



CULTURE ENTREPRENEURIALE

Complexe de Formation de Mohammedia
Cellule d'Aide à la Création d'Entreprise



SOMMAIRE

- 1. Notion d'entreprise**
- 2. Entrepreneuriat # salariat**
- 3. Les 10 bonnes raisons d'entreprendre**
- 4. Entrepreneur et esprit entrepreneurial**
- 5. Entrepreneuriat et esprit entrepreneurial**
- 6. Idée du projet et identification une opportunité d'affaire**
- 7. Etude de faisabilité d'un projet**
- 8. Etude du marché d'un projet**
- 9. Etude technique d'un projet**
- 10. Etude financière d'un projet**
- 11. Choix du statut juridique de l'entreprise**
- 12. Formalités juridiques et administrative**
- 13. Programme "Intelaka" "انطلاقة" البرنامج المندمج لدعم وتمويل المقاولات**

NOTION D'ENTREPRISE



Qu'est ce que une entreprise?

?

<https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=ndtHS0rWoqU>



Qu'est ce que une entreprise?

?

- ▶ L'entreprise est un ensemble de moyens techniques, financiers et humains, dont l'activité organisée et dirigée par un centre de décision a pour résultat la production de biens et services
- ▶ **Définition en économie générale :** L'entreprise est une unité économique autonome. Elle combine et rémunère les facteurs de production pour produire et vendre des biens et services sur les marchés afin de réaliser des profits.
- ▶ **Définition** en économie d'entreprise : L'entreprise est une organisation, elle se caractérise par :
 - ▶ un groupe humain hiérarchisé
 - ▶ une finalité
 - ▶ une répartition des tâches, de responsabilités et du pouvoir.
Un système de communication et de contrôle permet de coordonner les activités en fonction de ses politiques et de ses objectifs.



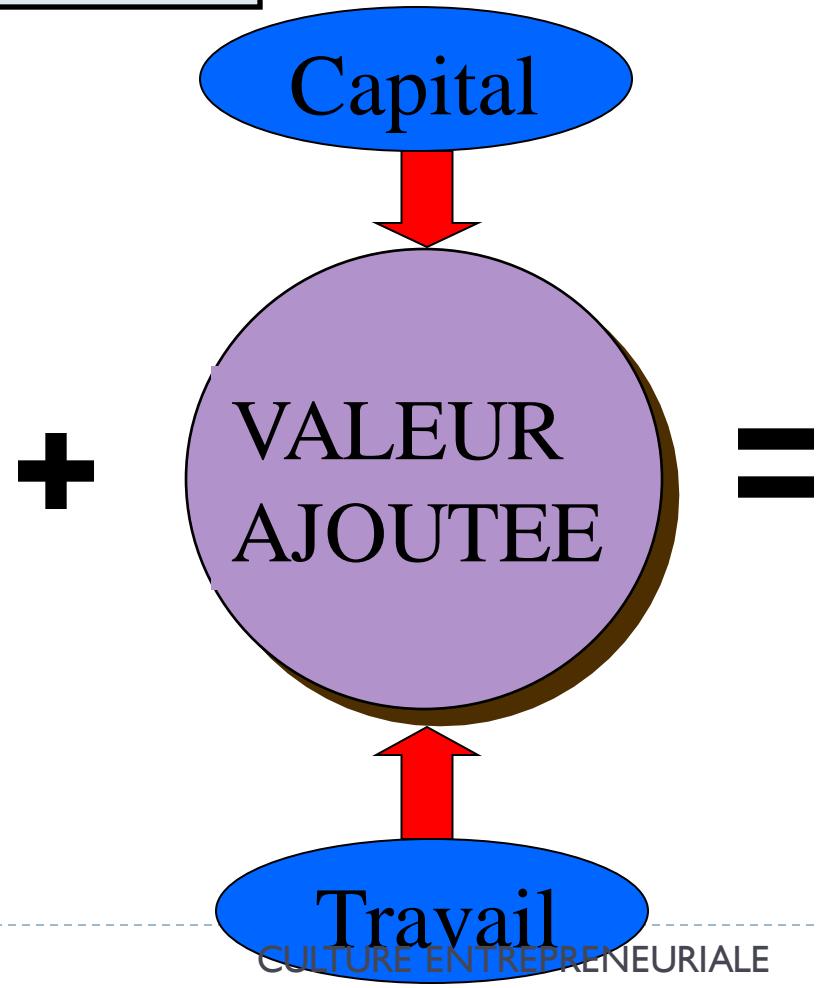
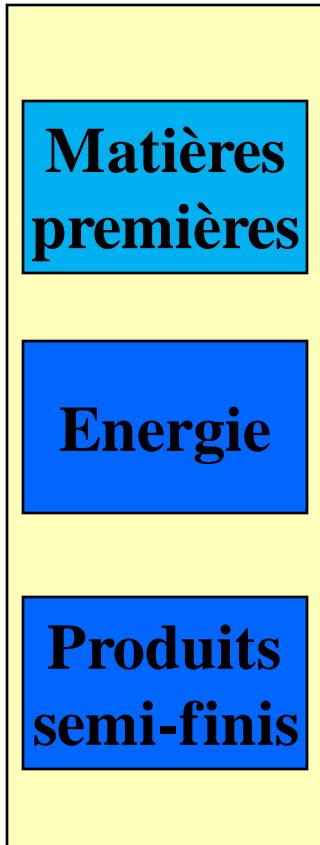
L'entreprise, unité de production et de répartition

- ▶ Les entreprises combinent des facteurs de production (capital, travail, ressources naturelles) afin de produire des biens et services qui seront vendus sur un marché. Elles produisent de la valeur.
- ▶ Valeur ajoutée est la différence entre la valeur de la production et la valeur des achats de biens et services appelés consommations intermédiaires



CONSO. INTERMEDIAIRES

L'entreprise est
☞ une unité de production
☞ une unité de répartition



P
R
O
D
U
C
T
I
O
N



Qu'est ce que une entreprise?



