

Aujourd'hui 23:46

Hello !
T'as demandé au BA
de checker le BM avec
le CEO avant de valider
notre pivot ?



I SPEAK ENTREPRENEUR

LE DICO DE L'ENTREPRENEUR & DU STARTUPER

Directeur de publication : Christophe Léger

Réalisation : PÉPITE Centre-Val de Loire
Mathilde De Koninck, Angéla Altès-Mathieu

Crédits illustration : Adbokdesign.com

Impression : Presses de Touraine

Tirage : 1000 exemplaires - Octobre 2017.

Aujourd'hui, plus d'un.e étudiant.e sur deux déclare avoir envie de créer son entreprise à court ou moyen terme.

Ce désir d'entreprendre est une réalité, dont les établissements d'enseignement supérieur de la Région Centre-Val de Loire tiennent compte depuis plus de 10 ans.

En 2014, Le Pôle Entrepreneuriat Étudiant a obtenu le label national PÉPITE. Ce dernier a permis d'accélérer l'accompagnement de l'entrepreneuriat étudiant grâce à une volonté politique forte et la mise en place de lieux et de programmes dédiés.

Les actions menées par le Pôle bénéficient d'un écosystème riche et s'inscrivent pleinement dans la dynamique de la French Tech Loire Valley. Les compétences acquises en entrepreneuriat sont très utiles aux étudiant.e.s, qu'il s'agisse de créer et développer sa propre activité, ou d'intégrer l'esprit intrapreneurial recherché aujourd'hui en entreprise.

Par ses actions, le pôle Entrepreneuriat Étudiant contribue à faire germer et grandir les jeunes pousses entrepreneuriales, en privilégiant leur enracinement en Région Centre-Val de Loire.

Christophe Léger

Responsable Pôle Entrepreneuriat Régional
Centre-Val de Loire



*AMORÇAGE

A

ACCÉLÉRATEUR

Programme dédié aux entrepreneurs, souvent court mais intensif, qui se fixe pour objectif d'accélérer la croissance des start-ups.

Un accélérateur va offrir de nombreux services utiles au lancement de la jeune pousse : idée, constitution d'équipes, financement, mentorat, formation...

ACCOMPLISSEMENT

Pouvoir se dire chaque jour : "Voilà ce que j'ai fait d'extraordinaire aujourd'hui."

AGILE

Organisation du travail se voulant plus souple pour donner aux entreprises une grande réactivité.

AMORÇAGE

Fonds apporté par des investisseurs afin de financer les dépenses préalables à la création d'une entreprise.

Il doit permettre de payer les frais de recherche et développement, les études de marchés, ou les frais liés à la création de l'entreprise.

ANSOFF (MATRICE D')

Matrice qui classe et explique les différentes stratégies de croissance pour l'entreprise, croisant les produits (actuels et nouveaux) et les marchés (actuels et nouveaux). Elle permet de faciliter la prise de décision.

A.F.E AGENCE FRANCE ENTREPRENEUR

Elle propose des informations mises à jour régulièrement pour créer ou reprendre une entreprise.

www.afecreation.fr

AUTOFINANCEMENT

Fait de financer son activité par ses capitaux propres existants, sa propre rentabilité, son épargne ou ses amortissements comptables.

Une entreprise est donc autofinancée lorsqu'elle assure elle-même son développement sans avoir besoin de sources de financement externes.

AVANTAGE CONCURRENTIEL

Théorisé par M. Porter en 1985, c'est un avantage temporaire qu'a une entreprise sur ses concurrents via une offre différenciée. Cet avantage offre à cette entreprise un facteur clé de succès.

B

B TO B BUSINESS TO BUSINESS

Commerce qui concerne les entreprises dont l'offre de produits (ou services) s'adresse à d'autres entreprises.

B TO C BUSINESS TO CONSUMER

Commerce qui concerne les entreprises dont l'offre de produits (ou services) s'adresse au grand public.

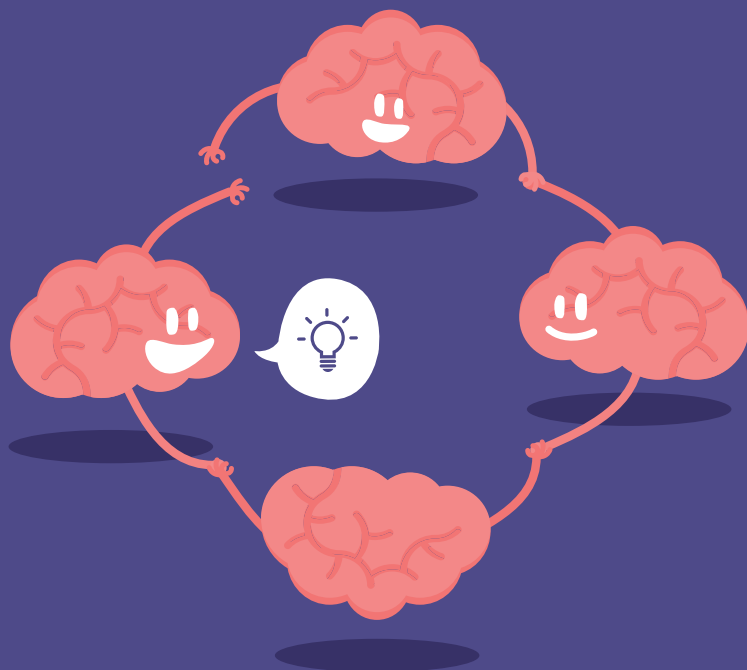
BAD LEAVER

Associé ou actionnaire sortant pour cause de licenciement pour faute grave ou lourde ou de démission.

BAIL COMMERCIAL

Il porte sur des locaux à usage artisanal, commercial ou industriel.

Souvent appelé bail 3-6-9 parce qu'il peut être résilié par le locataire tous les 3 ans mais uniquement au bout des 9 ans par le bailleur avec, dans ce cas, le versement d'une indemnité d'éviction.



B

*BRAINSTORMING

B.P.I

La Banque Publique d'Investissement est un groupe public français de financement et de développement des entreprises.
www.bpifrance.fr

B.C.G MATRICE BOSTON CONSULTING GROUP

Outil d'analyse qui permet de justifier des choix d'allocation de ressources entre les différentes activités d'une entreprise en fonction de 2 axes : part de marché et taux de croissance du secteur ou segment. Cette matrice permet d'évaluer l'équilibre du portefeuille de produits d'une entreprise.

BENCHMARKING

C'est l'étude comparative d'un produit ou service face aux leaders ou best practices du marché.

BÉNÉFICE

Excédent de richesse dégagé par l'entreprise après avoir supporté toutes les charges de production, de structure et les prélèvements obligatoires.

BETA

1^{ère} version un peu privée, réservée à quelques utilisateurs.

B.F.R BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

Fonds dont doit disposer l'entreprise pour faire face aux décalages de trésorerie. En effet, une entreprise qui accorde un délai de paiement de 60 jours à ses clients et qui doit payer ses fournisseurs sous 30 jours aura un décalage dans sa trésorerie. Il faut donc qu'elle trouve un moyen de financer ce décalage pour éviter toute trésorerie négative.

