

Elaboration de Plan d'Affaires

Epiphane SODJINOU

Plan

1. Notion de plan d'affaires
2. Etape de réalisation du plan d'affaires
 - 3.1. Le projet
 - 3.2. Le promoteur
 - 3.3. Le marche et la concurrence
 - 3.4. La stratégie de marketing
 - 3.5. L'organisation
 - 3.6. La production
 - 3.7. Les aspects financiers
 - 3.8. Le résumé, la conclusion et les annexes

1. Notion de plan d'affaires

Qu'est-ce qu'un plan d'affaires ?

- Un plan d'affaires
 - « business plan » ou « stratégie d'affaire »
 - un document écrit qui décrit
 - votre entreprise/projet (et la façon selon laquelle elle fonctionnera),
 - ses objectifs et ses stratégies,
 - le marché que vous visez,
 - les prévisions financières de votre entreprise.

1. Notion de plan d'affaires

Qu'est-ce qu'un plan d'affaires ?

- Étude de faisabilité
 - démontre des modes possibles d'opération de l'entreprise et si celle-ci est un bon investissement d'un point de vue financier.
- Le plan d'affaires
 - décrit la façon selon laquelle l'entreprise fonctionnera. Il décrit les buts et objectifs d'affaires, et fait état des étapes qui seront entreprises pour atteindre ces buts et objectifs.

1. Notion de plan d'affaires

Qu'est-ce qu'un plan d'affaires ?

- Le plan d'affaires
 - nécessaire pour vous aider à planifier la croissance et les progrès de votre entreprise
- La réussite de votre entreprise peut être tributaire de vos plans pour l'avenir.
- L'obtention d'une aide financière pour lancer votre nouvelle entreprise sera directement liée à la qualité de votre plan d'affaires.
- A partir d'un plan d'affaires, les institutions financières seront en mesure d'estimer la viabilité de votre projet.

1. Notion de plan d'affaires

A quoi sert un plan d'affaires ?

- Plan d'affaires
 - outil précieux pour tout propriétaire d'entreprise, que ce soit une entreprise en démarrage, en activité depuis des années ou en pleine d'expansion
- Il est utile en tant qu'un :
 - outil de financement. → doit fournir toutes les informations nécessaires (et plus) dont les investisseurs et les prêteurs auront besoin pour prendre leurs décisions.
 - plan ou modèle pour l'opération de l'entreprise.
 - Exacte comme on fait les plans d'une maison avant de commencer la construction, les personnes qui veulent démarrer une entreprise doivent aussi avoir un plan.

1. Notion de plan d'affaires

A quoi sert un plan d'affaires ?

- Pour une entreprise naissante, plan d'affaires sert à:
 - transformer vos idées et votre capital en entreprise rentable ;
 - obtenir du financement auprès des prêteurs et des investisseurs ;
 - cerner vos forces et faiblesses, les débouchés et les menaces qui vous guettent.

1. Notion de plan d'affaires

A quoi sert un plan d'affaires ?

- Pour une entreprise existante, plan d'affaires sert :
 - transmettre votre vision à vos employés et à des tiers ;
 - élaborer des prévisions financières exactes ;
 - établir la comparaison entre le rendement projeté et le rendement réel.

1. Notion de plan d'affaires

A quoi sert un plan d'affaires ?

- Pour une entreprise est en pleine croissance :
 - obtenir des fonds pour faire croître votre entreprise ;
 - établir une stratégie pour gérer la croissance ;
 - tirer parti des débouchés et atténuer les risques.
- Pour une entreprise en liquidation :
 - dresser un plan pour le transfert de propriété, la vente de l'entreprise ou sa fermeture ;
 - établir un échéancier pour la transition ;
 - dégager les besoins financiers et les exigences réglementaires.

