



UNIVERSITÉ
DE LORRAINE



Une méthode pour concevoir son futur

Projet / Equipe : TeamUp

Nom du projet : TeamUp*

Porteur(s) du projet: Zeimeth Guilhem, Mosca Enzo, Melhaoui Salim, Kaplan Nil

Date : 17/11/2024

IDéo © Document de travail
Version Complète

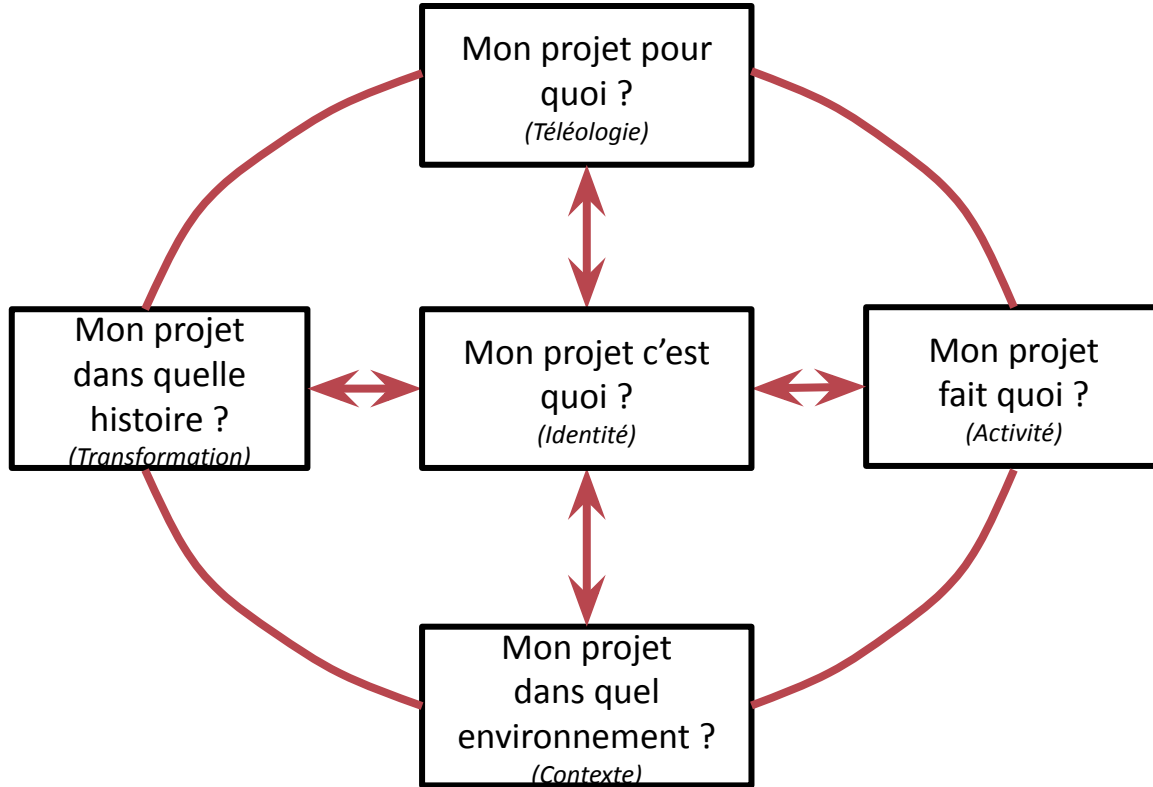
Conception originale : Pr. Christophe Schmitt
Professeur des Universités
Titulaire de la Chaire « Entreprendre »

Adaptation : Aramis MARIN

AM

1. La construction d'un scénario (Partie 1 - Montage)

= Ne pas remplir =



La méthode IDÉO vous permet de vous poser des questions pour **construire progressivement un scénario entrepreneurial cohérent**.

- ✓ Le processus est itératif : vous avancez et, au fur et à mesure, vous revenez en arrière ajuster vos hypothèses
- ✓ Vous pouvez repartir le travail mais il faut garder un dialogue avec toutes les parties prenantes pour garantir la cohérence du scénario
- Ce document n'est pas très utile pour présenter votre projet (il faudra synthétiser).
- Vous n'êtes pas obligés de répondre à toutes et chacune des questions (elles sont là pour vous inspirer ; elles sont généralistes)

1.1. Mon projet c'est quoi ?

« Décris-moi ton projet »

Quelle phrase résume l'ensemble de mon projet ?

Pensez le type d'organisation / entreprise que vous souhaitez créer et ce que vous faites autour du produit : la conception, la production, la vente, la commercialisation, la distribution, la gestion... **Attention : Ne faites pas de slogan marketing** (cela viendra après) ; et ne vous limitez pas au produit.

Exemple :

Produit : « Nouvelle application pour faire des business plan à l'aide de l'IA »

Projet : « Notre projet est de proposer des nouvelles solutions de formation et d'accompagnement en entrepreneuriat à des lycéens, à travers des applications mobiles enrichies avec de l'IA »

Notre projet est de concevoir, développer et de commercialiser une application permettant aux amateurs de sport collectif de se retrouver pour pratiquer l'activité de leur choix et se mettre en compétition.

Vérification

Notre projet est-il...

- ☐ Désirable
- ☐ Faisable
- ☐ Rentable

- ☐ Innovant
- ☐ Legal
- ☐ Ethique
- ☐ Durable

« Dessine-moi ton projet »

Quelle image/schéma permet d'avoir une vue d'ensemble sur mon projet ?

Attention : Ne vous limitez pas à un dessin du produit, mais illustrez l'image globale du projet (par exemple : le contexte d'utilisation, l'origine des matériaux, les différents services proposés...) Limitez l'utilisation des mots. Privilégiez les éléments graphiques.