L'entreprise est
☞ une unité de production
☞ une unité de répartition

P
R
O
D
U
C
T
I
O
N

V
E
N
T
E



Paiement des fournisseurs

Règlement des salariés

Paiement des charges sociales et fiscales

Paiement des intérêts

Produits distribués conservés

Consommation intermédiaire

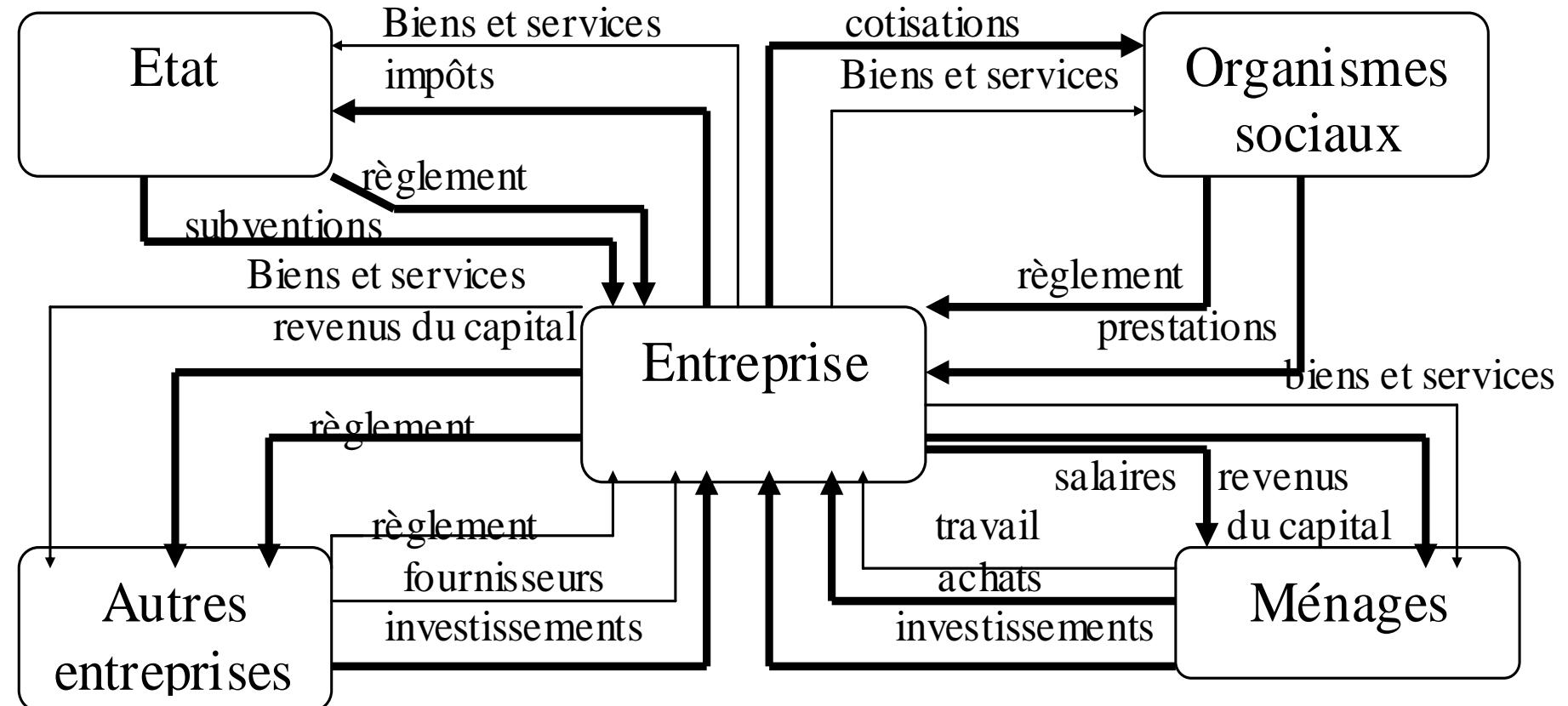
Valeurs ajoutées



Qu'est ce que une entreprise?

?

La fonction de répartition de l'entreprise



L'entreprise est

- une unité de production
- une unité de répartition



Qu'est ce que une entreprise?

?

L'entreprise cellule sociale

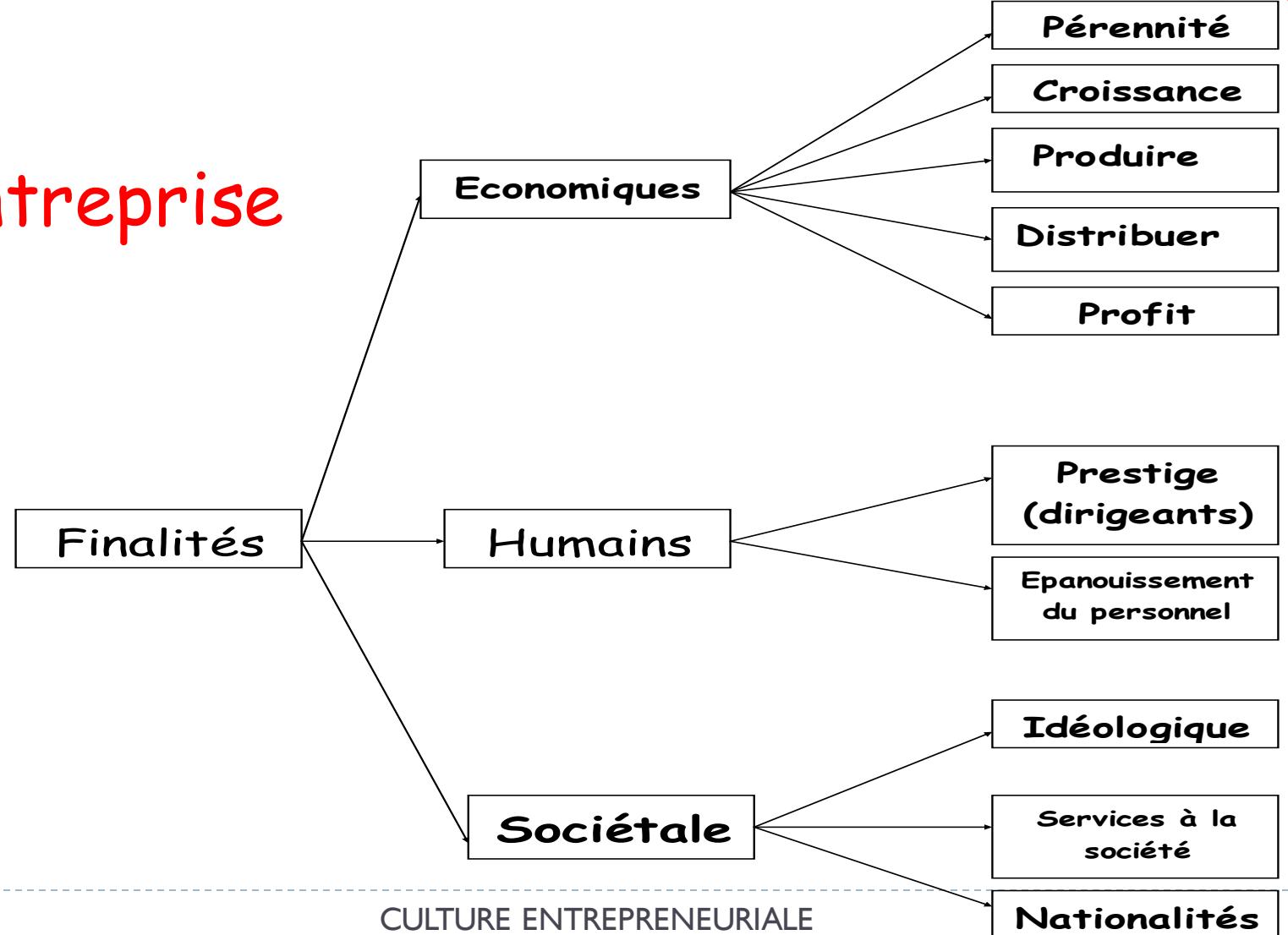
- ☞ L'entreprise investie d'une fonction sociale.
 - ☞ Satisfaction d'un certain nombre de besoins éprouvés par les salariés à l'occasion de leur emploi dans l'entreprise :
 - stabilité de l'emploi,
 - niveau de rémunération,
 - promotion,
 - formation.
- ⇒ RSE



