
ESIG GLOBAL SUCCESS

Cours de :

ATELIER DE CREATION D'ENTREPRISE

Licence Professionnelle : SIL 2

Année scolaire : **2021-2022**

Chargé du cours et des TD/TP : **M. Grégoire K. DANSOU, Consultant en Management et Stratégie des entreprises**

Contacts : 22.31.12.32/ 90.44.02.

INTRODUCTION GENERALE

Le cours de création d'entreprise est un cours indispensable aux enseignements théoriques et pratiques (économie industrielle) et fonctionnels (finance, marketing, logistique...).

Il a pour objectif de donner une perspective globale de l'entreprise (à travers son processus de création, son organisation, son fonctionnement et ses choix stratégiques) qui est d'abord celle de la direction générale ou du créateur.

Entreprendre de nos jours est un leitmotiv. Qu'est-ce que c'est l'acte d'entreprendre ? Les conditions sont-elles réunies pour faire éclore l'entrepreneuriat dans notre cher pays ? Le tout n'est pas de concevoir des grands programmes et d'organiser des séminaires internationaux sur la création d'entreprise. Il faut poser des actions concrètes en mettant en place des organes de suivi de réalisations effectives des différentes résolutions prises lors de ces rencontres.

Dans ce module, nous voulons mettre en exergue l'existence de deux éléments fondamentaux au niveau de l'entrepreneuriat :

- La création (d'un produit, d'un service, d'une activité, d'une organisation, de valeur)
- L'entrepreneur.

Le premier élément est le plus valorisé en vue de la création de richesse. Les organismes d'accompagnement sont créés pour rendre effectif la création d'entreprise. Le deuxième élément est souvent relégué au second plan. Et pourtant, il semble le plus important. Sa formation et son développement personnel doivent attirer l'attention des politiques de promotion entrepreneuriale pour permettre à l'entrepreneur de se réaliser efficacement. Il s'agira de mettre l'accent sur les aptitudes essentielles en entrepreneuriat. En particulier il s'agira de montrer que les entrepreneurs doivent posséder certaines aptitudes fondamentales et que la plupart d'entre elles, sinon toutes, peuvent être apprises et développées.

Nous essayons par le biais de ce module et de notre programme de cultiver en vous le goût de l'entrepreneuriat en semant aussi les faveurs cardinales de l'acte d'entreprendre.

Les 6 chapitres qui constituent ce cours sont scindés en deux (2) parties et permettent de cerner le processus de création et la gestion de l'entreprise.

Objectifs du module :

- Approfondir les connaissances économiques, juridiques et de gestion nécessaires à la création d'entreprise
- Elaborer un dossier de création d'entreprise.

Compétence visée

Créer sa propre entreprise

Modalité de mise en œuvre :

- Cours magistral
- Etude de cas
- Atelier de création

PROGRAMME :**Première partie : La création d'entreprise : le processus**

Chapitre 1 : De l'idée à la création d'entreprise

Chapitre 2 : La création d'entreprise : l'étude juridique

Chapitre 3 : La création d'entreprise : les valeurs pour entreprendre

Chapitre 4 : La création d'entreprise : passez à l'acte

Deuxième partie : La gestion de l'entreprise

Chapitre 5 : La gestion des approvisionnements

Chapitre 6 : La gestion financière

CHAPITRE 1 : DE L'IDEE A LA CREATION D'ENTREPRISE

I- Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

A- Définition des termes : Entreprise, Entrepreneuriat, Entrepreneur

1 - Entreprise

L'entreprise est une unité économique et juridique qui a pour principale fonction la production de biens et services destinés à être vendus sur un marché.

L'activité d'une entreprise peut être décomposée en deux phases distinctes :

- l'activité productive, c'est à dire la création de biens ou services.
- l'activité de répartition des richesses en contrepartie des biens ou services.

Les différentes finalités de l'entreprise :

- Les finalités économiques sont au nombre de trois :

- produire et distribuer des biens et services aux entreprises ou aux consommateurs ;
- assurer la survie de l'entreprise et sa croissance excepté pour certaines entreprises qui sont créées pour une mission précise, temporaire ;
- réaliser un profit.

- Les finalités humaines

Elles concernent aussi bien les ambitions des dirigeants (prestige par exemple) que l'épanouissement du personnel : bonnes conditions de travail, bien-être des salariés, participation au pouvoir de gestion, etc...

- Les finalités sociales

Elles peuvent coexister avec les autres finalités dans la plupart des entreprises, mais pour certaines, elles constituent des finalités primordiales : le service public ou l'indépendance nationale sont des finalités principales des entreprises publiques.

2- Entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat ou l'entrepreneuriat est la fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et impliquer des entreprises.

Nous comprenons par cette définition que l'entrepreneuriat ou entrepreneurial est l'action de créer de la richesse et/ou de l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise. Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention ou en une innovation réussie. C'est aussi quelqu'un qui prend des risques. Il est prêt à parier sa carrière, sa sécurité financière et sa vie pour donner forme à son idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise.

L'acte d'entreprendre est celui d'engager ses efforts pour transformer ses idées et innovations en biens économiques. Entreprendre est alors possible pour tout homme, à tout âge peu importe le statut social, le niveau d'étude, le secteur ... ! Nous n'oublions pas que l'entrepreneuriat même accessible à tous demeure complexe et ne s'improvise pas. L'entrepreneuriat renvoie à une dynamique d'action et à un engagement dans un projet collectif. Entreprendre n'est pas une simple succession d'opérations juridiques et de gestion. Entreprendre consiste en premier lieu à repérer des opportunités de développement, puis à prendre les risques nécessaires pour créer l'activité nouvelle correspondante ou dynamiser une activité existante. La logique entrepreneuriale implique donc une capacité à anticiper, à se projeter et à innover. Elle suppose également la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial cohérent articulant contraintes, compétences et ressources. La logique entrepreneuriale fondée sur la prise de risques se distingue ainsi de la logique managériale qui consiste, pour le manager, à optimiser les ressources qui lui ont été confiées. Ces deux logiques peuvent cependant coexister au sein d'une même entreprise.

3- Entrepreneur :

Aujourd'hui, le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur » :

La première définition fait référence à l'acte d'entreprendre : « est entrepreneur » celui qui entreprend quelque chose.

La seconde voit dans l'entrepreneur « une personne qui se charge de l'exécution d'un travail ». La troisième, dans une perspective économique, est entrepreneur « toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital, travail), en vue de vendre des produits ou des services ».

B- Différents types d'entrepreneur

Nous voulons ici mettre en lumière quelques types d'entrepreneuriat pour permettre de circonscrire les domaines d'entreprendre et aider l'entrepreneur dans son choix de réalisation entrepreneuriale.

1- Entrepreneur social

Il a pour but la motivation du changement social. Ici, les règles de jeu de l'économie sont inversées. L'entrepreneur met plus en exergue la transformation du social que le gain du profit. La course effrénée vers les gains n'est pas une priorité absolue. Les questions que l'entrepreneur social se pose souvent sont : que dois- je faire pour améliorer la condition de vie de mes concitoyens ? Comment vais- je faire pour rendre le monde meilleur, pour participer à l'irradiation de la pauvreté ? La quête permanente du bien- être social habite l'entrepreneuriat social. Ici la dimension humaine impacte la gestion de la vision actuelle de l'économie. A tel enseigne que l'on parle maintenant de l'économie sociale. Qu'est- ce cette nouvelle appréhension de l'économie ? L'Italie a été le premier pays de l'Union européenne à voter une loi définissant un statut juridique « d'entreprise sociale », le 13 juin 2005 (décret d'application paru en avril 2006). Cette loi définit les entreprises sociales comme « des organisations privées, sans but lucratif qui exercent de manière stable et principale, une activité économique de production ou d'échange de biens et de services d'utilité sociale, en vue de réaliser une finalité d'intérêt général » par une force qui désire toujours atteindre sa finalité. Les « serial entrepreneurs » sont des fonceurs. Ils n'ont pas peur de prendre des risques pour se lancer dans de nouvelles activités. L'envie de créer devient le stimulant permanent de leur vie. L'échec et l'erreur ne sont plus des obstacles pour eux mais plutôt des atouts. Avec eux nous apprenons que l'échec et l'erreur participent au développement de l'homme, de ses compétences. Nombreux sont, dans cette catégorie de « serial entrepreneur », ceux qui créent mais n'assistent pas au développement de leur entreprise. Après la mise sur pied de leur entreprise, ils pensent déjà à la revente lorsque c'est rentable. « Life style Entrepreneur »

Ces entrepreneurs placent la passion avant le profit lors du lancement d'une entreprise. Leur motivation est la combinaison des intérêts personnels et du talent avec la capacité de gagner sa vie.

La plus grande motivation des « life style entrepreneurs » est un désir irrésistible de l'indépendance. Ils rêvent de travailler pour eux- mêmes, et d'exploiter une entreprise qui est en harmonie avec leur mode de vie.

La plupart des « life style entrepreneurs » se lancent en affaires qu'ils sont passionnés. Autrement dit, le domaine qui les passionne devient leur projet d'affaires. Ils travaillent dans un domaine qui constitue leur passion. Ce groupe est par exemple constitué de tous ceux qui aiment la musique et qui sont dans l'industrie musicale ou encore l'amoureux de basket- ball qui vend des chaussures des équipements de basket. Car sa passion, c'est le basket- ball.

En définissant le terme entrepreneuriat et en égrenant les différents styles d'entrepreneuriat, nous voulons montrer qu'il faut avoir un esprit clair de cette activité avant de s'y lancer. Est- il aussi nécessaire de se connaître avant d'entreprendre ?

II- Comment entreprendre ?

A- De l'idée à la réalisation

1- Choix de l'idée de projet

Généralement la recherche de l'idée d'un produit ou d'un service servant à la création d'une entreprise, peut se faire dans trois directions : la vie quotidienne, la vie économique ou la vie professionnelle.

- La vie quotidienne en observant son quotidien, on peut facilement trouver l'idée du projet qu'on veut mettre en place. Ainsi, on peut identifier certains besoins pouvant être satisfaits par la mise en place de produits ou services non commercialisés, ou copier une idée réussie et qui a été réalisée par un ami, un voisin ou un parent.
- La vie économique : la consultation des revues et magazines nationales et internationales peut constituer une source d'idées pour des opportunités nouvelles. Ainsi des idées pouvant être transposées d'un pays à un autre, en l'état ou adaptées, en fonction du contexte de ce pays.
- La vie professionnelle : présente la troisième source possible d'identification des idées entrepreneuriales puisque l'observation de son milieu professionnel peut permettre de découvrir des produits ou services complémentaires à ceux commercialisés par son patron. De même, on peut trouver une idée d'un projet entrepreneurial en empruntant les quatre voies suivantes :

a. La commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché.

b. La mise en place d'un nouveau produit ou d'un nouveau service.

c. L'acquisition d'une franchise.

d. La reprise d'une entreprise.

Le tableau ci- après expose les avantages et les inconvénients de chaque option.

a- Commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">- Disponibilité des statistiques sur le produit ou le service- Possibilité d'amélioration de l'existant	<ul style="list-style-type: none">- Risque d'être copier- Risque de saturation du marché

- **b- Mise au point d'un nouveau produit ou service**

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Bénéfice de la nouveauté - Coût peu élevé 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité d'une mauvaise réaction du marché - Absence de données chiffrées sur le produit ou le service

-

c- Acquisition d'une franchise

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Avantage de l'expérience et de la notoriété du franchiseur - Gain de temps - Mise en place rapide 	<ul style="list-style-type: none"> - Dépendance vis-à-vis du franchiseur (prix, approvisionnement) - Possibilité de rejet de la franchise sur le marché - Coûts élevés (droits d'entrée)

-

d- Reprise d'une entreprise

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Gain de temps - Activité déjà opérationnelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Risque de changement des attitudes des partenaires (banquiers, fournisseurs, clients) - Possibilité d'héritage d'une mauvaise marque

2- Méthodologie de recherche et de validation d'idée de création d'entreprise

Le processus de recherche d'idée comporte 4 étapes :

a- Sélection d'un axe de recherche

On peut s'inspirer :

- De son savoir-faire professionnel

- De sa personnalité
- Des opportunités
- Des problèmes rencontrés b- La recherche des idées

On applique les techniques de créativité à l'axe de recherche retenu :

***Le brainstorming**

Cette technique consiste à produire en groupe et spontanément le plus grand nombre possible d'idées sur un sujet donné (5 participants au minimum et idéalement 8- 12) :

- sans retenue
- sans se soucier du réalisme des idées dans un premier temps ;
- en s'interdisant toute critique, toute justification.

*** La défectuologie**

Cette technique consiste à :

- recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service ;
- les classer en fonction de critères choisis ;
- rechercher des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants.

L'espace de consommation

Pour trouver de nouvelles idées de produits ou de services, on peut également utiliser un tableau intitulé "Espace de consommation". Cet outil permet de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux.

La modification d'un des paramètres peut alors donner naissance à :

- Un produit nouveau ou à une activité nouvelle ;
- Un produit ou un service modifié pour l'adapter à un autre Marché.

Cette technique ne peut s'utiliser qu'à partir d'une activité ou d'un produit existant.

