

JEUX DE GÉNIE 2026

Du rêve à la réalité



CAHIER ENTREPRENEURIAT

DU 3 AU 7 JANVIER 2026 | POLYTECHNIQUE MONTRÉAL
35ÈME ÉDITION DES JEUX DE GÉNIE



1^{ER} SEPTEMBRE 2025
VERSION FRANÇAISE

Table des matières

03	<u>Introduction</u>
04	<u>Le thème</u>
05	<u>Des exemples</u>
06	<u>Livrable 1</u>
08	<u>Livrable 2</u>
13	<u>Livrable 3</u>
15	<u>Livrable 4</u>
21	<u>Livrable 5</u>
22	<u>Livrable 6</u>
23	<u>Présentation Préliminaire</u>
24	<u>Présentation Finale</u>
26	<u>Grille des remises et pondérations</u>
27	<u>Annexes</u>

LES JEUX DE GÉNIE

Depuis maintenant plus de 30 ans, les Jeux de génie représentent la plus grande compétition d'ingénierie au Québec et le plus important rassemblement d'étudiants et d'étudiantes en génie de la province. Les personnes participantes, provenant de 14 universités du Québec, de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick, mettent à l'épreuve leurs compétences générales et spécifiques à l'ingénierie en s'affrontant dans plusieurs défis de nature variée. Polytechnique Montréal a l'honneur d'accueillir la 35e édition qui se déroulera du 3 au 7 janvier 2026.

LA COMPÉTITION ENTREPRENAURIALE

Cette année marque la septième édition de la compétition entrepreneuriale des Jeux de génie du Québec. Cette épreuve stimulante invite les participants et participantes à sortir de leur cadre technologique et à s'immerger dans le monde des affaires. Ils devront se surpasser pour trouver des solutions innovantes aux difficultés auxquelles fait face le monde d'aujourd'hui. Les équipes devront non seulement faire preuve d'audace et de créativité, mais devront aussi apprendre à collaborer entre elles.

Les futurs ingénieurs et ingénieures auront la tâche de monter un modèle d'affaires solide et de créer le prototype représentatif d'une solution viable et novatrice, qui aura un impact significatif sur les industries québécoises. Chaque équipe présentera ensuite son projet devant un jury expert lors des Jeux de génie en janvier 2026.

Préparez-vous à relever un défi, à innover et à laisser votre empreinte sur le monde entrepreneurial!

L'équipe entrepreneuriale

Contactez-nous au entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca

LE THÈME

AMÉLIORER SON QUOTIDIEN

Que ce soit du point de vue de l'urbanisme ou de la vie à la maison, améliorer son quotidien signifie créer ou commercialiser une innovation qui facilite, optimise et/ou enrichit la vie d'un individu jusqu'à celle d'une société. Ainsi, le défi s'applique autant à l'échelle d'une ville qu'à l'individu en soit. Il doit créer une différence en facilitant ou en bonifiant la vie de tous les jours.

LES CONTRAINTES

Contraintes géo commerciales

L'ensemble du processus, de la conception à la fabrication, en passant par les matières premières, doit provenir du Canada et/ou du Québec.

Contraintes environnementales

Bien que les contraintes géo-commerciales favorisent déjà un produit local, donc souvent plus durable, une attention particulière sera portée aux entreprises ayant des valeurs écologiques. Des points supplémentaires leur seront attribués.

Note: La réalisation concrète du projet n'est pas nécessaire au concours, il est demandé de fournir un prototype physique. Pour les projets d'envergure, il est possible, par exemple, de proposer une maquette ou un modèle 3D de l'innovation afin de pouvoir visualiser l'idée proposée.



DES EXEMPLES

Les exemples permettent de se situer dans l'étendue des possibilités d'innovation. Ceux-ci ne sont pas limitants et servent de point de départ afin de visualiser la société au centre des idées.

À une plus grande échelle, le parc Frédéric-Back à Montréal est un exemple parfait d'innovation pour la société. Ce terrain qui était autrefois une carrière est ensuite devenu un dépotoir pour finalement être transformé en un parc convoité par les sportifs et les familles montréalaises. Sa surface est exploitée au maximum afin d'offrir la meilleure expérience à ses utilisateurs. De plus, on retrouve de fines technologies afin de récupérer le biogaz produit par le site. À vous d'en découvrir un peu plus...

Encore du côté aménagement urbain, le démantèlement d'une autoroute pour la restauration d'un cours d'eau dans la ville de Séoul est un autre très bon exemple. Ce projet d'envergure a totalement transformé la ville. On retrouve maintenant de nombreuses installations autour de celui-ci pour les résidents et touristes de la ville.

Du côté individu, les innovations sont nombreuses et infinies. On peut remonter aussi loin qu'à l'invention du lave-vaisselle ou du presse-citron. On peut aussi penser aux idées plus récentes devenues populaires comme le robot aspirateur qui nettoie les planchers pendant les journées de travail. Il est important de penser à l'envergure et à la portée de l'innovation, c'est-à-dire que même si celle-ci vise l'individu, on vise à ce qu'elle facilite la vie de la communauté. Ainsi, autant l'innovation peut être à grande échelle et toucher un pays, une ville ou une région, mais elle peut aussi s'adresser à chaque personne individuellement en comblant un besoin collectif.





LIVRABLE 1

RECHERCHE D'UNE PROBLÉMATIQUE

Le premier livrable est à remettre le **19 septembre à 23h59**. La première étape de la compétition consiste à identifier la problématique de votre projet. Il est recommandé de mener une séance de remue-méninges en équipe afin de générer des idées. Le premier livrable sera le résultat de ce processus, sous la forme d'un tableau (voir Annexe A : Livrables). Ce tableau mettra en évidence tous les éléments nécessaires à la bonne structuration et à la définition de votre projet entrepreneurial.

L'objectif de ce livrable est de développer de manière structurée une compréhension approfondie de la problématique que vous souhaitez résoudre et de cartographier l'écosystème qui l'entoure. Vous devrez remplir deux à trois tableaux basés sur vos **problématiques** qui présentent le plus de potentiel.

Le livrable doit contenir une ou des pages de bibliographie (min. 15 références) et doit couvrir les points suivants :

La problématique : Décrivez la problématique en une phrase de manière claire et concise afin qu'une personne externe au projet puisse la comprendre.

Les parties prenantes : Identifiez les personnes impactées par cette problématique. Décrivez leur profil typique, leurs besoins et leur industrie.

Les solutions existantes : Expliquez brièvement quelles sont les solutions existantes sur le marché actuel et soulignez leurs avantages ainsi que leurs lacunes par rapport aux besoins des personnes impactées.

Les solutions potentielles : Proposez plusieurs nouvelles solutions potentielles de manière préliminaire. Y a-t-il plusieurs options ? Sont-elles variées et innovantes les unes par rapport aux autres ? Démontrez que vous avez exploré plusieurs pistes de solutions variées et qu'il est possible de résoudre cette problématique.

Les ressources : Décrivez approximativement les ressources techniques ou financières nécessaires à la réalisation de votre projet.

L'opportunité : Analysez l'opportunité économique que représente cette problématique. Montrez qu'il existe un marché pour la résolution de cette problématique. Cette section peut être appuyée par des statistiques sur le marché économique et la démographie de cette partie du marché.

