



Une méthode pour concevoir son futur

Projet No.

Nom du projet : _____

Porteur(s) du projet : _____

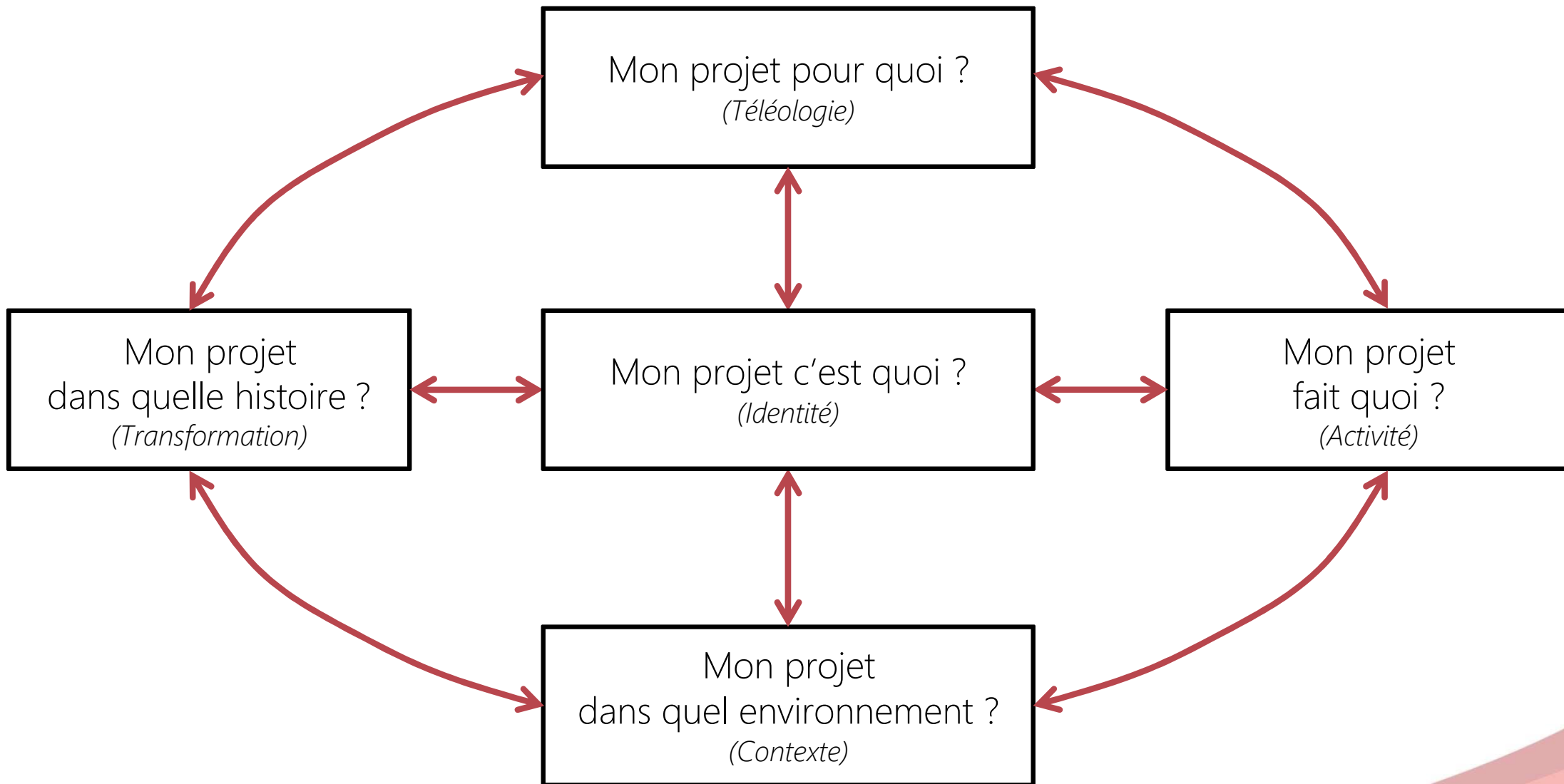
Date

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 »

Quelle phrase résume l'ensemble de mon projet ?