1. Notion de plan d'affaires

Bénéfices d'un plan d'affaires

- Réduit la gestion d'urgences.
 - Plusieurs petites entreprises passent tellement de temps à éteindre des feux qu'elles n'ont jamais la chance de faire autre chose. → plan d'affaires permet d'anticiper certains de ces problèmes et préparer des solutions en avance ;
- Force à justifier vos plans et vos actions.
 - Prendre une décision parce que « je sens que c'est la bonne » est insuffisant. → prouver la validité d'une idée, ou expliquer le raisonnement qui la sous-tend ;

1. Notion de plan d'affaires

Bénéfices d'un plan d'affaires

- Donne une chance de faire certaines erreurs sur papier.
- Perçu comme une indication de vos habilités et de votre engagement.
 - ➔ Le fait que vous ayez pris le temps de préparer le plan indique que vous êtes engagé face à votre entreprise.

1. Notion de plan d'affaires

Bénéfices d'un plan d'affaires

- Plusieurs activités économiques échouent à cause d'un manque de prévisions et de préparations
- C'est pourquoi l'élaboration d'un plan d'affaire est essentielle au démarrage, à la mise en place et à la gestion d'une activité économique réussie.
- Plus les informations sont complètes et précises, plus rapidement les institutions, les banques, les investisseurs et les fournisseurs seront en mesure de répondre aux requêtes d'assistance

1. Notion de plan d'affaires

Éléments à mettre dans un plan d'affaires ?

- Pas de formule standard. Parfois cela dépend du bailleurs
- Mais, en général, tous les plans d'affaires efficaces renferment des éléments communs, notamment les points suivants (cf. [schéma du processus](#)) :
 - Résumé ou synthèse
 - le projet (description du projet d'entreprise),
 - le marché et la concurrence,
 - le marketing (Stratégie marketing),
 - l'organisation (fonctionnement de l'entreprise),
 - les aspects financiers (Plan de financement et autres)

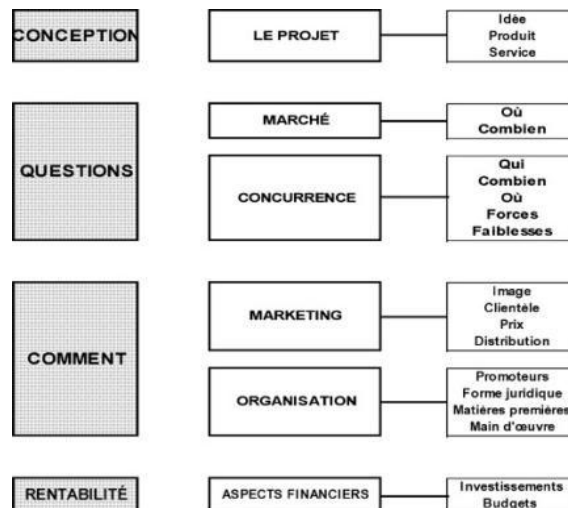
1. Notion de plan d'affaires

Qui doit rédiger un plan d'affaires ?

- C'est l'entrepreneur qui doit rédiger son plan d'affaires.
- Pourquoi?
 - C'est son entreprise
 - C'est lui qui doit prendre l'initiative de le rédiger.
- Il peut cependant demander de l'aide, par exemple, auprès de son équipe de gestion, de conseillers, de comptables, ou autres personnes d'expérience.

Etape de réalisation du plan d'affaires

Schéma du processus d'élaboration de plan d'affaires



2.1. Description du projet

- Faire une présentation complète du projet d'entreprise
- Décrire en quoi consiste votre entreprise, c'est-à-dire ses produits et/ou services et vos plans pour l'entreprise
- Décrire l'opportunité d'affaires convoitée.

2.1. Description du projet

- Composantes :
 - identification de l'entreprise/projet,
 - historique du projet. Brièvement, présentez l'origine du projet, l'idée au départ et les différentes étapes qui nous amènent à aujourd'hui ;
 - description des produits/services,
 - les objectifs de l'entreprise,
 - le cadre juridique choisi/forme juridique de l'entreprise
 - un échéancier de réalisation.

