

Date

**Par : Nom de l’entrepreneur·e**

**Plan**

**d’affaires**

**Table des matières**

[1. SOMMAIRE 2](#_Toc182227893)

[1.1 Objectifs du projet 2](#_Toc182227894)

[1.2 Équipe & personnes-ressources 2](#_Toc182227895)

[1.3 Produits & services 2](#_Toc182227896)

[1.4 Coût de projet 2](#_Toc182227897)

[1.5 Échéancier 3](#_Toc182227898)

[2. PRÉSENTATION DE L’ENTREPRISE 3](#_Toc182227899)

[2.1 Description de l’entreprise 3](#_Toc182227900)

[2.2 Mission, vision et valeurs 3](#_Toc182227901)

[3. ANALYSE DU MARCHÉ 4](#_Toc182227902)

[3.1 Tendances du secteur 4](#_Toc182227903)

[3.2 Réglementation gouvernementale 4](#_Toc182227904)

[3.3 Analyse du marché 4](#_Toc182227905)

[3.4 Marché cible 4](#_Toc182227906)

[3.5 Principaux concurrents 5](#_Toc182227907)

[3.6 Avantage concurrentiel et facteur de différenciation 5](#_Toc182227908)

[4. INTÉGRATION DE LA DURABILITÉ ET DE L’ÉCONOMIE CIRCULAIRE 6](#_Toc182227909)

[4.1 Initiatives de durabilité 6](#_Toc182227910)

[4.2 Stratégies d'économie circulaire 9](#_Toc182227911)

[5. VENTES ET MARKETING 11](#_Toc182227912)

[5.1 Stratégie de vente 11](#_Toc182227913)

[5.2 Stratégie de marketing 11](#_Toc182227914)

[5.3 Engagement client 12](#_Toc182227915)

[5.4 Phase de test, MVP et prototype 13](#_Toc182227916)

[6. PLAN OPÉRATIONNEL 13](#_Toc182227917)

[6.1 Processus 13](#_Toc182227918)

[6.2 Gestion de la chaîne d’approvisionnement 13](#_Toc182227919)

[6.3 Gestion des opérations 14](#_Toc182227920)

# SOMMAIRE

Le sommaire donne un aperçu de votre projet, y compris votre entreprise actuelle ou votre idée d'entreprise, ainsi qu'une explication brève de vos activités.

## 1.1 Objectifs du projet

Définissez la nature de votre projet. Identifiez l'opportunité que vous souhaitez saisir. Définissez brièvement les objectifs de revenus et les échéanciers pour le projet. Gardez en tête que ces aspects seront présentés de manière plus exhaustive un peu plus bas dans le document.

## 1.2 Équipe et personnes-ressources

Fournissez des biographies des dirigeant·es clés, mettant en avant leurs expertises, leurs rôles et leurs apports. Présentez les contributeur·trices externes à votre équipe, mettant en avant leurs rôles et leurs contributions.

## 1.3 Produits et services

Détaillez vos produits ou services. Vous pouvez parler de l’offre principale, puis détaillez les produits ou services qui gravitent autour de l’offre principale.

## 1.4 CoÛt de projet

Insérez le tableau sommaire du montage financier.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coûts** | |  | **Financement** | |
| Fonds de roulement |  |  | Mise de fonds |  |
| Frais de démarrage |  |  | *Love money* |  |
| Améliorations locatives |  |  | Transfert d’actifs |  |
| Inventaire |  |  | Subvention |  |
| Équipement et outillage |  |  | Prêt institution financière |  |
| Équipement informatique |  |  | Prêt divers |  |
| Équipement de bureau |  |  | Autre |  |
|  |  |  |  |  |
| **Total du coût de projet** |  |  | **Total du financement** |  |

## 1.5 ÉchÉancier

Ce qu’on y retrouve généralement :

1. Étapes principales : Les grandes étapes du projet (par exemple, la conception, le développement, le lancement).
2. Tâches : Les actions spécifiques à accomplir pour chaque étape.
3. Dates : Quand chaque tâche commence et se termine.
4. Responsables : Qui a la charge de chaque tâche.

