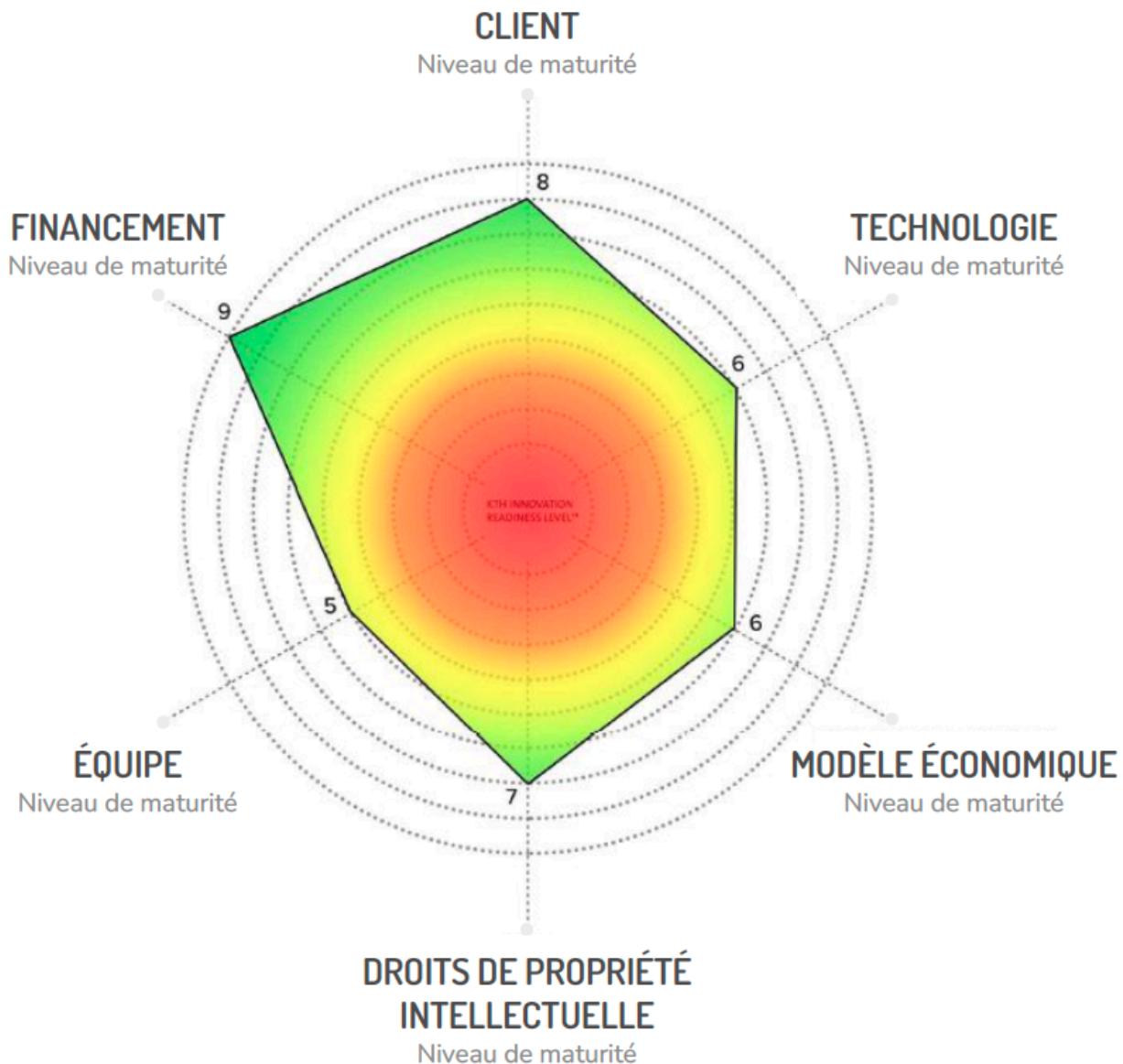




IRL - KTH INNOVATION READINESS LEVEL

INDICE DE MATURITÉ DE L'INNOVATION



Version anglaise de référence - Version F released 2025

Mise à jour version française - Novembre 2025 - <https://www.guidekatalysis.com/>



CRL - Niveau de maturité client



Ventes généralisées à grande échelle.
Grand nombre d'utilisateurs actifs avec une croissance substantielle.

Premières ventes commerciales et processus de vente mis en œuvre.
Nombre substantiel d'utilisateurs actifs.

Clients en phase de test étendu ou premières ventes test.
Petit nombre d'utilisateurs actifs.

Bénéfices confirmés par les premiers tests clients.

Intérêt établi et relations avec les clients.

Problème/besoin confirmé par plusieurs clients ou utilisateurs.