Qu'est ce que une entreprise?



Les finalités de l'entreprise

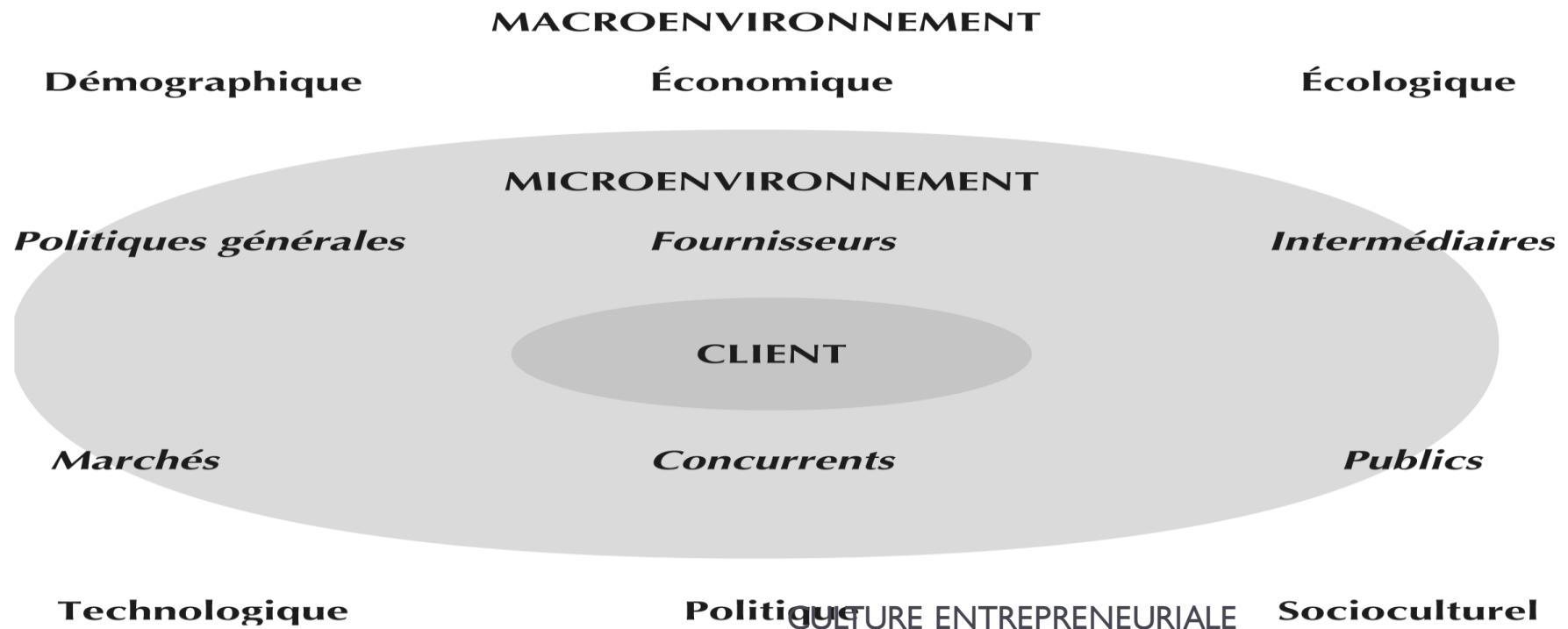




L'environnement de l'entreprise?

?

L'environnement de l'entreprise est l'ensemble des éléments externes susceptibles d'influencer son activité et son équilibre ...

