



Une méthode pour concevoir son futur

Projet No.

Nom du projet :

Porteur(s) du projet :

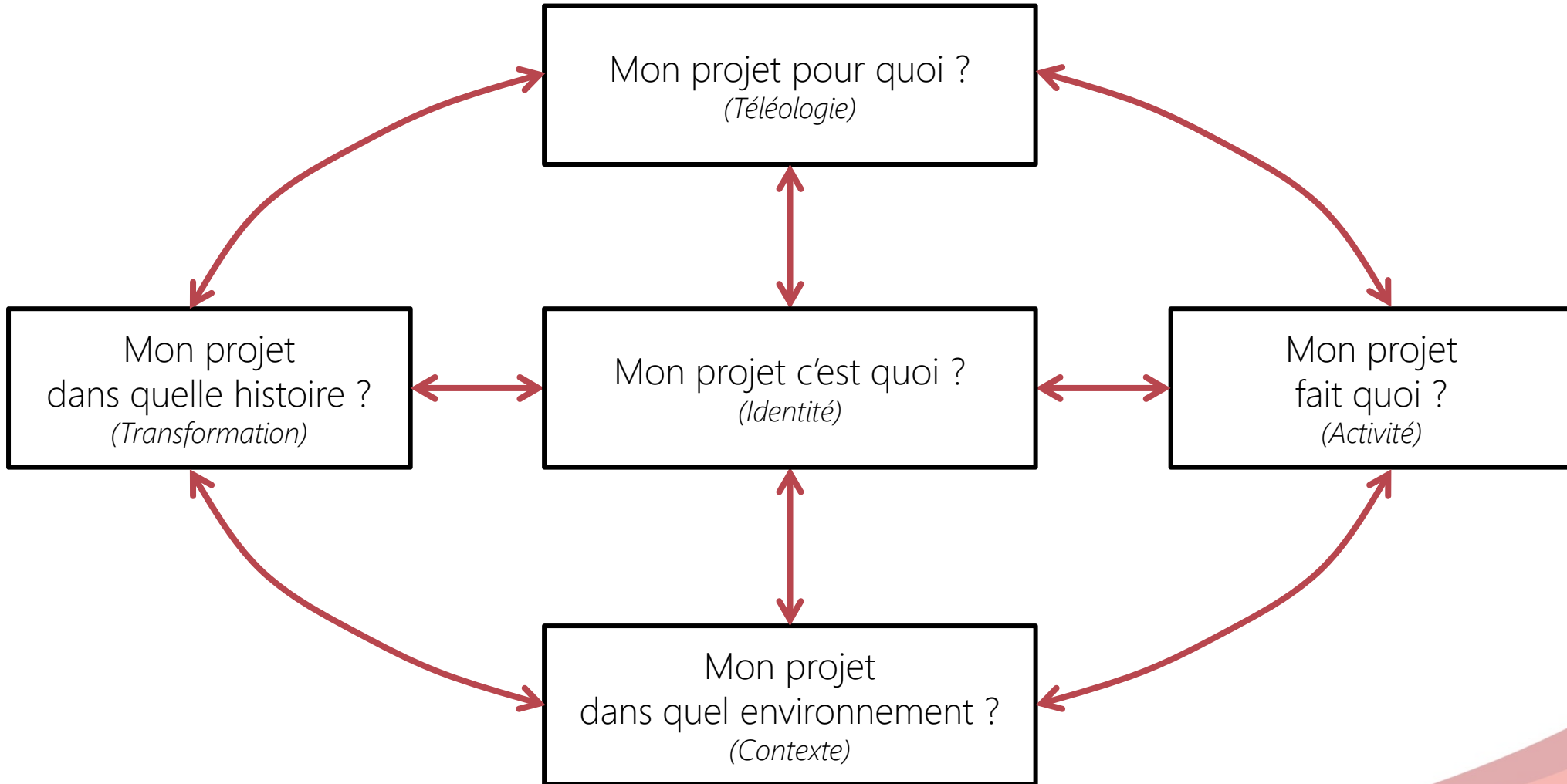
Date

IDéo © Document de travail
Version Complète

Conception originale :
Pr. Christophe Schmitt
Vice-Président de l'Université de Lorraine en
charge de l'entrepreneuriat et l'incubation
Titulaire de la Chaire « Entreprendre »

1. La construction d'un scénario (Partie 1)

= Ne pas remplir =



1.1. Mon projet c'est quoi ?

« Décris-moi ton projet »

« Dessine-moi ton projet »

1.2. Mon projet dans quelle histoire ?

Jusqu'à aujourd'hui, comment ont évolué le besoin et les réponses apportées à celui-ci?

