

BUSINESS PLAN



Coût du projet : 21 279 000 F CFA

Responsable du projet : YENO ANOTHO Alvine Farida

Fonction dans le projet : Chef de projet

Tél : 077 60 17 67

Mail : alvineyeno@gmail.com

BP : 14 040

SOMMAIRE

EXECUTIVE SUMMARY

I.TABLEAU SYNOPTIQUE

II. PRÉSENTATION DU PROJET

- II.1 Introduction
- II.2 La genèse de l'idée
- II.3 Le(s) Fondateur (2), atouts et motivations 3

III. ETUDE DE MARCHÉ

- III.1 Le marché
- III.2 Ma clientèle
- III.3 Concurrence
- III.4 Analyse PESTEL
- III.5 Analyse SWOT

IV. LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

- IV.1 La stratégie du produit
- IV.2 La stratégie des prix
- IV.3 La stratégie de distribution
- IV.4 La stratégie Marketing & Commercial

V. L'ORGANISATION

- V.1 Les Acteurs du projet et leurs rôles
- V.2 La Mise en place
- V.3 Les Frais généraux
- V.4 Plan de financement

VI. CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL

- VI.1 Structure des coûts
- VI.1 Chiffre d'affaires en quantité
- VI.2 Chiffre d'affaires en valeur
- VI.3 Analyse du chiffre d'affaires
- VI.4 Plan de financement
- VI.5 Les Fournisseurs et Prestataires

VII. LA STRATÉGIE DÉVELOPPEMENT

- VII.1 Vision de l'entreprise
- VII.2 Valeurs de l'entreprise
- VII.3 Projection de l'entreprise au bout du 1^{er} Exercice
- VII.4 Projection de l'entreprise au bout du 2^{ème} Exercice
- VII.5 Projection de l'entreprise au bout du 3^{ème} Exercice
- VII.6 Calendrier de réalisation

CONCLUSION

DOSSIER FINANCIER

TABLEAU 1 : BILAN D'OUVERTURE

TABLEAU 2 : CALCUL DU FONDS EN ROULEMENT ET BESOINS EN FONDS DE ROULEMENT

TABLEAU 3 : PLAN DE FINANCEMENT

TABLEAU 4 : COMPTE DE RESULTAT SUR 3 ANS, SIG ET RATIOS

TABLEAU 5 : COMPTE DE TRÉSORERIE

EXECUTIVE SUMMARY

Toutes les deux secondes dans le monde, une personne a besoin de transfusion sanguine pour survivre. De nos jours, la mortalité due au manque de sang est très élevée, **500 000 femmes** perdent la vie chaque année à cause de ce fléau selon l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).

Cela s'explique par un manque criard de donneurs de sang volontaires, mais aussi par les ruptures récurrentes de stocks dans les dépôts de sang.

Au Gabon, le Centre National de Transfusion Sanguine (CNTS) a enregistré au cours de l'année 2019, **33 450** produits sanguins distribués. Ces chiffres restent malheureusement insuffisants considérant l'augmentation croissante de la démographie et des besoins sanitaires.

C'est dans l'optique d'apporter une solution à ce problème que notre plateforme s'engage à réduire au maximum les défis vécus par les personnes dans le besoin notamment les accidentés, les enfants malades, les femmes enceintes.

En effet, **NTCHINA** est une application mobile qui permet de localiser en temps réel les poches de sang disponibles dans les banques de sang et structures médicales mais aussi de mettre en relation les potentiels donneurs et demandeurs de sang.

NTCHINA est une entreprise individuelle avec pour capital de démarrage de **21 279 000 F CFA**, qui a pour projet de devenir une Société par Actions Simplifiée (SAS).

Menée par 4 femmes pour le compte de la 1^{ère} année, elle envisage d'effectuer environ **81 000** transactions pour un chiffre d'affaires de **31 261 950 F CFA**. Avec pour perspective au courant de la deuxième année de recruter 3 personnes supplémentaires en vue d'atteindre une croissance de **25%** sur ses ventes soit **135 000** transactions et un chiffre d'affaires de **52 103 250 F CFA**.

Pour ce faire, **2 500 000 F CFA** ont été investis en apport numéraire et en industrie, mais cela reste tout de même insuffisant, raison pour laquelle nous sollicitons une subvention de **18 779 000 F CFA**.

I. TABLEAU SYNOPTIQUE

Dénomination du projet	Ntchina								
Secteur d'activité	Santé								
Forme juridique du projet	Entreprise individuelle								
Promoteur du projet	YENO ANOTHO Alvine Farida								
Localisation	Owendo								
Coordonnées	077 60 17 67/ alvineyeno@gmail.com								
L'organisation									
Coût Global projet	21 279 000 F CFA								
App. Personnel	2 500 000 F CFA	App. Extérieur		Montant sollicité	18 779 000 F CFA				
Investissement	11 130 000 F CFA	Autres charges		BFR	10 149 000 F CFA				
Prévisions financières et ratios									
C.A ANNÉE 1	31 261 950 F CFA	C.A ANNÉE 2	52 103 250 F CFA	C.A ANNÉE 3	62 523 900 F CFA				
Résultat A1	-9 334 050 F CFA	Résultat A2	11 507 250 F CFA	Résultat A3	21 927 900 F CFA				
CAF A1	-9 334 050 F CFA	CAF A2	11 507 250 F CFA	CAF A3	21 927 900 F CFA				
VAN A1	-7 468 246 F CFA	VAN A2	7 366 624 F CFA	VAN A3	11 231 622 F CFA				
TR A1	25%	TR A1		TR A3					
EMPLOIS A1	4	EMPLOIS A2	7	EMPLOIS A3	10				
SEUIL RENTABILITÉ	40 596 000 F CFA		INDICE PROFITABILITÉ	0 ,71					
Problématique soulevé par le projet/Entreprise									
Accès au don de sang sécurisé à temps et sans stress.									

