



Projet Entrepreneuriat :

Système de recyclage des eaux usées

Effectué par :

Thomas Olivier ATANGANA

Karim BETCHEM NYAM

Kevin GUIFFO KUICHEU

Pagès Nitchou TCHAMI

William Staël KAYO

Elie Bou Saba

Sous la direction de :

M. Cyril Bauduret

Table des matières

I.	Introduction	3
II.	Présentation générale	3
1.	Présentation de l'équipe	3
2.	Présentation du projet	4
III.	Partie Marketing.....	6
1.	Etude du marché	6
a.	Caractéristiques générales du marché	6
b.	Les concurrents	6
2.	Elaboration d'une stratégie	7
a.	Segmentation du marché	7
b.	Segments visés	7
c.	Positionnement	7
3.	Mix Marketing	8
IV.	Plans d'actions	9
1.	Actions de conception.....	9
2.	Actions de Production.....	9
3.	Actions commerciales	9
V.	Compte de Résultat prévisionnel et bilan de départ	10
1.	Compte de résultat prévisionnel sur 3 ans	10
2.	Bilan de départ	11
VI.	Statut Juridique	12
VII.	Conclusion	13

I. Introduction

La création d'une entreprise passe par plusieurs étapes intermédiaires dont l'étude de marché qui constitue à elle seule l'une des plus grandes étapes car il faut naturellement connaître le marché sur lequel on souhaite s'installer afin de pouvoir s'y installer au mieux et ceci tout en considérant la future clientèle qu'on souhaite avoir mais aussi les entreprises qui font dans le même domaine d'activité que notre entreprise qu'on souhaite mettre en place. Aussi il est primordial et nécessaire d'avoir des perspectives très bien définies sur les produits et services que l'on voudrait mettre sur le marché et comment les promouvoir tout en gardant en tête que l'on soit nouveau sur ce marché : c'est le marketing produit.

Dans ce module d'entrepreneuriat, il sera question pour notre équipe de pouvoir mettre en pratique les étapes nécessaires à la création d'une entreprise. Il s'agit dans notre cas d'une entreprise qui fait dans le recyclage des eaux usées.

Dans la suite de notre devoir, nous allons tout d'abord faire une présentation de notre équipe et de notre projet. Ensuite, nous allons présenter notre stratégie marketing et nos différents plans d'action avec leur valorisation. Et pour finir, nous allons établir un compte de résultat prévisionnel sur trois ans, un bilan de départ et choisir un statut juridique que nous justifierons.

II. Présentation générale

1. Présentation de l'équipe

Karim BETCHEM	Manager
----------------------	---------

- Master Management et Gestion des entreprises

Kevin GUIFFO	Responsable financier
---------------------	-----------------------

- Analyste financier

Thomas ATANGANA	R&D
------------------------	-----

- Ingénieur Matériaux

William KAYO R&D

- Ingénieur Informatique-Électronique

Pages NITCHEU SAV / Technique

- Technicien Systèmes

Elie BOU SABA SAV / Technique

- Technicien Système

L'équipe initiale serait composée de six membres. **Pages et Élie** s'occuperont de l'assemblage des composants, le dialogue avec l'entreprise de logistique, la réception des produits SAV et la récupération des composants réutilisables. Ils seront responsables de la qualité de notre produit, sa longévité, ainsi que le SAV.

Ils seront en permanence en train de dialoguer avec **Thomas** et **William** qui s'occupent quant à eux de la section recherche et développement de l'entreprise. En effet ils devront chercher au quotidien des solutions pour améliorer notre produit ainsi que les innovations et nouvelles technologies à intégrer dans notre système qui nous permettront de rester compétitifs.

Ensuite, **Karim** occuperait le poste de manager et représentant commercial. Il devra gérer et coordonner l'équipe, organiser les activités, négocier les prix et délais de paiements, chercher de nouveaux clients, dialoguer avec les fournisseurs et les clients et être en lien avec les sous-traitants de packaging.

Kevin, quant à lui, serait le responsable financier. Il aura pour mission de gérer la comptabilité de l'entreprise, établir le prévisionnel, s'occuper des tableaux de suivis et faire des recherches et analyses pour diminuer les coûts de fonctionnement de la structure.

2. Présentation du projet

Notre aventure part d'un constat simple : Les ressources en eau douce disponible sur terre sont précieuses et limitées. Face à l'augmentation de la population, le changement climatique, les problématiques sanitaires & environnementales, les enjeux financiers et contraintes réglementaires il devient impératif de trouver des ressources alternatives en eau. Nous avons réalisé que la **réutilisation de l'eau** représentait la clé du développement durable. Ce sont des milliards de m3 d'eau qui peuvent être récupérés diminuant la pollution dans l'environnement, les prélèvements dans le milieu naturel et le stress hydrique.

