initiative ou d'une entreprise. De plus, les événements de formation représentent aussi des occasions de réseautage.

En outre, des excursions dans des entreprises établies et la participation aux foires d'affaires offrent la possibilité du réseautage avec l'industrie établie.

Coopération avec l'API et la Pépinière

La mission de l'API est la **promotion de l'industrie et l'innovation tunisienne** selon la politique nationale. Donc, une manière de coopération peut être la facilitation à l'accès aux prestations de l'API. Cela veut dire que les futurs entrepreneurs

- ◆ Reçoivent de l'aide et conseil en terme du choix des prestations de l'API.
- ◆ Bénéficient des prestations payantes de l'API pour un prix avantageux ou
- ◆ Suivent des cours et ateliers qui sont organisée par le centre et l'API en commun.

De plus, le Centre d'Entrepreneuriat peut recourir aux études et informations industrielles que l'API met à disposition.

Il en est de même de la coopération avec une **pépinière d'entreprise** : Le centre et la pépinière peuvent offrir des prestations communes et le centre peut bénéficier des expériences de la pépinière. De plus, les prestations d'une pépinière concernant le **réseautage** d'affaires présentent un intérêt particulier pour un centre d'entrepreneuriat et ses clients.

La focalisation sur des industries déjà créées ou plutôt sur des entreprises industrielles établies qui doivent continuer à être développées est l'avantage d'une coopération avec l'API et la pépinière de formation.

Réseautage avec les Centres Nationaux

Outre les avantages de la coopération avec l'API et la pépinière, le réseautage avec les Centres d'Entrepreneuriat nationaux peut constituer des synergies.

Les centres peuvent offrir des événements communs, tels que des **séminaires blocs, des foires ou des excursions**. Dans le cadre de ces activités les employés des centres et les étudiants ont l'occasion d'échanger leurs expériences et connaissances. Ainsi, ils peuvent trouver de nouvelles impulsions, apprendre à connaître les bonnes pratiques, développer de nouvelles idées et éclaircir des questions ouvertes.

L'avantage d'une coopération avec des centres nationaux est la focalisation sur des étudiants ou plutôt sur de jeunes entrepreneurs ainsi que sur l'innovation et bien entendu sa mise en œuvre. La coopération avec d'autres centres offre aussi la possibilité de travailler sur l'enseignement en entrepreneuriat.

Réseautage avec les bailleurs de fonds

La coopération avec des bailleurs de fonds (p.ex. banques, SICAR, SCAV) peut inclure le financement et le conseil financier.

- ◆ Le **financement** par des bailleurs de fonds peut aider les étudiants à créer des initiatives. Une fois le réseau et la

coopération bien établie, les bailleurs peuvent aussi financer l'extension du centre (voir plus bas).

- ◆ Les entrepreneurs ont normalement besoin de conseil concernant le financement de leurs initiatives. Donc, le **conseil financier** pourrait adresser toutes les questions respectives. Le centre en soi-même peut naturellement être bénéficiaire du conseil financier.

Le Mentorat

Le Mentoring implique le transfert des connaissances d'une personne experte dans un métier (**mentor**) à une personne non-experte (**mentee**), l'échange entre eux ainsi que le soutien du mentee dans sa voie de développement individuel par le mentor. Il y a aussi la possibilité que le mentor s'occupe de 2 ou 3 mentees. Aussi l'expert ou mentor peut profiter de ce réseautage parce qu'il reçoit de nouvelles idées et impulsions du jeune et peut gagner un futur partenaire fidèle.

Dans le cas de l'entrepreneuriat ou bien un Centre d'Entrepreneuriat, le mentor et un ancien étudiant de l'université (alumnus) qui a créé une initiative entrepreneuriale et le mentor est un jeune étudiant qui participe aux programmes de formation en entrepreneuriat et planifie une initiative entrepreneuriale.