1.2. Mon projet dans quelle histoire ?

*Quels sont les besoins, les problèmes, les désirs que vous souhaitez satisfaire ? Pour quel type de personnes (B2C) ou des organisations (B2B) ?
Pourquoi votre solution n'a pas encore été proposée avant vous ? Pourquoi vous considérez que ce besoin reste insatisfait ?
En quoi votre solution pourrait permettre de répondre à plusieurs besoins / problèmes / désirs ?*

*Imaginez un client / usager / bénéficiaire **idéal** (particulier ou professionnel); imaginez ce qu'il fait au quotidien, ce qui lui cause des soucis, ce qu'il attend de l'avenir, ses souhaits d'amélioration, les phrases qu'il peut dire, les comportements qu'il peut avoir, les personnes qui lui influencent, ses loisirs... En d'autres mots, quelle est son histoire ?*

Nom : di marco

Age :20 ans

Genre :homme

Rôles : client

Frustrations, craintes, angoisses :
organisation

Situations douloureuses, coûteuses ou
indésirables : isolement, manque de
contact

Désirs, espoirs, rêves, aspirations :
se faire des amis grâce au sport et se
défouler

Ce qu'il pourrait
dire sur ses
frustrations...

Ce qu'il pourrait
penser de ce qu'il
existe...

Ce qu'il peut ressentir de
« négatif »...

Voici les 9 besoins fondamentaux selon Max-Neef. Encerclez ceux que vous visez avec votre projet et développez quelques justifications autour des questions posées en haut de page.

Subsistance

Loisir

Participation

Protection

Compréhension

Création

Identité

Affection

Liberté

Autres besoins :

Autres problèmes :

Autres désirs :

*Comment notre projet permet de satisfaire plusieurs besoins, problèmes ou désirs de manière **synergique** ?*

notre projet permet d'exercer un loisir toute en pouvant faire participer de nouvelles personne et avoir une certaine liberté sur ce que l'on veut faire

1.3. Mon projet pour quoi ?

Description de la demande

*Quels segments de clientèle devrais-je viser en premier ?
Quelles personnes sont les plus faciles à convaincre de m'acheter au prix que je désire ? Peux-je vendre à des professionnels (B2B) ?
Peux-je passer par des distributeurs grossistes ?
Dois-je faire la différence entre clients et usagers / utilisateurs / bénéficiaires ?*

Nous visons les jeunes adultes pratiquants régulièrement des sports collectifs, des étudiants notamment les universités et écoles ayant une infrastructure sportive, également les associations sportives ou clubs locaux qui pourraient utiliser l'application pour recruter ou organiser leurs matchs

Mon projet

Besoin,
problème,
désir

Description de l'offre concurrentielle

Comment les gens font pour satisfaire leur besoin, aujourd'hui, sans moi ? Quels produits similaires ou substituts (qui visent le même besoin ou problème) existent déjà dans le marché ?

Ils utilisent les réseaux sociaux pour organiser des matchs mais c'est peu pratique, ils s'inscrivent également dans des clubs sportifs.

Les produits similaires qui existent sont les clubs locaux qui sont structurés mais coûteux, et les loisirs concurrents comme les salles de sport ou les jeux vidéos.

Description de la proposition de valeurs

*Qu'est-ce que je fais de différent, de mieux, de moins cher, par rapport à ce qui existe ? Quel est mon principal atout ?
Quelle est ma proposition « unique » en termes de fonctionnalités, d'adaptations possibles, des éléments créateurs de valeurs pour mes clients potentiels ?
Comment je me positionne par rapport à la concurrence ? Quelle image souhaite-je véhiculer ? Quelles sont mes valeurs ajoutées ?*

notre concept est novateur il n'y a pas de réel concurrent sur le marché en tout cas pas dans le grand est ni dans la France entière de plus notre système de tournoi reste inédit. Notre application associera des joueurs de même niveau à proximité facilitera la création et la gestion de matchs, elle offrira des statistiques et récompenses personnalisées pour motiver les utilisateurs. Ça sera une application conviviale et innovante qui valorise l'esprit d'équipe et l'accessibilité. La recherche de partenaires sportifs sera simplifiée

1.4. Mon projet fait quoi ?

1. Quelles sont les activités clés du projet ou de l'entreprise en devenir ? Recherche, développement, production, gestion, vente, distribution, entretien, communication... **Déterminez quelles activités seront réalisées en interne de l'entreprise et lesquelles seront externalisées...**
2. Quelles sont les ressources (humaines, techniques, financières, ...) nécessaires à chacune des différentes activités ?
3. Quels sont les résultats attendus des différentes activités ? Quels sont les objectifs qu'on va fixer pour chaque activité ?



2. Ressources

1. Activités

3. Résultats / Objectifs

Ex. 1,25 personnes, ligne téléphonique, voiture, frais de déplacements, hébergement, restauration	Ex. Faire de la prospection	Ex. En 3 mois, avoir prospecté toute la région
Humaines : Développeurs, designers UI/UX, chef de produit	Recherche & Développement (R&D) : Études de marché, prototypage, tests utilisateurs	Prototype fonctionnel (MVP) et retours d'utilisateurs intégrés
Techniques : Logiciels de prototypage, serveurs de développement	R&D : Conception des fonctionnalités et technique de validation	Application testée et prête à être lancée
Financières : Budget de R&D, licences logicielles	R&D : Élaboration d'un produit minimum viable	Version stable et prête pour les utilisateurs
Humaines : Développeurs mobiles, ingénieurs backend, QA	Développement & Production : Codage de l'app, intégration des fonctionnalités	Application stable, prête pour le lancement
Techniques : Outils de développement, serveurs cloud	Développement & Production : Tests de performance, débogage	Application optimisée et prête pour la mise en ligne
Financières : Salaires des développeurs, outils techniques	Développement & Production : Mise à jour continue et maintenance	Application à jour et sans bugs majeurs

1.5. Mon projet dans quel environnement ?

Emplacement physique

Où souhaite-t-on localiser l'entreprise ? Ai-je intérêt à séparer le siège, les activités de vente, de stockage, de production ?

Qu'est-ce qui justifie mon choix ? (vous pouvez évoquer le coût, la distance avec le client ou avec les inputs, l'infrastructure, les aides financières...)

