

SOMMAIRE

[PRESENTATION GENERALE 3](#_Toc36555300)

[**SYNTHESE** 3](#_Toc36555301)

[**L’EQUIPE** 4](#_Toc36555302)

[**LE PROJET** 5](#_Toc36555303)

[LE PRODUIT/SERVICE ET LE MARCHE 6](#_Toc36555304)

[**LE PRODUIT / SERVICE PROPOSE** 6](#_Toc36555305)

[**LE MARCHE** 7](#_Toc36555306)

[**L’ENVIRONNEMENT** 8](#_Toc36555307)

[L’ENTREPRISE DANS SON MARCHE 9](#_Toc36555308)

[**LA CLIENTELE** 9](#_Toc36555309)

[**LA CONCURRENCE** 10](#_Toc36555310)

[**LES FOURNISSEURS** 12](#_Toc36555311)

[**LA SOUS-TRAITANCE** 13](#_Toc36555312)

[**L’EMPLACEMENT** 14](#_Toc36555313)

[LA STRATEGIE COMMERCIALE 15](#_Toc36555314)

[PROJECTIONS GENERALES 16](#_Toc36555315)

**PRESENTATION GENERALE**

**Cette page** synthétise des aspects de votre projet, il est recommandé de la remplir en dernier.

**SYNTHESE**

**Nature du projet**

Expliquez de manière succincte votre projet

|  |
| --- |
|  |

**Nom de l’entreprise : Localisation :**

**Forme juridique :**

**Capital social et répartition :**

Sauf pour une entreprise individuelle

**Date souhaitée de l’immatriculation :**

**Stade du projet**

A quel stade en êtes-vous ? Quand comptez-vous démarrer ? Que reste-t-il à faire ?

|  |
| --- |
|  |

**Aides envisagées**

Financières (subventions/prêts/etc.), sociales (exonérations de cotisations sociales, etc.), logistiques (accompagnement, caution morale, etc.), participations en fond propres, etc.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Type d’aide** | **Organisme** | **Montant** | **Etat d’avancement / démarches** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**L’EQUIPE**

Si vous êtes plusieurs, faites une page par membre de l’équipe

**Nom et prénom : Date de naissance :**

**Adresse personnelle :**

**Numéro de téléphone : Nationalité :**

**Adresse email :**

**Situation familiale (célibataire, marié(e), pacsé(e), etc.) :**

**Fonction(s) actuelle(s) :**

**Fonction(s) dans la future entreprise :**

**Formation(s)**

|  |
| --- |
|  |

**Expérience(s) professionnelle(s)**

|  |
| --- |
|  |

**Activité(s) extra professionnelle(s) et loisir(s)**

|  |
| --- |
|  |

**LE PROJET**

**Genèse du projet**

D'où vient l'idée ? Souhaitez-vous profiter d'une expérience, d'une opportunité, etc. ?

|  |
| --- |
|  |

**Motivations**

Comment en êtes-vous arrivé(e) à envisager de créer ou reprendre votre entreprise ?

|  |
| --- |
|  |

**Objectif(s) poursuivi(s)**

Quel(s) objectif(s) recherchez-vous à travers ce projet ? L’indépendance ? Le gain financier ? La reconnaissance ? Le poste de dirigeant ? Quel revenu financier désirez-vous sortir ? etc.

|  |
| --- |
|  |

**Dimension**

Quelle importance souhaitez-vous donner à votre entreprise ? Activité à temps plein, activité secondaire ? Effectif visé, part de marché ? Dimension nationale, internationale ?

|  |
| --- |
|  |

**LE PRODUIT/SERVICE ET LE MARCHE**

**LE PRODUIT / SERVICE PROPOSE**

**Caractéristiques**

Quelles sont les différentes caractéristiques de votre produit/service. Qu’est-ce et à quoi sert-il ? Description physique, technique, utilisation ? Répond-il à un besoin ?

|  |
| --- |
|  |

**Usage secondaire**

Existe-t-il d’autres utilisations possibles pouvant accroître l’intérêt du produit/service ?

|  |
| --- |
|  |

**Photo/représentation de votre produit/service**

Ajouter une illustration si cela est pertinent

|  |
| --- |
|  |

**LE MARCHE**

**Marché concerné**

Quel est le marché dans lequel vous souhaitez vous situer ? A quel(s) besoin(s) répondez-vous ? Le marché visé est-il local, national, international, de niche, récent, saisonnier, etc. ?

|  |
| --- |
|  |

**Caractéristiques et tendances**

Décrivez les caractéristiques de votre marché (zone géographique, taille en volume, en valeur, etc.) et les évolutions du marché (taux de croissance, possibilité d’évolution, maturité)

|  |
| --- |
|  |

**Éléments complémentaires à signaler**

Si d’autres éléments valorisent votre marché, indiquez le ici.