Identification et définition du besoin

1.3. Mon projet pour quoi ?

Description de la demande

Segmentation de la clientèle et ciblage

acheteurs :

utilisateurs finaux :

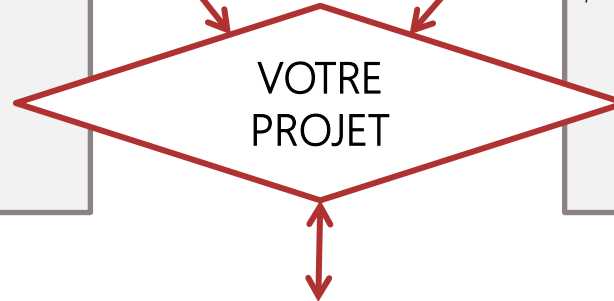
prescripteurs :

Description de l'offre

Concurrence sur le marché :

produits/services similaires :

produits/services de substitution :



Description de votre offre

Offre + Valeur ajoutée :

avantages pour le client :

avantages concurrentiels (non copiables) :

1.4. Mon projet fait quoi ?

1. Quelles sont les activités clés du projet ? Séparez les verbes d'action par moments (avant, durant ou après le démarrage), par niveau (stratégique, opérationnel) ou par fonction (production, gestion, vente, distribution...). Listez aussi les activités connexes comme le nettoyage, la communication, la levée des fonds,...
2. Quelles sont les ressources (humaines, techniques, financières,...) nécessaires aux différentes activités ? Faites la liste en face de chaque activité
3. Quels sont les résultats attendus des différentes activités ? Quels sont les objectifs dans le temps ?

Attention à l'ordre de remplissage !



1.5. Mon projet dans quel environnement ?

Environnement technologique
(savoirs/technologies indispensables au projet)

Environnement géographique
(échelle de l'activité)

Environnement économique
(attraits du marché / attractivité du secteur)



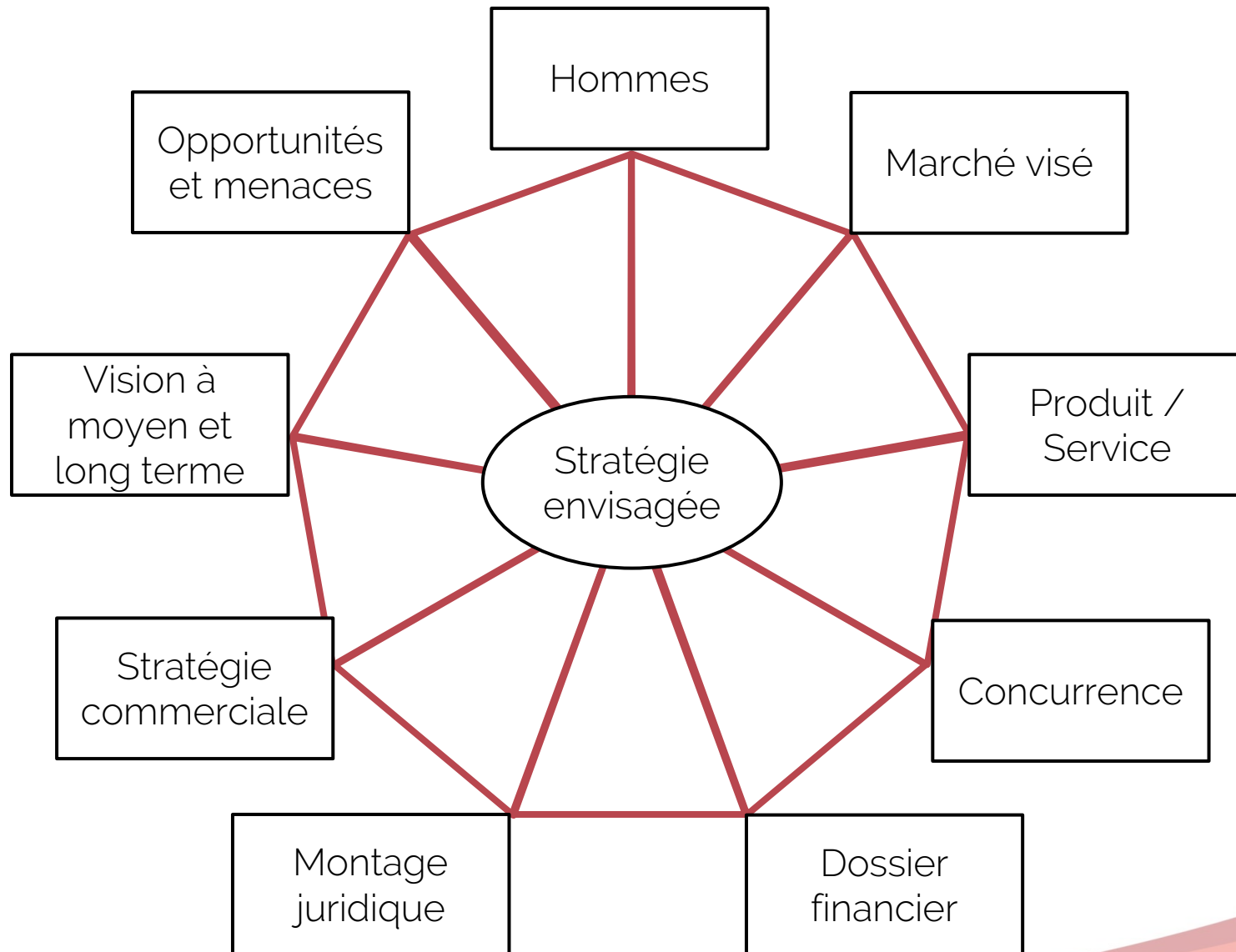
Environnement culturel
(atouts culturels / modes)

