

PRESENTATION DE LA STARTUP ARTIAF SUARL ET BUSINESS PLAN

1. Présentation générale

Artiaf Suarl (Artisans d'Afrique) est une startup active dans le secteur du e-Commerce. Elle est présente sur la toile à travers sa plate-forme dénommée **Artiaf.com**. Notre entreprise a pour objectif de promouvoir et de vendre les produits et services artisanaux sur Internet. Nous proposons à nos clients des objets d'art, de l'électroménager, des tissus, des produits de bien-être, des compléments alimentaires, des produits cosmétiques naturels, etc. Au fil des réactions des clients, ainsi qu'au regard de nombreuses branches d'activités qui composent le secteur de l'artisanat au Gabon nos activités s'accentuent davantage sur la promotion de l'entrepreneuriat local et la vente de compléments alimentaires produits localement et à l'étranger. Le besoin d'être utile justifie la création de notre entreprise. En effet, l'idée de création de notre entreprise part d'un constat fait en 2016 notamment l'absence d'un catalogue des artisans du Gabon au niveau de l'administration de tutelle.

2. Logo et slogan



Artisans, Artistes, entrepreneurs (Slogan)

3. Responsable

MBEMBO Armel Severin
Tel : +24166278268 / 077 75 00 75
Mail : armelmbembo@gmail.com

4. Missions

Artiaf a pour mission principale de promouvoir et d'assurer la vente en ligne des produits et services artisanaux ainsi qu'inciter la jeunesse locale à l'entrepreneuriat. Nous nous proposons d'améliorer le bien-être et le confort de nos clients en leur donnant la possibilité de consommer des produits cosmétiques naturels, des compléments alimentaires sans effets secondaires contrairement aux autres produits vendus dans les grandes surfaces.

Nos clients sont généralement composés d'hommes et femmes de plus de 35 ans, en activité professionnelle et qui n'ont pas toujours le temps de se rendre dans les grandes surfaces pour faire des courses. Notre clientèle s'étend aussi au-delà de nos frontières nationales. En effet, des centaines de visiteurs internationaux sollicitent quotidiennement nos produits en lignes sur notre site internet ainsi que sur les réseaux sociaux.

Nos produits sont mis à la disposition de nos clients en ligne à travers notre site internet www.artiaf.com, les réseaux sociaux (Facebook, Whatsapp, Instagram), le bouche à oreille ainsi qu'à travers notre service de livraison à domicile.

5. L'équipe

Contrairement à l'année de départ, l'effectif d'Artiaf a été revu à la baisse. Aujourd'hui, en termes de ressources humaine l'équipe comprend :

- ✓ Un (1) **Responsable**, Bac+5. Il assure le management opérationnel et stratégique de l'entreprise. Il assure la gestion de la communication avec les clients, organise les prises d'images, les ventes, les livraisons, gère les approvisionnements, les stocks, la comptabilité, le personnel, contrôle la qualité des produits ;
- ✓ Une (1) **Webmaster**, Bac+4. Elle assure la gestion et la maintenance du site web ;
- ✓ Une (1) **Opératrice produits**, Bac+5. Elle est chargée de l'alimentation de la base de données, la prise et le traitement des images ;
- ✓ Un (1) **Livreur**, en charge des livraisons des commandes. Cette activité est généralement exécutée par un prestataire.

6. Valeur ajoutée de l'activité

Nous aidons d'abord les artisans à améliorer la visibilité de leurs produits et services ainsi que leurs ventes de telle sorte qu'ils puissent améliorer leur niveau de vie.. .

Ensuite, nous aidons les personnes soucieuses de leur bien-être qui veulent améliorer ou maintenir leur santé en achetant en ligne des produits 100% naturels, des cosmétiques, ou des objets d'art de grande qualité.

La clientèle visée reste particulièrement les hommes et femmes qui souhaitent booster leur forme, perdre du poids, entretenir leur peau et les cheveux. Nous visons aussi les personnes soucieuses de s'équiper en ligne en objets d'art, produits et services artisanaux, électroménagers etc.

Grâce à notre service de livraison ponctuel, les clients ont la possibilité de recevoir leurs commandes sans bouger de leurs chaises à domicile ou au bureau et dans la plus grande discréetion. Les prix que nous appliquons sont généralement un peu plus élevés que ceux du marché pratiqués sur le marché noir mais très inférieurs à ceux pratiqués dans les grandes surfaces.

7. Facteurs clés du succès

Par rapport à nos concurrents, les facteurs clés de notre succès reposent en partie sur notre boutique en ligne qui nous donne la possibilité de toucher une clientèle beaucoup plus large notamment au Gabon et à l'international. Les produits que nous proposons sont de grande qualité, testés ou certifiés. Nous offrons des prestations de conseils en ligne afin de mieux guider nos clients dans leurs achats. Nos produits sont originaux, naturels et sans effets secondaires. Nous offrons un service de livraison à domicile. Nos clients sont satisfaits ou remboursés. En outre, nous avons une équipe passionnée, motivée, dynamique et professionnelle. Uni, notre personnel met tout mettre en œuvre pour la réussite de ce projet.

8. Stratégie de l'entreprise

Objectif principal:

Construire et améliorer la plate-forme www.artiaf.com. En effet, nous souhaitons faciliter la navigation des visiteurs, améliorer le référencement du site, acquérir de meilleurs moyens de paiement pour nos usagers et accroître notre visibilité sur la toile.