Solution proposée

Plateforme de mise en relation de donneurs/demandeurs de sang et de géolocalisation des poches de sang disponibles dans les dépôts de sang.

Impact social, financier et économique

La révolution numérique transforme radicalement tous les secteurs, qu'ils soient considérés « compatibles avec la technologie » ou pas.

Le numérique a modifié le fonctionnement des entreprises à bien des niveaux, notamment, dans le service clientèle, la fabrication des produits, les interactions avec les parties prenantes, la gestion des opérations, le recrutement, etc. :

Chaque entreprise est, ou sera bientôt, une entreprise numérique.

Ntchina est un marché de service numérique à la demande qui vise à réduire considérablement les obstacles traditionnels à l'innovation, en allégeant le temps consacré à la recherche de produits sanguins.

Cela, tout en formant une communauté qui veut valoriser la force des relations humaines, stimuler le besoin d'appartenir à une communauté et ainsi venir en aide à la collectivité tout en redécouvrant les liens de proximité dans un monde qui tend au virtuel et à l'individualisme.

Montant sollicité et garanties proposées

Le montant sollicité s'élève à 18 779 000 F CFA.

Le choix de garantie s'est porté sur une garantie personnelle basée sur la solidité et la fiabilité de notre entreprise pour une pleine réussite, mais aussi l'encadrement par un incubateur.

II. PRÉSENTATION DU PROJET

1. Introduction

Lorsqu'un proche a besoin de transfusion sanguine, généralement le commun des mortels fait place à la panique et au stress. On se lance désespérément à la recherche d'un donneur, d'une poche de sang avec le sentiment de ne pas savoir à quel saint se vouer. Dans le pire des cas, le proche décède faute de prise en charge rapide.

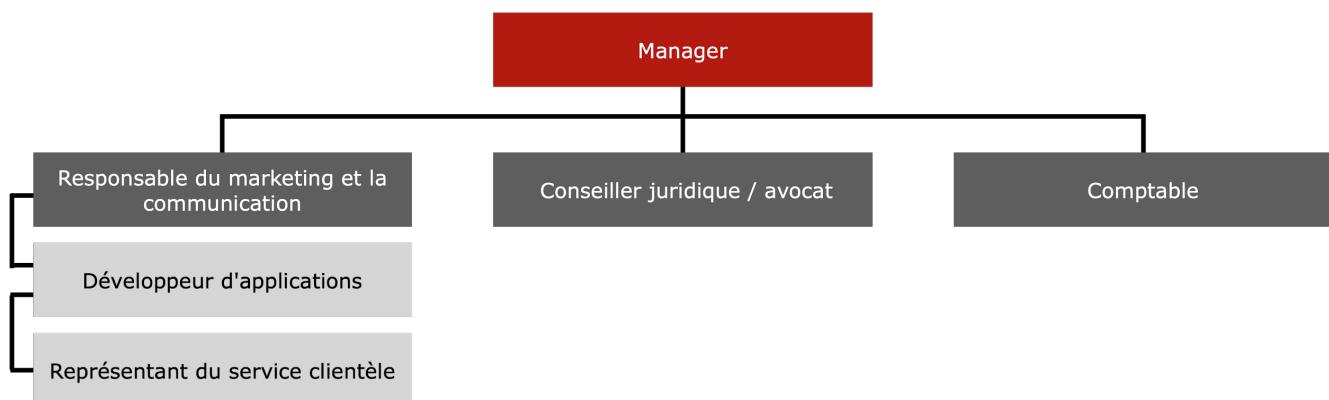
Ainsi, notre mission s'attèle autour de l'Objectif de Développement Durable 3 des Nations unies : bonne santé et bien-être, sous le thème de sauver des vies en innovant.

En effet, notre cheval de bataille est celui de faciliter l'accès au don de sang, pour une meilleure prise en charge des personnes dans le besoin, malades, femmes enceintes, victimes d'accident ; et réduire l'angoisse pour trouver une poche de sang.

a. Organisation de l'entreprise

Notre forme de propriété d'entreprise est le partenariat. Cette forme de propriété est choisie pour assurer l'optimisation et la réduction des coûts, la réduction des risques et de l'incertitude, ainsi que l'acquisition de ressources, de réseaux et d'activités divers mais complémentaires.

L'équipe se constitue comme suit :



- le **Manager** est chargé de superviser quotidiennement la plate-forme et suivre ses performances, approuver les plans et les budgets, déterminer la stratégie et les politiques de haut niveau, gérer le processus de gouvernance de la plate-forme, nommer et superviser le personnel et le(s) gestionnaire(s), élaborer les politiques et stratégies mettant en œuvre les plans et les budgets de la plate-forme, suivre l'exposition au risque de la plate-forme, fournir des informations, des conseils.