Attention : pas de slogan ; ne pas se limiter au produit

Permet de présenter rapidement le projet en une phrase lors d'une rencontre. Il faut mettre des mots concrets et précis sur une simple idée.

Il ne faut pas être technique ou jargonner.

« Dessine-moi ton projet »

Quelle image/schéma permet d'avoir une vue d'ensemble sur mon projet ?

Il est proposé de faire un dessin, un schéma qui peut être utilisé lors d'une présentation PowerPoint par exemple

Limitez l'usage de mots !

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

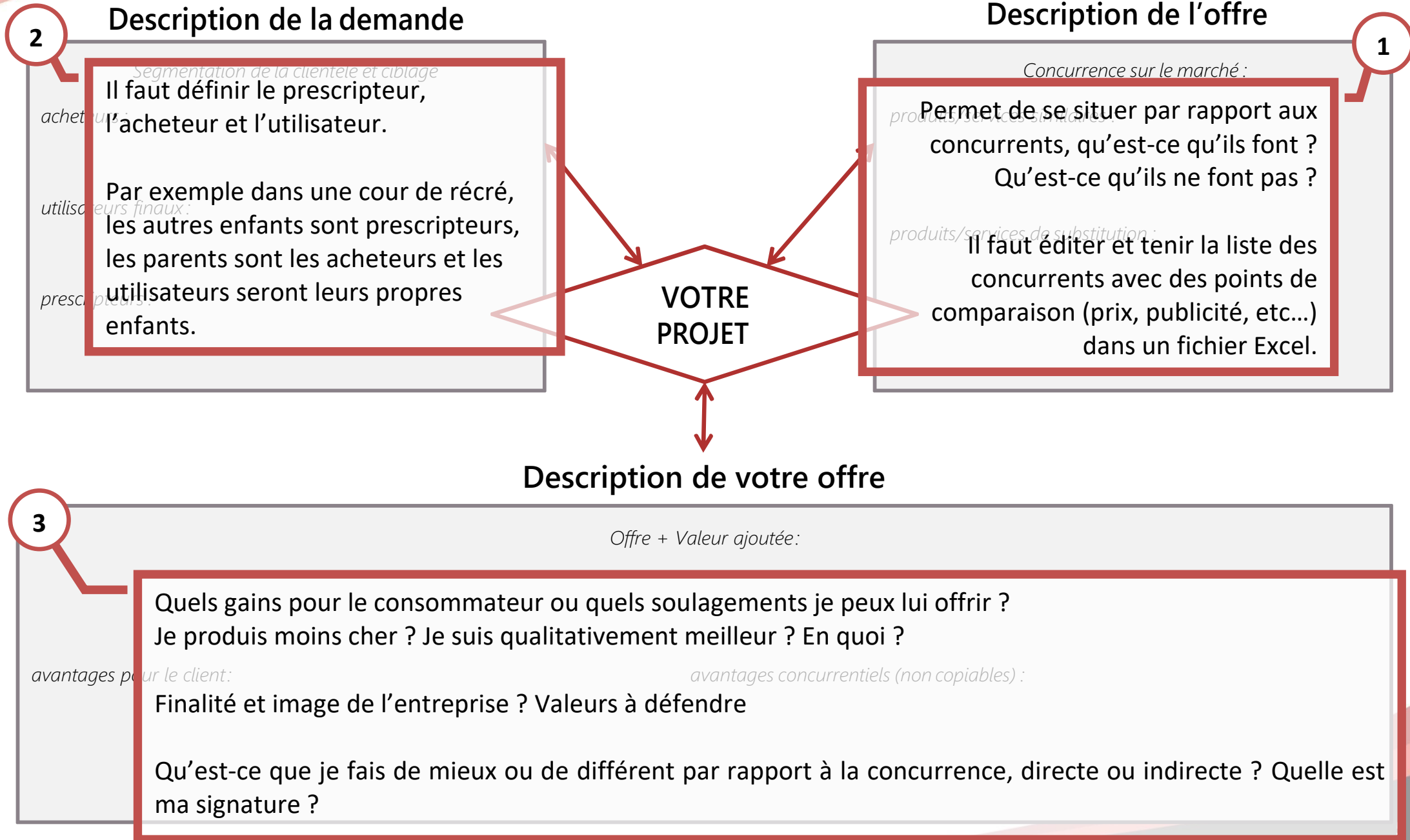
Quels sont les besoins, les problèmes, les désirs que vous voulez satisfaire ? Pour quoi votre solution n'a pas encore été proposée ? Quelles sont les solutions qui ont été proposées jusqu'à présent ? Pour quoi ce besoin reste insatisfait ? Pour quoi le problème n'est pas résolu ?