B.G.E BOUTIQUE DE GESTION

C'est un réseau national de conseil et formation en création d'entreprises qui accompagne les créateurs dans toutes les étapes de leur projet.

www.bge.asso.fr

BILAN

Document qui synthétise, à un moment donné, ce que l'entreprise possède (l'ACTIF) et ses ressources (le PASSIF). C'est la "photographie" du patrimoine de l'entreprise qui permet de réaliser une évaluation d'entreprise. Il est l'un des documents composant les états financiers.

BLOCKCHAIN

Base de données qui contient l'historique de tous les échanges effectués entre ses utilisateurs depuis sa création.

www.blockchainfrance.net

BLOGOSPHERE

Désigne indifféremment un ensemble de blogs ou l'ensemble de ses rédacteurs.

BLURRING

Propension à mélanger vie privée et pro.

BOOTCAMP

Inspirés des camps d'entraînement militaires américains, les bootcamps sont des sessions de coaching intensives et courtes destinées à accélérer un projet.

BOOTSTRAP

Démarrage d'une activité commerciale sur des fonds propres limités, sans faire appel à des investisseurs extérieurs.

Boostrapper : monter un projet avec le moins de ressources possibles.

BRAINSTORMING

Technique de résolution créative de problème sous la direction d'un animateur. L'idée générale de la méthode est la récolte d'idées nombreuses et originales autour d'un thème. Le but est de laisser libre court à l'imagination de chacun.

BRAND CONTENT

Marketing de contenu ou stratégie éditoriale, c'est une stratégie marketing qui implique la création et diffusion, par une entreprise, de contenus médias afin d'acquérir de nouveaux clients.

BREAK-EVEN

Atteindre le seuil de rentabilité.

BREVET

Droit de propriété accordé à un inventeur interdisant à des tiers, pendant une période de temps limitée, de faire usage, d'offrir à la vente ou de vendre une invention, en échange de sa communication publique au moment du dépôt du brevet.

BUILD-UP

"Acquérir pour bondir", c'est le fait d'adopter une stratégie de croissance basée sur l'acquisition d'autres sociétés de son secteur - souvent concurrentes - afin de créer des synergies industrielles.

BA BUSINESS ANGEL

Personnes physiques qui vont investir quelques dizaines à quelques centaines de milliers d'euros ainsi que leurs expériences et leurs réseaux pour une startup, et qui recevront en échange une partie de son capital, intervenant généralement en phase d'amorçage et représentant une alternative aux fonds d'investissements. www.franceangels.org

BM BUSINESS MODEL

Représentation synthétique qui décrit les principaux aspects de l'activité d'une organisation, tant au niveau de ses finalités (but, offres, stratégies) que des ressources et des moyens déployés (infrastructure, organisations, pratiques de diffusion ou distribution, processus et règles de fonctionnement). Dans la création d'activité, la rédaction du BM (à ne pas confondre avec le business plan), constitue un exercice majeur, car il donne un aperçu complet de la vision du créateur et de la façon dont l'organisation compte réaliser son CA et gagner de l'argent.

BUSINESS MODEL CANVAS

Outil qui permet de synthétiser les principaux aspects d'une activité.

Le plus célèbre est le Business Model Canvas d'Osterwalder, mais on pourrait aussi citer le Lean Canvas, plus orienté startup, ou encore le fundraising canvas.

BUSINESS PLAN

Support qui permet à l'ensemble des partenaires de l'entreprise (banque, investisseurs...) d'apprécier l'articulation financière, économique et commerciale du projet et d'en évaluer la viabilité, en répondant à ces 4 questions : D'où l'entreprise part-elle ? Où va-t-elle ? Comment compte-t-elle y aller ? Selon quelle progression dans le temps ?

L'élaboration d'un business plan est incontournable pour la création d'une entreprise. Le document en résultant doit être concret, cohérent, hiérarchisé. Il peut être plus ou moins concis en fonction de la taille de l'entreprise, mais doit présenter un récapitulatif synthétique permettant de se faire rapidement une idée d'ensemble du projet.

BURN RATE

Rapidité avec laquelle une société, qui se trouve en phase de démarrage, va consommer ses liquidités avant le prochain appel de fonds.

BUZZ

Technique marketing qui consiste à susciter du bouche à oreille autour d'un événement.



C TO C CUSTOMER TO CUSTOMER

Ou consumer to consumer. Ensemble des échanges de biens et de services entre plusieurs consommateurs sans passer par un intermédiaire.

C.A.F CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT

Calcul, à partir de l'excédent d'exploitation, de la trésorerie effectivement générée par l'activité de l'entreprise. Elle constitue une ressource de financement propre à votre entreprise.

CAPITAUX PROPRES

Somme des apports (capital et primes d'émission, d'apport ou de fusion), des écarts de réévaluation, des réserves, du report à nouveau, du résultat de l'exercice, des subventions d'investissement et des provisions réglementées.

C.C.I CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

Elles fournissent informations, conseils et outils pratiques aux entreprises, créateurs d'entreprises, étudiants et lycéens, collectivités territoriales. www.cci.fr

C.E.O CHIEF OF EXECUTIVE OFFICER

Dirigeant de l'entreprise.

CHAÎNE DE VALEUR

Ensemble des étapes déterminant la capacité d'une organisation à obtenir un avantage sur ses concurrents. Ces étapes correspondent aux services de l'entreprise ou, de manière plus générale, aux activités complexes imbriquées qui constituent l'organisation.

CIBLE

Ensemble des acheteurs potentiels que l'entreprise cherche à conquérir, puis fidéliser par des actions marketing, commerciales. La définition de la cible marketing se fait après segmentation de la clientèle.

CLIENT

C'est l'acheteur (effectif ou potentiel) du bien/service que propose une entreprise.

CLOSING

Dernière étape d'un processus de vente d'une entreprise, soit la signature par tous les participants, de la documentation

juridique et décaissement des fonds. Cette étape correspond à l'exécution du contrat et à la réalisation de la cession/acquisition.

CLUSTER

C'est une concentration d'entreprises et d'institutions autour d'une même thématique, et sur un même territoire géographique. L'objectif est de tisser des liens entre tous ces acteurs afin de favoriser l'échange, de lancer des projets de développement, de générer de l'innovation, et in fine de créer de l'emploi.

C.M.A CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT

Implantées dans toute la France, elles assurent dans une relation de proximité, des missions de service public essentielles à la structuration de l'artisanat et au développement des entreprises.

www.artisanat.fr

COACHING

C'est un accompagnement professionnel personnalisé permettant d'obtenir des résultats concrets mesurables dans la vie pro et perso.

CŒUR DE CIBLE

Population visée plus particulièrement par l'entreprise. C'est ce cœur de cible qui doit fournir la plus grosse part du chiffre d'affaires et c'est donc sur celui-ci que l'entreprise doit concentrer ses efforts.

COLLABORATIF

Mode de travail non hiérarchisé où des personnes partagent leurs compétences et créativité. Appliqué au management, il s'oppose au management traditionnel, cloisonné et pyramidal.

COMMUNITY MANAGER

Personne en charge du développement et de la gestion de la présence d'une marque ou organisation sur les réseaux sociaux.