Notre siège social serait à Nancy
Emplacement du début Grand-Est avec pour objectif de s'étendre dans toute la France notamment en Ile de France où les jeunes sportifs sont très représentés

Culture et société

Est-ce que la société est prête à utiliser mon produit ou mon service (spécialement dans le cadre d'une innovation radicale) ? Quels arguments socioculturels puis-je mobiliser pour rassurer mes investisseurs que le projet va fonctionner ?

- **Popularité des sports collectifs**
- **Habitude des technologies de géolocalisation et de rencontre**
- **Besoin de lien social**
- **Croissance du marché des applications sportives**

Technologie

Quelle est la technologie (le savoir-faire) clé ou critique pour la réalisation de mon projet ? Pourquoi cette technologie ? En quoi est-elle innovante ?

1. Géolocalisation intelligente
2. IA de recommandation
3. Gestion des événements
-> auto remplissage des équipes manquantes en temps réel

Mon secteur d'activité

Compétences humaines

Est-ce qu'il y a une compétence qui soit clé (chère, difficile à trouver ou à fidéliser) pour le développement de mon projet ? Quelles sont les ressources humaines les plus critiques de mon organisation (à ne jamais licencier) ?

- **Développement d'applications mobiles.**
- **Expertise en intelligence artificielle (IA)**
- **UI/UX Design**

Cycle économique

Mon marché est émergent, en croissance, en maturité ou en déclin ?

Quels arguments puis-je donner pour dire que le marché est dynamique ? Qu'en est-il des barrières à l'entrée, du dynamisme des investissements, du pouvoir de négociation des clients et des fournisseurs du secteur ou de la filière ?

Notre marché est en pleine croissance dynamique avec des barrières à l'entrée faibles et des investissements importants dans la digitalisation sportive, nous avons l'opportunité de nous positionner rapidement comme référence. De nombreuses startups et grande entreprise (nike, décathlon) investissent dans des plateformes pour encourager l'activité sportive. Notre barrière peut être le fait que créer une application est abordable mais pour se différencier il faut un investissement marketing conséquent

Politique et cadre légal

Y a-t-il des contre-indications politiques ou juridiques contre mon activité ? Les lois favorisent-ils le développement de mon activité ? Quelles normes, règles, codes, lois dois-je considérer pour exécuter mon projet ?

- protection des données personnelles (RGPD)
- mettre en place des disclaimers pour limiter la responsabilité de l'application en cas de blessure

sondage/ Étude de marché
(annexes- Google Forms)

<https://forms.gle/wDFdX5uxUU1q7eCLA>

Stratégie relation client

Notre stratégie envers les clients et de communiquer énormément sur les réseaux sociaux afin de donner envie aux jeunes d'installer l'application et de se retrouver autour de différents sport.. Ceci permettrait à l'application d'avoir une bonne visibilité et elle permettrait de rassembler du monde autour d'événement comme des tournois organisés. Ceci donnerait lieu à des vidéos faites directement par des jeunes utilisant l'application ce qui nous ferait une pub gratuitement. Des tournois entre les meilleurs équipes de chaque département pourrait être créé afin d'avoir des enjeux sur notre application avec des lots à gagner comme des maillots par exemple.

Analyse concurrentielle

1. Concurrents directs :

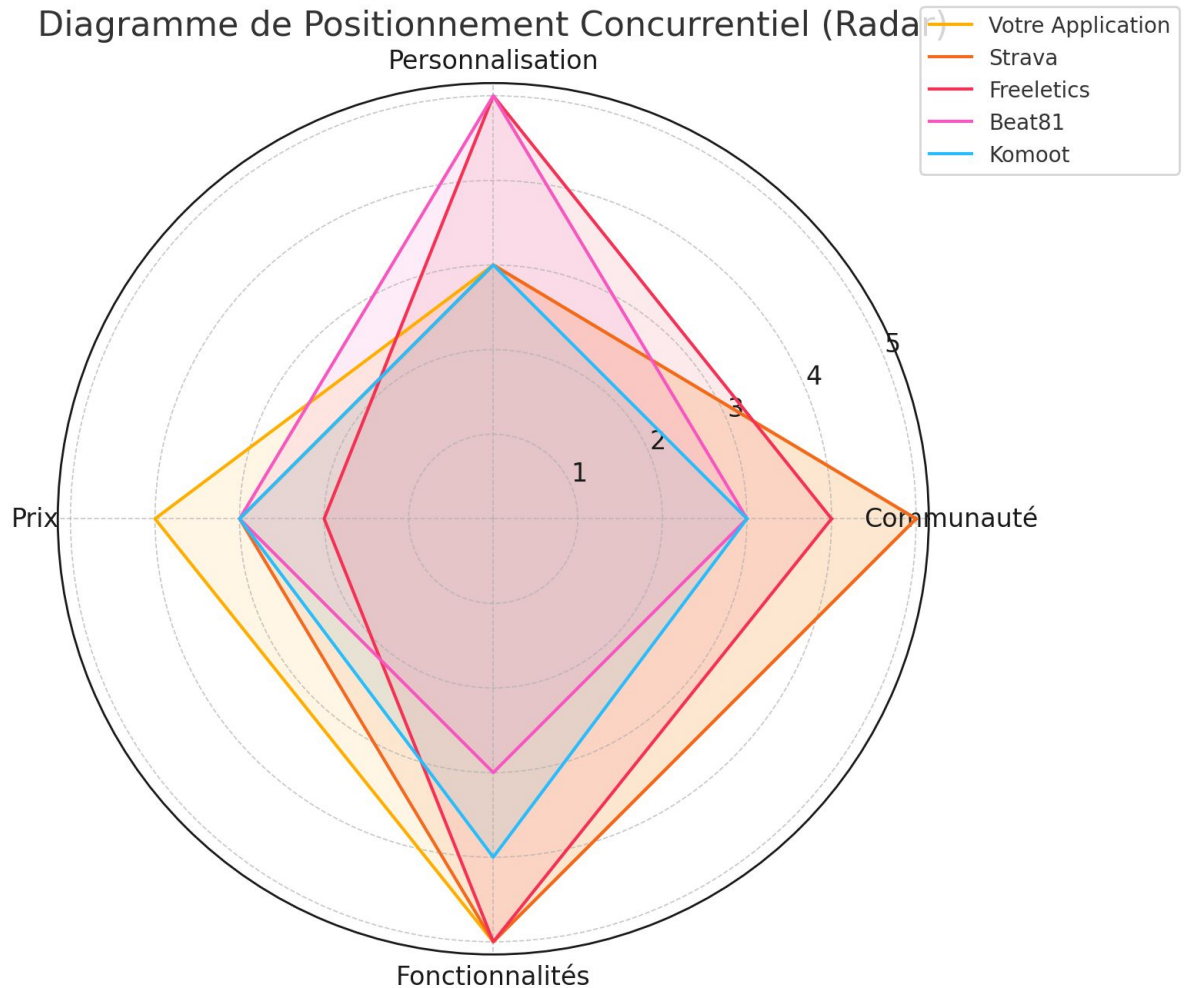
- TeamSnap : Gestion d'équipes et calendriers, mais peu adapté aux amateurs occasionnels.
- OpenSports : Organisation d'événements sportifs locaux, limité à certains marchés.
- Decathlon Play : Plateforme généraliste pour trouver des partenaires sportifs, pas axée sur le collectif.
- Spond : Outil social pour les équipes, manque de flexibilité pour les rencontres ponctuelles.

