



CCI FRANCE

## **Certification de compétences**

*« Création d'entreprise : Construire un projet entrepreneurial durable »*

## **Référentiel de compétences**

**Intitulé de la certification**  
**Création d'entreprise : Construire un projet entrepreneurial durable**

**Tâches de l'activité visée :**

- Conception de la stratégie générale d'un projet entrepreneurial
- L'élaboration du business model cible
- Conception des stratégies opérationnelles du projet entrepreneurial
- Elaboration de la stratégie financière du projet d'entreprise et recherche de partenariats

Compétences	Evaluation	Critères et indicateurs d'évaluation
<p><b>C.1 Analyser le contexte et l'environnement du projet entrepreneurial</b> (qualification des attentes et besoins des clients, évaluation des potentiels de développement, identification des tendances du marché, de ses menaces, risques et opportunités) et la prise en compte de ses ressources disponibles (compétences, réseau...), les facteurs d'incertitude, afin de clarifier le projet entrepreneurial visé et d'exprimer sa vision et la raison d'être de la future entreprise.</p> <p><b>C.2 Concevoir la stratégie générale du projet entrepreneurial en tenant compte de la raison d'être de l'entreprise et de sa vision pour l'entreprise</b>, en tirant parti du diagnostic de son environnement, de ses facteurs d'incertitude et de mutation, ainsi que des <b>possibilités offertes par une démarche RSE</b> (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) garantissant un engagement favorisant l'inclusion et la durabilité au-delà de la compétitivité de l'entreprise, par le numérique et par des investissements responsables.</p>	<p><b>Chaque candidat travaille sur une étude de cas réel, constituée par son propre projet entrepreneurial. Il conduit une étude de marché et définit la stratégie de création et de développement de l'entreprise, matérialisée par :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le business plan du projet d'entreprise,</li> <li>- la présentation orale du business plan à de potentiels partenaires, dans le cadre d'une mise en situation reconstituée.</li> </ul> <p align="center"><i>Les productions sont accomplies individuellement par chaque candidat</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pertinence de l'étude de contexte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les informations collectées et analysées sont utiles à la décision et à l'argumentation.</li> <li>○ Elles sont précises, actualisées, fiables et proviennent de sources diverses qui ont été recoupées.</li> <li>○ Les informations sont classées, hiérarchisées et sélectionnées pour construire la décision.</li> <li>○ Les informations recueillies sont adaptées au projet.</li> <li>○ Le contexte réglementaire est pris en compte le cas échéant.</li> <li>○ Le diagnostic externe est structuré et complet, il tient compte des signaux faibles.</li> <li>○ Au-delà de l'analyse du contexte actuel, une analyse des tendances du marché a été réalisée si le projet l'exige.</li> <li>○ Les problématiques RSE, la rapidité des mutations de l'environnement, des évolutions technologiques et sociétales ont été prises en compte ainsi que les opportunités liées au numérique.</li> </ul> </li> <li>• <b>Qualité de la formalisation de la « raison d'être » de l'entreprise :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La mission de l'entreprise est définie en cohérence avec les valeurs du dirigeant / de l'équipe.</li> <li>○ La mission de l'entreprise est rédigée dans les règles de l'art.</li> </ul> </li> <li>• <b>Pertinence de la stratégie générale du projet d'entreprise :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La vision tient compte des conclusions de l'analyse de contexte.</li> <li>○ La vision est clairement exprimée et intègre les dimensions sociétales et environnementales dans un objectif d'inclusion et de durabilité.</li> <li>○ Les objectifs à moyen et long terme sont déterminés.</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les objectifs à long terme sont cohérents avec les ambitions du dirigeant / de l'équipe.</li> <li>○ Les objectifs à long terme sont cohérents avec l'analyse de contexte.</li> <li>○ La stratégie est cohérente avec les ressources disponibles et/ou mobilisables du dirigeant / de l'équipe.</li> <li>○ La relation entre mission, vision de l'entreprise et diagnostic externe est cohérente.</li> <li>○ Les orientations décidées sont argumentées et justifiées par les analyses.</li> </ul>