• le **Responsable du marketing et de la communication** gère la stratégie marketing de l'entreprise, évalue et repère de manière proactive les nouvelles opportunités marketing et gère les objectifs stratégiques à long terme.

• le **Développeur d'applications** crée, fait la maintenance et implémente le code source afin de développer la plateforme d'application mobile qui répond aux besoins et aux exigences des utilisateurs (clients et fournisseurs de services) à l'aide de la plateforme d'applications mobiles.

• le **Représentant du service clientèle** est chargé de répondre aux besoins des clients et de s'assurer qu'ils ont une bonne expérience. Il se doit d'avoir plusieurs qualités telles que l'écoute active, l'empathie, la résolution de problèmes et la communication.

• le **Conseiller juridique / avocat** s'assure que les transactions de la société sont conformes aux lois et règlements de la société. Il est chargé de la préparation de documents, l'évaluation des partenariats et la négociation des accords.

• le **Comptable** exerce des fonctions financières liées à la précision. Il procède à l'enregistrement, à l'analyse et à la présentation des opérations financières de l'entreprise (principalement la collecte de données financières, la saisie et la génération de rapports).

b. Situation actuelle de l'entreprise

NTCHINA est une entreprise dite en démarrage. En effet, partant de rien, l'entreprise doit s'immuniser, se développer, se différencier...

Nous qualifions cette phase de démarrage "d'étape de recherches" :

- Recherche de crédibilité
- Recherche de sécurité
- Recherche de compétitivité et de positionnement
- Recherche de financement.

2. La genèse de l'idée

NTCHINA est née d'un sentiment d'impuissance qui a envahi une famille Librevilloise lorsqu'elle a été confrontée au besoin et à l'urgence de devoir trouver du sang pour sauver la vie d'un proche en attente de transfusion sanguine, atteint de lupus. En plus d'avoir contacté d'autres proches et de poster des publications sur les réseaux sociaux, n'y-avait-il pas un moyen autre d'agir dans l'immédiat et de se protéger de surcroît soi-même ?

3. Le fondateur et ses motivations

Ledit projet est une initiative de **YENO ANOTHO Alvine Farida**, référente digitale basée à Libreville.

Sa principale motivation : valoriser la force des relations humaines, stimuler le besoin d'appartenance à une communauté et ainsi sécuriser la collectivité tout en redécouvrant les liens de proximité dans un monde qui tend au virtuel et à l'individualisme.

PRODUIT/SERVICES PROPOSÉS

1. Produit/Service

NOM DU PRODUIT/SERVICE	PARTICULARITÉ DU PRODUIT/SERVICE
Mise en relation donneur et demandeur de sang	Les demandeurs peuvent rechercher et trouver plus rapidement des donneurs.
Géolocalisation des poches de sang dans les dépôts	Les personnes dans le besoin de transfusion sanguine peuvent localiser les poches de sang sécurisé en temps réel sans se laisser emporter par le stress.
Mise à disposition de package composé de donneur et poche de sang.	Il s'agit de faciliter le processus de transfusion en proposant directement aux personnes dans le besoin un package de poches et de donneurs.
2. Protection du Produit/Service	
Afin de protéger son service novateur, NTCHINA a pris attaché avec l'Organisme Gabonais de Propriété Intellectuelle (OGAPI) et se trouve à la phase de démarche administrative.	
3. Acquéreurs	
Les banques et dépôts de sang et les ménages sont les principaux acquéreurs	

III. L'ÉTUDE DE MARCHÉ

1. Le marché

a. Évaluation du marché

Le marché du sang en République Gabonaise regroupe plusieurs acteurs qui sont les donneurs de sang d'une part et le CNTS, les dépôts de sang et le grand public qui constitue les demandeurs d'autre part.

Dans un premier temps, les services que nous proposons, se limiteront dans la zone du G1. Avec plus de 895 685 habitants¹ dans l'Estuaire, le marché total disponible est de 600 000 habitants. Les cibles étant toutes les personnes y résidant car nous sommes tous des potentiels demandeurs de sang.

En effet, chaque Librevillois pourrait, à tout moment, ressentir le besoin urgent et vital de rechercher une poche de transfusion sanguine que ce soit pour lui-même ou pour un proche.

A la suite de la réussite de cette première implantation, nous pourrons nous étendre sur le territoire national afin de nous étendre à l'international à long terme.

Pour ce faire, nous estimons notre marché global à 81 000 prévisions de vente en quantité au cours de la première année. Réparti comme suit :

Évaluation du marché par régions

Régions	Part de marché	Tendance
Grand Libreville	60%	48 600 transactions
Port-Gentil	20%	16 200 transactions
Franceville	10%	8 100 transactions
Autres villes du Gabon	10%	8 100 transactions

2. La clientèle

a. Prévision clientèle et catégorie socioprofessionnelle

CIBLES	Prévision clients/mois		Prévision client/An	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Adultes (Hommes et Femmes)	600	800	7 200	9 600
Structures sanitaire	300	500	3 600	6 000
TOTAL CLIENT	603	1300	10 800	15 600

¹ En 2013 d'après Wikipédia

b. Analyse de la clientèle

La clientèle de la société Ntchina se divise en 2 catégories essentielles, à savoir :

- **Les ménages** qui constituent l'ensemble des demandeurs et donneurs de sang, que nous évaluons à 54 000 au cours de la 1^{ère} année, pour une croissance de 25% au cours de la 2^{ème} année soit 90 000 et 50% pour le compte de la 3^{ème} année soit 108 000.
- **Les structures sanitaires** composées des banques et dépôt de sang. Nous estimons notre quantité de vente à 27 000 au cours de la 1^{ère} année avec une augmentation de 25% au cours de la 2^{ème} année et 50% à la 3^{ème} année, soit respectivement 45 000 et 54 000 ventes.

