



BRAFT

Custom software and AI development
for businesses

Business Plan

2025

Brieuc Thibaut – Bruno de Formanoir

2 demandes de dossier Airbag

Données personnelles des porteurs de projet :

Brieuc Thibaut de Maisières :

- Nom : Thibaut de Maisières
- Prénom : Brieuc
- Adresse : La Place 5, 1325 Chaumont-Gistoux
- E-mail : bthibaut@braft.be
- Tél. : 0483 16 16 64
- Date de naissance : 15/05/2001
- Nationalité : belge
- Etat civil : Célibataire
- Nombre d'enfants à charge (et âge) : 0
- Activité du conjoint : Pas de conjoint
- Statut social actuel (+date) : Demandeur d'emploi inoccupé non indemnisé (29/07/2024)
- Statut social futur : Indépendant à titre principal



Bruno de Formanoir de la Cazerie :

- Nom : de Formanoir de la Cazerie
- Prénom : Bruno
- Adresse : Scavée de la Carrière 5, 1300 Wavre
- E-mail : bdeformanoir@braft.be
- Tél. : 0474 52 22 06
- Date de naissance : 31/08/2001
- Nationalité : belge
- Etat civil : Célibataire
- Nombre d'enfants à charge (et âge) : 0
- Activité du conjoint : Pas de conjoint
- Statut social actuel (+date) : Demandeur d'emploi inoccupé non indemnisé (07/02/2025).
- Statut social futur : Indépendant à titre principal

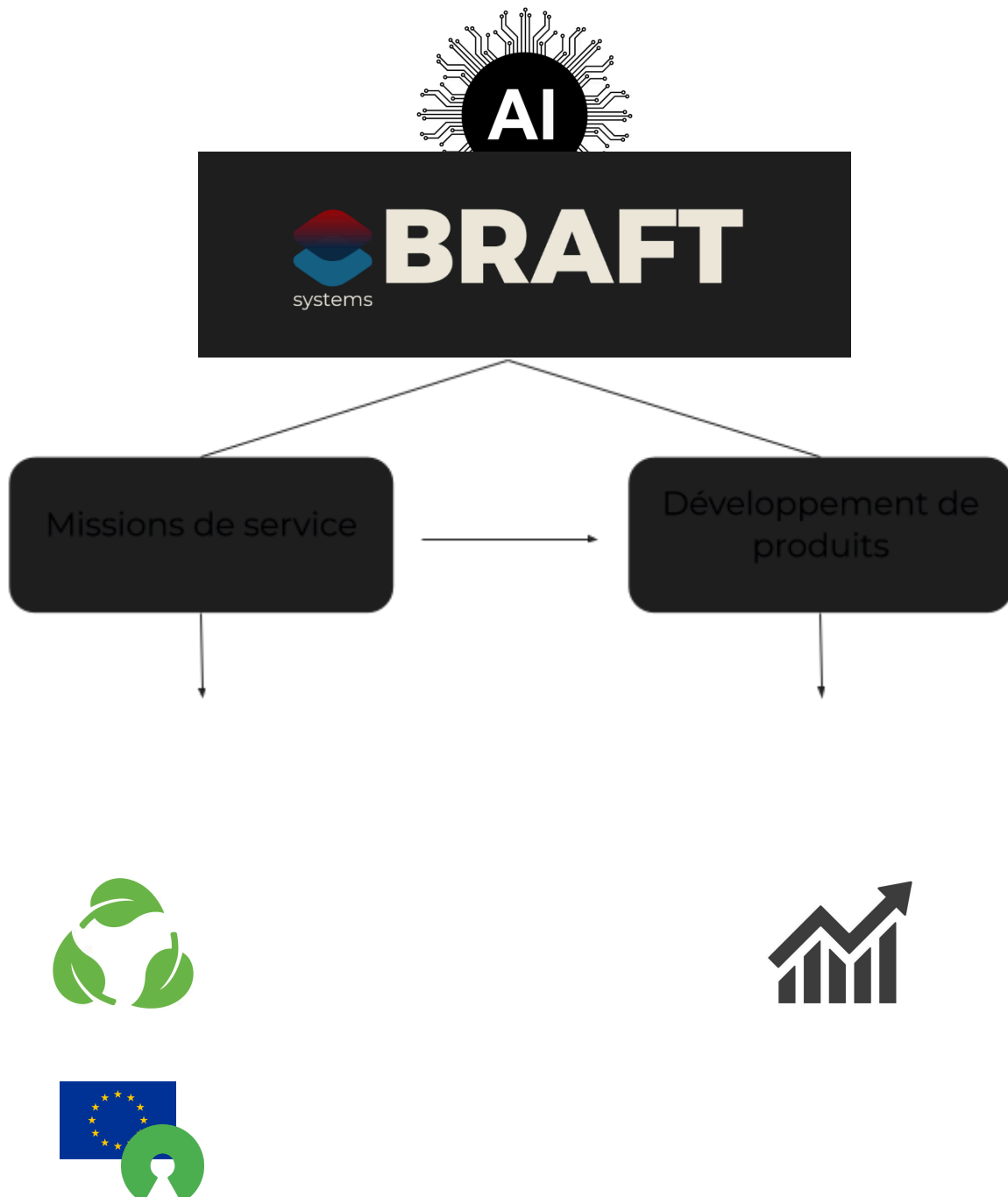


Données de l'activité :

- Nom d'entreprise : Braft
- Statut juridique : SRL
- Secteur d'activité : Programmation informatique, Conseil informatique, autres activités informatiques
- Numéro NACE : 62.010 (Programmation informatique) , 62.020 (Conseil informatique), 62.090 (Autres activités informatiques)
- Numéro d'entreprise : En cours de création / date estimative de constitution : 01/04/2025.
- Siège social :
- Site web : <https://www.braft.be/>
- Accès à la profession : Pas nécessaire
- Accès à la gestion : Oui pour chacun des porteurs

Résumé exécutif :

L'entreprise BRAFT a pour mission d'**optimiser et accélérer les processus** des PME grâce à du développement de **logiciels sur mesure** et d'**intelligence artificielle**. Les systèmes développés se veulent les plus **éthiques** possibles du point de vue du respect de la vie privée et de l'impact environnemental.



Viabilité financière

Croissance

Modèles d'IA ciblés moins énergivores

Priorité aux partenariats européens et open-source

Accélération des processus de PME.