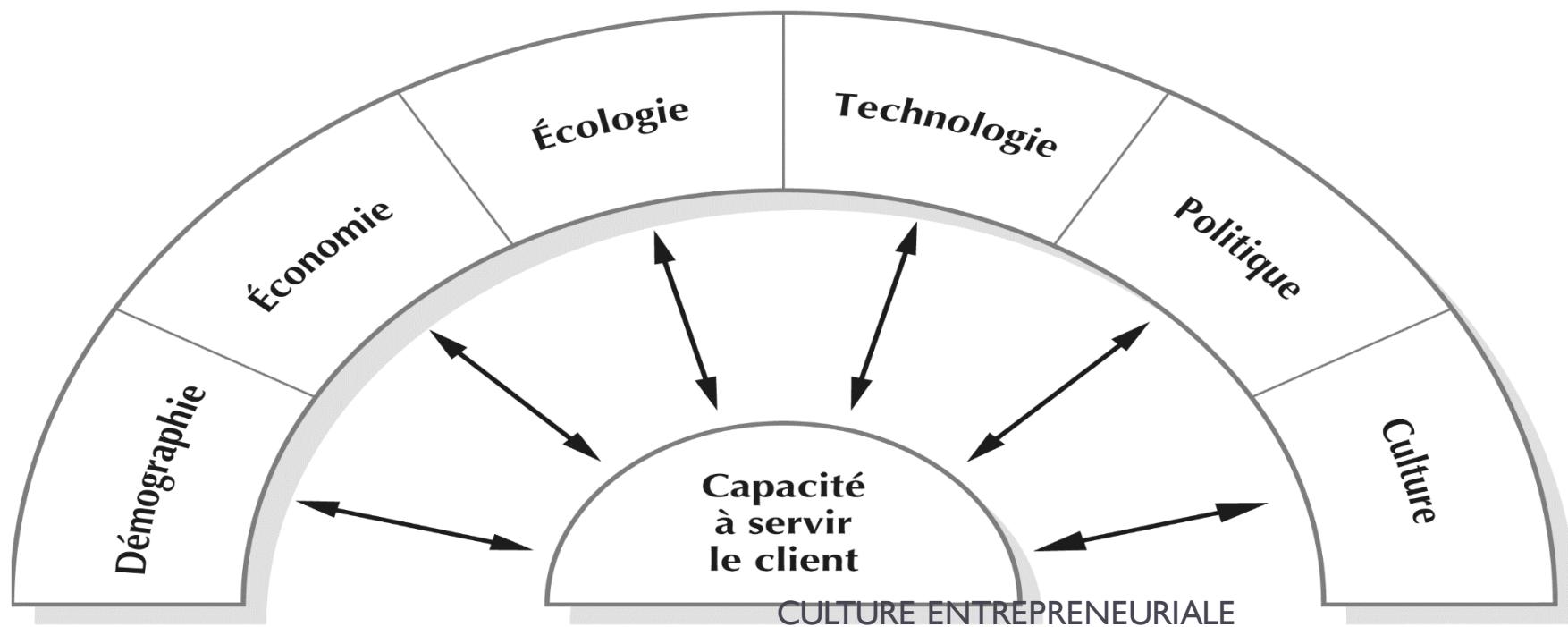




L'environnement de l'entreprise?

?

Le macro environnement est composé des **forces sociétales** (démographique, économique, écologique, technologique, politique, socioculturelle) **sur lesquelles une entreprise a peu de pouvoir** et qui influent sur son activité et son équilibre

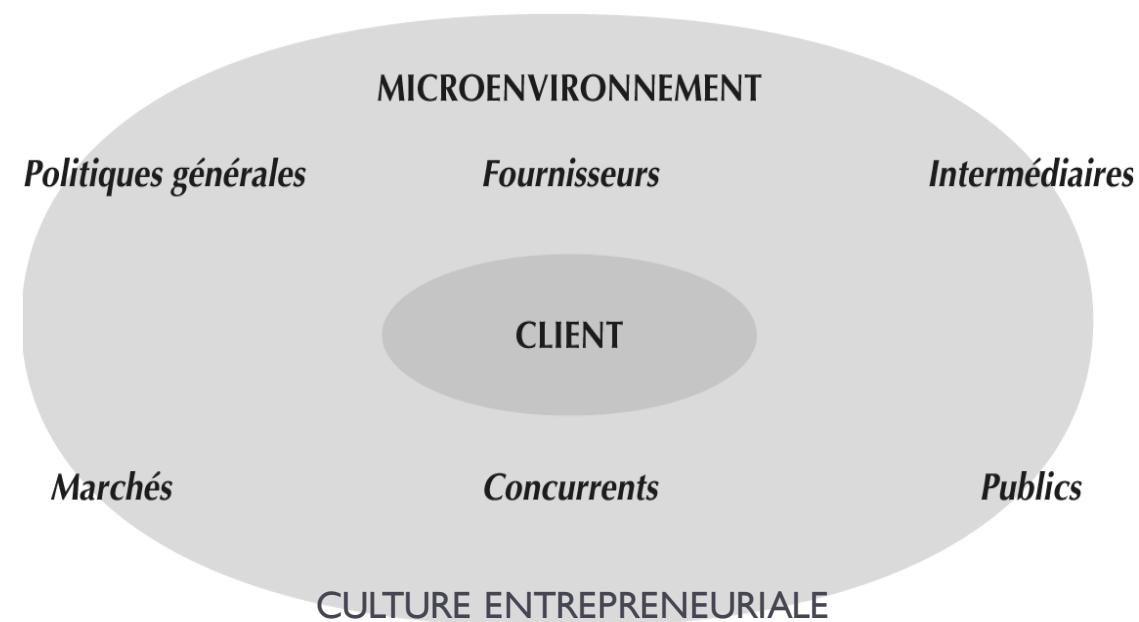




L'environnement de l'entreprise?