3. La concurrence

a. Concurrents

Après avoir effectué une série de recherches en ligne et en hors-ligne sur notre concurrence, nous pouvons en déduire que la plupart sont indirects.

Au Gabon, le **CNTS** détient le monopole des transactions de demande et de don de sang, monopole qui fait sa faiblesse. Constat fait, il peine à gérer les flux connexes et exige certaines conditions qui découragent la population, par exemple celle de devoir apporter 2 donneurs après avoir déjà payé pour une poche de sang, ce que cette dernière perçoit comme de la corruption.

Force supplémentaire n'étant pas de refus, nous comptons proposer notre aide au CNTS, afin qu'ensemble nous réussissions à réguler ce service et idéalement atteindre une autosuffisance en matière de produits sanguins au Gabon.

En ce qui concerne l'international, nous avons répertorié :

- **Hope** : une plateforme digitale qui a pour objectif principal d'augmenter le nombre de donneurs de sang, en incitant les populations à donner leur sang et en communiquant avec les donneurs grâce à l'envoi de SMS, d'appels et aussi via leur application mobile, basée au Sénégal.
- **Infiuss** : un système de gestion de banque de sang qui relie les banques de sang aux hôpitaux sans banques de sang disponible au Cameroun.
- **Don de sang d'EFS** : Application de l'établissement français du sang, qui consiste essentiellement à la prise de rendez-vous en ligne pour le don de sang et la localisation des collectes de sang.

b. Produits concurrents

N'ayant pas de concurrents directs, il en va de même pour les produits/services concurrents.

En outre, on pourrait compter comme services concurrents indirects celui de la plateforme sénégalaise **HOPE** dont l'objectif est d'augmenter le nombre de donneurs de sang, en incitant les populations à donner leur sang et en communiquant avec les donneurs.

4. Analyse PESTEL

Analyse PESTEL	
POLITIQUE	ECONOMIQUE
<ul style="list-style-type: none">• Pays démocratique stable• Politique d'attractivité des investissements	<ul style="list-style-type: none">• Économie émergente• Pouvoir d'achat élevé• Système économique libéral• Le numérique représente 5% du PIB
SOCIAL	TECHNOLOGIQUE
<ul style="list-style-type: none">• Infrastructures peu informatisées• Population relativement jeune	<ul style="list-style-type: none">• 2e pays d'Afrique le plus connecté• Couverture réseau 4G et 5G en phase d'expérimentation• Essor de formations dans le numérique• 2,9 millions d'abonnés à l'internet mobile (156 % de taux de pénétration)
ÉCOLOGIQUE/ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
<ul style="list-style-type: none">• Position géographique stratégique	<ul style="list-style-type: none">• Membre de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA)• Présence de l'Office Gabonais de la Propriété Industrielle• Projet eGabon-SIS : cadre juridique sur la e-santé

5. Analyse SWOT

Analyse SWOT	
FORCE	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Service novateur • Coûts fixes bas • Réaction flexible quant aux changements du marché • Intimité clientèle • Réseau • Storytelling accrocheur 	<ul style="list-style-type: none"> • Dépendance structures médicale • Sécurité de fonctionnement, notamment de paiement •
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Changement dans le comportement du consommateur • Pas de concurrents directs • Développement possible et rentable au niveau international • Terrain vierge dans l'optique choisi • Possibilité de s'implanter à l'international • Possibilité d'être numéro 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Service novateur, le faire accepter • Possible apparition de concurrence rapide et imprévisible • Nécessite de se développer rapidement • Responsabilité des personnes •

IV. LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

1. La stratégie du produit (segmentation du marché)

Nous envisageons de nous implanter dans un premier temps dans les provinces qui représentent les plus grosses parts de marché, qui ont le plus de structures sanitaires et une meilleure couverture internet, à savoir :

- Estuaire
- Ogooué Maritime
- Haut-Ogooué

RÉGIONS DE MARCHE PRIORITAIRE		
PRIORITÉ	RÉGIONS PRIORITAIRE	CARACTÉRISTIQUES
PRIORITÉ N°1	ESTUAIRE	<ul style="list-style-type: none">• 60% de part de marché soit 48 600 transactions• Couverture internet : 5G (en expérimentation); 4G+; 4G
PRIORITÉ N°2	OGOOUÉ MARITIME	<ul style="list-style-type: none">• 20% de part de marché soit 16 200 transactions• Couverture internet : 4G+; 4G
PRIORITÉ N°2	HAUT-OGOOUÉ	<ul style="list-style-type: none">• 10 % de part de marché soit 8 100 transactions• Couverture internet : 4G; 3G

2. La stratégie des prix

En vue d'acquérir le marché au lancement, nous comptons fixer un prix relativement attractif. Ce à quoi s'ajoute, une invitation aux inscriptions mais aussi une certaine période pendant laquelle la plupart de nos services seront gratuits.