De ce constat, nous avons décidé de développer des solutions innovantes et ultra performantes capables d'éliminer jusqu'à 99,9% des polluants présents dans l'eau. Ces solutions s'inscriront dans une démarche d'élimination des rejets polluants et de réutilisation de l'eau afin de préserver les ressources naturelles, la biodiversité et de réaliser des économies, quel que soit l'utilisateur final : particuliers, collectivités, ports, yachts, entreprises, stations d'épuration, viticulteurs et bien plus !

Par exemple, L'utilisation de nos solutions dans des ménages permettrait d'économiser 18 m³/personne/an ce qui réduira la facture d'eau de 950 à 380 euros par an donc une facture 3 fois moins chère. Le client choisira non seulement un système qui lutte contre le gaspillage environnemental et mais qui affecte également sa facture de paiement d'eau.

Nous avons pu structurer et visualiser notre modèle économique grâce au Business Model Canvas ci-dessous :

Business Model Canvas

Partenaires Clés	Activités Clés	Proposition de Valeur	Relation Client	Segments Clients
	Ressources Clés		Canaux	
<ul style="list-style-type: none">- Site de vente en ligne- Entreprise sous-traitante- Supermarchés et Hypermarchés	<ul style="list-style-type: none">- Gestion de la plateforme et de l'application- Communication et commercialisation- Conception- Livraison- Fabrication- Gestion des demandes /réclamations clients <ul style="list-style-type: none">- Ingénieur R&D- Technicien- Site Web et application- Chargé de communication et de commercialisation	<ul style="list-style-type: none">- Gestion des flux des eaux usées- Système à faible consommation énergétique- Système modulable- Technologie Made in France	<ul style="list-style-type: none">- Présence sur les réseaux sociaux- Satisfait ou remboursé- Présence sur les réseaux sociaux- SAV <ul style="list-style-type: none">- Plateforme web et application mobile- Sport, TV- Réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none">- Ménages- Viticulteurs- Agriculteurs
Structure de Coûts			Flux de revenus	
<ul style="list-style-type: none">- Coût de fabrication et de livraison- Coût R&D- Brevet- Développement de la plateforme Web et de l'application- Budget Marketing et communication (Sport, TV, ...)			<ul style="list-style-type: none">- A la vente- Maintenance hors contrat	

III. Partie Marketing

1. Etude du marché

a. Caractéristiques générales du marché

La demande d'eau au niveau globale augmente au cours du temps avec l'augmentation de la population dans le monde entier. Une estimation faite indique que 80% des eaux usées tout autour du monde restent sans traitement et sont rejetés. En effet, À peu près 75% de la population mondiale habitent actuellement dans des régions qui souffrent au minimum un mois chaque année de la sécheresse et du manque d'eau et d'ici 2030, plusieurs zones vont rencontrer des problèmes d'eau graves. En revanche, on mentionne que le secteur agricole est responsable de 70% des prélèvements d'eau de notre planète et le reste est lié à la consommation au niveau industrielle et domestique.

Le marché mondial de création des systèmes de recyclage et de la réutilisation des eaux usées est en forte croissance et cela est due à l'augmentation des besoins dans les divers secteurs (industries, domicile, agriculture ...). Cependant, le recyclage des eaux usées amène beaucoup d'avantages au niveau économique et surtout environnemental (Réduction du coût des factures d'eau, limitation de gaspillage d'eau...). Les statistiques indiquent que 67% des Français possèdent une grande sensibilité à l'environnement, 22% s'intéressent aux profits et à l'épargne économique et 9% sont peu intéressé par l'environnement.

b. Les concurrents

Une étude de marché nécessite une étude des concurrents aussi pour voir ce qu'ils offrent aux clients et quelles sont leurs points forts et quelles sont leurs faiblesses pour trouver des solutions plus optimales pour notre clientèle. Pour notre étude nous avons choisi deux entreprises qui offrent des solutions de recyclage des eaux usées : BIONEST et ACQUA.

