



## Défi InnovAction

### Directives du Plan d’Affaires

*\*\* Ce document fournit les lignes directrices et les critères qui doivent être reflétés sur le plan de projet inscrit au défi. Les plans de projet qui touchent de près les points ci-indiqués auront un avantage compétitif \*\**

Le plan de projet doit avoir au minimum 8 pages et au maximum 12 pages, en police Arial 11, et doit inclure les sections suivantes :

#### 1. Sommaire Exécutif

Au maximum 500 mots (concret et concis), en répondant aux questions suivants :

- Sur quelle catégorie du défi InnovAction s’inscrit le projet ou l’idée?
- De quelle façon votre proposition contribue à la catégorie choisie?
- Qui sera bénéficié par votre idée ou projet?
- Quelle est l’innovation ou quels sont les éléments de différenciation de votre proposition?
- Dans quelle étape se trouve votre projet?
- Quels sont les objectifs à court-terme et à long-terme du projet?
- Une brève description de l’investissement initial requis et les principaux indicateurs financiers de votre projet.

#### 2. Innovation

Expliquez pourquoi votre proposition est innovante, faisable, et peut se répandre.

- Décrivez la proposition de valeur de votre projet.
- Décrivez le prototype du projet (si pertinent).

- Décrivez l'innovation : expliquez de quelle façon votre proposition représente une solution innovante ou contribue à améliorer une procédure déjà existante dans une des catégories du défi.
- Liaisons communautaires : expliquez de quelle façon votre solution innovante est reliée aux besoins ou aux tendances communautaires.
- Envergure : expliquez comment votre solution soutient la catégorie choisie ainsi que les possibilités d'avoir un impact efficace et reproductible.

### **3. Faisabilité commerciale**

*Démontrez le besoin et la demande de votre produit, initiative, solution, ou service dans le marché cible.*

- L'analyse du marché et le plan de croissance : fournisseurs, demande, concurrence, opportunité de marché.
- Décrivez le marché cible et le segment ou niche du marché (les bénéficiaires directs et indirects).
- L'avantage compétitif de votre entreprise par rapport à la concurrence dans le marché cible.
- Présentez le logo, l'étiquette, l'emballage, et la présentation du produit et/ou service.
- Déterminez la stratégie de valorisation du produit et/ou du service.
- Déterminez les outils, la campagne publicitaire et les canaux de promotion pour faire connaître votre offre à l'audience cible.

### **4. Faisabilité de la gestion**

*Démontrez la structure de votre organisation.*

- Déterminez la mission et la vision de l'organisation.
- Déterminez les objectifs à court et long-terme de l'organisation.
- Qui est inclus dans votre équipe? (Employés, bénévoles, stagiaires, mentors) – Si possible, inclure les liens des profils LinkedIn et/ou une brève description de chaque membre de l'équipe incluant leur formation, expérience professionnelle, et leur intérêt. De plus, démontrez l'expérience ou les compétences de chaque membre de l'équipe pour développer la solution.

- Structure organisationnelle : elle doit être logique et structurée. Les rôles, les droits, et les responsabilités au sein du projet doivent être bien définies.
- La relation avec les clients et les partenariats stratégiques –gouvernement, secteur privé, organisations à but non-lucratif, etc.
- Déterminez la figure légale de l’organisation dans le pays d’accueil (si pertinent).
- Indiquez les ressources et l’équipement nécessaires (si pertinent).
- La présence en ligne pour faire connaître le projet (Site Web, App, communauté virtuelle, blog, canaux publicitaires, réseaux sociaux, infolettres, entre autres).

## **5. Faisabilité financière**

*Démontrez que votre projet est durable et rentable.*

- Les états financiers (le bilan financier, le flux de trésorerie, et le compte de profits et pertes). Si vous ne possédez pas des antécédents financiers, envoyez l’état financier projeté pour les deux premières années du projet.
- Les coûts directs et indirects et les prévisions générales (humaines, matérielles, techniques et financières).
- L’analyse des besoins de capital pour l’investissement initial.
- La stratégie d’investissement social projetée pour les prochains 12 mois.