Ici il s'agit de dresser un petit état des lieux :

- Quel est le problème insatisfait ?
- Pourquoi il n'existe pas de solution ?
- Existe-t-il des solutions déjà proposées ?
- Pourquoi ce besoin reste-t-il insatisfait ?

Il ne faut pas hésiter à étudier ce qui se fait déjà afin de mieux appréhender son environnement.

1.3. Mon projet pour quoi ?



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 !

2. Ressources

2

Ex: 25 personnes, ligne téléphonique, voiture, frais déplacements, hébergement, restauration

Après avoir listé les activités en (1) il faut mettre en place une estimation des besoins financiers, humains et/ou technologique pour chacune d'entre elles.

1. Activités

1

Ex: Recherche de la prospection

Il s'agit ici de lister toutes les activités que l'on aura à réaliser quotidiennement durant le déroulement du projet, avant, pendant et après la création de l'entreprise.

Il est conseillé de commencer par un verbe

3. Résultats / Objectifs

3

Ex: En 3 mois, avoir prospecté toute la région

Il faut se fixer des objectifs temporels et/ou quantifiable afin d'allouer plus ou moins de temps à une tâche et de vérifier le bon avancement du projet.

- L'idée c'est de réfléchir à tout ce dont on a besoin pour le projet et pour l'organisation qui en résultera.
- Tout ce qui est de la sous-traitance on ne le considère pas, mais il nous faut un gestionnaire à l'intérieur de l'entreprise

1.5. Mon projet dans quel environnement ?

Environnement technologique

(savoirs/technologies indispensables au projet)

Éléments :

Qu'est ce qui se fait ? Quelle technologie d'autres secteurs je veux intégrer (IA/VR) ? La technologie est prête ?

Environnement économique

(attraits du marché / attractivité du secteur)

Arguments :

Panier moyen ? Le pouvoir d'achat est suffisant ?

Les investisseurs sont prêts ?

Environnement géographique

(échelle de l'activité)

Zone d'implantation (siège usines centres de distribution R&D) :

Où s'implanter ? où vendre le service/produit ? Concurrence autour de soi ? Sur internet ?

Zone de commercialisation :

locale – régionale – nationale – internationale

Définir le siège social permet de définir la concurrence

VOTRE
PROJET

Environnement culturel

(atouts culturels / modes)

Arguments :

La société peut-elle accepter le produit ? (Produit de rupture)

Etre capable d'estimer si c'est le bon moment pour lancer son projet

Environnement humain

(compétences indispensables)

Éléments :

Quelles sont les compétences rares, difficiles à trouver, complémentaires, clés pour le projet ?

Faire une liste des compétences dans son entourage pour piocher dedans au besoin

Environnement politique et juridique

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

Éléments :