La proposition de valeur : Décrivez en quoi votre proposition se distingue des solutions existantes. Quels sont les besoins auxquels vous répondez et en quoi ces besoins sont importants ? La valeur ajoutée doit être cohérente avec la problématique, les personnes impactées et les solutions existantes.

L'ampleur : Décrivez l'industrie ainsi que l'impact de votre solution sur celle-ci.

Les obstacles : Identifiez les obstacles actuels qui expliquent le manque de progrès ou les barrières qui empêchent des avancées dans la résolution de cette problématique. Vous devez démontrer une compréhension approfondie du problème et mettre en évidence les obstacles que les solutions futures pourraient rencontrer.

Les causes : Décrivez l'écosystème entourant le problème et les causes qui expliquent le manque de résolution. Allez au-delà du « pourquoi » initial et montrez que vous avez examiné la problématique dans toutes ses dimensions.

Un gabarit du tableau vous sera fourni pour faciliter la complétion du premier livrable.

La grille de correction est disponible en [Annexe B](#) : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.

À NOTER POUR LA CORRECTION

La correction vous sera remise sur les channels teams respectif.

La problématique jugée la plus prometteuse fera l'objet d'une correction détaillée. Si vous souhaitez qu'une autre problématique soit analysée plus en profondeur, merci de nous en informer.



LIVRABLE 2

PROPOSITION DE VALEUR ET BMC PRÉLIMINAIRE

Le deuxième livrable est à remettre le **10 octobre à 23h59**.

Il consistera à définir les premières grandes lignes de votre entreprise. Pour que celle-ci soit viable, il est important que le produit que vous proposez apporte de la valeur à une clientèle spécifique. Nous vous demandons donc, en première partie, de développer la proposition de valeur de votre projet. Vous devez utiliser le modèle de proposition de valeur en annexe, afin de vous aider à mieux définir cette proposition.

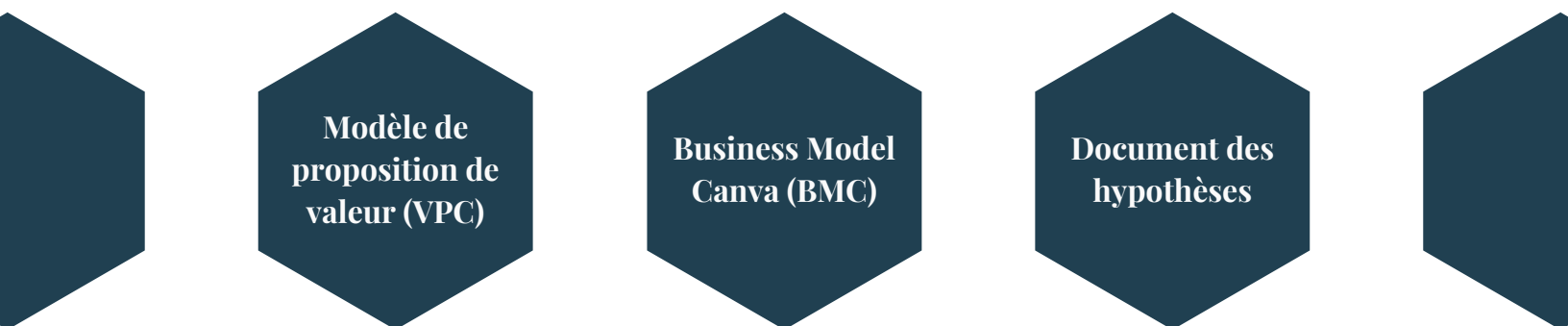
En première partie, le modèle de proposition de valeur (VPC) vous permettra de commencer votre Business Model Canvas (BMC). Ce modèle vous aidera à remplir les sections « proposition de valeur » et « segment de marché ». Nous vous demandons de faire évoluer votre idéologie de produit au cours de cet automne. C'est pourquoi nous désirons voir les itérations sur votre modèle d'entreprise à partir de ce livrable.

En deuxième partie, il sera nécessaire de produire une première version du BMC. Nous vous suggérons de vous concentrer sur les sections de la proposition de valeur, des segments de marché (qui devraient déjà être idéalisés par la partie 1 du livrable 2), de la structure de coûts et des sources de revenus. Les autres sections doivent avoir été développées brièvement (au moins un item par section).

En troisième partie, remplissez le document d'hypothèses. Vous devrez détailler chaque hypothèse que vous avez posée pour construire votre BMC. Il faut aussi détailler comment vous prévoyez confirmer ou infirmer ces hypothèses. (Par exemple, en contactant un spécialiste ou un client potentiel, en consultant des statistiques ou des données, etc.).

Nous encourageons le format « bullet points » pour avoir des idées claires.

En résumé, nous vous demandons de fournir trois documents pour ce livrable :



Modèle de
proposition de
valeur (VPC)

Business Model
Canvas (BMC)

Document des
hypothèses

2.1 GUIDE BMC

DESCRIPTION DES CASES DU BUSINESS MODEL CANVAS

- **Segments de clientèle :**

- Description : Identifiez les différents groupes de personnes ou d'organisations que votre entreprise vise à atteindre et à servir.
- Exemples : Clients individuels, entreprises, jeunes professionnels, parents, etc.

- **Propositions de valeur :**

- Description : Décrivez le bouquet de produits et de services qui créent de la valeur pour un segment de clientèle spécifique. C'est la raison pour laquelle les clients choisissent votre produit/service plutôt que ceux de la concurrence.
- Exemples : Solution innovante, personnalisation, design, prix, performance, etc.

- **Canaux de distribution :**

- Description : Expliquez comment votre entreprise communique avec ses clients et atteint ses segments de clientèle pour délivrer sa proposition de valeur.
- Exemples : Ventes directes, en ligne, partenariats, magasins physiques, etc.

- **Relations avec les clients :**

- Description : Définissez le type de relation que vous établissez avec des segments de clientèle spécifiques. Cette relation peut être personnelle, automatisée, etc.
- Exemples : Assistance personnelle, assistance automatisée, communautés, co-création, etc.

- **Sources de revenus :**

- Description : Identifiez comment votre entreprise gagne de l'argent à partir de chaque segment de clientèle.
- Exemples : Vente de produits, frais d'abonnement, location/leasing, frais de licence, publicité, etc.

- **Ressources clés :**

- Description : Énumérez les actifs les plus importants requis pour que votre modèle économique fonctionne.
- Exemples : Ressources physiques (infrastructure), intellectuelles
 - (brevets, marques), humaines (équipe), financières (lignes de crédit), etc.

- **Activités clés :**

- Description : Décrivez les activités les plus importantes que votre entreprise doit faire pour que son modèle économique fonctionne.
- Exemples : Production, résolution de problèmes, gestion de plateforme/réseau, etc.

- **Partenariats clés :**

- Description : Décrivez le réseau de fournisseurs et de partenaires qui rendent votre modèle économique possible.
- Exemples : Alliances stratégiques, joint ventures, relations fournisseur, etc.

- **Structure des coûts :**

- Description : Identifiez tous les coûts pour faire fonctionner votre modèle économique.
- Exemples : Coûts fixes (salaires, loyers), coûts variables (matériaux, production), économies d'échelle, économies de champ, etc.