Table des matières

1.	Présentation des porteurs de projet.	1
2.	Présentation du projet.	2
2.1.	Notre offre de services – produits.	2
2.1.1.	Les missions de service.	2
2.1.2.	Les produits.	3
2.2.	Innovation / proposition de valeur :	4
2.3.	Les valeurs.	4
2.3.1.	Protection des données	4
2.3.2.	Environnement	4
2.4.	Nos clients.	5
2.4.1.	Les PME belges	5
2.4.2.	Les secteurs de niche	5
2.5.	Les prix	6
2.5.1.	Frais de développement initiaux	6
2.5.2.	Abonnement mensuel	6
2.5.3.	Eventuelle tarification à l'utilisation	6
2.6.	La concurrence	7
2.6.1.	Concurrents indirects :	7
2.6.2.	Concurrents directs :	8
2.7.	Nos partenaires	9
2.7.1.	Partenaires en conseil	9
2.7.2.	Partenaire de prospection	9
3.	Stratégie marketing et commerciale	10
3.1.	Le logo	10
3.2.	Supports digitaux	10
3.2.1.	LinkedIn	10

3.2.2. Site web	11
3.3. Networking	12
3.3.1. Carte de visite :	12
3.4. Plan de lancement	12
3.4.1. Situation actuelle	12
3.4.2. Année 1 (2025)	12
3.4.3. Année 2 (2026)	13
4. Organisation & Aspects juridiques	14
4.1. Organisation Opérationnelle	14
4.2. Aspects juridique	14
5. Plan Financier	15
5.1. Description de l'approche financière	15
5.2. Besoin de financement & source de financement	15
5.3. Chiffre d'affaires & charges variables	15
5.4. Compte de résultats prévisionnels & budget ménage	16
6. Airbag	17

1. Présentation des porteurs de projet.

Brieuc est résilient, passionné, curieux et apprécie le travail en équipe. Il est titulaire d'un diplôme de master d'**ingénieur civil** (UCLouvain) avec une **spécialisation en mathématiques appliquées**, axée sur l'optimisation et le business. Il a suivi ses études en pleine montée de l'intelligence artificielle auprès du grand public, un domaine au cœur de sa formation. En parallèle, il a acquis une expérience en tant qu'analyste de données, développant ainsi une approche analytique et pragmatique.

Bruno, de son côté, est motivé, consciencieux et éternel optimiste. Diplômé de master d'**ingénieur civil** (UCLouvain) en **électronique**, il a suivi un cursus d'expertise en IA et s'est spécialisé dans la programmation embarquée. Passionné par l'entrepreneuriat, il a également suivi le **programme INEO** à l'UCLouvain, une formation de référence en création d'entreprise.

Notre force repose sur notre collaboration. Ayant travaillé ensemble sur plusieurs projets universitaires, nous connaissons nos forces et nos axes d'amélioration. Nous avons également été professeurs de stage en informatique chez Technofutur TIC. Aujourd'hui, nous avons déjà concrétisé deux projets dans le cadre de cette activité et échangé avec des dizaines de prospects, confirmant ainsi la pertinence et le potentiel de notre démarche.

Nos profils sont complémentaires au niveau technique mais aussi au niveau de la gestion de l'entreprise. D'un point de vue technique, Brieuc est responsable des aspects mathématiques et de modèles d'IA tandis que Bruno gère d'avantage l'interface utilisateur et les aspects hardware quand ceux-ci sont nécessaires. Du point de vue de la gestion d'entreprise, Brieuc est responsable des aspects financiers et de l'administratif lié tandis que Bruno s'occupe des parties marketing et légales.

Nous sommes deux jeunes qui venons de terminer nos études et avons toute l'énergie nécessaire pour mener à bien ce projet. En cas d'échec, notre plan B serait de rejoindre une entreprise en tant qu'employés, forts de l'expérience acquise dans cette aventure entrepreneuriale.

2. Présentation du projet.

2.1. Notre offre de services – produits.

Braft vend du **service en développement sur mesure de software et intelligence artificielle pour les entreprises**. Nous vendons également des **produits logiciels/IA** développés entre les missions de service et inspirés par celles-ci.

La partie de service permet à l'entreprise d'obtenir rapidement une certaine viabilité financière tandis que le développement de produits a pour but de viser de la croissance et de la scalabilité.

Notre **vision à long terme** (5 ans) est de voir l'entreprise croître et se diversifier. Nous voulons pouvoir proposer un panel de produits variés ainsi qu'engager des développeurs pour disposer d'une division de réalisation de missions sur mesures plus importante.

2.1.1. Les missions de service.

Par exemple, nous avons déjà réalisé une mission de développement pour l'entreprise Go4Green¹ qui consistait à fournir une application mobile d'aide à la collecte des données pour les employés réalisant les contrôles de maintenances de bâtiments. Cette application était complétée par de l'IA en backend pour identifier les compteurs énergétiques et extraire leurs index sur base de photos.

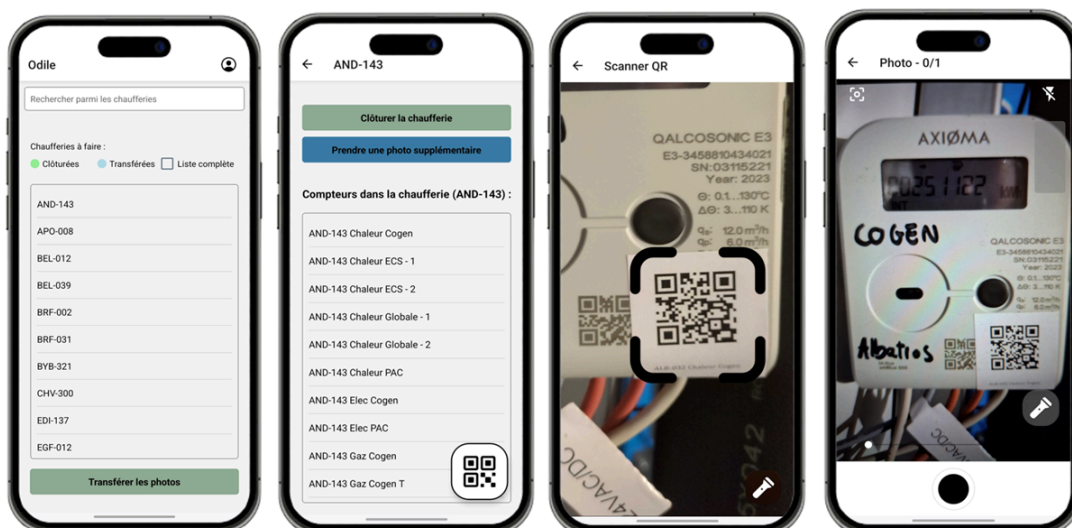


Figure 1: Visuels de l'application Android et iOS de collecte de données développées pour Go4Green

¹ Cette mission a été réalisée dans le cadre d'un stage préalable au lancement de notre projet d'entreprise.

La figure 1 montre quelques visuels de l'application développée pour Go4Green tandis que la figure 2 montre la détection d'index de compteurs grâce à notre OCR (Optical Character Recognition).