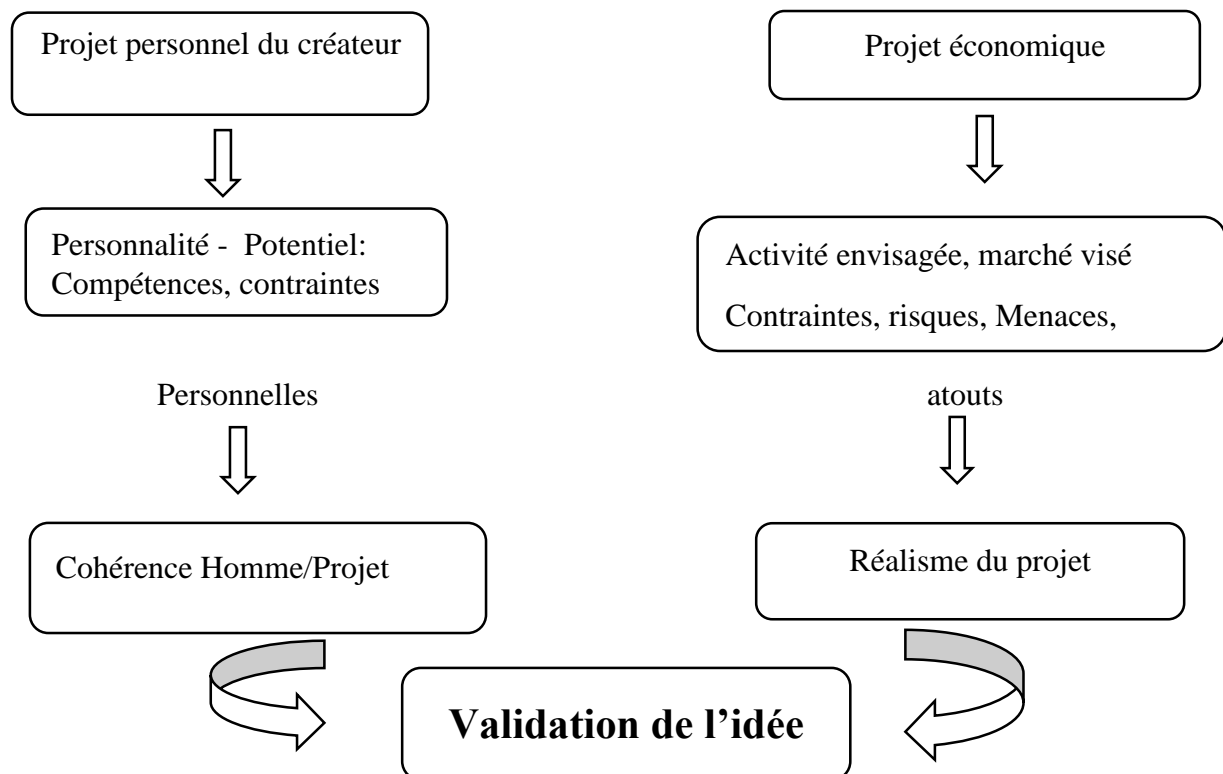
***La différenciation**

La différenciation apporte à un produit / service ou à une offre commerciale un caractère apte à se distinguer nettement des offres concurrentes. c) Sélection de certaines idées

La sélection de certaines idées se fait à travers une analyse objective et subjective du réalisme des idées en tenant compte :

- Des compétences indispensables
- Des moyens financiers, humains et techniques
- Du contexte juridique
- Du temps disponible

d) Conclusion finale sur la validation de chaque idée retenue



Les démarches administratives

Il s'agit ici de connaître les différentes relations et les formalités que l'entreprise doit accomplir pour être dans une situation régulière vis-à-vis de l'État.

Les chambres consulaires, le CEPICI, le tribunal, les impôts et la mairie, la CNPS, l'inspection du travail et des lois sociales et les ministères de tutelle.

- Choix de la forme juridique (Personnel)

- L'Immatriculation au registre du commerce (Tribunal)
- La déclaration fiscale d'existence (Aux impôts)
- Les autorisations administratives (Dans les ministères tutelles.
- L'Immatriculation à la CNPS (À la CNPS)
- Déclaration du personnel à la CNPS (À la CNPS)

L'État avec la CEPICI a mis en place des dispositions rapides facilitant la création d'entreprise.

CHAPITRE 2 : LA CREATION D'ENTREPRISE : L'ETUDE JURIDIQUE

Introduction :

La création d'entreprise nécessite la réalisation de formalités juridiques. Le créateur doit ainsi faire le choix de la forme juridique de son entreprise eu égard au domaine d'activité de celle-ci et des objectifs poursuivis.

Afin de choisir le meilleur statut juridique pour votre entreprise, il faudra analyser les avantages et inconvénients de chacun d'entre eux. Dans ce chapitre, nous allons comparer jusqu'à dans les petits détails les différentes structures juridiques caractérisant les entreprises au Togo, afin de vous aider à choisir la forme qui conviendra le mieux à votre situation

I. L'OHADA et ses domaines d'activités

Le Togo fait partie d'une organisation interétatique des États africains dénommée l'OITADA (l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique). Par conséquent, les modalités de création et de gestion des entreprises commerciales sont fixées par les dispositions du traité constitutif de l'OHADA. (www.ohada.com)

Le traité relatif à l'harmonisation du droit des affaires en Afrique a été signé le 17 octobre 1993 à Port- Louis (Ile Maurice). Ce traité a pour objectif de favoriser, sur le plan économique, le développement et l'intégration régionale, ainsi que la sécurité juridique et judiciaire de cette zone. Depuis sa création, l'OHADA a adopté huit Actes uniformes qui régissent les activités commerciales dans les États membres. Ces huit Actes uniformes portent sur les domaines suivants :

1.Droit commercial général

2.Droit des sociétés commerciales et des groupements d'intérêt économique

3.Droit des sûretés

4.Procédures simplifiées de recouvrement et voies d'exécution

5.Procédure collective d'apurement du passif

6.Droit de l'arbitrage

7.Organisation et harmonisation de la comptabilité des entreprises

8.Contrats de transport routier de marchandises

Il est très important que, en tant que commerçante, vous gardiez votre propre copie de ces Actes uniformes. Il serait utile de vous familiariser avec leurs dispositions, lesquelles régiront plusieurs aspects structurels et judiciaires de votre entreprise.

Quelle que soit l'activité qui sera exercée- industrielle, commerciale, artisanale, etc., le choix d'une forme juridique se fera entre les possibilités suivantes :

- S'immatriculer comme entreprise individuelle
- Créer une société commerciale
- Créer un groupement d'intérêt économique (GIE).

Il y a plusieurs facteurs qui influencent la décision de constituer une entreprise individuelle, de créer une société commerciale ou un GIE. Pour les commerçants qui souhaitent créer une société dans l'un des Etats membres de l'OHADA, ils seront obligés de choisir l'une des formes prévues par l'Acte uniforme sur le droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique (GIE). Adopté le 17 avril 1997, cet acte prévoit les règles de fonctionnement des sociétés commerciales et des GIE.

La forme et le statut juridique de votre entreprise vont déterminer :

- ✦ Le capital minimum exigé pour le démarrage de l'entreprise
- ✦ Les frais et procédures impliqués dans l'immatriculation de l'entreprise ✦ Les risques financiers associés
- ✦ Le montant des impôts que vous serez tenue de verser
- ✦ Si vous serez responsable indéfiniment des dettes sociales
- ✦ Le processus de prise de décision
- ✦ Ce qui arriverait en cas du décès ou de l'absence de l'un des propriétaires ou associés

Afin de choisir le meilleur statut juridique pour votre entreprise, il faudrait analyser les avantages et inconvénients de chacun d'entre eux. Dans ce chapitre, nous allons comparer le

détail de chaque type de structure juridique des entreprises au Togo, afin de vous aider à choisir la forme qui conviendrait le mieux à votre situation.

Nous procédons maintenant à l'analyse et à la comparaison des huit types d'entreprises autorisés par l'OHADA :

II. Comparaison des types d'entreprises autorisés par l'OHADA

- ✦ Entreprise individuelle
- ✦ SNC : Société en nom collectif
- ✦ SCS, Société en commandite simple
- ✦ SARL Société à responsabilité limitée
- ✦ SA Société anonyme
- ✦ Société en participation
- ✦ Société de fait
- ✦ GIE : Groupement d'intérêt économique

Il est à noter que la SNC et la SCS ne sont pas des formes typiquement rencontrées au Togo. Une explication de leur structure juridique est incluse dans ce chapitre, sans pour autant qu'on en fasse mention dans la suite du manuel.

A- Entreprise individuelle

Il s'agit ici d'une entreprise individuelle est une entreprise qui appartient à une seule personne, c'est-à-dire, à une personne physique. C'est est la forme d'entreprise la plus simple et la plus répandue. Dans ce genre, le propriétaire seul exerce tous les pouvoirs d'administration et de gestion. Il/elle en rapporte retire personnellement tous les bénéfices, mais en même temps reste sans limitation responsable des dettes sociales. Cette structure est à conseiller lorsque les risques de l'activité sont peu importants et les investissements limités. Suivent ci-dessous quelques avantages et inconvénients de l'entité dite entreprise individuelle :

Avantages	Inconvénients
- Contrôle total de l'affaire par l'entrepreneur	- Responsabilité illimitée des dettes de l'entreprise par l'entrepreneur
- Absence de partage des bénéfices	- Risque de disparition de l'entreprise avec le décès de l'entrepreneur
- Souplesse et rapidité des prises de décision	- Faible crédibilité vis-à-vis des partenaires
- Pas de notion de « capital social »	- Forme juridique empêchant la participation
- Pas d'apport	

B- Les Sociétés commerciales

Créer une société consiste à donner naissance à une personne morale, une entité artificielle créée conformément à la législation en vigueur. Elle est juridiquement distincte des associés fondateurs et a des droits et des devoirs similaires à ceux des personnes naturelles.

La structure de la société commerciale exige beaucoup plus que ne le fait l'entreprise individuelle. Pour être légalement reconnue et pour bien fonctionner, la société commerciale nécessite :

- Un nom, désigné communément la dénomination sociale ou raison sociale
- Un domicile ou siège social
- Un minimum d'apports, désigné le capital social qui constituent son patrimoine initial permettant de faire face à ses premiers investissements et premières dépenses
- La désignation d'un ou de plusieurs dirigeants, chargés de l'administration quotidienne
- La création des statuts, qui établissent les règles de la société et qui régissent son fonctionnement.

Toutes les sociétés sont désignées par une dénomination sociale qui doit être immédiatement précédée ou suivie des mots ou du sigle indiquant leur statut juridique, par exemple, SCS, SNC,

SARL, etc. Dans toutes les sociétés, sauf celles qui sont unipersonnelles (on va en parler tout à l'heure), les décisions mentionnées ci-dessus devraient être prises en étroite collaboration de tous les associés.

1- SNC, Société en nom collectif

S'agissant de la société en nom collectif (SNC), tous les associés sont commerçants et répondent sans limitation et solidairement aux dettes sociales. Cette structure est utile pour les commerçants qui désirent une société fermée composée uniquement de personnes qu'ils connaissent bien et en qui ils ont confiance. La SNC n'a pas de capital social minimum, mais doit être constituée par au moins deux associés, qui peuvent être des personnes physiques ou morales. Chaque associé peut faire au profit de la société, un apport en numéraire, en industrie ou en nature.

Quoique la gestion de la SNC soit souple, les associés sont toutefois obligés de tenir une assemblée générale (AG) au moins une fois par an. Lors des AG, tous les associés se réunissent pour prendre les grandes décisions, dont, par exemple, la modification des statuts, l'approbation des comptes, etc... La SNC peut avoir un ou plusieurs gérants, mais si la structure de la gestion n'est pas précisée dans les statuts, tous les associés agissent au nom et pour le compte de la société. Suivent les avantages et inconvénients de la SNC :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Aucun capital minimum n'est exigé - Elle peut être créée par deux associés ; - La gestion est souple - Des apports en numéraire et en industrie sont autorisés 	<ul style="list-style-type: none"> - Les associés sont sans limitation et solidairement responsables des dettes sociales de la société - Les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés - La retraite ou le décès d'un associé, entraîne
Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Aucun capital minimum n'est exigé - Elle peut être créée par deux associés ; - La gestion est souple - Des apports en numéraire et en industrie sont autorisés 	<ul style="list-style-type: none"> - Les associés sont sans limitation et solidairement responsables des dettes sociales de la société - Les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés - La retraite ou le décès d'un associé, entraîne

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Aucun capital minimum n'est exigé - Elle peut être créée par deux associés ; - La gestion est souple - Des apports en numéraire et en industrie sont autorisés 	<ul style="list-style-type: none"> - Les associés sont sans limitation et solidairement responsables des dettes sociales de la société - Les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés - La retraite ou le décès d'un associé, entraîne la dissolution de la société
Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Aucun capital minimum n'est exigé - Elle peut être créée par deux associés ; - La gestion est souple - Des apports en numéraire et en industrie sont autorisés 	<ul style="list-style-type: none"> - Les associés sont sans limitation et solidairement responsables des dettes sociales de la société - Les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés - La retraite ou le décès d'un associé, en

2- SCS : Société en commandite simple

La société en commandite simple (SCS) est une structure juridique au sein de laquelle j coexistent deux catégories distinctes d'associés, à savoir :

- Les associés commandités qui ont la responsabilité indéfinie et solidaire des dettes sociales •
- Les associés commanditaires (en commandites), qui ont la responsabilité seulement dans la limite de leurs apports.

Pour créer une SCS, il faut deux associés au minimum, un commandité et un commanditaire. Cette structure est conseillée à ceux souhaitant mettre en place une collaboration à au moins deux, dont F un qui s'est formé des idées et s'intéresse à prendre des risques, et un autre qui désire y injecter des capitaux mais qui est prêt à renoncer à son droit de contrôle sur la gestion pour limiter sa responsabilité.