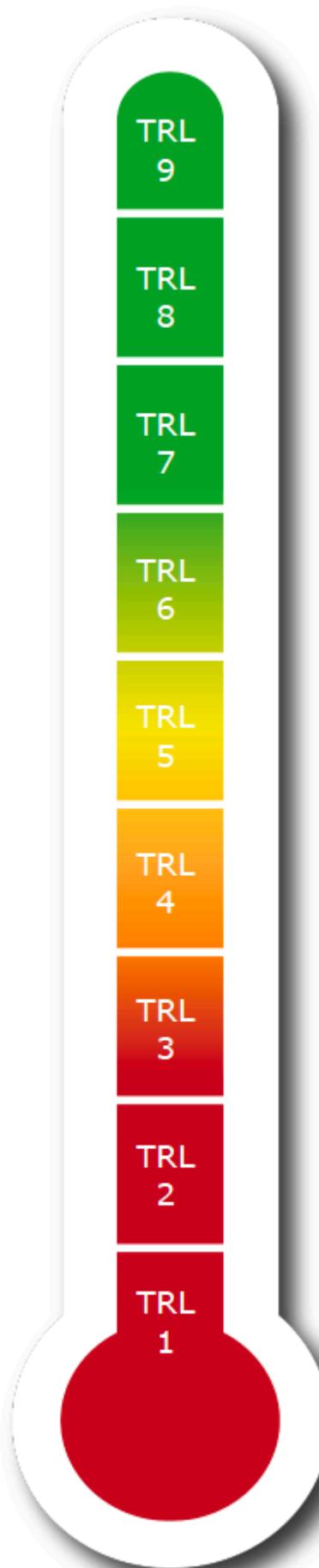
Premiers retours du marché établis.

Besoins spécifiques identifiés sur le marché.

Hypothèse de besoins potentiels sur le marché.

Niveau	Description
9	<ul style="list-style-type: none"> - Déploiement généralisé du produit, ventes à plusieurs clients de manière répétable et évolutive (y compris via des partenaires le cas échéant) - Nombre d'utilisateurs actifs important et en croissance substantielle (traction client significative) - L'entreprise se concentre sur le développement commercial, l'acquisition de clients, la croissance des ventes, les efforts pour stimuler la demande des utilisateurs/clients, etc.
8	<ul style="list-style-type: none"> - Produit/service prêt pour le marché, vendu aux clients au prix du marché cible ou proche de ce prix - Nombre substantiel d'utilisateurs actifs du produit/service prêt pour le marché (traction client initiale) - Processus de vente/d'acquisition d'utilisateurs mis en œuvre avec des personnes dédiées et des systèmes de support (système CRM, etc.) - Accords en place avec les premiers partenaires pour atteindre les clients (le cas échéant)
7	<ul style="list-style-type: none"> - Accords clients en place - premières ventes/ventes test de premières versions du produit/service ou clients/utilisateurs engagés dans des qualifications ou tests étendus du produit/service - Petit nombre d'utilisateurs actifs de premières versions du produit/service - Discussions initiées avec des partenaires pour atteindre les clients/utilisateurs (le cas échéant)
6	<ul style="list-style-type: none"> - Les tests du produit/service par les clients/utilisateurs ont confirmé la valeur et les bénéfices pour le client - Argumentaire de vente et proposition de valeur mis à jour sur la base des retours clients/utilisateurs - Premier processus de vente/d'acquisition d'utilisateurs défini et activités de vente structurées initiées - Partenaires possibles ou parties prenantes clés identifiés comme pertinents pour atteindre les clients/utilisateurs
5	<ul style="list-style-type: none"> - Les clients/utilisateurs ont exprimé leur intérêt pour le produit/service et confirmé qu'il peut résoudre les problèmes/besoins des clients (c'est-à-dire adéquation initiale problème-solution) - Relations établies avec des clients/utilisateurs cibles potentiels fournissant leurs avis/contributions - Décision prise sur les clients/segments cibles à privilégier en premier - Premier argumentaire de vente et proposition de valeur définis, adaptés au client/segment cible
4	<ul style="list-style-type: none"> - Le problème/besoin et son importance sont confirmés par plusieurs clients ou utilisateurs. Les nombres sont généralement limités mais dépendent du B2B/B2C et de la structure du marché (par ex. 5-10 en B2B, si le marché est concentré 2-5 clients leaders du marché, en B2C plus élevé par ex. 10-20) - Segmentation client avec profils clients de base initiaux en place - Identification de qui est l'utilisateur, le client payeur et le décideur - Une hypothèse de produit/service avec un positionnement clair par rapport aux alternatives clients est définie sur la base des retours clients/utilisateurs
3	<ul style="list-style-type: none"> - Retours reçus d'une étude de marché primaire, c'est-à-dire contacts directs avec par ex. quelques utilisateurs/clients possibles ou personnes ayant une connaissance de l'industrie/du marché (experts) - Compréhension plus développée des clients possibles et des segments de clientèle possibles - L'hypothèse de problème/besoin est claire et mise à jour après les retours clients/utilisateurs/experts
2	<ul style="list-style-type: none"> - Une étude de marché est réalisée, généralement dérivée de sources secondaires - Familiarité sommaire avec le marché, les clients possibles et leurs problèmes/besoins, et les alternatives - Il existe une première description raisonnablement claire de l'hypothèse de problème/besoin
1	<ul style="list-style-type: none"> - Penser (soi-même) qu'un besoin/problème ou opportunité possible pourrait exister sur un marché - Pas d'hypothèses claires sur qui sont les clients, quels problèmes existent, etc. Si des hypothèses existent, elles sont floues, spéculatives, et il n'y a pas de preuve ou d'analyse pour soutenir les suppositions - Connaissance limitée ou inexiste du marché et des clients/utilisateurs

