

2) Faisabilité économique



Après avoir vérifié que le marché existe et que votre innovation est réalisable techniquement, vous devez déterminer si elle est rentable. Disposez-vous de moyens financiers suffisants pour la lancer ? Prenez bien soin de chiffrer le projet, de la phase de conception jusqu'à la mise sur le marché, et vérifiez que cette innovation vous permettra, entre autre, de dégager du bénéfice.

Une bonne évaluation financière du projet constitue une donnée essentielle pour vous décider à concrétiser le projet. A ce stade, il s'agit de répondre aux questions suivantes :

- Combien coûtera votre projet d'innovation technologique ?
- Quels sont les moyens financiers que vous pouvez mobiliser ?
- Pouvez-vous estimer la rentabilité financière du projet ?
- Quel est le risque financier pour votre entreprise ?

a) L'évaluation du coût global de votre projet

L'évaluation des coûts suppose que le projet ait été préalablement bien défini et formalisé. Cette étape ne peut se faire qu'après l'étude de faisabilité commerciale, technologique et organisationnelle (vues précédemment).

A ce stade, le budget doit être établi en fonction des étapes de développement et de mise en œuvre, en intégrant les frais déjà engagés lors des trois premières études de faisabilité. Une comptabilité analytique spécifique vous permettra de bien identifier les flux financiers.

Les dépenses concernent :

- L'aspect R&D* (étude de faisabilité, contrats de recherche...)
- La réalisation d'un prototype* (matières premières, main d'œuvre...)
- Les coûts d'immobilisation* (du matériel immobilisé pour la recherche, des moyens financiers...)
- L'industrialisation** (achats de licences éventuelles, d'équipements, matières premières...)
- La commercialisation** (plan de communication...)
- La stratégie de propriété intellectuelle** (dépôt de brevet, honoraire du mandataire...)

*** : Remplir la feuille de pointage sur la quatrième de couverture au fur et à mesure pour chiffrer ces parties**

**** : A ne pas prendre en compte : les projets à l'IUT s'arrêtant au prototype**

Il convient de laisser une marge d'erreur suffisante afin de prévoir les dépassements de budget.

b) L'évaluation des moyens mobilisables par votre entreprise

C'est lors de cette phase que vous devez :

- Vérifier si votre entreprise a les moyens de ses ambitions
- Décider de la meilleure stratégie de financement, de la meilleure combinaison entre fonds propres, emprunts, aides régionales... : **Pour nos projets tutorés, nous aurons recours aux sponsors (chèques à l'ordre du : « Club GMP ». Demander des factures pour tous vos achats).**

c) L'évaluation de la rentabilité financière du projet

Il est nécessaire d'évaluer la rentabilité de tout projet, quel qu'il soit. On prend ici la notion de rentabilité au sens large : **les bénéfices engendrés sont-ils supérieurs aux coûts ?**

d) Sponsoring



Les entreprises sont fréquemment sollicitées pour des demandes de sponsoring. Il est donc important de **ne pas se contenter d'un appel téléphonique ou d'un mail**, qui donneront très certainement le même résultat : un refus ! Pour augmenter les chances de réponses positives, il est important de **se rendre à l'entreprise visée** (attention, selon l'entreprise, une demande de rendez-vous avec un responsable est peut-être à faire au préalable par téléphone) pour présenter votre projet, **à l'aide d'un dossier que vous aurez réalisé.**

Le dossier doit être de qualité, clair et succinct, pour avoir des chances d'être parcouru par votre interlocuteur :



- La couverture doit reprendre le titre du projet et éventuellement un sous-titre explicatif, le logo de l'IUT et du GMP, dates et lieux de l'événement ainsi que le nom et les coordonnées du ou des responsables du projet.
- **Présentation du projet** : origine et objectifs, description, informations pratiques (lieu, date, durée...).
- **Présentation du génie mécanique et productique à l'IUT de Montluçon et mise en lien avec le projet**
- **Budget prévisionnel** détaillé



- **Opportunités de partenariats** : Il s'agit d'une part de définir les montants recherchés en sponsoring et d'autre part d'énumérer les contreparties. Les propositions peuvent être adaptées en fonction des souhaits du sponsor. Exemples : logo ou espace publicitaire réservé au sponsor (sur l'objet que vous allez créer, un site internet qui présente le projet,...), présentation de l'objet que vous allez créer dans un article de presse,... Il est important de rappeler que ce don donne lieu à une réduction d'impôts (60 % du montant du don, dans la limite de 5/1000^{ème} du chiffre d'affaires de l'entreprise).