**BUSINESS PLAN**

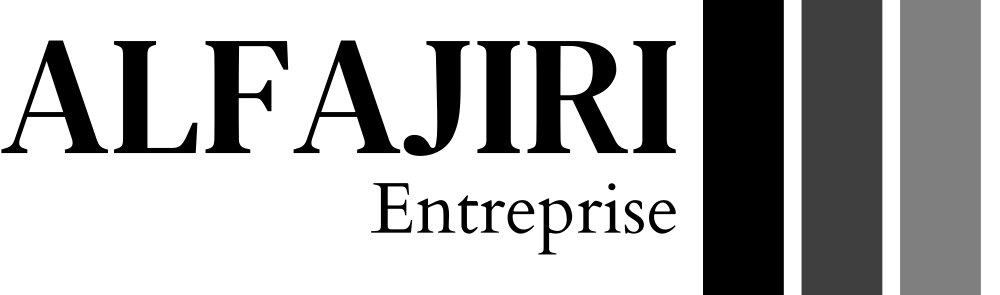
**PRODUCTION D’EAU POTABLE**

**REPRESENTANT DU PROJET :** NDEZE NVUYEKURE Elisha

*(Directeur de ALFAJIRI)*

Téléphone : +243 999 942 359 (WhatsApp)

E-mail : ndezeelisha@gmail.com



**Goma, Mars 2023**

**Résumé exécutif**

ALFAJIRI est une entreprise industrielle qui produit l’eau potable 100% Bio Naturel pure pour la consommation humaine, Et cela dans des bidons de 20littre, 10littre et 5littre que nous commercialisons à des ménages, des boutique, Restaurants, etc.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| N° | PRODUIT | TEMPS | QTE | UNITE | CA | DEPENSE | BENEFICE BRUT |
| 1  2 | Eau potable  Bidon vide | 30 jours | 1500  10 | Bidon 20L  Bidon vide | 450$ | 600$ | 600$ |

Nous avons besoin d’un financement de 150 000$ pour produire l’eau potable dans des bouteilles de 1.5 litre et de 600ml dans les carton.

**Présentation de notre Entreprise**

**Le nom de votre Entreprise**

Etablissement ALFAJIRI

**La brève description de notre Entreprise**

*ALFAJIRI est un etablissement present dans le secteur industriel qui a son siege socil a goma, ayant comme objectif d’etre leader dans la production nde marque local (MADE IN DRC) au niveau nationale et internationaletout en respetant les protocole requisent*

**La forme juridique**

ALFAJIRI esst un etablissement

**Le Siège social**

Goma /RDC

**Adresse physique**

Boulevard Kanyamuhanga N°23 /Quartier les volcans/Commune de Goma, Ville de Goma, NORD-KIVU.

**Analyses préliminaires**

**Cout-Opportunité**

Goma, une ville de plus de 2 000 000 d’habitutat a cote, le lac kivu fortement sale par concequant il n’est pas bonne a la consommation cela cree une oportinete d’afaires de commercialise l’eau potable a cette population.

**Faiblesses-Forces**

78% de la population de goma semble prefere la production d’eau poatble de entreprisse etranger, nous devons intensifier le strategie de marketing et etre competitif sur le le prix du marche

**Contraintes-Atouts**

Notre production d’eau potable est insifisante par rapport a la demande,

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***7. Activités clefs :***  *Business Model*   * Approvisionnement * Production * Emballage * Vente | **8. Partenaires clefs** :   * Fournisseurs Emballage * Clients | **2. Proposition de valeur unique**  **-** 1 bouteille de 1,5 litre d’eau coûte 0.43$ au lieux de 0.65$,  **-** 1 bouteille de 600ml d’eau coûte 0.26$ au lieux de 0.43$,  - Nous livrons les produits à domiciles;  -Des produits de qualité supérieurs ;  - Des produits 100% Bio Naturelle   * Main d’œuvre local | **4. Relation clients**  **Relation d’affaire d’ordre 1**  **Relation d’affaire d’ordre 2 : les abonnés**  **Relation d’affaire d’ordre 3 : les ambulants**  Grossistes  Super marché ,  Boutique, Hôtel  Ménages | **1 Segment client** :   * Super marché * Boutique * Hôtel * Ménages * Commerçant |
| **6. Ressources clefs**   * **Ressources matérielles** * Machine de filtrage * Source d’eau pure * Emballage * **Ressources humaines** * Directeur général * Directeur de finance * Chargé de production * Chargé de Marketing * **Ressources financières**   **150 000$** | **3. Canaux de distribution**   * Livraison à domicile, * Point de vente |  |
| |  |  | | --- | --- | | Formalité administrative | 3 000**$** | | Equipements et matériels techniques | 25 000**$** | | Provision emballage (Bouteille, carton, étiquette) | 85 000$ | | Fonctionnement et Fond de roulement | 5 000$ |   **9. Structure des coûts** : (E*nsemble des coûts générés par la mise en place du modèle décrit)* | | | **5. Sources de revenus** (*Revenus qui découlent de la proposition à la vente de votre solution au client*)   * Vente des bouteilles d’eau, | |

**Présentation de notre produit**

Nous voulons produire l’eau potable 100% Bio naturel pour la consomation dans des bouteille de 600ml et 1.5litre à un prix abordable par tous. Nos bouteilles porte l’ étiquette de ALFAJIRI MAJI, ils ont l’apparence claire et le bouchon bleu.