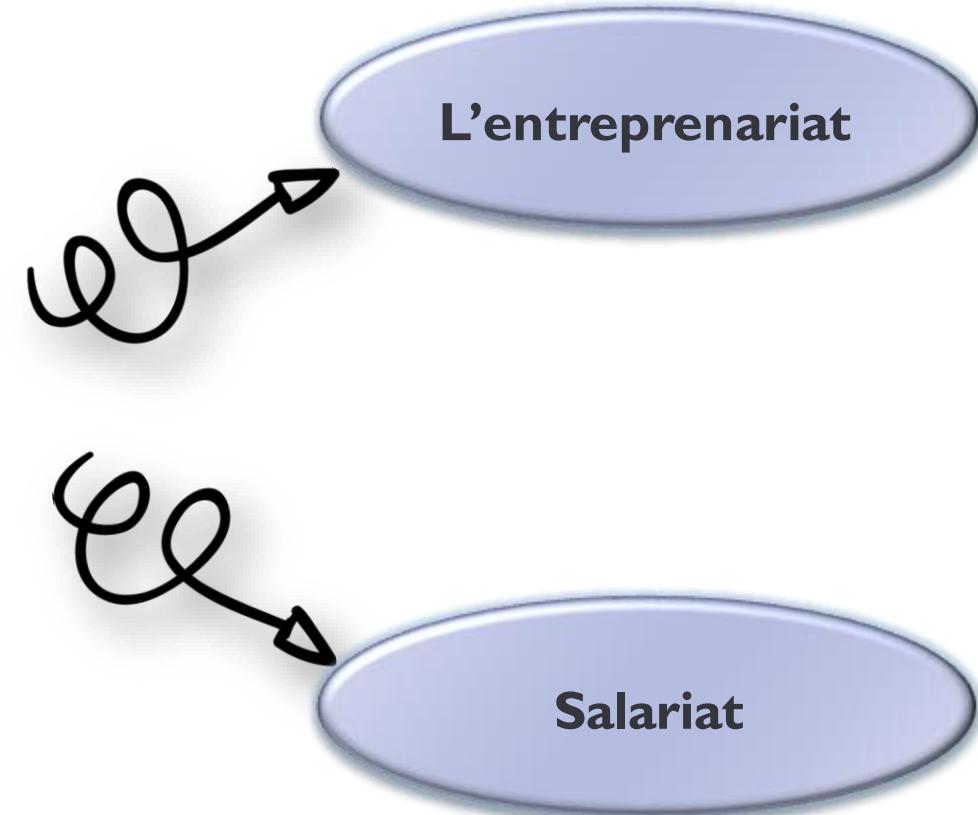
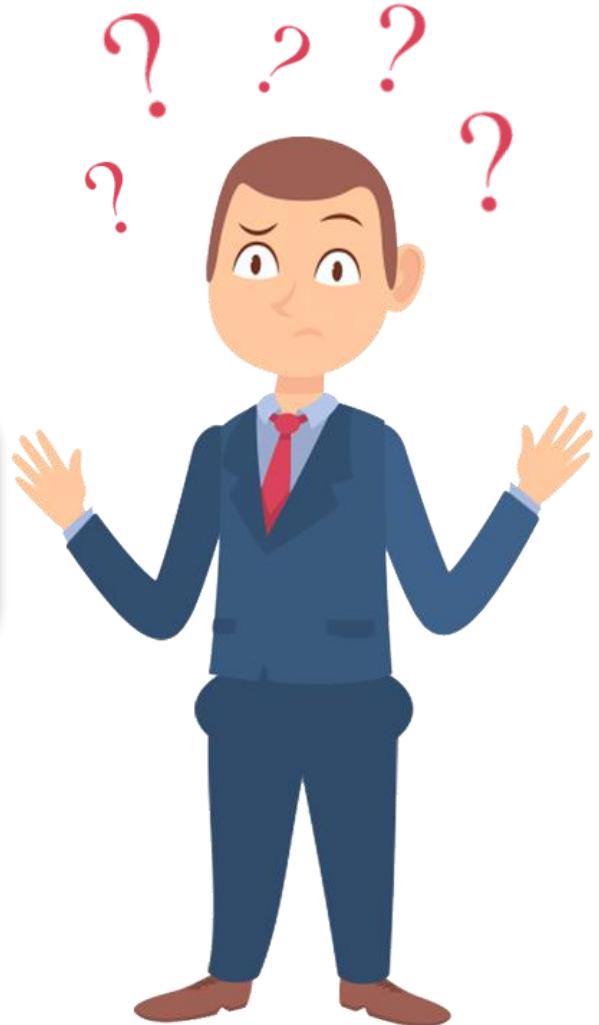


- ▶ **Le micro environnement** comprend les concurrents et les partenaires (clients, fournisseurs, financiers, etc.) immédiats de l'entreprise .
- ▶ Le micro environnement influence plus particulièrement les entreprises d'un même secteur d'activités.

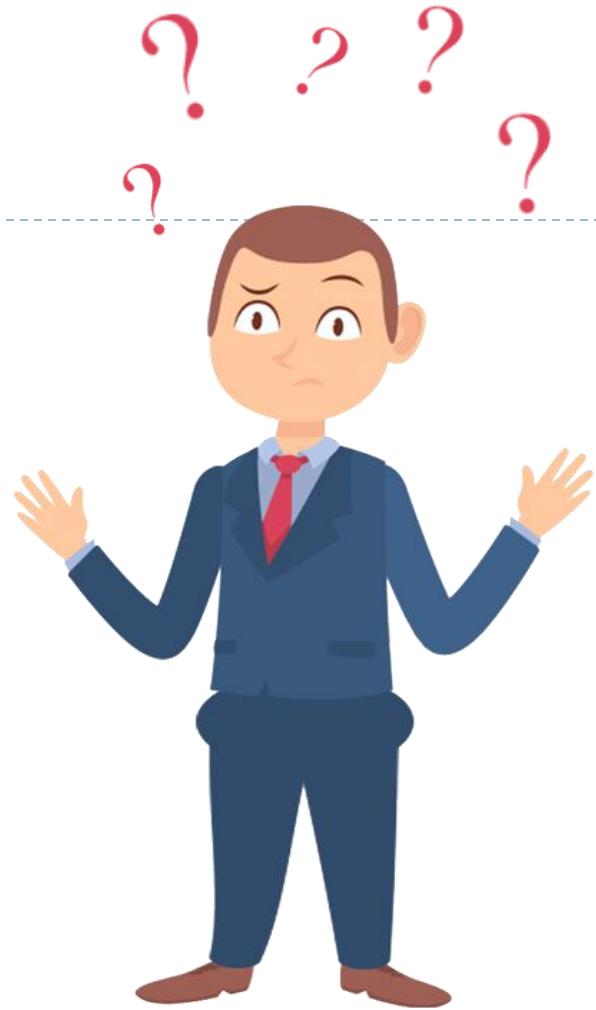


ENTREPRENEURIAT # SALARIAT

**Quelles sont les raisons de
Travailler pour soi-même ou
pour quelqu'un d'autre?**



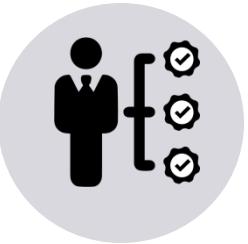
أهرب من الوظيفة إذا
أردت أن تصبح غنياً..-
الأب الغني و الأب الفقير