Pourquoi c'est utile :

* Organisation : Vous aide à savoir ce qui doit être fait et quand.
* Suivi : Vous permet de vérifier si vous êtes dans les temps.
* Coordination : Assure que tout le monde sait ce qu'il doit faire et quand.

# **PRÉSENTATION DE L’ENTREPRISE**

Fournissez un aperçu complet de votre entreprise, y compris votre mission, votre vision, vos valeurs, les tendances et la taille du marché, les avancées technologiques et le cadre réglementaire, en mettant l'accent sur les considérations de durabilité et d’économie circulaire.

## 2.1 description de l’entreprise

Décrivez les solutions que vous offrez à vos clients. Mettez en avant la position actuelle de votre entreprise sur le marché. Discutez des initiatives de durabilité en cours et des engagements futurs que vous aimeriez entreprendre.

## 2.2 Mission, vision et valeurs

Votre énoncé de mission doit clairement exprimer la raison d'être de votre organisation, en précisant ce que vous faites et les solutions que vous apportez à vos clients. Cet énoncé doit non seulement décrire vos activités principales, mais aussi expliquer comment vous répondez aux besoins et aux défis de vos clients.

Votre énoncé de vision illustre la direction à long terme de votre entreprise, en définissant les objectifs ambitieux que vous aspirez à atteindre dans le futur. Cet énoncé doit inspirer et guider toutes les parties prenantes en partageant une vision claire de ce que vous souhaitez accomplir et de l'impact que vous voulez avoir dans votre secteur.

Vos valeurs définissent les principes fondamentaux qui guident les comportements au sein de votre entreprise et façonnent sa culture. Elles offrent une perspective sur ce que vos clients et partenaires peuvent attendre de leur interaction avec vous, en reflétant les standards éthiques et les priorités qui sous-tendent chaque aspect de votre activité.

# ANALYSE DU MARCHÉ

Analysez les tendances des consommateurs. Identifiez les opportunités de croissance dans les marchés durables.

## 3.1 Tendances du secteur

Surveillez les évolutions dans votre secteur d'activité qui pourraient affecter votre entreprise, que ce soit de manière positive ou négative. Évaluez l'augmentation de la demande pour vos produits ou services, et soyez attentif aux changements démographiques, notamment le vieillissement de votre clientèle. Évaluez si les habitudes d’achat de vos clients cibles sont en train de changer. Sont-ils de plus en plus tournés vers les achats en ligne? Préfèrent-ils des solutions plus personnalisées? Mentionnez les tendances observées et comment votre entreprise s'adapte pour rester en phase avec ces évolutions. Assurez-vous que votre offre actuelle ne devienne pas obsolète, et envisagez des adaptations si nécessaire. Restez vigilant·e quant à l'apparition de nouveaux concurrents sur le marché.

## 3.2 RÉglementation Gouvernementale

Anticipez l'impact potentiel des nouveaux règlements ou des modifications des lois fiscales et commerciales sur votre entreprise. Adressez la conformité aux réglementations environnementales. Discutez de l'impact des changements réglementaires sur les initiatives de durabilité.

## 3.3 Analyse du marchÉ

Conduisez une analyse approfondie de votre marché cible, y compris les données démographiques, les préférences et les comportements des clients en matière de durabilité.

## 3.4 MarchÉ cible

Dans cette section, commencez par décrire vos clients idéaux. Réfléchissez et identifiez les traits qui les définissent le mieux et qui les rendent susceptibles d’être intéressés par vos services ou produits.

Analysez et décrivez les besoins spécifiques de vos clients cibles. Quels problèmes cherchent-ils à résoudre? Quels sont leurs désirs ou aspirations? Comment vos services ou produits répondent-ils à ces besoins?

