

DOCUMENT GUIDE
à l'attention des entrepreneurs sollicitant
les investisseurs du LBA

Madame, Monsieur,

Vous nous avez contacté dans le cadre de votre projet d'entreprise, pour être mis en relation avec les investisseurs de l'association LBA (Lorraine Business Angels). Nous avons donc le plaisir de vous communiquer par la présente les éléments de compréhension de notre mode de fonctionnement et de présélection des projets. Vous pourrez en savoir plus sur notre site www.lorraine-ba.com.

- LBA est une association d'investisseurs animé par le C.E.E.I. Synergie, avec le soutien du Conseil Régional de Lorraine.
- Sa vocation est de permettre à des entreprises lorraines, en création, en 1^{er} développement ou en reprise, de se présenter à des investisseurs informels (business angels).
- LBA étudie les dossiers des entreprises de tous les secteurs d'activité, qui présentent un réel potentiel de développement.

Nos métiers : Mettre en relation des Business Angels et des Porteurs de projets en assurant leur présélection et leur préparation. Promouvoir l'investissement individuel dans les entreprises régionales.

Nos missions : Favoriser le développement économique régional, en améliorant le financement d'amorçage de créations et reprises d'entreprises à potentiel par des actionnaires de référence.

Notre fonctionnement : Présentation bimestrielle de deux entrepreneurs aux investisseurs adhérents du club

- . descriptif écrit
- . présentation orale
- . disponibilité d'un plan d'affaire

Modalités :

- Prises de participation au capital, variant de 15 à 150 K€, seul ou à plusieurs
- Perspective de valorisation de plus-values à la sortie

Effet « Smart money » d'une relation :

L'apport d'expérience, de relationnel voire d'une expertise-métier font du business angel un véritable catalyseur de croissance pour de nouvelles entreprises.

L'ensemble des informations communiquées à l'association Lorraine Business Angels sont sous couvert de confidentialité.

Vous trouverez ci-joint :

- le modèle de fiche projet (document attaché) à nous retourner complétée
- un guide sommaire d'élaboration de business plan
- nos recommandations pour votre présentation orale
- un plan d'accès à Synergie Metz

IMPORTANT

Si la société existe, ou :

- si la société à créer est étroitement liée à une société existante
- si les fondateurs ont déjà créé une autre structure

Vous devrez nous fournir :

- Un engagement signé d'être à jour des dettes fiscales et sociales (sur la structure concernée et les autres)
- Vos 3 derniers bilans et comptes de résultats + états des dettes (p11 de la liasse fiscale du dernier bilan (signés)

Sinon

Un engagement signé de n'avoir aucune inscription de dirigeant ou associé dans une entreprise ces 3 dernières années.

Si une situation présente des difficultés, en parler.

Le Business Plan - Guide

Qu'est- ce qu'un business plan ?

- Document de présentation du projet d'entreprise
- Fil conducteur lors de la réalisation du projet
- Objectifs du business plan :
 - o Le BP expose la finalité de l'entreprise, sa politique, ses objectifs, sa stratégie et les moyens à mettre en œuvre
 - o La lecture du BP doit permettre aux partenaires de prendre une décision rapide

Terme du business plan

- La plupart du temps : 3 prochaines années, voire 5 prochaines années
 - o Au-delà : prévisions trop aléatoires
- Qualités d'un business plan
 - o Clarté : données exposées simplement, sans détails superflus
 - o Concision : informations pertinentes pour le lecteur
 - o Persuasion : crédibilité, logique des arguments, satisfaction d'un besoin du marché
 - o Présentation soignée, plus ou moins normée

Etapes du business plan

Le contenu du BP dépend au cas par cas de la nature et de l'organisation de l'activité. Il existe cependant des catégories d'informations communes à tout BP :

- Résumé
- Le produit
- Le marché
- Le processus de production
- La stratégie marketing
- L'équipe de management
- Les aspects financiers
- Annexes

Quel type d'information le Business Plan doit-il contenir ?

1. Couverture

- Titre et acronyme du projet
- Vos coordonnées
- Logo
- Date

2. Résumé*

Présentation rapide du projet, décrivant les situations initiales, actuelles et visées, le résumé est la première et parfois la seule partie du BP qui sera lue !

- Quel est l'historique ?
- Quel est le produit/service ?
- Quel est le marché, quelle est la concurrence ?
- Quels sont les hommes ou l'équipe ?
- Quels sont les avantages dont dispose l'entreprise ?
- Quels sont les objectifs visés ?
- Quelle est l'estimation globale des besoins financiers et la nature des besoins ?
- Quel est le montant des fonds recherchés auprès des investisseurs ?
- Quelle est la rentabilité espérée et proposée ?
- Risques particuliers ?

* c'est cette partie qui servira à l'établissement de la fiche projet diffusée aux investisseurs préalablement à la session de présentation (sur 2 pages).