COMPÉTENCE(S)

Savoir, savoir-faire et savoir-être. C'est une connaissance mobilisable et nécessaire à l'exercice d'une activité (pro ou non).

COMPTE DE RÉSULTAT

Document comptable synthétisant l'ensemble des charges et produits d'une entreprise pour une période donnée appelée exercice comptable (en général 1 an). Il est l'un des documents composant les états financiers.

CONCURRENCE

Entreprises qui agissent sur le même marché. La concurrence indirecte désigne des entreprises proposant une offre différente mais répondant au même besoin.

COOPÉTION

Collaboration ou coopération de circonstance ou d'opportunité entre différents acteurs économiques qui, par ailleurs, sont des concurrents.

COPYRIGHT

Droits d'auteur. Protection juridique des œuvres littéraires, scientifiques et artistiques, publiées ou non, qui ont été fixées sous une forme concrète ou matérielle. Il s'agit de droits exclusifs réservés au créateur de l'œuvre pendant une période de temps définie.

CORPORATE VENTURE

Fonds d'investissement interne à un groupe industriel. Il a un double objectif financier et veille stratégique sur leur secteur.

COUVEUSE D'ENTREPRISES

Structure d'accueil pour les futurs chefs d'entreprises, qui leur permet de travailler sur leurs projets grâce à un hébergement juridique et une offre d'accompagnement.

www.jetestemonentreprise.com

COWORKING

Type d'organisation du travail qui doit comprendre 2 notions : un espace de travail partagé, et un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture. Ce mode de fonctionnement favorise le travail collaboratif.

C.R.M CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Ensemble de systèmes permettant d'optimiser la relation qu'entretient la marque avec ses clients, afin de les fidéliser et d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise par client.

CROWDFUNDING

Ou Financement participatif. Moyen de financement de projets qui fait appel à un grand nombre de personnes différentes pouvant faire de petits ou gros investissements. Une fois cumulés, ces investissements peuvent permettre de financer des projets qui auraient potentiellement eu des difficultés à recevoir un financement traditionnel.



D.2.E DIPLÔME ÉTUDIANT-ENTREPRENEUR

Formation personnalisée au montage de son projet de création d'entreprise.

D.A.S DOMAINE D'ACTIVITÉ STRATÉGIQUE

Activité/sous-ensemble d'activités qui réunit des caractéristiques communes (clients, marchés, concurrents, réseaux de distribution, chaîne de valeur, facteur clé de succès...). C'est une sous-partie d'une organisation à laquelle on assigne une stratégie unique en des ressources dédiées.

LE DICO DE L'ENTREPRENEUR & DU STARTUPER



D

*DIGITAL NATIVES

DEAL FLOW

Nouvelles opportunités d'investissement proposées aux établissements de capital risque ou aux investisseurs individuels.

Voir business angel.

DESIGN THINKING

Mode d'application des outils de conception utilisés par les designers pour résoudre une problématique d'innovation, par une approche multi-disciplinaire centrée sur l'humain.

DIAGNOSTIC INTERNE

Diagnostic interne de l'entreprise sur les compétences, le métier, les motivations de celle-ci. Le but est d'en dégager les forces et les faiblesses de la structure.

DIAGNOSTIC EXTERNE

Diagnostic de l'entreprise sur le marché, la concurrence, l'environnement de celle-ci. Le but est d'en dégager les contraintes et opportunités qui pèsent sur elle.

DIFFÉRENCIATION

Stratégie par laquelle une entreprise va différencier ses produits par rapport à sa concurrence selon des caractéristiques perçues comme meilleures par le consommateur.

DIGITAL

Lié aux supports et canaux digitaux.

DIGITAL NATIVES

Génération dite Y qui a grandi avec internet et qui vit l'hyperconnexion comme un mode d'existence naturel...

DISRUPTIF

Bouleversement des ordres et habitudes de consommation établis par un marché depuis très longtemps. Airbnb a par exemple disrupté le marché de l'hôtellerie en permettant à des particuliers de louer leur bien, et aux voyageurs de trouver un logement moins cher.

DOUBLE BOTTOM LINE

Méthode visant à mesurer les résultats d'une société en fonction de deux critères : l'impact social et l'impact en termes de retour financier.

DUE DILIGENCE

Ensemble des vérifications qu'opère un investisseur en vue d'une transaction.



EARLY ADOPTERS

Client précoce d'un produit /technologie.

EARLY STAGE

Phase de naissance de l'entreprise, elle n'a encore ni produit, ni structure opérationnelle.

E-COMMERCE

Activité de vente de produits ou de services via Internet.

ÉCONOMIE D'ÉCHELLE

L'entreprise fait des économies d'échelle lorsque son coût de production unitaire baisse alors que la production augmente.

ÉCONOMIE POSITIVE

Regroupe la responsabilité sociétale et économique, le développement durable et l'économie sociale et solidaire.

ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE

Ensemble de structures qui reposent sur des valeurs et des principes communs : utilité sociale, coopération, ancrage local adapté aux nécessités des territoires et ses habitants. Leurs activités ne visent pas l'enrichissement personnel mais le partage et la solidarité pour une économie respectueuse de l'homme et de son

environnement. Ce modèle économique est au service de la société et du citoyen.

ÉCOSYSTÈME

Communauté économique supportée par l'interaction entre différents acteurs.

EFFECTUATION

Prise de décision qui part d'un ensemble de ressources disponibles à partir duquel on construit les objectifs possibles.

ELASTICITÉ

Mesure la variation relative d'une variable en fonction de la variation relative d'une autre variable.

ELEVATOR PITCH

Test de l'ascenseur. Expression anglaise désignant un discours de présentation d'un projet à un financeur potentiel ou à un supérieur qui ne dépasse pas le temps nécessaire à un trajet d'ascenseur.

ENTREPRENDRE

Prendre la résolution de faire quelque chose et commencer à la mettre à exécution. Entreprendre, c'est s'engager, prendre des initiatives, des risques et des responsabilités.

ENTREPRISE LIBÉRÉE

Organisation qui laisse ses salariés prendre des initiatives individuelles plutôt que de leur imposer des directives suivies de contrôles. Le postulat de base repose sur un climat de confiance et de reconnaissance collaborateurs.

ENVELOPPE SOLEAU

Produit de l'INPI qui, sans être un titre de propriété industrielle, permet de dater de façon certaine la création de l'œuvre et d'en identifier l'auteur.

E-RÉPUTATION

Image véhiculée et/ou subie par une entreprise, une marque ou un produit sur Internet et autres supports numériques.

ÉTAT DE TRÉSORERIE

Synthèse des flux de trésorerie de votre société au cours d'une période donnée.

ÉTUDE DE MARCHÉ

Travail méthodique de collecte et d'analyse d'informations permettant de mieux comprendre et connaître un marché, un public ou une offre, et ayant pour finalité de prendre de meilleures décisions marketing.

ÉTUDIANT-ENTREPRENEUR

Étudiant, porteur d'un projet de création d'entreprise, ayant eu l'attribution du statut national d'étudiant-entrepreneur à l'issue de l'instruction de son dossier par un PEPITE.

