

Un guide pour concevoir et mettre en œuvre un projet.
Les étapes de la démarche du projet pour structurer votre réflexion

1. OBJET OU FINALITE : « C'est le quoi du projet »

L'objet du projet c'est sa source, ce qui le fonde, ce qui l'identifie.

Sa raison d'être, quelle est son utilité, au nom de quoi, quelle est sa pertinence ?

De quoi s'agit-il ? Dans quel domaine? Quel sera son impact ?

Quel sera son intitulé ?

Résumez son objet en quelques mots.

Formulez par écrit pour clarifier, pré évaluer, affermir, prendre de la distance.

2. MOTIFS : « C'est le pourquoi du projet »

Un projet naît d'un constat (diagnostic, enquête, audit, rapport)

Il a besoin de racine pour germer et grandir.

Quelle est l'idée de départ ? Quelles sont les origines ? Quelles sont les raisons qui vous poussent à mettre en œuvre ce projet ? Qu'est-ce qui le justifie ?

3. OBJECTIFS : « C'est le quoi, combien, où et quand ? »

Les objectifs visés orientent l'action.

Déclinez concrètement ce que vous souhaitez obtenir.

- Quelles sont les actions pressenties ou prévues ? Sont-elles en cohérence avec vos finalités ?
- Quels sont les publics visés ? (directement et indirectement)
- Quels sont les résultats attendus?
- Quels sont les étapes successives ?
- Quels sont les effets induits possibles si les objectifs sont atteints (ou pas) ?
- Quels sont les prolongements possibles, les perspectives ?
- Quels sont les objectifs cachés, vos objectifs personnels ?

4. RESSOURCES : « C'est le comment, avec quoi et avec qui ? »

- Quelles sont les ressources nécessaires au projet ? (l'enveloppe budgétaire, les moyens humains, matériels et logistiques, l'expérience exigée, les partenariats souhaités ou mobilisables)
- Quelles sont les ressources disponibles et celles à rechercher ?
- Quelles sont les contraintes actuelles ou prévisibles? humaines, financières, règlementaires ou juridiques, techniques

5. CALENDRIER PREVISIONNEL : « c'est le fil du projet, le déroulement des opérations dans le temps »

Analysez le choix des dates et leur pertinence : les opportunités et les contraintes selon le moment dans l'année, la semaine ou le mois (lancement, démarrage, déroulement du projet)

Inscrire les différentes étapes du projet dans un planning afin de faire apparaître les durées, les dates butoirs, les points de rencontre entre les acteurs du projet et contributeurs extérieurs. Tracez l'axe du temps dans le détail fait prendre conscience du réalisme des délais.

- Quel est le calendrier des opérations envisagées ?
- comment l'ensemble du projet s'inscrit-il dans l'agenda ?
- Quelles est la pertinence de chaque date ? faut-il tenir compte de la saisonnalité, de l'actualité, des évènements locaux ?
- Certaines actions peuvent-elles commencer en parallèle, quelles sont les actions qui doivent être impérativement terminées avant que les suivantes puissent commencer ?
- Quelles sont les étapes cruciales ?