Objectifs à atteindre à court-terme :

- ✓ Poursuivre et finaliser nos démarches de régularisations auprès des autorités administratives compétentes notamment le Ministère de la Santé sur le volet de la vente en ligne et l'approvisionnement en compléments alimentaires. Opération estimée à deux millions (2 000 000) de F CFA conformément aux procédures d'enregistrement et de mise sur le marché d'un produit pharmaceutique en République Gabonaise ;
- ✓ Renouveler notre agrément à l'Agence Gabonaise de Sécurité Alimentaire (AGASA) 200 000 FCFA.
- ✓ S'acquitter du dépôt de garantie de cinq millions (5 000 000) de FCFA fixé par UBA-GABON pour l'implémentation sur www.artiaf.com des moyens de paiement **Visa et Mastercard** ;
- ✓ Ouvrir un compte DHL afin de faciliter les livraisons de nos colis à l'étranger ;
- ✓ Augmenter nos capacités d'approvisionnement. Ainsi, pour le cas des produits cosmétiques, nous prévoyons renforcer nos commandes à l'aide d'un montant de cinq millions six cent mille (5 600 000) FCFA ;
- ✓ Commander à l'étranger un stock d'emballages personnalisés et sécurisés afin d'améliorer les livraisons ainsi que le colisage de nos produits. Cout estimé : deux millions de (2 000 000) de F CFA ;
- ✓ Concevoir et réaliser des spots publicitaires (vidéo et affiches) dans le cadre de notre prochaine campagne de communication et de promotion de notre plate-forme. Cout estimé : trois millions (3 000 000) de F CFA.

Objectifs à atteindre à moyen terme :

- ✓ Promouvoir l'offre et renforcer notre positionnement dans le secteur du e-Commerce au Gabon;
- ✓ Ouvrir une vitrine physique pilote ;
- ✓ Elargir la gamme de nos produits et améliorer la satisfaction des consommateurs ;
- ✓ Ajuster le modèle afin qu'il soit duplicable.

Objectifs à atteindre à long terme :

- ✓ Créer une boutique à Port-Gentil et à Franceville ;
- ✓ Initier des consultations médicales en lignes à l'aide de modules appropriés (e.santé) ;
- ✓ Diversifier nos activités : lancement d'un annuaire en ligne des entrepreneurs et des artisans ;
- ✓ Réaliser des vidéos documentées de promotion des artisans de 5 minutes sur Youtube.

9. Stratégie marketing

En termes de produits, nous offrons à nos clients en plus des prestations de Conseil en ligne, une centaine de produits cosmétiques, objets d'arts, compléments alimentaires (cafés, thés, tisanes...), électroménagers, tissus, bijoux... Nos produits sont certifiés ou appartiennent à un Label. Ils sont d'une qualité irréprochable.

Notre stratégie de commercialisation cible une clientèle des segments de milieu et haut de gamme. De plus, notre Blog rend notre plate forme plus attrayante et renseigne d'avantage les clients sur les fabricants, les entrepreneurs, les produits et services disponibles sur Artiaf.com.

Pour ce qui est des prix, Ils oscillent entre 6000 F CFA et 700 000 FCFA. Les produits cosmétiques représentant les produits les moins chers et l'électroménager représentant les produits les plus chers. Nos prix sont généralement plus élevés par rapport au marché noir (kiosques à journaux et autres détaillants). Nous appliquons ces prix parce que nos produits sont de meilleure qualité, certifiés ou testés. Par contre, nos prix sont

plus bas que ceux appliqués dans les grandes surfaces. Par exemple en ce qui concerne les compléments alimentaires, le Bio Herb's Café du Dr's Secret bande verte est vendu à 20 000 CFA chez Artiaf. Le même produit est vendu à 24 000 F CFA à la pharmacie Sainte-Marie et à 17 000 F CFA dans un Kiosque à journaux en face d'UGB au centre-ville et à 18 500 FCFA à la Gare-Routière.

En ce qui concerne notre politique de promotion, nous privilégions le contact direct avec nos clients à travers les réseaux sociaux et notre plate-forme en ligne www.artiaf.com. Généralement, nos clients utilisent le système de messagerie pour nous contacter et passer leurs commandes. La création de nouveaux points de vente physique, la documentation publicitaire, les actions de promotion événementielle, le booste de notre page sur Facebook, le renforcement de notre référencement sur Internet et les sondages sur la satisfaction de la clientèle intègrent notre stratégie de promotion.

Enfin, la distribution de nos produits se fait en particulier sur internet (plate-forme et réseaux sociaux). Elle se fait aussi de façon directe sur recommandations à travers le bouche à oreilles. Nos produits et services sont destinés aux particuliers ainsi qu'aux détaillants.

10. Positionnement

En plus d'être la première plate-forme nationale et active de vente et de promotion en lignes de produits et services artisanaux, nous nous positionnons également comme le premier site internet de vente de produits cosmétiques naturels et produits agroalimentaires bio.

11. Quelques produits vendus sur Artiaf.com

11.1 Quelques produits de la catégorie « Art »

BLOG CATEGORIES

- Entrepreneuriat
- Artisanat
- Art



Sculpture Décorative en Bois de Tali - La Panthère du Gabon - Hauteur : 27 cm
125 000,00 FCFA



Retour de Chasse - Sculpture Décorative en Bois d'Ebène - Hauteur : 37 cm
45 000,00 FCFA



Sculpture Décorative en Bois de Béli - La Grenouille - Hauteur : 9 cm
5 000,00 FCFA



Sculpture Décorative en Bois de Doussié - La Panthère du Gabon - Hauteur : 13 cm
300,00 FCFA



Sculpture Décorative en Bois de Tali - Antilope du Gabon - Hauteur : 47 cm
100 000,00 FCFA



Superbe Cheval Décoratif en Pierre de Mbigou - Hauteur : 31 cm
50 000,00 FCFA



PROMO !

Voir : <https://www.artiaf.com/19-art?page=3>

11.2 Quelques produits cométiques

La décoration éthnique
SAAS

Il y a 10 produits.

