<https://www.socialbusinessmodels.ch/fr/instruments_new?page=4>

**Plan d'affaires social**

**Social Business plan**

"Nom de l'organisation"

"Date"

**Instructions pour la page de garde***:*

*Ajustez le logotype sur l'entête de la page*

*Ajustez ou complétez le pied de page  
(le défaut est le nom du fichier)*

*Informez le nom de votre organisation*

*Informez la date*

*Effacez ces instructions*

Table des matières

[1. Fiche signalétique 3](#_Toc413956357)

[1.1 Fiche signalétique du projet/organisation 3](#_Toc413956358)

[1.2 Personne de contact du projet/organisation 4](#_Toc413956359)

[2. Résumé exécutif 4](#_Toc413956360)

[3. Modèle d'affaires social 5](#_Toc413956361)

[3.1 Contexte 5](#_Toc413956362)

[3.2 Opportunité et publics cibles 5](#_Toc413956363)

[3.3 Marché et segmentation 5](#_Toc413956364)

[3.4 Facteurs clés de succès 5](#_Toc413956365)

[3.5 Concurrence 5](#_Toc413956366)

[3.6 Offre de prestations 6](#_Toc413956367)

[3.7 Moyens de production 6](#_Toc413956368)

[3.8 Distribution 6](#_Toc413956369)

[3.9 Marketing, communication, promotion et vente 6](#_Toc413956370)

[4. Stratégie 7](#_Toc413956371)

[4.1 Etat des lieux 7](#_Toc413956372)

[4.2 Tendances 7](#_Toc413956373)

[4.3 Analyse SWOT 7](#_Toc413956374)

[4.4 Analyse des risques 7](#_Toc413956375)

[4.5 Vision du futur et stratégie 7](#_Toc413956376)

[4.6 Plans d'action et projets 8](#_Toc413956377)

[5. Finances 8](#_Toc413956378)

[5.1 Hypothèses et scénarios retenus 8](#_Toc413956379)

[5.2 Chiffres clés 8](#_Toc413956380)

[6. Portrait de l'organisation 9](#_Toc413956381)

[6.1 Equipe 9](#_Toc413956382)

[6.2 Compétences 9](#_Toc413956383)

[7. Nos besoins / nos manques 9](#_Toc413956384)

[7.1 Matériels 9](#_Toc413956385)

[7.2 Infrastructure 9](#_Toc413956386)

[7.3 Equipements 9](#_Toc413956387)

[7.4 Force de travail / compétences 9](#_Toc413956388)

[7.5 Services / prestations externes 9](#_Toc413956389)

[7.6 Finances 9](#_Toc413956390)

[8. Annexes 10](#_Toc413956391)

# Fiche signalétique

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Fiche signalétique du projet/organisation[[1]](#footnote-1) | | |
| Nom du projet/organisation |  | |
| Domaine d'activités | 🞎 Agriculture  🞎 Aménagement  🞎 Création d'organisations en milieu rural  🞎 Environnement  🞎 Energie  🞎 Mobilité  🞎 Produits de consommation | 🞎 Consulting  🞎 Finance  🞎 Microfinance  🞎 Education  🞎 Emploi  🞎 Santé  🞎 Autre: |
| Phase du projet/organisation | ⭘ Conception de l'idée  ⭘ Maturation du projet  ⭘ Création/implantation | ⭘ Décollage  ⭘ Envol |
| Modèle économique (prévu ou existant) | 🞎 Subventions / donations  🞎 Contrats publics de prestations  🞎 Capital externe | 🞎 Autofinancé  🞎 Autre : |
| Répartition de l'impact | 🞎 Economique \_\_%  🞎 Social \_\_% | 🞎 Environnemental \_\_% |
| Région(s) géographique(s) de l'impact majeur |  | |
| Statut juridique (prévu ou existant) | 🞎 Association  🞎 Coopérative  🞎 Fondation | 🞎 Individuelle / collectif  🞎 Sàrl  🞎 S.A. |
| Adresse  Code postal, ville |  | |
| Téléphone(s) / Fax |  | |
| Adresse(s) email |  | |
| Site internet |  | |

|  |  |
| --- | --- |
| Personne de contact du projet/organisation | |
| Nom, prénom |  |
| Adresse  Code postal, ville |  |
| Téléphone / Portable |  |
| Adresse email |  |
| Fonction (optionnel) |  |

# Résumé exécutif

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Instructions pour le résumé exécutif***:*  *Basez-vous sur la structure d'un pitch:*  *Accroche-introduction*  *Opportunités ou problématiques des publics cibles*  *Solutions existantes et concurrentes sur le marché*  *Votre offre de solution*  *Ses avantages*  *Vos besoins* |