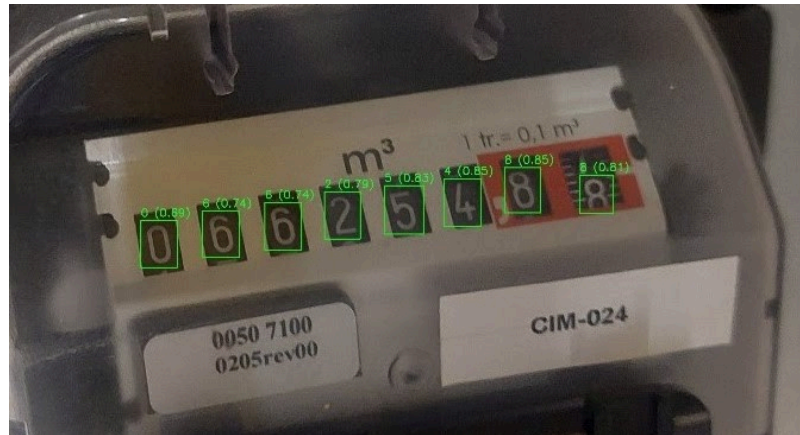


Figure 2: Visuel de l'OCR développé pour Go4Green.

La mission pour Go4Green a permis à la responsable de l'administratif de plus devoir s'occuper d'encoder les 3000 index de compteurs par mois dans un excel depuis les photos. Cela lui permet de pouvoir se concentrer sur les tâches plus gratifiantes et intéressantes de son rôle dans l'entreprise. De plus, Go4Green est une entreprise à impact écologique positif (récupération de chaleur dans les chaufferies) et nous sommes donc fiers d'avoir pu contribuer à leur projet.

Go4Green nous a fait savoir qu'ils étaient très satisfaits du service rendu et nous sommes en pourparlers avec eux pour une nouvelle mission qui serait cette fois facturée par notre entreprise.

Nous avons également réussi à signer un premier contrat² pour notre société avec l'entreprise Aiset. Il est en cours de développement, nous sommes actuellement dans la phase des derniers tests. La mission est assez similaire à celle réalisée pour Go4Green mais est un peu plus sophistiquée. Il s'agit d'une application mobile permettant d'encoder des remarques, des index etc... sur des équipements divers, des compteurs, des locaux etc... et de nouveau avec de l'IA pour extraire des valeurs des photos. Aiset est très satisfait et nous a déjà fait savoir qu'ils souhaitaient directement refaire appel à nos services.

Nous sommes également en pourparlers avec une entreprise d'installation de cuisines industrielles pour leur développer un logiciel de suivi de données de consommation et d'encodage de défauts sur des équipements.

² Cette mission est déjà en cours de réalisation. Il a été stipulé dans le contrat que les montants dus seront payés à l'entreprise Braft en cours de constitution. Cette dernière reprendra tout engagement dans les 3 mois préalables à sa constitution.

2.1.2. Les produits.

Nous comptons lancer d'ici la mi-mars 2025, un agent conversationnel IA de recherche documentaire. Celui-ci permet d'obtenir des réponses sourcées à la ligne près dans des documents. Son développement est déjà relativement avancé. Le développement de ce produit a été inspiré par les demandes de deux entreprises de leur développer un chat bot personnalisé entraîné sur leurs propres données et permettant d'obtenir des réponses sourcées. Ce projet a principalement pour but de nous offrir un coup de communication et de la publicité car contrairement aux missions de service, il s'agit d'un outil grand public. Comme détaillé dans notre [plan de lancement](#), il en suivra une campagne de prospection pour surfer sur la notoriété que nous espérons qu'il nous permettra d'obtenir.

L'objectif est de pouvoir lancer de premiers produits ayant vraiment un but lucratif à moyen – long terme grâce à l'inspiration tirée des missions de service et de notre meilleure compréhension des différents marchés. Cette stratégie de combiner services et produits peut être amenée à évoluer en fonction des opportunités de marché et des évolutions technologiques. C'est aussi dans cette optique que nous voulons bénéficier de l'aide Airbag. Cela nous permettrait de soulager notre besoin de rentabilité et de réalisation de missions de service pour bénéficier de plus de temps pour développer d'éventuels produits.

2.2. Innovation / proposition de valeur :

L'intelligence artificielle est novatrice en elle-même. De plus, les points innovants à notre projet en comparaison aux autres existants sur le marché sont les suivants :

- **Accélérer les processus** des entreprises. La révolution de l'IA est en marche et les bénéfices en terme d'accélération du travail peuvent être vus au sein des entreprises mais aussi de nos vies quotidiennes. Ceux qui ratent ce train ne pourront plus rester compétitifs sur le long terme.
- Notre IA est **éthique**. Nous y arrivons en développant de l'IA spécialisée et non généraliste. C'est-à-dire que notre IA est spécifiquement développée pour solutionner le problème du client. Cela permet d'obtenir des modèles plus légers ce qui a pour effet de nécessiter moins d'énergie pour les faire fonctionner et d'éviter du processing sur le serveur de l'entreprise privée étrangère détentrice du modèle (comme open Ai ou Deepseek). Cela permet d'avoir un meilleur contrôle sur la protection des données.
- Nous proposons une **tarification flexible** en 3 parties (voir prix).

- Nous proposons de l'IA accompagnée d'une **expertise pluridisciplinaire en ingénierie**. Brieuc a suivi des études d'ingénieur civil en mathématiques appliquées. Il dispose donc d'une certaine expertise en modèles mathématiques et de prédiction qui peuvent venir compléter les modèles de machine learning existant. Bruno a quant à lui suivi des études d'ingénieur civil en électricité. Il apporte donc une compréhension des données traitées très utiles par exemple pour l'analyse de données énergétiques.

2.3. Les valeurs.

Comme expliqué plus haut, il nous tient à cœur de développer de l'IA éthique. Pour cela, nous avons deux principes.

2.3.1. Protection des données

Le premier concerne le respect de la **vie privée** et de la **protection des données** à caractère personnel. Nous voulons nous engager à ne pas développer de solutions portant atteinte à cela. Nous pensons qu'il est important d'avoir le plus possible d'entreprises européennes actives dans ce domaine et de réaliser des partenariats avec ces dernières afin d'éviter la fuite de nos données vers des pays sans doute moins regardant.

2.3.2. Environnement

Le second principe concerne l'**environnement** et la contribution à solutionner les **défis climatiques** à venir. Là aussi, nous voulons nous engager à développer des solutions qui ont un impact positif.