Trier par :

BLOG CATEGORIES

- Entrepreneuriat
- Artisanat
- Art

Produit	Description	Prix
Savon Noir au Charbon de Bambou de Longrich - Boutons, Acnés, Tâches...	Longrich Natural Elements Activated Charcoal Soap	8 000,00 FCFA
Safou - Lait Corporel au Beurre d'Atanga - 150 ml	Safou Body Lotion with Shea Butter - 150 ml	10 000,00 FCFA
Safou - Crème Visage Anti-tâches au Beurre d'Atanga - 50 ml	Safou Anti-Spot Face Cream with Shea Butter - 50 ml	15 000,00 FCFA
Safou - Gel Nettoyant au Beurre d'Atanga - 200 ml	Safou Shea Butter Cleansing Gel - 200 ml	10 000,00 FCFA
Safou - Crème Capillaire Anti-chute au Beurre d'Atanga - 200 ml	Safou Shea Butter Hair Cream - 200 ml	15 000,00 FCFA
Safou - Savon Fraîcheur au Beurre d'Atanga - 80 g	Safou Fresh Shea Butter Soap - 80 g	3 500,00 FCFA

Voir sur : <https://www.artiaf.com/38-hygiene>

11.3 Quelques articles publiés sur notre Blog

Entrepreneuriat

ARTICLES DE BLOG RÉCENTS



E-Santé : Quel Est L'avenir De La Médecine ?

Posté par: Arnel Mbembo Dans: Entrepreneuriat le: Jeudi, Septembre 24, 2020 Hit: 126

Résumé: À l'ère du digital, la santé ne fait pas exception. Secteur lucratif s'il en est, domaine par essence de la science et de la technologie, la santé...

[LIRE LA SUITE](#)



Le Site E-Commerce, Instrument De Compétitivité Des Entreprises Gabonaises À L'heure Du Covid-19.

Posté par: Arnel Mbembo Dans: Entrepreneuriat le: Lundi, Mai 25, 2020 Hit: 147

Pour lutter contre la propagation du Covid-19 au Gabon, le Gouvernement de ce pays d'Afrique centrale a pris depuis le 13 mars 2020 un certain nombre de...

[LIRE LA SUITE](#)



Diakité Biyoghé Mody : Pour Une Expertise En Architecture Accessible À Tous !

Posté par: Arnel Mbembo Dans: Entrepreneuriat le: Lundi, Août 12, 2019 Hit: 1047

GABON Diakité Biyoghé Modibo est un jeune architecte qui a décidé de se lancer dans l'entrepreneuriat. Le cabinet d'Architecture Archi-Design qu'il vient de...

[LIRE LA SUITE](#)



Ada Zoo Madeleine Maryse : Rysemar-Voyages Une Start-Up Gabonaise En Mode Tourisme Local.

Posté par: Arnel Mbembo Dans: Entrepreneuriat le: Lundi, Juillet 15, 2019 Hit: 642

GABON Ada Zoo Madeleine Maryse a tout plaqué professionnellement pour lancer en avril 2018 son propre business. Rysemar-Voyages : une agence de voyage...

[LIRE LA SUITE](#)

Voir sur : <https://www.artiaf.com/>
<https://www.artiaf.com/fr/blog.html/entrepreneuriat-c3.html>

Business plan

[Plan d'affaires]

23/09/2019



CLM

NOTE DE CADRAGE DU BUSINESS PLAN

SOMMAIRE

NOTE DE CADRAGE DU BUSINESS PLAN	1
I – Introduction - Résumé	3
1.1 Présentation de l'entreprise	3
1.2 Promoteur et description du Projet	4
II – Projet – Vue globale	5
2.1 Principaux facteurs démographiques, économiques, sociaux et culturels	5
2.2 Principaux acteurs	5
2.3 Nature du secteur d'activité	6
2.4 Tendances du secteur d'activité	6
2.5 Réglementation gouvernementale	6
III – Analyse du marché et stratégie	6
3.1 Segment de marché	6
3.2 Produits et services	7
3.3 Prix et distribution	7
3.4 Tendances du marché	7
3.5 Conséquences ou facteurs de risque	7
3.6 Stratégie prévue	7
IV – Etude de marché	8
4.1 Concurrents et type de concurrence	8
4.2 Forces et faiblesse des concurrents	8
4.3 Avantages concurrentiels	8
4.4 Clients	8
4.5 Fournisseurs	8
4.6 Publicité et promotion	9
V – Management	9

5.1 Prix et distribution	9
5.2 Politique en matière de service à la clientèle	9
5.3 Emplacement	9
5.4 Superficie et capacité	9
5.5 Avantages et inconvénients	9
5.6 Détails concernant la location/propriété	10
5.7 Matériel et équipement	10
5.8 Dépenses futures/Besoins en matière de technologie	10
5.9 Conformité aux normes environnementales	10
VI – Investissement et Prévisionnel	10
6.1 Le chiffre d'affaires prévisionnel	10
6.2 Les indicateurs clés de gestion	11
6.3 L'investissement futur	11
VII – Annexes	12
7.1 Le Titre Foncier	12
7.2 Le Projet de construction	12
7.3 La Facture PROFORMA	12

I – Introduction - Résumé

1.1 Présentation de l'entreprise

Raison sociale /forme juridique : SUARL - Contribuable : 044456 U

ICCM : RG LBV 2017B20796 – Siège social : Angondjé à 200 m de l'école LES TSANGUETTES - Adresse : 3913 Libreville – GABON

Date de création	08 Aout 2017
Secteur d'activité	Services collectifs, sociaux et personnels
Services commercialisés	Promotion et vente des produits artisanaux. Notamment les produits de bien-être naturels et les pagnes africains.
Chiffre d'affaires (prévisionnel)	13 708 800 F CFA
Chiffre d'affaires à l'export	0 F CFA
Effectif total (prévisionnel)	7
Tél et fax du siège	(241) 06.27.82.68 – 07.75.00.75 – Fax :
Site web de l'entreprise	armelmbembo@gmail.com

Nom et prénom du dirigeant de l'entreprise : Monsieur Amel-Sévérin MBEMBO

Tél. bureau : (241) NON APPICABLE

Tél. mobile (241) 06.27.82.68 – 07.75.00.75

Email : armelmbembo@gmail.com

1.2 Promoteur et description du Projet

Le Promoteur et les activités

Monsieur Armel-Séverin MBEMBO (propriété – 100% des actions)

Agé de 42 ans. Dix (10) ans d'expérience dans les domaines du **Marketing** (Diagnostic d'entreprise, Communication interne et externe, Web Marketing, Gestion d'équipe, Organisation d'évènements, Relation Clientèle, Enquêtes de satisfaction Clients etc...), de **Gestion de l'information et de la documentation** (Recherche et gestion des ressources documentaires, Veille documentaire, Acquisition et valorisation documentaire, Management de la connaissance etc...), de **l'Informatique** (Conception et Gestion de sites web, Infographie, Gestion intégrée de documents, Paprika, Powerpoint, Word, Excel, Internet, Le Sphinx, m2n@CEMAC etc...).

