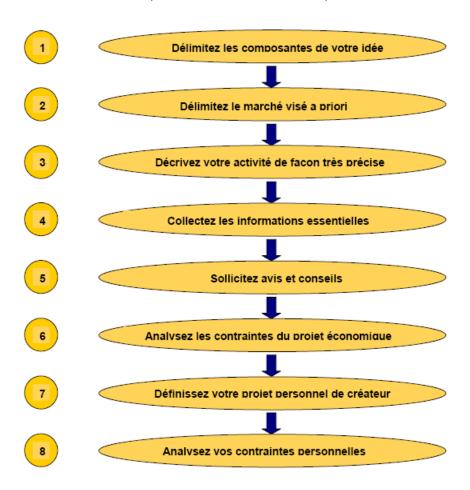


Vous avez une idée de création d'entreprise ?

Avant d'engager du temps et de l'argent dans le montage de votre projet, vous devez commencer par vérifier la **pertinence** de votre idée.

Cela suppose de prendre le temps de mener quelques investigations. En vous appuyant sur les éléments tangibles recueillis et sur de fortes probabilités, vous serez ainsi en mesure : - de déterminer les risques et les conditions de réussite de votre projet,

- le cas échéant, de corriger votre idée de départ,
- de conclure ou non que votre idée est réaliste et que vous êtes bien « l'homme de la situation ».



1- Déterminez les composantes de votre idée (Votre offre : produit /service /concept)

(Votre offre : produit /service /concept) Quels services ou biens, très précisément, souhaiteriez-vous produire ou exploiter?
Quel produit ou quel service serait réellement vendu ?
A quel besoin répond précisément le bien ou la prestation ? Quelle est son utilité ?
Quel serait le mode d'utilisation du bien ou du service ?
Comment serait-il vendu ?
S'il y a lieu, quel est le caractère novateur de votre produit/service/concept ?
Quels sont les points forts de votre produit/service/concept :
Quels sont ses points faibles :

Composantes de votre idée
2- Délimitez le marché visé a priori
Quelle est la nature du marché visé ?
Quelle clientèle pensez-vous pouvoir toucher ?

Quelle cible pressentez-vous?

Votre marché <i>a priori</i>

3- Décrivez votre activité de façon très précise

Votre activité

4- Collectez les informations essentielles

Recherchez, en fonction de l'activité projetée :

- les spécifications techniques ou juridiques,
- les données sur vos clients potentiels, disponibles à la chambre de commerce et d'industrie
- les statistiques sur un volume de consommation spécifique, sur un taux d'équipement...ou autres informations pertinentes disponibles auprès d'un syndicat professionnel, de l'INSEE, d'une mairie, d'un ministère, etc....

Réalisez une pré-enquête sommaire de terrain, en questionnant, par exemple, les commerçants jouxtant le local commercial souhaité et en observant pendant un bon moment son emplacement et son quartier

Vérifiez le plan d'urbanisme à la mairie si vous avez un projet d'emplacement commercial, etc.... **Contrôlez** qu'un texte législatif n'empêche pas d'obtenir l'autorisation administrative qui vous serait nécessaire, s'il y a lieu, etc....

Les informations essentielles
Les informations essentielles

5- Sollicitez avis et conseils

Les experts à rencontrer

6- Analysez les contraintes de votre projet

Vous êtes désormais en mesure de recenser l'ensemble des exigences du projet et de vérifier qu'elles pourront bien être satisfaites. Cette analyse est essentielle car les caractéristiques contraignantes repérées auront une incidence sur :

- l'estimation des moyens à réunir (compétences, équipements, partenariats, financements...),
- les risques pouvant peser sur le projet,
- la faisabilité de celui-ci et sa probabilité d'être rentable.

Ce travail vous permettra de refaçonner votre idée de départ, pour évacuer ces contraintes ou trouver une parade.