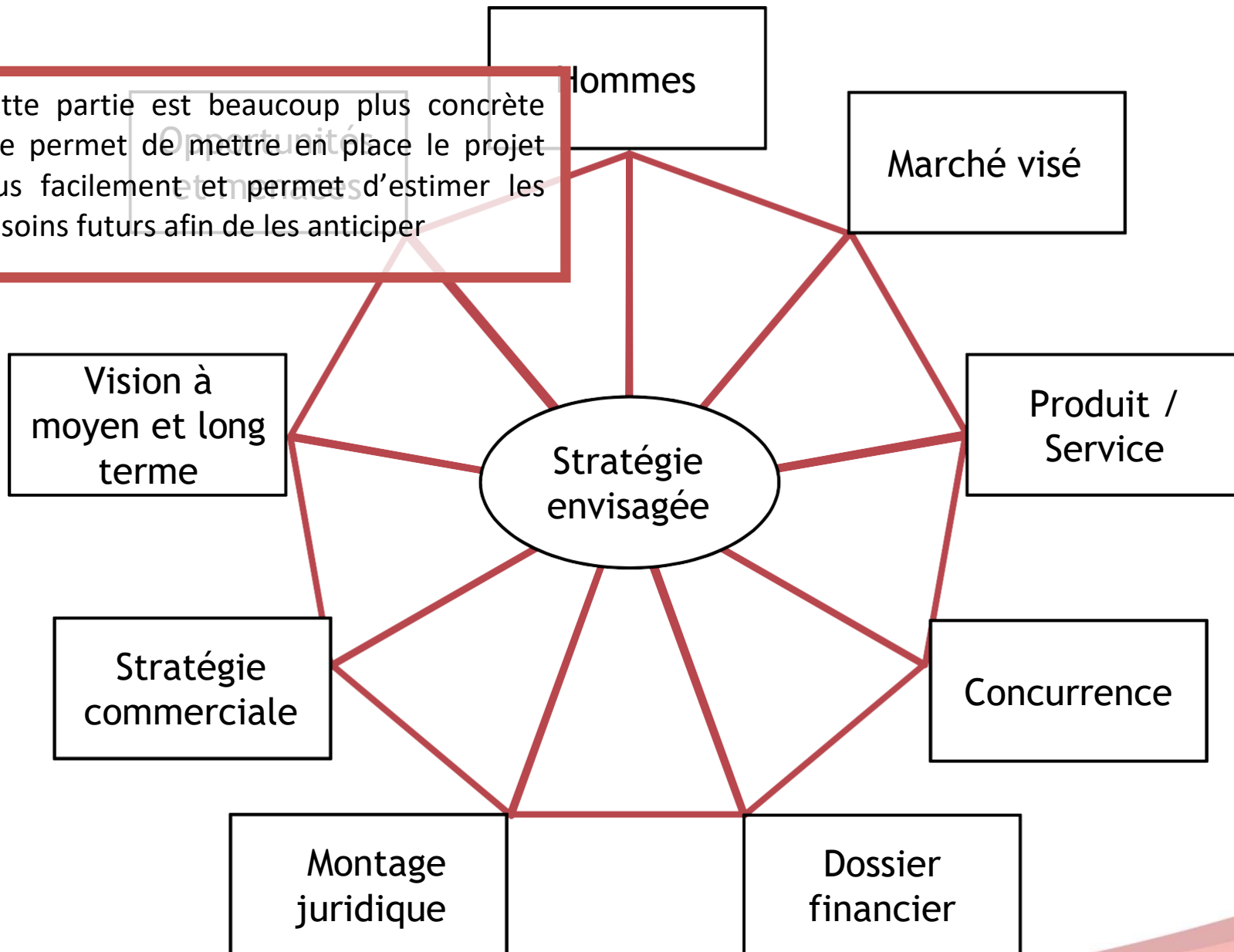
Normes et lois actuelles ou à venir qui peuvent servir ou desservir le projet ?

Droit à l'image ? Propriété intellectuelle ?

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

= Ne pas remplir =

Cette partie est beaucoup plus concrète elle permet de mettre en place le projet plus facilement et permet d'estimer les besoins futurs afin de les anticiper



Stratégie envisagée

2.1. Hommes (ressources humaines)

Les personnes requises pour le projet en quantité et compétences, son organisation (qui fait quoi ?), ses heures, la surface de travail pour la plante industrielle ou les bureaux, le salaire en cohérence dans le profil de l'équipe (expérience/capacité)...

Il faut comprendre l'enjeu des ressources humaines en terme de coûts et de réglementation (Code du travail, licenciement, prestations, droits...)

Il faut définir les horaires d'ouverture, de présence, la surface de travail.

Intitulé des postes	Profil du poste	Salaire Net Charges Salariales (0% - 22%) = 78%	Salaire Brut Charges Salariales (0% - 22%) = 78%	Coût employeur Charges patronales (35% - 45%)	Nombre de postes à pourvoir	Total mensuel	Total annuel
Il faut définir les horaires d'ouverture, de présence, la surface de travail.							