<p><b>C.3 Définir les offres et les flux de revenus du projet d'entreprise, ainsi que leurs propositions de valeur et leurs cibles</b>, en tenant compte de l'étude de contexte, de l'étude de marché réalisée auprès des clients et de l'analyse de la concurrence, afin de déterminer un positionnement différenciant et en cohérence avec sa « raison d'être ».</p> <p><b>C.4 Construire un <i>business model</i> (modèle d'affaires) différenciant et viable</b> en tenant compte des retours de l'étude de marché, de ses ressources, de son environnement, de la stratégie générale du projet d'entreprise, de la concurrence et de ses objectifs, afin de clarifier et de valider le projet d'entreprise.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Cohérence de la définition de l'offre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La cible a été segmentée dans les règles de l'art.</li> <li>○ L'offre et sa tarification sont clairement explicitées.</li> <li>○ Une position crédible, attractive et différente au sein d'un marché et dans l'esprit des clients a été trouvée.</li> <li>○ La proposition de valeur exprime clairement ce positionnement.</li> </ul> </li> <li>● <b>Pertinence de l'étude de marché réalisée :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'étude de marché a été faite selon les règles de l'art (méthodologies quantitatives et/ou qualitatives, sources d'information multiples, segmentation de la cible..).</li> <li>○ Les concurrents directs et indirects (voire futurs) sont identifiés et ont été analysés (offre, positionnement, stratégie, performance).</li> <li>○ Les résultats de l'étude de marché ont été pris en compte.</li> </ul> </li> <li>● <b>Pertinence du business model</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Le positionnement de l'entreprise est défini et clairement exprimé par sa proposition de valeur.</li> <li>○ Le business model choisi est en adéquation avec la stratégie générale et les décisions / analyses sont précisées.</li> <li>○ Le business model est cohérent avec la stratégie générale.</li> <li>○ Le business model est différenciant et permet à l'entreprise de prendre sa place sur le marché.</li> <li>○ Le « time to market » est défini le cas échéant.</li> <li>○ Les retours provenant des parties prenantes du projet ont été pris en compte (elles ont été identifiées et ont été rencontrées pour challenger le projet et l'ancrer dans la réalité du territoire et du marché).</li> </ul> </li> <li>● <b>Validation des aptitudes entrepreneuriales</b></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'entrepreneur est actif et autonome.</li> <li>○ L'entrepreneur travaille en équipe (partenaires, clients, conseillers...).</li> <li>○ L'entrepreneur est curieux, à l'écoute.</li> <li>○ L'entrepreneur sait s'adapter et réagir aux bons moments.</li> </ul>
<p><b>C.5 Choisir la forme d'existence juridique de la future entreprise</b>, en analysant différentes options de statuts juridiques et en évaluant leurs avantages et inconvénients respectifs en matière de responsabilité, de capital social et de fiscalité, afin de sécuriser et d'optimiser les conditions de sa création.</p> <p><b>C.6 Elaborer les stratégies opérationnelles du projet entrepreneurial</b> sur les plans de la production, de l'organisation interne de l'entreprise, du marketing, de la commercialisation et de la communication, en déterminant les objectifs à atteindre, les processus adaptés et les indicateurs de suivi à mettre en œuvre, afin d'orienter et de cadrer le lancement de son activité, en veillant à leurs cohérences avec le modèle d'affaires, la raison d'être et les orientations RSE de l'entreprise notamment en matière d'inclusion, d'accessibilité et d'autonomie des salariés et en tenant compte des besoins d'agilité et de digitalisation.</p> <p><b>C.7 Traduire les stratégies opérationnelles en moyens humains, techniques et financiers</b>, en identifiant les ressources les plus adaptées en fonction des stratégies opérationnelles et en fonction du rapport coût - leviers de la performance de l'entreprise, afin de disposer des moyens correctement dimensionnés pour la réussite du projet d'entreprise.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Justification du choix de la forme juridique de l'entreprise :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les différents statuts possibles sont identifiés de façon exhaustive.</li> <li>○ Les avantages et inconvénients de chaque statut sont identifiés et qualifiés au regard du contexte propre au projet entrepreneurial.</li> <li>○ Le choix de la forme juridique retenue est argumenté et s'avère adapté et cohérent au projet entrepreneurial et ses conditions de réalisation.</li> </ul> </li> <li>● <b>Pertinence des stratégies opérationnelles :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Chaque stratégie opérationnelle est appropriée et justifiée.</li> <li>○ Chaque stratégie opérationnelle est formalisée, planifiée, objectivée, et en cohérence avec la stratégie générale.</li> <li>○ Les objectifs opérationnels sont déterminés et les résultats attendus sont précisés.</li> <li>○ La recherche de l'efficacité est systématique pour chaque stratégie opérationnelle.</li> <li>○ Le numérique est pris en compte autant que possible.</li> <li>○ La RSE est prise en compte autant que possible.</li> <li>○ Les stratégies opérationnelles définies sont suffisamment souples pour être adaptées facilement en cas d'évolution du contexte.</li> </ul> </li> <li>● <b>Cohérence des ressources identifiées</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les ressources nécessaires sont identifiées.</li> <li>○ L'évaluation des ressources nécessaires au développement du projet d'entreprise est réaliste.</li> <li>○ L'identification des ressources nécessaires au développement du projet d'entreprise est cohérente et alignée aux besoins.</li> <li>○ L'identification des ressources nécessaires tient compte du potentiel des investissements responsables.</li> </ul> </li> </ul>