## 3.5 Principaux concurrents

Concurrent 1

|  |  |
| --- | --- |
| **Forces**  Décrivez les principaux atouts de vos concurrents : leur position sur le marché, leur image de marque, la qualité de leurs produits/services, etc.  Indiquez leurs ressources financières, technologiques ou humaines qui les placent en position avantageuse.  Mentionnez leurs réseaux de distribution efficaces ou leur base de clientèle fidèle. | **Faiblesses**  Identifiez les points faibles de vos concurrents : manque de différenciation, service client médiocre, mauvaise gestion, etc.  Soulignez les limitations dans leur capacité d'innovation ou les faiblesses au niveau des produits/services.  Notez les failles dans leur stratégie marketing ou leur couverture géographique. |
| **Opportunités**  Repérez les opportunités du marché que vos concurrents n'exploitent pas encore : segments non desservis, tendances émergentes, etc.  Indiquez les changements technologiques ou réglementaires pouvant offrir un avantage concurrentiel.  Évaluez les alliances potentielles ou partenariats que vos concurrents pourraient former pour renforcer leur position. | **Menaces**  Analysez les menaces qui pèsent sur vos concurrents : nouvelles lois, entrée de nouveaux concurrents, évolution des préférences des consommateurs.  Considérez les facteurs économiques ou environnementaux susceptibles de nuire à leurs activités.  Mentionnez les risques liés à la dépendance envers certains fournisseurs ou technologies. |

## 3.6 Avantage concurrentiel et facteur de diffÉrenciation

Pour attirer les clients vers votre produit ou service plutôt que ceux proposés par vos concurrents, il est essentiel de comprendre ce qui les incite à faire ce choix. Il est important de clarifier en quoi votre produit ou service se distingue de la concurrence, en mettant en avant ses caractéristiques uniques. Identifiez les solutions particulières que vous offrez, qui ne sont pas disponibles ailleurs. De plus, examinez si vous utilisez des méthodes ou des technologies spécifiques qui vous permettent de fournir votre produit ou service de manière distinctive. Enfin, assurez-vous de proposer des modalités de paiement ou des garanties qui sont concurrentielles et attrayantes pour les clients, afin de renforcer leur confiance et leur fidélité.

# INTÉGRATION DE LA DURABILITÉ ET DE L’ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Détaillez votre engagement envers la durabilité et les principes de l'économie circulaire, en décrivant des initiatives spécifiques et des stratégies pour minimiser l'impact environnemental et promouvoir l'efficacité des ressources.

## 4.1 Initiatives de DurabilitÉ

Décrivez les initiatives de durabilité au sein de votre entreprise. Précisez les objectifs et les cibles de durabilité futures. Expliquez en quoi votre entreprise répond à l’un ou aux 17 objectifs de développement durable ou à certains d’entre eux :

### 4.1.1 Éradication de la pauvreté

Mettre fin à la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde. Cela comprend la garantie d'un accès aux ressources économiques, aux services de base et à des systèmes de protection sociale.

### 4.1.2 Faim « zéro »

Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir une agriculture durable. Cela vise à garantir que chacun·e ait accès à une nourriture suffisante et nutritive.

### 4.1.3 Bonne santé et bien-être

Garantir une vie saine et promouvoir le bien-être pour tous et toutes à tout âge. Cet objectif englobe la réduction des maladies transmissibles et non transmissibles, l'amélioration de la santé maternelle et l'accès universel aux soins de santé.

### 4.1.4 Éducation de qualité

Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir des opportunités d'apprentissage tout au long de la vie. Cela inclut l'éducation primaire, secondaire et supérieure, ainsi que la formation technique.

### 4.1.5 Égalité entre les sexes

Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles. Cet objectif se concentre sur l'élimination de la discrimination et de la violence à l'égard des femmes, ainsi que sur la promotion de leur participation à la vie publique et économique.