https://www.youtube.com/watch?v=uTWp0N_1GVA



Attentes



Responsabilité

Salariat



Toujours partagée

Entrepreneuriat



Concentrée sur
l'entrepreneur



Attentes



Autonomie

Salariat



Fort lien de
subordination

Entrepreneuriat



Autonomie totale



Attentes



Créativité

Salariat



Difficile à exercer, en particulier dans les activités fonctionnelles

Entrepreneuriat



Nécessaire et permanente

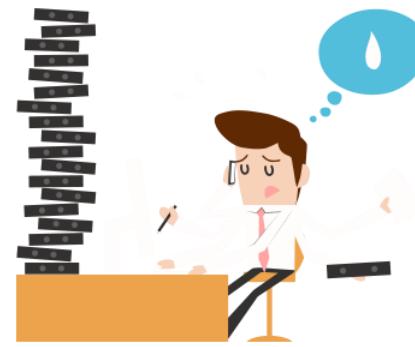


Attentes



Relations
sociales

Salariat



Hiérarchiques

Entrepreneuriat



Esprit d'équipe plus
facile à créer



Attentes



Sécurité de
l'emploi



Risque de perte

Entrepreneuriat



Risque d'échec



Attentes



Rémunération



Limitée

Salariat

Entrepreneuriat



Importante et variable
selon la rentabilité

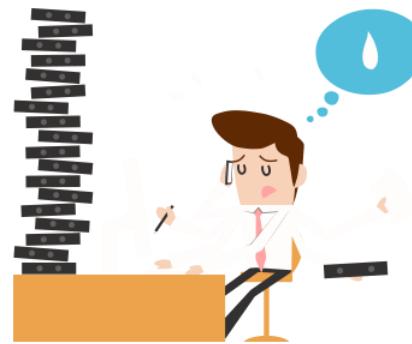


Attentes



Statut social

Salariat



Moins valorisé

Entrepreneuriat



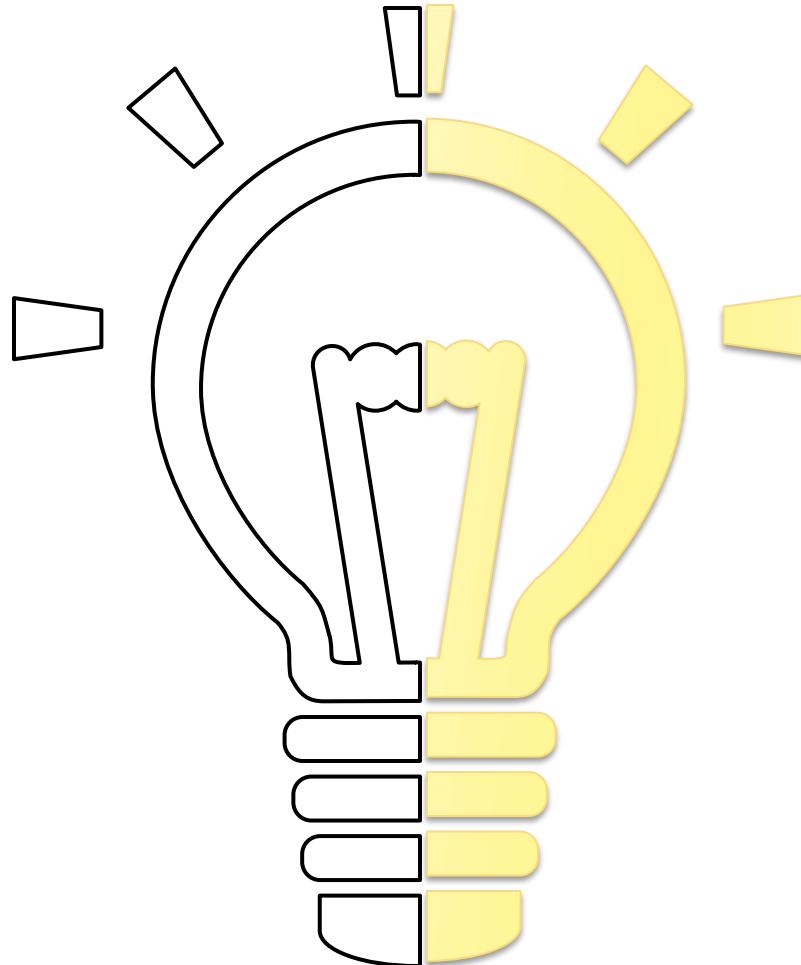
Prestige social très élevé

Entrepreneuriat = Innovation

- ❖ Voir autrement
- ❖ Se différencier
- ❖ Créer
- ❖ Inventer
- ❖ Réinventer
- ❖ Oser
- ❖ Entreprendre