2.3 GUIDE VPC

DESCRIPTION DES CASES DU VALUE PROPOSITION CANVAS

- **Travaux (Jobs) :**

- Description : Les tâches, problèmes ou besoins que vos clients cherchent à accomplir ou résoudre.
- Questions à poser :
 - Quels sont les principaux travaux que votre client essaie de réaliser ?
 - Quels problèmes cherchent-ils à résoudre ?
 - Quels besoins cherchent-ils à satisfaire ?

- **Douleurs :**

- Description : Les difficultés, risques ou effets indésirables rencontrés par vos clients en réalisant leurs travaux.
- Questions à poser :
 - Quels obstacles empêchent votre client de réaliser ces travaux ?
 - Quels sont les principaux risques ou difficultés qu'ils rencontrent ?
 - Quelles sont les choses que vos clients trouvent coûteuses (temps, argent, effort) ?

- **Gains :**

- Description : Les résultats, bénéfices ou aspirations que vos clients souhaitent obtenir.
- Questions à poser :
 - Quels sont les bénéfices que votre client souhaite obtenir ?
 - Qu'est-ce qui les rendrait heureux ?
 - Quels résultats ou avantages positifs recherchent-ils ?

• Produits et Services :

- Description : La liste des produits et services que vous offrez qui aident vos clients à accomplir leurs travaux.
- Questions à poser :
 - Quels produits ou services proposez-vous ?
 - Quels sont les aspects les plus importants de ces produits ou services pour vos clients ?

• Soulagements de Douleurs :

- Description : Comment vos produits et services soulagent ou éliminent les douleurs de vos clients.
- Questions à poser :
 - Comment vos produits/services aident-ils à éliminer ou réduire les obstacles et difficultés rencontrés par vos clients ?
 - Comment soulagent-ils les frustrations ou minimisent-ils les risques pour vos clients ?

• Créateurs de Gains :

- Description : Comment vos produits et services créent des gains ou des bénéfices pour vos clients.
- Questions à poser :
 - Comment vos produits/services créent-ils des bénéfices ou des résultats positifs pour vos clients ?
 - Comment améliorent-ils les résultats ou rendent-ils vos clients heureux ?

À NOTER POUR LA CORRECTION

La grille de correction est disponible en Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.

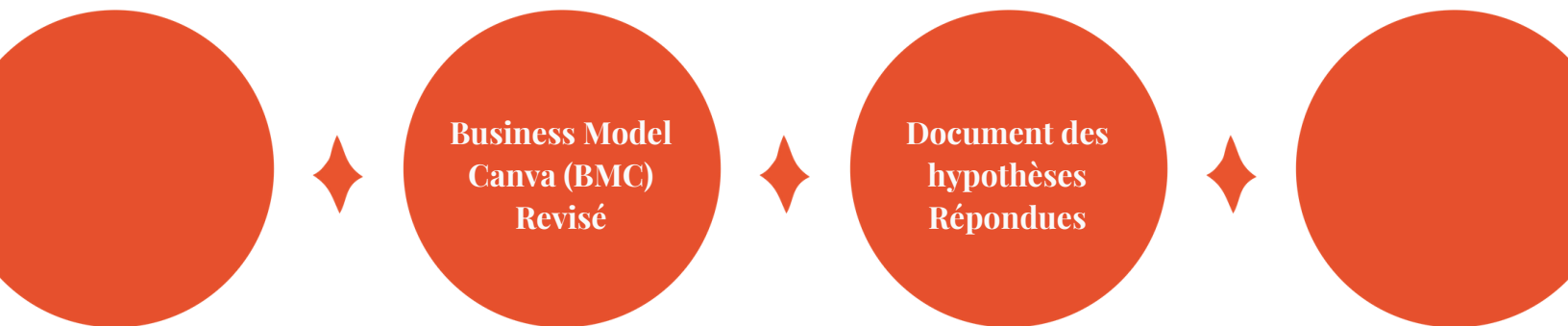
LIVRABLE 3

MODÈLE D'AFFAIRES RÉVISÉ ET HYPOTHÈSE RÉPONDUE

Le troisième livrable est à remettre le **26 novembre à 23h59**. Cette étape consiste à élaborer une version révisée et améliorée de votre modèle d'affaires. Vous devrez remplir à nouveau le Business Model Canvas (BMC) en y intégrant de manière plus exhaustive les informations collectées à partir des hypothèses émises lors du livrable 2. De plus, le modèle des hypothèses devra également être soumis à nouveau avec toutes les hypothèses émises et leurs réponses correspondantes.

Les sections à remplir dans la matrice restent les mêmes que pour le livrable 2, mais devront être abordées de manière plus approfondie. Le document d'hypothèses devra retracer l'historique de toutes les hypothèses émises, y compris leurs réponses et les méthodes utilisées pour y répondre. Enfin, il devra inclure toutes les nouvelles hypothèses émises à la suite des réponses obtenues. Les méthodes de réponse peuvent prendre différentes formes telles que des entrevues, des sondages, des recherches documentaires, des preuves de concept, des expérimentations ou des analyses de marché, parmi d'autres.

En résumé, nous vous demandons de fournir deux documents pour ce livrable :



À NOTER POUR LA CORRECTION

La grille de correction est disponible en Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.

3.1 ATELIER DE COLLABORATION

L'atelier de collaboration est de retour cette année! Les équipes se retrouveront cette fois-ci le **1er novembre** dans les locaux de Polytechnique Montréal. Le but de cet atelier est de se réunir entre universités afin de s'entraider pour enrichir, clarifier et définir vos futures entreprises.

OBJECTIF DE L'ATELIER

Cet atelier offre l'opportunité aux équipes de faire connaissance, de partager leurs idées, de demander conseils et de tester l'expérience de *pitch*. La présentation est divisée en plusieurs sections qui permettent de mieux cibler les informations à partager.

Chaque équipe doit premièrement présenter son entreprise sous forme d'«**elevator pitch**» d'une **durée de 1 à 2 minutes**. Cette introduction permet de rapidement comprendre le concept de l'entreprise.

Ensuite, **2 minutes** sont allouées afin de discuter des hypothèses principales entourant le projet ainsi que des éléments importants à considérer pour le mener à terme. La présentation se termine sur une période de **questions et de rétroactions** constructives provenant du comité organisateur et des autres équipes. Celle-ci peut durer **jusqu'à 3 minutes**.

Entre chaque présentation, **une période de 3 minutes** est allouée aux équipes afin de rédiger une rétroaction supplémentaire si celle-ci n'a pas été donnée lors de la période de question. Les rétroactions écrites et celles offertes lors de la période de questions seront compilées et transmises aux équipes peu de temps après l'évènement.

En fin de séance, une période sera réservée afin de discuter davantage entre équipes, sous forme décontractée, au sujet de vos entreprises.

IMPORTANT

L'entièreté des points associés à cet atelier sont basés sur la participation (présentation et rétroaction). Nous n'évaluons PAS la performance de la présentation.

Suivant cet atelier, il est interdit de changer de concept sans l'approbation du CO de la compétition entrepreneuriale et/ou de reprendre une idée semblable à celle présentée par une autre équipe.

Aucun plagiat ne sera toléré.

LIVRABLE 4

PLAN D'AFFAIRES

Le quatrième livrable est à remettre le **2 janvier à 20h00**. Ce livrable constitue la présentation complète de votre plan d'affaires. Que vous vous adressiez à des juges, à un investisseur ou à une institution financière, vous devez être en mesure de démontrer que votre entreprise est viable et que vous avez bien réfléchi aux coûts, aux étapes de développement et aux risques avant de demander un appui.