D'autres incitations sans impact sur notre rentabilité peuvent nous servir de stratégie pour bâtir une clientèle plus large et communiquer nos valeurs fondamentales. Ces incitations comprennent :

- Les réductions saisonnières ;

- L'incitation à la fidélité des clients et récompenses pour fidéliser les donneurs.

3. La stratégie de distribution

L'accessibilité de nos services est essentiellement basée sur 2 formes de distributions : directe et indirecte.

La distribution directe concerne le service de **géolocalisation des poches de sang**, en effet une fois que l'utilisateur règle pour la transaction, il a accès au service.

La distribution indirecte concerne les services de **mise en relation des donneurs et demandeurs** de sang et **SOS Ntchina** ; nous ne sommes pas l'unique acteur dans la distribution mais travaillons avec des donneurs considérés comme externes, ce qui rend la distribution indirecte et implique un laps temps d'attente après le paiement.

4. La stratégie marketing & commercial

L'objectif principal de notre plan marketing est de nous assurer que les chiffres d'affaires annuels attendus sont atteints. Nous espérons atteindre cet objectif grâce aux objectifs suivants :

- Offrir valeur et satisfaction client, créer une position forte et des canaux de distribution,
- Acquérir une part de marché importante et,
- Augmenter considérablement notre taux de croissance annuel et fournir des services associés de haute qualité.

C'est dans cet optique que nous allons entreprendre les actions suivantes :

1. Point de presse
2. Campagne de lancement dans les carrefours des 3 communes : Akanda, Libreville, Owendo. Avec explication et inscription sur la plateforme.
3. Passage télévisé : L'invité de Gabon 1ere, le grand Mbandja
4. Passage radio : Urban FM
5. Apparition dans le quotidien l'Union
6. Affichage panneaux JC Decaux
7. Spot Vidéo sur les réseaux sociaux avec des influenceurs
8. Passage web émission
9. Distribution de flyers dans les hôpitaux
10. Sensibilisation et recrutement des donneurs auprès des églises, ONG.

V. L'ORGANISATION

1. Les acteurs du projet et leurs rôles

IDENTITÉ	RÔLE DANS LE PROJET	PROFIL (Compétence)	SALAIRE
Alvine Farida YENO ANOTHO	Manager	Développeuse web et référente digital de formation, son empathie, son imagination et son envie de faire bouger le monde du digital, en réfléchissant à une solution là où se trouve un problème du quotidien, sont les maîtres mots de son leitmotiv	500 000
Marilyn MEZUI	Resp. Commercial et Communication	Communicatrice avec une expérience de travail dans le domaine de l'infographie et du Community management. Elle ne craint pas l'inconnu et sait mettre à profit ses compétences.	300 000
MOUTCHINGA MAKITA Amma-Stanislas	Resp. Service Financier	Diplômée en management des opérations internationales, attirée par tout ce qui est marketing et relations humaines. Dynamique et impliquée, elle est membre de plusieurs clubs mais fait aussi du bénévolat.	300 000
Alix Guenaelle MABICKA	Resp. Service Client	Étudiante en 6 ^e année de médecine et philanthrope. Elle aime se rendre disponible pour aider ceux qui sont dans le besoin selon ce qui lui est possible.	150 000

2. La mise en place

Nous comptons nous installer du côté de l'immeuble rénovation ou nous avons repéré des bureaux qui correspondent à nos besoins. Pour l'heure et en accord avec notre avancée actuelle, nous travaillons depuis nos domiciles.

3. Les frais généraux

Tableau des investissements

LIBELLE	Qté	PRIX. U HT	MONTANT	DUREE VIE	Taux AMORT.	AMORT.
INVESTISSEMENT AMORTISSABLE						
Ordinateurs	2	500 000	1 000 000	3	33%	333 333
Mac book pro	1	800 000	800 000	5	20%	160 000
Imprimante multifonctionnelle	1	1 000 000	1 000 000	10	10%	100 000
Boxe Internet	1	30 000	30 000	3	33%	10 000
Achat nom de domaine	1	50 000	50 000	5	20%	10 000
Split 2 Chevaux	2	200 000	400 000	5	20%	80 000
Bureau complet	2	450 000	900 000	5	20%	180 000
Canapé	3	90 000	270 000	5	20%	54 000
Ecran Plasma 32 pouces	1	250 000	250 000	5	20%	50 000
			-			-
TOTAL INVESTISSEMENT AMORTISSABLE			4 700 000			977 333
INVESTISSEMENT NON AMORTISSABLE						
Frais de Constitution	1	430 000	430 000			
Développement application	1	4 000 000	4 000 000			
Campagne de lancement	1	1 000 000	1 000 000			
Recherche et développement	1	1 000 000	1 000 000			
			-			
TOTAL INVESTISSEMENT NON AMORTISSABLE			6 430 000			0
TOTAL GENERAL INVESTISSEMENT			11 130 000			977 333

Tableau des charges fixes

CHARGES DIVERSES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
Loyer et charges locatives	400 000	12	4 800 000
Fournitures entretien et bureau	200 000	12	2 400 000
Consommation eau	20 000	12	240 000
Consommation Électricité	80 000	12	960 000
Entretien des split	40 000	12	480 000
Abonnement chaines Télé	10 500	12	126 000
Communication	500 000	12	6 000 000
Connexion internet	45 000	12	540 000
Assurance	50 000	12	600 000
Hébergement site internet	50 000	12	600 000
Taxes	50 000	12	600 000
Prestation extérieures	300 000	12	3 600 000
TOTAL GENERAL	1 745 500	12	20 946 000

