

**Validation de besoin de projet**

## **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)**

**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 :**









Caractéristiques du produit ou service	Exemples de contraintes particulières
<b>Complexe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- temps de mise au point de l'industrialisation</li> <li>- normes à respecter</li> <li>- niveau de fiabilité à atteindre</li> <li>- dépendance de partenariats technologiques externes, besoin ultérieur de R et D, etc.</li> <li>- lisibilité difficile par le marché, par les prescripteurs, par les relais d'opinion</li> </ul>
<b>Innovant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- produit dépendant d'autres équipements ou d'autres opérateurs</li> <li>- nécessité de modifier le processus de fabrication ou les équipements ou les habitudes chez l'utilisateur</li> <li>- communication à adapter en conséquence</li> </ul>
<b>Fragile</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- surcoût de processus de fabrication</li> <li>- création spécifique d'un emballage adapté</li> <li>- stockage particulier</li> </ul>
<b>Périssable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- infrastructure lourde en conséquence</li> <li>- pertes régulières possibles sur stock</li> </ul>
<b>Dangereux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- normes de fabrication</li> <li>- assurances</li> <li>- autorisations</li> </ul>
<b>Polluant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- autorisations</li> <li>- réaction possible des riverains</li> </ul>
<b>Copiable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- risque d'arrivée rapide de "gros concurrents" sur le marché</li> <li>- nécessité d'occuper le marché très vite</li> </ul>
<b>A faible valeur ajoutée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nécessité de forts volumes</li> <li>- cohérence entre charges fixes probables et marge commerciale</li> </ul>
<b>Très coûteux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- cycle de production très long</li> <li>- niveau élevé de Besoin en Fonds de Roulement</li> <li>- hésitation longue chez l'acheteur potentiel</li> </ul>
<b>A usage unique (différents cas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- emballage spécifique à concevoir</li> <li>- normes de sécurité à respecter (souvent le cas)</li> </ul>
<b>A renouvellement d'achat lent</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nécessité de reconstituer chaque année sa clientèle</li> </ul>
<b>Saisonnier (différents cas)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- installations de stockage adaptées</li> <li>- besoin de crédit de campagne</li> <li>- période propice de démarrage de l'activité</li> </ul>
<b>Nécessitant d'accorder une garantie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- coût d'un service après-vente</li> <li>- assurance à souscrire</li> </ul>
<b>Sujet aux aléas climatiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réserve financière de sécurité</li> <li>- assurance à souscrire, si possible</li> </ul>
<b>Susceptible d'être rapidement obsolète</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- disponibilité de gamme suivante</li> <li>- cadence dans la recherche-développement</li> </ul>
<b>Nécessitant un emplacement particulier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dans un quartier spécialisé</li> <li>- près des donneurs d'ordres</li> <li>- dans une rue très commerçante</li> </ul>
<b>Non rentable par lui-même</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aléas des recettes provenant des tierces parties (ex : journal gratuit)</li> </ul>
<b>Dépendant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- de partenaires incontournables : pour son installation, pour son exploitation ("prendre leur pouls", dès maintenant)</li> <li>- ou d'enveloppes budgétaires (période plus ou moins favorable dans l'année)</li> </ul>



### Exemples de contraintes liées à la production

Caractéristiques liées à la production	Exemples de contraintes particulières
<b>Approvisionnements</b>	- cours très fluctuant des matières premières - risques politiques ou climatiques sur les approvisionnements - rapport de force avec des fournisseurs en situation d'oligopole
<b>Processus de fabrication</b>	- qualification adéquate du personnel - existence ou pas de la sous-traitance nécessaire - dépendance vis-à-vis de certains sous-traitants
<b>Conditionnement</b>	- 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
<b>Effet de mode</b>	- quel produit prendra la suite ?
<b>Image négative (mauvaise réputation du métier, déficit de confiance)</b>	- communication longue et lourde à prévoir - "positionnement rendant crédible" à trouver
<b>Image de luxe</b>	- 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,...
<b>Lisibilité faible</b>	- nécessité d'une forte communication,
<b>Impact sur l'Environnement</b>	- 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 liées à votre marché**

A large rectangular area containing numerous horizontal dashed lines, intended for handwritten notes or answers.