La SCS n'exige aucun capital minimum. Les statuts précisent le montant ou la valeur des apports des associés, ainsi que la part apportée par chaque associé commandité ou commanditaire. Les apports en industrie sont limités aux seuls commandités. Les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés.

Dans la société en commandite simple, tout acte de gestion externe est effectué par les associés commandités ou par les gérants désignés par eux ; il est interdit aux commanditaires d'y

participer. Les associés commandités détiennent les mêmes pouvoirs que le font les associés d'une SNC. A l'instar de la SNC, la SCS doit convoquer une assemblée générale (AG) au minimum une fois par an. Lors des AG, tous les associés se réunissent pour prendre les grandes décisions, par exemple la modification des statuts, l'approbation des comptes, etc... Nous présentons ci- dessous les avantages et inconvénients de la SCS :

Avantages	Inconvénients
- Aucun capital minimum	- Difficulté de cession des parts sociales
- Pas de délai de libération des apports	- La gestion est assurée uniquement par les commandités
- Les grandes décisions sont prises en AG - La gestion est assurée uniquement par les associés commandités	- Les commandités sont indéfiniment et solidairement responsables des dettes sociales de l'entreprise et des commanditaires
- Le décès d'un associé commanditaire n'entraîne pas la dissolution de la société	Le décès d'un associé commandité, s'il était le seul, nécessite son remplacement par un nouvel

3- SARL Société à responsabilité limitée

Au sein de la SARL, ou société à responsabilité limitée, les associés ne sont responsables des dettes sociales que jusqu'à concurrence de leurs apports. Le capital est divisé en parts sociales. Cette structure permet de limiter la responsabilité des associés, tout en assurant la pérennité de l'entreprise. C'est une structure juridique très répandue qui convient bien aux personnes désirant se livrer à une exploitation commerciale sans assumer personnellement la qualité de commerçant. Il faut au moins deux associés pour créer la SARL Le capital social de la SARL doit être de 1.000.000 francs CFA, qui doivent être libérés intégralement au moment de la constitution de la SARL. Ce capital sera divisé en parts sociales égales dont la valeur nominale ne peut être inférieure à 5.000 francs. Les apports peuvent être en numéraire ou en nature.

La direction compte un ou plusieurs gérants, associés ou non, mais obligatoirement des personnes physiques. Tout gérant est nommé par les statuts ou par assemblée générale. Il détient les pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société, sous réserve des pouvoirs attribués aux assemblées générales. Tous les associés se réunissent en assemblée générale (AG) au minimum une fois par an pour prendre les grandes décisions, dont la modification des statuts, l'approbation des comptes, etc...

Il y a deux types d'assemblées générales, à savoir 1) ordinaire et 2) extraordinaire :

- Attributions de l'assemblée générale ordinaire-, statuer sur les états financiers de synthèse de l'exercice écoulé ; autoriser la gérance des opérations subordonnées dans les statuts à l'accord préalable des associés ; procéder à la nomination et au remplacement des gérants et, le cas échéant, du commissaire aux comptes ; approuver toute convention entre la société et l'un quelconque de ses gérants.

- Attributions de rassemblée générale extraordinaire. L'assemblée générale extraordinaire a compétence pour modifier les statuts de la société.

La nomination d'un commissaire aux comptes est facultative. Elle devient obligatoire dans l'un des cas suivants-,

- capital social supérieur à 10.000.000 CFA
- chiffre d'affaires supérieur à 250.000.000 CFA
- effectif permanent supérieur à 50 personnes

La société unipersonnelle à responsabilité limitée (SURL)

C'est une SAKL constituée par un seul associé. Elle est soumise aux mêmes règles que celles régissant la SARL, à cette différence presque toutes les décisions sont prises par l'associé unique.

Le tableau ci- après présente les avantages et inconvénients de la SARL et de la SURL :

Avantages	Inconvénients
Responsabilité limitée aux apports	Libération du capital social quel que soit son montant
Gestion plus souple	Associés ne peuvent céder librement leurs parts sociales
Société pourra survivre en cas du décès d'un : associé	Société soumise à l'impôt sur les sociétés
Capital social minimum exigé n'est pas très <i>Jime</i>	1.000.000 CFA minimum, qui doivent être libérés intégralement au moment de la constitution de la SARL ou de la SURL
Pour la SURL, contrôle total de l'affaire par l'associé unique, sans partage des bénéfices	

4- S.A : Société anonyme

La société anonyme (S.A.) est une société de capitaux dont le capital est divisé en actions.

Les associés de la SA, les actionnaires, ne supportent leurs pertes qu'à concurrence de leurs apports. Les droits des actionnaires sont matérialisés par les actions, dont le montant minimum est de 10.000 F CFA. La société anonyme est ainsi dénommée parce que sa dénomination sociale ne révèle pas le nom des actionnaires.

La SA peut être créée moyennant le concours de deux associés (ou un associé unique pour ce qui est de la société anonyme unipersonnelle, qui sera décrite plus tard) au minimum et exige un montant du capital de 10.000.000 CFA. Il y a deux manières de constituer une SA, 1) en lançant un appel public à l'épargne, ou 2) en ne pas lançant un appel de ce genre. Le capital minimum est de 10.000.000 F CFA si la société ne fait pas d'appel public à l'épargne et 100.000.000 F CFA si elle le fait.

La gestion de la SA est plus complexe que ne Pest celle des autres types de société. Pour les SA composées de plus de 3 personnes, on marque une distinction entre l'administration et la direction. Les différents rôles se répartissent entre :

- ✦ Le Conseil d'administration (CA) composé de 3 à 12 membres, détient les pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société. Il précise les objectifs de la société et l'orientation qui doit être donnée à son administration. Il exerce un contrôle permanent de la gestion telle qu'assurée par le PDG ou le DG
- ✦ Le Président du CA préside les réunions du CA et les assemblées générales,
- ✦ Le Directeur Général (DG) est nommé par le conseil d'administration et assure la direction générale de la société
- ✦ Le Président- Directeur Général (PDG) est le titre attribué au président du CA lorsqu'il/elle exerce les fonctions du DG assorties de celles du président du CA Pour toute SA dont le nombre d'associés est inférieur à trois, on voit plus souvent la désignation d'un seul administrateur général.

La SA convoque annuellement des assemblées générales. La nomination de commissaires aux comptes est obligatoire dès la constitution de la SA.

Le tableau ci- après expose les avantages et inconvénients de la SA :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Risque partagé entre les associés - Responsabilité des associés strictement limitée au montant de leurs apports - Facilité et souplesse de transmission des actions - Crédibilité vis- à- vis des partenaires (banquiers, clients, fournisseurs...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital social minimum exigé plus important que pour les autres formes juridiques - Procédure de constitution assez longue (3 à 6 semaines) avec des coûts élevés - Instabilité du président (révocation sans préavis et sans indemnité par le conseil d'administration) - Société soumise à l'impôt sur les sociétés

La société anonyme unipersonnelle est une S.A. constituée d'un seul actionnaire. Elle est soumise aux mêmes règles que celles régissant la SA, mais l'associé unique est seul responsable des dettes sociales jusqu'à concurrence de ses apports. La S.A. unipersonnelle est dirigée par l'associé unique, qui prend le titre d'administrateur général. En tant que tel, il assume sous sa responsabilité l'administration et la direction générales de la société. Il est investi des pouvoirs

les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société. Suivent les avantages et inconvénients de la SA unipersonnelle :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilité de l'associé unique strictement : limitée au montant de son apport ; - Contrôle total de l'affaire par l'associé unique ; - Absence de partage des bénéfices 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital social minimum exigé plus important que celui des autres formes juridiques - Procédure de constitution assez longue (3 à 6 semaines) avec des coûts élevés - Société soumise à l'impôt sur les sociétés

5- Société de fait et Société en participation

La société de fait et la société en participation sont pratiquement inexistantes dans le cadre des activités commerciales réalisées au Togo. Les petites et moyennes entreprises et | les microentreprises sont plutôt érigées sous forme de groupement d'intérêt économique ! (GIE) ou de société à responsabilité limitée. La société de fait est constituée en l'absence de formalités légales et parfois sans acte écrit. Son existence n'étant déduite que du comportement des parties, il n'existe pas de cadre légal de sa constitution. Elle est donc régie par la volonté des associés (au nombre de deux au moins) et matérialisée par un contrat dont la forme et le contenu sont laissés à la libre appréciation des signataires. La Société en participation naît de la volonté des associés, qui conviennent librement de l'objet, de la durée, des conditions de fonctionnement, des droits des associés et de la finalité j la société.

Elle est donc fondée sur l'autonomie de la volonté : c'est la règle de la liberté contractuelle qui s'y applique, et non la législation en vigueur. Par conséquent, les parties ne sont pas soumises à la rigueur de la loi. Les associés sont à l'abri des poursuites lorsqu'un | autre associé ou le gérant fait écran entre eux et des tiers. Sont exposés ci- dessous les avantages et inconvénients de la société de fait et la société en participation :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - La simplicité, la discrétion, la souplesse de constitution comme de fonctionnement - Constituée au mépris des formalités légales et parfois sans acte écrit - Son existence est déduite du comportement des parties 	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque associé peut être tenu indéfiniment et solidairement des engagements des autres - Leurs propres biens ne sont donc pas à l'abri des créanciers de la société poursuites - Elle n'a pas de personnalité morale parce qu'elle est non immatriculée

6- Groupement d'intérêt économique (GIE)

Le GIE est un groupement qui permet à plusieurs entreprises préexistantes de se regrouper pour faciliter ou développer leur activité économique, tout en conservant leur indépendance. Il se distingue des autres types de société par le fait que, bien que le GIE soit une personne morale, au lieu d'avoir pour objectif de poursuivre une activité professionnelle nouvelle, il se propose de faciliter l'exercice de l'activité de ses membres. Le GIE est la structure juridique la plus commune choisie par les femmes chefs d'entreprises.

Le GIE peut être créé sans capital et avec un minimum de deux personnes physiques ou morales. Si le GIE est créé avec un capital, chaque associé peut faire des apports en numéraire et/ou en nature, pour lesquels il n'y a pas de minimum. Si le GIE n'a pas de capital, il fonctionne en tant qu'association. Les membres sont tenus pour responsables des dettes du groupement en faisant appel à leur patrimoine propre. Ils agissent solidairement quant au remboursement des dettes du GIE, sauf si une convention avec un tiers particulier limite cette responsabilité.

L'administration du GIE est librement organisée par les statuts du GIE, ou, à défaut, par l'assemblée générale composée de ses membres. La nomination des dirigeants, la durée de leurs fonctions, et leur responsabilité sont précisées par les statuts. Il est loisible au GIE d'accepter l'adhésion de nouveaux membres ; de même, les - membres existants peuvent démissionner dans les conditions prévues par les statuts. La désignation d'un commissaire aux comptes n'est pas obligatoire.

Le tableau suivant expose les avantages et inconvénients du GIE.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">- Peut être créé sans capital- Délai de constitution rapide- Coût de constitution faible par rapport aux sociétés- Les membres déterminent librement le mode de fonctionnement du GIE	<ul style="list-style-type: none">- Responsabilité des membres du GIE qui sont tenus pour responsables des dettes du groupement en faisant appel à leur patrimoine propre. Ils agissent solidairement quant au remboursement des dettes du groupement, sauf Convention contraire avec un tiers cocontractant.- GIE ne peut, par lui-même, avoir pour but la recherche et le partage de bénéfices

Telle est la liste des types d'entreprises autorisés sur le territoire des Etats membres de l'OHADA.

Les entreprises les plus souvent mises sur pied au Togo, sont :

- Entreprise individuelle
- SARL ; Société à responsabilité limitée et SURL : Société unipersonnelle à responsabilité limitée
- SA ; Société anonyme et SAU : Société anonyme unipersonnelle
- GIE ; Groupement d'intérêt économique

CHAPITRE 3 : LA CREATION D'ENTREPRISE : LE BUSINESS PLAN

Introduction :

Il est important que le candidat à la création d'une entreprise élabore un plan de développement de son affaire (entreprise).

Dans ce chapitre, nous parlerons du plan d'affaire (ou business plan), de ses composantes et de son rôle dans la démarche de création.

I- Le projet

Le plan de développement de votre entreprise (Business plan)

a. Page de couverture : Celle-ci tient lieu de la page de titre. Vous devriez citer les informations suivantes

- Raison sociale, adresse et numéro de téléphone de votre entreprise
- Noms et prénoms, fonctions et numéro de téléphone du propriétaire et des dirigeants de l'entreprise
- Mois et année où vous avez préparé votre plan
- Nom et prénoms de la personne qui a rédigé le plan.

b. Résumé analytique : Il s'agit ici d'exposer, dans le cadre d'une brève vue d'ensemble d'un ou de deux pages, le contenu de votre plan de développement. Vous devriez esquisser votre style de gestion, vos points forts et objectifs, ainsi que les raisons pour lesquelles votre fonds de commerce finira par réussir. Il faudrait que les objectifs soient clairement exposés et

intéressants pour le lecteur. Dans le cas où vous vous cherchiez à vous faire accorder un emprunt ou à financer un crédit, ce résumé devrait indiquer les raisons pour lesquelles vous demandez un financement, le montant ainsi sollicité et les modalités de remboursement du prêt ou des fonds ¹ consentis par l'investisseur en question.