Stratégie envisagée

2.2. Marché visé

Quel chiffre d'affaires potentiel sur le marché? Quelles tendances du marché? Quelle saisonnalité de l'activité? Quel montant du panier moyen des clients?

Le chiffre d'affaires Potentiel de mon activité permet d'estimer la part de marché que l'on peut dégager parmi le chiffre d'affaires global du marché.

$$\text{CA potentiel} = (\text{Nombre de consommateur de mon produit sur le marché en France}) \times (\text{prix de mon produit/service})$$

2.3. Produit / service

Quels intérêts/caractéristiques/valeurs ajoutées/avantages/plus-value du produit/service par rapport à la concurrence? Quel prix? Quel marge? Quelles évolutions historiques ont eu lieu? Quelle gamme pouvons nous développer par la suite?

Historique du produit? Si produit ou service de rupture: voir une comparaison similaire.

Comment notre produit/service sera mis en place, quels en sont les avantages? Plus-value? Prix/marge?

Quelle sera la gamme future de produits/services?

Stratégie envisagée

2.4. La concurrence

Quelle est la menace des produits de substitution, la menace des nouveaux entrants, le pouvoir de négociation des fournisseurs, le pouvoir de négociation de clients, et la pression intra-sectorielle ? Qualifiez l'intensité des différentes forces entre 0 et 5, selon votre perception. Pensez à des stratégies pour survivre à cette pression.

Modèle des 5 forces de PORTER :

Arguments :

Permet d'identifier chaque partie et de mettre en place une veille dessus.

Substituts : possibilité pour le consommateur de changer vers ce type de produit/service.

Faire attention aux nouveaux entrants qui révolutionne le marché.

Ne jamais avoir un seul fournisseur.

Les clients et le bouche à oreille permettent de développer son marché.

L'ensemble permet d'évaluer la pression concurrentielle.

Substituts

Arguments :

Intensité

Options d'intensité

0 1 2 3 4 5

Très faible/
facile à travailler avec

Très intense/
dur à négocier

Stratégie envisagée

2.5. Dossier financier

Détermination du CA, évaluation des différends, synthèse et analyse des principaux résultats... Détailler le calcul de votre CA, déterminer combien vous obtiendrez en donations et participation gouvernementale (dans le cas échéant), caractériser votre BFR, vos besoins financiers et le moyen que vous comptez mettre en place pour y pallier ou récupérer de l'argent, ratios, hypothèses de travail comment êtes-vous arrivé à ces chiffres ? Quels considérations avez-vous fait ? Dans les pires de cas, quelle évolution ?...

Réfléchir au prix et quantité de vente (grosso modo)

Définir le modèle économique : Comment je gagne de l'argent (vente directe, publicité, locations, commissions...) ?

Les formations/rendez-vous avec YZICO/BPALC sont vivement conseillés.

2.6. Montage juridique

Quel statut juridique pour mon projet et pour quelles raisons? (micro-entreprise, EIRL, EURL, SASU, SA, SASU, SARL, association, coopérative, fondation...)

Définir son statut n'est pas neutre et implique différentes conséquences selon le choix.

La CCI peut accompagner sur ce type de décisions.

Les formations/rendez-vous avec YZICO sont vivement conseillés.

Stratégie envisagée

2.7. Stratégie commerciale

Quels sont les objectifs de vente ? Quelles évolutions peut-on prévoir ? Quel prix du produit/service ? Quels moyens de distribution et/ou de vente directe ?

Définir le modèle économique : Comment je gagne de l'argent (vente directe, publicité, locations, commissions...) ? Réfléchir au prix et quantité de vente (grosso modo)

Faire un discours commercial, faire un pitch de vente !

Vais-je faire des flyers ? Carte de visite ? Comment trouver des fournisseurs ET des clients ?

2.8. Vision à moyen et long terme

Quelles évolutions de l'entreprise / association, du projet / produit / service, dans 3, 5, 10 ans ?

Analyse de risques, évolution prévisionnelle de l'entreprise à échéance 3, 5 et 10 ans ?