**Etude de marché**

1. **Segmentation** **démographique**
2. Super marché
3. Hôtel

Toutes les structures alimentaire et commerciales

1. Ménages
2. Les institution et entreprise
3. Opérateur économique Ambulant
4. Commerçant

**b) Marché cible :** Toutes les structures alimentaire et commerciale de la ville de Goma

**c) Besoin :** L’eau pottable est indispensable pour une sante saine.

**d) Concurrence :** Evidemment que nous ne sommes pas seule au marché la concurrence est bien réelle nous avons plusieur concurent majeur qui ont dejà 64 % du marché il s’agit Rwenzori, La vie, Jambo Maji, etc.

**e) Marché potentiel :** Si nous prenons 50 super marché et 100 commerçant dans la ville de Goma environ seulement notre part du marché et bien de plus de 35 % des ces dites structures en ville de Goma

**f) Barrière à l’entrée :** A près études du marché nous n’avons trouvé aucune barrière nous empéchant d’exercer nos activités

**g) Réglementation :** Nos produits, comme tous les autres produits doivent être soumis à un test pour approbation de la part du gouvernement question de rassurer les consommateurs que c’est sont produits sans dangeux

**h) Le marché réel :** Dans un interval de 6 mois nous pouvons avoir 30 commerçant de taille et 15 super marché 5 hôtel

**Stratégie d’entreprise**

**Avantage concurrentielle**

* Nous livrons les produits à domiciles ;
* Des produits de qualité supérieurs ;
* Des produits 100% Bio
* Fabrication locale
* Une Main d’œuvre locale

Nous avons l’avantages lié au fait que nous produirons le produit en local et donc une grande facilité de convaincre nos preneurs étant donné que nous avons la possibilité de personnalisé l’emballage c’est-à-dire nous pouvons faire des emballage mais contenant quelques informations du client pour la publicité

**Prix**

Notre prix est compétitif, 1 bouteille de 1,5 litre d’eau coûte 0.43$ au lieux de 0.65$ et 1 bouteille de 600ml d’eau coûte 0.26$ au lieux de 0.43$,

**Etapes de développement**

* + Etape 1 : La formalisation de l’entreprise
  + Etape 2 : Installation des équipements et matériels technique.
  + Etape 3 : Provision de emballages (Bouteille, Carton et étiquette)
  + Etape 4 : Production et commercialisation

**Les risques**

Nous somme exposer dans le risque de ne pas satisfaire la demande de la clientèle vue la capacité de filtre que nous détonnons en ce moment.

**Plan opérationnel**

**Plan de personnel**

Nous prevoyons la connection en permanence de tous les chefs de services et une une durée de 1h45minutes par jours consacré à la recherche et l’innovation

Nous prevoyons égalament envoyé le Directeur de production a Kampala à l’entreprise de production d’eau RWENZORI

**Ressources clés**

**Ressources matérielles**

* Machine de filtrage
* Source d’eau pure
* Emballage

**Ressources humaines**

* Directeur général
* Directeur de finance
* Chargé de production
* Chargé de Marketing

**Ressources financières**

* **150 000$**

**Partenaires clefs**

* Fournisseur Emballage
* Clients

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **BILAN D'OUVERTURE AU 01 NOVEMBRE 2021** | | | | |  |  |
| ACTIF | |  | **PASSIF** | | | |
| **N°** | **Désignation** | **Montant** | **N°** | **Désignation** | **Montant** | |
| 1 | Charges immobilisées | 960$ | 10,4 | Capital social | 800$ | |
| 2 | Matériels | 2 300$ | 16 | Investisseur | 2 710$ | |
| 4 | Main d’œuvre | 250$ |  |  |  | |
| **Total** | | **$3 510,00$** | **Total** | | **3 510,00$** | |

**Plan financier**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Désignation** | **Année 1** | **Année 2** | **Année 3** |
| 1 | Capacité de production de l’eau potable | 800 Bidon | 1100 Bidon | 1500 Bidon |

