



Document d'accompagnement Les *Challenges*

CHALLENGE ETUDIANTS
Edition 2020 - 2021

LES CHALLENGES

Edition 2020-2021

Depuis 29 ans, L'Association Limousine des Challenges propose aux jeunes collégiens, lycéens et étudiants des départements de Corrèze, Creuse et Haute-Vienne de participer à un concours de création d'entreprise fictive.

Avec leur propre idée de création, souvent axée sur l'innovation et favorisant le développement durable, et pendant toute une année scolaire, ils vont retracer le parcours complet d'un vrai chef d'entreprise de A à Z, notamment dans la définition de son Plan d'Affaires (ou Business Plan). Une sacrée aventure !

Le Challenge Etudiants, en quelques mots ?

Durant l'année scolaire, et par équipes de 2 à 6, les élèves vont travailler sur leur projet de création d'entreprise, accompagnés par les enseignants participant au projet, ainsi que par l'ALC. De nombreux établissements participent à ce challenge, en équipes qui concourent par catégorie de niveau. A la fin de l'année (mai), tous les élèves participent à la finale départementale puis les vainqueurs partent à la finale régionale qui viendra déterminer les grands gagnants de l'édition en cours.

Le Challenge Etudiants, quels avantages pour l'élève ?

- Permet de découvrir le monde du travail, de l'entreprise ; l'entrepreneuriat.
- Permet de sortir du cadre scolaire et de découvrir de nouvelles compétences : leadership, travail en équipe, coopération, goût pour les chiffres, communication, prise de parole en public, rédaction, montage de projet.
- Déploie de nouvelles perspectives d'orientation.
- Constitue un bon exercice pour les oraux et entretiens professionnels.
- Rend acteur le jeune, libre de réaliser ce qu'il a imaginé, lui donne confiance en ses capacités, très formateur pour l'avenir.
- Développe son ouverture d'esprit, sa créativité, son esprit critique.
- Cette expérience sur son CV : c'est pour lui une chance de plus de trouver un stage ou un emploi intéressant.

SOMMAIRE

1. **Calendrier** (page 5)
2. **L'accompagnement lors des 4 étapes**, à partir de la page 6
 - **Étape 1 : La recherche de l'idée**
Propositions des sujets 2020-2021 (page 7)
 - **Étape 2 : L'étude de faisabilité** (page 9)
 - **Étape 3 : La communication** (pages 10-11)
 - **Étape 4 : L'étude financière** (page 12)
3. **Le pitch vidéo** (page 13)
4. **Présentation orale du projet** (pages 14-15)

ANNEXES

1. **La grille de notation** (pages 17-18)
2. **Compléments détaillés pour chaque étape** (pages 20 et suivantes)
 - La recherche de l'idée
 - L'étude de faisabilité
 - L'étude financière
 - Le statut juridique

LES CHALLENGES COMMENT CA MARCHE ?

C'est simple :

- Montez une équipe de 2 à 6 jeunes.
- Désignez un chef de projet parmi vous.
- Trouvez une activité pour votre entreprise (nous sommes là afin de vous aider à faire émerger vos idées).
- Tout au long de l'année, vous allez travailler sur plusieurs sessions, jusqu'à monter le véritable Business Plan de votre entreprise.
- Faire une maquette (prototype) ou un dessin de votre idée.
- Attention : au mois d'avril, il vous sera demandé de rendre un dossier de présentation de votre entreprise comportant toutes les étapes évoquées ci-dessous (BP) ; ce dossier ne devra pas excéder 25 pages et 10 pages d'annexes.
- En parallèle, vous pouvez vous inscrire à l'English Challenge, autre concours de l'ALC ; vous devrez traduire votre dossier et le présenter à l'oral en anglais le jour de la finale en juin. Il permettra à l'équipe gagnante de partir une semaine dans un pays étranger pour la grande finale Enterprise European Business Game.

LE CALENDRIER 2020-2021

🔥 **Mardi 29 septembre 2020** : Lancement régional des Challenges – Stade de Beaublanc / Limoges

🔥 **Jeudi 5 novembre 2020** : Parrainage des équipes corréziennes – Conseil départemental – Tulle

💜 **Vendredi 18 Décembre 2020** : Envoi à l'ALC de l'étude de faisabilité à l'adresse suivante : contact@leschallenges.com

Vacances de Noël : du 19 décembre au 3 janvier

🔥 **Jeudi 28 janvier 2021** : Jury mi-parcours – Haute-Vienne/ Creuse
Le Jury mi-parcours a pour but de vous exercer à présenter votre idée devant des professionnels et de recueillir des avis bienveillants sur le travail déjà accompli.

💜 **Vendredi 5 février 2021** : Envoi à l'ALC de la partie communication à l'adresse suivante : contact@leschallenges.com

Vacances d'hiver : du 6 février au 21 février

💜 **Jeudi 4 mars 2021** : Envoi à l'ALC du dossier final à l'adresse suivante : contact@leschallenges.com

Vacances de Pâques : du 10 avril au 25 mai

🟢 **Jeudi 11 mars 2021** : Envoi à l'ALC du pitch vidéo pour les étudiants Corrégiens

🟢 **Jeudi 1 avril 2021** : Envoi à l'ALC du pitch vidéo pour les étudiants Haut-Viennois

🔥 **Jeudi 18 mars 2021** : Finale départementale Corrèze

🔥 **Jeudi 8 avril 2021** : Finale départementale Haute-Vienne

💧 **Jeudi 27 mai 2021** : Finale régionale des Challenges – Limoges

🔥 **Fin juin** : Finale Enterprise European Business Game.

ETAPE 1 : LA RECHERCHE DE L'IDEE

→ **Voici la définition de l'innovation adoptée par l'ALC :**

« Une innovation est une idée originale qui a réussi »

→ **A quoi reconnaît-on une idée originale ?**

Si notre projet se situait dans la vraie vie et était porté à la connaissance du public :

- Les concurrents déjà en place diraient : *« ils sont complètement fous ! Je leur souhaite bien du plaisir... »*
- Les « clients pilotes » (clients que nous avons repérés comme ayant une longueur d'avance sur les autres) diraient : *« Ah ! enfin ! il leur en a fallu du temps pour comprendre ce dont nous avons réellement besoin ! »*

A quoi reconnaît-on une idée réussie ?