2. Concurrents indirects :

- Groupes Facebook/WhatsApp : Gratuit, mais désorganisé et peu structuré.
- Meetup : Multiactivités, mais pas optimisé pour les sports collectifs.
- Clubs sportifs : Structurés mais coûteux et rigides pour les joueurs occasionnels.

Application	Communauté	Personnalisation	Prix	Fonctionnalités
Notre Application	Très forte (encouragement au regroupement pour sports collectifs)	Modérée (basée sur géolocalisation et intérêts)	Modéré (freemium)	Étendue (matchmaking sportif, défis, compétition)
Strava	Très forte (énorme communauté mondiale)	Moyenne (suivi d'activités, localisation partagée)	Variable (offre gratuite et premium)	Très étendue (tracking GPS, plans d'entraînement)
Freeletics	Forte (30M d'utilisateurs)	Très forte (coaching IA)	Élevé (essentiellement premium)	Étendue (fitness, plans d'entraînement personnalisés)
Beat 81	Moyenne (communauté de niche)	Très forte (fréquence cardiaque, suivis précis)	Moyenne (abonnement avec accessoires)	Moyenne (orientée HIIT et suivi physique)
Komoot	Moyenne (orientée outdoor)	Moyenne (itinéraires personnalisés)	Variable (freemium)	Forte (cartes, GPS, partage communautaire)

Diagramme / Mapping positionnement concurrentiel



SWOT

Forces (Strengths)

- Innovation ciblée répondant aux besoins des amateurs et clubs de sports collectifs.
- Marché en croissance avec une digitalisation accrue.
- Modèle économique varié : abonnements, partenariats, publicités.
- Facilité d'accès et utilisation intuitive.
- Impact social positif favorisant l'inclusion sportive.

Faiblesses (Weaknesses)

- Dépendance à une technologie performante et fiable.
- Difficulté à se démarquer dans un secteur compétitif.
- Ressources limitées nécessitant un financement initial.
- Saisonnalité avec une baisse d'utilisation en hiver.

SWOT

Opportunités (Opportunities)

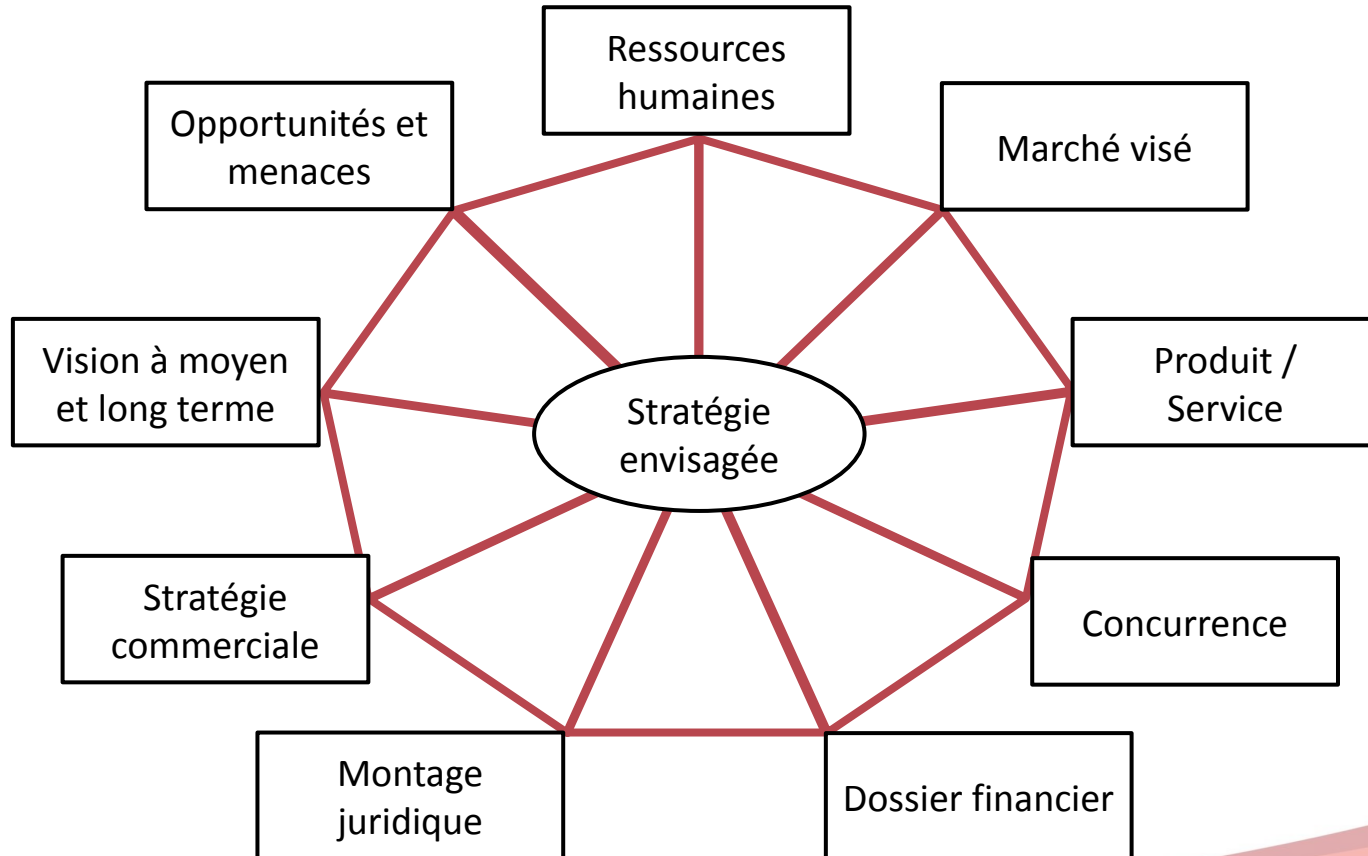
- Partenariats stratégiques avec clubs, fédérations, et marques.
- Intégration de nouvelles fonctionnalités (IA, tournois internationaux).
- Expansion possible sur des marchés internationaux.
- Tendance croissante pour les solutions digitales favorisant les interactions réelles.