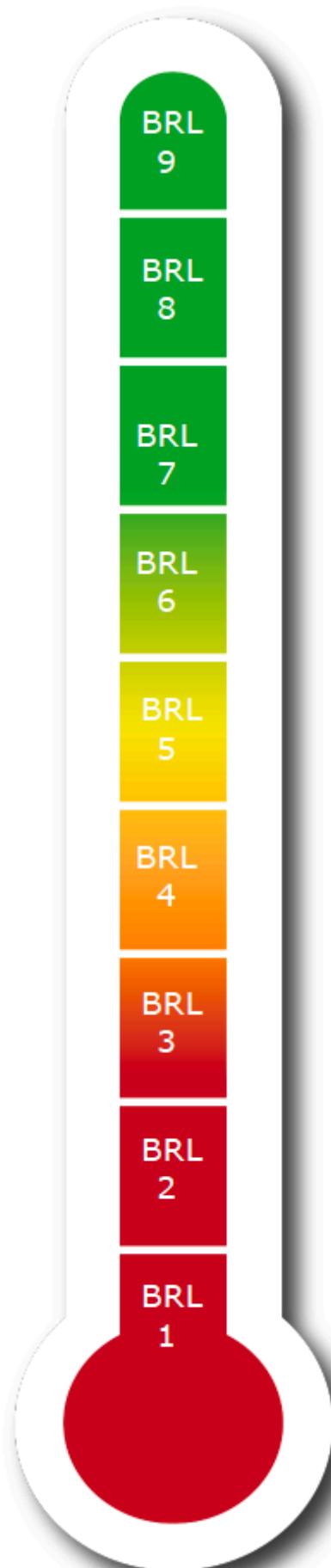
TRL - Niveau de maturité technologique



Technologie = Produit / service / méthode / système / technologie / solution ...
Il s'agit de la concrétisation tangible de l'idée que vous souhaitez développer.

Niveau	Description.
9	<ul style="list-style-type: none"> - La technologie complète est évolutive et éprouvée pour fonctionner dans des <u>opérations réelles</u> par plusieurs utilisateurs sur la durée. - Le développement continu, l'amélioration et l'optimisation de la technologie et de la production sont en cours.
8	<ul style="list-style-type: none"> - La technologie complète a été éprouvée pour fonctionner dans des <u>opérations réelles</u> par les premiers utilisateurs. - Technologie complète = Complète - contient tout ce dont l'utilisateur a besoin pour l'utiliser ; Fonctionnelle - tout fonctionne comme il se doit pour que l'utilisateur résolve son problème/besoin ; Compatible - compatible avec les personnes, les processus, les objectifs, l'infrastructure, les systèmes, etc. chez l'utilisateur ; Productible - possible à produire à un coût raisonnable. - Éprouvée pour fonctionner = répond à toutes les exigences/spécifications de performance. - <u>Opérations réelles</u> = mise en œuvre par les utilisateurs finaux de leur propre initiative dans leurs opérations quotidiennes.
7	<ul style="list-style-type: none"> - Un prototype proche ou équivalent à la technologie complète a été démontré pour fonctionner réellement dans un <u>environnement opérationnel</u>. - <u>Environnement opérationnel</u> = environnement qui répond à toutes les exigences et spécifications opérationnelles où la technologie sera utilisée par les utilisateurs finaux. - Répond aux exigences/spécifications de l'utilisateur final et/ou cas d'usage en place.
6	<ul style="list-style-type: none"> - Un modèle représentatif ou un prototype de la technologie a été démontré pour fonctionner réellement dans un <u>environnement pertinent</u>. - Modèle représentatif = une forme fonctionnelle de la technologie, généralement réduite en échelle, proche ou équivalente aux spécifications opérationnelles. - Prototype = la technologie sous une forme qui peut être utilisée pour évaluer la faisabilité technique et/ou de fabrication ou l'utilité du produit final. - Démontré pour fonctionner réellement = répond à la plupart des exigences de performance importantes.
5	<ul style="list-style-type: none"> - Les composants de base sont intégrés et testés sous une forme plus réaliste dans un <u>environnement pertinent</u>. - Les résultats des tests fournissent des preuves indiquant que la technologie fonctionnera (c'est-à-dire validation). - <u>Environnement pertinent</u> = laboratoire ou autre environnement contrôlé qui simule les aspects les plus importants et les plus exigeants de l'environnement opérationnel. - Caractérisations plus détaillées des exigences/spécifications de l'utilisateur final et/ou cas d'usage sur la base des retours des utilisateurs.
4	<ul style="list-style-type: none"> - Les composants de base sont intégrés et démontrés pour fonctionner ensemble et produire les résultats souhaités en <u>environnement de laboratoire</u>. - Les résultats des tests fournissent des preuves initiales indiquant que le concept technologique fonctionnera (c'est-à-dire validation initiale).
3	<ul style="list-style-type: none"> - Des tests en <u>environnement de laboratoire</u> (analytiques et/ou expérimentaux) de paramètres, fonctionnalités ou fonctions importants montrent que le concept technologique pourrait fonctionner et être faisable. - <u>Environnement de laboratoire</u> = l'environnement où la technologie est typiquement développée, souvent différent de l'environnement où elle sera utilisée. - Une phase de R&D est initiée pour développer davantage la technologie. - Il existe une première idée des exigences/spécifications de l'utilisateur final et/ou des cas d'usage.
2	<ul style="list-style-type: none"> - Un concept technologique potentiel est défini et décrit. - Les applications pratiques peuvent être définies mais sont spéculatives. Il n'y a pas de preuve ou d'analyse détaillée que la technologie fonctionnera.
1	<ul style="list-style-type: none"> - Résultats de recherche avec des bénéfices potentiels ou des applications utiles identifiées. - Idée vague d'une technologie à développer.