Environnement politique et juridique
(lois, réglementations, normes pour et/ou en contre)

Environnement humain
(compétences indispensables)

2. La construction d'un scénario (Partie 2)

= Ne pas remplir =



Stratégie envisagée

2.1. Hommes (ressources humaines)

<i>Intitulé/profil des postes</i>	<i>Salaire Net</i>	<i>Salaire Brut</i> Charges Salariales (SN + ~22%) = SB	<i>Coût employeur</i> Charges patronales (SB + ~45%)	<i>Nombre de postes nécessaires</i>	<i>Total mensuel</i>	<i>Total annuel</i>

Stratégie envisagée

2.2. Marché visé

2.3. Produit / service

Stratégie envisagée

2.4. La concurrence

Nouveaux entrants

Fournisseurs

Concurrents sur le marché

Clients



Substituts



Options d'intensité

Très faible/
facile à travailler avec

0 1 2 3 4 5

Très intense/
dur à négocier

Stratégie envisagée

2.5. Dossier financier

2.6. Montage juridique

Stratégie envisagée

2.7. Stratégie commerciale

2.8. Vision à moyen et long terme

Stratégie envisagée

2.9. Opportunités et menaces

Conclusion

Mon projet et ma valeur ajoutée

Hypothèses à tester (gagner en cohérence)

Mes clients cibles

Personnes à rencontrer pour présenter le projet (gagner en robustesse)

Mes besoins

Annexe au dossier financier

(1 - Compte de résultat prévisionnel)

PRODUITS - VENTES	Moyenne mensuelle	Projection annuelle
Chiffre d'affaires TTC		
TVA		
Chiffre d'affaires HT		
Autres produits		
TOTAL DES VENTES		
CHARGES		
Achats des marchandises / matières premières / fournisseurs		
Frais de personnel : Salaires et charges (≈salaire net x 1,8)*		
Loyer		
Dépenses d'énergie (≈1500 €/100m ² /an)*		
Fournitures de bureau / frais de fonctionnement		
Entretien et réparations		
Frais de déplacements (30 cts/kms)*		
Assurances (≈1000 à 1500 €/100m ² /an pour une activité de service)*		
Frais de comptabilité (≈700 à 10 000 €/an)*		
Autres frais administratifs (redevances, licences...)		
Services de télécommunication (Internet, téléphone, forfaits des portables,...)		
Autres charges		
Impôts et taxes locaux (2 % du CA HT)*		
TOTAL DES CHARGES		
RÉSULTAT BRUT		

* A titre indicatif

Annexe au dossier financier

(2 - Montage financier)

BESOINS (durables)	Montant
Immobilisations (Investissements)	
<i>Achat Immeubles (terrains, locaux,...)</i>	
<i>Aménagements, travaux, installations,...</i>	
<i>Matériel (machines, équipement...)</i>	
<i>Matériel de bureau</i>	
<i>Véhicules</i>	
<i>Autres</i>	
Besoin en fonds de roulement (BFR)	
<i>Constitution (% de l'ensemble des charges à déboursier les premiers mois sans ventes ou ventes faibles)</i>	
TOTAL DES BESOINS	
RESSOURCES (durables)	
Capitaux propres (Fonds propres)	
<i>Apports en capital (associés)</i>	
<i>Autofinancement net (produit de l'activité à réinvestir pendant le montage)</i>	
<i>Aides et subventions</i>	
<i>Autres investisseurs privés</i>	
Capitaux empruntés (emprunts à moyen et long terme)	
TOTAL DES RESSOURCES	

Attention ! Vérifier que le total des besoins correspond au total de ressources !