Si vous avez effectué une enquête terrain, ou récolté des données via un questionnaire viable, indiquez-le. Mettez en avant les résultats pertinents (vous pouvez également créer une annexe pour répertorier toutes vos analyses)

|  |
| --- |
|  |

**L’ENVIRONNEMENT**

**Économique**

Existe-t-il des facteurs économiques pouvant impacter votre projet ? Une augmentation du pouvoir d’achat via l’augmentation du SMIC ? Évolution des taux d’emprunts, inflation, etc.

|  |
| --- |
|  |

**Juridique et environnemental**

Votre marché est-il soumis à des réglementations (de travail, sur l’environnement, etc.), des normes (de sécurité, etc.) ? Est-il nécessaire d’avoir des diplômes ou autorisations ?

|  |
| --- |
|  |

**Politique**

Votre marché est-il influencé par la présence de lobbyings, de militants syndicaux forts, d’une politique régionale favorable, etc. ?

|  |
| --- |
|  |

**Technologique**

Quel est l’impact de l’innovation technologique sur votre projet ? Y a-t-il un risque important de substitution de votre produit/service ? La présence d’aides financières ?

|  |
| --- |
|  |

**Éléments complémentaires à signaler**

Indiquez les éléments complémentaires pouvant impacter votre environnement (sociologiques, urbains, évènementiels, etc.)

|  |
| --- |
|  |

**L’ENTREPRISE DANS SON MARCHE**

**LA CLIENTELE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Type de clientèle visée**  Grand public BtoC, professionnelle BtoB, associative… | **Caractéristiques**  Age, sexe, CSP, revenus, lieu de résidence, taille de l’entreprise, consommation moyenne, etc. | **Prescripteurs**  Qui peut vous recommander, prescrire vos produits/services | **Répartition prévisionnelle en % du CA global** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**LA CONCURRENCE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nom du concurrent**  Principaux concurrents directs et indirects | **Caractéristiques**  Offre proposée, prix, services et garanties, stratégie de communication, réputation… | **Localisation**  Proximité géographique, internet, etc. | **Forces et faiblesses**  Avis clients, fournisseurs, forces commerciales, partenariats, part de marché | **Votre valeur ajoutée**  Vos avantages compétitifs vs. ces concurrents |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nom du concurrent**  Principaux concurrents directs et indirects | **Caractéristiques**  Offre proposée, prix, services et garanties, stratégie de communication, réputation… | **Localisation**  Proximité géographique, internet, etc. | **Forces et faiblesses**  Avis clients, fournisseurs, forces commerciales, partenariats, part de marché | **Votre valeur ajoutée**  Vos avantages compétitifs vs. ces concurrents |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**LES FOURNISSEURS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Catégorie de fournisseur**  Matière première, produits finis, etc | **Nombre de fournisseurs**  **et noms**  Susceptibles de répondre à vos besoins | **Conditions de règlement**  A date de facture, 45 jours fin de mois, etc. | **Poids du fournisseur dans mes achats**  Mesurée en % |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**LA SOUS-TRAITANCE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Catégorie de sous-traitance**  Travaux, emploi, livraison, etc | **Nombre d’entreprise de sous-traitance**  Susceptibles de répondre à vos besoins | **Conditions de règlement**  A date de facture, 45 jours fin de mois, etc. | **Part de la sous-traitance dans l’entreprise**  Mesurée en % |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**L’EMPLACEMENT**

**Caractéristique de votre emplacement**

Si vous avez un point de vente, quelle exploitation en ferez-vous ? Contact client, stockage…

|  |
| --- |
|  |

**Implantation**

Quel emplacement choisissez-vous et pourquoi ? Où les concurrents sont-ils situés par rapport à vous ? Quels sont les avantages et inconvénients de votre emplacement (économiques, architecturaux, présence de commodités, etc.) ?

|  |
| --- |
|  |

**Carte de la zone de chalandise**

Ajouter une illustration si cela est pertinent

|  |
| --- |
|  |

**Éléments complémentaires**

Quel type de contrat possédez-vous pour votre local (propriétaire, bail commercial, bail précaire, etc.) ? Quels seront les jours et horaires d’ouverture, facilités d’accès, places de parking, etc. ? Tout autres éléments à valoriser

|  |
| --- |
|  |

**LA STRATEGIE COMMERCIALE**

**La politique produit**

Expliquez en quoi votre produit/service est différenciant, répond au(x) besoin(s) de vos clients ? Quelle est votre proposition de valeur ? Votre promesse ?

|  |
| --- |
|  |

**La politique prix**

Quel est le prix psychologique de votre client (combien est-il prêt à payer) ? Le prix de(s) concurrent(s) ? Le prix minimum acceptable pour vous afin de couvrir les coûts ? Quel(s) serai(en)t le(s) prix définitif(s) de vos produit(s)/service(s)

|  |
| --- |
|  |

**La politique de distribution**

Par quel(s) canal(aux) souhaitez-vous passer pour atteindre vos clients (internet, point de vente, etc.) ? Quelles sont leurs habitudes ? Que font vos concurrents ?

|  |
| --- |
|  |

**La politique de communication**

Comment allez-vous vous faire connaître ? Quel(s) support(s) allez-vous utiliser (print, digital, etc.)? A quelle fréquence ?

|  |
| --- |
|  |

**Budget prévisionnel alloué à votre communication :**

Estimez le budget nécessaire à votre lancement (référencement, publicité, prints, etc.)

**PROJECTIONS GENERALES**

**Votre vision de l’entreprise à 3 ans et 5 ans**

Comment projetez-vous votre entreprise dans 3 à 5 ans ? Quels seront les lancements, les nouveau produits, nouveaux marchés, nouvelle expansion géographique, etc. Et quel sera votre rôle au sein de l’entreprise ?

|  |
| --- |
|  |

**Chiffre d’affaires**

Quel chiffre d’affaires pensez-vous réaliser sur les trois prochaines années ?

Vous pouvez l’estimer à partir des 3 méthodes suivantes :

Par produit (en recueillant des promesses d’achat)

Par imitation (en calculant le CA moyen du marché)

Par charge (revient à calculer le seuil de rentabilité de votre activité)

|  |
| --- |
|  |

**Dépenses**

Quelles dépenses pensez-vous faire pour lancer votre projet (besoins immobilier et mobilier, licences, formations, salaires, charges, etc.). Il s’agit ici d’anticiper la seconde partie du Business plan : la partie financière.

|  |
| --- |
|  |