2.1. Description du projet

- Formuler des objectifs pour votre entreprise, qu'elle soit nouvelle ou existante, est primordial à une saine gestion et à la réalisation de votre mission.
- Un bon objectif est celui qui est mesurable et réalisable.
 - Exemple: Atteindre un chiffre d'affaires de 3 000 000 FCFA dès la deuxième année du projet
- Exemple de « mauvais » objectifs
 - développer le marché de l'exportation
 - faire connaître l'entreprise auprès de la clientèle

2.2. Présentation du promoteur

- L'entrepreneur ou l'équipe dirigeante est d'une importance capitale dans le succès d'un projet d'entreprise.
- Il n'est pas suffisant d'avoir une bonne opportunité d'affaires, encore faut-il la réaliser et l'exploiter avec succès sur le marché, ce qui nécessite à la fois des compétences techniques et managériales.
- Cette section doit montrer pourquoi le promoteur est la bonne personne pour le projet.

2.2. Présentation du promoteur

- On y retrouve :
 - la structure de la propriété de l'entreprise
 - le profil des promoteurs du projet.
- Curriculum vitae du promoteur
 - à présenté en annexe
 - devra indiquer, entre autres, ses formations et ses expériences de travail en commençant par les plus récentes.

2.3. Analyse du marché

- L'analyse du marché est une des étapes les plus importantes dans la préparation du plan d'affaires.
- C'est à cette étape que l'on détermine le marché potentiel du produit/service envisagé.
- Il faudra évaluer la demande potentielle en considérant la demande globale et la présence de concurrents sur le marché cible.

2.3. Analyse du marché

- L'objectif ultime de cette analyse est de déterminer le chiffre d'affaires potentiel et la stratégie appropriée pour l'atteindre.
- Dans cette section, on retrouve notamment :
 - l'identification de la clientèle cible,
 - l'identification des concurrents et de leurs forces/faiblesses,
 - le positionnement qui sera choisi par l'entreprise et les prévisions de parts de marché
 - la situation du secteur et son évolution au cours des dernières années

2.3. Analyse du marché

- Évaluation du marché potentiel
 - marché potentiel = ensemble des personnes et des entreprises qui demandent ou qui sont susceptibles de demander des produits ou des services pour satisfaire leurs besoins; ce sont les consommateurs.
- Profil du marché cible
 - Qui sont vos clients cibles?
 - Votre clientèle c'est l'élément clé, celui vers lequel vont être orientés tous les efforts de votre entreprise

2.3. Analyse du marché

- Analyse concurrentielle de l'entreprise
 - Quels sont les avantages concurrentiels qu'offre votre entreprise ?
 - Toujours en vous plaçant du point de vue de vos clients, quelles sont les forces et faiblesses de votre entreprise ?
- Opportunité d'affaires
 - Il s'agit de vous positionner, d'établir clairement le lien entre le besoin de votre marché potentiel et votre offre (produits ou services).
 - C'est l'occasion de démontrer que votre entreprise a sa place dans le marché visé.

2.4. Stratégie marketing

- Activités particulières qui vous serviront à promouvoir et à vendre vos produits ou services
- Le plan marketing précise quelles seront les stratégies qui seront déployées pour rejoindre la clientèle cible et pour atteindre les objectifs de vente
- Cette section contiendra donc les éléments suivants :
 - la politique de prix,
 - la définition du plan de promotion,
 - le choix de la localisation
 - le choix des canaux de distribution du produit ou du service.

2.4. Stratégie marketing

- Présente les résultats de l'étude de marché
- Description précise des clients visés, leurs besoins et attentes, en matière de qualité et prix
- Connaître les demandeurs potentiels du produit ou service, de faire à la fois une étude qualitative et quantitative du marché.
- Distinguer le marché potentiel (demande globale-offre globale) du marché cible.
- Déterminer les forces et faiblesses de chaque concurrent.

