

## EXECUTIVE SUMMARY ENSAE BUSINESS ANGELS

	Identité du PROJET ou de l'ENTREPRISE	Responsable du projet
Logo	Raison sociale Forme juridique Date de création Siret - APE Adresse - Tél. Site Web	Nom Prénom Fonction Tél. e-mail

### Résumé du projet.

- Résumé en 5 à 10 lignes de l'objet du projet :
  - quel(s) produits ou service(s) propose-t-on ?
  - avec quelle innovation ?
  - destiné à qui ?
  - pour quel « bénéfice » du(des) client(s) ?
  - par quel(s) canal (aux) ?

### Les créateurs, l'équipe.

- CV résumés des créateurs (et membres clés de l'équipe) mettant en exergue pour chacun d'eux :
  - la connaissance du secteur (et/ou des marchés) dans le quel le projet se réalisera,
  - la principale compétence fonctionnelle apportée à l'équipe.

### L'offre - Le modèle économique.

- Description détaillée du ou des produits ou/et services proposés (standards, sur mesure, de consommation courante ou d'investissement pour les clients, etc.).
- Marchés visés :
  - entreprises (B to B) ; grand public (B to C) ; typologie des clients,
  - zones géographiques,
  - etc.
- Mode(s) d'accès au(x) marché(s) : canal(aux) de vente, prescription, offre(s) conjointe(s), etc.
- Business model :
  - comment chaque « vente type » aux différents genres de clients ou via les différents canaux de distribution se concrétise-t-elle ? qui paie quoi ? avec quel taux de marge brute ?
  - par quelle combinaison de ces transactions et par quel mécanisme (récurrence, nouveaux clients, vente de consommables ou de maintenance, etc.) le CA d'un exercice est-il réalisé et la marge dégagée ?
  - quelle est la sensibilité du résultat aux variations du volume des ventes ? (frais fixes/variables, point mort) ?

## Le marché et la concurrence – La stratégie et l'action commerciales.

- Marchés visés par zone géographique exploitée :
  - définitions et volumes (citer les sources) ?
  - degré de maturité des différents segments : préoccupation, attente, enjeux, urgence, ...?
- État de la concurrence existante et prévisible, directe et substitut, sur ces marchés ?
  - citer les trois principaux concurrents.
- Spécificités de l'offre et avantages concurrentiels distinctifs ?
  - mise en valeur de ces avantages ?
  - pérennité et protection de ces atouts ?
- Parts des marchés conquises à la fin de l'année N + 3 (cf. infra).
- Moyens mis en œuvre (progressivement) :
  - marketing : gammes, collections, tarification, etc.
  - communication : publicité, prescripteurs, etc.
  - commerciaux : force de vente propre, distributeurs, agents, etc.
- Axes prioritaires (produits, clients, canaux) pour le développement du CA dans la phase de démarrage ?

## L'état actuel du projet.

- État de la création des structures juridiques, des conventions entre créateurs, etc. ?
- Avancement de la mise au point des offres produits ou/et services :
  - planning, dates de mise sur le marché ; contraintes, difficultés restant à surmonter, risques ?
  - brevets ?
  - moyens financiers et humains nécessaires ?
- Commercialisation : a-t-elle commencé ?
  - si non : quand commencera-t-elle ?
  - si oui : quelles sont les réalisations ? : commandes, clients, CA facturé, paiements encaissés.
- Disponibilité des ressources humaines pour la 1<sup>ère</sup> année et l'année N + 1 (cf. infra) :
  - recrutements à effectuer ? prestataires clés à trouver ?
- Partenariats déjà conclus ? (approvisionnements, sous-traitance, distribution, etc.) .

## Le business plan d'exploitation résumé.

en K€	1 <sup>ère</sup> année *	N + 1	N + 2	N + 3
Chiffre d'Affaires				
Résultat net				
Cap. Auto Finan <sup>ci</sup>				
Nb Salariés **				

\* 1<sup>ère</sup> année ou 1<sup>er</sup> exercice d'au moins 12 mois.

\*\* Nb de salariés en équivalent temps plein, y compris vacataires.

## Compléments, commentaires :

- Par exemple : nombre de produits vendus, nombre de clients, nouveaux référencements, ouverture de points de vente, etc.

## Le plan de financement.

- Montant des besoins de financement, à l'horizon fin N + 1 et fin N + 3, pour :
  - tests finaux et développement de la gamme des offres ?
  - investissements corporels et incorporels ; dépenses de développement (non récurrentes) : commerciales, communication ?
  - BFR (besoins en fonds de roulement) ?
- Montant des financements déjà trouvés :
  - apports des créateurs, love money, aides publiques (Anvar, etc.), prêts d'honneur, banques, etc.
  - partie du total déjà « consommée ».
- Montant demandé aux B-A.

## Compétences attendues des B-A.

- Domaines où les créateurs souhaitent que les B-A puissent apporter un complément de compétences :
  - fonctionnelle, marché, business, etc. ?
  - relationnelle, par exemple dans la distribution, les industries clientes, les banques, les collectivités locales, etc. ?