# Modèle d'affaires social

|  |  |
| --- | --- |
| Contexte | **Instructions pour le contexte** *:*  *Clarifiez dans quel contexte votre organisation ou projet d'organisation se situe, non seulement sa localisation géographique, mais décrivez-le aussi en termes de tendances qui peuvent vous influencer positivement ou négativement. C'est en quelque sorte la description de votre "terrain de jeu".* |
| Opportunité et publics cibles | **Instructions pour les opportunités et publics cibles***:*  *Décrivez les opportunités que vous avez observées dans le contexte de votre (future) organisation, les caractéristiques des publics cibles concernés et leurs besoins de résolution de problèmes ou d'amélioration de situation.*  *Expliquez ce que vos publics cibles peuvent faire ou être si ces besoins sont satisfaits.* |
| Marché et segmentation | **Instructions pour le marché et la segmentation***:*  *Informez quel est le marché, toujours dans le contexte de votre (future) organisation, avec ses caractéristiques et comment vous pensez le segmenter en fonction de ses besoins et des solutions que vous proposerez pour y répondre.*  *Parmi les caractéristiques, vous pourrez considérer la taille, les habitudes de consommation, la classe sociale, les aspects démographiques, etc. qui peuvent influencer votre modèle d'affaires.* |
| Facteurs clés de succès | **Instructions pour les facteurs clés de succès***:*  *Citez et décrivez succinctement les 5 à 10 facteurs de succès de toute organisation dans votre domaine d'activités, bien entendu du point de vue des publics cibles que vous visez. Pour les établir, vous pouvez aussi vous orienter vers les 4P du marketing mix (produit, prix, place, promotion).* |
| Concurrence | **Instructions pour la concurrence***:*  *Listez les principales prestations qui peuvent entrer en concurrence directe ou indirecte (substitution) avec les vôtres. Donnez leurs caractéristiques principales, ainsi que celles des organisations qui les produisent et les distribuent.*  *Positionnez vos principaux concurrents et leurs prestations en relation aux facteurs clés de succès.* |
| Offre de prestations | **Instructions pour l'offre de prestations***:*  *Définissez votre offre de produits et services pour répondre aux besoins de vos publics cibles, comment elles y répondront (proposition de valeur), leurs caractéristiques innovantes et leurs avantages concurrentiels.*  *Profitez-en pour définir leur positionnement, ainsi que celui de votre organisation, en relation aux divers facteurs clés de succès vis-à-vis de vos publics cibles* |
| Moyens de production | **Instructions pour les moyens de production***:*  *Expliquez comment vous allez produire vos prestations, où et avec quelles ressources:*  *Processus de production et de support, activités-clés*  *Infrastructure, locaux, équipements*  *Matière première, consommables, services de tiers*  *Ressources humaines, compétences-clés*  *Logistique interne, approvisionnement, stockage*  *Flux des revenus et structure des coûts*  *Partenaires, fournisseurs, financeurs...* |
| Distribution | **Instructions pour la distribution***:*  *Citez vos modes et canaux de distribution de vos prestations pour leurs publics cibles (magasin, conciergerie, livraison à domicile...).*  *Dites aussi quel est le mode de relation que vous aurez avec vos publics cibles (personnalisé, self-service, e-commerce...).* |
| Marketing, communication, promotion et vente | **Instructions pour le marketing, communication, promotion et vente***:*  *Décrivez comment vous abordez votre marché, réalisez son étude, communiquez institutionnellement ou avec vos publics cibles, par quels canaux et supports.*  *Mentionnez aussi comment vous établissez votre stratégie de prix, faites la promotion de vos prestations et réalisez les ventes.* |