CHARGES SALARIALES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
Manager	500 000	12	6 000 000
Responsable Communication & Marketing	300 000	12	3 600 000
Responsable Financier	300 000	12	3 600 000
Service client	150 000	12	1 800 000
TOTAL GENERAL	1 250 000	12	15 000 000

CHARGES SOCIALES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
CNSS SALARIALE (2,5)	31 250	12	375 000
CNSS PATRONALE (16%)	200 000	12	2 400 000
CNAMGS SALARIALE (2%)	25 000	12	300 000
CNAMGS PATRONALE (4,1%)	51 250	12	615 000
TOTAL GENERAL (22,6%)	307 500	12	3 690 000

CHARGES FINANCIERES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
AGIOS	30 000	12	360 000
INTERET EMPRUNT	-	12	-
AUTRES CHARGES	50 000	12	600 000
TOTAL GENERAL	80 000	12	960 000

TOTAL CHARGES FIXES	3 383 000		40 596 000
----------------------------	------------------	--	-------------------

4. Le plan de financement du projet

Le projet NTCHINA d'une valeur de **21 279 000 FCFA** sera financé à hauteur de **2 500 000 F CFA** par les promoteurs du projet, et à la faveur de ce concours nous comptons figurer parmi les lauréats afin de pouvoir lever les **18 779 000 F CFA** qui nous permettons de pouvoir le financer et le lancer.

VI. CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL

1. Structure des coûts

Produit/service	Cout production	Marge	Tps	Prix de vente
Mise en relation donneur		120	11	109
Géolocalisation des poches		650	62	588
Sos Ntchina	280	200	19	461

2. Chiffre d'affaires en quantité

Prévision vente en quantité					
PRODUIT/SERVICE	PRIX VENTE	MOIS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
% CROISSANCE				25%	50%
Mise en relation donneur	109	3 000	27 000	45 000	54 000
Géolocalisation des poches	588	3 000	27 000	45 000	54 000
Sos Ntchina	461	3 000	27 000	45 000	54 000
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES	9 000		81 000	135 000	162 000

3. Chiffre d'affaires en valeur (vente)

Prévision vente en valeur					
PRODUIT/SERVICE	PRIX VENTE	MOIS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
Mise en relation donneur	109	325 800	2 932 200	4 887 000	5 864 400
Géolocalisation des poches	588	1 764 750	15 882 750	26 471 250	31 765 500
Sos Ntchina	461	1 383 000	12 447 000	20 745 000	24 894 000
TOTAL CHIFFRE d'affaires	3 473 550		31 261 950	52 103 250	62 523 900

4. Analyse du chiffre d'affaires et projection sur 3 ans (vente)

Notre projection financière est très conservatrice, prudente et pourtant très prometteuse. Nous nous sommes assurés que les ventes étaient soigneusement sous-estimées tout en prêtant attention à l'effet multiplicateur de la croissance avec un potentiel de coût croissant. Nous sommes certaines que notre service gagnera rapidement du terrain et commencera à générer des ventes dès sa première année d'activité.

Ainsi le coût de vente de la 1^{ère} année s'élèvera à **31 261 950 F CFA**, avec une croissance de 25% au cours de la 2^{ème} année nous estimons un chiffre d'affaires de **52 103 250 F CFA**, pour enfin avoir un chiffre d'affaires de **62 523 900 F CFA** grâce à une croissance de 50% par rapport à la 3^e année.

VII. STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

1. La vision de l'entreprise

Fournir une plateforme rapide, sécurisée fiable et conviviale notre vision est de réduire nettement le nombre de décès liés à l'absence de transfusion sanguine dans des brefs délais d'ici 2022. Tout en formant une communauté qui se veut de valoriser la force des relations humaines, stimuler le besoin d'appartenir à la communauté et ainsi venir en aide à la collectivité tout en redécouvrant les liens de proximité dans un monde qui tend au virtuel et à l'individualisme.

2. Les valeurs de l'entreprise

- Solidarité
- Générosité
- Bienveillance
- Responsabilité

3. Projection de l'entreprise au bout du 1er exercice

Au bout de la première année, notre entreprise compte embaucher 4 personnes pour un chiffre d'affaires en quantité de **81 000** transactions et **31 261 950 F CFA** en chiffre d'affaires en valeur de vente.

4. Projection de l'entreprise au bout du 2ème exercice

Pour le compte de la 2e année, notre entreprise envisage de passer le cap de 4 employés à **7 employés**. On envisage également une croissance de de **25%** sur notre chiffre d'affaires en valeur soit **52 103 250 F CFA** contre **135 000** du chiffre d'affaires en quantité.

5. Projection de l'entreprise au bout du 3ème exercice

Restons dans une optique de progression continue, la 3e année sera marquée par l'arrivée de 3 nouveaux employés, pour un total de l'équipe Ntchina de **10 employés**. Les chiffre d'affaires en vente et en quantité quant à eux augmenteront de 50% par rapport à la première année soit **162 000** pour le chiffre d'affaires en quantité et **62 523 900 F CFA** pour le chiffre d'affaires en valeur.