BRL - Niveau de maturité du modèle économique



Modèle économique éprouvé pour atteindre les objectifs de rentabilité, de croissance et de durabilité.

Les ventes et les indicateurs montrent que le modèle économique est viable. Durabilité intégrée et utilisée pour créer de la valeur commerciale.

Modèle économique validé par des ventes commerciales.

Modèle économique validé par les clients cibles (ventes pilotes/tests). Indicateurs clés de durabilité proposés.

Retours du marché sur les hypothèses clés du modèle économique.

Les premiers calculs indiquent un modèle économiquement viable. Première évaluation de durabilité du modèle économique proposé.

Description du modèle économique, du ou des marchés cibles et du paysage concurrentiel.

Description d'un concept commercial possible, d'une opportunité de marché et de la concurrence. Quelques éléments sur les aspects de durabilité de l'activité.

Aucune description ou description peu claire de l'idée commerciale, du potentiel de marché et de la concurrence.

	Aspects	Niveau
9	Modèle économique	Le modèle économique est opérationnel et éprouvé car l'entreprise atteint/dépasse les attentes en matière de rentabilité, de croissance et d'évolutivité.
	Opportunité de marché	Poursuite active de marchés cibles supplémentaires, stratégie d'internationalisation en place.
	Concurrence	Surveillance élargie des concurrents couvrant les nouveaux marchés et les scénarios futurs.
	Durabilité	Les opérations, la croissance et la durabilité sont équilibrées (validées par les indicateurs de durabilité).
8	Modèle économique	Les ventes et autres indicateurs montrent que le modèle économique est viable (par ex. en matière de rentabilité, de croissance).
	Opportunité de marché	Futurs marchés cibles supplémentaires décrits incluant les possibilités et marchés à l'international.
	Concurrence	Surveillance continue des concurrents mise en œuvre.
	Durabilité	La durabilité est intégrée dans l'activité et utilisée comme moyen de créer de la valeur commerciale et un impact positif.
7	Modèle économique	Modèle économique validé par les premières ventes commerciales à plusieurs clients.
	Opportunité de marché	Marché cible et estimations de ventes validés par les retours du marché.
	Concurrence	Différenciateurs du marché/propositions de valeur uniques validés par les retours du marché et mis en œuvre dans le marketing et la communication.
	Durabilité	Indicateurs de durabilité définis (y compris comment surveiller et rapporter).
6	Modèle économique	Modèle économique validé par les clients cibles dans un scénario commercial réaliste (pilote, ventes tests, précommande, etc.).
	Opportunité de marché	Décision prise sur le premier marché cible (et focus géographique) sur la base d'éléments marché pertinents.
	Concurrence	Différenciateurs clés du marché/propositions de valeur uniques définis et ajoutés à la présentation.
	Durabilité	Indicateurs clés de durabilité proposés (par ex. empreinte carbone, impact social, circularité).
5	Modèle économique	Hypothèses clés du modèle économique (volonté de payer et tarification) validées par les retours terrain.
	Opportunité de marché	Description(s) du marché cible mise(s) à jour sur la base des retours du marché (y compris propre positionnement dans la chaîne de valeur).
	Concurrence	Positionnement propre dans le paysage concurrentiel mis à jour sur la base des retours du marché.
	Durabilité	Réflexion sur comment la durabilité pourrait être intégrée dans l'activité pour obtenir un impact positif.
4	Modèle économique	Les premiers calculs des coûts et revenus principaux (y compris tarification) montrent une viabilité économique possible.
	Opportunité de marché	Description bien définie des marchés cibles possibles (marché, chaîne de valeur, portée géographique).
	Concurrence	Positionnement propre suggéré dans le paysage concurrentiel.
	Durabilité	Évaluation ODD décrivant l'impact positif et négatif de l'activité.
3	Modèle économique	Ébauche du modèle économique décrit par ex. au format canevas.
	Opportunité de marché	Première description du ou des marchés cibles possibles avec estimations de la taille du marché.
	Concurrence	Description de la concurrence/du paysage concurrentiel (ex. matrice ou carte de positionnement).
	Durabilité	Première description du ou des ODD que l'activité pourrait cibler.
2	Modèle économique	Concept commercial décrit de manière structurée, par ex. proposition de valeur.
	Opportunité de marché	Aperçu initial des marchés et de leur taille potentielle.
	Concurrence	Liste de quelques concurrents et/ou solutions alternatives.
	Durabilité	Quelques éléments sur les aspects de durabilité de l'activité (par ex. pourquoi et comment la durabilité).
1	Modèle économique	Description vague/non spécifiée de l'idée commerciale/proposition de valeur/modèle économique.
	Opportunité de marché	Peu d'éléments sur le marché et son potentiel et sa taille.
	Concurrence	Peu d'éléments sur la concurrence et/ou les solutions alternatives.
	Durabilité	Aucune ou très faible conscience des impacts de la durabilité sur l'idée commerciale.

