

1. Business Plan

1.1 – Note de synthèse

La note de synthèse doit présenter sous une forme concise mais exhaustive les éléments qui seront décrits dans le reste du document, sans oublier d'indiquer : cibles et volumétrie du marché ciblé, la proposition de valeur, l'impact social, l'environnement concurrentiel (intensité) et les avantages concurrentiels; l'équipe, les éléments de base de la structure d'exploitation, le time to market, la viabilité économique de la proposition.

1.1.1 Présentation de l'entreprise

2. Profil de l'entreprise

Décrire brièvement le profil de l'entreprise et le type d'activités menées

3. Membres de l'équipe opérationnelle

Pour chaque membre de l'équipe opérationnelle, indiquer quelles sont les compétences et/ou l'expérience qui ont contribué à déterminer le succès de la proposition et si celles-ci sont un facteur de réussite dans le domaine dans lequel elle est censée opérer. Indiquer également la contribution que chaque membre de l'équipe apportera à l'opérateur économique en termes d'activités menées et d'engagement opérationnel.

4. Réseau

Indiquer les réseaux sociaux professionnels où sont inscrits les membres de l'équipe et s'ils comprennent des fournisseurs potentiels, des experts techniques, des clients potentiels ou des contacts avec d'autres entités qui pourraient constituer une valeur pour l'entreprise.

1.2 – L'idée de l'esprit d'entreprise

Fournir une description détaillée de l'activité de l'entreprise. Préciser si l'idée est le fruit d'une démarche innovante de l'entreprise (R&D, résultat d'une étude, amélioration d'un produit ou d'une technologie existante...)

1.2.1 – Produits/Procédures/Services offerts

Décrire les caractéristiques des processus/produits/services que l'opérateur économique a l'intention de proposer sur le marché, en indiquant les objectifs que ces solutions doivent atteindre en termes de proposition de valeur/bénéfices créés pour le client.

Décrire, le cas échéant, les technologies qui rendent possible la solution

Décrivez pourquoi les processus, les produits et les services sont considérés comme innovants ou différents de l'offre existante.

Indiquer s'il existe des contraintes juridiques (par exemple certifications, respect des réglementations sectorielles spécifiques, etc.) qui doivent être prises en compte lors des étapes ultérieures de développement.

1.2.2 – Processus de validation du procédé/du produit/du service

Indiquer le stade de développement atteint par l'idée d'entreprise en se référant au système de mesure du niveau de préparation à l'investissement TRL.

Indiquer également si un ensemble minimal de caractéristiques/fonctionnalités a été défini ou réalisé (MVP) et décrire le stade de développement atteint.

À partir de la description de ce qui a déjà été validé et éventuellement réalisé, fournir des informations sur les mesures nécessaires pour poursuivre la validation du produit/service/processus proposé et de toute phase ultérieure de développement, en indiquant les délais et les ressources nécessaires.

1.2.3. Impact social, politique de genre – le cas échéant

Impact social : Décrivez le défi social que vous voulez relever, c'est-à-dire les besoins et les problèmes qui intéressent la collectivité que vous comptez relever. Identifier et quantifier la population cible,

Décrire l'impact social présumé des activités menées par l'entreprise, par l'identification de paramètres appropriés pour quantifier l'évolution de la vie des bénéficiaires et du contexte social.

Politique en matière d'égalité des genres : décrire tout élément de genre susceptible de caractériser de façon significative l'idée d'entreprise.

Produits/services/processus innovants proposés: Décrivez quels éléments d'innovation ou de différenciation par rapport à l'offre existante permettent au produit/service/processus proposé de répondre plus efficacement aux besoins sociaux identifiés et de générer les changements décrits ci-dessus.

1.3 – Description du contexte de référence

Demande et clients potentiels pour les processus/produits/services

Macro: Indiquer quel est le marché cible des produits/services, sa taille et sa dynamique, les tendances du développement et quelles sont les variables qui peuvent le plus influencer sur sa croissance. Identifier les règlements incitatifs ou contraignants, ainsi que les facteurs sociologiques, culturels et démographiques pertinents.

Micro: Fournir une description des bénéficiaires de l'innovation proposée. Identifier les problèmes/besoins qui poussent le client à chercher une solution sur le marché et quels facteurs le pousseront à choisir et à acheter la solution proposée. Décrire le profil des premiers clients, y compris la disponibilité des achats, les habitudes d'achat, les influences sur les processus de choix et d'achat, et toute manifestation d'intention d'achat recueillie.

Offre, concurrents potentiels et avantages concurrentiels

Décrire les concurrents (directs et indirects) présents sur le marché qui offrent un produit/service comparable ou répondant aux mêmes besoins.

À l'aide d'un tableau comparatif, illustrez les éléments de différenciation en ce qui concerne les produits/services des concurrents et qui démontrent les principaux facteurs de concurrence pour le produit/service qui est destiné à être offert.

Facteurs de risques

Indiquer les obstacles et les problématiques (humaines, économiques, organisationnelles et structurelles) qui entravent le développement du processus, du produit ou du service à traiter.

Fournisseurs et partenaires

Indiquer si des collaborations sont envisagées ou ont été lancées avec des acteurs externes (fournisseurs, partenariats, centres de recherche, entreprises, institutions, etc.) qui peuvent faciliter le développement des produits/processus/services proposés et préciser la valeur ajoutée représentée par ces entités.

1.4 – La stratégie – Relation avec le domaine de la coopération transfrontalière

Le modèle d'entreprise (business model)

Indiquez de quelle façon vous comptez générer les revenus nécessaires à sa durabilité, en accordant une attention particulière à la logique qui sera utilisée pour établir les prix en fonction des besoins et des comportements des clients précédemment analysés.

Décrivez les canaux de distribution par lesquels le produit, le service ou le processus sera offert.

Décrire la manière dont les clients cibles sont atteints et avec laquelle une part suffisante de clients payants est acquise, de manière à soutenir le développement de l'initiative.

Décrire les implications, les activités et les incidences éventuelles dans le domaine de coopération du programme maritime Italie-France 2014-2020.

1.5 – organigramme et ressources humaines utilisées

Indiquer les grandes lignes organisationnelles des activités de l'opérateur économique et les ressources humaines pertinentes déjà utilisées et/ou activées.

1.6 – Relation avec le crédit et le capital des entreprises

Indiquer quelles démarches sont en cours ou prévues pour financer cette innovation.

1.7 Perspectives économiques

Recettes prévues: Indication quantitative et temporelle des recettes potentielles, découlant explicitement du paragraphe 1.4.

Structure des coûts: Indication quantitative et temporelle des coûts d'exploitation attendus inhérents à la gestion de l'opérateur économique et, en général, de tous les coûts nécessaires à la mise sur le marché du produit, du procédé ou du service.

1.8 Autres éléments

Indiquer si l'innovation présentée a déjà fait l'objet d'une évaluation et d'un financement dans le cadre d'appels d'offres antérieurs