La description du Projet

- L'investissement à long terme de l'ordre de quarante millions (**40.000.000**) de Francs CFA consistera à l'acquisition d'un Pick-up 4X4 et la construction des bureaux disposant de toilettes modernes, d'un bureau d'accueil, d'une pièce de stockage du matériel, ainsi que l'aménagement d'un espace vert (voir la facture Fournisseur et le Devis Quantitatif et Estimatif).
- Les objectifs visés sont de deux (2) ordres :

- **Offrir des biens et services de qualité** à de meilleurs prix ;
- Réaliser à cette occasion **des bénéfices** qui permettront à l'entreprise de s'autofinancer et de diversifier son activité principale.

Pour atteindre ses objectifs, **ARTIAF SUARL** met en œuvre les moyens suivants, à savoir :

- **Un capital** nécessaire au fonctionnement de l'entreprise de **deux millions (2.000.000)** de Francs CFA et sollicite dans le même temps un soutien financier par la demande d'un **Crédit Moyen Terme (CMT)** de quarante millions (**40.00.000**) de Francs CFA pour couvrir ses nouveaux investissements ;
- **Le travail** pour un ensemble de personnes à la recherche d'emplois (sept emplois directs et indirects) ; ce qui permettra la réduction du chômage grandissant dans notre pays.

Enfin, la clé du succès de cette entreprise repose sur la qualité des produits proposés, le respect des délais de livraison, la fidélisation de la clientèle avec un service après livraison et l'estampillage du matériel fourni.

II – Projet – Vue globale

2.1 Principaux facteurs démographiques, économiques, sociaux et culturels

Le commerce électronique, encore appelé E-commerce est le moyen par lequel faire ses courses devient plus facile, et cela à partir d'un clic. En d'autres termes, c'est la vente en ligne de biens ou services à travers des sites web marchands.

Au Gabon, ce type de commerce tend à se vulgariser malgré la réticence de certains utilisateurs qui ne se sont pas encore familiarisés avec ce type de services. Pour ce faire, le commerce électronique à un bel avenir dans notre pays.

Depuis un certain temps déjà, de nombreux sites marchands proposent leurs services aux particuliers via Internet. Ce qui facilite ainsi la vie à de nombreuses personnes et sociétés, qui n'ont plus besoin de se déplacer mais, peuvent effectuer des achats grâce à leur ordinateur ou smartphone connecté à Internet.

En effet, les utilisateurs économisent désormais en temps et en énergie pour faire leurs courses sans avoir besoin de se déplacer lorsqu'il y a un service de livraison.

Pour rappel, l'avènement ou encore la vulgarisation de l'Internet au Gabon, a largement contribué à populariser ce type de commerce grâce au nombre de plus en plus grandissant d'utilisateurs de l'outil Internet. Pour ce faire, le Gabon découvre un nouvel aspect du commerce qui devient peu à peu un moyen pour les Petites et Moyennes Entreprises (PME) de développer le commerce dans le but d'accroître les profits, de créer des emplois, et devient par la même occasion une plate-forme d'échanges interentreprises.

Pour plus de vulgarisation dudit commerce, les banques devraient aussi s'impliquer en proposant des solutions de paiements en ligne adaptés pour leurs clients.

Il serait également plus judicieux pour les grandes surfaces comme les petites de s'arrimer à ces nouveaux moyens de commerce, et faire connaître les produits locaux. En créant des sites de ventes en ligne qui seraient une plate-forme où le commerce s'étendrait à l'intérieur du pays mais aussi à l'international.

2.2 Principaux acteurs

ARTIAF collecte auprès des artisans leurs produits et services et, qu'elle propose ensuite en vente en ligne. Les livraisons sont effectuées sur sites auprès des clients à Libreville par voie terrestre, par train pour ceux de Franceville ou, par DHL pour ceux de l'étranger.

2.3 Nature du secteur d'activité

On distingue trois types de services :

- La vente de produits divers en ligne (téléphones, pagnes, parfums, produits de beauté et soins corporels, thé chinois etc...) ;
- La création de sites web marchands (E-commerce ou commerce électronique) ;
- L'infographie et divers services des Nouvelles Technologies de l'Information (NTIC).

2.4 Tendances du secteur d'activité

Bien que le secteur des services connaisse généralement des fluctuations dans le segment de l'Internet, les ventes en ligne demeure en constante croissance compte tenu de son importance et de sa flexibilité.

Par ailleurs, la qualité et la diversité des services offerts par les opérateurs de téléphonie mobile, confirment la position du développement du secteur au Gabon.

Le marché des produits divers en ligne comme ceux que commercialisent ARTIAF sont en règle générale, mieux protégés contre les fluctuations.

2.5 Réglementation gouvernementale

Dans l'optique de doter le secteur de l'économie numérique gabonais des outils juridiques indispensables à son développement, le gouvernement a approuvé un projet de loi portant réglementation des transactions électroniques en République Gabonaise, au cours du conseil des ministres du 21 juin 2017.

Ce projet de texte vise « la mise en œuvre d'un environnement juridique conforme aux bonnes pratiques internationnales et aux normes communautaires dans le domaine des transactions électroniques ». Il est également adossé à la Loi N°006/2001 du 27 juin 2001 portant réglementation du secteur des Télécommunications en République Gabonaise.