ODD = Objectifs de Développement Durable

IPRL - Niveau de maturité des droits de propriété intellectuelle



Fort soutien et protection des DPI pour l'activité. Protection des DPI accordés et maintenus dans les pays pertinents.

Stratégie de DPI et pratiques de gestion entièrement mises en œuvre. Dépôt de demandes/enregistrements formels de DPI complémentaire.

Dépôt de demandes/enregistrements formels de DPI clés dans les pays/régions pertinents selon la stratégie de DPI.

Première stratégie de DPI complète en place prenant en compte différents DPI. Réponses positives sur les demandes et enregistrements déposés.

Ébauche de stratégie de DPI pour créer de la valeur commerciale en place. Dépôt d'une première demande ou enregistrement formel de DPI clé.

Confirmation que la protection de DPI est possible et pour quoi. Décision prise sur pourquoi protéger certains DPI (pertinence commerciale).

Description des DPI clés possibles avec quelques détails. Évaluation initiale du potentiel de protection des DPI clés.

Identification des différentes formes de DPI possibles que vous avez/créez. La propriété est clarifiée et vous pouvez utiliser les DPI pertinentes.

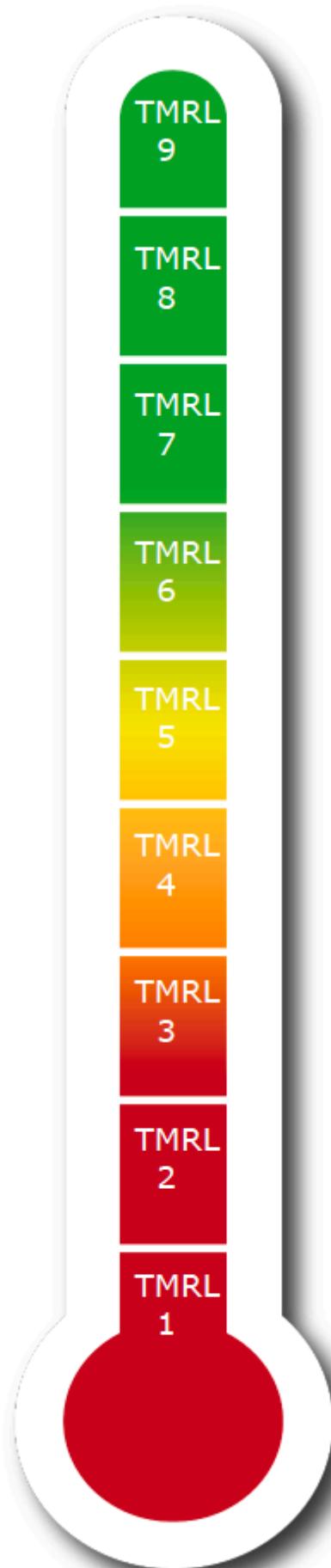
Hypothèses sur vos DPI possibles.

DPI = Droits de Propriété Intellectuelle = Brevets, marques, droits sur les dessins et modèles, droits d'auteur, droits sur les bases de données, secrets commerciaux, enregistrements numériques (noms de domaine, noms de comptes, etc.), nom de l'entreprise, etc.