6. Calendrier de réalisation

Étape de réalisation	Période
Conception de l'application : <ul style="list-style-type: none"> ● Maquettage ● Prototypage ● Développement ● Achat du domaine ● A/B Testing ● Développement 	Mi-Février Mi-Mars 2021
Démarche qualité et documents de l'entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ● Cachet ● Carte de visite ● Charte d'engagement qualité ● Vidéo de présentation ● Conditions générales ● Finalisation OGAPI ● Migration SAS 	Avril 2021
Aménagement du siège social : <ul style="list-style-type: none"> ● Recherche du local ● Achat des meubles ● Aménagement 	Mai 2021
Campagne de lancement : <ul style="list-style-type: none"> ● Point de presse ● Animation Rond-point Akanda, Libreville, Owendo ● Passage télévisé ● Passage radio ● Animation réseaux sociaux avec influenceurs ● Passage émission web 	Juin-Juillet 2021
Analyse des résultats : <ul style="list-style-type: none"> ● Mise en place d'un bilan ● Mise en place d'action correctives 	Août 2021
Séminaire : <ul style="list-style-type: none"> ● Renforcer les liens ● Renforcer les capacités de l'équipe 	Août 2021
Nouveaux Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> ● Établissement des objectifs commerciaux ● Définition des tâches pour l'atteinte des objectifs commerciaux ● Recrutement pour renforcer l'équipe 	Septembre 2021

CONCLUSION

La conclusion de cette analyse se matérialise par une vision très claire de la solvabilité de l'entreprise, de sa rentabilité et de ses perspectives.

DOSSIER FINANCIER

Tableau 1 : Bilan d'ouverture

BILAN D'OUVERTURE			
ACTIF		PASSIF	
Immobilisations incorporelles	6 430 000	Capital	2 500 000
Frais de Constitution	430 000	Apport en numéraire	1 000 000
Développement application	4 000 000	Apport en nature	0
Campagne de lancement	1 000 000	Apport en industrie	1 500 000
Recherche et développement	1 000 000	Réserves	0
Immobilisations corporelles	4 700 000		
Ordinateurs	1 000 000	Report à nouveau	0
Mac book pro	800 000		
Imprimante multifonctionnelle	1 000 000	Résultat de l'exercice	0
Boxe Internet	30 000		
Achat nom de domaine	50 000	Subventions d'investissement	18 779 000
Split 2 Chevaux	400 000	eStartup Challenge	18 779 000
Bureau complet	900 000		
Canapé	270 000		
Écran Plasma 32 pouces	250 000		
Immobilisations financières	0		
Immobilisation financière	0		
Total de l'actif immobilisé (I)	11 130 000	Total des capitaux propres (III)	21 279 000
Stocks	0	Emprunts	0
	0	Prêts sans intérêt	0
	0	Comptes courants d'associés	0
Autres créances (crédit TVA)	0	Dettes fournisseurs	0
Trésorerie	10 149 000	Dettes fiscales et sociales	0
Banque	10 149 000		
Total de l'actif circulant (II)	10 149 000	Total des dettes (IV)	0
TOTAL GENERAL (I) + (II)	21 279 000	TOTAL GENERAL (III) + (IV)	21 279 000

Tableaux 2 : Calcul du fonds en roulement et besoins en fonds de roulement

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT	
Libellé	En jours
Délai créances clients	
Dettes fournisseurs	
Dettes sociales	
Nombre de jours/An	360/An

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT			
Libellé	Année 1	Année 2	Année 3
Délai créances clients			
Dettes fournisseurs			
Dettes sociales	3 690 000		
BFR	10 149 000		
En % Chiffre d'Affaires			
Var BFR			

Tableau 3 : Plan de financement

PLAN DE FINANCEMENT			
Libellé	Année 1	Année 2	Année 3
Autofinancement			
Apport en capital	2 500 000		
Apport en compte courant			
Emprunt			
Subventions	18 779 000		
Total Ressources			
Investissement	11 130 000		
Variation du BFR			
Remboursement compte courant			
Remboursement Emprunt			
Total Emplois			
Variation de Trésorerie			
Trésorerie Initiale	10 149 000		
Trésorerie Finale	6 934 950		

Tableau 4 : Compte de résultat sur 3 ans, SIG et ratios

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
Chiffre d'affaires (Vtes produits/Services)	31 261 950	52 103 250	62 523 900
Subvention	10 149 000		
Augmentation en %			
Coûts d'achats de produits/Services			
Augmentation en %			
Marge brute commerciale	41 410 950	52 103 250	62 523 900
Charges externes	17 346 000	17 346 000	17 346 000
Loyer et charges locatives	4 800 000	4 800 000	4 800 000
Fournitures entretien et bureau	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Consommation eau	240 000	240 000	240 000
Consommation Électricité	960 000	960 000	960 000
Entretien des split	480 000	480 000	480 000
Abonnement chaines Télé	126 000	126 000	126 000
Communication	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Connexion Internet	540 000	540 000	540 000
Assurance	600 000	600 000	600 000
Hébergement site internet	600 000	600 000	600 000
Taxes	600 000	600 000	600 000
Valeur ajoutée	24 064 950	34 757 250	45 177 900
Impôts et taxes	600 000	600 000	600 000
Charges salariales	14 325 000	14 325 000	14 325 000
Charges sociales	3 690 000	3 690 000	3 690 000
Excédent brut d'exploitation	5 449 950	16 142 250	26 562 900
Frais bancaires, Rembourse. Emprunts	960 000	960 000	960 000
Dotations aux amortissements	977 333	977 333	977 333
Résultat avant impôts	3 512 617	14 204 917	24 625 567
Impôts sur les sociétés	1 229 416	4 971 721	8 618 948
Résultat Net	2 283 201	9 233 196	16 006 618