C'est parce que cette section constitue la récapitulation du plan de développement tout entier qu'on établit toujours ce résumé en tout dernier lieu, c'est-à-dire, après la rédaction des autres : éléments du plan.

c. Vue d'ensemble sur l'entreprise : Il faut résumer les aspects critiques suivants de votre entreprise :

- Description de l'entreprise : Dans plusieurs paragraphes brefs, décrire votre entreprise, ses antécédents historiques et son caractère unique.
- Cahier des charges : Un bon cahier des charges (déclaration de la mission de l'entreprise) ; devrait doter l'entreprise concernée d'une vision et d'une orientation professionnelle pour les 5 à 10 ans à venir, sans qu'on soit obligé de le modifier tous les deux ou trois ans. Il définit la raison d'être de votre entreprise, cependant qu'il invite les employés et la direction à s'efforcer de conserver, voire de renforcer, la position concurrentielle spécifique de celle-ci. Comme il est difficile de bien rédiger un cahier des charges, vous devriez y consacrer suffisamment de temps, en animant des séances de remue-méninges avec votre personnel.
- Buts à court et à long terme : Tout d'abord, il faut répondre à la question suivante : "Quel est votre métier ?" Rappelez-vous non seulement que la façon dont vous caractérisez votre fonds de commerce influe sur le positionnement de marché de votre entreprise, mais aussi que cette caractérisation sera pour beaucoup dans le succès de cette dernière. Après avoir répondu à cette question, vous êtes conseillée d'énumérer et de définir vos objectifs à court et à long terme (en vous rappelant que les objectifs à court terme conduisent inévitablement à des objectifs à long terme).
- Descriptif des produits et des services proposés : Fournir un descriptif technique du produit ou service que vous proposez, y compris
 - Brève description des produits ou services concurrentiels

- Différences entre votre produit et ceux de vos concurrents (caractères uniques, brevet d'invention, connaissances spéciales, formation particulière, ...)
 - Raisons pour lesquelles les clients souhaiteront acheter votre produit/service, c'est- à- dire, l'argument de vente)
 - Mode de fabrication du produit
 - Avantages et inconvénients (et comment vous allez y remédier) de votre produit
 - Capacité de production et délais de réalisation (actuels et prévisionnels)
 - Prix de vente
 - Certifications ou permis prescrits ou obtenus en vue de se conformer aux normes de qualité du secteur
- Structure juridique : La structure juridique définit le type d'entreprise que vous dirigez, qu'elle soit un établissement de détail, en gros, de fabrication, de service ou de développement de projet. Indiquez-s'il agit d'une nouvelle entreprise ou de l'extension de votre fonds de commerce. Il convient également de citer dans leurs grandes lignes les antécédents de l'entreprise lorsque vous mentionnez le statut juridique de celle- ci (par exemple, entreprise unipersonnelle, société en nom collectif ou co- entreprise).
 - Propriétaires principaux. Enumérez les propriétaires principaux, y compris les fondateurs, investisseurs, employés supérieurs et administrateurs. Vous devriez les identifier, en précisant leurs contributions, leur formation, leur expérience dans le secteur concerné, ainsi que le rôle qu'ils jouent dans la gestion de l'entreprise.
Enumérez également toute association ou relation d'affaires que vous auriez nouée afin d'augmenter la rentabilité de votre entreprise.
 - Emplacement et installations : Décrire toutes les installations physiques connexes et l'emplacement de ces dernières. Détailler le matériel et les procédés de fabrication/production que vous utilisez pour produire le produit en question. Outre les adresses elles- mêmes, vous devriez indiquer en quoi vos installations répondent à vos besoins commerciaux et à vos heures d'ouverture.
 - Gestion : Dressez la liste des dirigeants, en précisant leurs fonctions, compétences et salaires prévus.

- Personnel Enumérez vos employés, leurs postes, fonctions, aptitudes et salaires/rémunération. Il convient également de présenter les prévisions d'embauche.

d. Plan et stratégie de marketings Expliquer comment vous entendez assurer l'écoulement de votre produit ou service, en identifiant la clientèle ciblée et en précisant les moyens de publicité que vous voudriez utiliser.

- Vue d'ensemble et objectifs de votre stratégie de marketing. Résumez brièvement les buts de votre stratégie de marketing et les objectifs spécifiques y correspondant.

• Branche d'activité : Cette section, qui se présente normalement en deux parties, constitue la première composante de votre analyse de marché. Elle fournira une vue d'ensemble sur la branche d'activité concernée, en comportant un bref résumé de la position de votre entreprise par rapport à d'autres établissements proposant un produit identique ou comparable. Une vue d'ensemble de ce genre comprendra les éléments suivants

- Taille de la branche d'activité
- Secteurs appartenant à cette branche d'activité
- Portée géographique
- Variété des produits et produits/services complémentaires
- Acteurs principaux et profils de clientèle
- Marchés et clients inclus dans la branche d'activité
- Niveau de compétitivité dans la branche d'activité concernée (élevé, moyen ou faible) et l'existence d'obstacles entravant l'entrée dans le secteur
- Estimation du chiffre d'affaires de la branche d'activité pour l'année en cours, l'année écoulée et prévisionnel
- Tendances économiques, sociales ou politiques influant sur cette branche d'activité et les influences qu'exercent celles-ci
- Analyse des perspectives à long terme.

On peut s'informer de la branche d'activité choisie en s'entretenant avec des clients, en se procurant des données et statistiques auprès des organismes d'Etat compétents, en ligne et aux salons interprofessionnels, et en examinant les produits concurrentiels.

Il est également possible de tirer des aperçus de groupes de discussion. Vous pourriez vous poser les questions suivantes pour savoir comment votre entreprise pourra s'insérer dans la branche d'activité souhaitée :

- Quels produits/services sont écoulés par les soins de votre entreprise ?
- Quels sont vos concurrents et quelle est la part de marché de chacun d'entre eux ?
- Qu'est-ce qui fait la différence entre votre entreprise et vos concurrents ? Quel est votre avantage concurrentiel ?
- Si vous venez juste de lancer votre activité, quels sont les obstacles qui entravent votre entrée dans le secteur ciblé ? - Quel est votre marché cible ?
- Quelle stratégie proposez-vous pour vous tenir au courant des tendances du secteur et pour devancer vos concurrents ?

* Analyse de marché et concurrence : Identifier votre marché ciblé, soit les gens auxquels vous allez vendre votre produit ou service, ou, en d'autres termes, vos clients. Il importe ici de préciser les éléments suivants

- Définition des marchés cibles : En général, il convient de connaître le plus possible concernant vos clients. En effet, tout effort de recherche que vous déploierez vous permettra de sonder leurs préférences, habitudes d'achat et attitudes relatives à vos produits et prestations, ainsi que leurs tendances d'achat futures (c'est-à-dire, leur décision d'acheter à l'avenir ce produit à une fréquence identique, plus élevée ou moindre). Ces informations vous aideront à positionner votre produit, non seulement en vue de gagner une part de marché accrue, mais également pour encourager de nouveaux clients. Un effort de recherche mené parmi vos clients s'avère indispensable afin d'assurer votre succès. Parmi les facteurs à considérer, on peut citer l'âge, le sexe, les sites et lieux de résidence, les revenus, le niveau d'éducation, le mode de vie, les développements susceptibles d'avoir une incidence sur les tendances de la clientèle et, enfin, la classification des clients (particuliers, marchands en gros, secteur privé, organisations, détaillants ou collectivités).
- Analyse prévisionnelle., Sur la base des recherches conduites sur vos marchés cibles, calculez le volume de votre produit que, à votre avis, vous pourrez écouler, et ce, en déterminant le volume de produits comparables déjà mis sur le marché, le nombre d'individus qui achètent

actuellement ce produit (estimation bien fondée) et en sachant si le marché est susceptible de se développer. En disposant de telles informations, vous serez en mesure de mieux déterminer les tendances de marché escomptées, à savoir votre part de marché pour l'année à venir, le pourcentage d'acheteurs réguliers, le nombre de nouveaux clients, la fréquence d'achat et les préférences de la clientèle. De plus, vous serez mieux fondée à embaucher des employés supplémentaires, à accélérer la cadence de la production, à développer de nouvelles gammes de produits ou à élargir votre marché cible actuel,

- Concurrents : Comme il a été dit plus haut, évaluer vos concurrents influe de manière importante sur votre capacité pour décider des mesures stratégiques en vue du positionnement de votre produit ou de la modification de celui-ci pour qu'il reste compétitif. Vous pourrez, par exemple, mener cette évaluation en achetant des échantillons desdits produits pour ensuite les mettre à l'essai en les comparant au vôtre. En ce faisant, il faudrait considérer attentivement le prix, la qualité et le fonctionnement. Il conviendrait aussi d'énumérer vos concurrents et leurs produits. A côté de chacun de ces derniers, mettez une brève description, en commentant les points forts et faibles. Mettez également par écrit vos observations quant aux chiffres d'affaires de ces produits et des vôtres et aux différences entre ceux-ci.

- Stratégie de marché : Expliquer la méthodologie de vente de votre produit en vue de parvenir à la croissance et la rentabilité durables à long terme. Dans cette section, il faut inclure les éléments suivants :

- Description générale : Quel pourcentage de votre budget sera alloué à la stratégie de marché ? Réfléchissez bien à ce point, en cherchant à savoir si ce montant s'avère raisonnable à la lumière des demandes du marché et des efforts de vos concurrents.
- Ventes et distribution : Dans quels endroits et à l'aide de quelles méthodes allez-vous écouler votre produit (par exemple, dans des magasins de vente au détail ou kiosques, par catalogue, sur le plan international ou régional, en ligne sur des sites Web commerciaux, ...)? Enumérez les moyens de promotion/de publicité dont vous entendez faire usage, y compris contacts personnels, agents ou courtiers d'import-export, Internet, brochures, dépliants, journaux et autres publications, TV/radio, Gouvernement américain, associations professionnelles, catalogues, salons, ...

- Mesures d'encouragement/promotionnelles : Si vous dirigez une nouvelle entreprise ou que vous avez un nouveau produit, vous devriez arrêter les moyens de diffusion d'information que vous voudriez utiliser. Bien des entrepreneurs distribuent des échantillons gratuits ou des coupons de remise lors de la première commande placée. Il est conseillé d'ouvrir vos locaux au grand public ou d'organiser dans vos bureaux une petite fête pour de futurs clients. De plus, il serait bon de mettre sur pied un site Web attrayant et instructif.
- Conditionnement : Le conditionnement constitue souvent un outil de commercialisation stratégique, car c'est la première chose que voit le consommateur. Pour les entreprises dont les concurrents commercialisent ces produits similaires, le conditionnement sert à marquer la distinction entre ces derniers et votre produit. Parmi les éléments à considérer, on peut citer la qualité, la solidité, l'attrait et les exigences particulières nécessitées par certains articles (par exemple, les produits agrichés).
- Etiquetage : L'étiquetage est tout aussi important, et notamment si vous avez des clients à l'étranger. Or, certains pays, dont les Etats- Unis, ont promulgué des exigences d'étiquetage de produit, surtout en ce qui concerne les produits agricoles. En règle générale, le label, qui doit présenter un caractère créatif, comportera, outre le nom du produit, les coordonnées de votre entreprise. On voudra peut- être y inscrire aussi la taille, le poids, la certification, la composition, la date d'expiration, les indications relatives à l'entretien ou de la manutention et le pays d'origine. De plus, de nombreux fonds de commerce se servent et d'un label et d'une étiquette. Cette dernière, qui est de plus grand format, permettra de fournir de plus amples renseignements et d'assurer une utilisation plus créative de couleurs et de logos de marketing.

II- Les outils de gestion du temps

1- La planification

Ordonnancer des activités, les planifier, c'est les répartir dans le temps de façon à tenir les délais imposés et à optimiser l'utilisation des moyens : hommes, machines. La planification définit la situation future d'après les résultats à obtenir, en tenant compte des ressources disponibles en matériels et personnel.

Elle se décline en trois étapes :

Définir les tâches et préciser le délai d'exécution	Ordonnancer les tâches : les répartir dans le temps	Suivre la réalisation et faire face à l'imprévu
<ul style="list-style-type: none"> • Quel travail à exécuter ? • Quel volume (nombre de documents...) ? • Quelle difficulté ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Comment réaliser la planification ? • Quelles sont les tâches les plus urgentes ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Le planning est-il respecté ? • Comment faire face aux imprévus. Absences, pannes, urgences
•De quel délai dispose- t- on ?	<ul style="list-style-type: none"> •Quelles sont les priorités ? •Quelles sont les antériorités ? 	

2- Les agendas

Pour les activités courantes, l'indispensable agenda- papier sert d'aide- mémoire et de base pour l'organisation du travail. C'est l'outil de planification le plus courant. L'agenda électronique peut être à usage individuel ou à usage collectif. C'est alors un agenda classique tenu sur ordinateur. Les plannings et échéanciers Un planning permet de

- Visualiser les prévisions concernant l'exécution d'un travail, le déroulement d'une activité,
- Suivre l'exécution des différentes phases,
- Réaliser des contrôles sur l'avancement des travaux.

3- Le diagramme de GANTT

Le diagramme de Gantt, couramment utilisé en gestion de projet, est l'un des outils les plus efficaces pour représenter visuellement l'état d'avancement des différentes activités (tâches) qui constituent un projet. La colonne de gauche du diagramme énumère toutes les tâches à effectuer, tandis que la ligne d'en- tête représente les unités de temps les plus adaptées au projet (jours, semaines, mois etc.). Chaque tâche est matérialisée par une barre horizontale, dont la position et la longueur représentent la date de début, la durée et la date de fin. Ce diagramme permet donc de visualiser d'un seul coup d'œil :

- Les différentes tâches à envisager
- La date de début et la date de fin de chaque tâche

- La durée escomptée de chaque tâche
- Le chevauchement éventuel des tâches, et la durée de ce chevauchement
- La date de début et la date de fin du projet dans son ensemble

En résumé, un diagramme de Gantt répertorie toutes les tâches à accomplir pour mener le projet à bien, et indique la date à laquelle ces tâches doivent être effectuées (le planning).