ESSAIMAGE

Soutien (financier, accompagnement, formation, informations...) apporté par une entreprise à ses salariés qui souhaitent créer/reprenre une entreprise.

ÉTAT DE L'ART

État des connaissances dans tout domaine donné à un instant donné.

EXECUTIVE SUMMARY

Partie du Business Plan qui résume le projet de création d'entreprise. Il permet de présenter les points clés du projet offrant ainsi la possibilité aux investisseurs de se faire rapidement un sentiment sur le potentiel de la future entreprise. C'est un peu le "teaser" du business plan.

EXTERNALISER

Ou sous-traiter. Faire appel à un tiers pour une tâche/une domaine d'activité.

EXTRAIT K BIS

Extrait délivré par le greffe du tribunal de commerce à tout intéressé souhaitant obtenir des informations juridiques et financières sur une société immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS).

F

FABLAB FABRICATION LABORATORY

Lieu ouvert de fabrication collaboratif mettant à disposition du public tout un ensemble d'outils, et notamment des machines, outils et des imprimantes 3D. Les fablabs peuvent permettre de passer rapidement à la réalisation de prototypes.

FAMILY OFFICE

Organisation de personnes au service d'une ou plusieurs familles, qui offre un conseil aux familles au service exclusif de leurs intérêts patrimoniaux. Le Family Office suppose donc la préservation de la cohérence familiale dans une vision à long terme, transgénérationnelle.

FAN BASE

Ensemble des personnes du réseau social.

F.C.S FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

Ensemble des facteurs dont la maîtrise conditionne le succès de l'entreprise par rapport à ses concurrents. L'entreprise doit maîtriser ses FCS pour performer sur son marché.

FEEDBACK

Ou remontée d'informations. Le feedback client peut être spontané (plainte, commentaire ou avis produit, discussion, etc.) ou sollicité par l'entreprise (enquête de satisfaction, avis ou notation sollicité).

FINANCEMENT PARTICIPATIF

Voir Crowdfunding.

FLEXIBILITÉ

Capacité d'une entreprise à s'adapter aux évolutions du client, du marché, de l'environnement, de la concurrence...

FOLLOWER

Suiveur. Il suit les opinions d'un influenceur sur les réseaux sociaux.

FONDS D'INVESTISSEMENTS

Voir private equity.

FONDS DE ROULEMENT

Ressource durable, mise à la disposition de l'entreprise par ses actionnaires ou créée via l'argent dégagé de son exploitation, et destinée à financer les investissements et les emplois nets du cycle d'exploitation. Il sert à financer la partie stable du BFR. C'est donc le fonds nécessaire au cycle d'exploitation de l'entreprise.

FORCES DE PORTER

Les 5 (+1) Forces de Porter représentent les forces qui s'exercent sur une entreprise. Ces 5 forces sont :

- la menace des nouveaux entrants potentiels sur le marché
- la menace des produits de substitution
- le pouvoir de négociation des fournisseurs
- le pouvoir de négociation des clients
- et l'intensité concurrentielle

(+1) : force qui représente les contraintes légales imposées par l'Etat. Lors de la création d'une entreprise, il est important d'identifier toutes les contraintes auxquelles peut être soumise l'organisation.

FORCE DE VENTE

Ensemble des vendeurs d'une entreprise.

FOURNISSEUR

Entreprise ou établissement qui fournit à l'entreprise des matières premières, produits finis, services...

FRENCHTECH

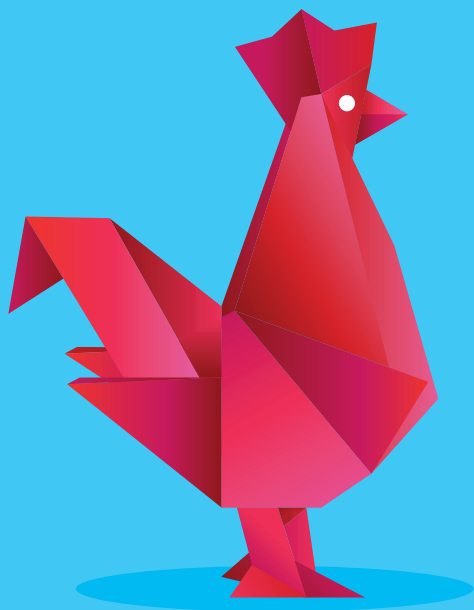
Label créé pour promouvoir les startups françaises à l'international.

Il est décerné aux métropoles reconnues pour leur écosystème de startups.

www.lafrenchtech.com

www.frenchtech-loirevalley.com

LE DICO DE L'ENTREPRENEUR & DU STARTUPER



*FRENCH TECH



GAMIFICATION

Utilisation des techniques du jeu pour changer le comportement d'une personne ou d'un groupe.

GROWTH HACKING

Approche marketing visant à gagner en visibilité et à générer des ventes, en utilisant des stratégies créatives et l'analyse de données. Le but est d'accélérer la croissance d'une société ou d'un produit en actionnant des leviers marketing comme les médias sociaux, newsletters, relations presse, l'acquisition de trafic sous toutes ses formes...

HACKATHON

Contraction de l'anglais *hack* (s'introduire dans un système) et *marathon*. Réunion de développeurs, en un temps imparti, pour plancher sur des sujets technologiques innovants.

HACKLAB

Laboratoire communautaire permettant de partager les ressources, le savoir technologique et informatique via des ateliers, conférences, et présentations.

HOLDING SOCIÉTÉ

Sa 1^{ère} vocation est le regroupement d'associés ou actionnaires qui souhaitent avoir une influence significative dans les sociétés détenues par celle-ci.

HUB

À l'origine, centre de tri et d'aiguillage de marchandise. Transposé à l'écosystème informatique puis économique, désigne une plateforme permettant l'interconnexion. (entre personnes, entreprises, projets...)



INBOUND MARKETING

Stratégie marketing internet consistant à orienter les clients potentiels très rapidement vers un acte d'achat.

INCERTITUDE JOYEUSE

Faculté à évoluer avec panache et positivité dans un environnement chaotique et sans visibilité.

INCUBATEUR

Structure d'accompagnement à la création d'entreprise déjà créée, ou en cours de création.

Un incubateur peut apporter un appui en termes d'hébergement, de conseil et de financement, lors des premières étapes de la vie de l'entreprise. À la différence d'une pépinière d'entreprises, un incubateur s'adresse à des sociétés très jeunes ou encore en création, et leur propose un ensemble de services adaptés.

INFLUENCEURS

Experts dans leur domaine qui donnent régulièrement leur opinion publiquement à leurs followers sur les réseaux sociaux.