**Emplois et Ressources : Situation Initiale**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Description structure des coûts de production de 3 000 Carton d’eau potable /MOIS** | | | | | | | |
| **N°** | **Désignation** | **Qts** | **Unité** | **CU** | **Val/jr** | **Coût direct mensuel** | **Coût direct annuel** |
| 1 | Eau potable | 60 | m3 | $ 45 | $ 90 | $ 2 700 | $ 32 400 |
|  | Emballages bouteille 1.5L | 21 000 | Bouteille 1.5L | $ 0.16 | $ 9.3 | $ 279 | $ 3 348 |
|  | Emballages bouteille 600ml | 30 000 | Bouteille 600ml | $ 0.08 | $ 3.3 | $ 99 | $ 1 188 |
| 2 | Emballage carton | 3 000 | carton | $ 0.8 | $ 80 | $ 2 400 | $ 28 800 |
| 3 | Autre outil d’emballage |  |  | $ 0.4 | $ 0.86 | $ 25.8 | $ 309.6 |
| 4 | Livraison | 3 000 | Carton | $ 0.3 | $ 15 | $ 450 | $ 5 400 |
| 5 | Main d’œuvre | 5 | MO | $ 2.5 | $ 12.5 | $ 375 | $ 4 500 |
| **Total** | | | | | **$ 210.96** | **$ 6 328.8** | **$ 75 945.6** |

**Plan prévisionnel de Ventes : Projection des ventes dans le terme planif**

**Comptes d’Exploitations prévisionnelles**

**Compte d’Exploitation de résultat :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **COMPTE DE RESULTAT** | | | |
|  | **ANNEE 1** | **ANNEE 2** | **ANNEE 3** |
| Vente de l’eau | $ 162 000 | $ 270 000 | $ 432 000 |
| **TOTAL PRODUITS : (A)**  **Somme de toutes les ventes /Chiffre d'affaire annuel** | **$ 162 000** | **$ 270 000** | **$ 432 000** |
| **Coût directs l’eau de production** | **$ 75 945.6** | **$ 126 576** | **$ 202 520** |
| **TOTAL COUTS DIRECTS (B)** | **$ 75 945.6** | **$ 126 576** | **$ 34 256.80** |
| **MARGE BRUTE (C)=(A-B)** | **$ 86 055** | **$ 143 424** | **$ 229 480** |
| **TAUX DE MARGE BRUTE (D)=(C/A)\*100** | **53.1%** | **53.1%** | **53.1%** |
| **CHARGES D'EXPLOITATION** | | | |
| Loyer Atelier de production | $ 1 800 | $ 2 000 | $ 2 000 |
| Loyer Bureau Administratif | $ 1 500 | $ 1 500 | $ 1 500 |
| Salaires | $ 4 500 | $ 5 400 | $ 6 300 |
| Transport | $ 1 300 | $ 1 300 | $ 1 300 |
| Communication | $ 900 | $ 900 | $ 900 |
| Marketing | $ 1 800 | $ 1 800 | $ 1 800 |
| Taxes | $ 300 | $ 330 | $ 360 |
| Internet | $ 250 | $ 250 | $ 250 |
| **TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION (E)** | **$12 350** | **$13 480** | **$14 410** |
| **EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION (F)=C-E** | $ 73 705 | $ 129 944 | $ 215 070 |
| **EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION (F)=C-E EN %** | 33.62% | 46.02% | 52.37% |
| **Amortissements (G)** | $ 5 880 | $ 5900 | $ 6100 |
| **RÉSULTAT NET AVANT IMPOT (H)=F-G** | $ 67 825 | $ 124 044 | $ 208 970 |
| **Impôt sur le Bénéfice (35% du Résultat Nt)** | $ 23 738 | $ 45 480 | $ 75275 |
| **RÉSULTAT NET A PARTAGER (I)=H-Impôt** | $ 44087 | $ 78564 | $ 133 695 |
| **TAUT DE RENTABILILITE/CA=(I/A)\*100** | 27.2% | 29% | 30,9% |
| **TAUT DE RENTABILILITE/Investissement=(I/A)\*100** | 47% |  |  |
| **DELAIS DE REMBOURSEMENT DU CAP Inv (CI/I)** | 3,1 | | |
| **POINT MORT CA** | 225 |  |  |
| **SEUIL DE RENTABILITE** | $ 771 875 | $ 84250 | $ 900 625 |

**Analyse se financière**

Taux de rentabilité est de 47%, Seuil de rentabilité est de 771 875 $ la première année (Point Mort), Délais de remboursement du Capital Investi est de 2 ans.

**Hypothèses**

* + Le financement sera un apport indispensable pour mener à la réalisation de ces chiffres.
  + L’engagement et la détermination de l’équipe managériale garderait actif tous le point du plan d’affaire.
  + La réalisation des objectifs hebdomadaire par notre département de production nous amènerait à atteindre notre chiffre d’affaire prévisionnel chaque moi

Affiches, flyers et publicité télévisée