GUIDE POUR LES PORTEURS DE PROJET

Clarifier votre idée

- Pour passer de l'idée au projet, pour préparer au mieux votre passage à l'action, réduire la part de risques, clarifier votre projet et gagner du temps, posez-vous, dès le départ, les bonnes questions.
- Cette idée vous tient-elle à cœur depuis un certain temps ?
- Est-ce un défi que vous vous lancez à vous même ?
- Est-ce la concrétisation d'un rêve ?
- Est-ce un moyen pour vous faire connaître dans un milieu professionnel ?
- Est-ce une façon d'être utile aux autres ?
- En avez-vous déjà parlé dans votre entourage ?
- En avez-vous déjà parlé à des spécialistes ?
- Si leur enthousiasme n'a pas été à la hauteur de vos espérances, votre motivation est-elle restée intacte ?
- Vous êtes-vous interrogés sur les qualités et les compétences nécessaires pour réussir ?
- Avez-vous fait le point sur vos forces et vos faiblesses ?
- Avez-vous une formation ou une expérience dans le domaine de votre projet ? Sinon, envisagez-vous d'en acquérir une ?
- Avez-vous estimé le temps que vous aurez à consacrer à la réalisation de votre projet ? Durée et disponibilité sont-elles compatibles ?
- Avez-vous cerné la portée de votre projet ?
- Avez-vous une idée du budget nécessaire au projet ?
- Avez-vous commencé à identifier les autres besoins du projet : humains, matériels... ?
- Avez-vous commencé à réfléchir aux organismes qui pourraient vous aider, financièrement, matériellement, ou sous forme de conseil ?
- Avez-vous commencé à identifier les différentes étapes à franchir pour réaliser votre projet ?
- Avez-vous établi un calendrier prévisionnel de mise en action de votre projet ?
- Avez-vous cherché à savoir si des projets similaires au vôtre ont déjà été menés ? Si oui, pensez-vous contacter les porteurs de ce projet ?
- Pensez-vous que les différentes retombées publiques de votre projet intéresseront des financeurs éventuels, publics ou privés ?
- Etes-vous capable de définir en quelques lignes votre projet ?

Ces questions, les réflexions qu'elles vous ont inspirées et les réponses que vous avez pu formuler vous ont apporté un certain nombre d'informations qu'il faut mettre en ordre.

Vous allez devoir faire le point.

C'est maintenant que votre idée devient un projet. Vous devez être capable de répondre précisément aux questions suivantes :

Qui ? Quoi ? Pourquoi ? Pour qui ? Où ? Comment ? Combien ? Avec qui ?

- Qui est ou qui sont le (les) porteur(s) du projet ?
- Quel est ce projet ?
- Quel est (sont) le (les) objectif(s) du projet ?
- A qui ce projet s'adresse, quel est ou quels sont les publics visés ?
- Où se déroule le projet ?
- Comment souhaitez-vous le mettre en œuvre ? Comment ce projet va-t-il se dérouler ? Quelle est sa durée ?
- Combien cela va coûter ?
- Quels seront les acteurs ? les partenaires techniques ou financiers ?

Vous pouvez maintenant rédiger le dossier de présentation de votre projet.

Identifier les différentes étapes à franchir pour réaliser votre projet

La conception du projet : Transformer une idée en projet

1. Les grandes lignes du projet

- ✓ donner une définition précise du produit ou de la prestation de service à réaliser: technicité, caractéristiques, prix...
- ✓ rechercher de l'information sur ce produit ou ce service, recueillir avis et conseils de spécialistes, tester l'idée auprès d'autres personnes,
- ✓ définir la mise en œuvre en fonction du type de public visé, analyser les contraintes (propre au produit ou service, inhérentes au contexte local, aux moyens à réunir, à la réglementation à respecter,...)
- ✓ déterminer le chiffre d'affaires envisageable, les charges et les moyens humains, matériels et financiers nécessaires.

2. Votre positionnement par rapport au projet

- ✓ bilan personnel et professionnel
- ✓ vos objectifs personnels (quel est le but poursuivi au travers de cette création)
- ✓ votre motivation (besoin d'autonomie, de se réaliser, de statut social, créer votre emploi, goût du risque...)
- ✓ vos compétences (formations et expériences dans le domaine technique, la gestion, la communication, le commercial, la gestion d'équipe,...)
- ✓ vos ressources disponibles (apport personnel en temps et en argent, mobilisation d'autres personnes, de financements extérieurs,...)
- ✓ vos contraintes personnelles (temps disponible pour la préparation du projet état de santé, charges de famille, charges financières actuellement supportées,...)

Au terme de cette première approche, si des incompatibilités apparaissent entre les exigences du projet et votre situation ou vos possibilités, il sera nécessaire de modifier le projet ou de le différer.

