



République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

Université Mohammed Seddik Benyahia-Jijel



Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie

كلية علوم الطبيعة والحياة

Département des Sciences de la Terre et de l'Univers

قسم علوم الأرض والكون

# Entrepreneuriat

Polycopié de cours

2<sup>ème</sup> année de Master Hydrogéologie

UET. 1.2

Préparé par Dr Hocine Kiniouar

*Kiniouar*

2025/2026

## 1. Introduction générale à l'entrepreneuriat

### 1.1. Contexte actuel

- Pressions croissantes sur les ressources en eau, changement climatique, exigences de durabilité.
- Marché du travail incertain : diversification des trajectoires (emploi public, privé, indépendants, projets...).
- L'entrepreneuriat comme **option complémentaire** pour créer sa propre activité dans le domaine de l'eau / environnement.

### 1.2. Définition de l'entrepreneuriat

- Processus par lequel une personne (ou une équipe) :
  - identifie une **opportunité**,
  - conçoit un **projet**,
  - mobilise des **ressources**,
  - accepte une part de **risque** pour créer une activité nouvelle.
- Formes possibles : création d'entreprise, intrapreneuriat (projet innovant au sein d'une structure), entrepreneuriat social, etc.

### 1.3. Rôle de l'entrepreneuriat dans l'économie et la société

- Création de valeur (économique, sociale, environnementale).
- Source d'**innovation** (nouvelles solutions, nouveaux services).
- Contribution à la résolution de problèmes concrets : accès à l'eau, assainissement, gestion durable, résilience des territoires.

### 1.4. Intérêt spécifique pour les hydrogéologues

- Compétences techniques rares et très demandées.
- Problèmes d'eau réels à différentes échelles (communes, bassins, agriculture, industrie).
- Possibilité de devenir **acteur de solutions**, pas seulement exécutant ou chercheur.

### 1.5. Objectifs pédagogiques du module

- Comprendre les notions de base : entreprise, environnement, entrepreneur, projet.
- Acquérir une **culture entrepreneuriale** minimale.
- Savoir transformer une problématique liée à l'eau en **idée de projet** et premier cadre de **projet entrepreneurial**.

*Kiniouar*

## 2. L'entreprise : définition, finalités, types

### 2.1. Définition de l'entreprise

- Organisation qui combine des **ressources** (humaines, matérielles, financières, informationnelles) pour produire des biens ou services destinés à des clients.
- Logiciel central : créer de la **valeur**.

### 2.2. Finalités de l'entreprise

- Finalité économique : assurer sa viabilité (chiffre d'affaires, bénéfices, investissements).
- Finalité sociale : créer des emplois, développer des compétences, contribuer au territoire.
- Finalité environnementale : limiter les impacts, respecter les ressources, intégrer la durabilité.
- Finalité sociétale : participer aux objectifs collectifs (ODD, GIRE, santé, etc.).

### 2.3. Fonctions internes de l'entreprise

- Fonction **production / technique** : réalisation des prestations, études, travaux.
- Fonction **commerciale / marketing** : relation avec les clients, prospection, communication.
- Fonction **financière** : gestion des coûts, facturation, trésorerie.
- Fonction **ressources humaines** : gestion des équipes, compétences, conditions de travail.
- Fonction **innovation / qualité** : amélioration continue, nouveaux services.

### 2.4. Types d'entreprises

- Par taille : micro-entreprise, PME, grande entreprise.
- Par statut : privé, public, mixte, association, coopérative.
- Par secteur : services, industrie, agriculture, études & conseil, etc.
- Place des **bureaux d'études** et des **structures de service en eau** dans ce paysage.

## 3. L'entreprise et son environnement

### 3.1. Notion d'environnement

- L'entreprise n'agit pas "dans le vide" : elle est insérée dans un **système d'acteurs** et de règles.
- Distinction **macro-environnement / micro-environnement**.

### 3.2. Macro-environnement : approche PESTEL

*Kiniouar*

- **Politique** : lois, politiques publiques de l'eau, décentralisation, gouvernance.
- **Economique** : conjoncture, budgets publics, pouvoir d'achat, financements.
- **Socioculturel** : comportements des usagers, rapport à l'eau, niveau d'éducation.
- **Technologique** : nouveaux outils de mesure, SIG, modélisation, télégestion.
- **Environnemental** : changement climatique, sécheresses, inondations, dégradation des ressources.

- Légal : normes sur l'eau potable, rejets, études d'impact, sécurité.

### 3.3. Micro-environnement : parties prenantes

- Clients : communes, offices, agriculteurs, industries, ménages, ONG...
- Fournisseurs : matériel de terrain, laboratoires, logiciels.
- Concurrents : autres bureaux d'études, entreprises, consultants.
- Partenaires : universités, organismes publics, associations, incubateurs.

### 3.4. Spécificités de l'environnement dans le secteur de l'eau

- Forte présence de l'État et des collectivités.
- Cadre réglementaire important (qualité, sécurité, droits d'eau).
- Sensibilité sociale et politique (eau = bien vital).
- Opportunités liées aux **ODD**, à la GIRE et aux programmes de modernisation.

## 4. L'entrepreneur

### 4.1. Définition de l'entrepreneur

- Personne (ou équipe) qui :
  - identifie une **opportunité**,
  - conçoit un **projet**,
  - rassemble des ressources,
  - et prend l'initiative de **créer ou transformer** une activité.

### 4.2. Différents profils d'entrepreneurs

- **Innovateur** : introduit des solutions nouvelles (techniques, organisationnelles).
- **Opportuniste** : exploite un besoin mal couvert, améliore une offre existante.
- **Repreneur** : reprend une structure existante et la modernise.
- **Entrepreneur social** : recherche un impact social/environnemental, avec un modèle économique soutenable.
- **Intrapreneur** : porte un projet innovant au sein d'une organisation (office, administration, entreprise).

### 4.3. Qualités personnelles de l'entrepreneur

- Esprit d'initiative : capacité à passer de l'observation à l'action.
- Persévérance / résilience : accepter l'échec partiel et apprendre.
- Acceptation du risque raisonné : décider dans l'incertitude.
- Autonomie et sens des responsabilités.
- Capacité à communiquer avec des publics très différents.