Tout d'abord, nous travaillons avec des entreprises respectueuses de l'environnement comme notre première mission : go4green. Il s'agit d'une entreprise installant des cogénératrices (appareil permettant de récupérer la chaleur perdue dans les chaufferies d'immeuble pour en faire de l'électricité). Nous leur avons développé une application automatisant le relevé des données d'électricité produite afin de faciliter leurs demandes de certificats verts. Nous avons donc aidé à faire prospérer une entreprise active dans la lutte contre le réchauffement climatique.

De plus, comme expliqué dans notre proposition de valeur, nous développons de l'IA ciblée et spécialisée permettant d'obtenir des modèles plus légers et moins énergivores.

2.4. Nos clients.

Notre étude de marché et nos premières missions ont permis de déterminer que nous devons viser les **PME belges** actives dans les **secteurs de niche** (par exemple, le suivi énergétique et la maintenance des

bâtiments ou le suivi de données en cuisines industrielles). La justification de ce choix est résumée ci-dessous.

2.4.1. Les PME belges

Les chiffres clés sur l'utilisation **actuelle** de l'IA en Belgique par les **PME** selon leur nombre d'employés sont les suivants selon le SPF économie (SPF Economie, n.d.) :

- PME de 2 à 9 employés : 7,5 % ont recours à l'IA.
- PME de 10 à 49 employés : 10,6 % ont recours à l'IA.
- PME de 50 à 249 employés : 23 % ont recours à l'IA.

Sur l'ensemble des PME présentes sur le territoire, c'est seulement **8,7 %** d'entre elles qui **ont recours à l'IA**.

Il ressort donc qu'il y a encore beaucoup à faire et qu'il est donc possible pour nous de s'implanter sur ce marché. De plus, comparé à des grands groupes, celles-ci sont plus abordables pour un projet en début de vie comme le nôtre. Pour la même raison, il est décidé de se tourner vers les PME belges et non étrangères.

2.4.2. Les secteurs de niche

Notre étude de marché détaille les différents secteurs qui ont été approchés (légal, consultance stratégique, restauration etc...) et les conclusions pour chacun d'eux. En résumé, nous avons remarqué qu'il existait déjà de nombreuses solutions pour les problèmes « généraux » que beaucoup de professions rencontrent. Cependant, pour des secteurs très ciblé où le problème doit être réglé sur mesure, il était possible pour nous de proposer nos missions de service. Notre avancement actuel confirme ce choix : nous avons déjà réalisé deux missions avec des PME actives dans le suivi énergétique et la maintenance de bâtiments (Go4Green et Aiset) et sommes en pourparlers avec une entreprise pour du suivi de données en cuisines industrielles.

2.5. Les prix

Nous proposons un système de tarification hybride en 2 parties avec éventuellement une troisième selon le type de projet. Il s'agit de frais de développement initiaux, d'un abonnement mensuel garantissant la maintenance du système et éventuellement d'un coût variable à l'utilisation si la solution développée a pour vocation d'être déployée à grande échelle ou nécessite des coûts externes dépendant de son utilisation. Ces formules de tarifications nous permettent de nous différencier de la concurrence.

2.5.1. Frais de développement initiaux

Ces frais sont un tarif horaire pour un certain nombre d'heures prestées. A la définition du projet, une fourchette d'heures nécessaire est donnée dans le devis. Ces heures sont facturées à un prix accessible (~ 20 € /h HT) (environ 50% inférieur au tarif des concurrents directs) compensé pour nous par un abonnement mensuel détaillé ci-dessous.

2.5.2. Abonnement mensuel

L'abonnement mensuel garantit au client la maintenance du système en place. Il est bénéfique pour nous comme pour le client. Grâce à celui-ci, le client paie une somme moins élevée d'un coup à la fin des heures initialement prestées et peut étaler son paiement sur une longue durée. Pour notre entreprise, cela est bénéfique aussi car cela nous permet d'assurer des revenus dans la durée et de finalement, de mois en mois, obtenir plus de revenus que si le projet avait été facturé en une fois. Le montant de l'abonnement dépend fortement de l'ampleur du projet mais pour les deux déjà réalisés, celui-ci s'élève à un peu plus de 200 € par mois en moyenne.

2.5.3. Eventuelle tarification à l'utilisation

Pour certains projets où la solution développée pour un client a pour vocation d'être délivrée à un grand nombre de ses propres clients, nous proposons d'ajouter une tarification variable à l'utilisation en contrepartie de frais initiaux de développement réduits. Cette tarification se base sur le business model du client en prenant un pourcentage des revenus qu'il a généré en utilisant notre solution. Par exemple, dans notre contrat avec Aiset, nous avons défini que nous serons rémunérés 5 € par rapports de maintenance générés via notre application (en plus de premiers frais de développement et d'un abonnement pour la maintenance). En comptant que cette entreprise traite en moyenne 40 bâtiments pour lesquels un rapport doit être réalisé tous les mois, cela ajoute une rémunération supplémentaire d'environ 200 € par mois (ce montant augmente donc si Aiset gagne plus de clients qui utilisent notre solution). Ceci permet au client de payer moins cher pour obtenir son produit et surtout de payer moins s'il s'avère que personne ne souhaite l'utiliser. C'est une approche qui comporte un risque pour nous mais qui peut également s'avérer gagnante si le client connaît une croissance importante en partie grâce à nous. Ce type de tarification est donc étudié au cas par cas avec beaucoup de prudence.

Cette tarification variable est aussi utilisée tout simplement quand notre solution dépend d'une API externe (par exemple utiliser un modèle d'openAI pour lequel chaque requête est payante). Cela permet au client de ne payer que ce qu'il utilise.

Afin de gérer ce mode de facturation complexe, nous mettons en place un système de comptage dans le logiciel vendu qui permet d'envoyer les statistiques d'utilisation vers une base de données nous appartenant. Ensuite, un petit programme développé par nos soins envoie par mail, sur base des données d'utilisation, la facture adaptée au client.

2.6. La concurrence

2.6.1. Concurrents indirects :

Les concurrents indirects évidents sont les grandes entreprises internationales actives dans l'IA. Par concurrents indirects nous entendons des entreprises développant des produits d'IA généraliste alors que nous développons davantage des solutions très ciblées, sur mesure. Voici une liste de quelques-uns de ces concurrents indirects selon le type d'IA ou sa finalité.

- IA générative : OpenAI (Chat-GPT (USA)), DeepSeek (Chine), Mistral (France), Microsoft (Copilot (USA)), Google (Gemini (USA)) etc...
- Optical Character Recognition (OCR) : Microsoft (Azure Vision), Google (Cloud vision) etc...
- Traitement des flux de données : Palantir (USA) etc...
- Agent conversationnel.

