

LE RENDEZ-VOUS
des petits
ENTREPRENEURS

un événement **cci**
NOUVELLE-CALÉDONIE



GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE

GUIDE DU PETIT ENTREPRENEUR

Pour les 13 à 17 ans



**RETROUVE DES CONSEILS POUR CRÉER
TON ENTREPRISE D'UN JOUR !**



BIENVENUE DANS CETTE 4^e ÉDITION DU RENDEZ-VOUS DES PETITS ENTREPRENEURS !

La Chambre de commerce et d'industrie de Nouvelle-Calédonie a parmi ses missions celle d'accompagner la création et le développement des entreprises.

Le Rendez-vous des petits entrepreneurs, c'est l'occasion de soutenir les jeunes dans une première initiative d'entrepreneuriat à leur échelle, dans une ambiance festive !

C'est aussi une belle opportunité de leur faire vivre les valeurs entrepreneuriales comme la fierté du travail bien fait, et de développer leur autonomie, leur créativité et leur confiance en soi.

Ce guide s'adresse principalement aux collégiens et lycéens pour les accompagner dans la réalisation de leur projet, quel qu'il soit !

Si vous avez besoin d'aide, nous sommes là pour vous soutenir ! N'hésitez pas à nous contacter par mail : rdvpetsitsentrepreneurs@cci.nc

En partenariat avec



En soutient de



ÉTAPE 1 : L' AVANT-PROJET

Avant de commencer l'aventure entrepreneuriale, il est important de noter tes passions et de réfléchir à tes compétences. Ensuite, il est également bien de savoir quels sont tes ressources et les personnes qui vont pouvoir t'aider dans ton projet.

Liste tes compétences :

Exemple : Persévérance, motivation, créativité, confiance en soi, empathie, capacité à convaincre, leader, esprit logique, etc.

Liste les outils et ressources dont tu disposes :

Exemple : J'ai un espace pour créer mes produits dans le garage, je peux demander à une amie de venir m'aider et à mon oncle de me prêter des outils

Liste les gens qui pourront t'aider pour ton projet et le rôle que tu leur attribueras :

ÉTAPE 2 : LE CHOIX DE TON ENTREPRISE

Tu souhaites lancer ton entreprise mais tu n'as pas encore trouvé la bonne idée ? Voici quelques pistes, conseils et questions à te poser pour t'aider à stimuler ta créativité.

Que sais-tu faire et surtout, qu'aimes-tu faire ?

Fais une liste :

Quel est ton talent ? Ecoute ce que les autres disent de toi !

« Tu es vraiment doué pour... » « Moi, je te verrais vraiment dans... » « Tu n'as pas ton pareil pour... » « Peux-tu m'aider à... ».

Tu as déjà entendu ce genre de propos. Cela signifie que tu as un talent que tu pourrais exploiter en créant une entreprise.

Liste tes talents :

Repère ce qui te complique la vie !

Ouvre l'œil, chez toi, dans ton collège, lycée, dans ton quartier... et note ce qui te complique la vie. Tu trouveras peut-être ton idée de création en essayant de te simplifier le quotidien.

Liste ce qui te complique la vie :

Enquête sur les besoins de tes proches !

Interroge tes amis, ta famille : quels sont les biens et les services qui leur seraient utiles mais qu'ils ne trouvent pas en magasin ? De quoi rêveraient-ils mais qui n'existe pas encore ? Pour gagner du temps, organise un brainstorming en les réunissant. Vous ferez le plein de nouvelles idées, c'est certain !

Note les idées :

Le top 3

Évalue toutes tes idées de projets et choisis-en trois. Retiens celles qui sont réalistes, et réalisables (dans le temps, avec l'argent et les ressources disponibles).

1. _____

2. _____

3. _____

Il va maintenant falloir réfléchir aux défis auxquels tu devras faire face (production, temps passé, financement) et construire ton business plan.

Remplis le tableau ci-dessous :

	Idée 1	Idée 2	Idée 3
Est-ce que mon idée répond à un besoin ?			
Quelle est la clientèle visée ?			
Ce qui me motive dans ce projet			
Ai-je assez de temps ?			
Ai-je assez d'argent ?			