*Kiniouar*

#### 4.4. Compétences de gestion et de projet

- Bases de **gestion financière** : coûts, prix de vente, trésorerie.
- **Gestion de projet** : objectifs, planning, ressources, suivi.
- **Marketing / commercial** : compréhension des besoins, présentation de l'offre, négociation.
- Connaissance du **cadre légal** : formes juridiques, fiscalité, règles professionnelles.

#### 4.5. Spécificités de l'entrepreneur en hydrogéologie

- Atouts : expertise technique, compréhension des systèmes hydrologiques, crédibilité scientifique.
- Défis : apprendre à valoriser cette expertise, sortir d'une posture purement "technique", intégrer la gestion, la communication et l'économie de l'eau.

### 5. De l'idée au projet entrepreneurial

#### 5.1. Partir d'un problème réel

- Identifier des problèmes concrets : pénuries, pertes d'eau, pollution, manque de données, mauvaise gestion, etc.
- Formuler le problème : **qui, où, comment, quelles conséquences ?**

#### 5.2. Origine des idées de projets chez les étudiants

- Travaux académiques (PFE, mémoires, stages, campagnes de terrain).
- Observation de solutions dans d'autres régions ou pays.
- Nouvelles technologies : capteurs, SIG, télécommunication, outils de suivi.
- Politiques publiques et programmes liés à l'eau et au développement durable.

#### 5.3. Construire une proposition de valeur

- Pour qui ? (segment de clients / bénéficiaires).
- Quel problème précis ?
- Quelle solution (service, étude, appui technique, outil, formation...) ?
- Quel bénéfice concret (sécurité de l'eau, économie, gain de temps, conformité, lisibilité) ?
- Formulation type : "Nous aidons [X] à [résoudre Y] grâce à [solution Z], ce qui leur permet de [bénéfice]."

*Kiniouar*

#### 5.4. Comprendre le marché

- Approche qualitative : interviews de quelques acteurs représentatifs.
- Approche quantitative : estimation grossière du nombre de clients potentiels, de la fréquence de la demande, des budgets en jeu.
- Vérifier que la demande potentielle est suffisante pour un projet viable.

### 5.5. Prendre en compte les solutions existantes

- Recenser les acteurs déjà présents : bureaux d'études, institutions, entreprises.
- Analyser leurs forces et faiblesses.
- Positionner le projet de manière **complémentaire** (spécialisation, proximité, pédagogie, suivi, intégration numérique...).

### 5.6. Utiliser la matrice SWOT

- Forces (S) : compétences, réseau, connaissance du terrain.
- Faiblesses (W) : manque d'expérience, peu de moyens, visibilité limitée.
- Opportunités (O) : politiques publiques, sensibilisation croissante, programmes de soutien.
- Menaces (T) : concurrence, instabilité des budgets, changements réglementaires.

### 5.7. Esquisser un modèle économique (business model)

- Segments de clients.
- Propositions de valeur.
- Canaux de contact.
- Type de relation (ponctuelle, suivi).
- Sources de revenus (études, services, formations, abonnements).
- Ressources et activités clés.
- Partenaires clés.
- Structure de coûts.

### 5.8. Exemple type : "HydroDiag Rural" (cas fictif)

- Service de diagnostics hydrogéologiques simplifiés pour communes rurales.
- Problème → solution → clients → bénéficiaires → modèle simple de revenus.
- Support pédagogique pour travaux de groupe / PFE orientés projet.

### 5.9. Démarche progressive

- Tester à petite échelle (projet pilote).
- Recueillir les retours des utilisateurs.
- Ajuster le projet (contenu, organisation, tarifs).
- Éventuellement élargir le périmètre.

*Kiniouar*

## 2. L'entreprise : définition, finalités et typologie

### 2.1. Qu'est-ce qu'une entreprise ?

Il existe de nombreuses définitions possibles. Pour ce cours, on peut retenir la suivante :

**Une entreprise est une organisation qui mobilise des ressources pour produire des biens ou des services destinés à des clients, dans le but de créer de la valeur et d'assurer sa propre pérennité.**

Quelques éléments importants dans cette définition :

- **Organisation :**
  - une entreprise n'est pas une personne seule "qui fait tout",
  - c'est un système structuré (même simple) avec des tâches, des rôles, des procédures, des règles.
- **Ressources :**
  - humaines (compétences, temps),
  - matérielles (bureaux, véhicules, machines, instruments de mesure),
  - financières (capital, trésorerie, crédits),
  - informationnelles (données, savoir-faire, logiciels, contacts).
- **Biens ou services :**
  - une entreprise peut vendre des produits "physiques" (pompes, équipements, capteurs...);
  - mais dans le domaine de l'hydrogéologie, elle vend très souvent des **services** : études, diagnostics, mesures, formation, conseil.
- **Clients :**
  - ménages, agriculteurs, entreprises, communes, administrations, ONG, etc.
- **Valeur :**
  - la valeur n'est pas uniquement financière ; il peut s'agir aussi d'utilité, de sécurité, de confort, de qualité environnementale.
- **Pérennité :**
  - pour survivre, une entreprise doit être **capable de couvrir ses coûts** et d'investir un minimum pour se maintenir et se développer.

## 2.2. Caractéristiques générales de l'entreprise

On peut distinguer plusieurs caractéristiques qui permettent de décrire une entreprise :

1. **Une unité de décision**
  - même si plusieurs personnes participent, il existe toujours un ou plusieurs responsables qui prennent les décisions majeures : stratégie, investissements, embauches, etc.
2. **Une structure plus ou moins formalisée**
  - petites structures : organisation simple, peu de niveaux hiérarchiques ;
  - structures plus grandes : organigrammes, services, procédures formelles.
3. **Une activité continue**
  - l'entreprise n'est pas un projet ponctuel ;
  - elle cherche à fonctionner dans la durée, même si certains contrats sont temporaires.
4. **Une recherche d'équilibre**
  - entre recettes et dépenses,
  - entre contraintes économiques, sociales, environnementales, réglementaires.

## 2.3. Les finalités de l'entreprise

On réduit souvent l'entreprise à la recherche du profit. En réalité, ses **finalités** sont multiples.

### 2.3.1. Finalité économique

- L'entreprise doit être **viable financièrement** :
  - couvrir ses coûts (salaires, charges, matériel, impôts, etc.),
  - dégager un **résultat** (bénéfice) suffisant pour :
    - se développer (investir),
    - faire face aux imprévus,
    - rémunérer les apporteurs de capital (associés, actionnaires) s'il y en a.
- Sans équilibre économique, même le projet le plus noble ne peut pas durer.