- Dans le cas particulier des Challenges, la « réussite » est caractérisée par le fait que le jury considère que l'activité envisagée est originale d'une part, et a une bonne probabilité d'être viable, d'autre part.

→ **L'ALC a créé des tutos « à la recherche de l'idée ».**

Afin de vous accompagner au mieux dans la recherche de votre idée, nous avons réalisé des tutos vidéo qui serviront aussi bien pour les enseignants que pour les élèves. Grâce à ces vidéos, vous aurez les clefs pour trouver l'idée géniale qui fera cartonner votre entreprise. Vous trouverez le document récapitulatif ainsi que toutes les vidéos sur le lien suivant : Créons un produit innovant.

<http://www.associationlimousinedeschallenges.com/25041-videos.php>

Propositions de sujets 2020-2021

Ces sujets ne sont pas obligatoires !

Ils vous sont proposés afin d'inspirer ceux qui parmi vous n'ont pas d'idée de projet au départ. Ils sont inspirés des enjeux sociétaux actuels.

Sujet 1 : RETOUR A L'ELEMENTAIRE

Imaginez une/des solution(s) pour lutter contre la hausse du temps passé devant un écran.

Sujet 2 : BRISEZ LES TABOUS

Comment lutter de manière concrète contre les pratiques discriminatoires de la société ? (Harcèlement scolaire, orientation sexuelle, genre, obésité, handicap, santé mentale, racisme...).

Sujet 3 : S'ADAPTER AU MONDE QUI CHANGE

Imaginez des solutions qui facilitent notre quotidien face aux épisodes climatiques (inondations, séismes, sécheresse etc).

Sujet 4 : 30 ANS

Imaginez un produit inexistant à l'heure actuelle et qui sera dans l'air du temps à l'horizon 2050.

Consignes pour la recherche d'idée :

Rappels concernant « *les sujets de l'année* » :

- Ces sujets ne sont pas obligatoires mais ont été définis de telle sorte que les équipes qui veulent bien les prendre en compte ont toutes les chances d'élaborer un projet original. En effet, la contrainte intégrée grâce aux sujets proposés facilite la démarche créative et le démarrage de l'étude de faisabilité.

Pour mémoire, voici les ***contraintes communes à tous les sujets*** proposés : Il s'agit de créer une ***entreprise fictive*** dont le but est de concevoir, fabriquer et vendre un produit (à privilégier) ou un service.

- Essentiellement à base de *matériaux courants*, recyclables et issus de la région (tels que bois, carton, métal, pierre, tissu, cuir, eau, bio-résine).
- **Potentiellement innovant** : La notation tiendra compte du fait que l'idée soit réalisable. L'étude de la concurrence doit être honnête et noter les liens avec ces entreprises.
- Accessible à une *entreprise ou organisation ayant des moyens limités*, telle qu'une entreprise artisanale ou une PME.

Voir le détail de l'accompagnement « recherche de l'idée » en annexe 2, pages 19 à 22

Présentation de votre dossier :

La première page est une page de garde. Les informations suivantes doivent y figurer :

- Prénoms et noms de toutes les personnes de l'équipe,
- Classe ou niveau,
- Nom et logo de l'établissement scolaire
- Nom et logo de l'entreprise fictive

La seconde page est un sommaire, référençant les différentes parties de votre dossier.

N'hésitez pas à faire une page de remerciements.

Une fois que vous avez trouvé une idée, et que tous les membres de l'équipe sont tombés d'accord, commencez à rédiger la présentation !

A la fin de la 1^{ère} étape, vous devez avoir :

1. Fais la page de garde
2. Rédigé votre projet en une phrase :
 - Quel est le nom de votre entreprise ?
 - Quel est le produit innovant que vous souhaitez fabriquer puis commercialiser ?

ETAPE 2 : ETUDE DE FAISABILITE

→ Consignes :

Lors de cette même phase et comme ce serait le cas pour une entreprise réelle, la personne (professeur, parrain, membre de l'équipe) faisant fonction de « *coach innovation* » aide l'équipe à détecter et éclairer « les zones d'ombre » de son projet.

IMPORTANT : Utiliser un maximum internet afin de connaître vos concurrents, à qui ils achètent les composants et à quel prix, combien ils les vendent ?

Quels sont les avantages et les inconvénients (sincères) de votre idée par rapport aux concurrents ?

Indiquez les adresses des sites que vous avez étudiés (liens Internet).

A la fin de cette étape, vous devez avoir :

1. Rédigé votre projet en une phrase (reprise de l'étape 1 si pas de modifications)
2. Défini votre positionnement sur le marché :
 - a. Qui sont mes concurrents et comment je me positionne par rapport à eux ?
 - b. Quels sont les clients visés ?
 - c. Intéressez-vous également au marché étranger ; vous pouvez tout à fait donner une dimension internationale à votre projet.
3. Réfléchi à la localisation de votre entreprise.

Voir détail de l'accompagnement annexe 2, pages 23 à 26

ETAPE 3 : LA COMMUNICATION

Bien communiquer sur votre entreprise, c'est faire en sorte que :

- Votre entreprise et surtout ce qu'elle fabrique soient **connus de tous** les utilisateurs possibles (c'est le marché potentiel).
- **L'image** de l'entreprise et celles de vos produits soient bonnes.
- Le client consommateur **ait envie** et sache **où acheter** vos produits ou services.

1. Donc vous devez déterminer votre cible :

- Quel est le profil du client consommateur ? exemple : « *les hommes de moins de 30 ans* »
- Quelle région habite-t-il ? Brive, la Corrèze, la France ?
- Quelles sont ses habitudes : Où mange-t-il ? Quelle radio il écoute ? où part-il en vacances ?