Niveau	Description.
9	<ul style="list-style-type: none"> - La stratégie de DPI est éprouvée pour soutenir et créer de la valeur pour l'activité. - Les DPI clés et complémentaires sont accordés et maintenus dans les différents pays pertinents pour l'activité. - Des accords sont en place pour accéder à tous les DPI externes nécessaires.
8	<ul style="list-style-type: none"> - La stratégie de DPI est entièrement mise en œuvre. Les DPI sont utilisés de manière proactive pour soutenir/protéger l'activité, les accords liés aux DPI sont gérés de manière professionnelle, un processus pour sécuriser de nouveaux DPI est en place. - Les DPI clés sont accordés dans le premier pays/région avec une portée pertinente pour l'activité. - Dépôt de demande(s)/enregistrement(s) de DPI complémentaire(s) ou supplémentaire(s).
7	<ul style="list-style-type: none"> - Entrée dans la phase nationale/régionale (US, UE, JP, etc.) avec la demande/l'enregistrement de DPI clés. - Évaluation plus complète de la liberté d'exploitation et compréhension claire de la dépendance envers/restriction par d'autres DPI.
6	<ul style="list-style-type: none"> - Stratégie de DPI complète élaborée (validée par un professionnel) qui soutient la stratégie commerciale. - Identification de DPI complémentaires/supplémentaires possibles à protéger. - Évaluation initiale de la liberté d'exploitation dans le but de comprendre le paysage de DPI dans le domaine (qui est actif, quelles PI clés) et si vous pourriez dépendre de/être bloqué par d'autres DPI. - Réponse positive sur les demandes des autorités, et analyse de la réponse effectuée. - Si pas de réponse positive : analyse effectuée avec un professionnel avec de bonnes perspectives.
5	<ul style="list-style-type: none"> - Ébauche de stratégie de DPI en place - première analyse et plan (de préférence par un professionnel) sur comment différents DPI peuvent être utilisés pour protéger et avoir de la valeur pour l'activité. - Première demande/enregistrement formel complet de DPI clés déposés en coopération avec un professionnel. - Accords de base en place pour garantir le contrôle des DPI clés (par ex. cessions, propriété, etc.).
4	<ul style="list-style-type: none"> - Confirmation des possibilités de protection des DPI clés par des recherches/analyses effectuées par un professionnel. - Analyse (idéalement avec un professionnel) des DPI clés et des priorités à établir pour ce qu'il faut protéger afin de créer de la valeur pour l'activité/le projet. - Éventuellement dépôt de la première demande/enregistrement de DPI sous une forme moins élaborée, par ex. propre dépôt de marque, demande de brevet "provisoire" (c'est-à-dire non rédigée professionnellement), etc.
3	<ul style="list-style-type: none"> - Réflexion sur quelles formes de DPI sont clés/les plus importants et pourraient/devraient être protégés. - Description suffisamment détaillée des DPI possibles pour évaluer la possibilité de protection. - Évaluation des possibilités de protection via par ex. propres recherches de publications, solutions de l'état de l'art, etc. dans le domaine. - Éventuelles recherches initiales ou analyses par un professionnel de l'art antérieur pertinent ou de DPI conflictuels.
2	<ul style="list-style-type: none"> - Cartographie des différentes formes de DPI qui existent ou pourraient apparaître pendant le développement. - Des idées spécifiques de DPI existent, mais ne sont pas bien décrites et définies. - Les accords liés aux DPI sont identifiés et la propriété est clarifiée. Les inventeurs/créateurs sont clairement identifiés. Connaissance des politiques de DPI applicables, restrictions potentielles dans les contrats, etc.
1	<ul style="list-style-type: none"> - Hypothèses que les résultats ou idées pourraient contenir une forme possible de DPI. - Quelques idées sur de possibles DPI peuvent exister, mais restent spéculatives. - Pas de description ni de documentation des DPI possibles. - Connaissances limitées ou floues des aspects juridiques pertinents (propriété, droits d'utilisation, etc.). - Connaissances limitées de l'unicité et du domaine technique, de l'état de l'art, des publications, etc.

DPI = Droits de Propriété Intellectuelle = Brevets, marques, droits sur les dessins et modèles, droits d'auteur, droits sur les bases de données, secrets commerciaux, enregistrements numériques (noms de domaine, noms de comptes, etc.), nom de l'entreprise, etc.

TMRL - Niveau de maturité de l'équipe



Organisation performante et bien structurée à tous les niveaux qui est maintenue, se développe et performe dans le temps.

Organisation professionnelle en place (conseil d'administration, PDG, direction, personnel).

Équipe et culture bien fonctionnelles en place. Plan de croissance pour élargir l'équipe et construire l'organisation dans le temps.

Équipe fondatrice complémentaire, diverse et engagée avec toutes les compétences et capacités nécessaires pour commencer à construire une entreprise.

Équipe fondatrice initiale avec les principales compétences et capacités nécessaires. L'équipe s'accorde sur la propriété, les rôles, les objectifs et la vision.

Un champion est présent avec une idée claire de la direction (startup/autre voie). Plusieurs compétences nécessaires en place, plan initié pour compléter.