Très souvent les programmes de mentorat se déroulent durant une période déterminée, p.ex. une année,



*image dessinée par feepik.com

mais la coopération peut continuer au-delà. Afin de réaliser un programme du mentorat, un centre d'entrepreneuriat doit créer des structures et procédures applicables. Celles-ci contiennent un fichier des mentors et mentees potentiels qui ont été sélectionnés dans un processus de recrutement ayant eu lieu au début de la période du programme. Après, les mentors sont affectés aux mentees selon leurs profils, besoins et connaissances respectives. Au début du mentorat (la coopération d'un mentor et d'un mentee), il y a normalement une réunion de démarrage pour que tous les mentors et mentees fassent connaissance. Ensuite, le mentor et le mentee se rencontrent régulièrement, p.ex. un fois par mois, et discutent.

IV. Le Transfert de Technologies entre Science et Economie

Un autre objectif d'un Centre d'Entrepreneuriat est le transfert de technologies entre science et économie. Cela signifie que des entreprises ayant des problèmes ou questions scientifiques ou techniques contactent les universités ou bien les étudiants qui élaborent des solutions possibles se basant sur l'état actuel de la recherche. Ainsi, les universitaires acquièrent des connaissances sur l'économie, la gestion et l'entrepreneuriat et les industriels



bénéficier autant que possible des recherches des étudiants.

Le rôle du Centre d'Entrepreneuriat consiste ici à créer des liens de contacts entre les sociétés, les étudiants et l'université.

Les projets de fin d'études sont une mesure répandue du transfert de technologies (et de connaissances) entre science et économie. Dans certains cas ou programmes d'études, il est possible de connecter ces projets avec les activités des entreprises établies. Ainsi, les étudiants travaillent pour la société et développent de nouvelles idées dans le cadre de leurs projets. Dans ce cas, le centre met les étudiants en contact avec les entreprises participantes. En rapport avec cela, des concours primant les meilleurs projets peuvent inspirer les étudiants le plus possible à prendre des initiatives ou à concevoir des projets innovants et prometteurs. Ces concours peuvent être organisés par le centre.

3. LA CREATION D'UN CENTRE D'ENTREPRENEURIAT

La création d'un Centre d'Entrepreneuriat s'effectue en trois phases : La mise en place des structures et l'organisation, le début des activités et l'extension des activités.

Première Phase : L'organisation

Lors de la première phase, il faut tout d'abord établir un lieu de travail pour le responsable et la cellule de communication. Ce lieu de travail peut être un bureau ou même juste un coin de travail dans un bureau. Dans tous les deux cas, le responsable doit disposer des ressources nécessaires. Ces ressources sont les suivantes :

Un ordinateur, une imprimante, un accès à internet et une armoire pour ranger ses classeurs etc.

Le responsable du Centre d'Entrepreneuriat doit normalement être une personne déléguée par l'université. En l'occurrence, il convient de prendre un employé du programme du mastère Création d'Entreprise et Ingénierie Entrepreneuriale par exemple pour l'IHEC. Cette personne crée le centre et **les structures de coordination et d'organisation**. Celles-ci comprendront :

- ◆ . La mise à disposition ressources de communication c'est-à-dire l'installation d'un téléphone et la création d'une adresse e-mail ainsi qu'une adresse postale au sein de l'université.
- ◆ La mise en place des structures de communication qui s'effectue d'abord avec l'université et dans un deuxième temps avec les autres partenaires. Ceci permettra de faire connaître le centre et son responsable des institutions ainsi que des personnes ressources à l'université. Ces personnes ressources pourraient être p.ex. des conseillers d'étude et des secrétaires.
- ◆ L'implémentation de base de données avec les profils et coordonnées :
 - ◆ des étudiants qui veulent coopérer avec le centre
 - ◆ des enseignants de l'université qui sont impliqués dans la promotion de l'entrepreneuriat
 - ◆ les partenaires (voir en bas)

- ◆ La création d'un site web présentant les objectifs et prestations du centre, les coordonnées et les partenaires. Le site web peut être géré par les services informatiques de l'université et l'interlocuteur se chargera de la mise à jour du contenu du site.