### 4.1.6 Eau propre et assainissement

Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement, et gérer durablement les ressources en eau. Cela inclut l'amélioration de la qualité de l'eau, la réduction de la pollution et la protection des écosystèmes liés à l'eau.

### 4.1.7 Énergie propre et d'un coût abordable

Garantir l'accès de tous et toutes à des services énergétiques fiables, durables, modernes et à un coût abordable. L'accent est mis sur les énergies renouvelables et l'amélioration de l'efficacité énergétique.

### 4.1.8 Travail décent et croissance économique

Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes. Cela inclut la promotion de conditions de travail sûres, de l'entrepreneuriat et de l'innovation.

### 4.1.9 Industrie, innovation et infrastructure

Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable et encourager l'innovation. Cet objectif vise à moderniser les infrastructures, à rendre les industries plus durables et à soutenir la recherche et le développement.

### 4.1.10 Inégalités réduites

Réduire les inégalités au sein des pays et d'un pays à l'autre. Cet objectif se concentre sur l'inclusion sociale, économique et politique de tous et toutes, et sur la réduction des disparités de revenu.

### 4.1.11 Villes et communautés durables

Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous et toutes, sûrs, résilients et durables. Cela inclut l'accès à un logement sûr et abordable, à des transports publics durables et à la gestion des risques liés aux catastrophes.

### 4.1.12 Consommation et production responsables

Établir des modes de consommation et de production durables. Cet objectif encourage l'efficacité des ressources, la réduction des déchets et la promotion de modes de vie durables.

### 4.1.13 Lutte contre le changement climatique

Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs impacts. Cela comprend la réduction des émissions de gaz à effet de serre, le renforcement de la résilience et de l'adaptation aux changements climatiques.

### 4.1.14 Vie aquatique

Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable. Cela inclut la protection des écosystèmes marins, la lutte contre la pollution marine et la gestion durable des pêches.

### 4.1.15 Vie terrestre

Gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser la dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité. Cet objectif se concentre sur la protection des écosystèmes terrestres, la restauration des terres dégradées et la lutte contre la perte de biodiversité.

### 4.1.16 Paix, justice et institutions efficaces

Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous et toutes à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous et toutes. Cela inclut la lutte contre la corruption, la promotion des droits de l'homme et de la femme et le renforcement de l'état de droit.

### 4.1.17 Partenariats pour la réalisation des objectifs

Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat mondial pour le développement durable et revitaliser ce partenariat. Cela implique la coopération internationale, le soutien aux pays en développement, et la mobilisation des ressources financières, technologiques et humaines nécessaires pour atteindre les autres objectifs.

## 4.2 StratÉgies d'Économie Circulaire

### 4.2.1 Intégration tout au long de la chaîne de valeur

Mettez en œuvre les principes de l'économie circulaire dans toute la chaîne de valeur, depuis la conception jusqu'à la fin de vie des produits. Chaque étape doit être optimisée pour maximiser l'efficacité des ressources et minimiser les déchets.

### 4.2.2 Réduction à la source, réutilisation, recyclage et valorisation (3RV-E)

Explorez activement les opportunités de réduction à la source, réutilisation, de recyclage et de valorisation des produits. En prolongeant la durée de vie des matériaux et en les transformant en nouvelles ressources, vous contribuez à réduire l'impact environnemental global.

### 4.2.3 Modèles économiques innovants

Adoptez des modèles économiques innovants, tels que l'économie de la fonctionnalité ou le partage. Ces approches se concentrent sur l'usage plutôt que sur la propriété des biens, contribuant à une économie plus résiliente, durable et centrée sur l'optimisation des ressources disponibles.