2. Ensuite, il va falloir définir le message que vous voulez faire passer et qui va toucher votre cible.

Vous devez répondre à la question :

« *Quels sont les arguments que je veux mettre en avant pour vendre mon produit ou mon bien ?* »

Cette vidéo de **Simon Sinek** devrait vous faciliter grandement la tâche :

<https://www.youtube.com/watch?v=q6CcKv3xvdM>

3. Ensuite, il convient de trouver le ou les moyens de communication qui atteignent ce profil de consommateurs.

Il existe de nombreux canaux de communication. On peut distinguer :

- Le « mass média » (presse, TV, affichage, radio, cinéma, Internet) atteignant un grand nombre de prospects mais sans de possibilité de personnalisation.
- Le « hors média » (marketing direct, promotion, relations publiques) où on touche moins de personnes mais le message est personnalisé.
- Le « marketing viral » dans lequel une frange de nos clients (que l'on appelle « clients innovateurs ») font le buzz en témoignant (notamment sur les réseaux sociaux) sur la « nouvelle expérience » que notre produit leur fait vivre.

(Cf. le livre de Seth Godin « A free prize is inside » téléchargeable au lien ci-après :

<http://www.sethgodin.com/freeprize/freeprizecondensed.pdf>)

Pour plus d'informations : <https://www.afecreation.fr/pid543/se-faire-connaître.html&tp=1>,

Exemple : pour un magasin de vente de sports d'eau : flyer + inauguration du magasin.

4. Trouvez le nom de votre entreprise.

Le nom de votre entreprise doit être simple, original et qui frappe les esprits.

5. Concevez le logo de votre entreprise.

Celui-ci doit être simple, frapper les esprits et être contemporain.

Attention un logo ne représente pas de façon explicite l'activité de l'entreprise ex : le lion Peugeot.

6. Concevez l'affiche publicitaire de votre entreprise.

N'hésitez pas à créer des supports pour valoriser votre entreprise ainsi que ses produits.

7. Eventuellement faites un prototype (ou dessin).

(Cf. les recommandations afférentes au volet « A la recherche de l'idée »)

Le lancement de votre entreprise peut se faire sur un secteur géographique réduit. Les coûts des médias régionaux et nationaux sont très élevés. Idem pour les panneaux d'affichage de type « Abribus » (Decaux). Au cours du développement de votre entreprise vous pourrez améliorer votre système de distribution et vous développer.

Attention à la « solution bateau » consistant à créer un site Internet. Il convient de définir clairement sa vocation. S'agit-il d'un « site vitrine » ou bien un site d'e-commerce ?

Le meilleur site est inutile si personne ne sait le trouver facilement. L'optimiser (et en premier lieu obtenir un « référencement » correct) peut aussi coûter très cher (flux RSS, . . .):

<https://conseilsmarketing.files.wordpress.com/2007/04/25-conseils-pour-faire-connaître-son-site-internet.pdf>

Au lien ci-après, un outil facile pour créer un site internet : <http://fr.wix.com/>

ETAPE 4 : L'ETUDE FINANCIERE

A-CALCULEZ RESSOURCES ET BESOINS DE VOTRE ENTREPRISE :

1. **LES RESSOURCES** : On parlera de ressources **FINANCIERES**

VOS CLIENTS : vous avez défini qui (âge, sexe, lieu ?) et combien ils sont.

I. Ils vont acheter votre « invention ». Quelle quantité pensez-vous leur vendre ?

Ce n'est qu'une estimation en fonction de vos recherches sur internet. Demandez l'avis de votre professeur.

II. Quel prix de vente d'un exemplaire avez-vous déterminé ?

- Êtes-vous compétitif à ce tarif ?
- Vous pouvez vendre plus cher qu'un autre si votre produit ou votre service possède un plus.
- Faites-vous une remise pour de grosses quantités ?

2. **LES BESOINS** : C'est l'argent que votre entreprise va devoir dépenser pour obtenir les produits que vous avez « inventés ».

B-ESSAYEZ DE DETERMINER VOTRE SEUIL DE RENTABILITE AU BOUT DE COMBIEN DE MOIS, VOTRE ENTREPRISE GAGNERA DE L'ARGENT ?

Voir le détail et les tableaux à remplir pages 28 à 31

COMMENT REALISER VOTRE PITCH VIDEO ?

Vous allez devoir, en équipe, retranscrire votre créativité et votre dynamisme pour créer la meilleure vidéo des Challenges !

Aucune restriction, à vous de choisir la trame, les idées et les outils que vous souhaitez utiliser : smartphone, ordinateur, même la caméra de mamie est autorisée !

Une seule règle, **votre pitch ne devra pas dépasser 3 minutes**. Pas une, pas deux... Trois minutes !

Voici quelques petits conseils pour vous aider dans la réalisation de la vidéo :

- Préparez un script de ce que vous souhaitez dire et apprenez-le.
- Répartissez le temps de parole de chaque personne du groupe pour chaque partie.
- En 3 minutes, parlez de votre produit/service, notamment ses caractéristiques principales, ses avantages.
- Veillez à tous vous filmer au même format « paysage ou portrait ».
- Vous pouvez intégrer du texte, des photos, votre maquette, des vidéos autres, des montages, du son....
- Vous pouvez aussi mettre en scène votre pitch à la manière d'un jeu de rôle, de mise en scène, de même si vous avez créé une maquette, etc.
- Vous pouvez filmer cela à la manière de stories style Instagram, Snapchat, etc.
- Votre pitch doit être clair, convaincant et dynamique

L'objectif : nous convaincre que votre idée fonctionne, qu'elle peut être mise en œuvre et nous donner envie d'en savoir plus !

Le pitch doit répondre aux questions suivantes :

- Quel est votre produit ?
- A qui s'adresse-t-il ?
- Quel est son avantage concurrentiel sur le marché ?

Repoussez les limites de votre imagination !

COMMENT REALISER LE MEILLEUR ORAL ?

Un discours clair et préparé
Un support construit et esthétique
Une attitude maîtrisée

Concrètement l'oral c'est :

QUOI ?

Présenter ton projet

COMMENT ?

A l'aide d'un Powerpoint

COMBIEN DE TEMPS ?

10 minutes de présentation
10 minutes de questions

QUI ?