2.9. Opportunités et menaces

Quels éléments peuvent propulser ou détruire votre produit/service ? Quels sont les éléments potentiels du futur à prendre en compte ? Quelles sont les menaces par rapport à un échec possible ? Quelles stratégies de contingence sont elles possibles ?

Une forme de SWOT Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities (Opportunités) et Threats (Menaces). Ce dernier est un outil de diagnostic stratégique : Il permet de synthétiser les forces et faiblesses d'une entreprise au regard des opportunités et menaces générées par son environnement.

Menaces par rapport à un échec ? Opportunités à saisir ?

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>	
Remboursement d'emprunts à moyen ou long terme (hors intérêt)	
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 !

Conclusion

Mon projet et ma valeur ajoutée

Mes clients cibles

Mes besoins

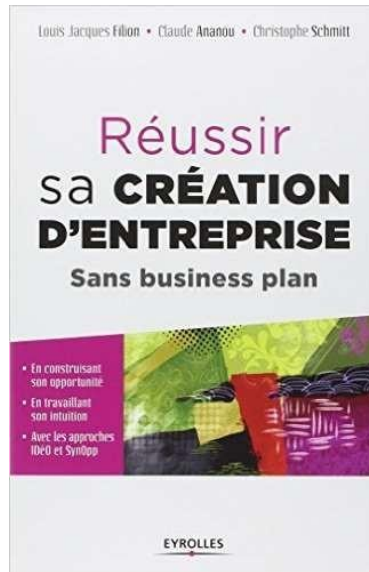
Hypothèses à tester (gagner en cohérence)

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

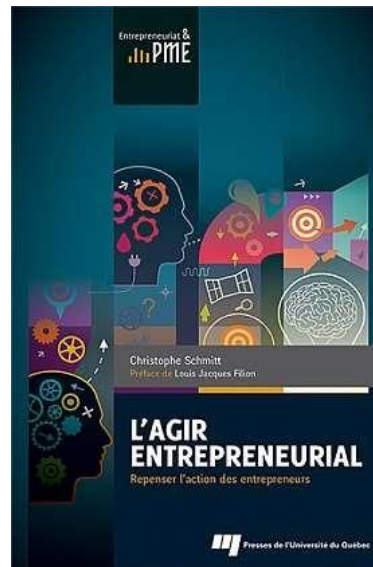
Éléments bibliographiques



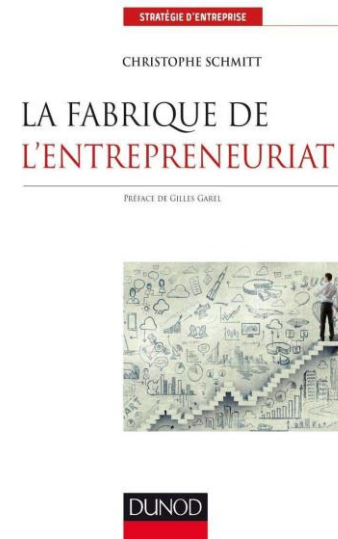
(2012) Schmitt, C.
La valeur des produits et des services en PME.
2 éd. Berne : Growth
Publisher



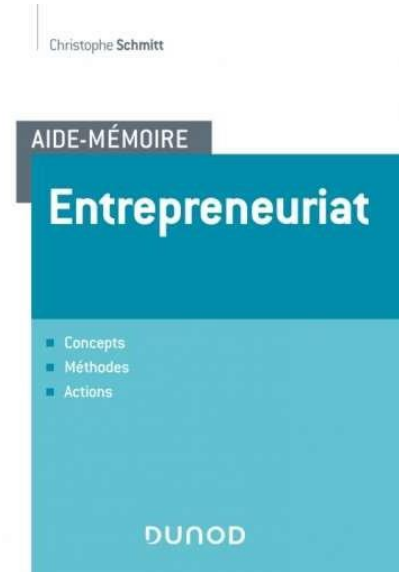
(2012) Filion, L.J. ;
Ananou, C. ; et Schmitt, C.
*Réussir sa création d'entreprise sans
business plan.*
Paris : Eyrolles



(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 ?



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