Commencez par présenter votre équipe et le rôle de chacun dans le succès de l'entreprise. Décrivez ensuite votre entreprise : sa mission, sa vision, ses valeurs et les ressources externes sur lesquelles vous comptez. Expliquez pourquoi votre projet a le potentiel de réussir, ainsi que les principaux défis à prévoir.

Enfin, présentez vos prévisions financières sur trois ans, afin de prouver que votre modèle d'affaires est réaliste et financièrement soutenable.

Ce document doit convaincre que :

- ◆ **Votre solution répond à un besoin réel et pertinent.**
- ◆ **Votre modèle d'affaires est cohérent et bien structuré.**
- ◆ **Vous comprenez les coûts, les ressources nécessaires et les risques.**
- ◆ **Votre projet est prêt à passer à l'étape suivante.**

À NOTER POUR LA CORRECTION

La grille de correction est disponible en Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.

Le livrable 4 doit couvrir les points suivants :

1. PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE (≈ pages) :

- Introduisez chaque membre de votre équipe avec une photo, le nom, prénom, et rôle au sein de l'équipe, accompagnés d'une brève description de leur expertise et contribution au projet.

2. DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE (2 pages) :

- Présentez votre entreprise de manière claire et structurée :
 - Nom, logo, mission, vision
 - Objectifs à court et moyen terme
 - Valeurs fondamentales
 - Brève description de l'entreprise (secteur d'activité, produit ou service proposé)
- Mentionnez également les ressources externes sur lesquelles vous comptez vous appuyer, ainsi que les partenaires actuels ou envisagés (organismes, experts, fournisseurs, etc.).

3. PRODUIT (1 PAGE) :

- Problématique : Résumez la problématique que votre produit ou service vise à résoudre, en détaillant les besoins et problèmes spécifiques du marché.
- Solutions existantes : Dressez un panorama des solutions actuelles sur le marché, en soulignant leurs limites que votre proposition cherche à surmonter.
- Votre produit : Expliquez en détails les caractéristiques uniques et les fonctionnalités de votre produit, en mettant en avant son caractère innovant et les avantages qu'il offre.
- Marché cible : Présentez la démographie et les caractéristiques du marché cible, incluant la taille du marché et les opportunités économiques qu'il représente.

4. RÉALISATION (1 PAGE) :

- Facteurs clés de succès et risques : Identifiez les facteurs clés pour le succès de votre entreprise à court et moyen terme, ainsi que les risques principaux.
- Développement et commercialisation : Décrivez les étapes clés pour le développement de votre produit, de la R&D à la commercialisation, y compris les éventuelles certifications nécessaires, et votre stratégie pour gagner des parts de marché.
- Finances : Résumez les coûts prévus pour les étapes de développement et les stratégies de financement envisagées.

Le livrable 4 doit contenir les annexes suivantes :

The page features a whimsical design with several light blue clouds of various shapes and sizes. Scattered around these clouds are numerous small, four-pointed stars in dark blue, red, orange, and yellow. The stars are of different sizes and orientations, adding a magical or dreamlike feel to the layout.

4.1 ANNEXE 1
ANALYSE
ÉCONOMIQUE

4.2 ANNEXE 2
DOCUMENTATION
TECHNIQUE

4.1 ANNEXE 1: ANALYSE ÉCONOMIQUE

DESCRIPTION

Cette section vous permet de démontrer la viabilité financière de votre entreprise. Les chiffres n'ont pas besoin d'être exacts, mais votre équipe doit montrer une compréhension réaliste de ce que cela impliquerait de lancer, faire fonctionner et développer votre projet.

Nous recommandons l'utilisation d'un outil comme **Budgeto** pour générer des prévisions financières claires. Vous pouvez également utiliser Excel ou Google Sheets. L'objectif est de proposer un aperçu cohérent, simple et logique.

L'annexe 4.1 doit uniquement contenir des tableaux et des graphiques. Le résumé de vos données financières se trouve dans la section "4. Réalisation - Finances". Vous n'avez pas de limite de pages pour cette annexe, mais il est important de ne pas surcharger le lecteur avec des informations non pertinentes ou mal justifiées.

IMPORTANT

Compte tenu du fait que votre entreprise soit dans un stade de démarrage, il est normal que certains montants doivent être estimés.

4.1 ANNEXE 1: ANALYSE ÉCONOMIQUE

CONTENU

À l'annexe 1, faites une projection financière de votre entreprise pour les trois prochaines années (1er janvier 2026 au 31 décembre 2028).

Vous devez établir :

- Un prix de vente pour le produit
- Le seuil de rentabilité de l'entreprise basé sur les revenus attendus
 - Les coûts de production (fixes et variables).
 - Les coûts administratifs.
 - Les coûts de commercialisation.
 - Les coûts fixes, (incluant, mais ne se limitant pas) au matériel, à l'outillage, aux bâtiments, à l'énergie consommée (si applicable), etc.
 - Les coûts variables, qui regroupent les pièces (incluant le transport et la fabrication), la main-d'œuvre et tout autre élément concernant le produit.

Il ne faut pas négliger l'analyse du coût de vente quant au temps consommé par le personnel de vente, le coût d'implantation, les coûts de livraison, etc.

4.1.1 Coûts et financement

Examinez en détail les dépenses et les sources de financement de votre entreprise du 1er janvier 2025 au 31 décembre 2027. Votre rapport doit comprendre les éléments suivants :

- Coûts d'exploitation : Les dépenses courantes pour maintenir les activités (salaires, loyers, etc.).
- Coûts de production : Les dépenses liées à la fabrication de votre produit.
- Coûts de ventes : Les dépenses associées à la promotion et commercialisation.
- Coûts de développement : Capital investi dans la recherche et développement ainsi que l'amélioration de votre produit.
- Coûts administratifs : Les dépenses générales liées à la gestion et l'administration générale de votre entreprise.
- Sources de financement : Identifiez d'où proviennent les capitaux nécessaires pour le développement de votre entreprise (investisseurs, fondateurs, prêts et subventions, etc.).
- Structure de financement : déterminez la répartition du financement entre capitaux propres et dettes ainsi que les modalités de remboursement éventuelles.

4.1 ANNEXE 1: ANALYSE ÉCONOMIQUE

CONTENU

4.1.2 État des résultats détaillé

L'état des résultats détaillé permet de présenter les revenus, les dépenses ainsi que les bénéfices ou les pertes de votre entreprise du 1er janvier 2025 au 31 décembre 2027.

Votre rapport doit comprendre les points suivants* :

- Revenus : Les sources de revenus de l'entreprise.
- Coûts des ventes : les dépenses directement liées à la production ou à la fourniture des produits ou services vendus.
- Frais d'exploitation : les dépenses générales et administratives de l'entreprise.
- Charges financières : les intérêts payés sur les dettes ou autres coûts financiers.
- Impôts sur les bénéfices : montant des impôts dus sur les bénéfices réalisés.
- Bénéfice ou perte nette : la différence entre les revenus et les dépenses, indiquant si la startup a réalisé un bénéfice ou subi une perte sur la période donnée.

Afin de réaliser l'analyse financière, nous suggérons **FORTEMENT** l'utilisation d'outils d'aide à l'analyse financière pour les petites entreprises, tels que **Budgeto**.