Les contraintes propres à la nature du produit ou du service

Exemples de contraintes liées aux caractéristiques du produit ou service

Caractéristiques du produit ou service	Exemples de contraintes particulières
Complexe	- temps de mise au point de l'industrialisation - normes à respecter - niveau de fiabilité à atteindre - dépendance de partenariats technologiques externes, besoin ultérieur de R et D, etc lisibilité difficile par le marché, par les prescripteurs, par les relais d'opinion
Innovant	- produit dépendant d'autres équipements ou d'autres opérateurs - nécessité de modifier le processus de fabrication ou les équipements ou les habitudes chez l'utilisateur - communication à adapter en conséquence
Fragile	- surcoût de processus de fabrication - création spécifique d'un emballage adapté - stockage particulier
Périssable	- infrastructure lourde en conséquence - pertes régulières possibles sur stock
Dangereux	- normes de fabrication - assurances - autorisations
Polluant	- autorisations - réaction possible des riverains
Copiable	- risque d'arrivée rapide de "gros concurrents" sur le marché - nécessité d'occuper le marché très vite
A faible valeur ajoutée	- nécessité de forts volumes - cohérence entre charges fixes probables et marge commerciale
Très coûteux	- cycle de production très long - niveau élevé de Besoin en Fonds de Roulement - hésitation longue chez l'acheteur potentiel
A usage unique (différents cas)	- emballage spécifique à concevoir - normes de sécurité à respecter (souvent le cas)
A renouvellement d'achat lent	- nécessité de reconstituer chaque année sa clientèle
Saisonnier (différents cas)	 installations de stockage adaptées besoin de crédit de campagne période propice de démarrage de l'activité
Nécessitant d'accorder une garantie	- coût d'un service après-vente - assurance à souscrire
Sujet aux aléas climatiques	- réserve financière de sécurité - assurance à souscrire, si possible
Susceptible d'être rapidement obsolète	- disponibilité de gamme suivante - cadence dans la recherche-développement
Nécessitant un emplacement particulier	- dans un quartier spécialisé - près des donneurs d'ordres - dans une rue très commerçante
Non rentable par lui-même	- aléas des recettes provenant des tierces parties (ex : journal gratuit)
Dépendant	- de partenaires incontournables : pour son installation, pour son exploitation ("prendre leur pouls", dès maintenant) - ou d'enveloppes budgétaires (période plus ou moins favorable dans l'année)

Exemples de contraintes liées à la production

Caractéristiques liées à la production	Exemples de contraintes particulières
Approvisionnements	 cours très fluctuant des matières premières risques politiques ou climatiques sur les approvisionnements rapport de force avec des fournisseurs en situation d'oligopole
Processus de fabrication	 qualification adéquate du personnel existence ou pas de la sous-traitance nécessaire dépendance vis-à-vis de certains sous-traitants
Conditionnement	- emballage spécial - emballage à recycler obligatoirement

Exemples de contraintes liées à l'image du produit ou du service

Caractéristiques liées à l'image du produit ou du service	Exemple de contraintes particulières
Effet de mode	- quel produit prendra la suite ?
Image négative (mauvaise réputation du métier, déficit de confiance)	- communication longue et lourde à prévoir - "positionnement rendant crédible" à trouver
Image de luxe	 politique de communication et de distribution adaptée, coût de lancement d'une marque, emballage coûteux à créer, nécessité d'un emplacement dans un beau quartier,
Lisibilité faible	- nécessité d'une forte communication,
Impact sur l'Environnement	- hostilité de futurs voisins, d'associations de défense de l'environnement ou de groupes de pression,

Exemples de contraintes liées à la distribution du produit :

Un bon produit qui n'arrive pas à rencontrer son marché devient un échec.

Là encore, sans présumer du choix final, il convient de prendre en compte les spécificités liées à l'écoulement du produit sur le marché envisagé, ou les barrières qu'il pourrait être nécessaire de franchir pour cela.

Exemples : Sera-t-il nécessaire de créer une marque ?

Faudra-t-il utiliser un réseau sélectif?

Faudra-t-il mettre en place un service après-vente ?

Avez-vous évalué le temps et les moyens nécessaires pour approcher la grande distribution, s'il y a lieu ? Votre produit ou prestation nécessitera-t-il de mettre en place des moyens de publicité particuliers ?

Les contraintes propres à votre produit ou à votre prestation

Les contraintes liées au marché

Le marché que vous visez a priori peut présenter des particularités, qu'il convient de discerner dès maintenant de manière à prévoir les moyens appropriés.

Exemples:

Etat du marché :

Le marché est-il :

- à créer ?
- en démarrage ?
- en fort développement ?

Les contraintes liées à votre marché