LES 10 BONNES RAISONS POUR ENTREPRENDRE

▶ Les 10 bonnes raisons pour entreprendre



▶ Les 10 bonnes raisons pour entreprendre

Faire ce que vous aimez

Être indépendant

Augmenter ses revenus

Se lancer dans une aventure excitante

Décider de son propre horaire de travail

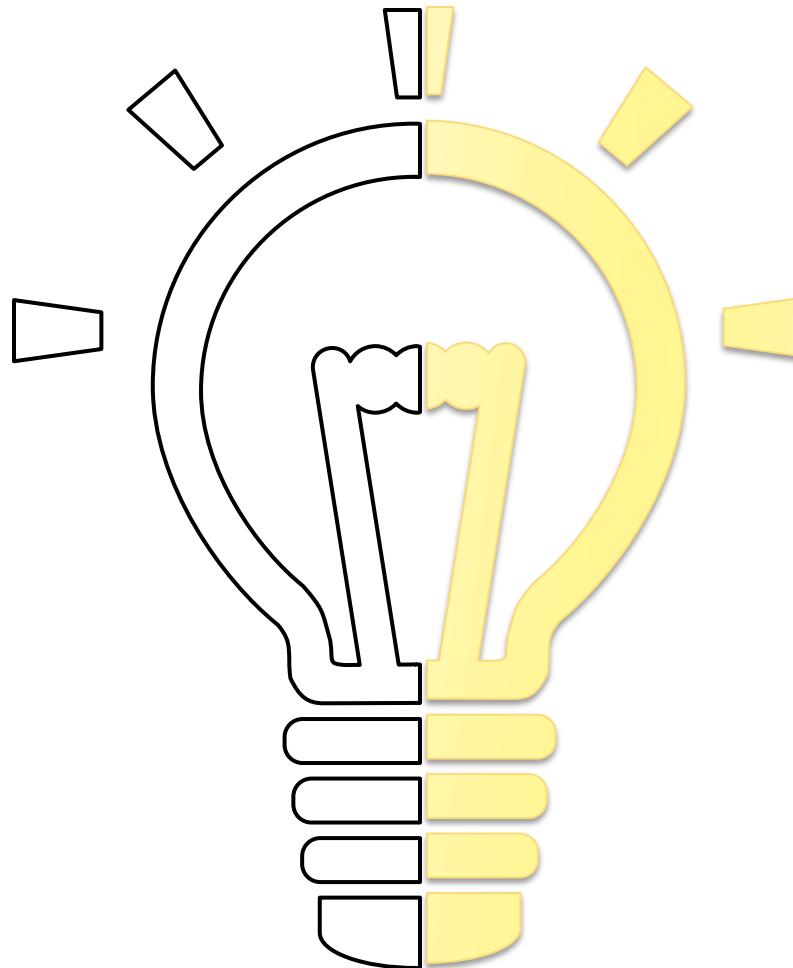
Donner un sens à sa vie

S'épanouir pleinement

Réinventer votre métier

Relancer sa carrière

Se sentir fier



CULTURE ENTREPRENEURIALE

ENTREPRENEUR

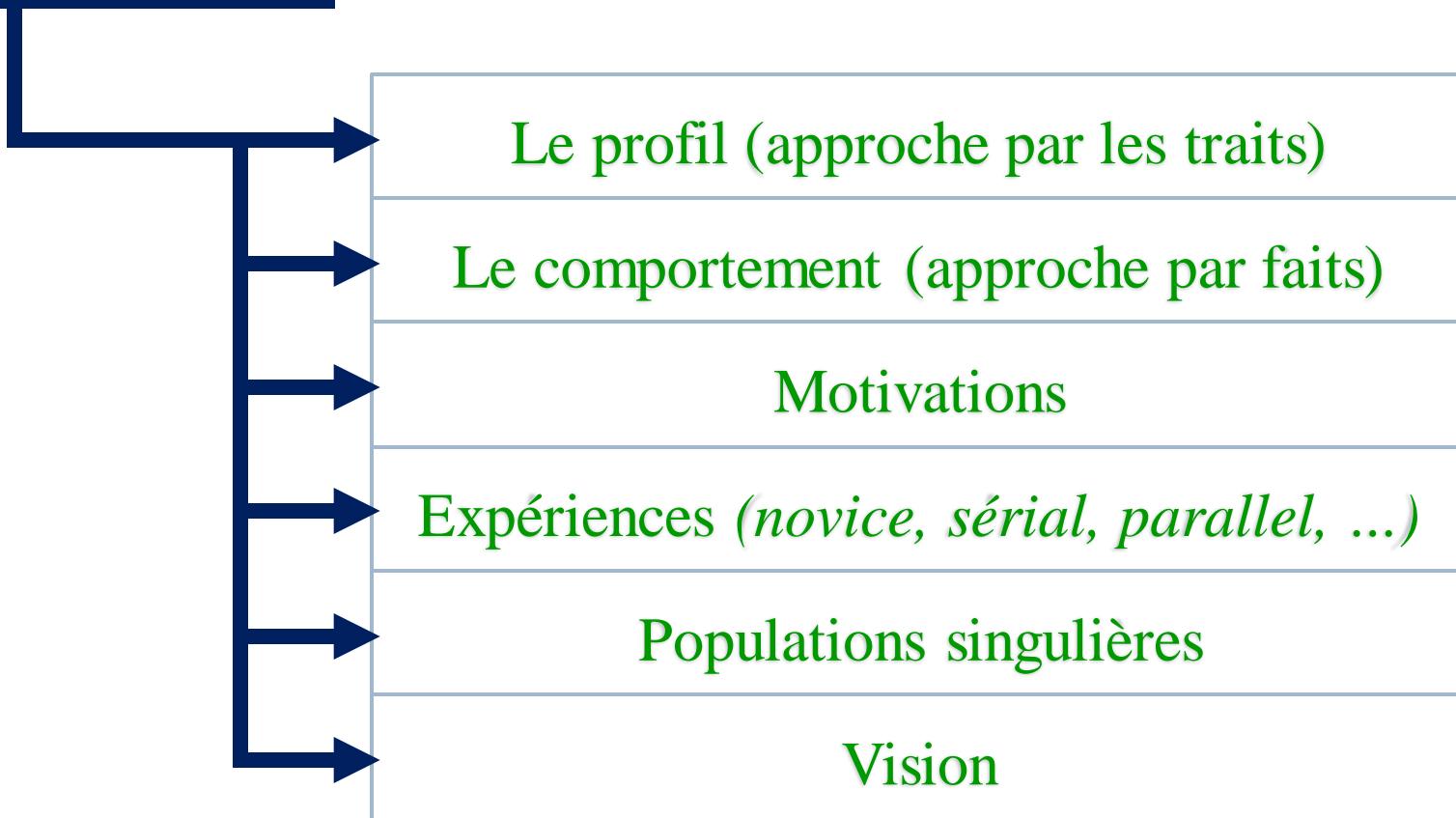
PROFIL ENTREPRENEURIAL

▶ Qu'est ce qu'un Entrepreneur?