**Compte tenu du fait que votre entreprise soit dans un stade de démarrage, il est normal que certains montants doivent être estimés.*



4.2 ANNEXE 2: DOCUMENTATION TECHNIQUE

À l'annexe 2, mettez toute documentation technique pertinente au produit et indiquez clairement l'innovation technologique. Par exemple : modèle 3D, plan technique de fabrication, schéma électrique, architecture de fonctionnement, pseudo-code, etc. Il n'y a pas de limite de pages, **mais les paragraphes de textes ne sont pas permis.**

Voir Annexe C : Spécifications et réglementations.

IMPORTANT : PÉNALITÉ

Une page supplémentaire est permise à l'endroit où vous jugerez le plus pertinent dans l'ensemble du document. Une pénalité de point sera appliquée par nombre de pages en extra après la page autorisée.



LIVRABLE 5

Prototype

Le prototype présenté aux juges a pour but de confirmer que la solution proposée est fonctionnelle. Il permet de dissiper tout doute quant à la faisabilité du produit et de démontrer explicitement l'innovation technologique. La démonstration doit mettre en évidence les fonctionnalités et le mode d'utilisation du produit final.

Un prototype, par définition, possède toutes les qualités techniques et les caractéristiques de fonctionnement du nouveau produit que vous développez. Toutefois, il peut également s'agir d'un exemplaire incomplet et non définitif de ce que pourrait être le produit final. L'important est que le prototype présente toutes les fonctionnalités mentionnées.

Le prototype peut prendre l'une des deux formes suivantes selon vos projets :

Aspect	Préprototype	Prototype
But	Tester l'intérêt réel	Tester la faisabilité / l'usage
Coût/effort	Très faible	Moyen à élevé
Moment d'utilisation	Avant de construire	Pendant ou après construction
Exemple	Page d'attente, simulation	Application cliquable, objet physique
Risque testé	«Est-ce que quelqu'un en veut?»	«Est-ce que ça fonctionne bien?»

RÉGLEMENTATIONS

- Une vidéo ne peut pas remplacer le prototype, même si celui-ci est trop volumineux. Elle peut, en revanche, servir d'accessoire d'appoint pour votre présentation.
- Les dimensions maximums du prototype sont de (1,5 m X 1,5 m X 0,80 m). Une dérogation peut être émise, mais il faudra s'assurer que le prototype puisse passer dans un cadre de porte et être déplacé à l'aide d'un ascenseur. Les équipes sont responsables d'être en mesure de déplacer leur prototype. Aucun matériel ne sera fourni à cet effet.
- Un prototype à l'échelle peut être présenté.
- Les prototypes doivent être remis dès l'arrivée aux Jeux de Génie. Des modifications minimales au prototype seront permises durant les périodes de travail, mais aucun outil de taille considérable ne sera autorisé dans les salles (consulter le CO si vous avez un doute).



LIVRABLE 6

AUTRES LIVRABLES

Les éléments suivants devront également être complétés lors de la remise du livrable 4.

6.1 : FEUILLET INFORMATIF

Afin d'aider l'auditoire lors de la présentation, chaque équipe devra imprimer un feuillet en format lettre (recto seulement) et le remettre aux juges (prévoir au minimum 15 feuillets). Ce feuillet résume l'ensemble de votre projet et sera principalement utilisé lors des délibérations.

Veuillez noter que le feuillet et son contenu ne seront pas directement évalués, **mais que l'absence de celui-ci sera pénalisée**. De plus, seul ce feuillet peut être remis aux juges. Toute autre forme de documentation est strictement prohibée. Assurez-vous qu'il soit lisible et possède un visuel attrayant.

6.2 : IMAGE DE MARQUE

Anciennement liée à la vidéo promotionnelle, l'évaluation de l'image de marque est une nouveauté de cette édition. Elle prend désormais en compte l'ensemble des efforts de votre équipe pour créer une identité visuelle forte. Couleurs, logo, esthétique générale... tout ce qui contribue à rendre votre marque mémorable sera analysé à partir de votre plan d'affaires et de votre feuillet informatif.

Astuce : la création de comptes sur les réseaux sociaux est un excellent moyen de renforcer votre présence marketing et d'illustrer la personnalité de votre entreprise.

Il n'y a pas de grille de correction fixe pour ces 5 points. Ce sont des consommateurs qui vous évalueront et qui classeront les équipes, les points seront ensuite attribués en fonction de ce classement.

PRÉSENTATION PRÉLIMINAIRE

La présentation prendra la forme d'un *pitch* de vente devant un jury, avec une durée maximale de 5 minutes. Si nécessaire, une période supplémentaire de 3 minutes pourra être accordée pour une démonstration du prototype. Après la présentation, une séance de questions-réponses débutera avec les juges. L'objectif du *pitch* est de convaincre un jury d'experts du potentiel du produit et de la viabilité de l'entreprise sur le marché.

Voici un format générique proposé pour la présentation. Chaque équipe est libre de faire preuve de créativité en l'adaptant à son entreprise :

1. PROBLÉMATIQUE

Présentez l'industrie et la problématique choisie. Mettez le jury en contexte en décrivant les défis spécifiques que votre entreprise cherche à résoudre.

Astuce : Utilisez des statistiques pertinentes et des anecdotes concrètes pour illustrer l'ampleur du problème.

2. SOLUTION

Présentez votre produit et expliquez comment il résout la problématique. C'est l'occasion idéale pour une démonstration du prototype. Incluez un support audiovisuel montrant le produit en fonctionnement pour renforcer l'impact visuel de votre solution.

Astuce : Mettez l'accent sur l'innovation et les avantages uniques de votre solution par rapport aux alternatives existantes.

3. MARCHÉ

Décrivez votre clientèle cible en détail. Utilisez les résultats de vos tests de marché pour montrer que vous avez une compréhension approfondie du marché.

Astuce : Mentionnez la taille du marché, les segments spécifiques que vous ciblez et les opportunités économiques qu'il représente.

4. PLAN D'AFFAIRES

Présentez les éléments essentiels de votre plan d'affaires pour démontrer la viabilité et la résilience de votre entreprise face aux risques. Incluez des aspects financiers clés tels que le seuil de rentabilité, le coût de production, le prix de vente et la marge de profit.

Astuce : Utilisez des graphiques et des tableaux pour illustrer vos projections financières et rendre vos arguments plus convaincants.

PRÉSENTATION FINALE

Dans l'esprit de faire rayonner l'ensemble des équipes entrepreneuriales, toutes les équipes auront l'opportunité de présenter de nouveau devant les délégations et un nouveau panel de juges. Cette présentation durera **au maximum 3 à 5 minutes**, suivie d'une période de questions posées par les juges. La présentation sera coupée une fois le temps maximum est dépassé, même si elle n'est pas finie.

Il sera permis d'apporter les prototypes sur scène lors de la finale. Toutefois, le CO ne prendra pas en charge leur transport et aucun temps supplémentaire ne sera accordé pour leur installation sur scène.

IMPORTANT

Après 4 mois de développement, l'objectif du pitch est de convaincre un jury d'experts du potentiel du produit et de la viabilité de l'entreprise sur le marché.



JEUX DE GÉNIE 2026



PIERRE YVES LAROCHE

RECOMMANDATIONS DE *PITCH*

◆ Mettez en avant l'équipe.