Préparation du pitch

- L'objectif de cet exercice est de présenter vos idées, séduire et convaincre le jury sur le fait que votre idée peut représenter une opportunité d'affaires. Restez quand même ouverts à la confrontation des représentations et des perceptions avec vos interlocuteurs.
- Vous avez **5 minutes** pour séduire et convaincre ! Une petite session des questions / réponses se suivra.

Quelques conseils :

- ✓ Surprenez !
- ✓ Construisez une histoire / Réveillez l'empathie de vos interlocuteurs
- ✓ Centrez vous sur votre proposition de valeur
- ✓ Développez votre marché, l'organisation imaginée, les clients visés, la valeur ajoutée, le projet, les enjeux...
- ✓ Imaginez ce que vous demanderiez à votre audience (soutien dans le développement, tester le produit, vous aider à le financer...)
- ✓ N'oubliez d'évoquer les éléments stratégiques, juridiques et financiers (si vous avez le temps)
- ✓ Entraînez vous / Répétez votre pitch
- ✓ **Attention** : la posture, les images et autres éléments non verbaux sont aussi importants que le discours et sa présentation

Critères d'évaluation :

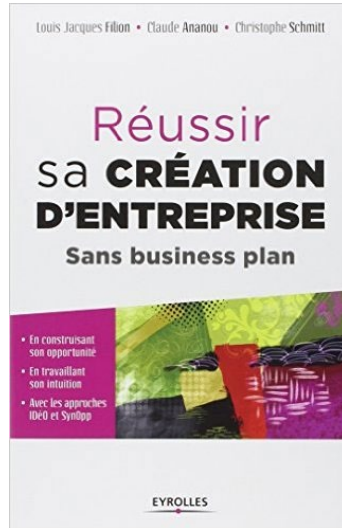
Section	Pistes
Fond	Le problème / besoin de marché est clairement identifié et communiqué
	La proposition de valeur pour les clients et les consommateurs est claire
	Le modèle économique (la forme de rendre perenne l'activité) est évoqué
	La stratégie commerciale est abordée de façon cohérente
	La vision du futur du projet est un lien des opportunités et des menaces
Forme	Le pitch est structuré et clair
	Le pitch est convaincant / l'équipe sait rassurer les auditeurs
	Les supports de présentation sont beaux, clairs, utiles
	Le dynamisme entrepreneurial et la motivation sont clairement appréciés
	L'équipe a su surprendre ("Wow" effet)

Éléments bibliographiques

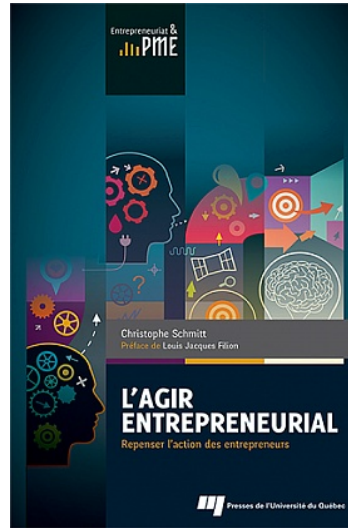


GROWTH
PUBLISHER

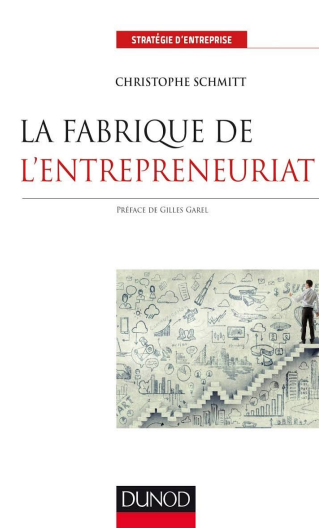
(2012) Schmitt, C.
*La valeur des produits et
des services en PME.*
2 éd. Berne : Growth
Publisher



(2012) Filion, L.J. ;
Ananou, C. ; et Schmitt, C.
*Réussir sa création d'entreprise sans
business plan.*
Paris : Eyrolles



(2015) Schmitt, C.
L'agir entrepreneurial.
Montréal : Presses de l'Université du
Québec



(2018) Schmitt, C.
La fabrique de l'entrepreneuriat
Paris : Dunod



(2019) Schmitt, C.
Entrepreneuriat
Paris : Dunod

Vous attendez quoi pour oser créer votre avenir ?



UNIVERSITÉ
DE LORRAINE



Ils soutiennent le Peel



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE,
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE



Pôle Étudiant Pour l'Innovation,
le Transfert, l'Entrepreneuriat