RATIOS FINANCIERS

	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'Affaires	31 261 950	52 103 250	62 523 900
Charges variables			
Marge sur coûts variables	31 261 950	52 103 250	62 523 900
Taux de marge sur coûts variables	100%	100%	100%
Charges fixes	40 596 000	40 596 000	40 596 000
Total des charges (fixes variables)	40 596 000	40 596 000	40 596 000
Résultat courant avant impôts	- 9 334 050	11 507 250	21 927 900
Seuil de Rentabilité (chiffre d'affaires)	40 596 000	40 596 000	40 596 000
Excédent / insuffisance	- 9 334 050	11 507 250	21 927 900
<i>Point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré</i>	162 384	162 384	162 384

	Année 1	Année 2	Année 3
RESULTAT NET	- 9 334 050	11 507 250	21 927 900
AMORTISSEMENT			
TOTAL INVESTISSEMENT	11 130 000	11 130 000	11 130 000

	Année 1	Année 2	Année 3
CAF	- 9 334 050	11 507 250	21 927 900
Investissement	11 130 000	11 130 000	11 130 000
Cash-flow	- 9 334 050	11 507 250	21 927 900
Cash-Flow Actualisés	- 8 333 973	9 173 509	15 607 846
Taux d'actualisation	12%		
TRI au bout de 3 ans	25%		
VAN actualisée	- 7 468 246	7 366 624	11 231 622
Somme VAN actualisées	11 130 000		
Cash-flow cumulés	- 20 464 050	- 8 956 800	12 971 100
Délai de récupération en mois	- 1,19	Mois	
Marge de Sécurité	- 9 334 050	11 507 250	21 927 900
Indice de sécurité	-30%	22%	35%
Indice de Profitabilité Année 3		0,71	

Tableau 5 : Compte de trésorerie

PLAN DE TRESORERIE SUR 12 MOIS EN FCFA																						
RECETTES	Total	Montant	Total			Début	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12				
	HT	TVA	TTC			Exercice																
					REPORT SOLDE			7 276 000	4 403 000	1 530 000	2 130 550	2 731 100	3 331 650	3 932 200	4 532 750	5 133 300	5 733 850	6 334 400				
					Capital		2 500 000															
					Autres Apport		0															
					Subvention eStartup		18 779 000															
	10 149 000	0	10 149 000	BFR			10 149 000															
	2 932 200	0	2 932 200	Mise en relation donneur					325 800													
	15 882 750	0	15 882 750	Géolocalisation des poches					1 764 750													
	12 447 000	0	12 447 000	Sos Ntchina					1 383 000													
41 410 950	0	41 410 950	TOTAL RECETTES		21 279 000	10 149 000	7 276 000	4 403 000	5 550	5 604	6 204	6 805	7 650	7 200	8 750	8 405	8 300	9 606	9 850	9 400	9 807	9 950
DEPENSES	11 130 000	0	11 130 000	INVESTISSEMENT		11 130 000																
		0		Mise en relation donneur																		
		0		Géolocalisation des poches																		
		0		Sos Ntchina																		
	4 800 000	0	4 800 000	Loyer et charges locatives			400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000		
	2 400 000	0	2 400 000	Fournitures entretien et bureau			200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000			
	240 000	0	240 000	Consommation eau			20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000			
	960 000	0	960 000	Consommation Électricité			80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000			
	480 000	0	480 000	Entretien des splits			40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000			
	6 000 000	0	6 000 000	Communication			500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000			
	540 000		540 000	Connexion internet			45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000			
	600 000	0	600 000	Assurance			50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000			
	600 000	0	600 000	Hébergement site internet			50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000			
	600 000	0	600 000	Taxes			50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000			
	5 730 000	0	5 730 000	Manager			477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500	477 500			

	3 438 000	0	3 438 000	Responsable Communication & Marketing		286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500
	3 438 000	0	3 438 000	Responsable Financier		286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500	286 500
	375 000	0	375 000	CNSS SALARIALE (2,5)		31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250	31 250
	2 400 000	0	2 400 000	CNSS PATRONALE (16%)		200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
	300 000	0	300 000	CNAMGS SALARIALE (2%)		25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
	615 000	0	615 000	CNAMGS PATRONALE (4,1%)		51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250	51 250
	360 000	0	360 000	AGIOS		30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
	0	0	0	INTERET EMPRUNT		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	600 000	0	600 000	AUTRES CHARGES		50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
	45 606 000	0	45 606 000	TOTAL DEPENSES	11 130 000	2 873 873 000	2 873 000										

TRESORERIE MENSUELLE	10 149 000	7 276 000	4 403 000	1 530 000	2 130 550	2 731 100	3 331 650	3 932 200	4 532 750	5 133 300	5 73 3 85 0	6 334 400	6 934 950
-------------------------	------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------------	-----------------	-----------------

BUSINESS PLAN