### 2.3.2. Finalité sociale

- L'entreprise crée des **emplois** et des **revenus**.
- Elle participe à la **formation** et à la montée en compétences des personnes (salariés, stagiaires).
- Elle influence la **qualité de vie au travail** : conditions de sécurité, horaires, ambiance, possibilités d'évolution.

*Kiniouar*

Dans le domaine de l'eau, de nombreuses entreprises (bureaux d'études, laboratoires, exploitants, etc.) jouent un rôle important dans la formation pratique des jeunes ingénieurs et hydrogéologues.

### 2.3.3. Finalité environnementale

De plus en plus, on attend des entreprises qu'elles tiennent compte de leur **impact sur l'environnement** :

- consommation de ressources (eau, énergie, matériaux),
- production de déchets,
- émissions dans l'air, l'eau, le sol,
- impact sur les écosystèmes.

Pour des activités liées à l'eau, cet aspect est central :

- protection des nappes,
- limitation des pollutions,
- gestion durable des prélèvements,
- contribution aux objectifs de développement durable (ODD), notamment l'ODD 6 (eau propre et assainissement).

#### 2.3.4. Finalité sociétale

L'entreprise est aussi un **acteur de la société** :

- elle interagit avec les collectivités, les associations, les citoyens ;
- elle peut contribuer à des projets de territoire (gestion intégrée de l'eau, protection des zones humides, éducation à l'environnement, etc.) ;
- elle participe à la construction de **confiance** ou, au contraire, de **méfiance**, selon son comportement (transparence, respect des règles, qualité du service...).

Dans le secteur de l'eau, la dimension sociétale est particulièrement sensible : les usagers attendent un accès **équitable, sûr et durable** à la ressource.

#### 2.4. Les parties prenantes de l'entreprise (stakeholders)

Une entreprise n'est pas seulement en relation avec ses clients. Elle interagit avec de nombreuses **parties prenantes** (stakeholders) :

- **Propriétaires / actionnaires / associés** : apportent le capital, attendent un minimum de rentabilité.
- **Dirigeants** : prennent les décisions stratégiques et organisent l'activité.
- **Salariés / collaborateurs** : réalisent le travail au quotidien, attendent un salaire, des conditions de travail correctes, une reconnaissance.
- **Clients / usagers** : achètent les biens ou services, attendent une certaine qualité, des délais, un prix acceptable.
- **Fournisseurs** : fournissent matériel, logiciels, services ; attendent d'être payés en temps voulu.
- **Banques / financeurs** : peuvent accorder des crédits, attendent le remboursement et un certain niveau de sécurité.
- **État et collectivités** : réglementent, contrôlent, taxent ; peuvent aussi soutenir (subventions, marchés publics).
- **Communautés locales** : subissent ou bénéficient des impacts (emploi, environnement, paysage, bruit, etc.).

- **Environnement naturel** : souvent “sans voix” mais fortement affecté par les activités (ressources en eau, sols, biodiversité).

Dans une logique de **gestion intégrée** et de développement durable, une entreprise responsable cherche à **équilibrer** autant que possible les attentes de ces différentes parties prenantes, et pas seulement la rentabilité à court terme.

## 2.5. Typologie des entreprises

Pour mieux comprendre le tissu économique, il est utile de distinguer plusieurs **catégories** d'entreprises.

### 2.5.1. Selon la taille

- **Micro-entreprises** :
  - 1 à quelques personnes,
  - ressources limitées,
  - organisation très simple.
  - Exemple : un petit bureau d'études hydrogéologiques local.
- **Petites et Moyennes Entreprises (PME)** :
  - plusieurs dizaines de salariés,
  - structure plus formalisée,
  - capacité à gérer plusieurs projets en parallèle.
- **Grandes entreprises** :
  - centaines ou milliers de salariés,
  - organisation complexe (directions, services),
  - projets de grande envergure (grands barrages, réseaux d'eau, grands travaux).

### 2.5.2. Selon la nature juridique

- **Entreprise individuelle / auto-entrepreneur** :
  - une seule personne, responsabilité souvent forte sur son propre patrimoine,
  - formalités simplifiées, bon format pour démarrer une activité de service (consulting, expertise, petites études).
- **Sociétés (SARL, SPA, etc.)** :
  - plusieurs associés, capital social défini,
  - personnalité morale distincte de celle des fondateurs,
  - responsabilité limitée aux apports selon le type de société.

*Kiniouar*

- **Entreprises publiques / établissements publics** :
  - propriété de l'État ou de collectivités,

- missions de service public (par exemple : gestion d'un réseau d'eau potable, assainissement, barrages).
- **Associations, coopératives :**
  - but non lucratif ou limité,
  - peuvent porter des projets dans le domaine de l'eau (sensibilisation, petits services locaux, gestion communautaire).

Chaque statut a des **avantages** et **contraintes** (niveau de responsabilité, fiscalité, gouvernance) qu'il faut connaître avant de créer ou rejoindre une structure.

### **2.5.3. Selon le secteur d'activité**

Dans une perspective liée à l'hydrogéologie, on peut distinguer :

- **Entreprises de services en eau :**
  - gestion de réseaux, distribution d'eau potable, assainissement, maintenance.
- **Bureaux d'études et de conseil :**
  - études hydrogéologiques, modélisation, diagnostics, plans de gestion, études d'impact, suivi.
- **Entreprises de travaux et de forage :**
  - réalisation de forages, ouvrages de captage, réseaux, stations de traitement.
- **Laboratoires et services d'analyses :**
  - analyses physico-chimiques, bactériologiques, isotopiques.
- **Entreprises technologiques :**
  - instruments de mesure, capteurs, logiciels, outils SIG, télédétection, solutions numériques.

*Kiniouar*

## 2.6. Focus : l'entreprise de services en eau (exemple)

Pour illustrer les notions précédentes, on peut prendre l'exemple d'une **entreprise de services en eau**, publique ou privée, qui gère la distribution d'eau potable d'une ville.