Exemples de stratégies d’économie circulaire :

* Utiliser les produits plus fréquemment
  + Économie collaborative et de partage
  + Location
* Prolonger la durée de vie des produits et des composants
  + Entretien et réparation
  + Don et revente
  + Reconditionnement
  + Économie de la fonctionnalité
* Donner une nouvelle vie aux ressources
  + Écologie industrielle
  + Recyclage et compostage
  + Valorisation
* Réduire la consommation
  + Optimisation des opérations
  + Consommation responsable
  + Écoconception

# VENTES ET MARKETING

Décrivez vos stratégies de vente et de marketing.

## 5.1 StratÉgie de vente

**Canaux de vente**

Indiquez où et comment vos produits ou services seront vendus (vente directe, e-commerce, revendeurs, etc.).

**Processus de vente**

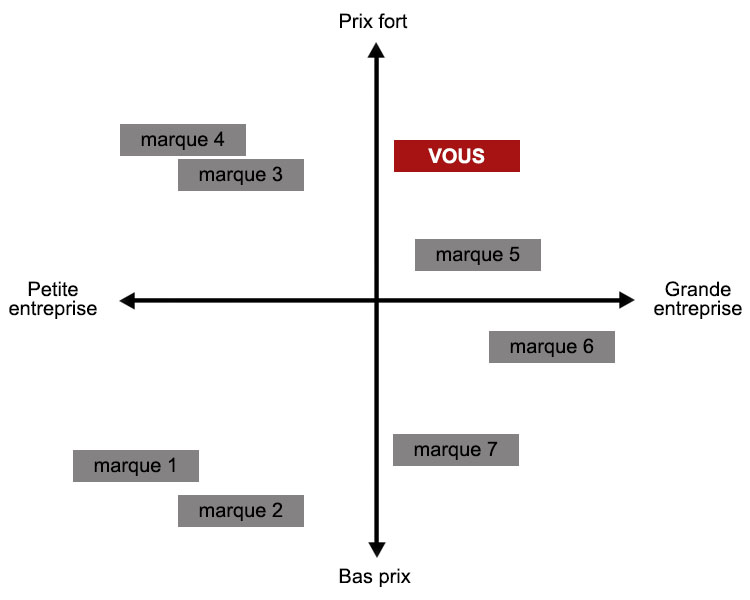
Décrivez le processus de vente, de la génération de prospects à la conversion, en passant par la conclusion de la vente.

**Force de vente**

Expliquez comment vous organiserez et gérerez votre équipe de vente (nombre de représentants, formation, rémunération, etc.).

## 5.2 StratÉgie de marketing

**Analyse concurrentielle**

Positionnez-vous face à vos concurrents sur ce tableau.

**Mix marketing (4P)**

* Produit : Stratégies liées au développement du produit, à sa gamme, à sa différenciation, etc.
  + Prix : Décrivez vos stratégies de tarification (tarification basée sur la valeur, sur les coûts, compétitive, etc.).
  + Place (Distribution) : Expliquez où et comment vos produits seront disponibles pour vos clients.
  + Promotion : Détaillez les outils et techniques de promotion que vous utiliserez (publicité, relations publiques, marketing digital, promotions de vente, etc.).

**Stratégie de marque**

Décrivez comment vous allez développer et renforcer votre marque, y compris le logo, le slogan, le positionnement de marque, etc.

**Marketing digital**

Planifiez l'utilisation des canaux en ligne (site Web, médias sociaux, marketing par courriel, SEO/SEA, etc.).

**Publicité et promotions**

Précisez les campagnes publicitaires prévues, les canaux utilisés et les promotions spécifiques pour stimuler les ventes.

## 5.3 Engagement client

**Stratégie de relation client**

Comment allez-vous fidéliser vos clients existants? Décrivez les programmes de fidélité, le support client et les interactions post-achat.

**Gestion de la réputation**

Expliquez comment vous gérez les avis clients, les témoignages et la perception publique de votre marque.

## 

## 5.4 Phase de test, MVP et protOtype

Est-ce que le projet a été testé au préalable avant de démarrer le projet en entier? Discutez de vos méthodes à l’aide de données chiffrées durant cette période.