2.4. Stratégie marketing

- Noter tout changement constaté dans les styles de vie et les revenus disponibles, et leur influence potentielle sur le marché ciblé.
- Intégrer les informations concernant les méthodes de vente, les garanties après vente, les activités de publicité et de promotion
- Justifier le besoin que représente le produit et identifier le segment de marché que vous souhaitez exploiter.
- Estimer la taille et la valeur totale du marché et la part de marché que vous comptez capter sur une période donnée.
- Indiquer une approximation du prix du produit, en se fondant sur les coûts de production, bénéfices et concurrents, ou les prix que le marché peut accepter

2.5. Structure organisationnelle

- Préciser la forme et la structure de l'entreprise (seul, partenariat, ou SARL).
- Faire un bref énoncé des responsabilités et des tâches que chaque promoteur/employé accomplira au sein de l'entreprise
- Faire, au besoin, une représentation de la structure de l'entreprise ([organigramme](#)), en fonction des niveaux de responsabilité des dirigeants et du personnel

2.5. Structure organisationnelle

- Emplois
 - Mentionner le nombre d'emplois qui seront créés, excluant ceux des promoteurs
 - Expliquer brièvement en quoi consisteront les besoins de main-d'œuvre et quelle sera la rémunération des employés, la formation requise, etc. (Salaires, commissions, emplois saisonniers, etc.).

2.5. Structure organisationnelle

- Stratégie de recrutement et de rétention
 - Prévoir les moyens à utiliser pour trouver la main-d'œuvre qualifiée dont l'entreprise aura besoin (stagiaires, présentation dans les milieux scolaires, affichages journaux, etc.)
 - Moyens, philosophie, et autres, à mettre en place pour conserver le personnel
 - Règles à prévoir dans l'entreprise afin d'assurer le respect des lois et droits des employés

2.5. Structure organisationnelle

- Indiquer les besoins actuels en matière de personnel
- Indiquer les compétences et la formation requises, notamment celles liées aux questions propres à l'environnement, à la santé et à la sécurité, et indiquer le coût de la formation.

2.6. Plan des opérations (la production)

- Avoir une connaissance approfondie des techniques / technologies à adopter pour une gestion rentable des activités de l'entreprise
- L'emplacement
 - Indiquer les avantages qu'offre l'emplacement (proximité des marchés, fournisseurs, transport, main-d'œuvre, etc.).

2.6. Plan des opérations (la production)

- Les installations
 - Indiquer si l'entreprise est propriétaire ou locataire des installations
 - Décrire brièvement les installations. Inclure si possible des croquis ou des plans d'aménagement.
 - Indiquer si des rénovations seront nécessaires.
 - Indiquer en pourcentage le taux d'utilisation actuel des infrastructures et du matériel et pendant combien de temps ce taux sera suffisant.
 - Indiquer les responsabilités par rapport à l'environnement que peuvent entraîner les activités commerciales menées aux installations.

2.6. Plan des opérations (la production)

- L'organisation physique
 - Indiquer combien de temps il faudra pour obtenir les installations, le matériel, le personnel, etc., et tout installer
 - indiquer combien de temps après l'installation le premier cycle de production sera achevé
 - Indiquer les approbations municipales ou gouvernementales particulières qui pourraient être requises sur le plan de l'environnement ou autre et préciser les délais prévus pour les obtenir.

2.6. Plan des opérations (la production)

- L'organisation physique
 - Les besoins en infrastructure –
 - renseignements sur la superficie et l'emplacement, les contrats de location, les prix des fournisseurs et renseignements sur les permis
 - Besoins en matière de technologies

2.7. Aspects financiers

- Donner un portrait financier le plus réaliste possible du projet ou de l'entreprise
- Démontrer, à la lumière des éléments contenus dans les sections précédentes, la viabilité financière du projet d'entreprise et de déterminer les besoins de fonds dans le temps.
- Les prévisions financières portent en général sur 2, 3 ou 5 ans.

2.7. Aspects financiers

- Donner de détails sur les coûts d'investissement au profit des bailleurs de fonds
- Commencer par les dépenses nécessaires pour le lancement de la production.
- Etablir la liste détaillée des coûts de production fixes et variables
- Calculer le revenu mensuel à partir du calcul des prix et la demande du marché.

