

# Les 5 étapes incontournables pour passer de l'idée à la commercialisation

Y a-t-il une place sur ce marché ? Quels sont ses clients potentiels ? Quels moyens mettre en oeuvre ? Nombreuses sont les questions à se poser avant de lancer son projet. Alexandra Dublanche, Vice-Présidente de la Région Île-de-France en charge du Développement économique, nous partage sa vision des 5 étapes clés à suivre pour passer de l'idée à la commercialisation lorsqu'on choisit d'entreprendre.

---

Comme d'autres acteurs publics, La Région Île-de-France a développé plusieurs dispositifs d'aide qui s'adaptent aux différentes étapes du développement de l'entreprise. Parmi eux, le dispositif Innov'up, qui vise à accompagner les entreprises innovantes dans le passage de l'idée à la commercialisation en passant par l'expérimentation, à travers ses 4 volets : Faisabilité, Développement, Expérimentation et Prototypes. Pour Alexandra Dublanche, le financement démarre dès le moment où il faut confronter l'idée au réel : *"la première étape qui consiste à s'assurer de la faisabilité du produit ou service*

est déjà consommatrice de ressources”. Nous lui avons demandé quelles sont les étapes incontournables qu’il faut anticiper avant de se lancer dans le grand bain de l’entrepreneuriat.

## **1. Faire le bilan, calmement**

Étudier la faisabilité de son marché est la première étape indispensable pour tout entrepreneur. C’est elle qui permet de vérifier la viabilité technique et économique de son idée. Cette étape consiste à mesurer toute l’ampleur de son projet en listant les besoins, les risques et les contraintes de ce dernier.

*« Les porteurs de projet ne savent pas toujours qu’il est possible de faire appel à un financement, tel que Innov’up Faisabilité, pour soutenir la 1ère phase d’étude de faisabilité et de vérification technique et économique de son idée » - Alexandra Dublanche*

Elle validera l’engagement du porteur de projet à entamer une phase de développement, aux investissements plus conséquents. Cette première phase doit valider ou non l’opportunité de son projet, c’est à dire orienter le porteur de projet sur un “go / no go” sur le marché visé.

## **2. Se dévouer corps et âme à l’indispensable business model**

La deuxième étape consiste à formaliser la stratégie et la création de la structure. Une fois l’idée validée, il est en effet important que le porteur de projet se projette rapidement dans la mise sur le marché de cette dernière en imaginant son business model et sa stratégie de commercialisation, quitte à effectuer de nombreuses modifications au fur et à mesure de l’évolution de son projet.

## **3. Faire le grand saut et passer de l’idée à la réalisation**

Vient ensuite la phase de développement technique de la solution - celle du prototypage. Cette phase représente le passage de l’idée à la réalisation physique et matérielle de la solution (prototype, “proof of concept”, V1, etc.). Gourmande en temps et en besoins financiers, c’est généralement lors de cette phase que les premières recherches de financement apparaissent.

Le prototypage est essentiel puisqu’il permet, après s’être assuré de sa faisabilité, de réaliser le produit tout en intégrant l’ensemble des contraintes, notamment technologiques et financières, en vue d’aboutir à un produit

répondant au cahier des charges ou au besoin identifié. Pour soutenir et valoriser les meilleurs projets, l'expérimentation permet de tester l'usage du produit ou service en condition réelle et d'intégrer de nouvelles dimensions grâce au retour utilisateur. Cette phase est nécessaire pour finaliser le prototype. Un prototype abouti pourra servir le lancement de la démarche commerciale de l'entreprise et permettre le début de l'industrialisation avec la fabrication de premières préséries.

#### **4. Prier pour que votre prototype séduise votre marché**

Quatrième étape incontournable : celle de la confrontation de son prototype au marché. Cette phase est cruciale pour la suite du développement d'un projet innovant. Elle doit permettre aux porteurs de projet de tester leur solution en conditions réelles et de faire des remontées d'usages des utilisateurs cibles, en vue d'apporter des améliorations techniques, ergonomiques, et de design à leur solution. Cette phase permet également de valider son positionnement, sa cible ainsi que son business model (notamment en ce qui concerne l'adaptation du prix vis à vis du marché).

#### **5. Mettre votre produit sur le marché et vous faire remarquer**

Dernière étape : la mise sur le marché. Elle consistera à créer la structure et donc à choisir la forme juridique de l'entreprise, impliquant un certain nombre de démarches administratives. L'entrepreneur pourra alors commercialiser sa solution, ce qui impliquera de mettre en place une stratégie marketing et de communication.

*« Le point fort d'Innov'up est que les aides, regroupées dans le même dispositif, s'adaptent à toutes les étapes clés de développement d'un projet d'innovation afin de pouvoir soutenir les entreprises sur l'ensemble de leur parcours » - Alexandra Dublanche*

Ces aides prennent la forme d'une subvention jusqu'à 30 000 ou 100 000 €, selon le stade de développement du projet, avec la possibilité d'une avance récupérable jusqu'à 1 million d'euros. Pour les projets d'envergure, une avance récupérable jusqu'à 3 millions d'euros est possible.

À relire : Comment ma région m'a aidé à financer ma startup

Comme en 2017, la Région organisera en 2018 un appel à projets visant à identifier et soutenir les meilleurs prototypes franciliens. L'an dernier parmi les

lauréats désignés sur les thématiques de l'intelligence artificielle et de la robotique, on retrouve par exemple la startup Vita DX, soutenue pour la réalisation de son prototype VisioCyt Web, solution de deep learning permettant la détection du cancer de la vessie. Elle a pu bénéficier durant un an du soutien financier de la Région et d'un accompagnement par Cap Digital. Les prototypes ainsi développés seront présentés lors des événements du Paris Region Smart Weeks et tout particulièrement lors de FUTUR.ES (nouveau nom de Futur en Seine) et Vivatechnology.

*Maddyness, partenaire média de la Région Île-de-France*