ÉTAPE 3 : JE CONSTRUIS MON BUSINESS PLAN

1) JE FAIS UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché est une étape très importante. Confronter ton produit ou service aux futurs clients te permettra de cerner leurs attentes, d'adapter et/ou faire évoluer ton offre en conséquence.

Il convient donc de t'assurer que le marché est porteur et de définir une stratégie commerciale adéquate :

- Le prix : combien tes clients sont-ils prêts à payer et pour quel produit ou service ? Quelle est votre marge ?
- La communication : c'est le message que tu délivreras afin de séduire la clientèle et la fidéliser.

Construis une enquête pour faire ton étude marché auprès de la clientèle que tu vises pour vendre ton produit ou ton service.

Information sur le client	Ex : Quel âge avez-vous ? Vous êtes un homme, une femme ?
Fait en lien avec l'achat ou le service	Ex : Avez-vous des enfants ? Oui/Non Est-ce que vous mangez des gâteaux ? Oui /Non
Habitudes d'achat pour ce produit ou service	A quelle fréquence mangez-vous des gâteaux ?
Besoins du client	Quels parfums souhaiteriez-vous retrouver dans un gâteau ?
Fréquence d'achat	A quelle fréquence achetez-vous des gâteaux ? 1 fois par mois / 1 fois par semaine / Tous les jours
Prix	Combien seriez-vous prêt à mettre dans un gâteau fait maison ?
Autres questions spécifiques au produit ou au service	Est-ce que vous avez l'habitude faire des gâteaux ?

2) JE PLANIFIE MES ACTIONS

C'est bon tu t'es décidé sur l'entreprise que tu allais créer et ton étude de marché t'as conforté dans ce sens !

Décris ton projet d'entreprise :

Avant de te lancer dans la création, commence par bien planifier toutes les actions à entreprendre pour la création de ton produit/service :

Récapitule toutes les actions, et planifie leur exécution

	Liste	Meilleur prix	Où acheter ?	Quand ?
Matériel				
Outils / équipement				
Marketing/ publicité				

PENSE À PLANIFIER LE TEMPS DE PRODUCTION

Il est important de bien planifier les tâches pour réussir la création de son entreprise !

Pour cela il faut anticiper le temps de production de tes produits/services

Nombre d'unités à produire	
Temps de production par unité	X
Temps total de production	=

Il est également important de faire un rétroplanning de chaque tâche à réaliser et de bien noter le temps consacré.

Tâches à prévoir	Quand ?

3) LE PLAN FINANCIER

Il est important de calculer ses coûts et ses profits pour déterminer son seuil de rentabilité.

Le seuil de rentabilité correspond au niveau d'activité minimum à partir duquel l'activité d'une entreprise devient rentable. Il est atteint lorsque les coûts totaux d'une entreprise égalent ses revenus totaux. Au-delà de ce seuil, l'entreprise est réputée accéder à la zone enviable de bénéfice. En dessous de ce seuil, il sera difficile pour elle de faire des profits, donc de vivre longtemps.

Énumère tous les coûts que tu vas avoir pour créer ton produit/service :

Nombre d'unités que je vise à produire	Exemple : 60 gâteaux	
Coût des matières premières	6 briques de lait, 4 paquets de farine etc.	Total : 1 000 F
Coût des produits d'emballages	Étiquettes, sacs poubelles, essuie-tout etc.	Total : 800 F
Coût de l'équipement acheté pour la production	Saladier, spatule	Total : 600 F
Coût de production	Temps pour faire les achats, préparer les gateaux, les emballer X 926,44 F/H (salaire minimum)	Total : 4h x 926,44 = 3706 F
Autres frais	Frais de publicité : affiches, etc.	Total : 300 F
Coût total		6406 F
Coût unitaire	Coût total / Nombre d'unités produites 6406 / 60	107 F
Prix unitaire pour la vente (à toi de décider)		200 F
Marge de profit	Prix unitaire par gâteaux - Coût total par gâteau	200 - 107 = 93 F par gâteau

Dans cet exemple si tu arrives à vendre 60 gâteaux, tu gagneras en bénéfice net 5580 F.

ÉTAPE 4 : JE MARKETE MON OFFRE

JE MARKETE MON OFFRE ET JE CRÉE DES OUTILS DE COMMUNICATION

1) LE NOM

Il est important de bien réfléchir au nom de son entreprise. Un nom, s'il est bien choisi, peut être un outil de publicité efficace. Il peut aussi aider tes clients à comprendre ce que fait ton entreprise et le marché que tu vises. Un nom inapproprié peut dérouter les clients ou les faire fuir.

Quelques conseils :

- Trouve un nom en rapport avec ton produit et ton marché : liste toutes les caractéristiques
- Privilégie un nom court
- Trouve un nom qui te distingue de tes concurrents

Liste toutes tes idées de nom :

Le nom de mon entreprise :

2) LOGO ET CHARTE GRAPHIQUE

Crée ensuite l'identité visuelle de ton entreprise.

L'identité visuelle ou identité graphique est un ensemble d'éléments visuels cohérents qui permettent d'identifier directement ton entreprise.

Les éléments graphiques constituant l'identité visuelle de ton entreprise sont : le nom, le logo, le slogan, la couleur, les typographies, le style.

Crée ton identité graphique :

Ton logo :	
Les couleurs de ton entreprise :	
La typographie :	
Le style :	
Autres éléments (pictogrammes...) :	
Ton slogan (tu peux mettre ton slogan sous ton logo) :	

3) JE FAIS CONNAÎTRE MON ENTREPRISE

Crée des affiches et des flyers pour faire connaître ton entreprise !

Tes affiches ou tes flyers doivent bien présenter ton produit ou ton service, et également indiquer les informations importantes : emplacement de ton stand, date et heure de l'événement.

Distribue tes affiches ou tes flyers dans des endroits fréquentés (des commerces), distribue-les à tes amis et à ta famille et n'oublie pas de communiquer via les réseaux sociaux pour attirer du monde au Rendez-vous des petits entrepreneurs le 15 novembre.

Ma communication :

Nom de mon entreprise	
Mon produit / service	
Mots clés qui décrivent mon produit/ service	
Lieu de vente, date, heure	
Qui va concevoir mes affiches et flyers ?	
Quelle image je vais utiliser ?	
Où vais-je les distribuer ?	

ÉTAPE 4 : C'EST LE JOUR J ! JE VENDS MES PRODUITS/SERVICES

C'est le grand jour ! Comment convaincre les clients d'acheter ton produit ?

Pense à construire un discours de vente percutant pour présenter ton produit ou ton service.

Pour cela il faut réfléchir à ton pitch de vente !

Pour préparer ton pitch, remplis cette grille sur ton produit/service :

Présente-toi : nom, prénom, nom de l'entreprise	
À quel besoin répond mon produit ou mon service ?	
Présente en quelques lignes ton produit ou service	
Décris les points forts de ton produit ou service	
Quels sont les bénéfices pour le client ?	
Termine par une question pour engager la discussion	

Anticipe les imprévus !

La vie d'entrepreneur comporte des imprévus !
Comment vas-tu les relever s'ils se présentent ?

Quels sont tes objectifs en termes de vente ?

Quelles sont tes plans si tu n'as pas assez de clients ?

Comment réagis-tu si tu as des clients mécontents ?

Prépare ta check-list pour le jour J :

Rien de mieux que de faire une check-list pour être sûr que tu es bien prêt pour le Rendez-vous des petits entrepreneurs !

- Toute ma production est prête et emballée
- J'ai tout mon matériel pour mon stand : tables, chaises, décorations, glacières..
- J'ai distribué des affiches et des flyers
- J'en ai parlé autour de moi à ma famille et à mes amis
- J'ai communiqué sur le Rendez-vous des petits entrepreneurs sur mes réseaux sociaux
- J'ai prévu une petite caisse avec de la monnaie
- J'ai préparé mon pitch de vente

Autres :

ÉTAPE 5 : LE BILAN

MON BILAN PERSONNEL

Le Rendez-vous des petits entrepreneurs est terminé !
Sois fier de toi pour ta participation.

Comment s'est passée la journée ?

Comment te sens-tu ?

Qu'as tu découvert sur toi pendant cette expérience ?

Quels sont les défis que tu as surmontés ?

Que ferais-tu différemment ?

De quoi es-tu le plus fier ?

MON BILAN FINANCIER

Complète ton bilan financier :

Chiffre d'affaires le jour-même	
- Dépenses réelles	
= Bénéfice	
- Remboursement de l'emprunt	
= Bénéfice net	

LEXIQUE

LE VOCABULAIRE DE BASE DE L'ENTREPRENEUR

ACTIONNAIRE : Personne qui possède des actions (part du capital) d'une entreprise.

B2B : Commerce qui concerne les entreprises dont l'offre de produits (ou services) s'adresse à d'autres entreprises (*Business to Business*).

B2C : Commerce qui concerne les entreprises dont l'offre de produits (ou services) s'adresse au grand public (*Business to Consumer*).

BENCHMARKING : C'est l'étude comparative d'un produit ou service face aux leaders ou meilleures pratiques du marché.

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

CCI (CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE) : Fournit informations, conseils et outils pratiques aux entreprises, créateurs d'entreprises, étudiants et lycéens. www.cci.nc

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

CONNAISSANCES : Ensemble des choses connues, du savoir.

COÛT DE PRODUCTION : Somme des coûts engendrés pour fabriquer quelque chose.

COÛTS FIXES : Ce qu'il faut payer peu importe le nombre d'unités produites, de services rendus ou de participants à l'événement.

COÛTS VARIABLES : Ce qu'il faut payer, en fonction du nombre d'unités produites, des services rendus ou du nombre de participants à l'événement.

DÉPENSES : Somme d'argent servant à l'achat des différents produits ou services nécessaires au bon fonctionnement et au rendement efficaces de l'organisation.

DIVIDENDE : Part de bénéfice attribuée à chaque action d'une société.

ENTREPRENEUR : L'entrepreneur désigne celui qui pense, crée et porte un projet dans lequel il investit toutes ses forces pour le concrétiser sous la forme d'une entreprise.

ÉQUITABLE : Qui est juste et impartial.

ÉTUDE DE MARCHÉ : Étude qui sert à faire état de l'offre et de la demande.

EXCÉDENTS : Différence positive entre les gains et les dépenses.

EXPERTISE : Ensemble des connaissances et des compétences que possède une personne dans un domaine particulier.

FAISABILITÉ : Caractère de ce qui est réalisable compte tenu des possibilités, de ce qui est accessible.

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.

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.

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

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

PRIX DE VENTE : Prix établi pour la vente d'un produit ou d'un service.

PRODUCTEUR : Personne qui produit un bien, un service ou un événement.

PROFITS : Différence entre l'ensemble des gains et l'ensemble des dépenses d'une organisation.

PROMOTION : Stimulation des ventes d'un produit, d'un service ou d'un événement.

PROPRIÉTAIRE : Personne qui possède un bien propre.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE (PI) : Ensemble des droits qui découlent de l'activité intellectuelle dans les domaines industriel, scientifique, littéraire et artistique. Il peut s'agir d'une invention, d'une nouvelle technologie, d'une nouvelle marque, d'un logiciel original, d'un dessin novateur, d'un procédé unique, etc.

PUBLICITÉ : Ensemble des moyens utilisés pour faire connaître un bien, un service ou un événement.

REVENU : Entrée d'argent ; ce qui est perçu par l'organisation sur le plan financier.

SEUIL DE RENTABILITÉ : Niveau d'activité nécessaire pour assurer la couverture des charges d'exploitation.

[Coûts fixes / (prix de vente – coût de production)]

UTILITÉ : Qualité de ce qui est propre à satisfaire un besoin.

LE RENDEZ-VOUS
des petits
ENTREPRENEURS

4^E ÉDITION - DIMANCHE 23 NOVEMBRE 2025

un événement **CCI**
NOUVELLE-CALÉDONIE

GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE

TU AS ENTRE 6 ET 17 ANS ?

LANCE TON ENTREPRISE D'UN JOUR
ET VENDS TES PRODUITS OU SERVICES AU PUBLIC !

À NOUMÉA & KONÉ !



INSCRIPTIONS JUSQU'AU 14 SEPTEMBRE

sur www.eticket.nc

BCI
Groupe BRED
Partenaires

nouvelle
calédonie **1**
www.la1ere.nc

DENC
Direction de l'Enseignement
de la Nouvelle-Calédonie

VICE-RECTORAT
DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE
DIRECTION GÉNÉRALE
DES ENSEIGNEMENTS

Ville de
NOUMÉA

3eiko2

Bureau Vallée

TEARI
CENTRE COMMERCIAL