2.7. Aspects financiers

- Calculer les flux de trésorerie, ainsi que la rentabilité nette et brute.
- Il est aussi primordial de calculer le seuil de rentabilité de la production et de le comparer avec les prévisions de la demande du marché.
- Garder à l'esprit que les intérêts sur le prêt sont dus dès le premier mois d'activité, et les investisseurs doivent réaliser un rendement dans un délai réaliste.

2.7. Aspects financiers

- Cette section reprend :
 - les hypothèses de financement du projet,
 - l'investissement requis
 - les prévisions de ventes et d'achats,
 - les budgets de caisse,
 - le bilan
 - l'état des résultats,
 - l'analyse du seuil de rentabilité.

2.8. Le résumé, la conclusion et les annexes

Le résumé

- fait une brève présentation de votre projet ou entreprise
- expose vos idées et explique à vos lecteurs (investisseurs privés, banques, partenaires) en quoi consiste votre projet
- doit capter leur attention et les convaincre que vous êtes en mesure de gérer avec succès une entreprise piscicole
- doit être concis, convaincant et permettre au lecteur de comprendre rapidement le projet afin de décider si certains éléments l'intéressent plus particulièrement

2.8. Le résumé, la conclusion et les annexes

Le résumé

- A rédiger à la fin de l'élaboration du plan d'affaire
- Ne doit pas dépassé deux pages et doit contenir toutes les informations sur plan
- Doit être placé immédiatement la table des matières du plan
- Contenu: description sommaire du projet et son historique, brève présentation du marché visé, forces du promoteur et de l'équipe, prévisions de ventes et financement souhaité.

2.8. Le résumé, la conclusion et les annexes

Annexes

- Mettre en annexe tous les documents pertinents sur le projet
 - curriculum vitae, diplômes, statistiques supplémentaires, contrats signés, plans et devis, etc.
- Bibliographie ou sources d'information utilisées pour la rédaction du plan d'affaires.

2.8. Le résumé, la conclusion et les annexes

Page de couverture

- Doit indiquer clairement
 - la raison sociale de l'entreprise,
 - le nom du document (« Plan d'affaires »),
 - la date de rédaction ou de modification du document,
 - le nom, l'adresse et le numéro de téléphone de l'entreprise ou de la personne-ressource,
 - le nom, l'adresse et le numéro de téléphone du particulier ou de l'entreprise qui a élaboré le plan d'affaires.

2.9. Pour la clarté du document

- Un plan d'affaires est un document professionnel, respectez donc les principes suivants :
 - soyez **clair et précis** :
 - éviter les généralités ou le jargon trop technique
 - soyez **concis** :
 - concentrez-vous sur les points importants et, le cas échéant, complétez votre document par des annexes,
 - soyez **concret et rigoureux** :
 - Expliquez quand et comment vous allez procéder.
 - Assurez-vous qu'il y ait une cohérence entre l'information et les données financières tout au long du plan d'affaires → tous les chiffres indiqués au texte doivent correspondre au plan financier.

2.9. Pour la clarté du document

- Un plan d'affaires est un document professionnel, respectez donc les principes suivants :
 - soyez **convaincant** tout en restant objectif.
 - Il peut être tentant, surtout au début d'un projet, d'être délibérément optimiste et de partir du principe que tout se déroulera exactement comme prévu. L'expérience montre toutefois que c'est rarement le cas.
 - Soyez réaliste tout au long de votre démarche, sans quoi les investisseurs n'y accorderont aucune crédibilité
 - Assurez-vous que l'information est basée sur des **faits**, des **statistiques**, des **études** et des **opinions d'experts**.
 - De cette façon, vos conclusions seront crédibles puisqu'elles auront été basées sur des références neutres difficilement contestables.

2.9. Pour la clarté du document

- Un plan d'affaires est un document professionnel, respectez donc les principes suivants :
 - ne négligez pas une analyse sérieuse des risques de votre projet et prévoyez des marges de sécurité dans vos budgets et votre échéancier de travail.
 - Imaginez également un scénario catastrophe et examinez en les conséquences, en particulier financières, pour mesurer le risque maximum couru.
- N'oubliez pas la table des matières et la pagination de votre document.