Par agent conversationnel, on entend une IA générative (texte) capable de faire d'autres actions qu'uniquement répondre aux questions. Exemple : une IA générative liée à une boîte mail et capable de répondre aux questions en prenant en compte les derniers mails ou en envoyant elle-même.

Le dénominateur commun entre les compagnies ci-dessous est qu'elle ne développe aucun modèle d'IA elles-mêmes. Elles mettent plutôt ensemble des briques existantes pour créer un agent plus performant. Toutes les réponses générées sont fournies par openAI (chatGPT) ou un autre modèle d'une entreprise concurrente.

- **Nexus.gpt** (<https://gpt.nexus/>) (actifs en Belgique) : agent conversationnel avec possibilité d'y créer ses propres agents sans code (= un prompt préenregistré). Ils disposent également d'une multitude d'agents qui lient le robot conversationnel à des logiciels tiers comme des outils de scrapping LinkedIn, mails, google maps et bien d'autres.
- **Dust.tt** (<https://dust.tt/>) (actifs en Belgique) : agent conversationnel très similaire à Nexus.gpt mais moins axé sur la liaison avec des logiciels tiers. Il s'agit plutôt de leurs propres agents. Ils proposent notamment un agent "@docExpert" (meilleure performance en

lecture de documents), un agent “@coder” (expert en code) et bien d’autres encore.

- **AirGen** (<https://airgen.io/>) (entreprise belge) : agent conversationnel spécialisé pour aider l’équipe des ventes d’une entreprise. Le but est de pouvoir déléguer des tâches à l’agent comme la planification de l’envoi de mails de suivis, la complétion du CRM etc... L’agent est donc lié à plusieurs logiciels tiers comme Microsoft calendar, Outlook etc...

Cependant, même si ces concurrents sont indirects, nous devons être attentifs à leurs nouveaux produits et aux améliorations de ceux-ci car ils pourraient tout d’un coup englober les fonctionnalités plus niches que nous proposons.

2.6.2. Concurrents directs :

Voyons maintenant la concurrence directe. Il s’agit donc d’entreprises proposant du développement de solutions IA sur mesure et ciblées sur un problème très spécifiques pour les entreprises. Ils en existent beaucoup, voici donc trois exemples actifs en Belgique.

- **OpenGraphy** (actifs en Belgique, basés à Schaerbeek, ~15 employés) : englobent du développement web général, du marketing digital, du référencement et du développement IA. Leur principal atout réside dans l’interconnexion entre ces différents domaines d’expertise. Ils se concentrent donc davantage sur une utilisation de l’IA orientée vente et marketing.
- **NSI** (actifs en Belgique, ~1300 employés) : développement sur mesure pour de nombreux secteurs d’activité (industrie, gvt et secteur public, finances et assurances, santé, distribution et services).
- **Deuse** (actifs en Belgique, basés à Liège, ~50 employés) : développement sur mesure pour tous les secteurs d’activité imaginables.

En Belgique et en France, le salaire brut moyen d’un développeur **IA** employé dans une entreprise est d’environ 4 200 € par mois et 30 € par heure (talent.com, n.d.) (StepStone, n.d.). En indépendant (freelance), le tarif journalier moyen est d’environ 370 € soit environ 46 € par heure (à noter que ceci n’inclut pas les périodes de recherche de clients ou d’autres tâches) (Free-Work, n.d.).

Nos tarifs horaires sont donc inférieurs à ceux de la concurrence mais nous permettent de demander des abonnements afin d’étaler nos sources de revenus (cfr [Les prix](#)).

Notre différenciation, comme expliqué dans notre proposition de valeur, réside dans l'attention à développer des systèmes les plus éthiques possible, notre flexibilité de tarification et notre interconnexion entre le développement IA et notre expertise en ingénierie (typiquement très utile sur des sujets comme le suivi de données de consommation énergétique). La flexibilité actuelle de notre petite structure est également un atout.

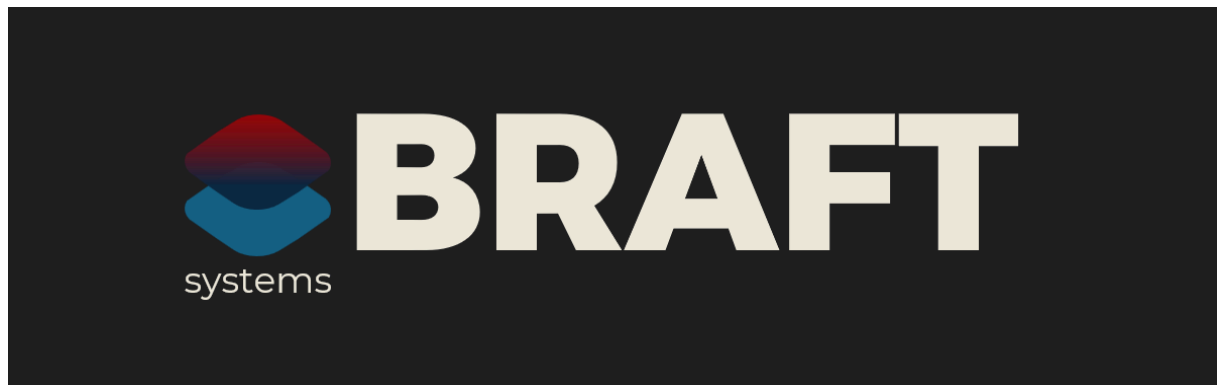
2.7. Nos partenaires

- CEI Louvain-la-Neuve : Nous sommes aidé par le CEI de Louvain-la-Neuve, notamment grâce à un coach, Emmanuel Graindorge.
- Crédal : nous sommes accompagnés par le Crédal depuis janvier afin de fixer des bases solides préalables à la création de l'entreprise et notamment les étapes importantes comme la réalisation d'une étude de marché ou la rédaction du plan financier. Ensuite, l'accompagnement durera encore un peu afin de vérifier les hypothèses faites en amont et corriger le tir si nécessaire.
- Start-Lab : nous avons été accepté à l'incubateur Start-Lab à Bruxelles. Le programme d'accompagnement débute fin mars – début avril. Ce programme sera complémentaire à celui proposé par le Crédal. Effectivement, le Crédal nous accompagne dans le tout début de la vie de l'entreprise tandis que Start-Lab, avec sa phase Launch.Lab, aura d'avantage un but d'accélérateur pour nous booster dans nos ventes et notre croissance.