Concurrent	Offres concurrents	Points forts	Points Faibles
BIONEST	<ul style="list-style-type: none"> - Système de traitement des eaux de cuisine à charges élevées - Désinfection UV - La déphosphatation 	<ul style="list-style-type: none"> - Système ne nécessitant pas à changer le milieu filtrant. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coût élevé (6000 euros sans prix de maintenance) - Émission de Bruit
ACQUA	<ul style="list-style-type: none"> - Système de recyclage des eaux grises - Solutions d'assainissement - Réparation de fosses septiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Système performant due à leur ancienneté 	<ul style="list-style-type: none"> - Grande Consommation d'électricité - Garantie courte durée

2. Elaboration d'une stratégie

a. Segmentation du marché

Une enquête a été faite pour la détermination des clients cibles, leurs motivations et attentes ce qui nous a permis de bien segmenter le marché et cibler par la suite quelques segments. On peut donc ressortir les segments actionnables suivant :

- Les Agriculteurs/Viticulteurs
- Etablissement d'accueil
- Les ménages
- Les entreprises
- Collectivités/Villes

b. Segments visés

Nos cibles seront principalement les agriculteurs/viticulteurs et les ménages.

c. Positionnement

Produit : Un système compact connecté, géré à distance, nécessitant peu d'entretien, qui recycle les eaux usées issues des douches et des bains afin de les réutiliser dans les toilettes.

Concurrents : Nous nous démarquons avec une gestion des flux des eaux usées en temps réel via une application mobile (l'application permet d'afficher la quantité d'eau déjà recyclée et prêt à l'utilisation par exemple) ; un système consommant moins d'énergie utilisant des nouvelles technologies ; ne nécessitant pas l'utilisation d'additifs chimiques coûteux pour

fonctionner comme certains autres systèmes ce qui entraîne un faible coût d'entretien et d'exploitation et une garantie décennale .

Marchés cibles : Nos systèmes apportent plusieurs valeurs à nos clients à savoir : un côté écologique grâce aux différents d'équipements recyclés que nous utilisons et un côté économique car permet à nos clients de réduire leur consommation d'eau.

3. Mix Marketing

Produits proposés :

Nous proposons deux systèmes : un système pour la récupération et la revalorisation de l'eau de pluie et un autre système pour le recyclage des eaux grises. Nous donnons la possibilité aux ménages et agriculteurs de réutiliser l'eau provenant des toits de leurs bâtiments ou des eaux grises de leurs baignoires et douches.

Nous offrons également un service professionnel d'installation et d'entretien pour nos systèmes.

Positionnement en termes de prix :

Le prix sera déterminé en fonction du devis effectué et de la capacité en litres des cuves souhaitée. Le prix sera aussi déterminé en fonction du coût de revient et nous tiendrons aussi compte de ce que proposent les concurrents pour pouvoir se distinguer.

Lieu de distribution :

Les canaux de distribution choisis pour mettre nos systèmes à portée de mains des clients sont : la vente sur internet et la vente dans des foires ou salons professionnels qui permettra au client de comparer la qualité et le prix des produits disponibles, y compris la facilité d'installation et le poids de l'appareil.

Style et mode de communication :

Une approche clé pour cibler les futurs clients est la publicité dans les publications commerciales par exemple.

Nous userons de plusieurs supports de publicité afin d'atteindre nos cibles à savoir :

- Les plateformes digitales : les différents réseaux sociaux sont devenus incontournables dans la promotion d'un nouveau secteur d'activité et pour nous technophiles (élèves-ingénieurs), c'est une chance que nous avons de savoir comment ceux-ci fonctionnent afin de pouvoir nous en servir correctement.
- Les affiches : outils utilisés depuis longtemps on s'en servira aussi pour faire la publicité de nos produits.

- Développement d'un site internet avec référencement sur les moteurs de recherches dont google (google ads)

IV. Plans d'actions

1. Actions de conception

Concernant la conception du produit , notre plan d'action étalé sur la première année est le suivant :

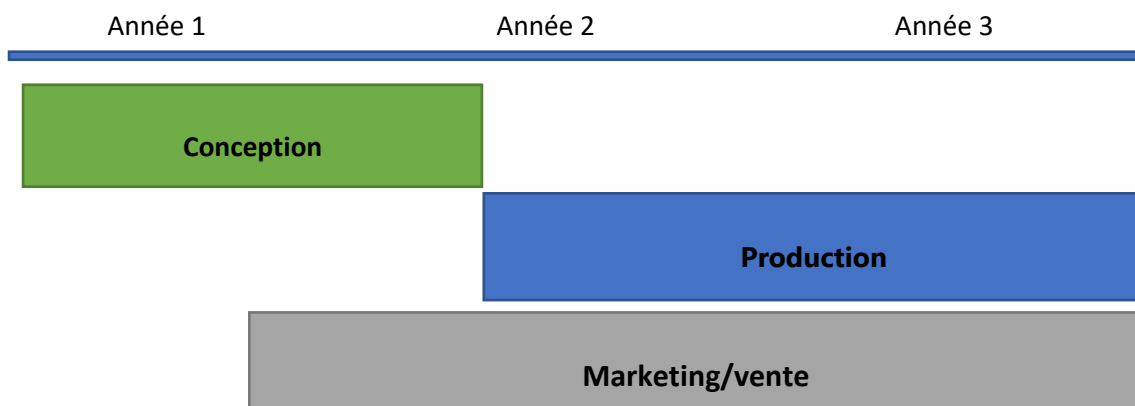
Durant les 04 premiers mois, nos ingénieurs et techniciens établissent une maquette de forme pour nos deux systèmes. Sur les 05 mois qui suivent, ils modélisent le prototype des différents systèmes et effectuent des tests sur les 02 mois suivants. Nous nous accordons une marge d'un mois pour pouvoir gérer les imprévus. Une fois tous les tests validés, nous passons à la phase de production.