4- La méthode TEMPS

T : Tout noter de ce que l'on veut faire (activités, rendez- vous...)

E : Estimer la durée de chaque activité prévue (temps nécessaire)

M : Ménager un temps de battement pour pouvoir intégrer les imprévus P : Poser ses priorités, supprimer ce qui doit être

S : S'assurer que tout a été fait, reporter à une date ultérieure ce qui n'a pas pu être fait. C-
Le networking

Voici un processus d'étapes simples et pratiques qui vous permettront de démarrer votre entreprise. Il faudra le pratiquer dans une relation du donner et du recevoir. Il pourra être votre En établissant le réseautage, vous tissez votre toile relationnelle.

- Élaborez votre approche » créez un lien. Incitez votre interlocuteur à s'intéresser à vous et à ce que vous avez à dire.
- Établissez un objectif : Repartir avec l'information désirée (mail, téléphone. Rendez-vous). - Connaissez vos forces et faiblesses : Avoir un discours pré conçu de votre parcours et de vos forces et faiblesses et être capable de dévoiler suffisamment d'informations pour donner envie à votre interlocuteur d'aller plus loin.
- Soyez à l'écoute : Être capable d'écouter sans interrompre et de rebondir sur les informations importantes.
- Concluez votre approche : Confirmer votre rendez- vous, votre remise en contact ou votre besoin d'assistance.
- Entretenez votre réseau : Entretenir son réseau ne signifie pas simplement rencontrer des professionnels. Il s'agit également de rendre service, de vous intéresser.

CHAPITRE 3 : LA CREATION D'ENTREPRISE : LES VALEURS POUR ENTREPRENDRE

Introduction :

L'entrepreneur doit se connaître, connaître ses qualités et ses défauts.

Dans ce chapitre, nous allons aborder les valeurs nécessaires et indispensables pour entreprendre.

I- Se connaître

1- Se connaître pour entreprendre

Se connaître pour un entrepreneur est une démarche de découverte de soi. Car la réussite d'une entreprise est en partie liée à la personnalité surtout aux qualités de ses dirigeants. Alain JUVENON, Jean- Marc LIARD, Etienne ROY dans leur livre « Bien se connaître pour entreprendre, Testez vos capacités de créateur » insistent fortement sur cette étape en mettant l'accent sur l'aspect humain et personnel de l'entrepreneur. Avec eux, nous soutenons que cette démarche est primordiale. Il est important de se poser les bonnes questions sur soi-même avant de construire son projet de création. Cette analyse vous permettra de bien définir vos aspirations et vos motivations. Ainsi, vous pourrez définir vos envies et ce que vous n'avez pas envie de faire. Cette étape permettra de choisir si vous vous engager dans l'entrepreneuriat ou pas.

La connaissance de soi est une démarche qui permet à l'entrepreneur de savoir ce qu'il est et ce qu'il peut ; elle le sauve des illusions souvent funestes qu'il se fait sur lui-même. "N'est-il pas évident, cher Xénophon, dit Socrate, que les hommes ne sont jamais plus heureux que lorsqu'ils se connaissent eux-mêmes, ni plus malheureux que lorsqu'ils se trompent sur leur propre

compte? Cette interrogation nous invite encore à nous évaluer pour ne pas nous méprendre sur nous- mêmes.

Nombreux sont ceux qui font fi de cette étape pour se lancer dans l'entrepreneuriat. Quand ils rencontrent des difficultés, ils baissent les bras. L'autoévaluation est un moyen important pour connaître ses forces et ses faiblesses. Si une activité ne vous convient pas, vous risquez non seulement de tourner en rond mais aussi de vous fatiguer inutilement. Car vous n'avez pas les aptitudes et de talents nécessaires.

2- Créez en fonction de votre compétence

Votre projet doit vous correspondre. Il doit être en adéquation avec votre personnalité, vos envies et vos valeurs. Au moment de votre choix entrepreneurial, il est important que les hommes qui seront vos collaborateurs partagent votre vision de l'entrepreneuriat et vos valeurs. Pour qu'il y ait une adéquation entre votre projet d'entreprendre et vous- même, il faut se poser des questions. Dans les toutes premières étapes d'une démarche entrepreneuriale réussie, il faut s'accorder le temps nécessaire pour réfléchir. Il est important et même urgente de se demander si votre projet est en adéquation avec votre personnalité et vos compétences.

3- Découvrez vos points forts et faibles

On ne naît pas entrepreneur, on le devient ! Certains traits de votre personnalité peuvent vous disposer à diriger une entreprise.

Découvrez quels sont vos points forts et vos points à améliorer pour devenir pleinement entrepreneur. N'hésitez pas à revenir sur certaines questions au fur et à mesure de la maturation de votre projet

- Savez- vous organiser votre emploi du temps ?

La capacité à organiser et à gérer son propre temps est une part primordiale du bon fonctionnement de votre activité.

- Êtes- vous à l'aise avec la prise de décision ?
- Vous allez être amené à prendre des décisions d'ordre divers (marketing, logistique, financière, sociales...), vous en sentez-vous capable ?
- Comment réagissez- vous devant la difficulté ?

La création d'entreprise ne se fait pas en un jour. Vous allez avoir besoin d'endurance. Il est important d'être persévérant.

- Êtes- vous enclin à prendre des risques ?

Prendre des risques oui mais en mesurant au maximum les conséquences.

- Comment jugez- vous votre position au sein d'un groupe ?

Vous sentez- vous leader ? Pouvez- vous amener les autres à donner le meilleur d'eux- mêmes ?

Le leadership est une qualité importante chez le futur chef d'entreprise. La capacité à mobiliser une équipe et à la faire adhérer à votre projet est nécessaire pour diriger une entreprise.

- Êtes- vous prêt à renoncer à un salaire fixe et à des vacances annuelles ?

La création d'entreprise demande beaucoup d'énergie et aussi de sacrifices. Soyez prêt, vous (et votre entourage), à y consacrer tout votre temps.

4- Ayez des motivations ou des raisons pour entreprendre

Vos motivations ou raisons doit être clairement définies. Elles seront stimulées l'entrepreneur dans son choix de vie.

1. Voulez- vous créer votre entreprise par goût des responsabilités et des risques ?	Oui	Non
2. Voulez- vous être votre propre patron en créant votre entreprise ?	Oui	Non
3. Entreprenez-vous pour gagner plus d'argent ?	Oui	Non
4. Créez- vous votre entreprise pour avoir une promotion sociale et professionnelle ?	Oui	Non
5. Est- ce tout simplement un défi que vous vous lancez ?	Oui	Non

Vos motivations doivent résister aux épreuves pour faire face aux réalités de l'entrepreneuriat.

5- Possédez des qualités et des compétences de votre domaine de réalisation

Acquérir ou posséder des qualités et un état d'esprit d'entrepreneuriat ne suffit pas pour avoir des connaissances dans votre domaine de réalisation, votre futur métier. Au cas échéant, la formation devient nécessaire.

1. Savez- vous réagir et décider rapidement face des faits ?	Oui	Non
2. Pouvez- vous travailler sous pression quotidiennement ?	Oui	Non
3. Connaissez- vous bien le métier dans lequel vous vous engager ?	Oui	Non
4. Possédez- vous des connaissances en management et en gestion d'entreprise ?	Oui	Non
5. Etes- vous un bon commercial ?	Oui	Non

Evaluer ses qualités et ses compétences est indispensable dans le processus entrepreneurial. En effet, il peut concourir à la crédibilité de votre projet auprès des banques pour un prêt à un emprunt bancaire.

6- Ayez des ressources nécessaires

Les finances sont nécessaires à la réalisation de votre projet. Faites l'état de vos moyens financiers, humains et le temps indispensable à la création de votre entreprise.

1. Avez- vous les ressources financières nécessaires pour votre projet ?	Oui	Non
2. Avez- vous le soutien de votre entourage et des hommes nécessaire pour la réalisation de votre projet ?	Oui	Non

7- Compétences techniques

Les compétences techniques se réfèrent à la maîtrise d'équipement ou de machines ou à des aptitudes et compétences à caractère technique acquises dans un domaine de spécialité. Autrement dit tout entrepreneur doit faire preuve des compétences techniques nécessaires à la production de biens ou la prestation de services. Par exemple, si vous désirez créer un salon de coiffure, il faudra que vous sachiez laver, faire une mise en plis et coiffer les cheveux ou trouver un employé qui pourra le faire. Faute de posséder ces compétences, vous aurez du mal à démarrer et gérer un tel fonds de commerce.

Ces compétences peuvent être acquises dans différents contextes (formation, contexte professionnel, vie associative, loisir, etc....)

II- Quelques aptitudes clefs de l'entrepreneur

Ici nous allons mettre en lumière quelques traits de qualités d'un entrepreneur. Autrement dit, nous nous demandons : Qu'est- ce qui fait que certains s'engagent et d'autres non sur la voie de l'entrepreneuriat ? Qu'est- ce qui fait que certaines personnes réussissent et d'autres échouent ? Pour nous, les aptitudes ou qualités ci- dessous nous semblent essentiels.

1- La vigilance

C'est une aptitude essentielle dans l'apprentissage entrepreneurial ! Le mot vigilance vient du latin *vigilantia* qui signifie habitude de veiller. Autrement dit c'est un acte de surveillance soutenue et attentive. (Cf Dictionnaire Larousse).

Pour pouvoir entrer dans la démarche entrepreneuriale et identifier ou évaluer une opportunité, vous devez percevoir positivement les opportunités qui s'offrent à vous dans votre environnement. Il s'agit de savoir ausculter la société pour connaître le déséquilibre économique ignoré par les acteurs du milieu. C'est cette capacité d'écoute et de lecture des signes émis par le milieu économique qui se transformeront en fortune, en chance pour vous.

L'observation est très importante pour affiner votre vigilance ! En observant votre environnement, vous allez pouvoir identifier les problèmes existants et la raison pour laquelle ils existent. L'observation se développe progressivement, en ayant conscience que vous êtes en recherche d'idée. Votre écoute sera plus fine. Et instinctivement, cela deviendra une habitude. Prenons un exemple de Jayjay. Pendant la période de récolte du riz, les villageois avaient du mal à transporter leur récolte à cause des routes. Nombreux les portaient sur la tête, arpentant les pistes tortueuses. Et arrivée au village, le riz est pilé de manière traditionnelle. Après réflexion, Jayjay finance l'achat d'un véhicule de transport pour la location de transport des récoltes. Avec le bénéfice de cette réalisation, il achète une décortiqueuse de riz pour le bonheur des siens.

La vigilance entrepreneuriale de Jayjay lui a permis de lier création d'entreprise et opportunités environnementales.

En somme, il faut savoir saisir les opportunités pour les transformer en business. La vigilance permet de percevoir des occasions d'affaires.

2- L'audace

L'audace est l'une des premières aptitudes que doit posséder une personne qui veut s'engager dans l'entrepreneuriat. « Mouvement de l'âme qui porte à des actions extraordinaires, au mépris des obstacles et des dangers » (Littré). L'audace est une énergie intérieure qui pousse à oser des actions malgré les difficultés. Ne dit-on pas souvent que « la fortune appartient aux audacieux » ? L'audace donne le courage de faire le premier pas. Cependant il est vrai que pour entreprendre, il faut faire le premier pas et ne pas avoir peur d'échouer ou de faire des erreurs. Frapper à toutes les portes ne doit pas vous faire trembler ! C'est Napoléon Bonaparte qui disait « Avec de l'audace, on peut tout entreprendre, on ne peut pas tout faire » ! La réussite fait fi de la peur, du doute et des hésitations. Il faut éviter de se faire des raisons inutiles pour ne pas se lancer dans l'entrepreneuriat.

L'un des stimulants de l'audace est la détermination. N'attendez surtout pas l'idée du siècle pour agir. L'important est de vous lancer et d'apprendre les habiletés qui feront de vous un bon entrepreneur. Des erreurs, vous en ferez sûrement. Quel entrepreneur qui a ses débuts n'a en pas fait. Si vous faites des erreurs vous aviserez prochaine ! Cela augmentera votre capital expérience.

N'enterrez pas vos idées ! Qu'il s'agisse d'écrire un livre, d'épargner de l'argent, de monter son entreprise etc....Vous pouvez être à la source d'une très bonne idée pour peu que vous osiez franchir ce tout petit pas qui sépare l'inaction de l'action. Ne soyez pas dans le camp des « si je savais » ! Prenez l'habitude de passer à l'offensive pour poser des actes concrets. Il est très facile de tout remettre à plus tard au lieu d'agir maintenant. Pour ce faire, il est impératif de ne pas se mettre des barrières.

Johann Wolfgang Von Goethe a perçu bien l'énergie, la force intérieure qui anime les audacieux en ces termes : « Quoi que tu rêves d'entreprendre, commence- le. L'audace a du génie, du pouvoir, de la magie » !

Dans l'audace, il y a aussi l'acte de la prise du risque. Car être audacieux, c'est aussi prendre des risques. Il faudra tenir compte de l'incertitude dans les opérations d'investissement. En effet, un entrepreneur doit être prêt à prendre des risques calculés. Parfois en affaires, nous sommes tentés de faire confiance à notre intuition et de marcher sur l'eau lorsque nous ne disposons pas assez d'informations et que nous devons rapidement prendre une décision. Les

personnes qui réussissent prennent des risques à un moment ou l'autre. Les gens n'en prennent pas parce qu'ils ont peur de l'inconnu, du refus et de l'échec. Sans risque, on n'entreprend et ne gagne rien. L'important est de faire le premier pas et d'avancer sûrement !