3.Stratégie marketing et commerciale

3.1. Le logo

Nous avons opté pour un logo moderne représentant deux couches (une rouge et une bleue) qui symbolisent à la fois les différentes couches d'un réseau neuronal ainsi que les couches typiquement représentées sur les icones de serveurs informatiques. Notre logo se trouve ci-dessous :



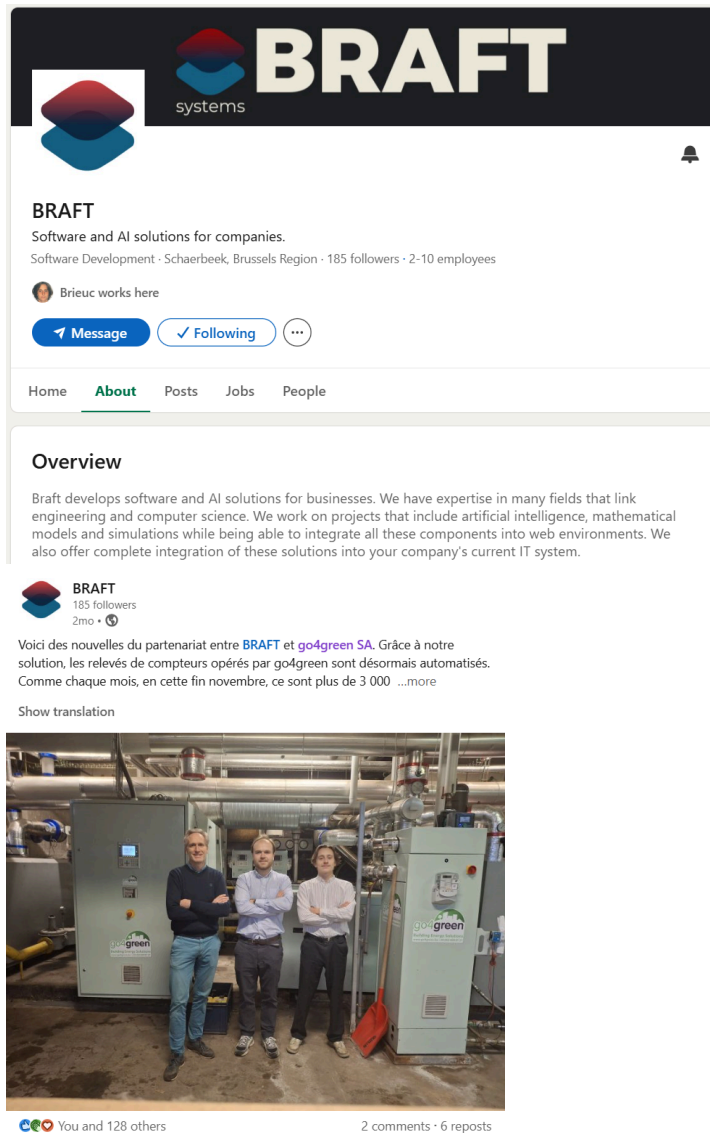
3.2. Supports digitaux

3.2.1. LinkedIn

Nous avons créé, en plus de nos comptes LinkedIn personnels, un compte d'entreprise :

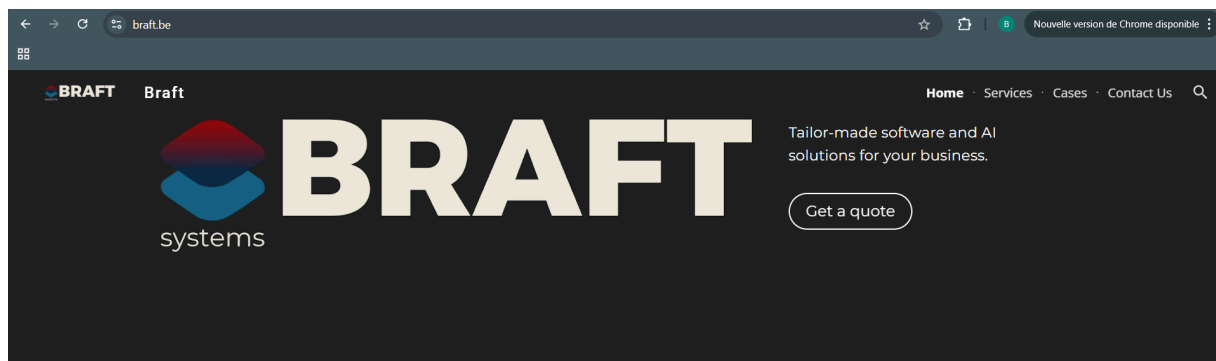
<https://www.linkedin.com/company/braftsystems/?viewAsMember=true> .

Il compte actuellement 185 followers. Nous y postons sur les projets en cours et republions encore ensuite le post avec nos comptes personnels. Cela nous permet de faire de la publicité gratuite auprès de tout notre réseau et plus (selon l'algorithme de LinkedIn). Voici l'accueil de la page ainsi que le dernier post publié.



3.2.2. Site web

Notre site web est disponible à l'adresse [braft.be](https://www.braft.be/) (<https://www.braft.be/>). Il contient 4 sections : accueil, expertise, cas (les clients qui nous ont déjà fait confiance) et un lien vers le formulaire de contact.



Our expertise.

At BRAFT, we have expertise in many fields that link engineering and computer science. We work on projects that include artificial intelligence, mathematical models and simulations while being able to integrate all these components into web environments. We also offer complete integration of these solutions into your company's current IT system.

①

We invite you to learn more in our services section or to consult the cases that we have already developed.



Dedicated softwares



Machine learning



Mathematical models

Lors d'une recherche par le nom de l'entreprise (« braft » dans la barre google), notre site est en moyenne à la position 2.96 des résultats de recherche dans le monde et position 1.6 en Belgique.

Cependant, lors de recherches par mot clef (par exemple IA, développement etc...), nous ne sommes quasiment pas référencés. C'est également dans cette optique que nous demandons l'aide Airbag, afin de pouvoir s'offrir un meilleur référencement.

3.3. Networking

Nous nous sommes affiliés au **B19**. Il s'agit d'un business club qui propose une offre gratuite pour les moins de 25 ans. Il s'y passe du networking et des business speed dating, idéal pour parler de son projet et générer de nouveaux leads. De plus, s'y retrouvent nombre d'entrepreneurs plus âgés toujours prêts à donner de bons conseils.

Nous réseautons également auprès des **alumnis de l'UCLouvain**. Plus précisément, nous sommes membres des alumnis de l'Ecole Polytechnique de Louvain, notre faculté, et nous rendons régulièrement aux événements pour faire connaître notre projet et essayer de trouver de nouveaux clients.

Nous bénéficions aussi du **réseau du Start-Lab** puisque nous y sommes désormais incubés.

3.3.1. Carte de visite :

Nous sommes en train de faire imprimer nos cartes de visite dans l'optique de ces moments de networking.