INNOVATION

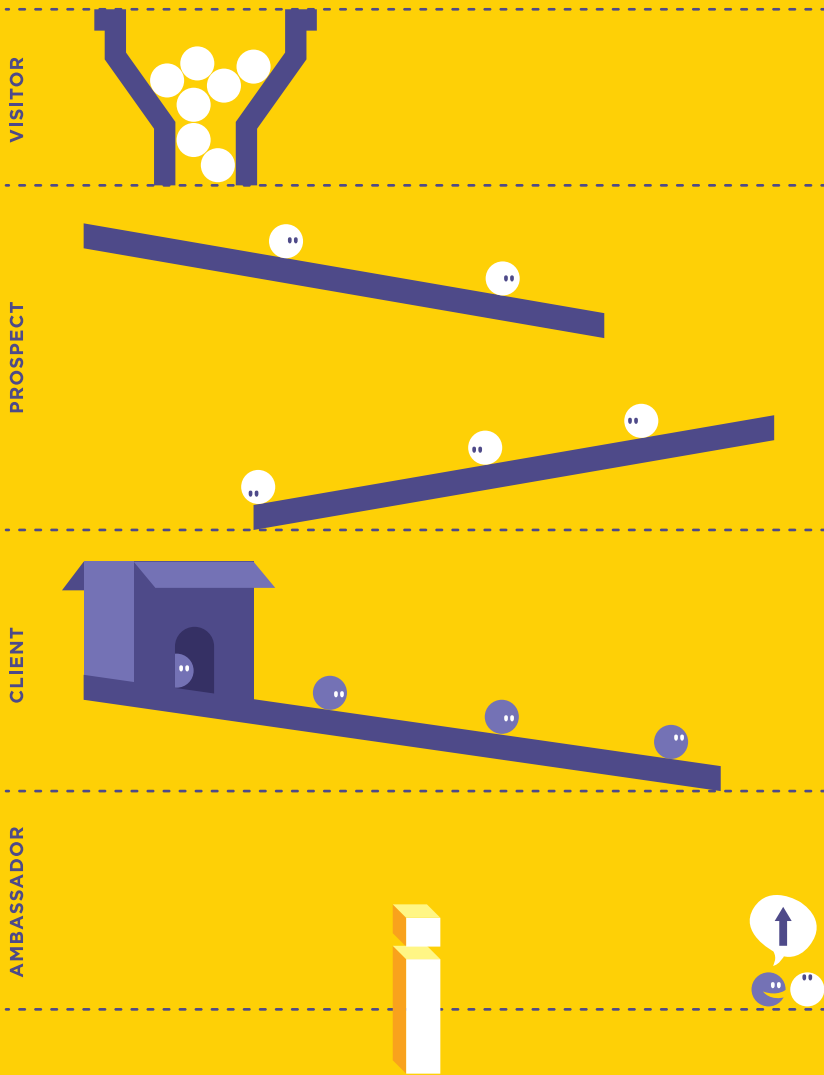
Dynamique permanente d'amélioration créative incitant les entreprises à innover, c'est-à-dire à concevoir et à lancer continuellement, sur un marché concurrentiel, de nouveaux produits, services, écosystèmes d'affaires, etc.

I.N.P.I. INSTIT. NATIO. DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Il a pour but de protéger vos créations.

www.inpi.fr

LE DICO DE L'ENTREPRENEUR & DU STARTUPER



*INBOUND MARKETING

INTERFACE UTILISATEUR (UI)

Produit fini présenté à l'internaute qui va lui permettre de surfer agréablement sur un site. L'UI peut se résumer à l'organisation des éléments graphiques et textuels pour proposer un tout agréable et attrayant.

INTRAPRENEURIAT

“Entreprendre à l'intérieur de l'entreprise.” C'est-à-dire valoriser les salariés inventifs en les aidant à réaliser des projets au sein de leur entreprise. Beaucoup d'entreprises intègrent l'intrapreneuriat pour développer de nouveaux produits par les salariés de l'organisation.

INVESTISSEMENT

Opération qui permet de renouveler et d'accroître le capital d'une économie. Décision par laquelle un individu, une entreprise ou une collectivité affecte ses ressources propres ou des fonds empruntés à l'accroissement de son stock de biens productifs.

ITÉRATION

Action de répéter, faire de nouveau. Base du lean startup, il s'agit de la boucle constante entre consommateur et produit.



J.E.I. JEUNE ENTREPRISE INNOVANTE

Petite ou moyenne entreprise remplissant les conditions suivantes : avoir moins de 8 ans d'existence, réaliser des dépenses de recherche & développement représentant au moins 15% des charges totales engagées au titre de l'exercice concerné, être indépendante (dans la structuration de son capital) et être une entreprise nouvellement créée. Ce statut confère des exonérations fiscales et sociales.

KNOW HOW

Ensemble des connaissances techniques & commerciales (technologie, fabrication, système de vente) acquises par une entreprise, non brevetées/brevetables, qui représentent un avantage concurrentiel.

LEAN

Gestion de la production par élimination de toute forme de gaspillage, appliquée à l'origine dans les usines Toyota au Japon.

LEAN STARTUP

Approche spécifique du démarrage d'une activité économique et du lancement d'un produit pour vérifier si son concept est viable ou non. Elle tend à réduire les cycles de commercialisation des produits, à mesurer régulièrement les progrès réalisés, et à obtenir des retours de la part des utilisateurs, aussi rapidement et aussi souvent que possible. L'expérience client et les informations recueillies permettent ensuite d'adapter et d'améliorer le produit tout en lui apportant de la valeur. Cette méthode permet de concevoir un produit pour un coût minimum.

LEVÉE DE FONDS

Étape pour l'entreprise qui reçoit un investissement en fonds propres et/ou quasi-fonds propres de la part d'un ou plusieurs investisseurs. En contrepartie de leur investissement, les investisseurs reçoivent des actions et/ou d'autres valeurs mobilières ainsi que certains droits concernant la gestion de l'entreprise et l'évolution de son actionariat.

LEVERAGE BUY-OUT (LBO)

Montage juridico-financier de rachat d'entreprise par effet de levier (*leverage*). Recours à un fort endettement bancaire.

LIVING LAB LABO D'INNOVATION OUVERTE

L'utilisateur est mis au centre du dispositif afin de créer/développer des idées, services ou outils qui répondent aux désirs des citoyens, usagers, employés...

LOCK-UP

Période pendant laquelle un investisseur s'engage à ne pas céder les titres d'une société dans laquelle il vient d'investir. Cette période dure entre 3 et 9 mois et évite les sorties de capital trop rapides.

LOVE MONEY

Capitaux propres fournis par les proches lors de la création de son entreprise.



MARCHÉ

Lieu physique/virtuel où se rencontrent une offre/demande de biens/services.

MARKETING

Analyse des besoins des consommateurs et ensemble des moyens d'action utilisés par les organisations pour influencer leur comportement.

MARKETING DE NICHE

Identification et ciblage de segments de marché très étroits correspondant à un produit ou service très spécialisé. Viser un marché de niche permet souvent d'être confronté à une concurrence moins forte, mais les volumes de ventes potentiels sont naturellement plus faibles.

MARKETING DIRECT

Technique de communication reposant sur un message personnalisé vers une catégorie de clients dans le but d'obtenir une réaction immédiate.

MASH-UP

Association de référence en France pour l'organisation d'événements promouvant l'entrepreneuriat auprès des étudiants : "l'évènement des entrepreneurs par & pour les étudiants." www.mash-up.fr

MEET-UP

Soirée de réseautage social, centrée, pour les participants, sur un ou plusieurs centres d'intérêt communs.

MERCHANDISING

Ensemble des méthodes et techniques d'implantation et de présentation des produits dans les magasins, en vue d'accroître les ventes et/ou la rentabilité de ces produits.