III – Analyse du marché et stratégie

3.1 Segment de marché

Nos achats et ventes viseront tous types de bien et services produits par les artisans.

3.2 Produits et services

ARTIAF offrira des produits et services de qualité. Nos biens et services cibleront tous types de clientèle au Gabon et à l'International.

3.3 Prix et distribution

Par rapport à la concurrence, les prix que nous pratiquerons se situeront dans le tiers supérieur du marché (30 %) et seront fixes pour tout type de biens et services. Les consommateurs pourront se procurer nos produits dans nos magasins ou se faire livrer directement sur commande spéciale et livrée pour ceux avec lesquels nous auront des contrats.

Nos efforts de marketing seront concentrés à Libreville. Au démarrage, 80 % environ des ventes de l'entreprise se feront sur le marché de Libreville et 20% à l'international.

3.4 Tendances du marché

Au Gabon, la vente en ligne des biens ou services à travers des sites web marchands est en plein essor. Malgré tout, il représente 0% du Produit Intérieur Brute (PIB) dans le secteur des autres services.

3.5 Conséquences ou facteurs de risque

Notre entreprise mise davantage sur la qualité des biens vendus qu'à la quantité à vendre. Mais cette qualité nécessite et exige des facteurs de qualité. *ARTIAF comptera sur ses atouts fondamentaux, qui sont les suivants :*

- des produits de qualité supérieure ;
- un excellent service après-vente ;
- des produits personnalisés ;
- l'accès aux réseaux de distribution ;
- des prix avantageux par rapport à ceux du marché ;
- des hommes et de femmes maîtrisant leur domaine de compétences ;
- du matériel de pointe.

3.6 Stratégie prévue

Notre stratégie de commercialisation sera axée, pour cibler la clientèle des segments de milieu et de haut de gamme, sur des produits bio et authentiques. Nous allons accroître la distribution aux particuliers, aux détaillants, la présentation de nouveaux points de vente, la documentation publicitaire et les sondages sur la satisfaction de la clientèle.

Nos prix plus avantageux comparativement à ceux pratiqués par la concurrence favoriseront grandement nos activités, et l'absence de concurrents importants dans les autres provinces facilitera notre expansion.

IV – Etude de marché

4.1 Concurrents et type de concurrence

Il existe plusieurs concurrents dans notre secteur:

- les sites web pour les annonces et publicité ;
- les sites web pour les locations de matériels et divers ;
- les sites web pour l'événementiel.

4.2 Forces et faiblesse des concurrents

La principale force des concurrents réside dans le fait qu'ils sont implantés dans le secteur d'activité depuis de nombreuses années et qu'ils ont un potentiel financier plus important ; ce qui leur permet de capter facilement leur clientèle en terme de fidélité.

Ces entreprises ont aussi le monopole des grands clients tels que les grandes sociétés avec des contrats à la clé.

4.3 Avantages concurrentiels

Notre avantage concurrentiel demeure dans la qualité des produits que nous offrons à notre clientèle et à la promotion du travail de l'artisanat. Nous entendons continuer de positionner lesdits produits artisanaux dans le segment supérieur du marché.

4.4 Clients

Ils sont, essentiellement pour la livraison de biens et services, constitués de :

- Particuliers ;
- Tous types de sociétés dont les entreprises de E-commerce ;
- Détaillants.

4.5 Fournisseurs

Les principaux sont :

- CANAL BOX (Internet Haut débit) ;
- AFRICA HEALTH SOLUTION LTD (Souscription domaine),
- EMIG (Formation programmation Web),
- ETS BAH – HIGH-TECH (Appareils électroniques).

4.6 Publicité et promotion

Parmi les moyens de communication qui seront utilisés, nous aurons les dépliants à frais partagés, les affiches et présentoirs aux points de grandes attractions, les brochures sur les produits et le bouche à oreille. La publicité directe auprès de l'utilisateur final sera rare dans notre secteur d'activité et, mis à part les sondages sur la satisfaction de la clientèle, aucune publicité de ce genre n'est prévue.

V – Management

5.1 Prix et distribution

Les prix des concurrents varient suivants le bien ou le service. Or, nous comptons avoir un avantage sur ce fait, grâce à notre politique de fixation de prix rarement pratiquée sur le marché.

5.2 Politique en matière de service à la clientèle

Notre service à la clientèle sera complété par une adresse e-mail et un site web qui permettront d'obtenir des renseignements, par des réunions trimestrielles avec nos principaux distributeurs et par des sondages après-vente. Notre entreprise mettra en place un service après-vente qui nous aidera aussi à améliorer nos services et la qualité finale des biens livrés.

5.3 Emplacement

ARTIAF est implantée dans la commune d'AKANDA dans la zone nord de Libreville.

5.4 Superficie et capacité

Nous prévoyons, à long terme, d'avoir nos propres locaux qui abriteront nos bureaux et nos magasins de stockage des produits.

5.5 Avantages et inconvénients

Les installations offriront l'avantage d'être situé à proximité de nos clients. Cependant, comme l'entreprise cible la qualité, les bâtiments devront répondre suffisamment aux normes de qualité d'hygiène et de sécurité pour les bureaux de vente et les salles d'exposition.

5.6 Détails concernant la location/propriété

ARTIAF commencera par des locations pour ses bureaux dans les premières années de lancement de ses activités.

5.7 Matériel et équipement

La société, pour le démarrage de ses activités, à acheter sur fonds propres le matériel suivant, à savoir :

- En immobilisations corporelles : trois (3) ordinateurs LAPTOP DELL QUAD CORE, une (1) imprimante, un (1) appareil photo et divers accessoires pour une valeur d'un million trois cent dix mille (1.310.000) Francs CFA ;
- En immobilisations incorporelles : des frais de constitution et de confection du Logo de la société pour un montant de cinq cent mille (500.000) Francs CFA ;
- En immobilisations financières : des frais d'abonnement sur Internet pour cent quatre-vingt-dix mille (190.000) Francs CFA.