3- La confiance

La confiance est une aptitude cardinale pour l'entrepreneuriat. Définissons le terme.

- Assurance, hardiesse, courage qui vient de la conscience qu'on a de sa valeur, de sa chance.
- Sentiment de quelqu'un qui se fie entièrement à quelqu'un d'autre, à quelque chose.
- Sentiment d'assurance, de sécurité qu'inspire au public la stabilité des affaires, de la situation politique : La confiance des épargnants envers l'État.

Dans la première définition, il faut se faire confiance. La confiance en soi est favorisée par l'appréciation objective de ses qualités et défauts. Se faire confiance, ce n'est pas avoir peur d'explorer des marchés nouveaux, d'investir dans des opportunités, de prendre des risques. La deuxième et la troisième définition du mot « confiance » sont déterminantes en affaires. Car en affaires, la confiance est capitale. Plus on vous fait confiance, plus on vous confie des choses importantes. La confiance dévoile aussi en nous l'honnêteté. Quand vous prenez des engagements, il faut savoir les honorer. Les actes que vous posez ne doivent pas souffrir de doute, d'ambiguïté, de mensonge.... Vous devez inspirer confiance. La confiance se mérite. Ne faites pas comme certaines personnes qui ne respectent pas les délais de livraisons ou qui se cachent lorsqu'ils doivent rembourser de l'argent à leur prêteur.

Se faire confiance et être digne de confiance sont deux piliers nécessaires pour entreprendre.

4- La persévérance

« Demeurer ferme et constant dans un sentiment, une résolution ; durer longtemps, en dépit de tout » (Dictionnaire Larousse). Soulignons ici la notion du temps et de la régularité. La persévérance est une aptitude majeure pour entreprendre. C'est une aptitude d'endurance qui s'affine dans le temps. Avec la persévérance, le temps est relativisé. Les marathoniens nous montrent la valeur de la persévérance incluant l'endurance ! Tout apprentissage ne fait pas fi de cette qualité. Notre génération « tout toute suite » veut tout avoir sans effort. Elle a le goût de

l'argent facile. Je me souviens de Kingson un jeune « doubleur » ! Son seul job était l'arnaque ! Lorsque vous commencez une affaire, il faut parfois de la patience et recommencer les mêmes gestes et activités quotidiennes. Des exemples de persévérance, nous en avons auprès de nous. Regardez « l'aboki » et le boutiquier du quartier ! Certains connaissent les générations du quartier ! Ils sont réguliers et vendent les mêmes choses depuis belle lurette. Ils ouvrent à la même heure et ferme à la même heure !

La persévérance nécessite une constance dans l'effort et l'action. L'eau qui tombe régulièrement sur la pierre finit par la fissurer. Si vous tenez un commerce, il ne faut pas s'amuser à l'ouvrir et à le fermer selon vos humeurs. La constance est le baromètre de la réussite. Il impacte notre comportement et implique un changement de mentalité. Autrement dit au bout de l'effort il y a le réconfort.

5- Le relationnel

Vous vous dites certainement que vous ne connaissez personne ! Alors nous vous disons de ne pas entreprendre car un entrepreneur n'est pas un solitaire. L'entrepreneuriat nécessite une capacité relationnelle. L'aisance relationnelle peut vous ouvrir des opportunités d'affaires, rencontrer des hommes ressources.... Il faudra parfois faire partie d'un réseau ou en créer pour échanger, des idées et se conseiller. Vivre en autarcie, c'est s'asphyxier ! Optimiser son réseau professionnel est très important dans le domaine entrepreneurial.

Grâce à votre ouverture d'esprit, vous rencontrez beaucoup plus de monde et pouvez construire un réseau plus large et plus efficace. Il est important de connaître des personnes d'univers différents. Cela offre des opportunités d'aide.

Rencontrez les professionnels du marché sur lequel vous souhaitez vous lancer, participez à des salons et des événements professionnels. Le networking est primordial pour développer son affaire. C'est un échange de bons procédés, vous pourriez apporter aux autres et les autres aussi, pourront vous apporter.

Nous avons besoin de personnes qui nous inspirent, qui nous motivent, et qui nous apprennent des choses à leur contact. Pour cela nous devons savoir aller vers les autres et créer des relations avec les gens de notre domaine d'activité. Les émotions que nous vivons grâce aux relations

sont importantes pour notre qualité de vie. Elles sont aussi l'impulsion qui met du mouvement dans notre vie et nous permet d'avancer.

Un entrepreneur a besoin d'avoir des partenaires, des contacts, et de tisser des relations avec d'autres entrepreneurs.

Je termine avec l'histoire de Madame DRE, une dame qui voulait faire la livraison de la nourriture en entreprise ! Cela dit c'est beaucoup rentable si les clients paient immédiatement après livraison ! Elle a pris son portable, et a envoyé un message à toutes ses connaissances pour leur porter la nouvelle. La semaine qui a suivi son envoi de message, les appels de livraisons ont suivi. Son geste fut simple mais très stratégique et efficace. Ses contacts proches sont d'abord ses premiers clients, après elle élargira son réseau soit de bouche à oreille.

N'oublions pas aussi que le relationnel interne dans la gestion des ressources humaines au sein d'une entreprise. Il est alors important de savoir communiquer et de savoir entretenir des relations avec ses employés, ses clients, ses fournisseurs. - ses partenaires.

6- La stabilité familiale

Cette aptitude passe souvent sous silence ! Vu son importance, elle mérite d'être sur un piédestal. C'est un débat que j'ouvre. Des stress, des angoisses, des prises de décisions capitales... le manque d'argent causés par la création ou la gestion d'une entreprise peut pousser l'entrepreneur à trouver refuge dans l'alcool, débauche sexuelle. Lorsque vous avez une femme qui vous aime et vous aime malgré les difficultés que vous traversez, vous avez trouvé une meilleure conseillère et votre premier allié !

La création et la gestion d'un fonds de commerce prend beaucoup de temps et risquent, donc, d'entrer en conflit avec vos responsabilités envers vos proches. L'adhésion familiale à votre projet est un soutien de taille. Car votre engagement pour la création de votre entreprise sera prioritaire sur toute autre chose puisque vous allez y consacrer le temps, l'énergie et les ressources nécessaires.

La stabilité familiale est aussi indispensable pour la démarche d'entreprendre.

CHAPITRE 4 : LA CREATION D'ENTREPRISE : LES OBSTACLES ET ENJEUX

Introduction :

Se mettre à son propre compte comme entrepreneur, réaliser une idée, nombreux en ont rêvé, mais peu ont franchi le pas. Divers obstacles ont pu les en empêcher et entraver la promotion de l'entrepreneuriat. Nous chercherons à mettre en lumière quelques obstacles. En sus des difficultés que nous égrènerons, nous mettrons aussi en exergue les enjeux de l'entrepreneuriat.

I- Quelques obstacles à l'entrepreneuriat

1- Le niveau élevé d'esprit de fonctionnariat

« Mon fils va à l'école pour devenir un grand type ! » : Tels sont les consignes que nous recevions avant de prendre le chemin de l'école occidentale. Aller à l'école est un acte noble. Nous partions apprendre des enseignements pour faire comme le blanc afin de travailler dans les bureaux. Être bureaucrate est un rêve. A une époque donnée tout le monde pouvait être fonctionnaire. Le temps a changé mais l'esprit a demeuré. Rentrer à la fonction publique est plus gratifiant et sécurisant que de prendre des risques en créant son entreprise. Cet esprit de fonctionnariat est un obstacle à la culture d'entreprise et à l'esprit d'entrepreneuriat.

2- Le manque de formation à l'entrepreneuriat

Peu sont les écoles ou instituts qui prennent en compte ce thème. Il y a un manque d'engouement pour conceptualiser cette thématique et la vulgariser auprès de nos concitoyens. Et pourtant, ils sont nombreux ceux qui cherchent à entreprendre. Dans cette voie, ils rencontrent de

nombreuses difficultés comme la non maîtrise des outils de gestion et le manque d'expérience du métier choisi.

3- Le manque de finance et de financement

La plupart des porteurs de projets sont parfois sans moyens financiers pour concrétiser leur projet. Certaines personnes s'organisent en réseaux pour faire des tontines pour s'autofinancer. A cela, nous pouvons aussi souligner le manque de fonds de roulement lorsque les fonds sont donnés par une tierce personne. Ce qui fait que les mini projets (gestion de cabine téléphonique, de vente d'attiéké, de salon de coiffure, de lavage autos...) ont du succès. Ils ne comportent pas trop de risques financiers.

Il faut aussi ajouter le manque de financement des projets de la part des banques. Souvent les taux de remboursement sont trop élevés. Et quelle banque se donnerait le luxe d'investir dans de petites entreprises sachant que le taux de remboursement est minime et risqué. Elles préfèrent faire crédit aux vieilles structures existantes.

4- Les tracasseries administratives

Le manque de transparence dans la gestion de la création de l'entrepreneuriat est un obstacle majeur. La lourdeur administrative, la corruption pour l'obtention des pièces administratives et l'accès illégaux des acquisitions de marchés sont des handicaps pour l'émergence de l'économie d'un pays.

Si vous voulez créer votre entreprise en suivant le chemin normal (l'immatriculation de l'entreprise au registre du commerce, la déclaration fiscale d'existence, les autorisations administratives, la déclaration du personnel), c'est le parcours du combattant. L'argent est le passe-droit pour sortir de ce calvaire. La récompense pécuniaire devenue une seconde habitude est une obligation.

Soulignons aussi qu'il manque une réelle promotion de l'entrepreneuriat. Il y a une absence de nouvelle législation portant simplification des démarches réglementaires et administratives concernant la création d'entreprise.

Nous avons du mal dans nos pays africains à savoir déterminer le temps d'obtention d'un document administratif. Tout dépend de votre portefeuille ou des relations que vous avez.

5- Le manque d'accès à l'information

Nous avons un véritable manque d'accès à l'information concernant l'entrepreneuriat. Il existe très peu des lieux où l'on peut acquérir des informations de création d'entreprise. Le manque d'agences comme espace d'information et de formations au marché économique et de l'emploi est plus que nécessaire pour permettre une réelle acquisition d'information. Leur rôle serait d'informer, d'accompagner et conseiller les postulants à l'entrepreneuriat tout au long de leur parcours (de l'idée jusqu'à la première année de réalisation) ; Les futurs entrepreneurs, dans une démarche d'évolution doivent trouver dans ces agences toutes les informations sur le marché, les conseils et les services pour préparer leur recherche, entrer en relation avec certains entrepreneurs et consultants pour les conduire, les aider à anticiper des erreurs dans la mise en œuvre de leur projet. Ces agences proposeront un ensemble de services en réponse à leurs problématiques de gestion de l'entrepreneuriat-identifier leur marché, les secteurs porteurs, faire des bilans de personnalité et de compétences. Il sera important de faire le point à chaque étape de montage d'entreprise, envisager une formation, faire un bilan de compétences, etc.

II- Les enjeux de l'entrepreneuriat

La dépendance économique ne peut être une solution à long terme pour un pays qui se veut émergent. Apprendre et faire apprendre la création de la richesse nécessaire à la population seraient une aide inouïe. Raison pour laquelle le développement économique durable passe nécessairement par le développement d'une véritable culture entrepreneuriale assurant ainsi un développement endogène croissant et une plus grande création de richesse pour la population. L'entrepreneuriat est une source de création d'emplois. Bien encadré, il peut être le lieu d'une promotion d'un secteur concurrentiel ; Il contribue aussi à la lutte contre le chômage. Nous croyons à la nécessaire complicité des quatre principaux piliers de toute société lorsqu'il s'agit de culture entrepreneuriale : le politique, l'éducation, les médias, les entreprises.

1 - L'entrepreneuriat crée de l'emploi

La création d'entreprise apparaît comme une source potentielle d'emplois et une réponse au problème du chômage. Des chiffres sont, en général, prudemment avancés pour tenter de quantifier le nombre d'emplois générés par la création d'entreprise.

La difficulté principale réside dans la définition qui est donnée au mot « emploi » : s'agit-il d'emplois directs ou d'emplois induits ? D'emplois créés ou d'emplois pérennisés ? D'emplois à temps plein ou d'emplois à temps partiel ? Malgré tout, on peut considérer en général que la création d'entreprise contribuerait à créer annuellement plus d'emplois. La reprise d'entreprise permettrait d'en sauvegarder aussi un bon nombre. Il s'agit bien, ici, d'emplois créés ou sauvegardés au moment de l'acte entrepreneurial, et non pas d'emplois pérennisés, au bout d'une période donnée (trois ou cinq ans, par exemple).

2- L'entrepreneuriat lutte contre le chômage

Pour lutter contre le chômage, la promotion de l'entrepreneuriat semble être un leitmotiv. Sont-ce en grande partie les jeunes qui sont atteints par ce fléau qu'est le chômage. Pour éradiquer cela, la promotion de la culture entrepreneuriale auprès de la population est importante. Pour ce faire, il faudra les accompagner dans la création de leur entreprise. Cela ne pourrait se concrétiser par la création de fonds d'aide et de soutiens, de la révision de la fiscalité des PME, SARL... L'acquisition rapide d'un octroi aux crédits sera un soulagement pour certains chômeurs.