- Finalité économique :
  - assurer un service de qualité avec un budget équilibré ;
  - maintenir et renouveler les infrastructures ;
  - maîtriser les coûts d'exploitation.
- Finalité sociale :
  - garantir un **accès à l'eau** pour tous (dans les limites du cadre réglementaire et tarifaire) ;
  - offrir des emplois et des formations.
- Finalité environnementale :
  - limiter les pertes (réduction des fuites),
  - protéger les captages,
  - optimiser l'énergie utilisée pour le pompage et le traitement.
- Finalité sociétale :
  - participer à la sécurité sanitaire,
  - contribuer aux politiques locales de développement durable,
  - dialoguer avec la population (transparence, information, gestion des plaintes).

Parties prenantes : usagers, communes, autorités de réglementation, personnels de l'entreprise, fournisseurs, laboratoires, etc.

Cet exemple montre qu'une entreprise n'est pas seulement une entité économique abstraite : elle est au cœur d'un **système complexe**, surtout lorsqu'il s'agit d'un service aussi sensible que l'eau.

*Kiniouar*

## 3. L'entreprise et son environnement

### 3.1. Notion d'environnement

On appelle **environnement de l'entreprise** l'ensemble des éléments **externes** qui influencent son fonctionnement, sans qu'elle puisse les contrôler totalement.

- L'entreprise peut **s'adapter** à cet environnement.
- Elle peut parfois essayer de **l'influencer** (par exemple, en faisant des propositions aux autorités, en participant à des groupes de travail).
- Mais elle ne peut pas le "piloter" entièrement.

On distingue généralement :

- le **macro-environnement** : cadre général (économie, politique, société, technologie, environnement, lois...);
- le **micro-environnement** : acteurs directement liés à l'activité (clients, fournisseurs, concurrents, partenaires...).

Dans le secteur de l'eau et de l'hydrogéologie, cette distinction est très utile : beaucoup de contraintes viennent du **haut** (politiques de l'eau, lois, budgets publics), et beaucoup d'opportunités viennent du **terrain** (besoins des communes, des agriculteurs, des usagers).

### 3.2. Le macro-environnement : l'approche PESTEL

Une façon classique d'analyser le macro-environnement est le modèle **PESTEL** :

Politique – Economique – Socioculturel – Technologique – Environnemental – Légal.

On peut l'illustrer pour une entreprise ou un projet dans le domaine de l'eau.

#### 3.2.1. Facteurs politiques (P)

- Niveau de **centralisation / décentralisation** :
  - qui décide des investissements en eau ? (État, agences, collectivités locales...)
- Stabilité politique, priorités des gouvernements :
  - l'eau et l'environnement sont-ils considérés comme secteurs "prioritaires" ?
- Politiques de soutien à l'**entrepreneuriat** :
  - programmes pour les jeunes diplômés, projets innovants, dispositifs pour les micro-entreprises.

*Kiniouar*

Pour un projet en hydrogéologie, ces facteurs sont essentiels : ils conditionnent l'**existence de marchés publics**, de programmes de GIRE, de financements.

### 3.2.2. Facteurs économiques (E)

- Croissance économique ou crise : cela influence les **budgets** des collectivités, des entreprises, des ménages.
- Niveau d'investissement dans les infrastructures : réseaux d'eau, stations de traitement, forages, barrages.
- Accès au **crédit** ou aux financements (banques, fonds, programmes internationaux).
- Prix de l'énergie : important pour le pompage, le traitement, la distribution de l'eau.

Un contexte économique favorable facilite l'investissement dans des études et services hydrogéologiques. En période de crise, les projets sont plus difficiles à financer mais les besoins (réduction des pertes, optimisation) peuvent aussi augmenter.

### 3.2.3. Facteurs socioculturels (S)

- Rapport de la population à l'eau :
  - eau perçue comme "abondante" ou "rare" ?
  - application ou non de gestes d'économie d'eau.
- Niveau d'**éducation** et de sensibilisation aux questions environnementales.
- Habitudes de consommation :
  - préférence pour l'eau du réseau, l'eau embouteillée, les puits privés, etc.
- Confiance dans les institutions et les opérateurs de l'eau.

Pour une entreprise qui propose des services en eau, la réussite dépend aussi de la **perception** des usagers : font-ils confiance aux études ? acceptent-ils de changer leurs pratiques ?

### 3.2.4. Facteurs technologiques (T)

- Disponibilité et coût des **technologies** liées à l'eau :
  - pompes, capteurs, compteurs intelligents, équipements de traitement.
- Développement des **outils numériques** :
  - SIG (QGIS...), télédétection, modélisation, plateformes de données, applications mobiles.
- Possibilités de **télégestion** et de suivi à distance (SCADA, IoT, etc.).

*Kiniouar*

Ces technologies peuvent créer :

- des **opportunités** (nouveaux services, nouvelles méthodes de diagnostic),
- mais aussi des **exigences** (compétences nouvelles, investissements).

### 3.2.5. Facteurs environnementaux (E)

- Climat :
  - alternance sécheresses / inondations,
  - variabilité saisonnière des ressources.
- État des ressources en eau :
  - nappes surexploitées, rivières polluées, zones humides dégradées.
- Événements extrêmes :
  - crues, glissements de terrain, intrusion marine, etc.

Pour les hydrogéologues, ce volet est clé :

- il crée des **problèmes** (pénuries, conflits d'usage, risques),
- mais aussi des **besoins** de projets : GIRE, études, plans d'adaptation, protection des captages.

### 3.2.6. Facteurs légaux (L)

- Lois et règlements sur :
  - l'eau potable et l'assainissement,
  - les normes de qualité de l'eau,
  - les autorisations de prélèvement, de forage, de rejet,
  - les études d'impact environnemental.
- Droit du travail, sécurité, responsabilité professionnelle.
- Règles spécifiques sur la **propriété intellectuelle**, les données, les marchés publics.

Une entreprise qui intervient dans l'eau doit respecter un ensemble de règles assez strictes. Mais ces règles peuvent aussi créer des **opportunités** : besoin d'études, de suivis, de diagnostics.

### 3.3. Le micro-environnement : les acteurs proches

Le **micro-environnement** regroupe les acteurs avec lesquels l'entreprise est en interaction directe.

On peut distinguer :

- les **clients**,
- les **fournisseurs**,
- les **concurrents**,
- les **partenaires**/complémentaires,
- et, dans l'eau, certaines **institutions-clés**.