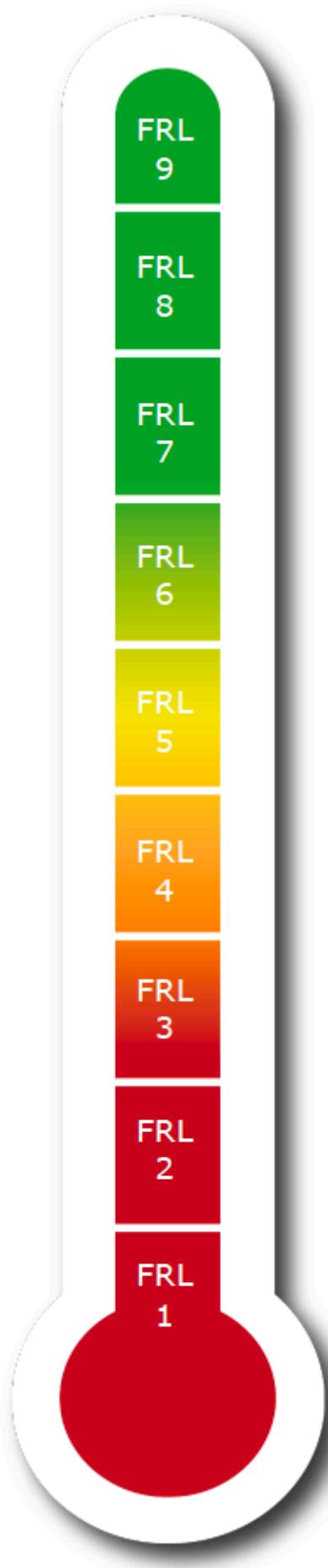
Certaines des compétences nécessaires sont en place pour vérifier/développer l'idée. Compétences nécessaires définies (et plan pour les trouver).

Compétences limitées existantes pour commencer à vérifier l'idée. Première idée des compétences ou ressources complémentaires nécessaires.

Manque de compétences/ressources nécessaires pour vérifier l'idée. Peu de compréhension des besoins de l'équipe (généralement un individu).

Niveau	Description.
9	<ul style="list-style-type: none"> - L'organisation est performante et fonctionne bien (coopération, environnement social, etc.). - Tous les niveaux de l'organisation sont activement engagés dans l'apprentissage et le développement continu. - La culture organisationnelle, la structure, les processus, etc. sont continuellement améliorés et développés. - Les incitations/récompenses sont alignées pour motiver l'ensemble de l'organisation à atteindre les objectifs et à bien performer. - L'équipe de direction est maintenue, développée et performe dans le temps.
8	<ul style="list-style-type: none"> - Il y a un leadership clair et une équipe de direction avec une expérience professionnelle pertinente. - Conseil d'administration compétent et diversifié, et conseillers pertinents en place et utilisés professionnellement. - Politiques/processus/responsable RH en place pour assurer de bonnes pratiques RH et la diversité de l'équipe. - Les recrutements nécessaires selon le plan à long terme sont en cours pour garantir les compétences, capacités et diversité pertinentes dans l'organisation. - Tous les niveaux de l'organisation sont correctement formés et motivés.
7	<ul style="list-style-type: none"> - Équipe bien fonctionnelle avec des rôles clairs. - Les objectifs, la vision, la raison d'être et la culture sont clairement articulés et documentés pour soutenir le développement de l'équipe et de l'organisation. - Plan en place pour construire l'organisation nécessaire et faire croître l'équipe sur le long terme (-2 ans). - Processus/systèmes et plan pour l'apprentissage continu et le développement du personnel mis en œuvre. - Conseil d'administration et conseillers opérationnels et soutenant le développement de l'activité et de l'organisation.
6	<ul style="list-style-type: none"> - Équipe fondatrice complémentaire et diverse en place, capable de commencer à construire une entreprise. - Toutes les compétences clés et capacités nécessaires à court terme sont présentes, y compris un PDG clairement défini. - Équipe engagée où chacun se sent responsable et imputable. - Début du recrutement de conseillers et/ou de membres du conseil d'administration, en gardant à l'esprit la diversité du conseil. - Conscience des risques pour la performance de l'équipe (conflits, épuisement professionnel/santé mentale, politique, etc.).
5	<ul style="list-style-type: none"> - Une équipe fondatrice initiale travaillant ensemble et tous consacrant un temps significatif. L'équipe fondatrice possède conjointement les principales compétences et capacités nécessaires pour commencer à construire cette startup. - Équipe alignée avec des rôles clarifiés, des objectifs et visions partagés, et un engagement clair (par ex. temps consacré). - L'équipe s'est mise d'accord sur leurs parts respectives (accord signé). La propriété est équilibrée et incitative, et reflète l'engagement et la contribution historiques et futurs. - Activités pour obtenir des compétences et capacités supplémentaires en cours, en gardant à l'esprit la diversité de l'équipe. - Systèmes/processus/outils initiaux en place pour partager les connaissances et informations au sein de l'équipe.
4	<ul style="list-style-type: none"> - L'équipe (ou l'individu) a une idée claire de comment amener l'idée sur le marché (startup, accord de PI, etc.). - Au moins un champion (moteur et engagé à faire avancer l'idée) est présent. - Plusieurs, mais pas toutes, les compétences nécessaires sont présentes, généralement plusieurs individus. - Un plan est en place et initié pour trouver les compétences et capacités supplémentaires nécessaires (décris par ex. dans un profil d'exigences), en gardant à l'esprit la diversité de l'équipe. - L'équipe a commencé les discussions sur les rôles, l'engagement, la propriété, etc. pour l'avenir.
3	<ul style="list-style-type: none"> - Un ou plusieurs individus possèdent certaines, mais pas toutes, des compétences et capacités nécessaires pour commencer à vérifier l'idée. - Les besoins et lacunes en compétences, capacités et diversité de l'équipe sont identifiés. - Un plan initial est défini pour trouver les compétences prioritaires nécessaires (court terme, <1 an).
2	<ul style="list-style-type: none"> - Compétences et/ou capacités limitées présentes - généralement 1-2 personnes. - Première idée des personnes/compétences supplémentaires qui pourraient être nécessaires pour vérifier/développer l'idée. - Première idée d'objectif global pour le projet.
1	<ul style="list-style-type: none"> - Généralement un individu manquant de compétences nécessaires dans des domaines clés tels que la technique, les ventes... - Peu de compréhension des compétences nécessaires/requises et autres ressources nécessaires (par ex. partenaires, prestataires de services, etc.) pour vérifier et développer l'idée.