MIND MAPPING

Représentation visuelle des idées et infos sous forme de carte, composée de sujets principaux/secondaires, et de relations.

MIX MARKETING

Ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit, service, marque ou enseigne sur son marché. On l'appelle aussi modèle des "4P" (price, product, place, promotion) que l'on peut étendre maintenant à "7P" (+ people, processes, physical evidence).

MOCK-UP

Prototype d'interface utilisateur.

M.O.O.C MASSIVE OPEN ONLINE COURSE

Cours en ligne gratuits offerts depuis 2011 par des universités (Stanford, Harvard...)

MUST-HAVE

Sentiment de besoin pour le consommateur.

M.V.P MINIMUM VIABLE PRODUCT

Produit minimal viable. Version initiale d'un produit qui permet de collecter auprès des early adopters le maximum d'enseignements validés, et ce avec un minimum d'effort. C'est le prototype le plus simple qui puisse être commercialisé, afin de vérifier l'existence d'un besoin, d'identifier le marché associé, de valider les hypothèses business (rentabilité) et d'orienter son évolution (sa version 2, 3, etc.) en fonction des résultats.



M

*MARKETING DE NICHE

NO

N.A.C.R.E

NOUVEL ACCOMPAGNEMENT POUR LA CRÉATION ET LA REPRISE D'ENTREPRISE

Il a pour objectif de donner aux porteurs de projet le maximum de chances de réussite. Il comprend un accompagnement personnalisé et un prêt d'honneur (taux 0%).

NETWORKING

Plus communément appelé réseautage. Technique qui permet de rentrer en relation avec un grand nombre de personnes pour constituer ce que l'on appelle un réseau.

OPEN DATA

Information publique brute, qui a vocation à être librement accessible et réutilisable.

OPEN INNOVATION

Pratiques de l'innovation s'appuyant sur l'extérieur de l'entreprise, pour en améliorer l'efficacité ou pour mieux valoriser les efforts d'innovation fournis en interne.

OPEN SOURCE

Logiciel dont le code source est en accès libre et donc susceptible d'être recopié, modifié, partagé et amélioré par tout le monde.

OVER CONFIANCE

Danger chez l'être humain, détecté par un gonflement des chevilles et de la tête.

P

PACTE D'ASSOCIÉS

Convention établie entre associés parallèlement aux statuts de la société. Il doit permettre de faciliter et anticiper les conditions d'entrées et de sorties des associés, de façon à garantir leurs droits.

PART DE MARCHÉ

Part d'activité réalisée par l'entreprise sur un marché.

PART DE MARCHÉ RELATIVE

Indicateur qui permet de positionner le produit/marque d'une entreprise par rapport au principal concurrent.

C'est le ratio entre la part de marché et la part de marché du principal concurrent. Si ce ratio est supérieur à 1 (ou supérieur à 100%), je suis le leader !

PARTIE PRENANTE

Acteur, individuel ou collectif, activement ou passivement, positivement ou négativement, impacté par l'exécution des pratiques de l'entreprise.

PÉPINIÈRE D'ENTREPRISE

Structure destinée à faciliter la création d'entreprises en apportant un soutien technique et financier, des conseils et des services. Les services consistent le plus souvent à proposer des bureaux, parfois des locaux d'activités ou de stockage, des services logistiques mutualisés (accueil, salles de réunions...) et des services d'accompagnement (conseils, formation, intégration dans les réseaux économiques,...). Soutenues par des acteurs publics, elles appliquent une tarification avantageuse pour une période limitée (4 ans maxi).

PÉPITE

Pôle étudiant pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat. Il a pour mission de développer la culture entrepreneuriale des étudiant.e.s. Il en existe 29 en France où l'objectif est de renforcer l'engagement des universités et des écoles dans la dynamique économique territoriale, en sensibilisant à l'entrepreneuriat, en renforçant les initiatives déjà existantes et en impulsant de nouveaux dispositifs transverses. www.pepite-france.fr

PÉRENNISER

Action de rendre durable et permanent un projet, phénomène, objet. Lors de toute création d'entreprise, l'entrepreneur doit garder en tête qu'il doit pérenniser son activité dans le temps.

PITCHER

Présenter rapidement et efficacement un projet d'entreprise à des investisseurs ou à des clients potentiels. Et par extension, devant n'importe quel auditoire (jury, conférence, etc.)

PIVOT

Modification rapide de la stratégie d'une startup pour développer autre chose en fonction des besoins détectés chez les clients lors des retours de terrain (feedbacks).

PLAN DE COMMUNICATION

Document plus ou moins détaillé reprenant l'ensemble des actions de communication prévues pour promouvoir une entreprise, marque ou événement.

PLAN DE FINANCEMENT

Document financier synthétique qui permet de chiffrer les besoins permanents de l'entreprise nécessaires au démarrage de l'entreprise mais aussi pendant toute son activité ; et les ressources durables qu'elle peut affecter à ces besoins. Il se matérialise par deux colonnes : les "Besoins" à gauche et les "Ressources" à droite.

PLUS VALUE

Augmentation de la valeur d'un bien dont l'évolution est constatée entre la date de son acquisition et la date de sa réalisation.

P.M.E

Catégorie des petites et moyennes entreprises constituée des entreprises qui emploient moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros.

Voici une brève description des différents régimes par leur principal critère, le nombre d'employés :

- Micro-entreprises : moins de 10
- Très Petites Entreprises (TPE) : moins de 20
- Petites & Moyennes Entreprises (PME) : de 20 à 249 salariés
- Entreprises de Taille Intermédiaire (ETI) : de 250 à 4999 salariés
- Grandes Entreprises (GE) : > 5000 salariés

POSITIONNEMENT

Perception d'un produit ou d'un service dans l'esprit des consommateurs face à ses concurrents sur différents critères (prix, image, caractéristiques, etc.).

PREUVE DE CONCEPT (POC)

Démonstration de faisabilité. Réalisation courte ou incomplète d'une certaine méthode ou idée pour démontrer sa faisabilité.

PRIVATE EQUITY

Activité des institutions financières ou fonds d'investissement qui investissent en capital ou fonds propres dans des sociétés non cotées en bourse et ayant pour objectif de réaliser une plus-value lors de sa cession future.

PRODUCTIVITÉ

Elle mesure l'efficacité avec laquelle une entreprise utilise les ressources dont elle dispose pour produire des biens et/ou services.



P

*PÉPITE

PROTOTYPE

Modèle original qui possède toutes les qualités techniques et toutes les caractéristiques de fonctionnement d'un nouveau produit. Il s'agit aussi parfois d'un exemplaire incomplet (et non définitif) de ce que pourra être un produit ou un objet matériel final.

PROSPECT

Client potentiel de l'entreprise. Une action de prospection consiste donc à entrer en contact avec des individus ou personnes morales qui ne sont pas encore clients de l'entreprise mais qui peuvent le devenir.

PURE PLAYER

C'est une entreprise qui communique et commercialise ses produits ou services uniquement par Internet.