Menaces (Threats)

- Arrivée de nouveaux entrants imitant le modèle.
- Risques techniques (bugs, pannes affectant l'image).
- Évolution des attentes des utilisateurs vers d'autres plateformes.
- Conformité réglementaire stricte (RGPD).

2. La construction d'un scénario (Partie 2 - Stratégie)

= Ne pas remplir =



Intitulé	Profil du poste ou CV demandé	Salaire Net (SN)	Salaire Brut (SB ≈ SN * 1,22)	Coût employeur (CE ≈ SB * 1,45)	Nombre de postes (#)	Total mensuel (TM = CE * #)	Total annuel (TA = TM * 12)
Chef de projet	Bac+5 (Gestion de projet, expérience de 3 ans minimum)	3 000 €	3 660 €	5 307 €	1	5 307 €	63 684 €
Développeur mobile	Bac+3 à Bac+5 (Compétences en React Native ou Flutter)	2 800 €	3 416 €	4 954 €	3	14 862 €	178 344 €
Ingénieur backend	Bac+5 (Expérience en bases de données et API)	3 000 €	3 660 €	5 307 €	1	5 307 €	63 684 €
Designer UI/UX	Bac+3 (Expérience en design graphique et ergonomie)	2 500 €	3 050 €	4 423 €	1	4 423 €	53 076 €
Responsable marketing	Bac+4/5 (Expérience en stratégie digitale et branding)	2 500 €	3 050 €	4 423 €	1	4 423 €	53 076 €

Community manager	Bac+3 (Connaissance des réseaux sociaux, début de carrière)	1 800 €	2 196 €	3 184 €	1	3 184 €	38 208 €
Chargé de partenariats	Bac+4 (Compétences en négociation et communication)	2 500 €	3 050 €	4 423 €	1	4 423 €	53 076 €
Support client	Bac+2 (Bon relationnel, gestion des demandes clients)	1 800 €	2 196 €	3 184 €	2	6 368 €	76 416 €

Synthèse des coûts

- **Nombre total de postes** : 11
- **Coût mensuel total (TM)** : 48 297 €
- **Coût annuel total (TA)** : 579 564 €

Stratégie envisagée

2.2. Marché visé

Votre produit cible environ 1 à 1,5 million d'amateurs de sports collectifs et 200 000 à 300 000 clubs sportifs en France. Les particuliers pourraient dépenser 5 à 10 €/mois, et les structures jusqu'à 500 €/an. Les utilisateurs organisent 2 à 4 matchs par mois, tandis que les clubs tireraient régulièrement leurs activités via la plateforme. Le marché des applications sportives croît de 15-20 % par an, avec une forte demande pour des solutions communautaires. L'activité est saisonnière, avec des pics au printemps, en été et à la rentrée.

2.3. Capacité de production

Avec l'équipe initiale (11 personnes) et un équipement de base (ordinateurs, serveurs cloud), la capacité de production inclut le développement, la maintenance, et le déploiement de l'application. Journalièrement, l'équipe technique peut traiter 5 à 10 itérations ou corrections ; mensuellement, elle peut développer et intégrer 2 à 3 nouvelles fonctionnalités. La production du service sera majoritairement à la commande, l'application fonctionnant comme une plateforme où les utilisateurs organisent leurs matchs en temps réel. En parallèle, des modules spécifiques (ex. : gestion d'événements pour les clubs) pourraient être préconfigurés à l'avance, garantissant une disponibilité immédiate.

2.4. Mix marketing et stratégie commerciale



Pour atteindre les clients cibles, nous proposons une application ergonomique et bien conçue, avec une interface moderne et des fonctionnalités adaptées aux amateurs et clubs de sports collectifs. L'offre inclura une version gratuite pour attirer les utilisateurs et des gammes premium à partir de 5 à 10 €/mois pour particuliers et 200 à 500 €/an pour clubs. La distribution se fera via les stores d'applications (App Store, Google Play) et une communication axée sur les réseaux sociaux, campagnes digitales, et du contenu sponsorisé. Nous viserons des partenariats avec des clubs sportifs, marques d'équipements et organisons des événements sponsorisés pour la promotion. L'objectif est de convertir 10 % des utilisateurs gratuits en abonnés payants, soutenu par un suivi analytique pour optimiser les offres et campagnes marketing.

Stratégie envisagée

2.5. Concurrence et stratégie concurrentielle

Comment ressentez-vous la pression des forces du marché ?