FRL - Niveau de maturité des financements



Niveau	Aspects	Description.
9	Besoin de financement	Prochain financement nécessaire défini reflétant les plans de montée en échelle, la performance de l'entreprise et la situation/prévision financière.
	Options de financement	Stratégie de financement à long terme en place couvrant par ex. la montée en échelle des opérations.
	Statut du financement	Identification et établissement d'un intérêt de la part de sources de financement appropriées pour une prochaine étape, afin de disposer d'une plus grande marge de manœuvre.
	Présentation	Présentation/pitch, plan d'affaires et tous les documents de soutien nécessaires sont continuellement mis à jour.
8	Besoin de financement	Le système de suivi financier et comptable permet le contrôle de la situation financière et la prévision des besoins de financement.
	Options de financement	Feuille de route de financement mise à jour sur la base des prévisions et de la progression de l'activité.
	Statut du financement	Financement sécurisé pour au moins env. 12 mois d'activité (financement reçu) ou revenus récurrents prévisibles.
	Présentation	La présentation/pitch pour le financement est développée pour inclure un plan d'affaires complet.
7	Besoin de financement	Une comptabilité de base en place montre la situation financière. Différents scénarios de besoins de financement décrits.
	Options de financement	La feuille de route de financement inclut plus de détails sur les sources cibles dans le temps et les scénarios de secours.
	Statut du financement	Discussions concrètes (niveau lettre d'intention) avec une ou plusieurs sources de financement clairement intéressées.
	Présentation	La présentation pour le financement inclut également le matériel de soutien nécessaire compilé pour passer une vérification préalable (due diligence).
6	Besoin de financement	Besoins de financement clarifiés avec des projections financières plus détaillées (y compris flux de trésorerie).
	Options de financement	Feuille de route de financement mise à jour sur la base des retours et pour s'étendre dans le temps (par ex. amorçage, série A, etc.).
	Statut du financement	Discussions initiées avec les sources de financement pertinentes (généralement investisseurs) sur la demande (combien, pour quoi, valorisation).
	Présentation	Présentation/pitch amélioré pour le financement sur la base des retours d'un public pertinent.
5	Besoin de financement	Besoins de financement dans le temps décrits avec des projections financières initiales (P&L, budget).
	Options de financement	Feuille de route de financement possible définie avec les sources de financement/investisseurs souhaitables et impact sur le tableau de capitalisation.
	Statut du financement	Éventuellement financement supplémentaire sécurisé pour la ou les prochaines étapes du plan de développement mais nécessitant encore plus pour l'étape suivante.
	Présentation	Présentation pour le financement testée auprès d'un public pertinent (par ex. pitch à un investisseur, candidature de financement soumise).
4	Besoin de financement	Plan de développement/projet défini (par ex. 6-12 mois) avec budget de coûts, risques clés, jalons créateurs de valeur, etc.
	Options de financement	Sources de financement pertinentes identifiées pour les prochaines étapes du plan de développement/projet.
	Statut du financement	Financement suffisamment sécurisé pour initier au moins la ou les premières étapes du plan de développement/projet.
	Présentation	Présentation/pitch pour le financement (oral et écrit) tel qu'un pitch deck investisseur ou candidature de financement.
3	Besoin de financement	Ébauche des coûts et activités dans un plan de développement/projet (par ex. 6-12 mois). Compréhension des besoins de financement globaux.
	Options de financement	Compréhension globale des options de financement par ex. sources et types (propre, subventions, capital, prêts) et leurs exigences.
	Statut du financement	Financement suffisamment sécurisé pour initier la validation, généralement financement non dilutif (subventions).
	Présentation	Une première présentation pour le financement intègre la description des aspects clés pertinents pour le financement.
2	Besoin de financement	Compréhension des coûts et activités pertinentes pour la validation initiale (par ex. 1-6 mois).
	Options de financement	Sources de financement identifiées pour la validation initiale.
	Statut du financement	Efforts réalisés pour sécuriser le financement.
	Présentation	Une description peut être utilisée pour rechercher un financement initial (y compris concept commercial).
1	Besoin de financement	Peu de compréhension des coûts et activités pertinentes pour la validation de l'idée et des besoins de financement.
	Options de financement	Peu de compréhension des différentes options de financement.
	Statut du financement	Pas de financement disponible ou sécurisé.
	Présentation	Description initiale de l'idée mais manque d'aspects pertinents pour le financement par ex. concept commercial, potentiel marché.