La construction du projet : L'étude de faisabilité

1. L'étude de marché et des actions commerciales.

L'étude de marché est une véritable enquête sur les concurrents et les futurs clients :

l'étude de marché permettra de vérifier si le marché existe réellement et quelle est son évolution, la connaissance du marché permettra d'avoir une idée de ses potentialités chiffrées et donc d'éclairer le choix des hypothèses de chiffre d'affaires en montant et en délai, l'observation du marché en fera connaître le fonctionnement et pourra ainsi déterminer avec le maximum de précision ce que l'on va vendre, l'offre à la clientèle et son positionnement par rapport aux autres produits existants : ses différences et ses ressemblances, définir avec précision le ou les produits ou service à vendre, leurs caractéristiques, les avantages qu'ils apportent, la gamme, le catalogue ou l'achalandage qu'ils constituent, les services qui les complètent, leur présentation, leur finition, leurs conditions d'emploi, leur spécificité.

Le plan d'action commerciale permet de préciser « le comment vendre » : sélectionner tous les moyens qui permettront d'arriver à faire acheter le produit ou le service par les clients, tous ces moyens sont des actions commerciales.

2. L'étude financière

L'étude financière permettra de répondre à trois questions essentielles :

L'activité sera-t-elle rentable ? Etudier **le compte de résultat prévisionnel**.

Combien doit-on apporter pour faire démarrer puis faire vivre l'entreprise ? Etudier **le plan de financement**.

Est-ce que les sorties d'argent seront compensés au même moment par des entrées d'argent de façon à ne jamais avoir de problème avec la banque ? Etudier **le plan de trésorerie prévisionnel**.

❖ Calcul de rentabilité par le compte de résultat

Pour vérifier que l'activité sera rentable, il faut estimer les ventes de biens ou de services (chiffre d'affaires) et les frais (charges), puis par différence, on obtiendra le résultat (bénéfice ou perte) Mais 2 cas correspondants à deux approches différentes peuvent se présenter : lorsque l'objectif de chiffre d'affaires n'est pas facile à déterminer, dans ce cas on peut procéder par l'approche **du seuil de rentabilité**, c'est-à-dire déterminer un chiffre d'affaires minimum pour couvrir les charges. Lorsque l'objectif de chiffre d'affaires a été déterminé, on part du chiffre d'affaires qu'on doit réaliser pour couvrir les charges et l'on détermine les produits à générer qui permettront de l'atteindre (nombre de ventes ou de prestations et leur prix)

❖ Coût du projet par le plan de financement

Pour calculer le montant d'argent à apporter pour créer et faire vivre l'entreprise, par comparaison entre les besoins de financement et les ressources de financement.

❖ Equilibre des entrées et des sorties d'argent par le Plan de Trésorerie

Il n'est pas certain que les recettes viendront compenser les dépenses mois par mois, et le compte en banque risque d'être négatif (débité) à certains moments. C'est une situation à éviter ou bien à prévoir, afin de pouvoir prévenir le banquier et ne pas le mettre devant le fait accompli, ou de trouver des financements provisoires. Pour vérifier cela, on construit un plan de trésorerie.

3. L'étude juridique

L'étude juridique consiste à préparer « l'emballage légal » de l'activité économique (commerciale et financière) qui vient d'être défini. Elle s'effectue en trois étapes : le choix de la structure juridique et fiscale, la préparation du dossier administratif de constitution d'entreprise (entreprise individuelle ou société ou association), le dépôt du dossier au centre des formalités concerné, qui donne une naissance juridique et administrative effective à l'entreprise (personne morale)

La mise en place de l'entreprise

1. L'installation

Cette courte phase consiste à concrétiser tous les engagements pris par le créateur et tous ses partenaires (associés, collaborateurs, clients, fournisseurs, banques, etc.) qui participent directement ou indirectement au projet afin qu'il puisse mettre en place l'outil de travail et commencer l'activité.

2. La création du cadre juridique et fiscal

Puisque le dossier de constitution d'entreprise individuelle ou de société, ou d'association est préparé, il est alors possible de donner une naissance juridique à l'entreprise en déposant au Centre des formalités des Entreprises (CFE) relevant de l'activité de l'entreprise à créer (Préfecture pour les associations).

3. Le démarrage

Le démarrage de l'activité demande de suite un suivi avec la mise en place d'outils de contrôle (tableaux de bord) et d'une gestion prévisionnelle rigoureuse (notamment plan de trésorerie actualisé).