La coopération avec l'université implique non seulement les établissements concernés ou bien le programme de master en entrepreneuriat mais aussi comporte la conception des activités de formation à court terme ainsi que la formation pratique.

De plus, la première phase **implique les premières prises de contact avec des partenaires futurs**. Le but est d'établir des coopérations structurelles avec eux. Ceci implique la création d'un profil ou d'une présentation du centre : Un document comportant de brèves informations sur l'université avec laquelle le centre est associé, les objectifs du centre, les prestations et les coordonnées. Ce document peut aussi servir à se faire parallèlement des contacts personnels. Dans le cadre des entretiens personnels, il est important d'accentuer le bénéfice mutuel. Concernant

- ◆ Les autres Centres d'Entrepreneuriat. Il est très probable qu'ils ont aussi intérêt à coopérer car des coopérations de ce type font partie de leurs objectifs également.
- ◆ Il en est de même avec l'API et la pépinière. Dans ce cas, l'université peut aider à créer des contacts par son service des relations publiques.
- ◆ Concernant l'industrie établie il faut contacter les départements de marketing ou bien de la recherche et

- ◆ développement des entreprises. Ici, aussi l'université peut soutenir la prise de contacts.

Lors de cette phase, des activités communes peuvent déjà être conçues avec les partenaires (voir ci-dessus pour des descriptions des activités). Il faudra prévoir les salles et lieux de déroulement des activités.

La planification des activités avec les partenaires ou avec l'université doit prévoir :

- Le « **Quoi ?** » (quelle sorte d'activité)
- Le « **Où?** » (le lieu de déroulement)
- Le « **Qui ?** » (quel groupe d'étudiants, c'est-à-dire tous les étudiants du mastère ou ceux intéressés par le mastère et l'université en général)
- Le « **Quand?** » (la fréquence et la durée des activités).

Généralement, des activités comme la formation à court terme et la formation pratique sont offertes dans le cadre d'un programme de plusieurs mois ou d'un trimestre. Les cours sont offerts pour p.ex. 3 à 10 personnes mais n'ont pas lieu s'il y a moins de 3 inscriptions. Cependant, la régularité des activités dépend du type d'activité : des activités de formation ont lieu plus souvent (comme des séminaires-blocs) et les événements de réseautage avec l'industrie ou autres centres p.ex. 4 fois par an.

Deuxième Phase : Le démarrage

Le début des activités implique la publication du programme des activités et la possibilité de s'inscrire. Pour cela tous les préparatifs (concernant le lieu, les enseignants, les agendas etc.) doivent être faits.

Cependant, le démarrage des activités présuppose que les étudiants et les autres

intéressés connaissent très bien le centre et les prestations. Donc, il faut par ailleurs entreprendre des actions de communication. Le responsable du Centre d'Entrepreneuriat peut par exemple intervenir dans plusieurs séances de cours à l'université pour présenter le centre, accrocher des affiches, installer des stands d'information. Aussi une cérémonie d'ouverture du centre avec de brefs discours de présentation, des stands d'information, une pause café... aide à accroître le degré de notoriété du centre. En plus, il faut exhorter les enseignants de l'université à faire de la publicité pour le Centre d'Entrepreneuriat dans le cadre de leurs cours. Il est utile de présenter les objectifs du centre et ses prestations aussi au début de chaque activité/cours.

Inversement, les activités qui s'inscrivent dans les programmes d'études et qui portent sur l'entrepreneuriat sont communiqués par le centre en vue de les promouvoir.

Cette phase de démarrage des activités est en général relativement lente. Il faut donc mener des campagnes publicitaires répétitives pour se faire mieux connaître.

Pendant cette phase, le responsable du centre est en contact permanent avec les partenaires et les enseignants de l'université qui assurent la formation et qui font partie des activités du réseautage.

Un cas particulier est le programme du mentorat. Il faut que le responsable soit continuellement au courant des activités des tandems pour assurer que les participants remplissent leurs obligations et que leur collaboration soit effective et satisfaisante. Sinon, il serait nécessaire de créer de nouveaux tandems.