Présentez brièvement les membres de votre équipe, en soulignant leurs compétences et leur expérience pertinente.

Astuce : Montrez que vous avez une équipe solide et complémentaire capable de mener votre projet à bien.

◆ Soyez concis et percutants.

Limitez votre présentation aux points essentiels et évitez les détails superflus. Chaque mot doit avoir un impact.

Astuce : Pratiquez votre pitch plusieurs fois pour vous assurer que vous respectez le temps imparti tout en étant convaincant.

◆ Racontez une histoire.

Commencez par une histoire ou une anecdote qui capte l'attention du jury et qui illustre le problème que vous résolvez.

Astuce : Une narration engageante peut rendre votre présentation mémorable et aider à établir une connexion émotionnelle avec le jury.

◆ Soyez prêts pour les questions.

Anticipez les questions que les juges pourraient poser et préparez des réponses claires et précises.

Astuce : Pratiquez des séances de questions-réponses avec des mentors ou des collègues pour affiner vos réponses.

GRILLE DES REMISES ET PONDÉRATIONS

Le tableau résumé ci-bas présente le pourcentage de points accordés pour chaque livrable et étape de la compétition. Tous les critères d'évaluation sont présentés dans [l'Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation](#).

Livrables	Pointage (%)	Date de remise
Livrable 1 : Problématique	5	19 septembre à 23h59
Livrable 2 : Modèle d'affaires	8	10 octobre à 23h59
Livrable 3 : Hypothèses	15	26 novembre à 23h59
Atelier de collaboration	5	1er novembre
Livrable 4 : Plan d'affaires	20	2 janvier à 20h00
Livrable 5 : Prototype	20	4 janvier PM
Livrable 6.2 : Image de marque	5	2 janvier à 20h00
Présentation préliminaire	30	4 janvier PM
Impact Environnemental	2	2 janvier à 20h00



ANNEXE A - GABARITS

A.1 MODÈLE DE REMISE - LIVRABLE 1

Le gabarit débute à la page suivante.

Problématique

PARTIES PRENANTES

SOLUTIONS ACTUELLES

AMPLEUR

OBSTACLES

SOLUTIONS POTENTIELLES

RESSOURCES

OPPORTUNITÉ

PROPOSITION DE VALEUR

CAUSE

EFFET



EFFET



CAUSE

EFFET



EFFET



CAUSE

EFFET



EFFET



Bibliographie

A.1 MODÈLE DE REMISE – LIVRABLE 2

Le gabarit débute à la page suivante.

Canevas du Modèle d’Affaires

Équipe :

Version :

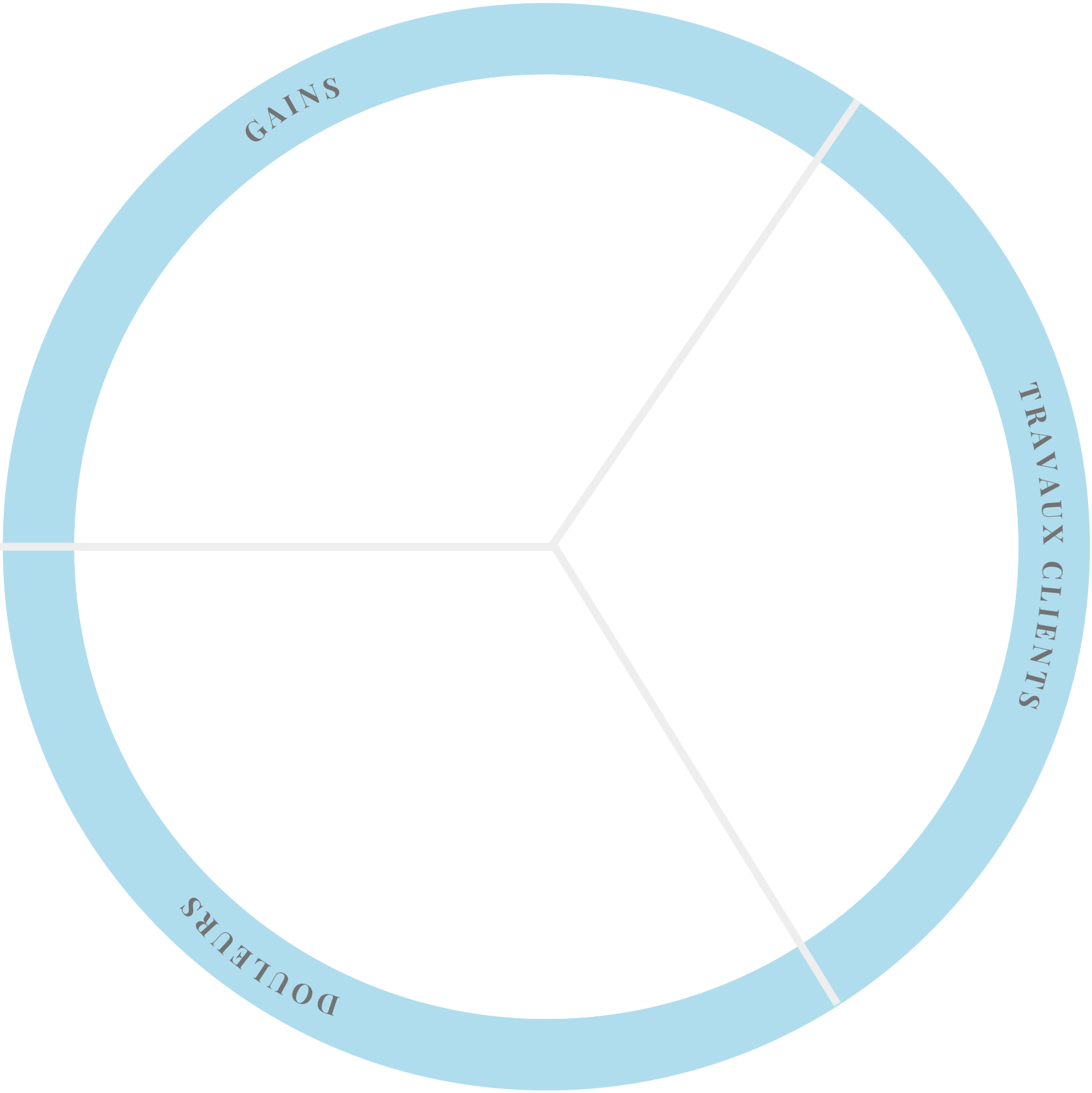
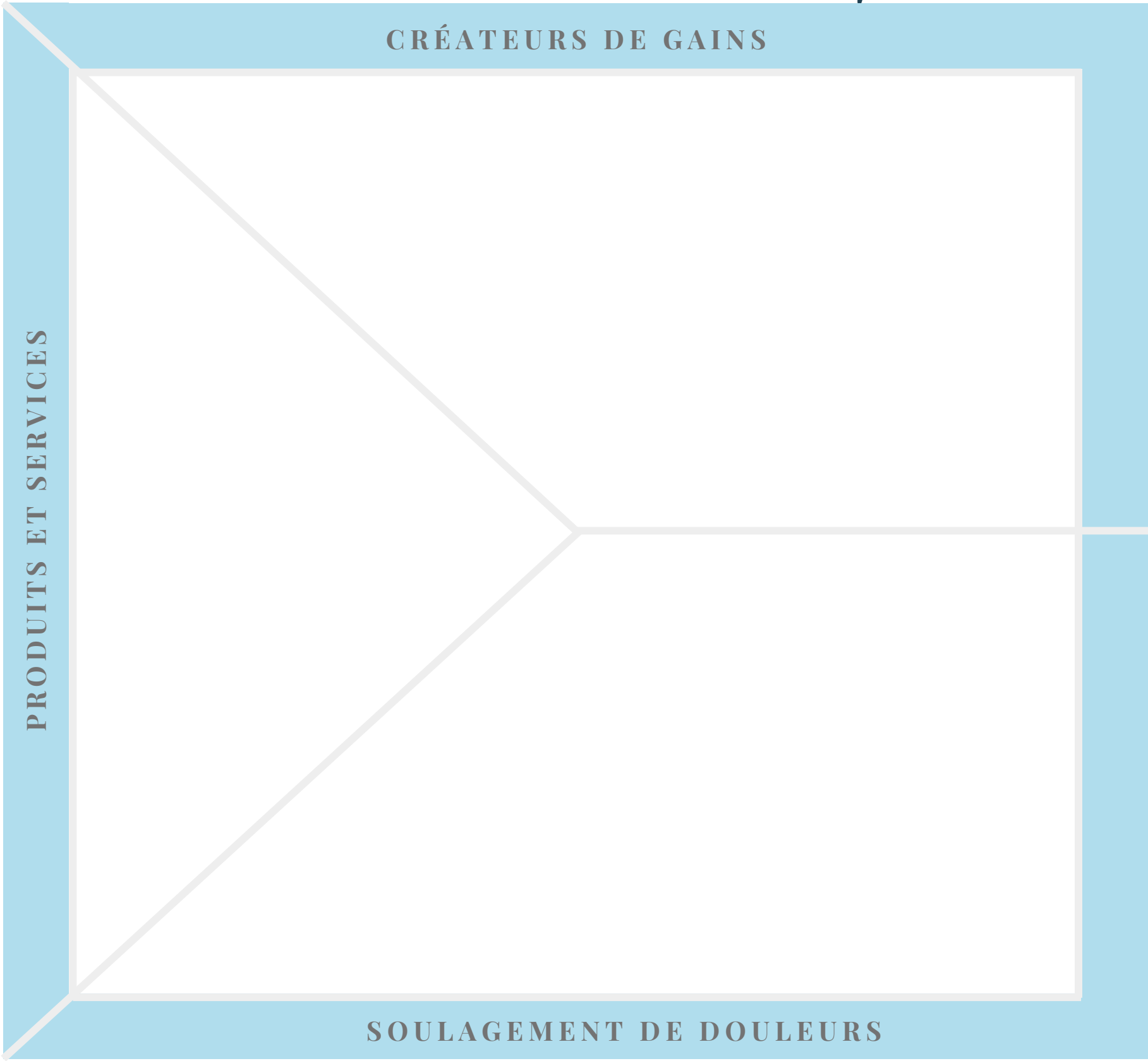