2. Actions de Production

La production se fera sur commande après le devis effectué. Il faut que le délai accepté par le client soit compatible avec le temps production. Pour une production sur commande, les risques financiers et commerciaux sont moindres, voire inexistant.

3. Actions commerciales

Nous avons prévu plusieurs actions à partir de la moitié de la première année à savoir : des actions pour se faire connaître au public via des publicités digitales; des actions pour faire tester ou essayer nos produits en offrant des frais d'installation et de devis gratuits pour les clients intéressés ; des actions pour faire acheter en faisant des promotions (Offres spéciales, jeux concours) et on finit par des actions pour fidéliser le client en offrant des avantages exclusifs, en proposant des offres de parrainage et informant régulièrement le client à travers des newsletters.



V. Compte de Résultat prévisionnel et bilan de départ

1. Compte de résultat prévisionnel sur 3 ans

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	0	1 483 500,00	1 799 175,00
Chiffre d'affaires HT vente de marchandises	0	1 104 000,00	1 324 800,00
Chiffre d'affaires HT services	0	379 500,00	474 375,00
Charges d'exploitation	180 000,00	552 000,00	662 400,00
Achats consommés	180 000,00	552 000,00	662 400,00
Charges externes	8 940,00	9 750,00	10 510,00
Assurances	1 300,00	1 350,00	1 400,00
Téléphone, internet	280,00	310,00	340,00
Carburant, transports	3 000,00	3 300,00	3 600,00
Fournitures diverses	260,00	290,00	320,00
Entretien matériel et vêtements	450,00	550,00	600,00
Budget publicité et communication	350,00	350,00	350,00
Loyer et charges locatives	1 300,00	1 500,00	1 700,00
Expert-comptable, avocats	2 000,00	2 100,00	2 200,00
Salaires et charges sociales employés	182 000,00	258 000,00	304 000,00
Salaires et charges sociales dirigeant(s)	120 000,00	190 000,00	205 000,00
Frais bancaires, charges financières	1 000,00	1 000,00	1 000,00
Total Charges	491 940,00	1 010 750,00	1 182 910,00
Résultat	- 491 940,00	472 750,00	616 265,00

La première année, nous sommes en phase de conception nous n'avons donc pas de chiffres d'affaires. Mais à partir de la deuxième année, nous commençons à faire du chiffre grâce à la commercialisation de nos solutions et des différents services de maintenances facturables au client. Au bout de la troisième année, on commence à faire du profit car on comble le manque de la première année.

2. Bilan de départ

Actif	Montant hors taxes (en euros)	Passif	Montant (en euros)
Immobilisations incorporelles	24 500,00	Apport personnel	150 000,00
Frais d'établissement	6 500,00	Apport personnel ou familial	150 000,00
Logiciels, formations	4 500,00	Emprunt	550 000,00
Dépôt marque, brevet, modèle	1 000,00	Prêt n°1 (KissKissBankBank)	275 000,00
Caution ou dépôt de garantie	8 000,00	Prêt n°2 (Ulule)	275 000,00
Immobilisations corporelles	70 500,00		
Enseigne et éléments de communication	2 000,00		
Travaux et aménagements	6 000,00		
Matériel	56 000,00		
Matériel de bureau	6 500,00		
Stock de matières et produits	30 000,00		
Trésorerie de départ	575 000,00		
TOTAL	700 000,00	TOTAL	700 000,00

Frais d'établissements : ce sont les frais de créations de l'entreprise (formalités)

Frais d'ouverture de compteurs : il s'agit ici des compteurs d'eau, électricité, gaz

Enseigne et éléments de communication : il s'agit des cartes de visite, brochures, logo, site internet, éléments graphiques

Travaux et aménagements : Pour l'aménagement du local

Matériel : il s'agit ici des matériaux pour la réalisation du prototype, les outillages et les machines

Matériel de bureau : il s'agit des fournitures, ordinateur, imprimante

Stock de matières et produits : Matières premières, produits finis ou semi-finis

Trésorerie de départ : Somme d'argent gardée en prévision du démarrage de l'activité pour financer le cycle d'exploitation.

Nous avons fait le choix d'effectuer des prêts sur des plateformes de crowdfunding telles que KissKissBankBank et Ulule d'une part pour accroître la crédibilité de notre projet car le succès d'une campagne de crowdfunding prouve le crédit accordé par les investisseurs particuliers au projet, et leur confiance en la capacité de l'entrepreneur à aller au bout de ses ambitions. D'autre part pour bénéficier d'une publicité gratuite car lorsqu'elle est bien menée, une campagne de crowdfunding peut constituer un formidable tremplin pour lancer son produit.

VI. Statut Juridique

Dans le processus de création d'une entreprise de la définition du statut juridique d'une entreprise est une étape importante et incontournable. Elle requiert la prise en place de certains paramètres qui à l'évidence devront correspondre au mieux à l'organisation de l'activité de l'entreprise.

Ceci dit, notre entreprise a juridiquement le statut de **SARL**. En effet, le choix d'un statut juridique de société vient du fait que nous sommes plusieurs associés à vouloir fonder une société dont le but est l'installation et la commercialisation de kits de recyclage d'eaux usées. Aussi, au regard du capital, des investissements nécessaires et des besoins en financement dont nous avons besoin pour créer notre entreprise, il va sans dire que le statut de société est probablement la meilleure solution. Ce choix est davantage motivé par le fait que les associés souhaitent protéger leur patrimoine personnel quand on sait qu'avec le statut d'entrepreneur individuel il y a un risque de saisie de biens personnels étant donné que les entrepreneurs individuels sont entièrement responsables des dettes professionnelles de l'entreprise. Par ailleurs, le statut juridique de société est plus favorable à notre entreprise car nous souhaitons développer rapidement notre société et nous souhaitons qu'elle soit encadrée par la loi.

Partant, si nous choisissons particulièrement le statut de SARL, Société à responsabilité limitée c'est parce que nous trouvons qu'il offre un cadre légal spécifiquement adapté aux PME à l'instar de la nôtre. Jouissant d'une personnalité juridique qui implique de fait la séparation du patrimoine de l'entreprise et du patrimoine personnel des individus, les biens personnels des associés sont ainsi protégés en cas de difficultés financières comme nous l'avons déjà relevé *ut supra*. D'ailleurs, la notion de « responsabilité limitée » présente sur ce statut révèle à suffisance que chaque associé est de fait responsable à hauteur des apports qu'il a déjà réalisés. En sus, le choix d'une SARL se justifie aussi par le fait que nous voulons également être libre de fixer le montant du capital social.

Au reste, le choix d'une SARL aura des implications sur le statut des dirigeants minoritaires de notre société et sur le régime fiscal. Les dirigeants minoritaires auront le statut de d'assimilés-salariés et comme tel, ils auront le droit de bénéficier du régime général de la sécurité sociale. En outre, s'agissant du régime fiscal, les SARL relèvent obligatoirement de l'impôt sur les sociétés. Le montant de ce dernier est fixé à 33,33% des bénéfices de la société avec la possibilité de déduire la rémunération des dirigeants du résultat.

VII. Conclusion

Au terme de cette aventure, nous avons appris tout d'abord que créer une entreprise n'est pas une tâche facile. On peut bien avoir l'idée la plus incroyable au monde et qui pourrait améliorer le quotidien de plusieurs personnes et se planter à la suite d'une mauvaise étude du marché ou à un mauvais plan marketing. Créer une entreprise nécessite de considérer chacune de ces étapes intermédiaires afin d'aboutir à une entreprise viable, un projet porteur de revenus et grâce auquel on ne ferait pas qu'améliorer le quotidien de la clientèle mais aussi gagner sa vie afin d'améliorer notre quotidien.

L'eau est notre passion et notre mission est de protéger et de conserver cette précieuse ressource. Comme un proverbe français le dit si bien : "Quand le puits est à sec, on sait le prix de l'eau."

Ce fut une expérience édifiante pour notre groupe car nous avons en plus des nombreux conseils reçus de notre chargé de TD, nous avons pu les mettre en pratique et avons pu surmonter les difficultés rencontrées et en avons conclu que pour porter un projet il ne faut pas non seulement avoir une idée mais aussi définir un plan d'affaires cohérent.