De plus, les activités du transfert de technologies entre science et économie doivent être coordonnées. Pour cela le responsable met les industriels en contact avec les universitaires chaque fois qu'un industriel s'adresse au centre. En plus, la coopération des industriels avec les universitaires doit être accompagnée par le responsable de sorte à pouvoir se renseigner régulièrement sur l'état actuel de la coopération. S'il y a des problèmes, le responsable agit en médiateur. De plus, si des étudiants planifient de préparer leurs projet de fin d'études en relation avec une entreprise, le responsable les met au contact avec des sociétés. Ces activités nécessitent une coordination et une organisation continue.

Finalement, il faut évaluer régulièrement les activités du centre pour identifier les points faibles et améliorer les prestations. Une telle évaluation comporte les nombres des participants (est-ce qu'ils montrent, baissent ou stagnent ?), leur satisfaction avec les prestations du centre (ceci est analysé avec des questionnaires qui sont distribués après les activités) et leur réussite (ont-ils succès avec leurs initiatives entrepreneuriales ?).

Troisième Phase : l'Extension des Activités

Après avoir effectué avec succès les activités de la deuxième phase qui peut durer même deux trimestres, il y a la possibilité d'élargir les services du centre.

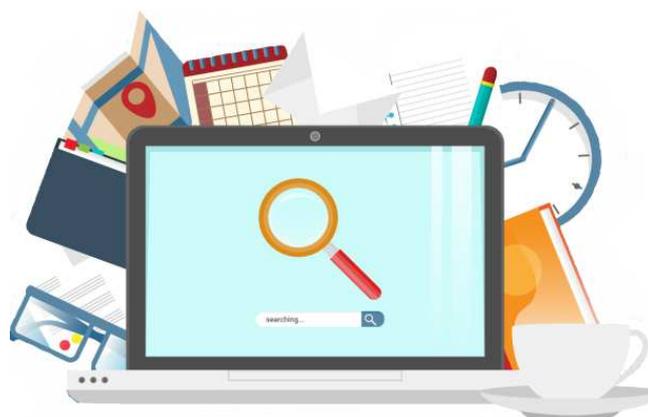
Cette extension se réfère aux **prestations ainsi qu'à l'organisation du Centre d'Entrepreneuriat**. Concernant l'organisation, le centre peut déménager dans son propre espace comportant éventuellement des salles et infrastructures

pour les activités de formation ou de réseautage. De plus, il pourrait être possible d'engager plus employés dans le centre ou plus de responsables à l'organisation.

En outre, **le site web du centre peut être étendu et redynamisé**. Un tel site web comporte une communication améliorée avec le centre et sa communication externe. Le dynamisme du site web pourrait comporter la fonction de s'inscrire aux cours en ligne, pour les foires ainsi que pour des possibilités d'échanges entre étudiants. Il y aura des forums, une fonction de chat, les profils des entrepreneurs et entreprises ainsi que des institutions et partenaires possibles en ligne. Ceci permet :

- ◆ Des possibilités de s'informer de manière flexible.
- ◆ L'échange de connaissances et des expériences.
- ◆ Des moyens simples de publicité pour les entrepreneurs et entreprises.
- ◆ Des possibilités d'entrer en contact avec des sponsors ou partenaires possibles.

L'extension du centre et ses prestations aussi comporte **l'extension et l'intensification des contacts** avec l'industrie ou autres partenaires. Le centre pourrait donc s'adresser à plusieurs sociétés ainsi qu'à d'autres institutions d'entrepreneuriat (plus



de pépinières, des incubateurs etc.), qui participent aux foires ou concluent des partenariats avec des Centres d'Entrepreneuriat internationaux.

Finalement, il pourrait soi-même avoir aussi la possibilité **d'offrir des cours et autres activités**. Par exemple, des enseignants pourraient donner des séminaires seulement dans le cadre organisationnel du centre, des mentors ou d'autres alumni pourraient organiser des activités de base comme des tables rondes. Les responsables du centre pourraient organiser des ateliers de base concernant p.ex. la capacité de s'organiser.

