



Bien présenter son projet aux acteurs de l'innovation

Comment défendre et bien présenter son projet d'innovation sociale ?

Cette fiche présente les éléments essentiels pour construire votre dossier, élaborer un argumentaire et parler le même langage que les structures d'appui à l'innovation... tout en valorisant votre plus-value sociale.

■ Valorisez l'innovation sociale de votre projet

- **Le besoin mal ou non satisfait** : nouveauté de la réponse apportée à ce besoin social, moyens et critères d'évaluation, modèle économique imaginé, intention d'essaimage ;
- **Les autres effets positifs générés** : création d'emplois durables, autres besoins sociaux, impact environnemental, création d'une nouvelle filière, renouvellement du secteur d'activité ;
- **L'expérimentation et la prise de risque** : identification des tensions et des résistances, adaptation aux besoins spécifiques, ressources, expertise et compétences engagées, modalités d'expérimentation, moyens financiers disponibles ;
- **L'implication des acteurs concernés** : participation des bénéficiaires, des parties prenantes dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation du projet.

■ Répondez aux attentes des financeurs

- **Définissez un Business plan social (BPS)**. Le BPS est un outil utile pour convaincre les partenaires potentiels du projet de sa pertinence, de sa faisabilité opérationnelle et de sa viabilité. C'est un document synthétique (maximum 40 pages) qui se concentre sur l'essentiel. Il définit la stratégie et les moyens à mettre en œuvre pour passer d'une idée à la réalisation d'un projet.
- **Sachez parler aux financeurs**. Pour convaincre un financeur, ayez un dossier complet, précis, concis, clair, soigné et vendeur. Sachez caractériser votre projet : quoi, à qui, comment vendre, avec combien. Présentez, de manière synthétique, la nature de l'entreprise ou de l'activité que vous lancez, le marché cible et les clients, les concurrents actuels et futurs, votre positionnement sur le marché, vos arguments de vente, la stratégie que vous allez utiliser pour atteindre vos objectifs, le résultat de vos projections, votre planning de mise en route. Faites une présentation rigoureuse de votre activité de R&D. Mettez en valeur vos compétences, celles de votre équipe, et les apports d'expertise externe prévus. Présentez votre dossier financier avec votre situation financière, le bilan et le compte de résultat, le plan de développement, les apports financiers et les conditions d'intervention.
- **Répondez aux critères attendus**. Votre argumentation doit présenter la solidité financière de votre entreprise et en particulier le mode de financement des phases de R&D, les aides déjà perçues au cours des trois dernières années, l'impact du projet en termes d'innovation, de développement durable, d'adéquation avec les politiques régionales ou nationales et de création d'emplois.

■ Les facteurs clés de succès d'une proposition

- **La pertinence de l'idée et de l'innovation qui en découle** : tenez compte des critères énoncés par l'organisme financeur pour adapter la présentation de votre projet ;
- **La qualité de la proposition** : le dossier doit être présenté avec clarté et développer une structuration précise des travaux prévus ;
- **Les interactions et échanges entre l'entrepreneur social et les organismes financeurs**.

Vous pouvez optimiser et sécuriser le montage de votre dossier avec l'appui d'un cabinet tel qu'Alma Consulting Group.



EN PRATIQUE

BÉNÉDICTE LAURENT, NAMAЕ CONCEPT

« Des premiers contrats avec des lettres de recommandation »

Namae Concept est née de l'idée de sa dirigeante : mettre au point un savoir-faire et un outil unique dans le domaine de la nomination de marques et de sociétés.

Pour cela, elle s'est entourée d'une équipe de linguistes et d'informaticiens, en collaboration avec le laboratoire CNRS. Namae Concept a le statut de JEI (Jeune Entreprise Innovante) et a été lauréate au concours national d'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes 2010 Emergence, organisé par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, en partenariat avec Oséo.

Titulaire d'un doctorat en sciences du langage sur le nom de marque, Bénédicte Laurent a créé Namae Concept en 2006 à Montpellier, après avoir obtenu le concours d'aide à l'innovation

Oséo : « Il faut vraiment croire en son projet. Être accompagné me paraît indispensable pour prendre de l'envergure. On a mille choses à découvrir et tout ne fait pas forcément partie de notre culture. Des premiers contrats avec des lettres de recommandations de grands comptes ont fini par convaincre les financeurs que le marché existait. Je commence à me prendre au jeu de la négociation, de l'échange commercial mais il faut travailler pour cela, ne pas apparaître trop naïf vis-à-vis de ses clients, de ses partenaires. Il faut avoir quelques notions de gestion mais juste prendre ce qui est indispensable pour faire tourner son d'entreprise, sans forcément se calquer sur le discours ambiant. Notre originalité peut aussi être une force. »

MATTHIEU BECK, OPHEC

Architecte de formation Matthieu Beck a créé, avec Laurent Rassak, l'Ophec, Office de promotion de l'habitat écologique coopératif, accompagnés par Antropia : « Il est important de parler le même langage que dans l'économie classique, présenter son business plan, son plan de développement. La partie étude de marché est essentielle. Il faut beaucoup de ténacité car il y a nécessairement des obstacles sur la route. Avant de démarrer réellement et espérer générer un revenu stable, au moins deux ans sont nécessaires ; d'où l'importance d'avoir de quoi tenir financièrement et disposer de ressources propres. »

NICOLAS MANGIONE, EXTRAMUROS

L'association Extramuros, accompagnée par Antropia, est née en 2005, à l'initiative de Jean-François Connan, aujourd'hui président, et de deux designer, Rosanna del Prété et Isabelle Pujade. Le but : valoriser les déchets issus de circuits de production ou d'activités pour les transformer en objets fonctionnels design. Dix salariés produisent et commercialisent ainsi quelque 30 000 « objets infinis ». Le budget, supérieur à 350 000 €, connaît une augmentation constante de près de 30 % chaque année :

« Le fait d'être dans une posture innovante est un atout important, confie Nicolas Mangione, chargé du développement. Face aux partenaires, il faut savoir s'émerveiller, conserver cette perception innovante et originale dans la présentation. Dès le départ, il faut construire un modèle qui fasse parler son cœur mais en même temps, qui corresponde à une réalité économique de développement. Pour cela, il faut se doter des outils qui permettent de savoir où l'on va, à quel marché on s'attaque. »

pour en savoir +

Namae Concept
www.namaeconcept.com

Ophec, La Plaine Saint-Denis
www.ophec.com

Extramuros, Paris
www.extramuros-paris.com

Michel MOULINET, Alma Consulting Group
www.almacg.com

Avec le soutien