**C.8 Etablir le budget prévisionnel triennal du projet d'entreprise**, en produisant l'estimation réaliste et progressive de ses ressources financières et de ses coûts de fonctionnement et d'investissement, afin de maîtriser l'évolution de la rentabilité et la viabilité de l'entreprise sur le plan financier.

**C.9 Choisir les modes de financement les plus pertinents au regard des besoins du projet d'entreprise**, en identifiant les sources de financement complémentaires à mobiliser et en évaluant leurs avantages et risques respectifs, afin de disposer des fonds nécessaires à sa réalisation.

**C.10 Restituer le projet d'entreprise sous la forme d'un business plan**, en respectant les standards de formalisation professionnels et en synthétisant ses éléments d'analyse et ceux fondant sa singularité (modèle d'affaires, stratégie commerciale et opérationnelle), afin de disposer d'un outil de communication à destination de partenaires potentiels et de constituer un outil de pilotage de l'entreprise.

**C.11 Présenter le projet d'entreprise à de potentiels partenaires financiers**, en proposant une vision claire et argumentée de son modèle d'affaires articulée autour d'un discours, d'un support de présentation et d'un business plan, afin de les convaincre de s'y engager.

• **Pertinence de la stratégie financière :**

- Les états financiers prévisionnels (compte de résultat, BFR...) sont équilibrés, maîtrisés et cohérents avec les besoins.
- L'identification des sources de financement est correcte.
- Le choix des sources de financement est justifié par l'évaluation de leurs avantages et risques respectifs.
- Le plan de financement est cohérent et répond aux critères des différents financeurs.

• **Qualité de la présentation du projet :**

- Le business plan est formalisé selon les standards professionnels en vigueur.
- Le business plan permet de comprendre le projet, la façon dont il sera mis en œuvre, ses données financières.
- Le business plan est complet.
- Le business plan restitue les analyses et données chiffrées.
- La présentation orale est complète, claire et adaptée.
- L'argumentation développée est cohérente, les décisions prises et les ajustements des choix réalisés sont précisés.