Pensez-vous qu'il y a une forte menace que des **nouveaux entrants** arrivent rapidement au marché, en imitant votre offre ?

Pensez-vous qu'il y a une forte menace que des **produits de substitution** viennent vous voler des parts de marché facilement ?

Pensez-vous qu'il y a une forte **concurrence** au sein du secteur, ce qui vous empêche d'être vu facilement par les consommateurs ?

Est-ce que vos **fournisseurs** ont un fort pouvoir de négociation dû à leur faible nombre, leur concentration ou leur position ?

Est-ce que vos **clients** ont un fort pouvoir de négociation dû à leur faible nombre, leur concentration ou leur position ?

Qu'est-ce qui vous fait ressentir cette pression ?

Pas de menace	Très faible menace	Menace modéré	Forte menace	Marché attractif et en croissance, difficulté à développer une plateforme performante
Pas de menace	Très faible menace	Menace modéré	Forte menace	Peu d'alternatives directes que des outils pas conçus spécifiquement pour les activités sportives (réseaux sociaux etc..)
Pas de concurrence	Très faible concurrence	Concurrence modéré	Forte concurrence	secteur compétitif, se différencier demande des efforts en marketing et en innovation
Pas de pouvoir	Très faible pouvoir	Pouvoir modéré	Fort pouvoir	Principaux fournisseurs nombreux et concurrentiels, permet de négocier des conditions favorables.
Pas de pouvoir	Très faible pouvoir	Pouvoir modéré	Fort pouvoir	Marché cible vaste, utilisateurs finaux ont peu de pouvoir sur les prix et les services, tant que l'offre est compétitive et bien positionner

Comment pouvons-nous faire face à ce marché et ses pressions ? Quelles stratégies de protection intellectuelle (brevet, marque, modèle, dessin, secret, droit d'auteur...), de veille technologique, de veille concurrentielle ou d'intelligence économique pouvez-vous mettre en place ? Pouvez-vous faire des contrats, établir des accords ou célébrer des alliances ?

Pour faire face aux pressions du marché, nous protégerons l'application par une marque déposée, un droit d'auteur pour le code et le design, et des secrets industriels pour les fonctionnalités clés. Une veille technologique et concurrentielle sera mise en place via des outils et analyses régulières pour suivre les innovations et les stratégies des concurrents. Nous établirons des partenariats avec des clubs sportifs et des entreprises du secteur pour renforcer notre réseau et proposerons des accords exclusifs pour fidéliser les utilisateurs et sécuriser notre position sur le marché.

Stratégie envisagée

2.6. Modèle économique

Nous gagnerons de l'argent principalement grâce à des abonnements payants pour les utilisateurs individuels (5 à 10 €/mois) et des offres premium pour les clubs sportifs et entreprises (200 à 500 €/an). D'autres sources de revenus incluront des publicités ciblées et des partenariats avec des marques de sport. Les principaux centres de coûts à surveiller seront le développement et la maintenance de l'application, le marketing pour attirer de nouveaux utilisateurs, et les frais de serveurs cloud. Un chiffre d'affaires prévisionnel sera établi en fonction du taux de conversion des utilisateurs gratuits en abonnés payants, avec un seuil de rentabilité visé après 18-24 mois. Nous surveillerons également les besoins en fonds de roulement pour garantir la liquidité, en particulier dans les phases de lancement et de développement.

2.7. Impacts non-économiques

Notre activité devrait avoir des répercussions positives telles que la création d'emplois dans les domaines du développement, du marketing et du support client. Elle pourrait également réduire les déchets physiques en encourageant la gestion numérique des événements sportifs, limitant ainsi la consommation de papier et de matériel. Sur le plan éthique et social, il est important d'assurer que notre application soit accessible à tous, sans discrimination, et qu'elle favorise l'inclusion sociale. Il pourrait y avoir des risques si la plateforme est utilisée de manière irresponsable (par exemple, exploitation de données personnelles), mais nous veillerons à respecter les normes éthiques et la protection des données. Les parties prenantes attendent principalement une croissance durable, un impact positif sur les communautés sportives, et une contribution au développement durable en favorisant une gestion plus efficace des ressources sportives.

2.8. Montage juridique

Voulons-nous entreprendre à plusieurs ?

Voulons-nous écrire nos statuts ? (Sinon, suivons la loi)

Voulons-nous que le dirigeant soit salarié ?

Voulons-nous que les associés puissent faire rentrer et sortir facilement du capital ?

Avons-nous un patrimoine personnel à protéger en cas de faillite ?

Avons-nous une activité liée à l'Économie Sociale et Solidaire ?

Quel statut choisissons-nous ?

OUI	NON
☒	☐
☒	☐
☒	☐
☒	☐
☒	☐
☐	☒

Société par Action Simplifiée (SAS)

2.9. Risques et évolution

Le succès de notre produit repose sur une adoption rapide par les utilisateurs, une expérience utilisateur fluide et une stratégie marketing efficace. À l'inverse, une faible différenciation face à la concurrence, des problèmes techniques ou un manque de visibilité pourraient nuire au projet. À l'avenir, des évolutions technologiques rapides ou des changements dans les attentes des utilisateurs devront être anticipés. En cas d'échec, nous pourrions orienter l'application vers un autre usage (comme l'organisation d'événements sociaux) ou intégrer des partenariats stratégiques pour élargir notre audience. L'évolution de notre structure pourrait inclure de nouvelles fonctionnalités (intelligence artificielle, gamification) et un renforcement de l'équipe technique et marketing pour répondre aux défis.

