

I – DOSSIER DE PRÉSENTATION DU PROJET

Le dossier de présentation ou Business Plan est un outil indispensable pour la réalisation d'un projet de création ou reprise d'activité sous la forme d'une association, d'une entreprise ou autre. Sa construction vous demandera du temps et de la rigueur dans vos recherches mais il vous fera gagner un temps considérable dans le montage de votre projet.

Il a deux objectifs, premièrement, d'accompagner le porteur de projet en lui permettant de mieux appréhender l'environnement économique de sa future structure ainsi qu'à élaborer un business model et des prévisions financières plus proches des réalités. Deuxièmement, présenter votre projet et convaincre vos interlocuteurs de la viabilité de votre structure lors de la recherche de financement.

ETAT DES LIEUX



Avant toute chose, il est important de poser sur papier vos idées. Nous vous conseillons de commencer par décrire votre idée de projet, puis rédiger une fiche sur vous et vos compétences, cela vous permettra de prendre conscience de vos atouts et de cibler les compétences qu'il vous reste à acquérir pour mener à bien votre projet. C'est l'occasion de se former ou se renseigner sur les thématiques les moins abouties du projet.

Suite à ce brainstorming, rédigez une présentation succincte du projet développant : le contexte, les missions, le plan de développement sur les prochaines années, la vision d'ensemble. De plus, nous vous invitons à réaliser une courte biographie retraçant votre parcours et précisant votre rôle dans le projet, vos futures missions et en quelques lignes sur pourquoi vous avez le profil idéal pour commercialiser votre offre et ce qui vous motive.

ÉTUDE DE MARCHÉ



Il s'agit d'une étape très importante qui vous permettra de déterminer votre clientèle cible et de vous différencier de la concurrence.

Nous vous conseillons de commencer par l'analyse du marché en vous interrogeant par exemple sur : quel est le marché que vous ciblez ? quelles sont ses évolutions, économique, politique, sociale, technologique, écologique et juridique ? Qui sont les concurrents ? Quelle sera votre offre, qu'aura-t-elle de plus ou de différents des concurrents ? À quelle clientèle s'adresse votre offre en matière de zone géographique, d'âge, de catégorie socio-économique ? Quelles seraient les motivations et les attentes de votre clientèle ? Visez-vous davantage les professionnels (BtoB) ou les particuliers (BtoC) ? Quels pourraient être les partenaires ? etc.

Pour cette analyse, plusieurs méthodologies s'offrent à vous et peuvent être croisées : étude documentaire (sources fiables avec des articles universitaires, accessibles notamment via Google Scholar), enquête quantitative (questionnaire) ou enquête qualitative (entretien).

La rédaction de l'étude de marché peut être accompagnée par un tableau de synthèse SWOT. Il s'agit d'un tableau à alimenter avec trois ou quatre idées phares dans chacune de ces quatre cases. Vous trouverez ci-dessous un exemple non-exhaustif.

SWOT

FORCES

Interne à la structure par exemple l'équipe et l'image de marque

- Du personnel compétent
- Des tarifs attractifs
- Un emplacement stratégique, etc.

FAIBLESSES

Interne à la structure par exemple les ressources financières ou techniques

- Activité dépendant des intempéries
- Manque de temps pour les prestations.
- Peu de présence en ligne, etc.

OPPORTUNITÉS

Externe à la structure par exemple la création de partenariats, un changement de législation

- Engouement pour les activités de pleine nature
- Ouverture d'une véloroute ou gare à proximité, etc.

MENACES

Externe à la structure par exemple la concurrence, l'évolution de la demande ou technologique

- Concurrent directe à proximité
- Fermeture d'un site d'hébergement à proximité, etc.

STRATÉGIE

Après avoir défini vos clientèles cibles, vous exposerez comment vous souhaitez les toucher et comment vous comptez les atteindre en développant vos stratégies commerciales et de communication. Par exemple, en mettant par exemple en avant les valeurs de votre structure ou les outils de fidélisation clients que vous prévoyez.

Une réflexion sur la dimension durable de votre projet est à développer tant d'un point de vue écologique, environnemental, économique (économie circulaire), ou social. Vous pouvez vous appuyer sur votre étude de marché pour augmenter la pertinence de vos arguments.

POSITIONNEMENT TARIFAIRE

Ici vous défendrez les caractéristiques de votre offre en regard de votre clientèle cible, notamment vos conditions d'accès, tarifaires ou autre si vos offres sont à but non lucratif.

Pour ce qui est des prestations tarifées, vous devrez détailler vos marges et coûts de revient. Voici quelques formules pour les calculer :

- **Marge commerciale** = prix de vente hors-taxes moins prix d'achat hors taxes
- **Taux de marge** = marge commerciale divisée le par prix d'achat hors taxes
- **Taux de marque** = marge commerciale divisée le par prix de vente hors-taxes
- **Coefficient multiplicateur** = prix de vente toutes taxes comprises divisé par le prix d'achat hors taxes

DOMICILIATION

Vous présenterez le lieu domiciliaire votre structure, en précisant s'il est temporaire ou non.



DÉPENSES PRÉVISIONNELLES

Vous devez ici identifier et chiffrer l'ensemble des dépenses nécessaires au développement de l'offre touristique, à savoir la création du produit, les aménagements, assurances, dépenses courantes, mais aussi les canaux de distribution ou encore la communication (cf. fiche n°10). Vous devrez justifier chaque montant sur la base de devis ou factures.

De plus, vous devrez anticiper un calendrier prévisionnel des dépenses afin de connaître mois par mois les types de dépenses et montants nécessaires ; cela se fait en général sur un prévisionnel de trois ans. Il s'agit du plan de trésorerie (cf. partie h). Dans ce tableau, vous rentrerez toutes les dépenses justifiées dans cette partie. Les dépenses sont anticipées pour la création puis pour le fonctionnement sur trois ans.

RECETTES PRÉVISIONNELLES

Vous devrez détailler ici toutes les ressources financières prévisionnelles et les déterminer dans le temps sur 3 ans (vous remplirez ces données dans le plan de trésorerie (cf. partie h). Cela inclut le financement ainsi que les recettes prévisionnelles.

Pour financer votre projet, plusieurs solutions existent et sont complémentaires. Les plus courantes sont l'apport de fonds propres et les emprunts à la banque. D'autres types de financements peuvent vous aider à concrétiser votre projet en fonction du cas de figure.

Financement participatif :

Le financement participatif, ou crowdfunding, est un outil de collecte de fonds fonctionnant sur une plateforme internet et permettant à un ensemble de contributeurs

de choisir collectivement de financer directement et de manière traçable des projets identifiés. Il existe de nombreuses plateformes telles que : MiiMOSA, Ulule, KissKissBankBank, Bpifrance, etc.

Mécénat :

Ce type de financement concerne les associations. Le mécénat est un dispositif permettant à une entreprise de verser un don à un organisme, sous forme d'aide financière ou matérielle, pour soutenir une œuvre d'intérêt général. En contrepartie, elle peut bénéficier dans certains cas d'une réduction fiscale.

Subventions ou prêt à taux zéro :

Une subvention est, une aide financière, directe ou indirecte, allouée par une personne publique en vue de financer une activité d'intérêt général. Le bénéficiaire peut être public ou privé, entreprise, association, ou personne, etc.

Les institutions pouvant potentiellement vous attribuer une subvention sont par exemple : l'Union Européenne, l'Etat, la Région, le Département, la Communauté de commune, la Collectivité et autres. Vous pouvez obtenir des informations sur les conditions d'attribution en contactant directement les structures qui vous concernent.

PLAN DE TRÉSORERIE, COMPTE DE RÉSULTAT ET BILAN PRÉVISIONNELS



Pour le plan de trésorerie vous devez faire un planning prévisionnel sur trois ans et écrire chaque mois vos dépenses et recettes. Vous trouverez ci-dessous un exemple à ajuster en fonction de votre projet.

STATUT

Le porteur de projet doit adapter son statut juridique à son projet dans le cadre d'une création. Ce choix sera déterminant pour le fonctionnement de son projet et les démarches administratives seront différentes. Pour n'en citer que quelques-uns, il peut s'agir d'une entreprise, d'une association, d'un établissement public ou encore d'un organisme d'économie sociale et solidaire. Vous trouverez davantage d'informations en annexe.