Partenaires Clés 	Activités Clés 	Propositions de Valeur 	Relations Clients 	Segment de Clientèle 
	Ressources Clés 		Canaux 	
Structure des Coûts 			Sources de Revenus 	

CARTE DE VALEUR

CANEVAS
Proposition de Valeur

PROFIL DU CLIENT



ANNEXE B : CRITÈRES DE CORRECTION ET GRILLE D'ÉVALUATION

En intégrant les critères suivants dans votre compétition, vous assurez une évaluation complète et équitable des projets soumis, en mettant l'accent sur les aspects essentiels de la création et de la gestion d'une entreprise innovante.

C1- Désirabilité: La solution répond au besoin du marché et se démarque de la compétition.

Ce critère évalue dans quelle mesure l'entreprise et son produit/service se démarquent de la concurrence en offrant une proposition de valeur unique et innovante qui répond aux besoins et désirs du marché. Il prend en compte l'attrait et l'utilité de l'offre, ainsi que la pertinence de la solution proposée pour résoudre la problématique. L'équipe doit démontrer une compréhension approfondie des avantages concurrentiels de son offre et de la manière dont elle se distingue des solutions existantes sur le marché. Elle doit également montrer comment leur proposition de valeur répond aux besoins et désirs du marché cible.

Points clés à évaluer :

- Originalité et innovation de la proposition de valeur
- Compréhension des besoins et désirs du marché cible
- Analyse des avantages concurrentiels
- Pertinence de la solution proposée

C2 - Faisabilité: L'entreprise est en mesure de réaliser la solution proposée dans un délai réaliste.

Ce critère évalue la capacité de l'entreprise à mettre en œuvre la solution proposée en matière de technologie, de ressources et de temps. L'équipe doit démontrer une compréhension approfondie des défis techniques et logistiques associés à la mise en place de sa solution, ainsi que des compétences nécessaires pour surmonter ces défis. Elle doit également prouver que sa solution est réalisable sur le plan économique et technique et qu'elle peut être mise en œuvre dans les délais impartis.

Points clés à évaluer :

- Viabilité technique du produit/service
- Disponibilité et gestion des ressources nécessaires
- Réalisme du calendrier de mise en œuvre
- Compétences de l'équipe pour surmonter les défis

C3 – Viabilité : Le modèle d'affaires est rentable à long terme et engendre un impact positif.

Ce critère évalue la viabilité de l'entreprise et de son modèle économique, ainsi que les retombées engendrées. L'équipe doit démontrer une compréhension claire des coûts et des revenus associés à son modèle d'affaires, et de sa capacité à maintenir une croissance durable à long terme. Elle doit également montrer comment son entreprise peut avoir un impact positif sur la société ou l'environnement à travers son produit/service, son modèle d'affaires ou ses pratiques opérationnelles. L'équipe devra expliquer en quoi son impact social ou environnemental est significatif et durable, ainsi que la manière dont il s'intègre dans son modèle économique.

Points clés à évaluer :

- Rentabilité et durabilité du modèle d'affaires
- Clarté et réalisme des projections financières
- Impact social ou environnemental positif
- Intégration de l'impact dans le modèle économique

C4 – Professionnalisme : L'équipe entrepreneuriale agit de façon professionnelle.

Ce critère évalue le niveau de professionnalisme dont l'équipe fait preuve tout au long de la compétition. Il englobe plusieurs aspects tels que le respect des critères établis, la qualité des documents soumis et la manière dont ils reflètent le travail réalisé ainsi que l'esprit entrepreneurial de l'équipe. L'équipe doit démontrer un souci du détail et de l'organisation en fournissant des documents clairs, cohérents et bien structurés. De plus, elle doit montrer sa compréhension des exigences de la compétition en respectant les délais et les directives données. Les documents et les présentations doivent refléter le professionnalisme de l'équipe, en mettant en évidence le travail effectué, les résultats obtenus et la vision entrepreneuriale derrière le projet.