4. Bonnes Pratiques

I. Pôle Entrepreneuriat

Etudiant Paris-Saclay²

Le Pôle Entrepreneuriat Etudiant Paris-Saclay (PEEPS) est un programme universitaire visant à encourager et ancrer l'entrepreneuriat et l'innovation dans la vie des étudiants. Il vise à créer un continuum cohérent et concerté à partir d'actions de sensibilisation à l'entrepreneuriat, pour aller jusqu'au développement d'entreprises, en particulier de taille moyenne. En regroupant 11 partenaires académiques et 13 partenaires économiques. Il s'adresse à plus de 73.000 étudiants du secteur technologique jusqu'au doctorat.

Objectif

PEEPS a pour objectif de créer un cadre fédérateur où chacun se sent à l'aise, où chacun peut aborder l'entrepreneuriat suivant

² <http://www.pee-paris-saclay.fr>

sa sensibilité, où est mis en avant le plaisir, l'esprit de créativité, le goût du risque, le goût d'entreprendre et où les échanges entre les différents acteurs sont facilités.³

Offre du programme

Ce qu'offre le PEEPS se repose sur des approches pédagogiques originales retenues qui s'articulent autour du principe « jouer et apprendre en jouant ». De cette manière, le programme offre des jeux collectifs du type « team building » permettant un premier échange entre les étudiants de différents horizons. A partir de ce point, les « joueurs » sont invités à comprendre la problématique des partenaires et donc interagir avec leur projet d'entreprise pour mieux présenter celui-ci. De plus, le programme propose aux étudiants de les accompagner dans leurs projets d'entrepreneur tout au long de leur scolarité, afin de leur donner la possibilité de développer leur future entreprise.

Structure

La gouvernance du programme se compose d'un comité « maîtres du jeu » chargé de garder l'esprit du projet. Les membres du comité viennent des institutions participantes en étant les responsables pour la bonne mise en place des différents volets du jeu (« groupes d'actions »). Un responsable nommé par le comité des « maîtres du jeu » et chargé de mener à bien les actions du projet. Des réunions du comité et des groupes d'actions, ainsi qu'une assemblée générale annuelle d'étudiants ont lieu régulièrement.

³ <http://www.u-psud.fr/fr/presse/cp>
2011/pole_entrepreneuriat_etudiant_paris_saclay.html

II. Berlin Startup Academy⁴

Pour une période de trois mois, deux jours par semaines, le programme de Berlin Startup Academy (BSA) permet de transformer une idée en une entreprise ou d'apporter une contribution importante au dynamisme d'une entreprise déjà existante. La BSA rassemble des fondateurs qui manquent de partenaires, d'idées ou de contacts avec les investisseurs potentiels afin de les guider sur le bon chemin d'entrepreneur.

Objectif

L'objectif principal de la BSA est de transformer une idée commerciale en une entreprise précieuse. En se basant sur ce constat, le programme soutient les participants dans l'établissement d'un réseau professionnel et les assiste également à trouver des bailleurs et programmes de financement.

Offre du programme

Le programme se compose de séances de mentorats hebdomadaires, d'ateliers, de missions de travail et de mentorats individuels. Pour un frais de participation de 1000€ et 4% des parts de la société, la BSA couvre, entre autres, la conception d'une idée d'affaires (raisonnable, rentable, convaincant), la définition d'une vision et des valeurs d'entreprise, le cadre juridique (propriété intellectuelle, financement public), ainsi que l'analyse commerciale en incluant les « règles de capital-risque ».

Structure

⁴ <http://berlinstartupacademy.com>

La BSA n'emploie pas de personnel permanent à part la direction d'équipe. Par contre, il est porté par un réseau de plus de 60 mentors qui incluent des fondateurs, des experts de capital-risque, des leaders des industries médiatiques et de la mode, ainsi que des dirigeants des plus grandes sociétés allemandes.

Les directeurs de la BSA ne se présentent pas seulement comme des enseignants mais surtout comme des mentors qui aident les participants en se prêtant pour les consultations.