

**SECTEUR D'ACTIVITE : CONCEPTION DE LOGICIELS DANS
LE DOMAINE ' OPEN SOURCE '**

**EQUIPE PROJET : ROMAIN TOUVRON
& REGIS TOUVRON**



**LE BUSINESS PLAN
D'IDEVA SOLUTIONS**

**MISSION DE LA STAGIERE : ELABORATION DU BUSINESS PLAN
D'IDEVA SOLUTIONS**

**ADRESSE DU SIEGE SOCIAL : IMMEUBLE KERRIA
14 AVENUE DU QUEBEC
91140 VILLEBON SUR YVETTE
TEL: 01.69.59.19.69**

RESUME :

Le projet de création d'IDEVA Solutions, une société qui active dans le domaine des logiciels libres (SS2L) et qui conçoit des produits et des services sous licence GNU de Linux, est passé par plusieurs étapes. La plus importante, consistait dans la réalisation de ce business plan qui reprend de manière synthétique le processus de création et de développement de la société. L'objectif de ce plan d'affaire est double : d'une part il est destiné à **ACCRES** « Aide aux Chômeurs pour la Création et le Retour à l'Emploi » pour solliciter une aide financière pour la création d'IDEVA Solutions et d'autre part il est rédigé dans le cadre du Master ETT pour rendre compte d'une mission de stage au sein d'une société qui active dans un secteur en rapport avec l'enseignement du Master 'économie et gestion de l'information et des réseaux'.

« La Faculté Jean Monnet n'entend donner aucune approbation au contenu de ce mémoire qui reste de ma responsabilité ».

SOMMAIRE

Introduction au projet de création d'IDEVA Solutions.....	6
I) PRESENTATION DES CREATEURS ET DE L'ENTREPRISE...8	8
I-A : Présentation de l'équipe projet.....	8
I-B : Portrait de L'entreprise.....	9
I-C : La description du projet.....	11
I-D : Les motivations.....	12
I-E : L'objectif poursuivi.....	12
II) LES PRODUITS ET LES SERVICES..... 13	13
II-A : description des produits et des services proposés.....	13
II-A-1 : Les produits solutions packagées.....	14
II-A-2 : La conception et le développement de logiciels spécifiques.....	15
II-A-3 : Les prestations d'Ingénierie.....	16
II-B : Le choix des produits et des services.....	16
III) ANALYSE DU MARCHE.....17	17
III-A : Le marché de l'Open Source.....	17
III-A-1 : Les marchés cibles.....	22
III-B : Le choix de la clientèle.....	23
III-B-1 : Le Secteur des PME&PMI.....	23
III-B-2 : Le Secteur Public.....	24
III-C : L'évolution et la tendance du marché.....	24
III-D : La concurrence.....	25
III-D-1 : les concurrents potentiels.....	26
III-E : Le Positionnement de l'entreprise.....	27
III-E-1 : Analyse du positionnement tarifaire de la concurrence.....	28
III-E-2 : Règle de calcul du positionnement tarifaire de l'entreprise.....	28
III-E-3 : Calcul du chiffre d'affaires potentiel.....	29

III-F : Les fournisseurs.....	31
III-E-1 Les fournisseurs potentiels en logiciel et matériel Informatique.....	32
IV) LES MOYENS A METTRE EN ŒUVRE.....	33
IV-A : Les investissements préliminaires.....	33
IV-B : Les moyens matériels et logiciels.....	34
IV-C : Les moyens humains.....	34
V) LE PLAN MARKETING ET LA STRATEGIE COMMERCIALE.	
V-A : Le plan marketing.....	35
V-A-1 : Les actions commerciales envisagées.....	36
V-A-2 : Synthèse du chiffre d'affaire potentiel issu des actions commerciales envisagées pour les 2 semestres 2005.....	37
V-A-3 : Préparation du chiffre d'affaire pour le 1 semestre 2006	38
V-A-4 : L'organisation de la prospection commerciale	39
V-B : La stratégie commerciale.....	40
V-B-1 : la politique suivie en matière de produits/services.....	40
V-B-2 : la Politique suivie en matière de distribution, de vente et de publicité.....	40
VI) ETUDE FINANCIERE.....	41
VI-A : Le plan de financement prévisionnel sur 3 ans.....	41
VI-B : Le besoin en fonds de roulement (BFR).....	43
VI-C : Le compte de résultat prévisionnel sur 3 ans.....	44
VI-D: Le compte de résultat prévisionnel avec Soldes Intermédiaires de Gestion.....	46
VI-E : Le plan de trésorerie sur 1 an.....	47
Conclusion : pourquoi investir dans la société ?.....	49
REFERANCES.....	50
VIII) ANNEXES.....	51