Toujours dans cette même perspective, il serait indispensable de faire une campagne de sensibilisation à la culture entrepreneuriale dans les écoles et les universités. Cette démarche sonnera comme le début d'un engouement de la réalisation de soi et d'une prise en charge pour sortir du chômage. Ne se serait-il pas un moyen idéal de créer de la richesse dans nos pays ?

A la sensibilisation pour la création de l'entreprise, il faut ajouter l'apport des partenariats avec des entreprises internationales.

3- L'entrepreneuriat doit être favorisé par un environnement macroéconomique viable La création d'un environnement économique viable serait une aubaine pour l'essor des entreprises. Elle permettrait par exemple de simplifier les procédures de création d'entreprise, aiderait à une meilleure et bonne distribution des marchés. En sus, s'il existe une véritable politique favorable

à la baisse des impôts, à l'accès au crédit et à l'exportation, l'esprit de l'entrepreneuriat se développera très rapidement.

Si tel est le cas, il serait capital de mettre en place une campagne agressive pour la promotion de la culture de l'entrepreneuriat. Cette dite campagne serait adressée à tous. Le concours des médias pour soutenir la cause et valoriser les entrepreneurs s'étendra à l'implication des structures de formations et d'éducation pour promouvoir les attitudes et les valeurs, transmettre les connaissances et développer les compétences selon les divers niveaux. Le témoignage de certains entrepreneurs donnerait un signal fort à cette initiative.

CHAPITRE 5 : LA GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

I- Définition de l'approvisionnement

L'approvisionnement est l'ensemble des opérations qui permettent à l'entreprise de se procurer des biens et services nécessaires à son activité, en quantité et en qualité requises, au moment opportun et à moindre coût

II- Les objectifs de la fonction approvisionnement

La fonction approvisionnement poursuit plusieurs objectifs notamment l'objectif de prix, l'objectif de qualité, l'objectif de coût et l'objectif de sécurité

1- L'objectif de prix

- Acheter au prix le plus bas possible (pour une même qualité).
- Mettre en concurrence les fournisseurs potentiels

2- L'objectif de qualité

- Acheter les produits de qualité optimale ou requise.
- Rechercher l'homogénéité des produits achetés (régularité)

3- L'objectif de coût

- Chercher à minimiser les frais liés à approvisionnement.
- acheter en quantité importante pour pouvoir bénéficier d'importantes réductions

4- L'objectif de sécurité

- Acheter la quantité nécessaire pour éviter les ruptures de stock.
- sécuriser les entrepôts

NB : Ces objectifs peuvent être regroupés en deux (2) objectifs principaux :

- Objectif de rentabilité (prix, qualité et coût).
- Objectif de sécurité.

III- Le service Achats

Le service achat est chargé de procurer les matières premières et composants nécessaires à la production

1- Définition du service achat

Le service achat est le département au sein de l'entreprise qui a pour mission de gérer les achats de l'entreprise selon un cahier de charges.

2- Définition de l'achat

L'achat est un acte économique entre un [acheteur](#) (le client) et un vendeur (le fournisseur) qui consiste à acquérir un service, un produit ou un bien, moyennant une contrepartie souvent financière. En d'autres termes, l'achat désigne l'échange d'un flux financier contre un flux de biens ou de services

3- Les politiques d'achat

On distingue essentiellement deux politiques d'achat liées à la structure interne de l'entreprise. On note :

- la centralisation des achats : confier la réalisation des achats à une direction unique
- la décentralisation des achats : chaque département de l'entreprise réalise ses propres achats.

4- Les qualités d'un bon acheteur

Un acheteur dans une entreprise doit disposer de certaines qualités parmi lesquelles on peut citer :

- la rigueur.
- Le flair
- l'honnêteté ...
- l'aptitude à négocier. ...
- la tonicité d'esprit.
- La pondération
- La discrétion
- La probité morale
- Le dynamisme
- Etc....

5- Le processus d'achat

Le processus d'achat peut être défini comme l'ensemble des opérations qui conduisent un client à acheter un produit. On note plusieurs étapes que l'on peut regrouper en six étapes principales à savoir :

1. l'identification ou l'expression des besoins de l'entreprise
2. la recherche et le choix du ou des fournisseurs
3. la négociation et passation de la commande
4. le suivi de la commande
5. la réception et le contrôle des marchandises
6. le contrôle de la facture.

IV- Les stocks

Le **stock** est l'ensemble des marchandises mis en réserve dans l'attente d'une utilisation future.

A- Les méthodes sélectives des stocks

Le principe de ces méthodes consiste à répartir les articles selon leur importance en valeur. Deux méthodes sont utilisées :

- La méthode de Pareto ou loi de 20/80
- La méthode ABC

1- La méthode de Pareto ou méthode 20/80

- Principe de la méthode 20 / 80

Selon cette méthode, les articles sont classés en deux groupes :

- Groupe1(G1) : environ 20% en quantité représente environ 80% de la valeur totale des produits.
- Groupe2(G2) : environ 80% en quantité représente environ 20% de la valeur totale des produits.

- Utilité de l'analyse 20/80

Elle permet de faire une surveillance sélective de deux groupes de produit tout en donnant à chaque groupe l'attention relative qu'il mérite.

Remarque :

- le groupe 1, doit être géré de façon rigoureuse ;
- le groupe 2, doit être géré de façon moins rigoureuse

Application 1

2- La méthode ABC

- Principe de la méthode

Tout en restant dans la même logique que la méthode de Pareto, la méthode ABC affine la précédente en proposant un découpage plus détaillé des stocks en fonction de leur valeur. Elle ressort donc trois segments ou classes selon les critères qui suivent :

- Groupe A (GA) environ 10% en quantité représente environ 70% de la valeur totale des produits.
- Groupe B(GB) environ 20% en quantité représente environ 20% de la valeur totale des produits.
- Groupe C(GC) environ 70% en quantité représente environ 10% de la valeur totale des produits.

- Utilité de l'analyse ABC

Elle permet de faire une surveillance sélective de trois groupes de produit tout en donnant à chaque groupe l'attention relative qu'il mérite.

Remarque :

- le groupe A, doit être géré de façon très rigoureuse ;
- le groupe B, doit être géré de façon moins rigoureuse,

- le groupe C, doit être géré de façon plus souple.

Application 2

V- Gestion comptable des stocks

Elle consiste à tenir la comptabilité matière à partir d'un document appelé *fiche de stock*

A- La fiche de stock

1- Définition de la fiche de stock

La fiche de stock est un document comptable qui récapitule les mouvements d'un article en magasin.

2- Utilité de la fiche de stock

La fiche de stock permet de suivre les mouvements du stock et de connaître la situation des stocks à un moment donné.

3- Présentation de la fiche de stock

Dates	Libellés	Entrées			Sorties			Existants en stock		
		Quantité	C. U	Montant	Quantité	C. U	Montant	Quantité	C. U	Montant
.
.
.

Il existe deux méthodes de gestion comptable des stocks :

- La méthode des lots (FIFO/PEPS)
- La méthode du CMUP (CMUP mobile)

Mais nous aborderons seulement la méthode FIFO dans ce chapitre.

B- La méthode FIFO (First In, First Out) ou PEPS (Premier Entré, Premier Sorti)

Principe :

Les stocks les plus anciens sortent avant les nouveaux.

Application 3

VI- La gestion économique des stocks

A- Les objectifs de la gestion des stocks

On note les deux objectifs suivants :

- minimiser les coûts liés au stock (*Objectif de rentabilité*) ;
- éviter les ruptures de stock (Objectif de sécurité)

B- Les différents niveaux de stock

1- Stock initial (SI)

Il s'agit du niveau de stock en début de période

2- Stock final (SF)

Il s'agit du niveau de stock en fin de période.

3- Le stock minimum (S_{\min})

Il s'agit du niveau de stock qui couvre la consommation pendant le délai de livraison.

$$S_{\min} = C_{\text{txd}}$$

Avec

- C_t : consommation par unité de temps
- d : délai de livraison.

NB : C_t et d doivent être exprimé dans la même unité de temps.

4- Le stock de sécurité (S_s)

Il s'agit du niveau de stock mis en réserve pour faire face aux imprévus. Ces imprévus sont entre autres : le retard de livraison, les consommations accélérées, les livraisons partielles, les livraisons défectueuses, etc.

5- Le stock d'alerte (S_a)

Il s'agit du niveau de stock qui déclenche une nouvelle commande.

$$S_a = S_{\min} + S_s$$

6- Le stock maximum (S_{\max})

Il s'agit du niveau de stock à ne pas dépasser afin d'éviter le sur-stockage.

$$S_{\max} = Q + S_s.$$

Ce niveau de stock représente aussi le stock juste après la livraison et avant toute consommation

7- Le stock moyen (SM)

Il représente la moyenne du stock physique d'un article détenu pendant une période déterminée. ... Très souvent, on fait l'hypothèse que le stock s'écoule linéairement, ce qui permet de définir le stock moyen comme la demi-somme du stock initial et du stock final ».

$$SM = \frac{\text{Stock initial} + \text{stock final}}{2}$$

- En fonction de la quantité commandée

- Si $S_s \neq 0$ alors $SM = \frac{Q}{2} + S_s$;
- Si $S_s = 0$ alors $SM = \frac{Q}{2}$

- En fonction du nombre économique

- Si $S_s \neq 0$ alors $SM = \frac{C}{2n} + S_s$
- Si $S_s = 0$ alors $SM = \frac{C}{2n}$

C : la consommation totale de la période considérée

n : le nombre de commande ($n = \frac{C}{Q}$)

NB : la période de réapprovisionnement est $P = \frac{Q}{Ct}$ avec Q = quantité commandée ou par commande et Ct = consommation par unité de temps.

Application 4

VII- Coûts liés aux approvisionnements

A- Le coût d'acquisition des commandes (Ca)

1- Définition du coût d'acquisition des commandes

Le coût d'acquisition est l'ensemble des dépenses engagées par l'entreprise pour l'acquisition d'un produit donné durant la période de fonctionnement.

Remarque : le coût d'acquisition est encore appelé coût de passation ou coût de lancement des commandes.

2- Les composantes du coût d'acquisition des commandes

Plusieurs éléments entrent dans le calcul du coût d'acquisition. Il s'agit de :

- frais de correspondance,
- frais de fourniture,
- frais de téléphone,
- frais d'assurance liés au transport,
- pourboires
- frais de transport
- frais de réception et contrôle,
- etc.

3- Formule du coût d'acquisition des commandes

- En fonction de n et de Q

$Ca = n.p$ ou $Ca = \frac{C_{xp}}{Q}$ avec p = coût de passation d'une commande

B- Le coût de stockage (CS)

1- Définition

Le coût de stockage est la somme des frais liés à la détention du stock d'un produit donné au cours de la période de fonctionnement.

Remarque : le coût de stockage est encore appelé coût de possession ou de détention des stocks.

2- Les composantes du coût de stockage

On note essentiellement :

- le coût du capital investi (manque à gagner à cause du capital immobilisé dans le financement des stocks) = coût financier
- le coût de magasinage (Frais de manutention, gardiennage),

- le loyer,
- l'amortissement du matériel,
- le coût d'assurance des articles en magasin ;
- le coût de dépréciation (détérioration, obsolescence)
- etc.

3- Formules du coût de stockage

$$C_s = S M \times U \times t$$

▪ En fonction de n et de Q

- Avec $S_s = 0$, $C_s = \frac{C \times U \times t}{2n}$ ou $C_s = \frac{Q}{2} \cdot U \cdot t$
- Avec $S_s \neq 0$; $C_s = \frac{(C + S_s) U \times t}{2n}$ Ou $C_s = (\frac{Q}{2} + S_s) \times U \times t$

Remarque :

U = prix d'achat unitaire ; t = taux de possession du stock (coût engendré par 1Fde produit stocké pendant la période d'activité).

U_t = coût de stockage d'une unité de produit pendant la période d'activité.

C- Coût total d'approvisionnement (CT)

1- Définition

Le Coût total d'approvisionnement est l'ensemble du coût de stockage et du coût d'acquisition.

2- Les composantes

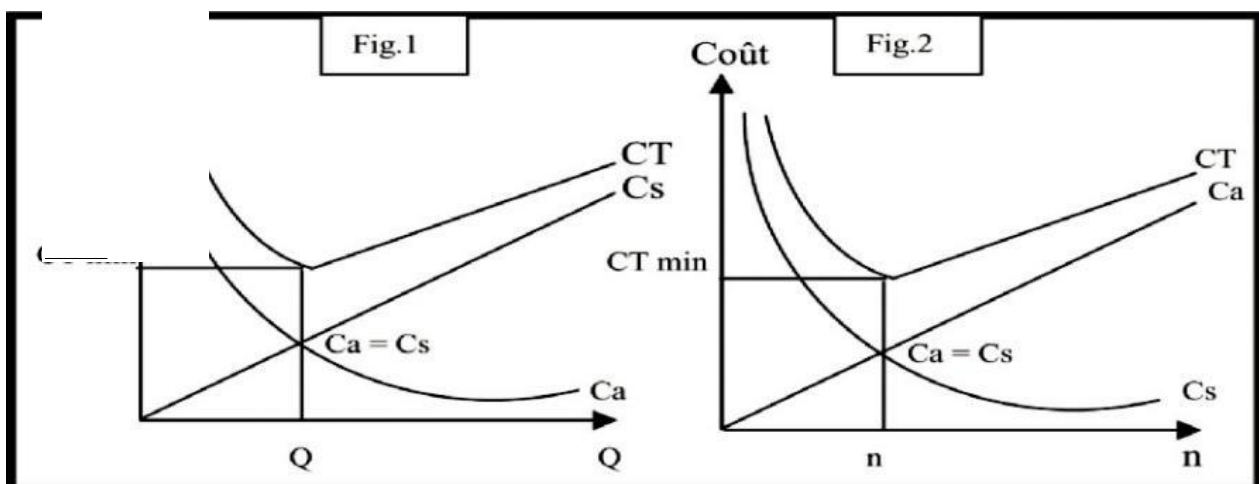
Les éléments du coût de stockage et du coût d'acquisition

3- Formules

$$CT = C_s + C_a$$

Application 5

4- Illustration graphique des coûts en fonction de n et de Q



VIII- Détermination de la quantité économique(Q) et du nombre économique (N) selon Wilson

A- Les hypothèses de validité du modèle de Wilson

Les principales hypothèses de départ de ce modèle sont les suivantes :

- la demande annuelle est connue et certaine ;
- la consommation est régulière ;
- les quantités commandées sont constantes ;
- la pénurie, les ruptures de stock, sont exclues ;
- les coûts sont variables dans le temps

B- Détermination de la quantité économique à commander (Q)

La quantité économique à commander est celle qui minimise le coût total d'approvisionnement.

