



PEPINIERE ET VILLAGE D'ENTREPRISES DE TRAPPES EN YVELINES

DOSSIER DE CANDIDATURE

à retourner à la pépinière et village d'entreprises
par courriel : valerie.gessous@mairie-trappes.fr

Ce dossier de candidature est conçu de façon exhaustive.

Les candidats rempliront les rubriques qui correspondent à leur entreprise et à leur activité.

Des réponses concises seront appréciées.

Il est possible d'utiliser un autre modèle.

NOM OU RAISON SOCIALE :

DATE DE REMISE DU DOSSIER :

DATE SOUHAITEE D'ENTREE DANS LES LOCAUX :

BUREAU (N°) :

SURFACE : M²

Quels sont les éléments de votre projet qui justifient votre présence dans la pépinière d'entreprises ?

1. IDENTITE DES CREATEURS ET ASSOCIES ACTIFS DANS LE PROJET (Remplir une page par associé)

NOM :
PRENOM :
ADRESSE PERSONNELLE :
TELEPHONE :
COURRIEL :
AGE :
SITUATION DE FAMILLE :

1.1. ETUDES OU FORMATION PROFESSIONNELLE

1.2. EXPERIENCE PROFESSIONNELLE (Fonctions, Responsabilités)

1.3. SITUATION PROFESSIONNELLE ACTUELLE

Indemnités ou sources de revenus éventuels

2. LE PROJET D'ENTREPRISE

2.1. CARACTERISTIQUES DE L'ENTREPRISE

- 2.1.1. Nom ou Raison Sociale :
- 2.1.2. Forme Juridique :
- 2.1.3. Associés (Nombre, Noms, Parts) :
- 2.1.4. Date de création :
- 2.1.5. Adresse du Siège Social :
- 2.1.6. Téléphone :
- 2.1.7. Courriel :

2.2. DEFINITION DE L'ACTIVITE DE L'ENTREPRISE

2.3. L'EQUIPE D'ANIMATION

- 2.3.1. Complémentarité des profils et des fonctions des associés et des partenaires extérieurs

2.4. LES PRODUITS OU SERVICES

- 2.4.1. Fonctions remplies :
- 2.4.2. Protection de l'innovation :
- 2.4.3. Importance de la gamme de produits ou services :
- 2.4.4. Développements envisagés :
- 2.4.5. Avantages concurrentiels :

2.5. MARCHÉ

- 2.5.1. Caractéristiques de la demande
 - Principaux secteurs de clientèle :

- Taille du marché :
- Dimension géographique :
- Segmentation :
- Tendance d'évolution :
- Processus d'achat :
- Contraintes de pénétration du marché :

2.5.2. Caractéristiques de la concurrence

- Qui sont les concurrents ?
 - Nom :
 - Implantation :
 - Taille :
 - Part du marché :
- Quels sont leurs avantages concurrentiels ?
- Quels sont les nouveaux concurrents qui pourraient apparaître ?
- Quels sont les facteurs clés du succès pour réussir sur ce marché ?

2.6. L'ACTION COMMERCIALE

2.6.1. Objectifs de vente

- An 1 :
- An 2 :
- An 3 :

2.6.2. Commandes déjà acquises :

2.6.3. Quels sont vos clients prioritaires ?

2.6.4. Comment ferez-vous connaître votre offre ?

- Publicité :
- Promotion :
- Relations Publiques :

2.6.5. Organisation de la distribution

- Vente directe :
- Distributeur :
- Agents commerciaux :

2.6.6. Force de vente

- Recrutement :
- Formation :
- Animation :
- Motivation :

2.6.7. Service après-vente et maintenance

2.6.8. Politique de prix

2.7. MOYENS TECHNIQUES MIS EN OEUVRE

2.7.1. Recherche et Développement (si produit ou service innovant)

- Technologies, technicité, savoir-faire requis :
- Moyens envisagés pour suivre l'évolution de ces technologies et de leurs applications :
- Liaisons avec les centres de recherche et les centres techniques :

2.7.2. Industrialisation et Fabrication

- Processus de fabrication :
- Fabrication interne :
- Sous-traitance :
- Principaux fournisseurs :
- Principaux sous-traitants :

2.8. RESSOURCES HUMAINES

2.8.1. Nombre de personnes :

2.8.2. Qualification :

2.8.3. Recrutement :

2.8.4. Formation :

2.8.5. Animation :

2.8.6. Motivation financière et non financière :

2.9. DONNEES FINANCIERES (A JOINDRE)

2.9.1. Plan de financement sur 3 ans

2.9.2. Compte de résultat sur 3 ans

2.9.3. Plan de trésorerie sur 3 ans

2.9.4. Bilans (si entreprise déjà en activité)