3. Le produit

Présentation du produit en termes simples et non techniques, en identifiant les avantages compétitifs

- Description du produit-service (expertise si existant)
- Aspects liés à la production, à la R&D
- Stade de développement : R&D, prototype, produit commercialisable
- Protection industrielle : brevets, licences, codes source, etc. (propriétaire ?)
- Produits en développement
- Positionnement sur le marché
- Identification des besoins auxquels répond le produit/service
- Mise en relief des avantages compétitifs

4. Le marché

Présentation du marché dans lequel l'entreprise évoluera :

- La demande
 - o Quel est le client final qui utilisera le produit et que recherche-t-il ?
 - o Comment segmenter le marché ?
 - o Quelles sont les habitudes de consommation sur le marché ?
 - o Comment le produit/service répond-il aux besoins des clients ?
- La taille du marché en valeur et en volume
 - o Croissance du marché : taux de croissance en valeur et volume
 - o Part de marché visée
- L'offre : structure et type de l'offre
 - o Géographie de l'offre
 - o Segmentation de l'offre
- La concurrence
 - o Quels sont les concurrents ?
 - o Quelles sont leurs caractéristiques : taille, politique, stratégie, forces et faiblesses
- Existence de barrières à l'entrée - identification des produits substitués

5. Le process de production

Description du processus de production et de ses implications sur les besoins en capital

- Production sur site ou sous-traitance
- Location ou achat de l'équipement de production
- Identification des besoins en machines et équipement et leur coût
- Estimation des coûts de production
- Besoins en matières premières
- Identification des fournisseurs de matières premières

6. La stratégie marketing

Définition de la stratégie de communication et de pénétration des marchés cibles

- Définition d'un plan marketing : positionnement du produit en termes de prix, quantité, image, marque, etc.
- Mode et moyens de commercialisation, distribution et SAV, communication
- Analyse comparative du prix du produit/service et de celui de la concurrence
- Budget alloué à la promotion et à la communication
- Revue de presse
- Conclusions d'alliances ou de partenariats stratégiques

7. L'équipe de management

Présentation de l'équipe en soulignant la complémentarité des compétences de chacun

- L'entreprise : sa forme juridique, sa localisation, son objet tel que défini dans les statuts
- CV complet du ou des fondateurs de l'entreprise
- Répartition des tâches et des responsabilités au sein de l'équipe
- Background et expérience de chacun, en relation avec ses attributions
- Besoins identifiés

8. Les aspects financiers

Présentation des prévisions financières justifiant la viabilité du projet

- Capitaux mobilisés, répartition du capital à la création, aides financières obtenues, en cours ou envisagées
- Compte de résultat prévisionnel (3 ans)
- Plan de trésorerie prévisionnel 1^{er} année
- Identification du point mort
- Planning des opérations, planning de recrutement des effectifs
- Proposition financière
- Solutions de sortie pour les investisseurs

PRESENTATION ORALE

UNE PRESENTATION EFFICACE

Garder l'équilibre entre Forme et Contenu

*** Le contenu :**

QUELQUES CONSEILS :

- Débuter et terminer sur une note positive, un fait marquant
- Parler de ce que l'on connaît
- Avoir des sources d'informations multiples et objectives
- Connaître son sujet (le marché, les concurrents,...)

EVITER DE :

- partir de la structure plus lourde du business plan
- vouloir impressionner par des plans trop optimistes
- se montrer impatient dans sa démarche de levée de fonds

Un exemple de CONTENU (10')

- L'accroche (0,5')
- Description du projet (1,5')
- Le Marché (1,5')
- La Production, la Recherche & Développement (2')
- Marketing et ventes (1.5')
- Le Management (1')
- Les Chiffres - Clés (2')

*** L'accroche**

Le message qui passe la première minute est CRUCIAL

- Une belle histoire

"Installés en Belgique, nous élevions des canards pour un gros producteur de foie gras en France.

Abandonné par ce producteur et nous retrouvant avec 30.000 canetons dans nos prairies, nous avons décidé de nous lancer nous-même dans la production de foie gras. Le premier foie gras belge !"

- Un chiffre révélateur

"Savez-vous que les entreprises pharmaceutiques dépensent chaque année en Belgique plus de 20 milliards de FB en force de vente ?" Un exemple concret, une démonstration

"Plutôt qu'un long discours, voici ce que nous avons développé ..."

*** La description du projet**

- Que fait la société ? Quel est son secteur d'activité ?
- Dans quel marché se situe-t-elle ?
- Quels sont les produits et/ou services ?
- Quel est le positionnement sur le marché ?
- Quel est le plan de développement ?

QUI SUIS-JE ?

OU SUIS-JE ?

OU VAIS-JE ?

*** Le marché**

Aspects statiques

- La définition et la taille du marché
- Les concurrents - les parts de marché

Aspects dynamiques

- Les tendances du marché, ses évolutions
- Les mouvements des concurrents

*** La production, la recherche & développement**

- l'état de la situation
- le process de production
- les coûts de développement
- les investissements prévus

*** Marketing & Vente- la stratégie marketing et son plan d'actions**

- la communication
- les partenariats stratégiques
- la stratégie en terme de prix (positionnement)
- les prévisions de ventes

*** Le Management et l'actionnariat**

- Description des personnages-clés
- Organigramme
- Les supports (conseillers,...)
- L'évolution

*** Les Chiffres- clés**

- Les perspectives de C.A.
- Les chiffres de références (cash-flow, résultat d'exploitation,...)
- Les besoins financiers
- Le retour espéré

*** Quelques conseils...**

- Ne pas être trop technique !
- Ne pas parler de ce que l'on ne connaît pas
- S'adresser au public
- Parler avec enthousiasme, passion et dynamisme
- Travailler la voix, la gestuelle
- L'importance des temps de pauses
- 1 slide (PowerPoint) par minute en moyenne
- **L'importance de l'entraînement et des répétitions**

PLAN D'ACCES

C.E.E.I. Synergie - Lorraine Business Angels
13 rue Claude Chappe, 57 070 METZ Technopôle
Tel : 03 87 76 36 36 / Fax: 03 87 76 23 03

