

MODELE DE BUSINESS PLAN

Ce modèle de Business Plan (ou plan d'affaires) est présenté à titre indicatif uniquement. Il a pour objectif seulement de guider les porteurs de projets dans l'élaboration de leur plan d'affaires. Il est important de le compléter par des données spécifiques au projet.

SOMMAIRE

1 LE PROJET

- 1.1 SYNTHÈSE DU PROJET**
- 1.2 PRÉSENTATION DU PROJET**
- 1.3 PRÉSENTATION DES FONDATEURS**

2 LE MARCHÉ

- 2.1 QU'EST-CE QUI EXISTE AUJOURD'HUI ?**
- 2.2 LES CLIENTS**
- 2.3 LES CONCURRENTS**
- 2.4 LES PARTENAIRES**
- 2.5 LES FOURNISSEURS**

3 LES MOYENS

- 3.1 LA POLITIQUE COMMERCIALE**
- 3.2 LA POLITIQUE DE COMMUNICATION**
- 3.3 LES MOYENS DE PRODUCTION**
- 3.4 LES RESSOURCES HUMAINES**

4 LE MONTAGE JURIDIQUE

5 LE MONTAGE FINANCIER

- 5.1 LES INVESTISSEMENTS PRÉVUS ET AMORTISSEMENTS**
- 5.2 PLAN DE FINANCEMENT**
- 5.3 LES COMPTES DE RESULTATS PRÉVISIONNELS SUR 5 ANS**
- 5.4 LE BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT**
- 5.5 LE PLAN DE TRÉSORERIE SUR 5 ANS**

1. LE PROJET

Objectif : Donner une idée précise au lecteur du BP (Business Plan) de ce que veut faire le promoteur

1.1 SYNTHÈSE DU PROJET

En une page, la synthèse doit faire une présentation succincte du projet.

Objectif : Résumer le projet en quelques lignes, en reprenant les points essentiels du projet, sans les détailler :

- Secteur d'activité
- Produit / service
- Estimation du marché
- Méthode de commercialisation
- Le porteur de projet
- Le montage juridique
- Les investissements à réaliser et les financements correspondants
- Les résultats prévisionnels
- Les autres éléments spécifiques au projet

1.2 PRÉSENTATION DU PROJET

Objectif : Présenter le projet d'une manière claire et détaillée

- Le projet et le secteur d'activité
- Les motivations et objectifs poursuivis
- La genèse du projet
- Les caractéristiques particulières du produit/service : niveau de technicité, la valeur ajoutée apportée, le caractère innovant.....
- Le Business model..... (Différents modes de facturation des produits/services)

1.3 PRÉSENTATION DES FONDATEURS

Objectif : Présenter les personnes clés de l'entreprise sous forme de CV professionnels (identité, expériences (les plus valorisantes par rapport au projet), formations, rôles et fonctions futures. Les CV seront mis en annexe.

2. LE MARCHÉ

Objectif : Partir d'un constat de la situation actuelle afin de donner au lecteur la connaissance de l'environnement du projet. Exposer ensuite la stratégie retenue pour développer l'entreprise. Le raisonnement devrait aboutir à la conclusion que le produit/service a sa place sur le marché et que l'offre de l'entreprise répond à un besoin.

2.1 QU'EST-CE QUI EXISTE AUJOURD'HUI ?

- Définir la taille du marché (local, national, mondial....) et les principales tendances (Croissance, stagnation....)

- Exposer les contraintes juridiques et/ou administratives; Recenser les barrières à l'entrée sur le marché....
- Décrire la technologie utilisée

2.2 LES CLIENTS

- Qui sont-ils ? Quel est leur profil ? Combien sont-ils ? Où sont-ils ?
- Quels sont leurs besoins actuels et potentiels ?
- Pourquoi achèterait-il le bien ou service de l'entreprise? (Quelles sont leurs motivations ?)

2.3 LES CONCURRENTS

- Quel est le niveau de concurrence ?
- Quels sont vos concurrents directs et indirects : leurs points forts/faibles, leur stratégie, leurs parts de marché, leurs résultats ?

2.4 LES PARTENAIRES

- Quels sont les échanges à contractualiser avec d'autres entreprises ?

2.5 LES FOURNISSEURS

- Qui sont-ils ? Quels sont leurs conditions de paiement, de livraison ?
- Sont-ils nombreux ? Y a-t-il un risque de dépendance ?
- Quelles sont les évolutions possibles vers d'autres sources d'approvisionnement ?

3. LES MOYENS

3.1 LA POLITIQUE COMMERCIALE

- Rappel du business model
- Le positionnement prix (grille tarifaire) ?
- Quels seront les réseaux ou circuits à utiliser ? L'emplacement pour un commerce ?
- Quel seront les acteurs principaux de la commercialisation ?
- Quels seront les moyens humains nécessaires pour développer le réseau commercial ?

3.2 LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

- Comment allez vous faire connaître votre entreprise, vos produits/services ? Budget ?
- A quel niveau (local, national.....) ?

3.3 LES MOYENS DE PRODUCTION

- Les technologies utilisées
- La localisation (accès /visibilité/coût/type de bail/surface/.....)
- Moyens Techniques nécessaires : description du matériel / coût et mode d'acquisition (Achat, location)

3.4 LES RESSOURCES HUMAINES

- Organigramme de l'entreprise
- Moyens humains nécessaires : fonctions, qualifications, nombre, dates d'embauche, Méthode de recrutement, rémunérations.....

CONCLUSION : A ce stade, le porteur du projet doit avoir convaincu le lecteur que son projet est faisable, viable et réaliste. L'offre proposée s'inscrit véritablement dans une logique de besoin existant ou naissant.

4. LE MONTAGE JURIDIQUE

- La forme juridique : SA
- **Pour les sociétés**, les principaux actionnaires et associés, niveau de participation dans le capital social, nature des apports..

5. LE MONTAGE FINANCIER

5.1 LES INVESTISSEMENTS PREVUS ET AMORTISSEMENTS

5.2 PLAN DE FINANCEMENT

5.3 LE BILAN PREVISIONNEL SUR 5 ANS

5.4 LES COMPTES DE RESULTATS PREVISIONNELS SUR 5 ANS

5.5 LE BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

5.6 LE PLAN DE TRESORERIE SUR 5 ANS