Annexe au dossier financier

(1 - Compte de résultat prévisionnel)

	PRODUITS - VENTES	Moyenne mensuelle	Projection annuelle
A	Chiffre d'affaires TTC	10000	120000
B	TVA (___20___% CA TTC)	2000	24000
C = A-B	Chiffre d'affaires HT	8000	96000
D	Autres produits (produits exceptionnels, vente de publicité, ...)	1000(publicité)	12000
E = C+D	TOTAL DES VENTES	9000	108000
	CHARGES		
	Achats des marchandises / matières premières / fournisseurs	1500	18000
	Frais de personnel (coût employeur : salaires et charges)	6000	72000
	Loyer (ou crédit immobilier)	500	6000
	Dépenses d'énergie (≈1500 €/100m²/an)*	100	1200
	Fournitures de bureau / frais de fonctionnement	200	2400
	Prévision pour l'entretien et les réparations	100	1200
	Frais de déplacements (0,66€/km pour moins de 5000 km, en 7CV+)*	200	2400
	Assurances (≈1000 à 1500 €/100m²/an pour une activité de service)*	125	1500
	Frais de comptabilité (≈700 à 10 000 €/an, selon l'activité)*	250	3000
	Autres frais administratifs (redevances, licences...)	300	3600
	Services de télécommunication (internet, téléphone, forfaits des portables,...)	150	1800
	Autres charges	200	2400
I = E*0,02	Impôts et taxes locaux (2 % du CA HT)*	160	1920
F	TOTAL DES CHARGES	9785	117 420
G = E-F	RÉSULTAT BRUT	-785	

* A titre indicatif

Annexe au dossier financier (2 - Montage financier)

BESOINS (durables)	Montant
Immobilisations (Investissements)	
<i>Achat Immeubles (terrains, locaux,...)</i>	0
<i>Aménagements, travaux, installations,...</i>	5000
<i>Matériel (machines, équipement...)</i>	12000
<i>Matériel de bureau</i>	2500
<i>Véhicules</i>	10000
<i>Autres</i>	8000
Besoin en fonds de roulement (BFR)	
<i>Constitution (% de l'ensemble des charges à déboursier les premiers mois sans ventes ou avec des ventes faibles)</i>	30000
Remboursement d'emprunts à moyen ou long terme (hors intérêt) – Si j'ai des crédits avant de démarrer l'activité	5000
TOTAL DES BESOINS	72500
RESSOURCES (durables)	
Capitaux propres (= fonds propres)	
<i>Autofinancement net (= produit de l'activité à réinvestir pendant le montage)</i>	2500
<i>Apports en capital (= argent apporté par les associés de départ)</i>	20000
<i>Aides et subventions (☐ en général, maximum 50% du projet)</i>	15000
<i>Crowdfunding / Crowdlending</i>	10000
<i>Autres investisseurs privés (= clubs d'investisseurs, business Angels, capital de risque...)</i>	10000
Capitaux empruntés (= crédits, emprunts à moyen et long terme)	15000
TOTAL DES RESSOURCES	72500

Attention ! Vérifier que le total des besoins correspond au total de ressources !

LA MATRICE DU MODÈLE D'AFFAIRES RESPONSABLE

Pepin, Tremblay & Audebrand (2021)

Nom de l'entreprise :

Date :

Version :

Partenaires-clés et parties prenantes



Développeurs, investisseurs, clubs sportifs et influenceurs pour l'expertise technique, le financement, et la visibilité.

Activités-clés



Développement de l'application. Création et maintenance de l'application, gestion des partenariat

Proposition de valeur



Trouver des partenaires pour pratiquer un sport collectif, organiser des rencontres facilement, et proposer une expérience personnalisée avec une interface intuitive.

Relations clientèle



Publicité ciblée sur les réseaux sociaux et SEO ; partenariats avec des clubs sportifs et influenceurs ; engagement communautaire via tournois ; service client réactif.

Segments de clientèle



Jeunes adultes amateurs de sports collectifs, principalement âgés de 15 à 30 ans, et les entreprises recherchant des activités team-building.

Gouvernance



Une structure collaborative, comité réunissant les développeurs, investisseurs, et partenaires sportifs.

Ressources-clés



Plateforme technologique, équipe de développeurs, données utilisateurs, financement initial, et réseau de partenaires sportifs.

Mission, vision et valeurs



Mission : Faciliter l'accès aux sports collectifs
Vision : Devenir une référence mondiale dans le domaine
Valeurs : Collaboration, accessibilité, innovation,

Canaux



Plateformes de téléchargement comme Apple Store et Google Play, campagnes publicitaires numériques, et événements sportifs locaux.

Utilisateurs et bénéficiaires



Les utilisateurs recherchant des partenaires ou des équipes pour jouer et les entreprises pour renforcer la cohésion d'équipe.

Structure de coûts



Développement et maintenance de l'application, campagnes publicitaires, partenariats, et frais de fonctionnement (salaires, serveurs).

Retombées négatives



Risque d'échec si la communauté d'utilisateurs n'est pas suffisamment active ou si la concurrence propose des offres similaires.

Retombées positives



Création d'un réseau dynamique pour les amateurs de sport, promotion de l'activité physique, et développement d'une communauté sportive engagée.

Structure de revenus



Abonnements premium, publicité, partenariats avec entreprises et clubs sportifs, et frais sur fonctionnalités avancées (organisation de tournois).

Préparation du Pitch

- L'objectif de cet exercice est de présenter vos idées, séduire et convaincre le jury (qui joue le rôle d'investisseurs potentiels) sur le fait que votre idée peut représenter une opportunité d'affaires.
- Restez quand même ouverts à la confrontation des représentations et des perceptions avec vos interlocuteurs.
- Vous avez **3 minutes*** pour séduire et convaincre ! Une petite session des questions / réponses se suivra.
- **Vous ne pouvez pas utiliser le projecteur de la salle***. Par contre, vous pouvez imaginer d'autres supports : prototype, plaquette imprimé, tablette à faire passer, papier, post-its...