CONCLUSION

Pour terminer, créez une conclusion pour votre projet attrayante et adaptée à l'interlocuteur à qui vous présentez le projet tel qu'un partenaire potentiel, une banque ou autre. Elle peut être écrite et/ou graphique.

PLAN DE TRÉSORERIE

Trésorerie Année 1	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Recettes propres												
Autre type de financement (ex : subvention)												
Chiffre d'affaires (total)												
Total des encaissements												
Marchandise												
Matériel												
Assurance												
Autre (ex : communication)												
Charges d'exploitations (total)												
Fournitures consommable												
Autre (en fonction de votre activité)												
Charges externes (total)												
Salaires												
Charges de personnel (total)												
Total des décaissements												
Soldes précédent												
Variation de la trésorerie												
Solde de trésorerie												



II – ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER

SUBVENTIONS ET PRÊTS

RÉGION NORMANDIE

- ▶ Financement de diagnostic touristique

FONDS D'AIDE AU CONSEIL ET À L'INNOVATION TOURISTIQUE :

Le FACIT est un fond spécifique vous permettant d'avoir recours à un conseiller extérieur pour définir votre stratégie ou prendre une décision d'investissement.

[En savoir plus ici](#)

RÉGION NORMANDIE

Service Tourisme, 02 31 06 95 72,

tourisme@normandie.fr

Région Normandie Place Reine Mathilde

CS 50523 CAEN Cedex 1

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT POUR LA NORMANDIE - AD NORMANDIE

- ▶ Financement de diagnostic touristique pour les entreprises
- ▶ Prêt à taux zéro

IMPULSION CONSEIL :

Dépenses de prestations conseil aux entreprises Normandes telles que : les études de faisabilité, d'ingénierie, les études stratégiques en matière d'amélioration opérationnelle, étude de marché, d'organisation, faisabilité financière en phase de création ou développement.

IMPULSION DÉVELOPPEMENT TOURISME :

Pour certains projets touristiques dont les dépenses (gros œuvre, second œuvre) sont supérieures à 300k€, l'AD Normandie sous certaines conditions et critères peut accorder un prêt à taux zéro d'un montant maximum de 25% des dépenses éligibles, plafonné aux fonds propres et quasi fonds propres et d'un maximum de 1 M d'€.

[En savoir plus ici](#)

AD NORMANDIE

02 31 53 34 59

contact@adnormandie.fr

[Site internet](#)

DÉPARTEMENT EURE :

- ▶ Prêt à taux zéro aux entreprises à vocation touristique de l'Eure

Le Département, par l'intermédiaire des communautés de communes, peut accorder un prêt à taux 0% à hauteur de 250 000 € maximum, **aux entreprises euroises**. Sous certaines conditions bien sûr.

[En savoir plus ici](#)

Département Eure

Direction aménagement du territoire

02 32 31 93 97

[Site internet](#)

CALVADOS ATTRACTIVITÉ

- ▶ Prêt à taux zéro
- ▶ Accompagnement

Calvados Attractivité accompagne **les porteurs de projets touristiques publics ou privés du Calvados** dans la définition de leur projet, la qualification et la promotion de leur offre, Dans certains cas, cet accompagnement peut-être complété d'une aide du Conseil Départemental sous forme de prêt à taux 0%.

CALVADOS ATTRACTIVITÉ

Pôle Ingénierie et digital

02 31 27 90 30

[Site internet](#)

SEINE-MARITIME ATTRACTIVITÉ

- ▶ Prêt et aide à la recherche de financement
- ▶ Accompagnement

Seine-Maritime Attractivité accompagne **les porteurs de projets publics ou privés de Seine-Maritime** dans la recherche de financements, dans la qualification de leurs offres, l'amélioration des outils de communication et de commercialisation.