# Stratégie

|  |  |
| --- | --- |
| Etat des lieux | **Instructions pour l'état des lieux***:*  *Décrivez votre situation en relation au contexte dans lequel se situe votre organisation, la phase dans laquelle vous vous trouvez (étude, lancement, consolidation, perte de vitesse, redressement...).* |
| Tendances | **Instructions pour les tendances***:*  *Complétez votre première analyse du contexte par celle de ses tendances d'évolution, que ce soit par votre propre perception ou en vous basant sur des études existantes.*  *Cette analyse des tendances est utile pour la construction de scénarios.* |
| Analyse SWOT | **Instructions pour l'analyse SWOT***:*  *Construisez votre analyse SWOT - forces, faiblesses, opportunités et menaces en l'argumentant par les analyses précédentes des facteurs clés de succès, de la concurrence et des tendances du contexte.*  *Montrez comment vos forces peuvent vous aider à profiter des opportunités et comment vous pourrez contourner les menaces en améliorant vos faiblesses.* |
| Analyse des risques | **Instructions pour l'analyse des risques***:*  *Présentez votre gestion des risques avec :*  *Identification des risques potentiels*  *Analyse qualitative de probabilité et impact*  *Réponses adoptées pour chacun des risques majeurs*  *Modèle adopté de gestion des risques* |
| Vision du futur et stratégie | **Instructions pour la vision du futur et la stratégie***:*  *Parlez de la vision que vous avez pour votre organisation, dans son contexte, lui aussi projeté dans un futur relativement lointain (10 à 20 ans). Montrez autant la taille du défi, que la possibilité de l'atteindre.*  *Déclinez ensuite cette vision en orientations stratégiques et objectifs à long, moyen et court termes.* |
| Plans d'action et projets | **Instructions pour les plans d'actions et projets***:*  *Déclinez vos objectifs à court et moyen terme en plan intégré d'action pour les atteindre et en projets individuels. Dressez un tableau des projets avec au minimum pour chacun :*  *L'objectif à atteindre*  *Le délai à respecter*  *Le budget à allouer*  *Les ressources humaines et matérielles*  *Le planning et le contrôle[[2]](#footnote-2)* |

# Finances

|  |  |
| --- | --- |
| Hypothèses et scénarios retenus | **Instructions pour les finances***:*  *En cohérence avec les flux de revenus et la structure des coûts mentionnés auparavant, établissez les projections financières, de préférence pour les trois années à venir. Vous pouvez utiliser les scénarios résultant de votre analyse des tendances. Votre plan financier doit tenir compte et présenter :*  *L’évolution des ventes ;*  *L’évolution des recettes ;*  *L’évolution des charges directes ;*  *L’évolution des charges fixes ;*  *Les investissements ;*  *Les apports financiers nécessaires, leur remboursement et le paiement des intérêts ;*  *La trésorerie.*  Vous pouvez ne présenter ici que quelques-unes de vos hypothèses de scénarios et quelques chiffres clés, laissant les tableaux complets de bilan et prévisionnel de trésorerie dans les annexes. |
| Chiffres clés |

# Portrait de l'organisation

|  |  |
| --- | --- |
| Equipe | **Instruction pour le portrait de l'organisations***:*  *Présentez votre (future) organisation, avec au minimum les informations suivantes :*  *Ses fondateurs et associés, leurs motivations*  *Son équipe ou managériale, ses valeurs et ses passions ;*  *Les compétences clés des collaborateurs de l’organisation ;*  *Les ressources externes utilisées pour combler d’éventuelles lacunes (juridiques, comptables…) ;*  *Le mode de gestion, les politiques de rémunération et la structure de management ;* |
| Compétences |

# Nos besoins / nos manques

|  |  |
| --- | --- |
| Matériels | **Instructions pour vos besoins***:*  *Présentez vos besoins pour permettre à votre (future) organisation de cheminer vers sa vision du futur.*  *Soyez clair et précis, tout en indiquant comment vous comptez "remercier" votre interlocuteur de l'intérêt qu'il aura porté à votre présentation.*  *Ne demandez que ce qui est à la portée de votre interlocuteur et conforme à ses propres objectifs.*  *Mentionnez, si c'est le cas, comment vous comptez satisfaire vos autres besoins.* |
| Infrastructure |
| Equipements |
| Force de travail / compétences |
| Services / prestations externes |
| Finances |

# Annexes

**Instructions pour les annexes***:*

*Utilisez cette partie pour les plans financiers, les calendriers des étapes, les échéanciers, des curriculum vitae, des brevets, des photos... selon les besoins de compréhension.*

1. Le terme "organisation" est utilisé dans ce document pour désigner tout regroupement, formel et de droit privé, de personnes poursuivant ensemble des objectifs sociétaux et/ou environnementaux en primeur sur les objectifs économiques. On y trouvera aussi bien des mouvements associatifs et coopératifs, que des entreprises sociales, des entreprises de l'économie sociale et solidaire, des organisations non gouvernementales - ONG, des "*not for profit organisations - NFPO*", etc.

   Le terme « projet » est utilisé lorsqu’il existe l’intention de créer une organisation, venant d’un regroupement informel de personnes. [↑](#footnote-ref-1)
2. Un échéancier des principales étapes de l’implantation de l’organisation, ou des actions pour son décollage, ou encore des projets, devrait figurer en principe dans les annexes. [↑](#footnote-ref-2)