5.8 Dépenses futures/Besoins en matière de technologie

Bien que l'équipement soit suffisant pour le niveau de ventes que nous allons proposer, la croissance de l'entreprise nécessitera l'achat de nouveau matériel à l'avenir et l'arrimage aux initiatives de recherche et de développement en matière informatique pour s'adapter au contexte de nouveaux marchés cibles à l'intérieur du pays.

5.9 Conformité aux normes environnementales

C'est le respect des dispositions de la loi n° 16/93 du 26 août 1993 portant sur le respect de l'environnement.

VI - Investissement et Prévisionnel

6.1 Le chiffre d'affaires prévisionnel

Les ventes

- Pour la détermination du chiffre d'affaires, le business plan prend en compte uniquement les tarifs moyens des ventes de biens et services. Ainsi, pour la première année, il sera de 13 708 800 de Francs CFA, puis de 13 982 976 Francs CFA la deuxième année, soit une progression de 2%, et de 14 402 465 Francs CFA la troisième année, soit une hausse de 3% (**Voir le Tableau C de la page 5 du dossier financier**).

6.2 Les indicateurs clés de gestion

La Marge commerciale

- » Le pourcentage de marge sera de 70% la première année, soit 9 596 160 Francs CFA, puis de 70,29% la deuxième année, soit 9 829 210 Francs CFA et de 70,73% la troisième année, soit 10 186 392 Francs CFA (**Voir le Tableau F de la page 8 du dossier financier**).

Les frais fixes hors salaires

- » L'évaluation faite est de 1 950 545 Francs CFA par an, soit 162 545 Francs CFA par mois avec une projection d'augmentation de 1%, soit 1 970 050 Francs CFA la deuxième année et de 2% à la troisième année, soit 1 999 601 Francs CFA (**Voir le Tableau E page 7 du dossier financier**).

Les frais de personnel

- » Pour la première année, ils se composent de sept (7) personnes y compris le Gérant et sont estimés à 4 680 000 francs CFA par an, soit 390 000 Francs CFA par mois hors charges sociales et vont augmenter de 1% à partir de la deuxième année, soit 4 726 800 Francs CFA et de 2% à la troisième année, soit 4 821 336 Francs CFA (**Voir le Tableau D page 6 du dossier financier**).

Les impôts et taxes

- » Pour la première année, ils sont estimés à 379 600 Francs CFA par an, soit 28 300 Francs CFA par mois. Ils sont essentiellement composés du Fonds National pour l'Habitat, de la Patente et des vignettes automobiles et des timbres fiscaux. La projection d'augmentation est la même que celle des autres postes de charges (**Voir le Tableau D page 6 du dossier financier**).

La trésorerie

- » Elle sera positive la première année de 2 118 872 Francs CFA et le solde négatif mensuel enregistré est moyen de 271 716 Francs CFA. La deuxième année, elle sera de 2 389 510 Francs CFA et, la troisième année positive de 2 862 993 Francs CFA (**Voir les Tableaux H et I du dossier financier**).

6.3 L'investissement futur

Il sera constitué de :

- **Des immobilisations corporelles : 40.000.000 F CFA**
 - » 1 Construction de bureaux : 15.000.000 Francs CFA ;
 - » 1 Pick-up 4X4 : 25.000.000 Francs CFA.

Conclusion

La volonté actuelle du Gérant et le positionnement de l'entreprise dans son secteur d'activité ainsi que la maîtrise des opérations par celui-ci, par conséquent des coûts, offrent de belles perspectives et garantissent une croissance soutenue aussi bien du chiffre d'affaires que des résultats nets qui en découlent de 279 035 Francs CFA la première année, de 505 482 Francs CFA la deuxième année et, de 792 476 Francs CFA à la troisième année (**voir Tableau F du dossier financier**).

Enfin, le remboursement du Crédit Moyen Terme pourra être éventuellement garanti par un Titre Foncier du Plan cadastral de Libreville et une Caution solidaire.

VII – Annexes

7.1 Le Titre Foncier

- » Une copie du numéro Plan cadastral de Libreville.

7.2 Le Projet de construction

- » Une copie du Projet de construction des bureaux à Libreville.

7.3 La Facture PROFORMA

- » Une copie de la facture PROFORMA du Fournisseur du Pick-up 4X4 pour les livraisons.



TABLEAU F
COMpte DE RESULTAT PREVISIONNEL

COMpte DE RESULTAT

POSTES Hors taxes	année1 CFA	année2 CFA	année3 CFA
Chiffres d'affaires			
Catégorie produit 1	2 880 000	2 937 600	3 025 728
Catégorie produit 2	2 640 000	2 692 800	2 773 584
Catégorie produit 3	3 120 000	3 182 400	3 277 872
Génération de trafic et sites	4 800 000	4 896 000	5 042 880
Taux de commission par transaction	268 800	274 176	282 401
CHIFFRES D'AFFAIRES	13 708 800	13 982 976	14 402 465
Produits Exceptionnels			
Subventions			
Total des PRODUITS (A)	13 708 800	13 982 976	14 402 465
Achats directs			
Liés aux chiffre d'affaires	4 112 640	4 153 766	4 216 073
MARGE COMMERCIALE	9 596 160	9 829 210	10 186 392
	70,00%	70,29%	70,73%
Charges externes			
Sous-traitance	180 000	181 800	184 527
Frais d'hébergement, d'infogérance	63 000	63 630	64 584
Frais de domaine	18 370	18 554	18 832
Frais de SSL	52 480	53 005	53 800
Frais de sécurité WEB	55 100	55 651	56 486
Frais de livraison des produits et colis	60 000	60 600	61 509
Frais clignito	65 595	66 251	67 245
Assurances	160 000	161 600	164 024
Etudes et recherches (Cabinet HSE)	84 000	84 840	86 113
Honoraires (comptable et juriste)	360 000	363 600	369 054
Publicité & Marketing	120 000	121 200	123 018
Frais de déplacement	120 000	121 200	123 018
Frais de missions	156 000	157 560	159 923
Frais de téléphone, Internet	300 000	303 000	307 545
Divers frais (administratif et divers)	60 000	60 600	61 509
Frais bancaires	96 000	96 960	98 414
Impôts et taxes	379 600	382 876	389 494
Charges de personnel			
Salaires bruts (salaire net + part salariale)	4 680 000	4 726 800	4 821 336
Charges sociales (part patronale)	1 170 000	1 181 700	1 205 334
Rémunération du dirigeant			
Charges sociales dirigeant			
Charges financières			
Agios sur découvert bancaire			
Intérêts sur emprunts	208 312	133 634	49 484
Charges exceptionnelles			
Dotations aux amortissements	428 667	428 667	428 667
Total des CHARGES (B)	12 929 765	12 977 494	13 109 989
Résultat avant Impôt (A)-(B)	779 035	1 005 482	1 292 476
Forfait I.R.P.P.	500 000	500 000	500 000
RESULTAT NET COMPTABLE	279 035	505 482	792 476
Pourcentage par rapport au Chiffre d'affaires	2%	4%	6%
Capacité d'autofinancement	707 702	934 149	1 221 143