# PLAN OPÉRATIONNEL

Détaillez les aspects opérationnels de votre entreprise.

## 6.1 Processus

Expliquez en détail comment vos produits sont fabriqués ou comment vos services sont rendus. Décrivez chaque étape du processus, du début à la fin.

**Technologie et équipement**

Indiquez la technologie, les outils et les équipements spécifiques que vous utiliserez dans la production ou la prestation de services.

**Contrôle de la qualité**

Détaillez vos méthodes pour assurer que les produits/services répondent aux normes de qualité attendues. Cela peut inclure des tests, des audits de qualité et des certifications.

**Capacité de production**

Décrivez votre capacité actuelle de production et comment elle peut être ajustée pour répondre à la demande.

## 6.2 Gestion de la chaÎne d’approvisionnement

**Fournisseurs**

Identifiez vos principaux fournisseurs de matières premières, composants ou autres intrants nécessaires. Décrivez les relations que vous entretenez avec eux.

**Approvisionnement**

Expliquez comment vous gérez l'approvisionnement, y compris la négociation des contrats, la gestion des stocks et les stratégies de réapprovisionnement.

**Logistique et transport**

Détaillez les processus de transport et de distribution des produits finis, y compris les canaux logistiques utilisés et les moyens de transport.

## 6.3 Gestion des opÉrations

**Infrastructure**

Décrivez les installations nécessaires au bon fonctionnement de votre entreprise (bureaux, usines, entrepôts, etc.). Mentionnez également leur localisation et pourquoi ces sites sont stratégiques.

**Gestion des stocks**

Expliquez vos politiques de gestion des stocks, y compris la manière dont vous gérez les niveaux de stock, les rotations et les méthodes d’inventaire.

**Stratégie de croissance**

Décrivez comment vous prévoyez faire évoluer vos opérations à mesure que l'entreprise se développe. Cela pourrait inclure l'expansion de la capacité de production, l'acquisition de nouveaux équipements ou l'ouverture de nouvelles installations.

**Innovation et amélioration continue**

Décrivez les processus que vous avez mis en place pour encourager l'innovation opérationnelle et l'amélioration continue des processus.

**Gestion de la performance**

Détaillez comment vous gérez la performance des employé·es, y compris les évaluations, les incitations et les opportunités de développement professionnel.

**Identification des risques**

Identifiez les différents risques pour votre projet. Est-ce qu’il existe certains facteurs qui pourraient nuire à votre plan d’affaires? Décrivez les stratégies d'atténuation des risques à travers des pratiques durables.

**Plan de contingence**

Décrivez les mesures que vous prendrez pour atténuer ces risques. Cela peut inclure des plans d'urgence, des assurances ou des stratégies de diversification des fournisseurs.

**Conformité**

Assurez-vous que votre plan inclut une section sur la conformité avec les lois et réglementations locales, nationales et internationales pertinentes (santé et sécurité, normes environnementales, etc.).

**Certifications et licences**

Mentionnez toutes les certifications, licences ou autorisations nécessaires pour vos opérations.

**Indicateurs de performance (KPI)**

Définissez les KPI que vous utiliserez pour surveiller l'efficacité opérationnelle. Cela pourrait inclure des mesures telles que le taux de production, le taux de rejet, le temps de cycle, etc.

## ÉventualitÉs et Évalution des risques

* Mentionnez tout événement interne ou externe qui pourrait entraîner un rajustement de votre échéancier.
* Avez-vous les bon·nes employé·es et les bon·nes dirigeant·es en place?
* Pourrait-il y avoir des retards dans le développement ou la livraison des produits?
* Y a-t-il quelque chose qui pourrait avoir une incidence sur votre flux de trésorerie?
* Comment allez-vous surveiller et atténuer ces risques?
* Quel est votre plan B?