*Kiniouar*

### 3.3.1. Clients

Ce sont les destinataires des biens ou services proposés. Dans le domaine de l'hydrogéologie, les clients possibles sont nombreux :

- **Collectivités locales** : communes, intercommunalités, régions.
- **Opérateurs publics ou privés de l'eau** : offices, régies, sociétés d'exploitation.
- **Agriculteurs** ou groupements (coopératives, périmètres irrigués).
- **Industries** : agroalimentaire, mines, cimenteries, etc.
- **Bureaux d'études plus grands** : qui sous-traitent des missions spécialisées.
- **ONG, projets de développement**, organismes internationaux.
- Parfois **particuliers** (forages domestiques, études de qualité de l'eau).

La bonne compréhension des **attentes et contraintes** de ces clients est centrale pour tout projet entrepreneurial.

### 3.3.2. Fournisseurs

Ils fournissent les ressources nécessaires :

- **Matériel de terrain** : pompes d'essai, débitmètres, sondes piézométriques, capteurs de qualité.
- **Logiciels** : SIG, traitement de données, modélisation.
- **Laboratoires** : analyses physico-chimiques, bactériologiques, isotopiques.
- **Prestations spécialisées** : topographie, géophysique, forage, etc.

Une relation de confiance avec les fournisseurs permet de garantir la **qualité** et la **fiabilité** des services.

### 3.3.3. Concurrents

Ce sont les autres acteurs qui proposent des services similaires ou proches :

- autres **bureaux d'études** en eau, environnement, géotechnique ;
- sociétés d'ingénierie généralistes qui incluent un volet hydraulique/hydrogéologique ;
- structures publiques internes (services techniques) qui réalisent certaines études en interne.

Analyser la concurrence permet de :

- comprendre la **position** de son propre projet,
- trouver des niches ou des **spécialisations**,
- éviter d'entrer en compétition frontale là où l'on n'a ni la taille ni les moyens.

*Kiniouar*

### 3.3.4. Partenaires et compléments

Dans le domaine de l'eau, le partenariat est souvent indispensable. Quelques exemples :

- associations avec des ingénieurs génie civil, agronomes, environnement, pour proposer des solutions **intégrées** ;
- coopération avec des laboratoires universitaires pour des méthodes spécifiques ;
- liens avec des ONG ou des projets pour des actions de **sensibilisation** ou de **formation**.

Ces partenariats permettent à une structure modeste d'augmenter sa **capacité d'action** et sa **crédibilité**.

### 3.3.5. Institutions clés du secteur de l'eau

Au-delà des clients et partenaires, certaines institutions ont un rôle particulier :

- ministères en charge de l'eau, de l'environnement, de l'agriculture ;
- agences ou autorités de bassin ;
- offices nationaux ou régionaux ;
- autorités sanitaires ;
- structures en charge de la planification (schémas directeurs, plans d'aménagement).

Même si elles ne sont pas toujours des "clients directs", ces institutions fixent le **cadre**, les **priorités**, et peuvent lancer des **programmes** auxquels les entreprises peuvent contribuer.

### 3.4. Environnement et stratégie d'entreprise

L'analyse de l'environnement n'est pas un exercice théorique pour "remplir des cases". Elle a des conséquences directes sur la **stratégie** :

- Dans un contexte où les **budgets publics sont limités**, il peut être pertinent de proposer des services **simplifiés et ciblés**, adaptés aux moyens des collectivités.
- Si les politiques publiques mettent l'accent sur la **GIRE** et les **ODD**, les projets qui contribuent clairement à ces objectifs peuvent être mieux accueillis.
- Si de nouvelles technologies deviennent accessibles (SIG open source, télédétection), elles peuvent être intégrées à des offres de service à **forte valeur ajoutée**.
- Si des réglementations renforcent les exigences de **qualité de l'eau**, de **protection des captages**, de **traitement des rejets**, cela crée un besoin d'études, de **contrôles**, de conseils.

### 3.5. Exemple d'analyse environnementale pour un bureau d'études hydro

Imaginons un **petit bureau d'études hydrogéologiques** qui souhaite travailler avec des communes et des agriculteurs.

- **Politique :**
  - existence d'une politique nationale de l'eau,
  - volonté de renforcer la gestion des nappes et de réduire les pertes.
- **Économique :**
  - budgets communaux limités mais besoins importants ;
  - possibilité de financements via des projets (national ou international).
- **Socioculturel :**
  - forte dépendance vis-à-vis de l'eau souterraine ;
  - sensibilisation progressive aux risques de pénurie ;
  - parfois méfiance vis-à-vis des "études" jugées trop théoriques.
- **Technologique :**
  - disponibilité de SIG, fibres, données satellites, outils de calcul ;
  - mais manque de compétences dans certaines communes.
- **Environnemental :**
  - nappes sous pression (surexploitation, variabilité climatique) ;
  - risques de pollution diffuse (agriculture) ou ponctuelle (décharges, rejets).
- **Légal :**
  - cadre réglementaire sur le forage, la qualité des eaux, les études d'impact.

À partir de là, le bureau peut :

- positionner ses services (diagnostics, cartes, accompagnement à la GIRE)
- adapter ses offres aux **contraintes de budget**,
- mettre en avant la **pédagogie** et la **vulgarisation** comme éléments différenciants,
- justifier son action par rapport aux **objectifs officiels** de gestion durable de l'eau.

## 4. L'entrepreneur

### 4.1. Définition de l'entrepreneur

De manière simple, on peut dire :

**L'entrepreneur est une personne qui identifie une opportunité, conçoit un projet et mobilise des ressources pour créer ou développer une activité, en acceptant une part de risque.**

Quelques éléments importants :

- **Identifier une opportunité :**
  - voir un **problème non résolu** ou mal résolu,
  - repérer un **besoin** ou un **manque** dans un contexte donné (territoire, secteur, groupe social).
- **Concevoir un projet :**
  - imaginer une **solution réaliste**,
  - la transformer en offre de service ou en produit,
  - organiser les étapes de mise en œuvre.
- **Mobiliser des ressources :**
  - ressources humaines (équipe, partenaires),
  - ressources matérielles (local, matériel, outils),
  - ressources financières (épargne, aides, crédit),
  - ressources immatérielles (réseau, connaissances, informations).
- **Accepter une part de risque :**
  - rien n'est garanti d'avance,
  - il peut y avoir des erreurs, des retards, des adaptations à faire,
  - l'entrepreneur sait qu'il n'a pas toutes les réponses au départ.

L'entrepreneur n'est donc pas seulement quelqu'un qui "a une idée", mais quelqu'un qui **agit** pour transformer cette idée en réalité.