TABLEAU G
BILAN DE DEPART

BILAN DE DEPART

Actif	CFA	Passif	CFA
Immobilisations incorporelles	333 333	Capitaux propres	2 000 000
Immobilisations corporelles	1 048 000	Résultat de l'exercice	279 035
Immobilisations financières	190 000	Apports en compte courant	
Besoins en Fonds de Roulement		Emprunts à moyen et long terme	1 411 169
Trésorerie (active)	2 118 872	Autres (subvention, aides, etc.)	
		Trésorerie (passive)	
		S/T. A	3 690 205
Ecart	0		s/T. P
Total Actif	3 690 204	Total Passif	3 690 204

Si l'écart est positif : excédent de trésorerie

Si l'écart est négatif : découvert bancaire

Si l'écart est nulle : équilibre financier

TABLEAU H
PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL

PLAN DE FINANCEMENT

	2019 CFA	2020 CFA	2021 CFA
BESOINS			
Investissements incorporels	500 000	0	0
Investissements corporels	1 310 000	0	0
Investissements financiers	190 000	0	0
Remboursement du crédit	588 831	663 510	747 659
Distribution de dividendes	0	0	0
Besoins en fonds de roulement			
- constitution (1)			
- accroissement	0	0	0
Total des BESOINS	2 588 831	663 510	747 659
RESSOURCES			
Capitaux propres			
- capital	2 000 000	0	0
- comptes courants des associés	0	0	0
- subventions et aides	0	0	0
Capitaux empruntés			
- emprunt bancaire	2 000 000		
Capacité d'autofinancement	707 702	934 149	1 221 143
Total des RESSOURCES	4 707 702	934 149	1 221 143
Ecart ANNUEL	2 118 871	270 639	473 484
Ecart CUMULES	2 118 871	2 389 510	2 862 993

TABLEAU I
PLAN DE TRÉSORERIE PRÉVISIONNEL SUR 12 MOIS

PLAN DE TRÉSORERIE		août-19 CFA	sept-19 CFA	oct-19 CFA	nov-19 CFA	déc-19 CFA	janv-20 CFA	févr-20 CFA	mars-20 CFA	avr-20 CFA	mai-20 CFA	juin-20 CFA	juil-20 CFA	Total CFA
ENCASSEMENTS														
Exploitation														
Catégorie produit 1		240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	2 880 000
Catégorie produit 2		220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	220 000	2 640 000
Catégorie produit 3		260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	260 000	3 120 000
Génération de trafic et sites		400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	4 800 000
Hors Exploitation (financement)		22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	22 400	268 800
Apport en capital		2 000 000												2 000 000
Apport en compte courant														
Subvention														
Emprunt														
Total des ENCAISSEMENTS		5 142 400	2 000 000											
DECASSEMENTS														
Exploitation														
Achats liés au chiffre d'affaires		342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	342 720	3 427 200
Sous-traitance		15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	180 000
Frais d'hébergement, d'infogérance		5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	5 250	63 000
Frais de domaine		1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	1 531	18 370
Frais de SSL		4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	4 373	52 480
Frais de sécurité WEB		4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	4 592	55 192
Frais de livraison des produits et colis		5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Frais clinique		5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	5 466	65 595
Assurances		13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	13 333	160 000
Etudes et recherches (Cabinet HSE)		7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	84 000
Honoraires (comptable et juriste)		30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360 000
Publicité & Marketing		10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
Frais de déplacement		13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	13 000	156 000
Frais de missions		25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	300 000
Frais de téléphone, Internet		5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Divers frais administratif et divers		8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	96 000
Frais bancaires		28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	28 300	379 600
Impôts et taxes		390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	4 680 000
Salaires nets versés		97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	97 500	1 170 000
Chargés sociaux (part salariée + part patronale)														
Charges sociales dirigeant														
Tva à payer														
Impôt sur les sociétés (Forfait IRPP)														500 000
Hors Exploitation (investissements)														
3- Ordinateur LAPTOP DELL QUAD CORE		720 000												720 000
1- Imprimante		160 000												160 000
2- Appareil photo		230 000												230 000
3- Divers accessoires		200 000												200 000
Abonnement Internet		190 000												190 000
néant														
Frais de constitution														350 000
Frais de conception Logo														150 000
Abonnement Internet														
Remboursement du crédit														
Total des ENCASSEMENTS	3 087 494	9 217 143												
Solde du MOIS	2 054 906	54 906	-70 034	54 906	14 906	-20 946	2 094 342	2 094 342	1 899 248	1 954 154	54 906	54 906	54 906	15 897 928
Solde BANCAIRE cumulé	2 054 906	2 109 812	2 039 718											2 118 872