1- Par égalité entre Ca et Cs

- Par égalité entre Ca et Cs

$$Cs = Ca \leftrightarrow \frac{CP}{Q} = \frac{QxUt}{2} \leftrightarrow Q^2Uxt = 2CP \leftrightarrow Q = \sqrt{\frac{2CxP}{uxt}}.$$

2- Par le tableau des coûts

Quantités	Coût d'acquisition	Stock moyen en valeur	Coût de possession	Coût total d'approvisionnement

Application 6

3- Détermination du nombre économique de commande (n)

Le nombre économique de commande est le nombre de commande qui minimise le coût total d'approvisionnement.

- Par égalité entre Ca et Cs

$$Ca = Cs \leftrightarrow NxP = \frac{CxUxt}{2N} \leftrightarrow N = \sqrt{\frac{CxUxt}{2P}}$$

- Par le tableau des coûts

Nombre de commandes	Coût d'acquisition	Stock moyen en valeur	Coût de possession	Coût total d'approvisionnement

IX- Détermination de (Q) selon le modèle de RAMBAUX

Le modèle de de RAMBAUX est utilisé lorsqu'une entreprise décide de passer des commandes à quantités variables mais à des dates fixes.

A- Conditions d'application

Les conditions requises pour utiliser cette méthodes sont les suivantes

- Les consommations irrégulières
- Les quantités à commander sont variables
- Les dates de commande et de livraison connues d'avance (période constante)
- L'existence du stock de sécurité

B- FORMULES

$$Q = V (d + p) + S_s - (M + C) \text{ ou encore } Q = V (d + p + a) - (M + C)$$

Avec:

- V = Consommation mensuelle moyenne
- d = délais de livraison
- p = délais de réapprovisionnement
- a = délais couvert par le S_s
- M = quantité en stock au moment de la commande
- C = Quantité restante à recevoir sur la commande antérieure

Application 7

X- Rotation des stocks

A- Taux de rotation (Tr)

1- Définition du taux de rotation

Le taux de rotation représente le nombre de fois que le stock moyen a été renouvelé au cours de la période de fonctionnement. Il est encore appelé coefficient ou ratio de rotation et peut se calculer de trois manières en fonction des données.

2- Formule du taux de rotation

$$Tr = \frac{\text{coût d'achat des marchandises}}{\text{stock moyen au coût d'achat}}$$

$$Tr = \frac{\text{chiffre d'affaires net de la période}}{\text{stock moyen au prix de vente}}$$

$$Tr = \frac{\text{quantité sortie}}{\text{stock moyen en quantité}}$$

Remarque : Si les stocks utilisés sont exprimés en quantité, alors votre stock moyen doit être exprimé en quantité. Si les stocks utilisés sont exprimés en argent (u.m), alors le stock moyen doit être également exprimé en coût d'achat (u.m)

3- Interprétation du taux de rotation

$Tr = x$: signifie que le stock moyen est renouvelé x fois au cours de la période de fonctionnement.

$Tr = 3.2$ ou 3.8 : signifie que le stock de base est renouvelé plus de 3 fois au cours de la période de fonctionnement.

B- Temps d'écoulement des stocks ou durée de rotation ou encore durée moyenne du stock : Te

1- Définition du temps d'écoulement des stocks

Il représente la durée moyenne du séjour des articles en stock

2- Formule du temps d'écoulement des stocks

$$Te = \frac{\text{période d'activité}}{Tr}$$

- En mois :

$$Te = \frac{12 \text{ mois}}{Tr}$$

- En jours :

$$Te = \frac{360 \text{ jours}}{Tr}$$

3- Interprétation du temps d'écoulement

$Te = x$ Jours

Le stock de base séjourne x jours en magasin avant d'être renouvelé.

4- Conséquences d'une rotation rapide des stocks

- **Conséquences positives**
 - L'entreprise dispose de liquidité et peut résoudre facilement ses problèmes financiers.
 - Réaliser un chiffre d'affaire élevé
 - Coût de stockage faible
 - Avoir un fonds de roulement important.
- **Conséquences négatives**
 - Risque de rupture de stock
 - Coût de passation de commande élevé

Application 8

CHAPITRE 5 : LA GESTION FINANCIERE

Introduction :

L'accès au financement et la maîtrise des finances, constituent un aspect très important dans la création et le succès d'une entreprise.

I- Définition de la fonction financière

La fonction financière est l'ensemble des opérations qui d'une part, assurent régulièrement à l'entreprise des fonds nécessaires à son équipement rationnel et à son exploitation courante et d'autre part, permettent l'analyse, le contrôle et la rentabilité de ses fonds.

II- Les rôles du service financier

Le service financier joue trois rôles

- Le rôle opérationnel
- Le rôle fonctionnel
- Le rôle politique

III- Le bilan financier

1- Définition du bilan financier

Le bilan financier est un document permettant de connaître ce qui est possédé par une entreprise (son actif) et ce qu'elle doit (son passif). Il reprend les informations fournies par le bilan comptable en les réagencant de manière à déterminer la solvabilité de la société sur le court terme. Le bilan financier est quant à lui organisé de manière à classer les comptes de tiers par échéance en fonction du degré . Le bilan financier est principalement destiné aux créanciers (ou aux futurs créanciers) d'une entreprise.

2- Présentation du bilan condensé

Le bilan condensé est un bilan à grande masse établit à partir du bilan financier

Actif (a)	Montants	Passif	Montants
<ul style="list-style-type: none">▪ Actif immobilisé (AI)▪ Actif circulant (AC)▪ Trésorerie Actif(TA)		<ul style="list-style-type: none">▪ Capitaux propres et ressources assimilées(CAPRORA)▪ Dettes financières et ressources assimilées(DEFIRA)▪ Passif circulant (PC)*Trésorerie passif (TP)	
Total Général		Total Général	

IV- Le fonds de roulement (FR)

1-Règle de l'équilibre financier

La règle de l'équilibre financier consiste à ce que les emplois stables soient financés entièrement par les ressources stables.

2 Définition du fonds de roulement

Le fonds de roulement est l'excédent des ressources stables sur les immobilisations

3 -Calcul du fonds de roulement (FR)

$FR = \text{Ressources stables (CAPRORA + DEFIRA)} - AI$

4 -Interprétation du fonds de roulement

$FR > 0$ les emplois stables sont couverts par les ressources stables.

V- Le besoin en fonds de roulement (BFR)

1-Définition du besoin en fonds de roulement

Il s'agit d'un besoin résiduel de financement résultant du cycle d'exploitation

2- Calcul du besoin en fonds de roulement (BFR)

$BFR = AC - PC$

3-Interprétation du besoin en fonds de roulement

- $BFR > 0$ L'entreprise a besoin de financement
- $BFR < 0$ existence de ressources.

VI- La trésorerie nette (TN)

1- Définition de la trésorerie nette (TN)

Il s'agit du montant des disponibilités à vue facilement mobilisables possédées par l'entreprise de manière à pouvoir couvrir les dettes qui arrivent à échéance.

2-Calcul de la trésorerie nette (TN)

$$TN = TA - TP \quad \text{ou} \quad TN = FR - BFR$$

3- Interprétation de la trésorerie nette (TN)

- $TN > 0$; ($FR > BFR$) : l'entreprise a une capacité de financement
- $TN < 0$; ($FR < BFR$) : l'entreprise a un besoin de financement
- $TN = 0$: ($FR = BFR$) : TN est nulle : les ressources viennent couvrir les besoins au franc près. L'entreprise ne dispose d'**aucune marge de manœuvre** bien que sa **situation financière soit à l'équilibre**. Le fonds de roulement finance le besoin en fonds de roulement à l'identique.

Application 1

VII- Les ratios (R)

1- Définition de ratio

Un ratio est un rapport entre deux grandeurs significatives

2- Quelques ratios de structure

Ratio de couverture des emplois stables

- Formule : $R = \frac{RS}{AI}$
- Interprétation
 - $R > 1$; FR positif ; les ressources stables couvrent largement les emplois stables
 - $R < 1$; FR négatif ; les ressources stables ne couvrent pas les emplois stables
 - $R = 1$; FR nul ; égalité entre ressources stables et emplois stables

Ratio d'autonomie financière

- Formule : $R = \frac{CAPRORA}{DEFIRA}$
- Interprétation
 - $R > 1$: les capitaux propres de l'entreprise (capital social + réserves) sont supérieurs aux DEFIRA. La société peut donc couvrir ses emprunts par ses CAPRORA

Ratio de liquidité générale

Il mesure la capacité d'une entreprise à s'acquitter de ses dettes à court terme.

Formule : $R = \frac{AC}{PC}$

Interprétation

- - $R > 1$: la solvabilité de l'entreprise est très bonne
 - $R = 1$: le fonds de roulement est nul
 - $R < 1$: le FR est négatif et l'entreprise n'est pas capable de faire face à ses engagements à court terme

Application 2

3. Utilité des ratios

Les ratios sont destinés à apporter des informations synthétiques sur les équilibres financiers et éventuellement à effectuer des comparaisons avec d'autres unités

Applications à proposer

VIII- Le budget de trésorerie

1. Définition du budget de trésorerie

. Le budget de trésorerie est un tableau prévisionnel financier qui a pour objectif de traduire les dépenses et les recettes prévues sous forme de flux monétaires prévisionnels

2. La structure du budget de trésorerie

Le budget de trésorerie est composé de deux parties (les encaissements prévisionnels et les décaissements prévisionnels) qui sont ventilées sur un certain nombre de périodes. Chaque entrée ou sortie de fonds y est imputée à sa date de paiement effective.

2.1. Le budget des encaissements

Il s'agit des flux financiers entrants ou des entrées de fonds en trésorerie prévues pendant la période considérée.

Les encaissements proviennent :

- des règlements à échéance des créances détenues sur les clients : à 30, 60 ou 90 jours,
- des effets de commerce encaissés ou négociés lors de remises à l'escompte,
- des ventes ou des recettes encaissées au comptant en espèces, par chèques, par virements,
- des concours bancaires éventuels,
- des emprunts obtenus auprès d'organismes financiers,
- des crédits de TVA
- ...

2.2. Le budget des décaissements

Ils sont constitués par les flux financiers sortants prévus pendant la période c'est à dire des paiements

Les décaissements proviennent :

- des achats de biens et services payés au comptant,
- des règlements des dettes aux fournisseurs, à 30, 60, 90 jours d'échéance,
- des effets de commerce domiciliés, réglés par banque au bénéficiaire,
- des salaires nets, des impôts, des frais payés,
- des remboursements d'emprunt et du paiement des intérêts,
- de la TVA nette due au titre du mois précédent,
- ...

2-3- Le budget de la TVA

* Définition

C'est un tableau qui enregistre toutes les prévisions de la TVA de la période.

* Composantes

- la TVA collectée
- la TVA récupérable

Présentation du budget de synthèse

Le budget de synthèse regroupe le budget des encaissements et celui des décaissements qui indique le solde de trésorerie de chaque période (généralement le mois)

éléments	mois	Janvier	Février	Mars
(1) Disponibilité de la période précédente				
(2) Total des encaissements				
(3) Total des décaissements				
(4) Situation mensuelle : $(4) = (2) - (3)$				
(5) Situation cumulée : $(5) = (1) + (4)$				

- Si les encaissements sont supérieurs aux décaissements, le budget de trésorerie est excédentaire
- Si les encaissements sont inférieurs aux décaissements, le budget de trésorerie est déficitaire

IX . Les moyens de financement de l'entreprise

Pour financer sa création ou son développement, une entreprise peut utiliser deux grandes catégories de capitaux : les fonds propres, fournis par les associés de la société ou l'entrepreneur individuel, ou les financements externes, qui proviennent des organismes financiers. On distingue :

- les moyens de financement à long et moyen terme
- les moyens de financement à court terme.

1. Les moyens de financement à long terme et moyen terme

Il s'agit de

- l'augmentation du capital
- l'autofinancement
- des emprunts (obligataire, indivis, crédit-bail ou leasing).

Remarque

Il existe d'autres moyens de financement à long terme comme les primes et les subventions.

Les primes et les subventions sont des capitaux gratuitement accordés aux entreprises par les administrations.

2. Les moyens de financement à court terme

On distingue :

- le crédit fournisseur ;
- l'affacturage ou le factoring ;
- les facilités de caisse ;
- les découverts bancaires ;
- l'escompte ;
- les crédits de campagne ;
- les crédits – relais.