Quelques conseils :

- ✓ Surprenez ! Sortez du cadre scolaire
- ✓ Construisez une histoire, éveillez l'empathie de vos interlocuteurs
- ✓ Centrez-vous sur votre proposition de valeur
- ✓ Développez votre marché, l'organisation imaginée, les clients visés, la valeur ajoutée, le projet, les enjeux...
- ✓ Imaginez ce que vous demanderiez à votre audience (soutien dans le développement, tester le produit, vous aider à le financer...)
- ✓ N'oubliez pas d'évoquer les éléments stratégiques, juridiques et financiers (si vous avez le temps)
- ✓ N'oubliez pas de vous présenter et de répéter la marque
- ✓ Finissez avec votre slogan
- ✓ Soignez le début et la fin de votre pitch
- ✓ **Entraînez-vous / Répétez votre pitch !**
- ✓ **Attention** : la posture, les images et autres éléments non verbaux sont aussi importants que le discours et sa présentation

*3 minutes est le temps conseillé pour une sensibilisation généraliste.

Ce temps peut se prolonger à 5 minutes avec l'accord du formateur, selon le temps disponible et la profondeur du scénario travaillé.

* L'usage du projecteur pour des pitches de 3 minutes peut être une contrainte logistique et une distraction.

Cependant, pour des pitches plus longues, avec l'accord du formateur, cette contrainte peut être levée.

Critères d'évaluation

Section	Pistes
Fond	Le problème / besoin de marché est clairement identifié et communiqué
	La proposition de valeur pour les clients et les consommateurs est claire
	Le modèle économique (la forme de rendre pérenne l'activité) est évoqué
	La stratégie commerciale est abordée de façon cohérente
	La vision du futur du projet est un lien des opportunités et des menaces
Forme	Le pitch est structuré et clair
	Le pitch est convaincant / l'équipe sait rassurer les auditeurs
	Les supports de présentation sont beaux, clairs, utiles
	Le dynamisme entrepreneurial et la motivation sont clairement appréciés
	L'équipe a su surprendre ("Wow" effet)

Barème d'évaluation

A	18 – 20	Excellent	Le niveau de connaissance et de compétence acquis est supérieur à celui attendu pour un bon étudiant (Équivalent d'une note entre 18 et 20)
B	16 – 17	Très bien	Le niveau de connaissance et de compétence acquis correspond à celui attendu pour un bon étudiant.
C	14 – 15	Bien	Le niveau de connaissance et de compétence acquis est proche de celui attendu d'un bon étudiant, avec seulement quelques faiblesses mineures.
D	12 – 13	Satisfaisant	Le niveau de connaissance et de compétence acquis est honnête et acceptable mais néanmoins significativement inférieur à celui attendu d'un bon étudiant.
E	10 – 11	Suffisant	Le niveau de connaissance et de compétence acquis correspond tout juste au minimum pouvant être accepté.
FX	<10	Insuffisant / Échec	Le niveau de connaissance et de compétence acquis n'atteint pas le niveau minimum requis. Le niveau de l'étudiant est insuffisant. FX Fail excepte jury décision

Proposition de forfaits et options pour l'application

1. Forfait Basique (Gratuit)

- **Prix :** 0 €
- **Options incluses :**
 - Création d'un profil et accès à la communauté.
 - Recherche de partenaires/équipes.
 - Participation à des événements publics.
 - Notifications basiques pour les activités.

Objectif : Attirer un maximum d'utilisateurs et leur permettre de tester l'application.

2. Forfait Avancé (Premium)

- **Prix :** 4,99 € par mois
- **Options incluses :**
 - Fonctionnalités de recherche avancée (niveau, disponibilité, proximité).
 - Organisation de rencontres privées (équipes ou lieux spécifiques).
 - Statistiques personnelles et suivi des performances.
 - Suppression des publicités.

Objectif : Offrir des outils supplémentaires pour une expérience plus personnalisée.

3. Forfait Pro (Clubs/Organisateurs)

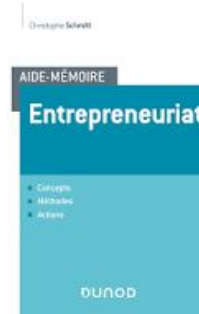
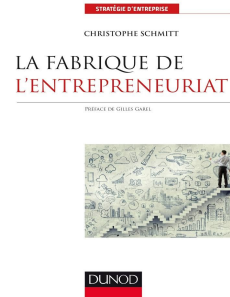
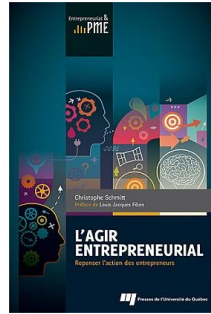
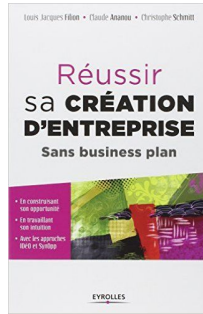
- **Prix :** 29,99 € par mois
- **Options incluses :**
 - Gestion d'événements pour des groupes ou clubs (calendriers, inscriptions).
 - Accès à des rapports détaillés sur les activités et la fréquentation.
 - Promotion des événements ou compétitions via l'application.
 - Assistance dédiée pour organiser des tournois.

Objectif : Cibler les clubs et associations sportives, générant des revenus B2B.

Éléments bibliographiques



GROWTH
PUBLISHER



- (2012) Schmitt, C. *La valeur des produits et des services en PME*. 2 éd. Berne : Growth Publisher
- (2012) Fillion, L.J. ; Ananou, C. ; et Schmitt, C. *Réussir sa création d'entreprise sans business plan*. Paris : Eyrolles
- (2015) Schmitt, C. *L'agir entrepreneurial*. Montréal : Presses de l'Université du Québec
- (2018) Schmitt, C. *La fabrique de l'entrepreneuriat*. Paris : Dunod
- (2019) Schmitt, C. *Aide-mémoire Entrepreneuriat : Concepts, méthodes, actions*. Paris : Dunod
- (2020) Schmitt, C. *Nouvelles perspectives en entrepreneuriat*. Paris : Vuibert



UNIVERSITÉ
DE LORRAINE



BANQUE POPULAIRE
ALSACE
LORRAINE CHAMPAGNE
BANQUE & ASSURANCE



MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION
*Liberté
Égalité
Fraternité*



avec le soutien à l'accompagnement entrepreneurial