[En savoir plus](#)

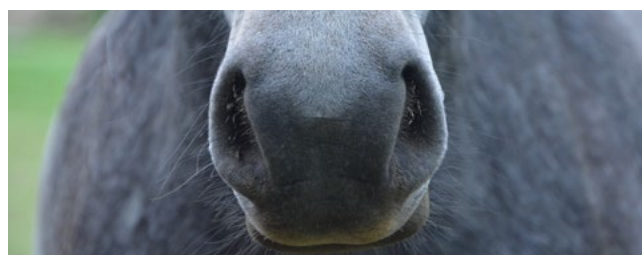
SEINE MARITIME ATTRACTIVITÉ

28 rue Raymond Aron, BP 52

76824 Mont-Saint-Aignan, 02 35 12 10 10

contact@sma76.fr

[Site internet](#)



BPIFRANCE

- ▶ Prêt et informations générales sur la mise en place de projet

Bpifrance est une banque publique d'investissement, un organisme français de financement et de développement des entreprises. Elle est le fruit du regroupement d'Oséo, de CDC Entreprises, du FSI et du FSI Régions.

[En savoir plus ici](#)

BPIFRANCE

616, rue Marie Curie

14200 Hérouville

Saint-Clair

02 31 46 76 76

[Site internet](#)

BPIFRANCE

20, place Saint-Marc

76000 Rouen

02 35 59 26 36

[Site internet](#)

ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE

OFFICE DE TOURISME

► Accompagnement des acteurs dans la mise en tourisme, diffusion de votre offre et informations sur les clientèles du territoire

ATOUT FRANCE

► Diagnostic payant pour tout type d'acteur et mise à disposition d'informations

Atout France, Agence de développement touristique de la France, est un groupement d'intérêt économique, opérateur de l'État français en matière de tourisme. Ils peuvent réaliser un dossier d'étude d'ingénierie touristique comprenant un diagnostic du produit ou du projet, des recommandations et un benchmark. Les tarifs sont sur devis.

[En savoir plus ici](#)

ATOUT FRANCE

Département Ingénierie, Développement et Prospective
200/216 Rue Raymond Losserand
CS 60043
75680 Paris Cedex 14, Camille Parveau
01 42 96 75 10
Camille.Parveau@atout-france.fr
[Site internet](#)



EQUI-PROJETS

► Informations et accompagnement des structures agricoles

Créé en 2006 à l'initiative du Conseil des Chevaux de Normandie et labellisé par le Pôle Hippolia, le réseau équi-projets accompagne la création et le développement des exploitations équinées en Normandie. Ce réseau équi-projets porté par le Conseil des Chevaux de Normandie vous facilite les démarches à la création en mutualisant les compétences et les services des partenaires équi-projets.

[En savoir plus ici](#)

CONSEIL DES CHEVAUX DE NORMANDIE

Campus Effiscience - Bâtiment Erable,
8 rue Léopold Sédar Senghor - 14460 Colombelles
Stéphane DEMINGUET
Chargé de projets développement économique
06 17 98 29 13 - stephane.deminguet@chevaux-normandie.com
[Site internet](#)

COMITÉS DÉPARTEMENTAUX DE TOURISME ET AGENCES D'ATTRACTIVITÉ

► Accompagnement des acteurs dans la mise en tourisme, diffusion de votre offre et informations sur les clientèles du territoire

EQUICER

► Conseil et accompagnement des professionnels de la filière équine

Membre du réseau Cerfrance est votre partenaire conseil pour une étude prévisionnelle, un conseil juridique ou fiscal, un plan de développement de votre entreprise.

EQUICER

30-32 Rue du Quadrant Immeuble
Le MAGELLAN 14123 FLEURY SUR ORNE
contact@equicer.fr
[Site internet](#)

HORSE DEVELOPMENT

► Étude de marché et conseil stratégique

Horse Development est une agence marketing pour les entreprises de la filière équine.

Depuis 2012, ils accompagnent des grandes entreprises mais aussi des PME et TPE, partout en France et en Europe, afin de les aider à définir leurs objectifs, élaborer leurs stratégies marketing et mettre en œuvre leurs actions.

HORSE DEVELOPMENT

76 B allée des tilleuls 42 680 Saint-Marcellin-en-Forez, 06 84
37 18 24
04 77 61 65 14
contact@horse-development.fr
[Site internet](#)