3.4. Plan de lancement

3.4.1. Situation actuelle

Comme décrit plus haut, nous avons déjà un compte LinkedIn, un site web, un réseautage actif et nous réalisons également de la prospection via du cold call et du cold mailing. Nous avons également publié une publicité dans un petit magazine papier et sa version en ligne. Tout ceci nous a déjà permis de réaliser deux missions de service et d'être en pourparlers avec une troisième entreprise.

3.4.2. Année 1 (2025)

D'ici fin mars :

- Post LinkedIn sur la réalisation du projet pour notre deuxième client : Aiset.

Avril 2025 :

- Lancement de notre agent IA de recherche d'informations dans des documents. Nous pensons que ce projet peut nous faire beaucoup de publicité car contrairement aux missions de service, il s'agit d'un outil grand public. Pour communiquer sur ce sujet nous comptons :
 - o Poster sur LinkedIn.
 - o Trouver des ambassadeurs parmi nos plus jeunes frères et sœurs ou amis encore à l'université/école qui veulent bien en faire la publicité dans leur promotion. Car ce produit peut faciliter la vie des étudiants.
 - o Le proposer gratuitement dans un premier temps à des entreprises. Si celles-ci sont satisfaites, elles pourront poursuivre moyennant le paiement d'un abonnement mensuel.
- Début de l'accompagnement par le Start-Lab.
- Participation au forum entrepreneurial Mind & Market à Louvain-la-Neuve (15/04/2025). Nous y réserverons un stand.

Septembre 2025 :

- Possibilité d'accueillir un stagiaire (non rémunéré) d'école de commerce pour la prospection.

Octobre 2025 :

- Participation au Mind & Market de Liège.

Novembre 2025 :

- Participation au Pitch XXL du Start-Lab pour présenter notre projet devant un large public.

Nous comptons également relancer une **grande campagne de prospection** après le lancement de notre agent IA de recherche d'informations dans des documents. Le but est de surfer sur la publicité et notoriété générée par ce projet. Celle-ci devrait donc commencer dans le courant d'avril 2025 et s'étaler sur 1 mois. Elle sera réalisée notamment via

LinkedIn en ciblant des alumni de l'UCLouvain. Nous remarquons qu'ayant également étudié là, cela nous permet d'instaurer immédiatement une relation de confiance.

Cette campagne devrait représenter un investissement d'environ 1000 € dans le but de générer une cinquantaine de leads (le coût de génération d'un lead sur LinkedIn est estimé à 20 € (voir [Chiffre d'affaires & charges variables](#))).

3.4.3. Année 2 (2026)

En année 2 (2026), fort de l'expérience et de la notoriété acquise, nous aimerions développer des partenariats nous permettant de signer davantage de missions de service. Ces partenariats seront notamment :

- Accords avec des incubateurs pour proposer quelques heures gratuites de consultation auprès des incubés. Cela permet ensuite d'être parmi les premières entreprises auxquelles ces derniers pensent le jour où ils souhaitent réellement faire développer leur projet.
- Conférences ou formations IA donnés gratuitement. Bénéfique pour les organisateurs de conférence et pour nous, pour nous faire connaître. Nous comptons proposer cela dans des coworkings à Bruxelles et en Wallonie. Le CEI de Louvain-la-Neuve, par exemple, nous a déjà dit qu'ils pourraient être intéressés quand l'entreprise serait créée et aurait prit un peu de jalon.
- Comme en année 1, nous comptons poursuivre les campagnes de prospection sur LinkedIn, avec à nouveau un budget d'environ 1000 € pour générer une cinquantaine de leads.

4. Organisation & Aspects juridiques

4.1. Organisation Opérationnelle

Organigramme fonctionnel		
	Tâches spécifiques	Tâches communes
Brieuc	Comptabilité, Assurer paiement des clients ³	Développement informatique, Prospection
Bruno	Aspect légal, Marketing	

4.2. Aspects juridiques

Aucune autorisation spécifique n'est requise pour démarrer notre activité de développement informatique. Afin de formaliser notre collaboration, nous avons rédigé une convention d'association. L'administration et la coordination de notre entreprise seront assurées par un organe de gestion collégial, composé uniquement de nous deux.

Concernant notre présence en ligne, notre site web respecte les **normes RGPD**, notamment en intégrant un système permettant aux utilisateurs d'accepter ou de refuser les cookies.

Par ailleurs, nous avons prévu de prendre une **assurance responsabilité civile professionnelle**, adaptée aux risques spécifiques de notre secteur d'activité.

Enfin, la rédaction d'un contrat-type est en cours afin de nous **protéger juridiquement** dans le cadre des applications et logiciels que nous développons pour nos clients. Ce contrat définit les responsabilités de chacune des parties, notamment en cas de fuite de données, de cyberattaques ou de litiges liés à l'efficacité et aux performances des solutions livrées.

³ Nous utiliserons des outils sécurisés proposés par Microsoft pour assurer le recouvrement

5. Plan Financier

5.1. Description de l'approche financière

Nous avons prospecté divers secteurs, sommes entrés en contacts avec des dizaines de clients potentiels, et avons réalisé plusieurs projets pour des clients. Notre plan financier se base intégralement sur :

- 1) Les charges et les produits que nous avons déjà réalisés.
- 2) Les charges liées à la création d'entreprise ainsi que les cotisations sociales.

Pour la constitution des comptes de résultats prévisionnels, nous préférons donc **une approche réaliste**. En effet, malgré les résultats très prometteurs de l'étude de marché, nous préférons ne pas prendre de risques sur nos prévisions.

Les détails de chaque compte sont affichés dans la colonne Commentaires du plan financier.

5.2. Besoin de financement & source de financement

De par la nature de notre offre : services informatiques, le financement initial nécessaire est relativement faible. Nous disposons déjà d'un bagage matériel (PC et équipements informatiques nécessaires) ainsi qu'un bagage académique (tous deux titulaires d'un master en ingénieur civil). A court terme, nous ne prévoyons pas de coût additionnel pour des équipements ou des formations.

Cependant, par sécurité, nous apportons chacun 2000€ en fonds propres dans la société. Après les dépenses initiales liées à la création d'entreprise, nous prévoyons de garder les 1700€ restants dans la trésorerie.

5.3. Chiffre d'affaires & charges variables

Pour déterminer notre chiffre d'affaires, nous avons adopté une approche réaliste en supposant un rythme constant d'acquisition de nouveaux clients, en maintenant les abonnements en vigueur. À ce jour, notre estimation repose sur notre expérience dans le secteur. Nous avons travaillé sur deux projets en 6 mois. La **phase de développement** pour un projet dure, en moyenne, 6 semaines. Exceptionnellement, pour notre premier client, nous opérons à un tarif horaire préférentiel de 12,5 € (HT) par personne. Dans le cadre de nos résultats prévisionnel, nous considérons une **augmentation à un tarif horaire de 20 € (HT) par personne**.