R&D RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

C'est l'ensemble des "travaux de création entrepris de façon systématique en vue d'accroître la somme des connaissances, y compris la connaissance de l'homme, de la culture et de la société, ainsi que l'utilisation de cette somme de connaissances pour de nouvelles applications". Les entreprises innovantes ont souvent recours aux dépenses en R&D.

RÉFÉRENCIEMENT

Visibilité d'un site Internet dans le résultat affiché des différents moteurs de recherche opérée par l'algorithme de l'outil de recherche. Le terme de référencement naturel s'entend par opposition aux résultats s'affichant sous forme de liens sponsorisés payants pour l'annonceur (référencement payant).

RELATIONS PUBLIQUES

Ensemble des méthodes et techniques de communication utilisées par les sociétés pour informer à une échelle interne mais surtout externe afin promouvoir l'image de la marque et de véhiculer un message positif pour favoriser les bonnes relations.

RENTABILITÉ

Rapport entre un revenu obtenu/prévu et les ressources employées pour l'obtenir.

R.O.I RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Évaluation des bénéfices réalisés par l'entreprise par rapport au capital investi.

R.S.E

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES

Contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

Cette démarche consiste pour les entreprises à prendre en compte les impacts sociaux et environnementaux de leur activité pour adopter les meilleures pratiques possibles et contribuer ainsi à l'amélioration de la société et à la protection de l'environnement.



S.B.A SMALL BUSINESS ACT

Dans son rapport sur la productivité française, Louis Gallois propose l'élaboration d'un "Small Business Act" (tiré du modèle américain) pour venir en aide aux PME françaises en leur réservant une partie des marchés publics (au détriment des grands groupes internationaux).

SEED MONEY

Capital investi dès l'origine du projet par le porteur de projet.

SCALABLE

Capacité d'un projet ou d'une startup à adapter son business model à une forte augmentation de son volume d'activité.

SCHOOLAB

Accélérateur de projets innovants d'entreprises et de startups.

www.theschoolab.com

SCRUM

Méthode agile de gestion de projet visant à gagner en productivité, basée sur un processus empirique et qui s'appuie sur 3 piliers : la transparence, l'inspection et l'adaptation.

SEGMENTATION

Méthode de découpage du marché (ou d'individus) en sous-ensembles appelés segments (ou groupes de consommateurs) distincts et homogènes. Pour une entreprise, le but de la segmentation est d'adapter sa politique commerciale, sa comm...

SEO SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Référencement naturel sur les moteurs de recherche.

SERIAL ENTREPRENEUR

C'est un entrepreneur en série. Il aime les nouvelles opportunités et l'excitation de la création.

SEUIL DE RENTABILITÉ

Point mort ou break even. Niveau d'activité minimum à partir duquel l'activité d'une entreprise devient rentable.

SOCIAL MEDIA

Ensemble des sites et plateformes web qui proposent des fonctionnalités dites "sociales" aux utilisateurs : création collaborative de contenus, échange d'informations entre individus.

SOURCING

Fait de trouver des fournisseurs/candidats.

SPÉCIALISATION

Concentration de l'entreprise sur un seul domaine d'activité afin d'en avoir la maîtrise, de profiter de l'effet d'expérience et de compétences spécifiques et complémentaires.

SLASHING

Exercer plusieurs métiers successivement ou simultanément.

SLOW BUSINESS

Fait de prendre le temps de créer les conditions d'une belle collaboration, sans précipitation.

Le fournisseur ou partenaire n'est pas seulement là pour servir un projet, il y participe et ainsi l'expérience devient collective.

S.N.E.E

STATUT NATIONAL ÉTUDIANT ENTREPRENEUR

Voir étudiant-entrepreneur.

SOLOMO

Social, Local et Mobile. Approche marketing qui permet aux marques de profiter de la culture "smartphone" pour proposer du contenu marketing personnalisé et géolocalisé tout en favorisant la viralité et le partage social.

SPIN OFF

Technique de désinvestissement dans laquelle une filiale d'une entreprise cotée sur le marché boursier est séparée de l'entreprise mère pour devenir une entité indépendante qui sera par la suite elle-même cotée sur le marché boursier.

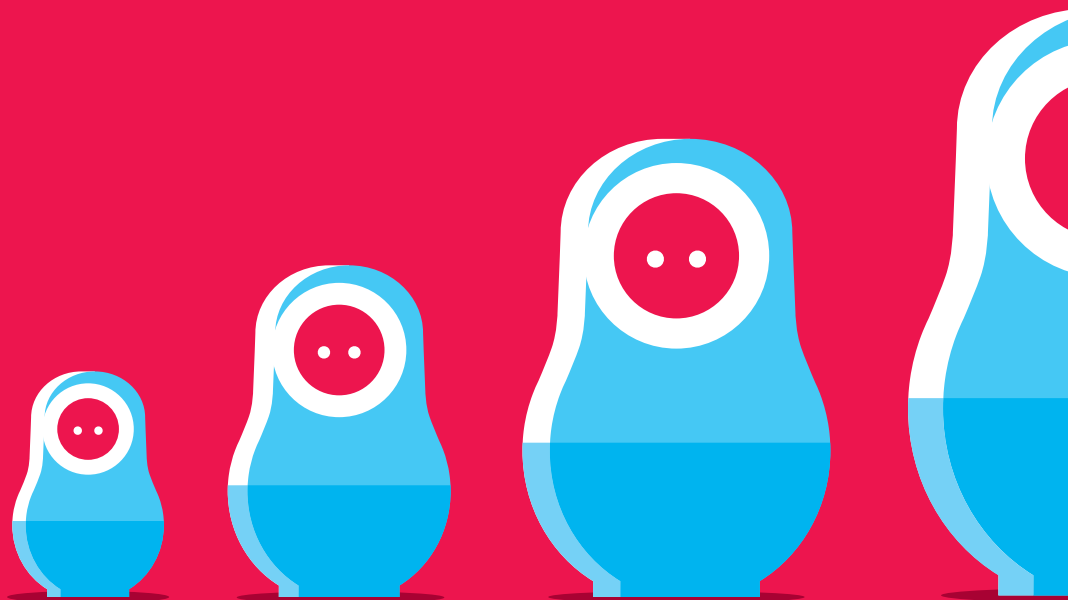
SPONSORING

Association de l'image de l'entreprise à celle d'un événement, d'un sportif...

SPRINT

Période pendant laquelle l'entreprise va fournir un effort intense et bref afin de générer du chiffre d'affaires et financer ses périodes de R&D sans rentrée d'argent.

LE DICO DE L'ENTREPRENEUR & DU STARTUPER



*SCALABLE

STATION F

Campus de start-up, initié par Xavier Niel, qui réunit tout un écosystème entrepreneurial. www.stationf.co

STARTER

Programme d'accélération développé par Schoolab entre l'apparition d'une idée et l'incubation, durant lequel les porteurs de projets confrontent leurs idées aux usages, optent pour un statut juridique, formalisent leurs premiers "business plans", s'exercent à l'épreuve du "pitch", définissent une stratégie commerciale et marketing, le prix du produit ou service...

STARTUP

Jeune entreprise avec une forte capacité d'innovation et une forte capacité d'évolution et de croissance, en recherche constante de son modèle économique.