Points clés à évaluer :

- Qualité et structure des documents soumis
- Respect des délais et des directives
- Présentation claire et cohérente du projet
- Niveau d'organisation et de détail

B.1 GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 1

Grille de correction - Livrable 1			
C1 : Désirabilité	Opportunité de la problématique	L'équipe a démontré l'importance de la problématique choisie en mettant en évidence les solutions actuelles et son potentiel d'impacts significatifs. L'équipe identifie clairement les parties prenantes.	/20
	Définition de la problématique	L'équipe a présenté une définition claire et précise de la problématique qui permet une compréhension de son ampleur et ses enjeux. La problématique correspond au thème.	/25
	Cohérence de la proposition	L'équipe a proposé une vision d'ensemble convaincante, démontrant une proposition de valeur qui va au-delà des solutions existantes.	/20
C2: Faisabilité	Innovation	L'équipe amène une problématique ainsi que des pistes de solutions réalistes, tout en démontrant des éléments novateurs. L'équipe dépasse les approches conventionnelles pour résoudre la problématique.	/20
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité.	/15

B.2 GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 2

Grille de correction - Livrable 2			
C1 : Désirabilité	Désirabilité du modèle d'affaires	L'équipe a identifié de manière précise le segment de clientèle cible ainsi que les acteurs indirects. Elle a également défini les canaux de vente, de communication et de mise en relation avec la clientèle. La proposition de valeur du modèle d'affaires est claire et convaincante, offrant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/18
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses identifiées par l'équipe sont précises, cohérentes avec le modèle d'affaires et permettent de recueillir des informations pertinentes.	/10
C2: Faisabilité	Faisabilité du modèle d'affaires	L'équipe a bien identifié les différents partenaires, ressources et activités-clés nécessaires à la réalisation du modèle d'affaires. L'innovation d'ingénierie proposée répond de manière adéquate aux besoins et problématiques identifiés, apportant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/17
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses identifiées par l'équipe sont précises, cohérentes avec le modèle d'affaires, et permettent de recueillir des informations pertinentes.	/10
C3: Viabilité	Viabilité du modèle d'affaires	La structure des revenus et des dépenses est réaliste et démontre une viabilité à long terme. Les recherches démontrent que l'entreprise pourra perdurer dans ses activités à long terme. Toutes les cases du BMC sont remplies.	/20
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses identifiées par l'équipe sont précises, cohérentes avec le modèle d'affaires, et permettent de recueillir des informations pertinentes.	/10
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité.	/15

B.3 GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 3

Grille de correction - Livrable 3			
C1 : Désirabilité	Désirabilité du modèle d'affaires	L'équipe a identifié de manière précise le segment de clientèle cible ainsi que les acteurs indirects, en plus de définir les canaux de vente, de communication et de mise en relation avec la clientèle. La proposition de valeur du modèle d'affaires est claire et convaincante, offrant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/12
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses ont été vérifiées et permettent de remplir la matrice du modèle d'affaires avec des informations pertinentes et exactes. Le processus de validation est bien démontré et montre le parcours itératif de l'équipe.	/16
C2: Faisabilité	Faisabilité du modèle d'affaires	L'équipe a bien identifié les différents partenaires, ressources et activités-clés nécessaires à la réalisation du modèle d'affaires. L'innovation d'ingénierie proposée répond de manière adéquate aux besoins et problématiques identifiés, apportant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/12
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses ont été vérifiées et permettent de remplir la matrice du modèle d'affaires avec des informations pertinentes et exactes. Le processus de validation est bien démontré et montre le parcours itératif de l'équipe.	/16
C3: Viabilité	Viabilité du modèle d'affaires	La structure des revenus et des dépenses est réaliste et démontre une viabilité à long terme. Les recherches démontrent que l'entreprise pourra perdurer dans ses activités à long terme. Toutes les cases du BMC sont remplies.	/12
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses ont été vérifiées et permettent de remplir la matrice du modèle d'affaires avec des informations pertinentes et exactes. Le processus de validation est bien démontré et montre le parcours itératif de l'équipe.	/17
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité.	/15

B.4 GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 4

Grille de correction - Livrable 4			
C1 : Désirabilité	Description du marché	L'équipe a clairement identifié sa clientèle cible, le potentiel d'innovation sur le marché et a réussi à démontrer le potentiel économique du projet.	/15
	Solutions existantes	Toutes les solutions préexistantes sont identifiées ; les avantages et inconvénients sont mis en avant. L'équipe démontre sa connaissance de l'état actuel du marché et met en évidence la proposition de valeur du projet.	/5
	Développement et commercialisation du produit	L'équipe présente un plan d'action clair et bien structuré dans le temps, ce qui permet d'agrandir son marché et d'établir une relation avec la clientèle à travers différents canaux. Les prochaines activités-clés sont mises en évidence et témoignent clairement d'une vision cohérente de l'équipe pour développer et faire évoluer son entreprise.	/10
C2: Faisabilité	Description du produit/service	Le projet repose sur un produit d'ingénierie qui se démarque de la compétition actuelle en raison de son caractère innovant. La description du produit et de son utilisation est claire et toute la documentation technique pertinente est jointe en annexe.	/15
	Facteurs de succès/risque	Les facteurs de réussite et d'échec sont clairs et leurs impacts sont bien identifiés.	/10
C3: Viabilité	Analyse économique et sommaire des coûts	L'analyse économique est complète et réaliste. Elle démontre la viabilité de l'entreprise. Les projections financières à moyen terme ainsi que l'état des résultats sont complets.	/20
	Thématique	Le projet respecte sans aucun doute la thématique de la compétition. (voir page sur le thème)	/5
	Problématique et besoin	L'équipe décrit de façon claire et précise la problématique ou le besoin auquel le projet répond.	/5
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité. La présentation de l'entreprise et de l'équipe est complète.	/15

ANNEXE C - SPÉCIFICATIONS ET RÉGLEMENTATIONS

D.1 Remise des livrables en retard

- Toute remise de livrable en retard (sauf le livrable 4) entraînera une pénalité de 5 % par jour (24h) de retard.
- Livrable 4 : Chaque page supplémentaire pour le livrable 4 entraînera une pénalité de 20 %. Toute remise du livrable 4 en retard (24h) entraînera une pénalité de 40 % par jour de retard.

D.2 Projets préexistants

- Un projet issu de la continuité d'un projet pré-existant (incluant un groupe technique, un projet de recherche, etc.) sera DISQUALIFIÉ de la finale (et donc du podium). Le comité organisateur se réserve le droit de faire usage de cette règle à n'importe quel moment dans la compétition.

D.3 Soumission des livrables

- Toute remise de livrable doit être effectuée via le Teams réservé pour votre université.

D.4 Questions et clarifications

- Toute question concernant les livrables ou les règlements doit être posée via le canal Teams réservé pour votre université. Les réponses aux questions générales que le comité organisateur juge pertinentes seront communiquées par le canal général.

D.5 Modifications des règlements

- Le comité organisateur se réserve le droit d'adapter certaines sections du présent cahier tout au long de la compétition. De telles modifications seront annoncées aux VPs Entrepreneuriat de chaque délégation et seront toujours effectuées dans l'optique de conserver une compétition saine et de qualité supérieure.

QUESTIONS ET COMITÉ ORGANISATEUR

Pour toute question ou tout commentaire concernant le défi, vous pouvez rejoindre l'équipe Entrepreneuriale.

Léanne Bégin
Vice-Présidente Entrepreneuriat
lbegin@jeuxdegenie.qc.ca

Maéva Sigouin
Adjointe Entrepreneuriat
entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca

Marie Nielsen
Adjointe Entrepreneuriat
entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca

Laurent Chiricota
Adjoint Entrepreneuriat
entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca

