
Business Plan

30/04/2021



Bom' School

« Pour une communication scolaire, fiable, rapide et efficace »

Les porteurs du projet

Kevin Christ. ANDOUCKA LAMBOU
Administrateur des entreprises de communication
B.P : En attente
Téléphone : 066.88.05.35/077.15.67.47
E-mail : andouckasc@yahoo.fr/lamboukevin@gmail.com

Anicet Magloire ONDOUBA
Journaliste Principal
B.P : En attente
Téléphone : 066.20.43.28/077.17.79.78
E-mail : ondoubantsibah@yahoo.fr

Ulrich Léger OBELE
Technicien en Développement Rural
B.P : En attente
Téléphone : 066 10 26 99/077.44.78.20
E-mail : legerobele2000@yahoo.fr

Ingrid A. YOMBI M'ANDJAYE
Gestionnaire des ressources humaines
B.P : En attente
Téléphone : 066.88.33.42/074.07.40.66
E-mail : mandjayeaymard@yahoo.fr

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE : PROJET

- 1.1 Fiche d'identification de la société
- 1.2 Historique et résumé du projet
- 1.3 Identification des porteurs du projet
- 1.4 Forme juridique de la société
- 1.5 Objectifs de l'entreprise à court, moyen et long terme
- 1.6 Échéancier

DEUXIÈME PARTIE : PRODUIT ET MARCHÉ

- 2.1 Description du produit
- 2.2 Profil du secteur d'activité économique
- 2.3 Description du marché
- 2.4 Clientèle visée
- 2.5 Concurrence

TROISIÈME PARTIE : MARKETING

- 3.1 Stratégie de publicité
- 3.2 Stratégie de prix
- 3.3 Stratégie d'implantation
- 3.4 Ressources humaines
- 3.5 Aspect légal
- 3.6 Aspect environnemental


QUATRIÈME PARTIE : BILAN FINANCIER

- 4.1 Coût et financement du projet
- 4.2 Prévisions financières
- 4.3 Hypothèses relatives aux prévisions financières

ANNEXE : Bilan financier détaillé



PREMIÈRE PARTIE : PROJET

1.1 Fiche d'identification de la société


		
Siège Social	Akanda, Avorbam (En face de la Bodega)	
Adresse	B.P : 2846	
Date de création	24/03/2021	
Statut juridique	SARL	
Informations techniques	RCCM : GA-LBV-01-2021-B12-00226 NIF : 202101003801-U	
Police d'assurance professionnelle	N° CNAMGS : 122-000-027-563	
Domaine d'activité	Internet des Objets (Développement de solutions digitales), Gestion de la Communication Interne et Externe des Organisations.	
Implantation géographique	L'entreprise sera limitée, pour un début, à la seule province de l'Estuaire. Mais, elle souhaite avoir des représentations à l'intérieur du pays.	
Emplois	5 salariés pour le moment, avec possibilité d'employer plus de personnels en fonction de l'évolution de la taille de la société.	
Capital social	1.000.000 FCFA.	
Projets à venir	Développement d'un projet ambitieux dans le domaine de la Santé (en cours d'élaboration) ; Elargissement géographique de l'implantation de l'activité, avec extension à l'ensemble des établissements scolaires du pays.	

1.2 Historique et résumé du projet

1.2.1 Historique

, loin de n'être qu'un rêve, est une ambition née d'un constat palpable. Ce constat fait suite à l'absence de communication véritable, directe, permanente et efficace, dans le système éducatif de notre pays entre établissements et parents d'élèves. En effet, un certain nombre d'idées maîtresses ont inspiré la création de cette application mobile et en animent son développement. Elles constituent ce que nous appelons la dynamique «  » - un rêve basé sur un ensemble de valeurs auxquelles nous sommes profondément attachés.

Ce rêve a permis aujourd'hui de rassembler autour de cette idée une équipe extraordinaire de quatre hommes et une femme prêts à tout mettre en œuvre pour son épanouissement et qui ont à cœur de bâtir une société à la hauteur de leurs aspirations - « leur » entreprise, somme toute.

Notre société est appelée à rassembler autour de son idéal - celui de devenir un outil de proximité au bénéfice des parents d'élèves et des apprenants - une clientèle dont nous serons extrêmement fiers et que nous avons à cœur de servir avec la plus grande compétence. Les idées maîtresses de ce rêve trouvent leurs racines dans un concept de départ très simple, celui qui a animé les promoteurs de  que nous sommes, à savoir :

« Offrir aux parents d'élèves un moyen de contrôle sur leurs enfants et aux établissements scolaires, publics et privés, plus de visibilité et d'opportunité à travers la souplesse et l'efficacité de notre solution digitale ».

De cette idée simple est née toute une philosophie, avec la mise sur pied d'une Agence de communication multidimensionnelle avec plusieurs autres produits et services à venir.

1.2.2 Résumé du projet

Com'chool est une solution digitale qui répond aux besoins immédiats en informations des parents d'élèves. Il s'agit pour eux d'obtenir, auprès des établissements scolaires où sont inscrits leurs enfants, des informations sûres, fiables et directes sur la vie scolaire de leurs progénitures en temps réel. Elle est prévue d'être téléchargeable gratuitement par nos équipes. Notre application a été pensée de telle sorte que les parents d'élèves, pour ceux-là qui l'auront téléchargée, reçoivent des alertes de messages sur leurs Smartphones ou téléphone ordinaire, comme sur WhatsApp, à chaque fois qu'ils se connecteront afin de recevoir des informations diverses concernant leurs progénitures. Pour les parents qui n'ont pas de Smartphone, d'autres solutions ont été pensées à cet effet.

C'est donc une initiative de groupe. Il faut dire qu'à l'heure actuelle, le projet est encore dans sa phase de conception.


Pour le côté lié à sa commercialisation, ce sont les parents d'élèves eux-mêmes qui supporteront, à la demande de l'établissement, les frais de cette technologie qui leur coûtera la somme de **10.000 francs CFA** par trimestre. Notre ambition étant de voir notre solution digitale couvrir l'ensemble des ménages, de manière à ce que les informations sur plusieurs pans de la vie scolaire des apprenants leur soient données, en temps réel, chacun depuis chez soi, sans que personne n'ait plus à se déplacer vers l'établissement. Sauf en cas d'urgence.

1.3 Identification des porteurs du projet

Promoteur 1

- Noms : ANDOUCKA LAMBOU
- Prénoms : Kevin Christel
- Situation familiale : Fiancé (5 enfants).
- Profession : Communicant – Journaliste.
- Grade : Administrateur des Entreprises de Communication.
- Boîte postale : En attente.
- Téléphone : 066.88.05.35/077.15.67.47
- E-mail : andouckasc@yahoo.fr/lamboukevin@gmail.com

Qualités : Dynamique, rigoureux, esprit d'équipe, discret, bonne capacité d'écoute, optimiste et inventif.

 Niveau d'études : Master 2 en Sciences du Langage, Sciences de l'Information et de la Communication (Option : Administration des Entreprises de Communication) / Université Omar Bongo (UOB) – Gabon ;


Expériences professionnelles

- Administrateur Directeur Général de la Société **COM'VISION**.
- Ancien Conseiller Chargé de la Communication du Ministre d'Etat à l'Habitat... et du Ministre d'Etat à la Famille...
- Ancien Journaliste (de 2011 à 2017) à l'**Agence Gabonaise de Presse / Gabon Matin** (AGP).

Promoteur 2

- **Nom** : ONDOUBA
- **Prénoms** : Anicet Magloire
- **Situation familiale** : Marié (6 enfants).
- **Profession** : Communicateur.
- **Grade** : Journaliste principal.
- **Boîte postale** : En attente.
- **Téléphone** : 066.20.43.28/077.17.79.78
- **E-mail** : ondoubantsibah@yahoo.fr

Qualités : Dynamique, rigoureux, Esprit d'équipe...

-  **Niveau d'études** : **Maitrise en Sciences de l'Information et de la Communication** / Institut Supérieur des Sciences de l'Information et des Sciences Sociales (ISSISS) de Liège – Belgique.


Expériences professionnelles

- Journaliste Principal, Chef de Service Politique, au quotidien national **L'Union** (depuis janvier 1996 à ce jour).
- Président du Conseil d'Administration de la Société **COM'VISION**.

Promoteur 3

- **Noms** : YOMBI M'ANDJAYE
- **Prénoms** : Ingrid Aymard
- **Situation familiale** : Marié (2 enfants).
- **Profession** : Entrepreneur.
- **Grade** : Gestionnaire des Ressources Humaines.
- **Boîte postale** : En attente.
- **Téléphone** : 066.88.33.42/074.07.40.66
- **E-mail** : mandjayeaymard@yahoo.fr

Qualités : Rigoureux, bonne capacité d'intégration, inventif, travaille bien fait...

-  **Niveau d'études** : **Master 2 en Gestion des Ressources Humaines** / Université Cheik Anta Diop de Dakar – Sénégal.

Expériences professionnelles :

- Directeur des Ressources Humaines de la Société **COM'VISION**.
- Ancien Directeur Général de la **Société Santé Plus Services**.

Promoteur 4

- **Nom** : OBELE
- **Prénoms** : Ulrich Léger
- **Situation familiale** : Marié (5 enfants).
- **Profession** : Contrôleur d'agriculture.
- **Grade** : Technicien en Développement Rural.
- **Boîte postale** : En attente.
- **Téléphone** : 066 10 26 99/077.44.78.20
- **E-mail** : legerobele2000@yahoo.fr

Qualités : Organisé, inventif, facilité d'adaptation.

✚ **Niveau d'études : Brevet de Technicien en Développement Rural** / Ecole Nationale de Développement Rural (ENDR) / Oyem – Gabon.

✚ **Expériences professionnelles :**

- Directeur de la Communication et du Marketing de la Société **COM'VISION**.
- Ancien Agent contrôleur à l'**Agence Gabonaise de Sécurité Alimentaire** (AGASA).
- Ancien Agent vulgarisateur chez **Art Gold/PNUD**.

1.4 Forme juridique de la société

Com'Vision est une **Société A Responsabilité Limitée (SARL)**, immatriculée au Registre du Commerce et de Crédit Mobilier (RCCM) du Gabon sous le numéro : GA-LBV-01-2021-B12-00226, et qui a pour Numéro d'Identification Fiscal (NIF) : 202101003801-U.

Les raisons de la création d'une SARL résultent dans le fait que cette forme d'organisation permet au gérant de réduire l'impôt à payer sur sa rémunération, en déduisant toutes les dépenses qu'il engage pour son activité. Elle permet de déduire les charges d'exploitation du bénéfice imposable à l'Impôt sur les sociétés (IS). Puis, l'avantage de cette forme résulte du fait que la responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports.

1.5 Objectifs de la société à court, moyen et long terme

1.5.1 Objectifs à court terme

Depuis sa création en janvier 2021, **Com'Vision** espère faire un bénéfice net d'environ **huit cent millions (800 000 000 FCFA)** courant l'année 2022-2023, en augmentant de **50%** sa connectivité et sa clientèle sur le plan national. La société espère atteindre, au terme de sa deuxième année d'exercice, les objectifs de communication et de rentabilité qu'il s'est assignés.

1.5.2 Objectifs à moyen terme

Au bout de la troisième (3) année, laquelle sera soutenue par une optimisation de la stratégie de communication et de marketing, la société **Com'Vision** envisage établir un partenariat durable avec l'Etat pour l'exploitation des établissements publics sur toute l'étendue du territoire national. De plus, la société souhaite atteindre environ **deux cent millions de francs CFA (200 000 000 FCFA)** de Chiffre d'Affaires, augmenter le nombre des établissements privés partenaires, élargir la taille de la société vers les établissements les plus reculés du pays et offrir plus d'emplois aux jeunes dans la mesure où nous souhaitons affecter plus d'employés, au plus **cinq (5) agents**, par établissement.

1.5.3 Objectifs à long terme

A long terme, **Com'Vision** projette non seulement d'augmenter son Chiffre d'Affaires mais, surtout, d'être le numéro Un en matière de solution digitale au Gabon dans les domaines de l'éducation et de la santé et pouvoir exporter ses services dans la sous-région et même au-delà.

Les recettes générées par **Com'Vichool** nous permettront, dans un futur proche, de développer une solution digitale dans le domaine de la Santé cette fois-ci. Un projet encore plus ambitieux que celui actuel et aux lendemains prometteurs.

DEUXIÈME PARTIE : PRODUIT ET MARCHÉ

2.1 Description du produit

La solution digitale à développer est **Om'chool**. C'est une solution digitale qui a pour but de développer la communication scolaire entre le parent d'élève et l'établissement.

Cette solution permet au parent d'élève d'avoir le contrôle sur son enfant à plusieurs niveaux, à savoir : sur sa fréquentation, son travail, sur le calendrier des devoirs, sur toutes les activités socio-éducatives auxquelles l'enfant prend part, sur les décisions prises par l'établissement à l'attention du parent. Bref, elle permet au parent de suivre, en collaboration avec l'établissement, le parcours de son enfant sans avoir à se déplacer. Pour l'instant, cette application ne se limite qu'au secondaire.

Om'chool est donc une application qui sera interconnectée à un logiciel type dénommé **Om'vision**. C'est à partir de ce dernier que tout le flux d'informations sera géré, avant d'être finalement redirigé vers l'application au profit des parents d'élèves.

2.2 Profil du secteur d'activité, description du marché et concurrence

Le secteur de la solution digitale dans le domaine scolaire est fleurissant au Gabon. Puis, le domaine dans lequel souhaite évoluer **Om'chool** est déjà bien occupé par des solutions digitales telles que "Xgest édu" et "Applitech School Suite" qui traitent d'une partie dans la gestion de la vie scolaire des apprenants.

L'avantage avec **Om'chool** c'est que personne, entre "Xgest édu" et "Applitech School Suite", ne fait dans la communication scolaire à proprement parler entre le parent et l'établissement en ce qui est du contrôle du travail et de l'attitude des enfants en milieu scolaire.

C'est donc dans ce couloir que la solution digitale **Om'chool** que nous souhaitons mettre en place est déjà très sollicitée par les parents d'élèves que nous avons sondés. Car, pour la plus majorité, ils ne trouvent plus très souvent le temps de se rendre dans les établissements de leurs enfants pour avoir des informations fiables sur eux. C'est là que **Om'chool** rentre en scène contrairement à ses concurrents dont le premier cite à la charge d'établir les bulletins des apprenants et de rendre public les résultats des examens, tandis que le second a pour vocation de permettre aux chefs d'établissements de gérer leurs élèves en présentiel et à distance, en ce qui est des programmes scolaires uniquement. D'où le gros avantage que détient **Om'chool** qui est au service directement du parent.

Il est à noter que la solution digitale "Applitech School Suite" n'est encore que dans sa phase d'expérimentation, contrairement à "Xgest édu" qui est déjà en activité depuis quelques années déjà avec les tous les manquements qu'on lui connaît.

Le secteur du digital au Gabon est donc un secteur d'avenir, en ce qu'il sera bientôt l'un des secteurs qui emploiera le plus de personnes dans encore quelques années.

2.3 Clientèle

En ce qui est de la clientèle, **Om'chool** ne se fixe aucune limite. Car, tous les établissements qui accepteront notre partenariat seront de fait les potentiels alliés par lesquels nous aurons plus de clients qui ne sont d'autres que les parents d'élèves. Par ailleurs, **Om'chool** vise aussi bien les établissements de Libreville et ses environs, à court et moyen terme, mais aussi ceux de l'intérieur du pays, à long terme.



TROISIÈME PARTIE : COMMUNICATION/MARKETING

3.1 Stratégie marketing (publicité)

Pour être suffisamment connu à travers Libreville et ses environs, en particulier, et à l'intérieur du pays, en général, **Om'chool** envisage de développer comme stratégie publicitaire, une politique de proximité sur quatre (4) niveaux :

- Le premier niveau consistera à utiliser les canaux de communication conventionnels, à savoir : la diffusion de spots publicitaires à travers les différents médias que nous connaissons (télévision, radio, presse écrite). Cependant, l'application compte également se servir des moyens de publicité hors-médias (campagne de promo. dans les établissements scolaires, banderoles...) et de la distribution dans la rue de prospectus et dépliants, etc.
- Le deuxième niveau de notre publicité consistera à développer la stratégie d'affichage, laquelle consistera à coller derrière les sièges de véhicules de transports en commun (taxis) des autocollants à la portée des usagers.
- Le troisième niveau de stratégie publicitaire que **Om'chool** souhaite développer consistera à mettre en place une politique de communication de masse basée sur des contacts au sein des congrégations religieuses de la capitale et de ses environs afin de sensibiliser le maximum de parents.
- Quant au quatrième niveau, il s'agira pour **Om'chool** d'aménager, pour ses équipes de promotion, des stands à l'entrée de chaque établissement en vue d'assurer une meilleure sensibilisation des parents.

Par ailleurs, la dynamique du bouche-à-oreille reste également l'un des moyens de stratégie de publicité que la société ne manquera pas d'utiliser.

3.2 Stratégie de prix

La stratégie de prix développée par l'application **Om'chool** a parfaitement été étudiée en fonction du coût de la cherté de la vie et des difficultés des parents. Mais, surtout, par rapport au coût de l'entretien du serveur et des mises à jour à venir, à la redevance à verser à l'état et aux établissements eux-mêmes. C'est pourquoi, nous avons tablé sur le prix de **10.000 francs CFA** le trimestre, afin de la rendre moins lourde financièrement et plus accessible à un plus grand nombre de parents.

3.3 Stratégie d'implantation

Pour un début d'activités, l'application **Om'chool**, par le billet de la société **Om'ision**, compte signer un partenariat avec six (6) établissements privés de la capitale qui ont déjà presque accepté d'apporter cette innovation au sein de leur établissement.


3.4 Ressources humaines

En plus des **dix-huit (18) agents** qui seront recrutés par **Om'ision** pour un début, il y aura également **cinq (5) agents administratifs**.

3.5 Aspect légal

En termes de légalité, **Om'ision** est une SARL immatriculée au Registre du Commerce et de Crédit Mobilier (RCCM) du Gabon sous le numéro : GA-LBV-01-2021-B12-00226, et qui a pour Numéro d'Identification Fiscal (NIF) : 202101003801-U.

3.6 Le marché

 vise un marché d'un peu plus de **6.000 parents d'élèves** pour les six (6) établissements déjà contactés et près de **45.000 parents d'élèves** pour la plupart des établissements secondaires publics et privée de Libreville à la longue.

QUATRIÈME PARTIE : BILAN FINANCIER

4.1 Coût et financement du projet

4.1.1 Coût du projet

L'estimation du coût du projet a été obtenue par la sommation de l'ensemble des coûts nécessaires à l'exploitation courant année **2022**, à savoir : le montant de nos investissements, le coût des salaires et les charges fixes, qui nous donne un montant d'environ **97.000.000 de francs CFA**.

4.1.2 Financement du projet

- En termes d'**Aides et subventions**, **Dom'vision** compte couvrir un montant s'élevant à **un million (500 000) de francs CFA** ;
- En ce qui concerne les **Fonds propres**, nous avons pu réunir pour ce projet un montant égal à **un million (1 000 000) de francs CFA** ;
- Au titre des **Emprunts bancaire**, nous n'envisageons pas emprunter auprès des établissements bancaires en ce qui concerne le lancement des activités de la société, car nous comptons sur de probables bailleurs de fonds.

4.2 Prévisions financières

Les projections financières de rentabilité et de viabilité de ce projet sont fortement favorables. La rentabilité financière le montre bien. En effet, les capitaux propres de la société couvrent largement l'ensemble des charges d'exploitation. Or, ces capitaux propres sont essentiellement formés par l'excellent niveau du résultat net prévisionnel.

Le défi majeur de ce projet résidera donc dans la capacité de la société à atteindre ses objectifs en termes de partenariats : chiffre d'affaire. Cela justifie également de l'importance que le manager accorde à sa stratégie marketing.

Toujours en matière commerciale, l'activité sera positivement impactée de ce que les clients payeront au comptant et que de même, le manager ne compte nullement faire usage de crédit. Ce point contribuera à fluidifier et à améliorer les besoins en fonds de roulement et donc la trésorerie.

Au regard de l'important niveau de capitaux propres, **Dom'vision** bénéficie également d'un bon taux de solvabilité en cas d'endettement qui pourrait s'élever à **100 000 000 millions**.

4.3 Hypothèses relatives aux prévisions financières

➤ Sur la commercialisation de la solution digitale ou service

- 1- **10.000 francs CFA** par élève et par trimestre, soit trois (3) trimestres scolaires l'année académique.
- 2- **10.000 francs CFA** par élève pour une moyenne de **1000 élèves** par établissement, soit **6000 élèves** au total pour les six (6) établissements contactés.

➤ Sur les achats/dépenses

- 1- Coût du logiciel et de l'application de **4 200 000 FCFA**.
- 2- Achat du matériel informatique **6 750 000 francs CFA**.

3- Achat du mobilier **6 120 000 francs CFA**.

4- Achat des anti-virus **360 000 francs CFA**.

➤ **Sur les aspects fiscaux**

Taux de Taxe sur la valeur ajoutée (TVA) fixé à **18%** aussi bien sur les ventes que les achats (à corriger si les dispositions fiscales le fixe autrement).

Paie ment et estimation de l'**IRPP (Impôt sur le revenu des personnes physiques)** sans tenir compte de l'exonération pendant les **5 premières années** d'activité conformément aux dispositions de la **loi n°16/2005 du 20 septembre 2006 portant promotion des PME-PMI**.

Paie ment et estimation des cotisations sociales sans tenir compte de la mesure exceptionnelle d'exonération temporaire décidée par le **Chef de l'État** courant **janvier 2018**.

Choix du régime réel d'imposition (**IS=30%**) au regard de Chiffre d'Affaire supérieure à **80 millions**.

Ensemble des impôts, taxes et cotisations sociales pris en compte : **Taxe complémentaire sur le salaire (TCS)**, **IRPP**, **Cotisation CNSS (patronales et salariales)**, **cotisations CNAMGS (patronales et salariales)**, **Contribution sur la formation professionnelle (CFP)** et **Fonds National de l'Habitat (FNH)**.

Les exonérations et avantages fiscaux auxquels peuvent prétendre cette nouvelle structure devront être affinés par un expert en fiscalité. Il en va de même pour les charges fiscales omises dans la présente.

➤ **Emprunt**

Projection d'un emprunt de **82 580 000 millions** avec un taux d'intérêt extrapolé de **20%** (à affiner au moment opportun).



ANNEXE : Tableau du Bilan financier détaillé

(Voir fichier Excel)