STARTUP HEROES

Web-série créée par les auteurs des Kassos pour le compte de l'Université Paris-Saclay et qui aborde le monde de l'entrepreneuriat de façon décalée : "Et si derrière chaque héros de fiction se cachait un entrepreneur ?"

STARTUP WEEKEND

Marathon de 54h pour créer son entreprise. Événement organisé le temps d'un week-end et qui permet à ses participants de travailler sur des idées de startup et des projets numériques innovants en équipe. www.startupweekend.org

STORYTELLING

Utiliser l'histoire comme vecteur de com.

S.W.O.T. (MATRICE)

STRENGTH/WEAKNESSE/OPPORTUNITIE/THREAT

Outil de synthèse reprenant les conclusions des diagnostics internes et externes d'une entreprise permettant de fixer des objectifs, d'élaborer différentes stratégies possibles, d'en faire un choix et mettre en œuvre les plus pertinentes.

TED

Marque internationale de conférences organisées dont l'objectif est de partager des "idées qui valent la peine d'être diffusées". TEDx est un programme qui permet aux communautés de profiter d'une expérience semblable à celle de TED par le biais d'événements qu'ils organisent eux-mêmes. www.ted.com

TERM SHEET

Document court synthétisant les termes principaux d'un contrat.

THE FAMILY

Société privée d'investissement qui propose des formations, des outils, et prend du capital dans les start-up qu'elle accompagne. www.thefamily.co

TIERS LIEU

Espace de travail, dont la neutralité, la convivialité et le type de ressources mises à disposition (équipements, animation et conseil), permet aux usagers de concevoir et/ou de fabriquer des biens ou des services, individuellement ou en équipes, tout en acquérant des connaissances et développant leur réseau de partenaires.

TIME TO MARKET

Temps qu'il faut pour qu'un service ou un produit trouve son marché.

TOTEM

Un lieu totem de l'économie numérique, est le lieu emblématique de la French Tech. MAME à Tours et le Lab'ò à Orléans. Ils sont partenaires de PÉPITE Centre-Val de Loire.

TRACTION

Capacité d'une startup à toucher ses premiers clients, à faire parler d'elle et à attirer de plus en plus d'utilisateurs. C'est le moment où l'entreprise dépasse le cadre du cercle amical et commence à intéresser des étrangers, la presse et les influenceurs.



UV

UBÉRISATION

Du nom de la plateforme en ligne Uber de service de voiture avec chauffeur. Par extension, modèle économique “désintermédié”, mettant directement en relation clients et offrants, et “disruptif”, qui fait trembler l'économie traditionnelle.

UNICORN (LICORNE)

Start-up non cotée en Bourse mais dont la valeur dépasse le milliard de dollars. Parmi les licornes les plus célèbres, Uber et Blablacar.

USER EXPERIENCE (UX)

UX fait référence à l'expérience utilisateur (alors que UI correspond au design de l'interface utilisateur). Les entrepreneurs combinent souvent ces acronymes pour parler de l'ergonomie et de l'esthétique d'un produit.

VENTURE CAPITAL (VC)

Ou capital risque. Activité consistant à financer en capitaux propres ou quasi capitaux propres des entreprises nouvellement créées.

VIABILITÉ

Capacité d'une entité, d'un projet, d'une entreprise à survivre durablement. Lorsqu'une personne souhaite créer son entreprise, elle doit s'assurer que son projet est viable.

VIRALITÉ

Bouche-à-oreille 2.0



WY

WORKSHOP

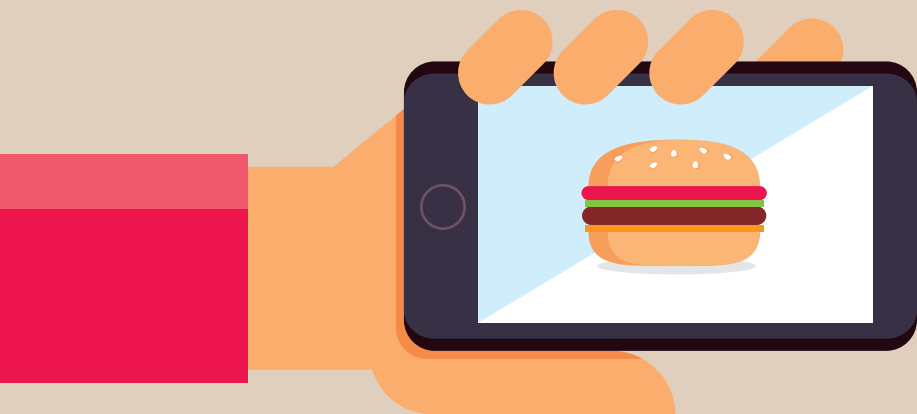
Atelier de travail et d'échange sur un sujet choisi à l'avance.

Y COMBINATOR

Accélérateur de startups de la Silicon Valley, réputé comme l'un des plus sélectifs du monde.

Parmi les “anciens” de cet incubateur historique : Airbnb, Dropbox, Pinterest... Y Combinator fournit un capital d'amorçage, des conseils et des mises en relation au cours de 2 programmes annuels de 3 mois.

www.ycombinator.com



*UBÉRISATION

LE DICO DE L'ENTREPRENEUR & DU STARTUPER



B

*BLABLACAR

Membres fondateurs

université
de **TOURS**



INSA
CENTRE VAL DE LOIRE

Partenaires institutionnels



www.regioncentre-valde Loire.fr



Ce projet a bénéficié
du Programme
Investissements d'Avenir



Avec le soutien de la fondation Orcom



Créée en 2016, la Fondation d'entreprise Orcom a pour but de soutenir les projets portés par les jeunes. Elle accompagne celles ou ceux à qui il appartient d'inventer et de construire le monde de demain. Symbole de l'implication d'Orcom en faveur de la jeunesse.

Depuis 2014, le Pôle Entrepreneurial Régional Centre-Val de Loire sensibilise, forme et accompagne les Étudiant.e.s Entrepreneur.e.s qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat.

Le Pôle est une passerelle entre les étudiant.e.s et ce monde entrepreneurial, nouveau et peu connu par eux. Via le dispositif PÉPITE, les étudiant.e.s sont orienté.e.s au sein de l'écosystème entrepreneurial (CCI, BGE, couveuses, incubateurs, CMA, Associations...). Ils/elles bénéficient gratuitement de nombreux partenariats (Espaces de co-working, Rendez-vous Experts, Startup Weekend...).

Grâce au Statut et Diplôme Etudiant Entrepreneur, un accompagnement personnalisé est réalisé par des professionnels de la création d'entreprise et/ou des Enseignants Chercheurs.

Le programme STARTER démarre en 2017 comme le 1^{er} accélérateur "early stage" des projets d'étudiant.e.s ou de jeunes diplômé.e.s en Région Centre-Val de Loire. Ce dictionnaire propose des définitions (sérieuses ou moins :) de mots et concepts qui nous ont semblé utiles pour expliciter le "business", l'entrepreneuriat et l'esprit start'up.

N'oublions pas que même les anglo-saxons savent que **"Entrepreneur is a french word"** !
Bonne lecture à tous,

L'Équipe PÉPITE Centre-Val de Loire.