*Kiniouar*

## 4.2. Différents profils d'entrepreneurs

Il n'existe pas un "portrait unique" d'entrepreneur. On peut distinguer plusieurs **profils**, souvent combinés.

### 4.2.1. L'entrepreneur innovateur

- Cherche à introduire quelque chose de **nouveau** :
  - nouvelle technologie,
  - nouvelle méthode,
  - nouvelle organisation,
  - nouveau modèle économique.
- Dans l'eau, cela peut être : une nouvelle manière de suivre les ressources, de sensibiliser les usagers, de fournir un service.

### 4.2.2. L'entrepreneur opportuniste

- Repère un **besoin non couvert** ou un segment mal servi par les solutions existantes.
- Propose une réponse **plus simple, plus proche, plus adaptée** :
  - meilleure réactivité,
  - service local,
  - spécialisation sur un type de client (petites communes, agriculteurs, etc.).

### 4.2.3. Le repreneur

- Ne crée pas une activité "à partir de zéro", mais **reprend** :
  - une entreprise existante,
  - un bureau d'études,
  - un service technique,
  - et le modernise, le réorganise.
- L'entrepreneuriat ne consiste donc pas toujours à "inventer" : parfois, il s'agit de **reprendre et améliorer**.

### 4.2.4. L'entrepreneur social

- Vise un **impact social ou environnemental** clair (eau potable, assainissement, protection des nappes, sensibilisation),
- tout en recherchant un **équilibre économique** (ne pas perdre d'argent, assurer la continuité du service).
- Très présent dans :
  - les projets d'accès à l'eau,
  - la gestion communautaire,
  - les actions de sensibilisation / formation.

#### 4.2.5. L'intrapreneur

- Salarié au sein d'une **organisation existante** (office, ministère, régie, bureau d'études),
- qui porte un **projet innovant** en interne :
  - nouveau service,
  - nouvelle méthode de suivi,
  - amélioration d'un processus.
- Il ne crée pas une entreprise, mais adopte une **démarche entrepreneuriale** à l'intérieur de sa structure.

#### 4.3. Qualités personnelles de l'entrepreneur

Il ne s'agit pas de qualités "innées". Ce sont plutôt des **attitudes** qui peuvent se travailler.

##### 4.3.1. Esprit d'initiative

- Capacité à **ne pas rester passif** devant un problème.
- Proposer des idées, tester des solutions, essayer.
- Ne pas attendre que "tout soit parfait" pour démarrer.

##### 4.3.2. Persévérance et résilience

- Un projet ne fonctionne presque jamais exactement comme prévu.
- Il y a des obstacles, des retards, des refus.
- L'entrepreneur doit **apprendre de ses erreurs**, ajuster, recommencer.

##### 4.3.3. Sens des responsabilités

- Prendre des décisions et les assumer.
- Tenir ses engagements vis-à-vis des clients, des partenaires, de l'équipe.
- Être conscient des conséquences de ses choix (économiques, humains, environnementaux).

##### 4.3.4. Curiosité et ouverture

- S'intéresser à d'autres domaines que le sien : gestion, communication, politique de l'eau, expériences d'autres pays.
- Accepter de **demander conseil**, d'écouter les retours d'expérience.

*Kiniouar*

##### 4.3.5. Capacité à gérer l'incertitude

- L'entrepreneur n'a jamais toutes les informations.
- Il doit décider avec des données **incomplètes**, en évaluant les risques.
- L'objectif n'est pas d'éliminer tout risque, mais de le **rendre acceptable**.

#### 4.4. Compétences de gestion et de projet

En plus des qualités personnelles, certaines **compétences techniques** sont très utiles.

##### 4.4.1. Gestion de projet

- Savoir définir des **objectifs clairs**.
- Planifier les étapes (qui fait quoi, quand, avec quels moyens).
- Estimer les **délais** et les **coûts**.
- Suivre l'avancement, ajuster si nécessaire.

Pour un hydrogéologue, cela se rapproche de la gestion d'un **chantier d'étude** : collecte de données, terrain, analyses, rapport, restitution.

##### 4.4.2. Notions de gestion financière

L'entrepreneur n'a pas besoin d'être un expert-comptable, mais il doit comprendre :

- la différence entre **chiffre d'affaires, charges, résultat** ;
- la notion de **coût de revient** : combien coûte réellement une prestation (temps, déplacements, matériel, charges) ;
- la **trésorerie** : l'argent qui entre et sort mois par mois ;
- la fixation d'un **prix** cohérent (ni trop bas, ni irréaliste).

Sans cette base, il est difficile de savoir si un projet est **viable** ou non.

##### 4.4.3. Compétences de communication

- Expliquer clairement son projet à des publics variés :
  - décideurs, techniciens, usagers, agriculteurs, étudiants, etc.
- Adapter le langage (éviter le jargon excessif).
- Présenter des résultats d'étude de manière **compréhensible et utile**.
- Rédiger des documents corrects (rapports, mails, notes, supports de présentation).

Dans l'eau, la communication est souvent la clé entre une **étude qui reste dans un tiroir** et un projet qui est vraiment utilisé.

##### 4.4.4. Travail en équipe et en réseau

*Kiniouar*

- Savoir travailler avec des personnes de profils différents : ingénieurs, techniciens, juristes, économistes, élus, etc.
- Construire un **réseau professionnel** : contacts dans les administrations, les bureaux d'études, les laboratoires, les ONG.
- Une grande partie des opportunités passe par le **réseau** (recommandations, projets conjoints, appels d'offres).

## 4.5. L'entrepreneur en hydrogéologie : atouts et défis

Pour un futur diplômé de **Master 2 Hydrogéologie**, certains aspects sont spécifiques.

### 4.5.1. Atouts

- **Compétences scientifiques et techniques solides :**
  - compréhension des aquifères, des bilans hydrologiques, de la qualité de l'eau,
  - capacité à interpréter des données et à proposer des solutions réalistes.
- **Crédibilité technique :**
  - auprès des collectivités, des offices, des agriculteurs, des industriels.
- **Vision globale de la ressource :**
  - lien entre surface et souterrain, entre climat et recharge, entre usages et impacts.

Ces atouts sont très recherchés, surtout dans un contexte de **tension sur les ressources en eau**.