ANNEXE
TABLEAU DE REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT

TABLEAU DE REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT

Capital		2 000 000	Durée années		3	Rappel des Données		3	Intérêts & Assur.		391 430	% du Capital cumulés		19,57%
Taux intérêt	12,00%	Taux assu décès		Nbre d'assurés		Intérêts		Total des Échéances année 2019 :	265 714 F	Assurance		Principai		
Choix Année de 2019 à 2022	2019							77 196 F	Total An 2019 Intérêts + Assurance	77 196 F			188 519 F	
Numéro échéance	Montant échéance mensuelle	Mensualités cumulées	Intérêts	Intérêts cumulés	Assurance sur capital restant	Assurance Cumulée	Principal	Principal cumulé	2 000 000 F	Solde du principal	Dates Échéance et Dernière	30-août-2022		
1	66 429 F	66 429 F	20 000 F	20 000 F				46 429 F	46 429 F	2 000 000 F	1 953 571 F	30/09/2019		
2	66 429 F	132 857 F	19 536 F	39 536 F				46 893 F	93 322 F		1 906 678 F	30/10/2019		
3	66 429 F	199 286 F	19 067 F	58 602 F				47 362 F	140 683 F		1 859 317 F	30/11/2019		
4	66 429 F	265 714 F	18 593 F	77 196 F				47 835 F	188 519 F		1 811 481 F	30/12/2019		
5	66 429 F	332 143 F	18 115 F	95 310 F				48 314 F	236 833 F		1 763 167 F	30/01/2020		
6	66 429 F	398 572 F	17 632 F	112 942 F				48 797 F	285 630 F		1 714 370 F	29/02/2020		
7	66 429 F	465 000 F	17 144 F	130 086 F				49 285 F	334 914 F		1 665 086 F	30/03/2020		
8	66 429 F	531 429 F	16 651 F	146 737 F				49 778 F	384 692 F		1 615 308 F	30/04/2020		
9	66 429 F	597 858 F	16 153 F	162 890 F				50 276 F	434 968 F		1 565 032 F	30/05/2020		
10	66 429 F	664 286 F	15 650 F	178 540 F				50 778 F	485 746 F		1 514 254 F	30/06/2020		
11	66 429 F	730 715 F	15 143 F	193 683 F				51 286 F	537 032 F		1 462 968 F	30/07/2020		
12	66 429 F	797 143 F	14 630 F	208 312 F				51 799 F	588 831 F		1 411 169 F	30/08/2020		
13	66 429 F	863 572 F	14 112 F	222 424 F				52 317 F	641 148 F		1 358 852 F	30/09/2020		
14	66 429 F	930 001 F	13 589 F	236 013 F				52 840 F	693 988 F		1 306 012 F	30/10/2020		
15	66 429 F	996 429 F	13 060 F	249 073 F				53 369 F	747 357 F		1 252 643 F	30/11/2020		
16	66 429 F	1 062 858 F	12 526 F	261 599 F				53 902 F	801 259 F		1 198 741 F	30/12/2020		
17	66 429 F	1 129 287 F	11 987 F	273 586 F				54 441 F	855 700 F		1 144 300 F	30/01/2021		
18	66 429 F	1 195 715 F	11 443 F	285 029 F				54 986 F	910 686 F		1 089 314 F	28/02/2021		
19	66 429 F	1 262 144 F	10 893 F	295 923 F				55 535 F	966 221 F		1 033 779 F	30/03/2021		
20	66 429 F	1 328 572 F	10 338 F	306 260 F				56 091 F	1 022 312 F		977 688 F	30/04/2021		
21	66 429 F	1 395 001 F	9 777 F	316 037 F				56 652 F	1 078 964 F		921 036 F	30/05/2021		
22	66 429 F	1 461 430 F	9 210 F	325 248 F				57 218 F	1 136 182 F		863 818 F	30/06/2021		
23	66 429 F	1 527 858 F	8 638 F	333 886 F				57 790 F	1 193 972 F		806 028 F	30/07/2021		
24	66 429 F	1 594 287 F	8 060 F	341 946 F				58 368 F	1 252 341 F		747 659 F	30/08/2021		
25	66 429 F	1 660 715 F	7 477 F	349 423 F				58 952 F	1 311 293 F		688 707 F	30/09/2021		
26	66 429 F	1 727 144 F	6 887 F	356 310 F				59 542 F	1 370 834 F		629 166 F	30/10/2021		
27	66 429 F	1 793 573 F	6 292 F	362 601 F				60 137 F	1 430 971 F		569 029 F	30/11/2021		

ANNEXE

		368 APRÈS-IMPÔT DE REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT			
28	66 429 F	1 860 001 F	5 690 F	5 690 F	30/12/2021
29	66 429 F	1 926 430 F	5 083 F	5 083 F	30/01/2022
30	66 429 F	1 992 859 F	4 469 F	373 375 F	384 945 F
31	66 429 F	2 059 287 F	3 850 F	377 844 F	384 986 F
32	66 429 F	2 125 716 F	3 224 F	381 694 F	1 615 014 F
33	66 429 F	2 192 144 F	2 592 F	384 918 F	1 677 593 F
34	66 429 F	2 258 573 F	1 554 F	387 510 F	1 740 798 F
35	66 429 F	2 325 002 F	1 309 F	389 464 F	1 740 798 F
36	66 429 F	2 391 430 F	658 F	390 773 F	259 202 F
				391 430 F	259 202 F
				65 771 F	446 945 F
				2 000 000 F	446 945 F
					30/08/2022

ANNEXE
CALCUL DU BESOIN
EN FONDS DE ROULEMENT

CALCUL DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

NOMBRE DE JOURS
DURÉE DE STOCKAGE
DURÉE DU CRÉDIT CLIENT
DURÉE DU CRÉDIT FOURNISSEURS

	2019 CFA	2020 CFA	2021 CFA
+ Stock (marchandises, produits, approvisionnements, matières premières etc.)	0	0	0
+ Crédit clients (prendre les montants TTC)	0	0	0
- Crédit fournisseurs (prendre les montants TTC)	0	0	0
= Besoin en Fonds de Roulement (BFR)	0	0	0
Variation annuelle	0	0	0