De plus, nous fidélisons les clients en ajoutant un **abonnement mensuel** à notre formule. Chaque mois d'abonnement, combiné aux frais variables, représente environ 400 €. La capacité maximale de service est estimée à quatre clients sur 6 mois, soit un potentiel maximal de huit nouveaux clients par an. Aussi, sur bases des projets déjà réalisés, nous estimons que la maintenance des solutions déjà développées nous prendra une journée par mois par client.

Concernant les charges variables, les principaux coûts sont liés aux plateformes utilisées par nos clients, telles que Dropbox, Apple, Google ou Amazon. Ces services Cloud impliquent des frais proportionnels à l'ampleur des projets, ce qui nous conduit à estimer ces **charges à environ 2 % du chiffre d'affaires** jusqu'à présent. Cette estimation repose sur notre expérience actuelle et reste en adéquation avec les modèles économiques similaires du secteur.

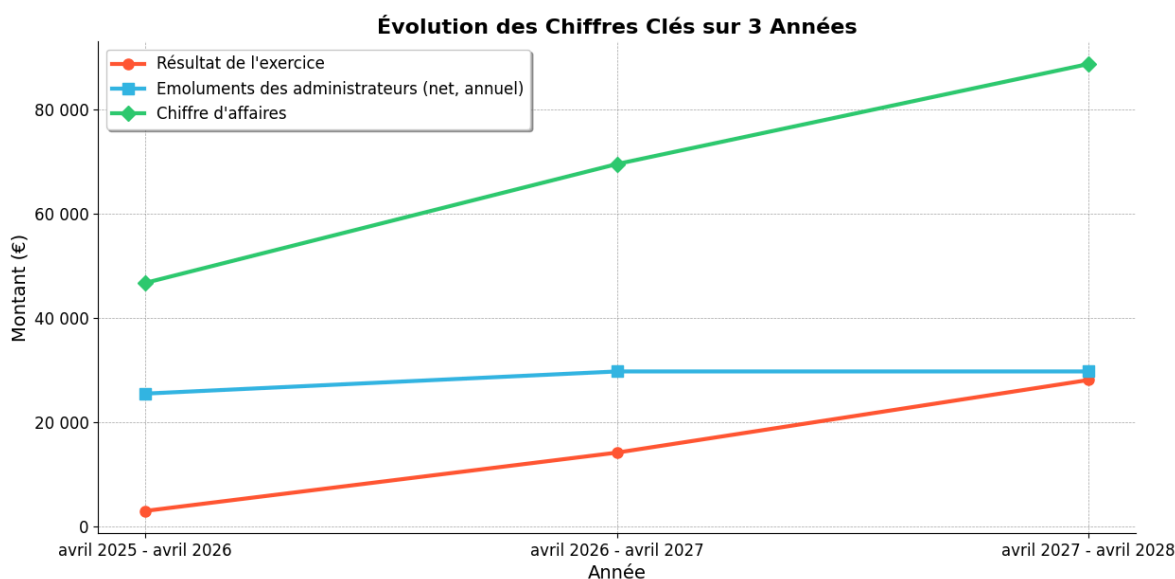
Finalement, nous comptons faire des campagnes LinkedIn pour attirer des leads. En considérant un CPL (coût par lead) de 20€ TTC et 50 leads générés ainsi chaque année, nous estimons que cette campagne nous coûterait 1000€ TTC par an (826,45 € HT). Nous avons déjà fait de la pub en ligne et dans des magazines papier, pour un total de 172€. Nous comptons continuer ces méthodes de publicité dans les années à venir.

5.4. Compte de résultats prévisionnels & budget ménage

D'après nos comptes de résultats prévisionnels, le résultats net ainsi que notre chiffre d'affaire augmenteront chaque année. Ces augmentations prévisionnelles sont dues à la partie récurrente de notre formule de rémunération (i.e. abonnements et frais variables mensuels).

Aussi, nous prévoyons d'augmenter les émoluments des administrateurs en année 2, passant de 1 420 €/mois par personne bruts (1 065 € net) en année 1 à 1 720 €/mois par personne bruts (1 242 € net) en années 2 et 3.

Toutes ces informations sont affichées sur le graphique ci-dessous



Etant donné que nous n'avons pas de responsabilité financière envers d'autres personnes, notre budget mensuel du ménage pour notre train de vie actuel (par personne) est de 750€ : 450€ de loyer, 200€ pour la nourriture, et 100€ pour les loisirs. Cela correspond à notre rémunération minimale, selon nous.

Au cours de nos études, nous aimerions atteindre une rémunération mensuelle de minimum 1200€ pour vivre plus confortablement. Airbag pourrait nous aider à atteindre cet objectif.

Nos économies ainsi que l'aide de nos parents nous permettent de garder notre train de vie actuel jusqu'en décembre 2025. Si notre entreprise n'est pas suffisamment lucrative d'ici là, nous irons travailler dans une autre entreprise en tant qu'employés.

6. Airbag

Selon notre plan financier actuel, notre projet est tout juste viable pour les deux premières années d'exercice. De plus, comme expliqué précédemment, notre objectif est de développer des produits informatiques entre les différentes missions de service, notamment notre projet innovant d'agent de recherche d'informations et de sourcing. Cela vise à apporter de nouvelles sources de revenus à l'entreprise et à diversifier ses activités. Cependant, ces projets seront chronophages et ne généreront pas de revenus immédiats. C'est pourquoi, nous ne les avons **pas inclus dans nos résultats prévisionnels à court terme**.

Durant ces deux premières années, nous pensons que la prime Airbag peut nous fournir le coussin d'air nécessaire pour assurer nos besoins vitaux. De plus, cette aide nous permettra d'investir dans des ressources essentielles telles que le marketing (e.g. campagne publicitaire LinkedIn, référencement de notre site web) et la croissance de l'entreprise en nous libérant du temps et de l'argent pour développer des produits. Ces investissements sont cruciaux pour notre développement et pour pallier d'éventuelles insuffisances de revenus.

Notre étude de marché révèle un intérêt croissant pour les solutions d'IA, et nous sommes convaincus qu'au terme de deux années de missions de service, notre entreprise aura acquis une notoriété suffisante pour signer davantage de contrats, croître et sécuriser sa situation financière. De plus, face à la demande actuelle en matière d'IA et d'automatisation, nous pensons qu'un de nos produits rencontreront du succès. Notre plan financier réaliste confirme ces hypothèses.

Notre vision pour ce projet est de fournir en Belgique une expertise et des produits d'intelligence artificielle de qualité, éthiques et écoresponsables.

C'est pourquoi nous souhaitons vivement bénéficier de l'aide Airbag et nous engageons à tout mettre en œuvre pour assurer la réussite de notre entreprise.