### 4.5.2. Défis

- Sortir de la posture **pure "technicien" ou "chercheur"** pour intégrer :
  - la dimension **économique** (coûts, prix, budgets),
  - la dimension **humaine** (acteurs, conflits d'usage, perceptions),
  - la dimension **institutionnelle** (règles, politiques, programmes).
- Accepter de se confronter à des sujets "non scientifiques" :
  - gestion, communication, réglementation, marché.
- Travailler souvent avec des données **incomplètes** ou incertaines (manque d'instruments, archives lacunaires), tout en gardant une approche rigoureuse.

*Kiniouar*

#### 4.6. Mythes et réalités sur l'entrepreneur

Il existe beaucoup d'idées reçues. En voici quelques-unes à corriger.

##### ***Mythe 1 : "L'entrepreneur est un génie isolé"***

En réalité :

- La plupart des projets sont **collectifs**.
- Les réussites viennent souvent d'un **travail d'équipe**, de partenaires, de conseillers.
- L'entrepreneur ne sait pas tout, mais il sait **s'entourer**.

##### ***Mythe 2 : "Il faut une idée totalement nouvelle"***

En réalité :

- Beaucoup de projets consistent à **améliorer l'existant** :
  - faire plus simple, plus local, plus pédagogique, plus intégré.
- Adapter des solutions venues d'ailleurs au contexte local peut déjà être une **innovation utile**.

##### ***Mythe 3 : "Il faut être très riche pour entreprendre"***

En réalité :

- Certains projets exigent de gros investissements, mais beaucoup peuvent commencer **petit**, avec :
  - du temps,
  - des compétences,
  - un peu de matériel,
  - des partenariats.
- Il existe parfois des **dispositifs de soutien** (incubateurs, programmes publics, fonds pour jeunes diplômés).

##### ***Mythe 4 : "L'entrepreneur ne se trompe pas"***

En réalité :

- Se tromper fait partie du processus.
- L'essentiel est de **tirer des leçons** des erreurs, de corriger la trajectoire.
- Un projet réussi est souvent le résultat de plusieurs **ajustements successifs**.

*Kiniouar*

## 5. De l'idée au projet entrepreneurial

### 5.1. Tout commence par un problème bien compris

Un projet sérieux ne commence pas par "une idée géniale" sortie de nulle part, mais par un **problème concret**, vécu par de vrais acteurs.

Exemples typiques dans le domaine de l'eau (sans viser un cas particulier) :

- Des quartiers ou villages subissent des **coupures répétées d'eau** en période de pointe.
- Des réseaux perdent une grande partie de l'eau distribuée à cause de **fuites** et de branchements illicites.
- Des forages sont réalisés sans étude suffisante, avec un taux important de **forages improductifs**.
- Des nappes sont exposées à des **sources de pollution** (décharges, activités agricoles, zones industrielles).
- Des agriculteurs n'ont pas d'appui pour gérer l'**irrigation** en fonction des besoins réels des cultures.

**Première étape : formuler clairement le problème.**

Questions à se poser :

- Qui est touché par ce problème ?
- Où et quand se manifeste-t-il ?
- Quelles en sont les conséquences techniques, économiques, sociales, environnementales ?

Un problème bien formulé peut ressembler à :

*Kiniouar*

« Les communes rurales manquent de diagnostics simples sur leurs ressources en eau souterraine, ce qui entraîne des forages mal localisés et des risques élevés d'échec ou de surexploitation. »

À partir de là, on peut commencer à imaginer une **solution**.

## 5.2. Origine des idées de projets

Une **idée de projet** est une hypothèse de solution à un problème donné.

Elle peut venir de plusieurs sources, notamment chez les étudiants :

### 1. Les apprentissages et travaux académiques

- projets de licence,
- mémoires de Master,
- stages,
- campagnes de terrain,
- participation à des projets de recherche ou de coopération (GIRE, modélisation, cartographie, SIG, suivi piézométrique, qualité de l'eau, etc.).
- 

### 2. L'observation de solutions ailleurs

- exemples de projets en d'autres régions ou pays :
  - dispositifs d'économie d'eau,
  - méthodes de suivi des nappes,
  - organisations locales de gestion de l'eau, etc.
- l'idée n'est pas de copier, mais **d'adapter** ces approches au contexte local, de façon plus simple et plus accessible.

### 3. Les évolutions technologiques

- SIG, images satellites, outils numériques, capteurs, plateformes de données, etc.
- ces outils permettent d'imaginer de **nouveaux services** : cartographie, suivi en temps (quasi) réel, aides à la décision, supports pédagogiques.

### 4. Les politiques publiques et les priorités nationales

- plans de gestion intégrée des ressources en eau,
- programmes de lutte contre les pertes,
- objectifs de développement durable (ODD),
- dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat et à l'innovation.

Ils créent des **besoins** en diagnostics, études, accompagnement technique et formation.

L'important n'est pas d'avoir une idée spectaculaire, mais une **idée pertinente**, liée à un problème bien identifié.

*Kiniouar*

### 5.3. Formuler la proposition de valeur

Une fois le problème et l'idée de solution identifiés, il faut clarifier la **proposition de valeur** :

Qu'apporte concrètement le projet aux futurs clients ou bénéficiaires ?

On peut se guider avec quatre questions simples :

1. **Pour qui ?**

- Communes ? Exploitants agricoles ? Petites industries ? Offices de l'eau ? ONG ? Ménages ?

2. **Quel problème précis ?**

- Manque d'information sur la ressource ? Mauvaise gestion des forages ? Pertes d'eau élevées ? Risques de pollution ? Manque de sensibilisation ?

3. **Quelle solution ?**

- Service d'étude ou de diagnostic,
- outil (carte, base de données, tableau de bord),
- formation ou sensibilisation,
- service de suivi et de maintenance, etc.

4. **Quel bénéfice concret ?**

- diminution du risque d'échec des forages,
- réduction des pertes d'eau,
- meilleure sécurité d'alimentation,
- économie de temps et de moyens,
- meilleure compréhension de la ressource et des enjeux.

### 5.4. Comprendre le marché : qui sont les clients ?

Le **marché** d'un projet, ce sont les acteurs qui pourraient être intéressés par la solution et prêts à la financer (directement ou indirectement).