Face à un jury de professionnels

L'oral se construit en même temps que le support PowerPoint.

Comment construire un Powerpoint efficace :

Diapo 1

Nom de l'entreprise, logo de l'entreprise, noms des participants, nom de l'établissement, logo ALC

Diapo 2

Sommaire

Avant dernière Diapo

Conclusion

Dernière Diapo

Remerciements

+ 10 slides pour le contenu

Bien choisir le contenu de chaque diapo. Préférez des phrases courtes et des mots clés.

Soignez l'esthétique de votre support afin qu'il soit agréable à regarder et facile à lire pour l'auditoire.

Bien répartir le temps de parole de chaque membre de l'équipe.

Ne répétez pas tout ce qui est dit dans votre dossier. Amenez des compléments d'information qui ne figurent pas dans le dossier.

Apprenez votre partie. Sans tout savoir par cœur, vous devez savoir de quoi vous parlez.
NE LISEZ PAS.

Soyez surprenants, innovez ! Et ayez une attitude positive afin de passer un bon moment.

L'attitude

A FAIRE	A NE PAS FAIRE
<ul style="list-style-type: none">- Tenue vestimentaire correcte- Se tenir droit, regarder les personnes auxquelles vous vous adressez- Restez concentré même lorsque vous n'avez pas la parole- Articuler- S'entraîner avant le grand jour	<ul style="list-style-type: none">- Lire- Bouger dans tous les sens- Ne pas écouter ses équipiers lorsqu'ils interviennent

CONCLUSION

Vous n'êtes pas seul ! En effet, de nombreuses personnes et outils sont là pour vous aider dans votre travail :

- **Vos enseignants**
- **Votre parrain** : En effet, nous vous recommandons très fortement d'avoir un parrain professionnel. Celui-ci vous permettra de prendre du recul sur votre projet mais aussi de vous ouvrir des portes sur d'autres professionnels.

Les permanents de l'A.L.C

Morgan CARLUX, Chargé de mission 87, 19 et 23 : morgan.carlux@leschallenges.com

Claire BARSE, Chargée de mission 87 et 23 : claire.barse@leschallenges.com

Léa SIMON, Chargée de mission 19 : lea.simon@leschallenges.com

Pour terminer, rappelez-vous que la grille de notation insiste sur **la créativité et l'innovation**. Ne pas faire un document trop lourd mais avec la possibilité d'aller plus loin pour les parties qui vous intéressent grâce à la présence de nombreux liens internet.

Si jamais ce document ne correspond pas à vos attentes, on vous encourage à revenir vers nous pour exprimer les manquements de ce travail. De plus on peut aussi vous encourager à regarder le site de l'AFE qui est une référence pour l'accompagnement des créateurs et repreneurs d'entreprises : <https://www.afecreation.fr/pid186/espace-createur.html?espace=1>



L'équipe des Challenges



ANNEXE 1

GRILLE DE NOTATION

GRILLE DE NOTATION			
Challenge Etudiants 2019/2020			
	Cerveau Gauche (Analyse / logique) /80pts	Cerveau Droit (Créativité / artistique) /80pts	Présentation /40pts
Ecrit /100pts	/40 pts Cohérence globale du projet Distinction statuts de salarié ou associé /20pts Analyse et positionnement sur le marché, contact avec des entreprises /10pts Réalisme des éléments financiers-Analyse des charges et du chiffre d'affaire /10pts	/40 pts Degré d'innovation du produit ou service. L'innovation répond-elle à un besoin nouveau ? /20pts La présentation technique est sérieuse /10pts Originalité et cohérence du plan de communication Qualité des visuels, /10pts	/20 pts Qualité de l'écrit (propreté, syntaxe, orthographe, clarté) /10pts Respect des consignes (photo de l'équipe, nombreux liens internet, taille du dossier, taille des annexes...) /10pts
Oral /80pts	/32 pts La présentation est argumentée et les arguments sont de qualité /16pts Les réponses aux questions posées sont à propos et convaincantes /16pts	/ 32 pts La présentation a captivé l'auditoire /8pts La présentation était originale (mise en scène) /8pts L'oral a permis de démontrer que le produit ou service présenté est innovant /16pts	/16 pts Tenue vestimentaire Respect du temps imparti /8pts La présentation est-elle pertinente / au projet ? Est-elle vivante et tonique ? (posture, volume de la voix, qualité du langage) /8pts

<p>Pitch /20pts</p>	<p>/8 pts Le pitch permet de bien comprendre l'idée <i>/4 pts</i> L'idée est bien synthétisée <i>/4 pts</i></p>	<p>/8 pts Le pitch suscite l'intérêt, donne envie d'en savoir plus <i>/8 pts</i></p>	<p>/4 pts Le pitch est construit, l'équipe s'est impliquée dans la réalisation de la vidéo <i>/4pts</i></p>
---------------------------------------	---	---	--

ANNEXE 2 GUIDE POUR LES 4 ETAPES

1- LA RECHERCHE DE L'IDEE

- **Comment l'animateur (professeur, parrain, membre de l'équipe) peut-il jouer le rôle de « coach innovation » lors de la phase « recherche de l'idée » avec 3 grandes règles ?**

1ère Règle : Bien faire comprendre au groupe que la démarche va comprendre deux étapes :

- Exploration : un maximum d'idées sont émises par le groupe ; on ne critique pas et au contraire on « pille » les idées de chacun pour les modifier et les enrichir.
- Concrétisation : le groupe sélectionne la meilleure idée ; il la développe et la présente de façon attractive.

2ème Règle : Utiliser les techniques dites « d'écoute active » pour obtenir le maximum de pistes ;

- *Tout d'abord des questions ouvertes pour lancer le débat ; par exemple :*
→ « Je vous propose d'utiliser trois post-it chacun pour noter en 2 mn les premières réponses qui vous viennent à l'esprit concernant ce même défi »
- *Ensuite des questions semi-ouvertes pour bien explorer toutes les pistes :*
→ « Comment faire en sorte que notre réponse permette de relever [tel aspect particulier] du sujet qui nous est proposé ? »
- *Ensuite des questions fermées pour arriver progressivement à la réponse qui traduit le mieux le travail du groupe :*
→ « Je décris la piste qui semble se dégager et vous me dites ensuite comment améliorer cette reformulation »

3ème Règle : s'entraîner à « gérer le silence »

Vous allez manier un questionnement insolite et qui va nécessairement rendre perplexe les jeunes que vous accompagnez.

Il est normal que la première prise de parole suite à des questions de ce type ne soit pas immédiate ; vous devez être capable de gérer jusqu'à 30 secondes de perplexité

et de réflexion pour vos jeunes, sans pour autant « tuer » votre « question ouverte » par une « question moins ouverte », voire une « question fermée ».

Profitez de ce court laps de temps pour préparer la question suivante.

- **Voici les quatre étapes à franchir lors de la phase 1 « recherche de l'idée »**

NB. Il s'agit d'un processus itératif et non linéaire (chaque décision intermédiaire amène à reconsidérer l'ensemble de la démarche).

Étape 1 : faire trouver par l'équipe au moins trois pistes intéressantes

Il convient de passer en revue chacun des quatre sujets de l'année à l'aide de questions ouvertes telles que ci-après (les exemples font référence aux sujets 2016-2017) :

Cas particulier d'une équipe « qui a déjà une idée » : voici des exemples de questions ouvertes à utiliser en début d'exploration :

« *Pouvons-nous créer un lien entre l'un des trois sujets proposés et notre idée de départ ?* »

« *Il s'agit d'un produit déjà bien connu du public ; comment pourrions-nous nous démarquer de la concurrence ?* »

Étape 2 : aider l'équipe à concrétiser chacune des trois meilleures idées détectées préalablement

A travers un questionnement « semi-ouvert » tel que ci-après, il s'agit de transformer l'idée initiale en produit clairement matérialisé :

- Pouvons-nous dessiner l'objet ?
- Quels seront les différents sous-ensembles de l'objet ?
- De quels matériaux allons-nous nous servir ?
- Quelles seront les dimensions de l'objet ?
- Comment l'objet sera-t-il fabriqué ?
- Quelle sera l'apparence extérieure de l'objet ?
- Comment l'objet sera-t-il conditionné ?

- A quel modèle économique pensons-nous a priori ? (qui sera le bénéficiaire du produit ? qui nous l'achètera ?)

Au final, le « coach innovation » proposera et fera valider par l'équipe une formulation synthétique en s'inspirant par exemple de la phrase-type ci-après :

« Il s'agit de permettre à [tel public] de vivre [telle nouvelle expérience] en mettant à sa disposition [tel produit ou prestation] doté de [telles et telles caractéristiques originales] »

Étape 3 : Aider l'équipe à faire un choix définitif

Le « coach innovation » aide l'équipe à choisir l'une des trois idées préalablement émises.

Au cas où deux idées restent en concurrence, il pourra être recommandé de créer deux équipes distinctes.

Étape 4 : démontrer la viabilité de la solution retenue (réaliser un prototype dans l'esprit « quick and dirty »)

Le « coach innovation » incite l'équipe à utiliser tous moyens facilement disponibles en vue d'obtenir une première matérialisation de l'objet on tout du moins de la partie fonctionnelle de l'objet ; parmi les matériaux utilisables : papier, carton, fil de fer, trombone, pâte à modeler, bouteilles en plastique, etc.

Si la première matérialisation de l'idée s'avère être une impasse technique (elle ne semble pas pouvoir fonctionner), Il faut chercher une, voire plusieurs solutions de remplacement. Pour cela n'hésitez pas à aller voir votre professeur de technologie ou d'arts plastiques...

De plus, sachez qu'il existe des fab lab et vous pouvez vous rapprocher de ces structures pour la réalisation de vos prototypes.

<http://carrefour-numerique.cite-sciences.fr/fablab/wiki/doku.php?id=charte>

Si aucune solution technique n'est trouvée, il faut recommencer avec l'une des autres idées de produit préalablement formulées.

A la fin de cette partie, vous pouvez présenter votre idée en reprenant le format d'un **tweet** c'est à dire en **140 caractères** pour que la présentation soit dynamique et percutante. Celle-ci doit reprendre :

1. Les caractéristiques de votre produit ou service
2. Le besoin auquel il répond
3. Si possible, accompagnée d'un visuel

Ces éléments ne sont pas gravés dans le marbre et pourront évoluer au fur et à mesure de votre projet. En effet, vous allez notamment tester votre idée avec des clients potentiels (étude de faisabilité) et ces éléments vont vous permettre d'enrichir votre idée.

2- ETUDE DE FAISABILITE

Aussi en 4 étapes :

Étape 1 : Observer « en situation » le public potentiellement concerné et adapter le produit en conséquence

Dans le cas d'un produit **potentiellement innovant**, cette étape ne se confond pas avec ce que l'on appelle communément « une étude de marché ».

En effet, plus le produit est **potentiellement innovant** et moins le client ou l'utilisateur potentiel est capable de s'exprimer sur l'intérêt de celui-ci. Donc, dans ce cas un questionnaire doit autoriser des réponses très ouvertes et l'exploitation statistique doit être précise.

Steve JOBS nous explique cela en une phrase : « Vous ne pouvez pas demander aux clients ce qu'ils veulent et ensuite essayer de le leur donner. Au moment où vous l'aurez créé, ils voudront autre chose. »

La règle de base en pareil cas est de « mettre en situation » et individuellement 3 à 5 personnes représentatives du public concerné et d'observer les réactions de chacune d'entre elles face au concept proposé. D'où l'intérêt d'avoir une concrétisation de type « quick and dirty » à proposer (cf. étape 1.4 décrite plus haut).

L'exploration par mots-clés des réseaux sociaux et notamment des forums d'utilisateurs (ex : « Carenity » pour les avis sur les produits pour les personnes âgées ou malades) est par ailleurs recommandée. Néanmoins les « réactions à distance » face au concept proposé doivent être considérées avec prudence.

De même qu'un journaliste, vous devez croiser les informations. La confiance ne peut être totale envers ce que vous trouvez sur le net, par exemple :

→ **Les Wiki** (wikihow, wikipedia) : ce sont les clients qui écrivent la notice. Concernant les chiffres, c'est très souvent juste et facilement vérifiable. Concernant les idées certaines peuvent être soumises à caution, mais c'est bien l'intérêt du travail : exercer l'œil critique des jeunes sur ce qu'ils lisent sur la toile.

- **Les réseaux sociaux** : Le tri entre les informations est très complexe, faites-vous le plus possible accompagner dans cette démarche.
- **Dans ce cas les étudiants ne doivent pas indiquer ni leurs noms, adresses ou n° de téléphone : ils peuvent utiliser un pseudonyme ou encore le nom de leur groupe.**

Ce qui n'est pas le cas du business plan que nous vous demandons qui, lui, restera confidentiel.

Afin de vous perfectionner dans vos recherches internet, nous pouvons vous conseiller de suivre ce lien fait par Google

https://www.google.com/intl/fr_fr/insidesearch/tipstricks/all.html

mais aussi regarder les diapos 76 à 83 de ce lien dropbox.

<https://www.dropbox.com/s/emwaq78aj97dff9/Dest%20Ent%20support%20complet%20formati%20recherche%20de%20l%27id%C3%A9%20et%20%C3%A9tude%20de%20faisabilit%C3%A9%2009112016%20v4.ppt?dl=0>

Étape 2 : identifier sur Internet les éventuelles initiatives de la concurrence directe et indirecte

N.B. Avant de lancer la recherche, se reporter à la partie intitulée « *Comment effectuer des recherches efficaces sur Internet ?* »

La « concurrence directe » est celle qui propose d'ores et déjà un produit similaire au nôtre (à l'exception de la caractéristique originale que nous entendons conférer à notre propre produit). A noter que si l'on s'avise de demander directement son point de vue sur notre projet à l'un de ces mêmes concurrents directs, il répondra invariablement que la caractéristique originale de notre produit n'a aucun intérêt (syndrome du « *not invented here* »). On peut donc s'épargner cette démarche.

La « concurrence indirecte » est celle qui vise à satisfaire la même attente mais en s'y prenant différemment (exemple de concurrence indirecte pour la « *roue gyroscopique motorisée* » : la trottinette vue comme moyen de transport urbain).

Il convient d'identifier par une exploration sérieuse des deux formes de concurrence présentées ci-dessus.

En regard de l'éventuelle constatation « *on a regardé sur Internet ; ça existe déjà !* » il faut orienter la réflexion de l'équipe selon le double questionnement ci-après :

- Les produits détectés répondent-ils réellement aux mêmes attentes et s'adressent-ils au même public ?
- Si oui, s'agit-il de la même réponse concrète ? (plusieurs solutions parfaitement viables peuvent coexister en vue de répondre à une même attente préalablement identifiée par deux entreprises différentes)

Étape 3 : vérifier que le produit envisagé est en conformité avec les normes et règlement en vigueur

D'une manière générale, tout produit engageant d'une manière ou d'une autre la *santé* ou la *sécurité* du public est couvert par une ou plusieurs réglementations, le plus souvent européennes. C'est également vrai pour tout produit ayant un *impact environnemental* significatif.

A ce stade, l'équipe aura à démontrer qu'elle a recherché sur Internet les « normes rendues obligatoires » ainsi que les réglementations en vigueur et en relation avec le produit envisagé.

On pourra effectuer une recherche par mots-clés sur chacun des deux sites ci-après :

<http://www.boutique.afnor.org/normes-produits-edition> (Normes Françaises et Européennes)

<http://www.legifrance.gouv.fr> (Réglementation Française et Européenne)

Étape 4 : statuer sur l'opportunité de protéger certains aspects du produit par la prise de droits de Propriété Intellectuelle

N.B. Cette étape est très difficile à gérer pour un non-spécialiste de la Propriété Intellectuelle (problème auquel sont également confrontées les entreprises réelles et notamment les PME). Dans le cadre des Challenges, il faut néanmoins que l'équipe soit capable d'indiquer que la question se pose et de nommer les démarches qui seraient à effectuer par une entreprise réelle.

Si le produit comporte une solution technique a priori *originale*, il convient de vérifier qu'aucun brevet en vigueur n'a été déposé par un tiers (une entreprise réelle déposerait vraisemblablement ensuite un brevet).

Si le produit comporte une esthétique a priori *originale*, il convient de vérifier qu'aucun dessin et modèle en vigueur n'a été déposé par un tiers (une entreprise réelle déposerait ensuite un ou plusieurs dessins et modèles)

Si la désignation du produit ou de l'entreprise comporte un ou plusieurs signes distinctifs (appellation originale et / ou logo et / ou slogan), il convient de vérifier qu'aucune marque de fabrique en vigueur n'a été déposé par un tiers (une entreprise réelle déposerait ensuite une marque de fabrique)

S'il s'agit d'une « création littéraire » (rédactionnel ou logiciel) il faut utiliser le droit d'auteur par le biais d'une « prise de date certaine ».

Peut-on effectuer des recherches d'informations dans le domaine de la Propriété Intellectuelle ?

Les recherches à conduire dans ce domaine ainsi que les interprétations des résultats correspondants sont complexes, comme indiqué plus haut. A défaut de les faire réellement, il faudra indiquer dans le dossier quels types de recherche auraient dû être effectuées, et avec l'aide de qui

Des sites (théoriquement) accessibles au grand public existent :

- <http://fr.espacenet.com> (brevets désignant la France)
- <http://bases-modeles.inpi.fr> (dessins et modèles désignant la France)
- <http://bases-marques.inpi.fr> (marques désignant la France)

Comment effectuer la protection proprement dite (pour mémoire) ?

Les formalités de dépôt doivent impérativement être confiées à un Conseiller en Propriété Industrielle (CPI) et tout particulièrement pour ce qui concerne les brevets. A noter qu'il n'y a aucune obligation légale de recourir à un CPI mais que « dans la vraie vie » c'est fortement recommandé néanmoins

Pour en savoir plus sur le métier de CPI : www.cncpi.fr

3- ETUDE FINANCIERE

I- CALCULEZ LES BESOINS DE VOTRE ENTREPRISE :

LES BESOINS MATERIELS : Ce sont les outils nécessaires au travail de l'entreprise :

Le plus souvent possible, favorisez la location qui permet de lisser les coûts.

- Machines de production, agencements, rayonnages...
- Matériel informatique (ordinateurs, imprimantes, réseaux Internet...).
- Matériel et mobilier de bureau (meubles, armoires bureau, chaises, photocopieur, téléphonie...).
- Matériel de transport et déplacements (camions, camionnettes ou scooter de livraison, voitures des commerciaux...).
- Les autres charges de fonctionnement (loyer des locaux, assurances, entretien ménage locaux, honoraires, publicité...).

LES BESOINS HUMAINS : les gens qui vont travailler dans l'entreprise.

- Ouvriers pour la production, chauffeurs livreurs, magasiniers etc...
- Employés administratifs : standard téléphonique, secrétariat, comptabilité etc...
- Commerciaux : en contact direct avec la clientèle, soit fixes (par téléphone au bureau) ou sur les routes.
- Les frais de création de l'entreprise (greffe Tribunal de Commerce ; parution dans un journal...)
- **CALCULEZ LES SALAIRES : comptez 2500 € / mois de charge pour votre entreprise pour un employé payé au SMIC.**

II. LES PREVISIONS DE VOTRE ENTREPRISE :

- **Faites vous aider pour démarrer cette étape**

LES VENTES (ou ressources)

Vous avez inventé, conçu un produit, un objet, ou trouvé une prestation. Vous allez le diffuser, le faire connaître et vous le vendrez à un public. Il faut situer vos « ventes ». Ce sont des :

- **Des ventes de produits** dont le prix sera défini produit par produit (ou par lot exemple cartons de 10)
- Ou **des ventes de prestations** dont le prix pourra être fixé soit à l'heure de travail soit peut donner un prix à la prestation (exemple une coupe de cheveux chez le coiffeur)

Vous avez trouvé votre public : LA CLIENTELE ; ces gens vous ont renseigné sur leur possible consommation de ce que vous leur proposerez ;

Vous avez les éléments pour trouver le nombre de produits vendus ou le nombre d'heures de prestations effectuées.

Noter les quantités vendues par mois depuis le mois de démarrage et sur 24 mois = 2 ans (par exemple du 1/1/2017 au 31/12/2018).

Attention certains produits ont des grosses variations mensuelles (exemple forte ventes de voyages l'été, vacances du personnel en août, etc) tout cela dépendra de la nature de ce que vous allez vendre.

Si les informations que vous possédez ne sont pas suffisantes, alors il faudra revoir votre étude de marché.

A savoir que lorsque vous présenterez vos ventes selon le **PLAN COMPTABLE** vous parlerez de **CHIFFRE D'AFFAIRES (en abrégé CA)**.

VOUS DEVEZ PRESENTER 2 TABLEAUX

A. Les ventes de produits ou prestations en VOLUME (ou quantités)

		Nombre janvier	Nombre février	Nombre mars	Nombre avril	Nombre mai	Nombre juin	Nombre juillet	TOTAL
Année 1	Produit ou prestation a	N	N	N	N	N	N	N	Total N
	Produit ou prestation b	N	N	N	N	N	N	N	Total N
									Total année 1
Année 2	Produit ou prestation a	N	N	N	N	N	N	N	Total N
	Produit ou prestation b	N	N	N	N	N	N	N	Total N
									Total année 2

B. Le chiffre d'affaires prévisionnel en €

N = Nombre

PU = Prix Unitaire

CA = Chiffre d’Affaire

		Janvier	Février	mars	avril	mai	juin	juillet.....	TOTAL
Année 1	Prix unitaire PU a €	N x PU	N x PU	NxPU	Nx PU	NxPU	NxPU	N x PU	CA année 1 €
	Prix unitaire PU b €	N x PU	N x PU	NxPU	Nx PU	NxPU	NxPU	N x PU	
Année 2	Prix unitaire PU a €	N x PU	N x PU	NxPU	Nx PU	NxPU	NxPU	N x PU	
	Prix unitaire PU b €	N x PU	N x PU	NxPU	Nx PU	NxPU	NxPU	N x PU	
									CA année 2 €

LES CHARGES (ou besoins)

Le personnel (besoins humains)

- À l'aide de la convention collective trouvez et calculez le **salaire brut** mensuel de chaque personne selon sa qualification
- À cela il faut rajouter les **charges sociales** qui peuvent être évaluées avec un taux de 38 % du salaire brut.

Les charges de fonctionnement : les principales

- Les matières pour la fabrication (carton métal matière plastique...).
- Le loyer des locaux : contactez les agences immobilières ou recherchez sur Internet le montant du loyer d'un local identique à celui dont vous avez besoin.
- Les entretiens divers : voir sociétés de nettoyage, prix de l'entretien des voitures etc...
- Le carburant des véhicules : à calculer selon la consommation et le prix de l'essence.
- La location de véhicules : recherchez chez les marques de véhicule.
- Les assurances : recherchez sur Internet.
- Les honoraires de l'expert-comptable (barème sur Internet).
- La publicité (flyers, encarts dans la presse...).

LE RESULTAT DE L'ENTREPRISE

Vous pourrez savoir au bout de combien de mois votre entreprise gagnera de l'argent c'est à dire à quel moment l'entreprise sera devenue rentable.

C'est facile : la différence entre vos ventes (chiffre d'affaires CA) et vos charges vous donnera le résultat de l'activité de votre entreprise (soit un bénéfice, soit une perte).

LE COMPTE DE RESULTAT : PRESENTEZ UN TABLEAU sur 2 années

ANNEE 1													
Nombre de produits vendus		Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
produit a	5 224		150	420	420	420	420	420	420	750	550	450	804
produit b	2 620		50	140	216	460	216	216	216	216	216	216	458
produit c	1 800		50	154	154	154	263	144	144	144	144	154	295
total produits	9 644	0	250	714	790	1034	899	780	780	1110	910	820	1557
Recettes réalisées													
<i>Pu a</i>	80 €	0	12 000	33 600	33 600	33 600	33 600	33 600	33 600	60 000	44 000	36 000	64 320
<i>pu b</i>	110 €	0	5 500	15 400	23 760	50 600	23 760	23 760	23 760	23 760	23 760	23 760	50 380
<i>pu c</i>	95 €	0	4 750	14 630	14 630	14 630	24 985	13 680	13 680	13 680	13 680	14 630	28 025
chiffre affaires	877 120	0	22 250	63 630	71 990	98 830	82 345	71 040	71 040	97 440	81 440	74 390	142 725
prix d'achats													
produit a		0	7 950	22 260	22 260	22 260	22 260	22 260	22 260	39 750	29 150	23 850	42 612
produit b		0	4 000	11 200	17 280	36 800	17 280	17 280	17 280	17 280	17 280	17 280	36 640
produit c		0	3 200	9 856	9 856	9 856	16 832	9 216	9 216	9 216	9 216	9 856	18 880
		0	3 250	9 282	10 270	13 442	11 687	10 140	10 140	14 430	11 830	10 660	20 241
	727 044	0	18 400	52 598	59 666	82 358	68 059	58 896	58 896	80 676	67 476	61 646	118 373
Marge brute	150 076	0	3 850	11 032	12 324	16 472	14 286	12 144	12 144	16 764	13 964	12 744	24 352
frais de création													
ordinateurs	1 200	1 200											
imprimerie	500	500											
fournit emballage	28 932	0	750	2 142	2 370	3 102	2 697	2 340	2 340	3 330	2 730	2 460	4 671
ligne téléphonique	960	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
liaison internet	720	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
petites fournitures	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
loyer	9 000	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
crédit bail véhicule	0												
Expert-comptable	2 400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
assurance prof	660	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
impôt	480	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
salaires	69 600	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800	5 800
charges s/salaires	30 480	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540	2 540
total charges	145 792	11 755	10 305	11 697	11 925	12 657	12 252	11 895	11 895	12 885	12 285	12 015	14 226
résultat avant IS	4 284	-11 755	-6 455	-665	399	3 815	2 034	249	249	3 879	1 679	729	10 126

PRESENTEZ LE MEME TABLEAU POUR L'ANNEE 2

II. BATISSEZ LE FINANCEMENT

Calculez vos **BESOINS D'ARGENT** pour financer votre besoin en fonds de roulement et vos investissements :

Au démarrage, les 1ers mois ne sont pas rentables (le résultat de ces mois-là est une perte) : le total vous donnera le **BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT**. Au fil du temps, vous aurez d'autres besoins pour agrandir votre entreprise : embaucher du personnel, locaux plus spacieux etc...

Au démarrage vous devrez trouver des fonds (de l'argent) pour vos investissements : régler les frais de création, financer l'achat du matériel etc...

PRESENTEZ UN TABLEAU DE FINANCEMENT

TABLEAU DE FINANCEMENT

BESOINS		RESSOURCES	
	prix unitaire		prix unitaire
Frais de création (tribunal de commerce)	250	Apports des associés (capital de la société)	
Deux ordinateurs + imprimantes	600 1 200	4 associés	500 2 000
Loyer = caution	750 1 500	emprunt à la banque	43 000
Communication (publicité de lancement)	6 170		
Ligne téléphonique /liaison internet	110		
Assurance professionnelle	55		
Besoin En Fonds de Roulement (BFR)	35 715		
TOTAL BESOINS	45 000		45 000

Pour faire face à tous ces besoins, vous allez faire un emprunt à la banque ; il ne vous reste plus qu'à contacter un banquier muni de votre dossier ; vous devez le convaincre

de la réussite de votre entreprise et lui demander de vous prêter l'argent pour commencer. Bonne chance.

COMMENT BIEN CHOISIR SON STATUT JURIDIQUE ?

Le choix du statut juridique de votre entreprise est un **choix important** car cela permet de fixer les règles de fonctionnement de celle-ci, mais aussi définir les droits et obligations de chacun.

Pour avoir une vision globale de la question du choix du statut juridique, je vous conseille de regarder cette vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=1Uts-yOEaVg>

Vous allez avoir le choix entre deux grands types de structure :

- Entreprise Individuelle
- Société

Les grandes caractéristiques de **l'entreprise individuelle** sont que vous bénéficierez d'une grande liberté d'action. En effet vous n'aurez de « compte à rendre » à personne par contre vos biens personnels et professionnels ne seront pas séparés. C'est-à-dire qu'en cas de déficit, vous pouvez être amenés à rembourser sur vos fonds personnels. L'entreprise portera votre nom patronymique (ex : Boulangerie Dupont) mais vous pouvez lui ajouter un nom commercial.

Les grandes caractéristiques de la **société** sont que contrairement à l'entreprise individuelle vous donnez naissance à une nouvelle personne (personne morale) distincte de vous juridiquement. Cela implique que votre entreprise aura son propre patrimoine et que donc en cas de déficit on ne pourra pas vous prendre vos biens personnels (sauf en cas de faute grave). Comme c'est une nouvelle personne, cela implique un nouveau nom et vous agissez pour le compte de la société et pas pour votre compte.

Cas particulier de **l'association** : L'association est une structure très souple qui ne peut pas avoir pour objectif de partager des bénéfices. Une association peut avoir du personnel salarié. Pour plus d'informations sur ce statut : <https://www.afecreation.fr/pid1630/l-association.html&tp=1>

Pour faire votre choix, nous vous conseillons :

- 1) Lire le texte ci-dessus pour comprendre le contexte global
- 2) Utiliser ce logiciel pour vous faire une première idée du choix que vous pouvez réaliser : <https://www.afecreation.fr/pid6113/aide-au-choix-du-statut.html&tp=1>
- 3) Suivre ce lien pour approfondir votre réflexion :
<https://www.afecreation.fr/pid1627/comparaison-rapide.html&tp=1>