#### 5.4.1. Approche qualitative : écouter les acteurs

Avant de penser chiffres, il est recommandé de :

- rencontrer ou appeler quelques **acteurs représentatifs** :
  - responsables de services eau et assainissement,
  - techniciens,
  - agriculteurs,
  - membres d'associations, etc.
- poser des questions ouvertes :
  - *Comment gérez-vous actuellement ce problème ?*
  - *Quelles sont vos principales difficultés ?*
  - *Avez-vous déjà essayé d'autres solutions ?*
  - *Qu'est-ce qui vous manquerait pour faire mieux ?*

*Kiniouar*

L'objectif n'est pas de "vendre", mais de **comprendre**.

#### 5.4.2. Approche quantitative : estimer l'ordre de grandeur

Même de manière simplifiée, on peut essayer d'estimer :

- combien d'acteurs pourraient être concernés (nombre de communes, d'exploitations agricoles, d'industries, etc.) ;
- avec quelle fréquence ils auraient besoin de la solution (une fois, tous les ans, plusieurs fois par an) ;
- quel budget approximatif ils consacrent déjà à ce type de problème (études, travaux, maintenance).

Il ne s'agit pas d'obtenir des chiffres parfaits, mais de vérifier si le projet repose sur **un marché trop étroit** ou sur une **demande potentiellement suffisante**.

#### 5.5. Prendre en compte les solutions existantes et la concurrence

Il existe presque toujours des acteurs qui interviennent déjà dans le domaine ciblé :

- bureaux d'études,
- services techniques publics ou parapublics,
- entreprises de travaux,
- associations, etc.

Analyser la **concurrence** permet :

- de voir quelles solutions sont déjà proposées,
- de comprendre leurs points forts et leurs limites,
- de repérer ce que le projet pourrait apporter de **différent** ou de **complémentaire**.

Questions à se poser :

- Quels services proches du projet existent déjà ?
- À quels types de clients s'adressent-ils ?
- Quelles critiques ou limites sont parfois mentionnées (coûts, délais, manque de proximité, manque de suivi, manque de pédagogie) ?

L'objectif est d'éviter deux extrêmes :

- penser à tort qu'"il n'existe rien",
- ou, au contraire, se décourager parce qu'"il existe déjà des acteurs" : l'enjeu est de **se positionner** intelligemment.

*Kiniouar*

## 5.6. Utiliser la matrice SWOT pour le projet

La matrice **SWOT** est un outil pratique pour faire le point sur leur projet :

- **S – Strengths (Forces) :**
  - compétences techniques,
  - connaissances scientifiques,
  - maîtrise de certains outils (SIG, modélisation, etc.),
  - bonne compréhension d'un territoire spécifique.
- **W – Weaknesses (Faiblesses) :**
  - peu d'expérience en gestion ou en communication,
  - moyens financiers très limités,
  - manque de réseau professionnel au début.
- **O – Opportunities (Opportunités) :**
  - politiques de soutien à l'eau et au développement durable,
  - programmes d'aide à la création d'entreprise,
  - prise de conscience croissante des enjeux d'eau.
- **T – Threats (Menaces) :**
  - présence de concurrents puissants,
  - budgets publics instables,
  - changements de priorités politiques,
  - aléas économiques.

Remplir une SWOT aide à :

- mettre en valeur les **atouts** du projet,
- identifier ce qui doit être **renforcé** (formation, partenariats),
- repérer les **risques** pour mieux les anticiper.

*Kiniouar*

### 5.7. Esquisser un modèle économique (business model)

Pour qu'un projet devienne entrepreneurial, il doit s'appuyer sur un **modèle économique** : comment les ressources nécessaires (temps, matériel, déplacements, etc.) seront-elles financées ? Un outil simple est le **Business Model Canvas**, avec quelques questions clés :

1. **Segments de clients**
  - À qui s'adresse le projet ?
  - Un seul type de client ou plusieurs (communes, agriculteurs, petites industries, ONG...) ?
2. **Proposition de valeur**
  - Qu'est-ce que le projet apporte de spécifique à chacun de ces segments ?
3. **Canaux**
  - Comment atteindre ces clients ?
  - Réunions, visites sur site, réseaux professionnels, appels d'offres, plateformes, recommandations...
4. **Relations avec les clients**
  - Missions ponctuelles (une étude, un diagnostic) ou relations de plus long terme (contrats de suivi, maintenance, conseil régulier) ?
5. **Sources de revenus**
  - Honoraires d'études ?
  - Prestations de service ?
  - Formations ?
  - Abonnements pour un suivi régulier ?
6. **Ressources clés**
  - Compétences (hydrogéologie, SIG, communication),
  - matériel de terrain,
  - logiciels,
  - véhicule,
  - temps de travail.
7. **Activités clés**
  - collecter des données,
  - analyser, modéliser, cartographier,
  - rédiger des rapports,
  - animer des réunions,
  - former des usagers ou des techniciens.
8. **Partenaires clés**
  - laboratoires d'analyses,
  - bureaux d'études,
  - fournisseurs de matériel,
  - universités,
  - associations.
9. **Structure de coûts**
  - matériel,
  - déplacements,
  - communication,
  - charges administratives,
  - entretien et renouvellement des équipements.

*Kiniouar*

## Conclusion générale

Ce module d'**entrepreneuriat** avait pour but de compléter la formation scientifique en hydrogéologie par une **ouverture sur le monde de l'entreprise et des projets**.

Au fil des chapitres, vous avez vu :

- ce qu'est une **entreprise**, ses finalités économiques, sociales et environnementales ;
- comment elle s'inscrit dans un **environnement** plus large (politique, économique, social, technologique, légal, environnemental) ;
- le rôle de l'**entrepreneur**, ses profils possibles, ses qualités et compétences ;
- la démarche qui permet de passer d'une **idée** à un **projet structuré** : problème réel, proposition de valeur, marché, concurrence, SWOT, modèle économique ;

L'objectif n'est pas que chaque étudiant crée une entreprise, mais que chacun développe une **culture entrepreneuriale minimale** :

être capable d'identifier un problème d'eau, de comprendre les acteurs en jeu, d'imaginer une solution réaliste et de la formuler comme un **projet cohérent**.

En tant que futurs hydrogéologues, vous êtes au cœur des enjeux de **gestion intégrée des ressources en eau** et de **développement durable**.

Que vous travailliez plus tard dans une administration, un bureau d'études, une ONG ou en indépendant, cette attitude de **porteur de projet** – capable de proposer, structurer et défendre des solutions – sera un atout majeur.

*Kiniouar*