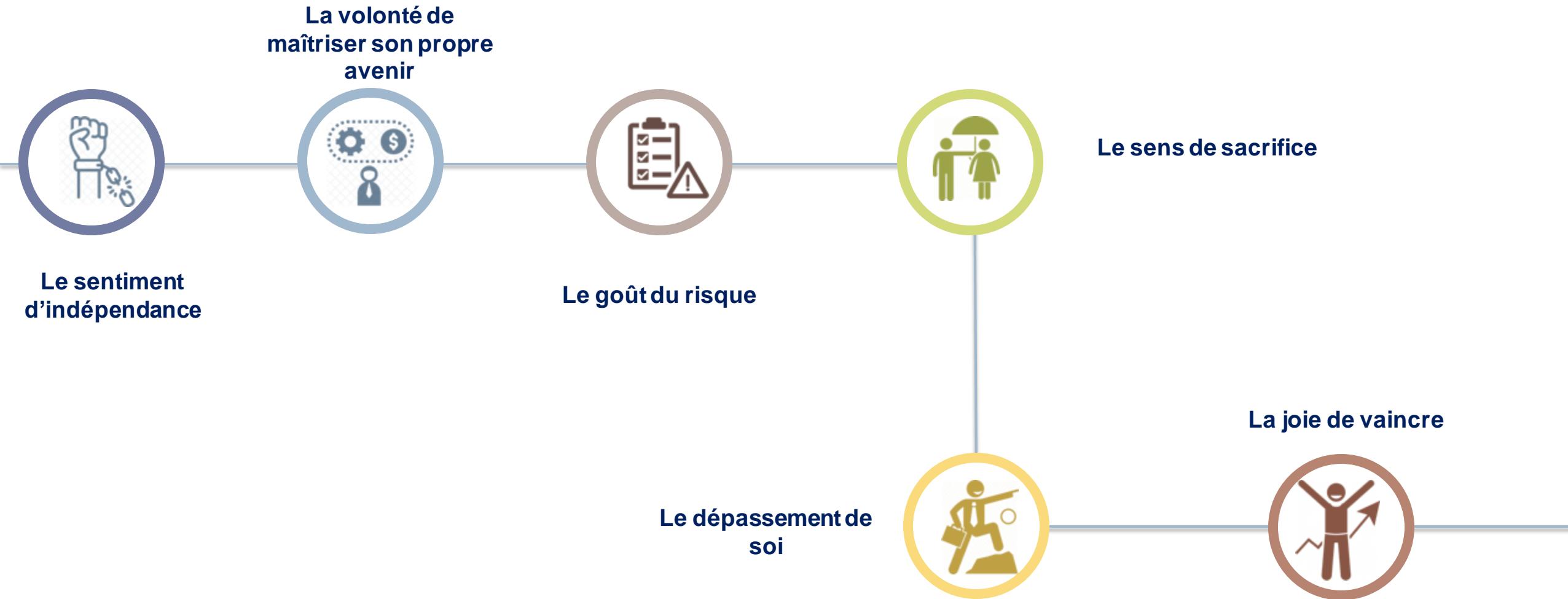
“ toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital, travail), en vue de vendre produits ou des services ”



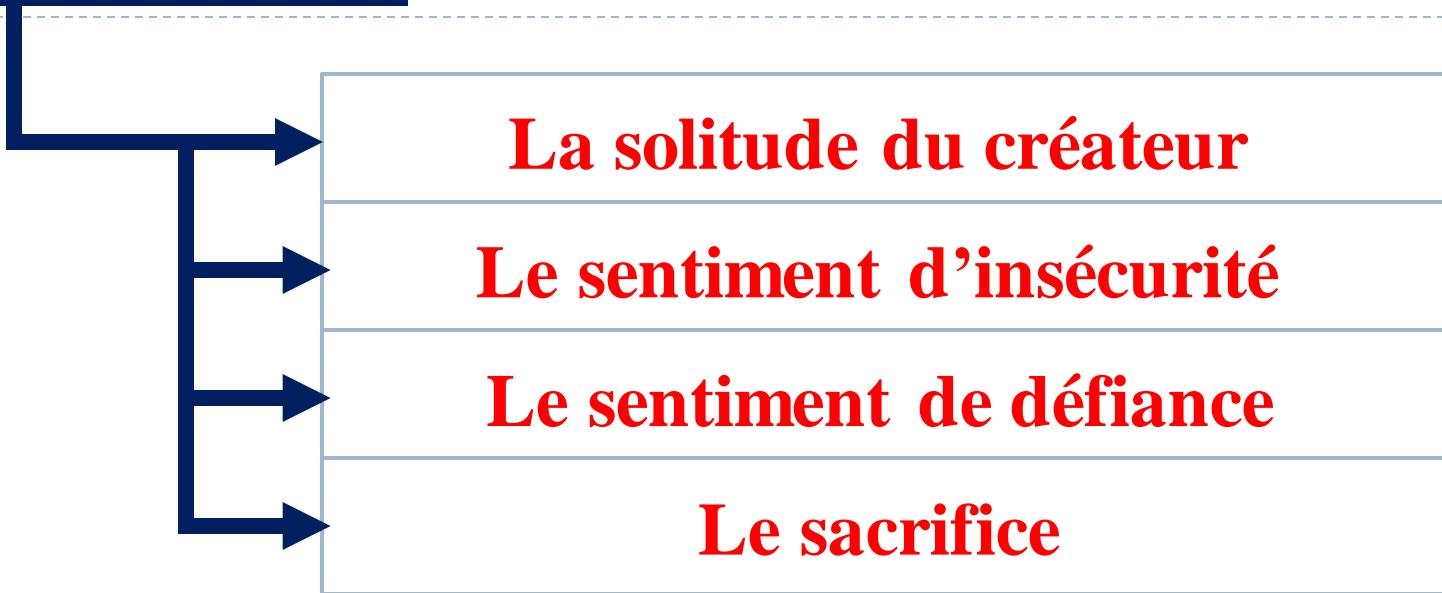
L'entrepreneur



▶ Motivation de l'entrepreneur



Difficultés d'entreprendre



▶ Profil entrepreneurial

Les 6 compétences clés d'entrepreneurs brillants



▶ Profil entrepreneurial

Capacité de prendre des décisions

Capacité à résoudre des problèmes

Autonomie personnelle

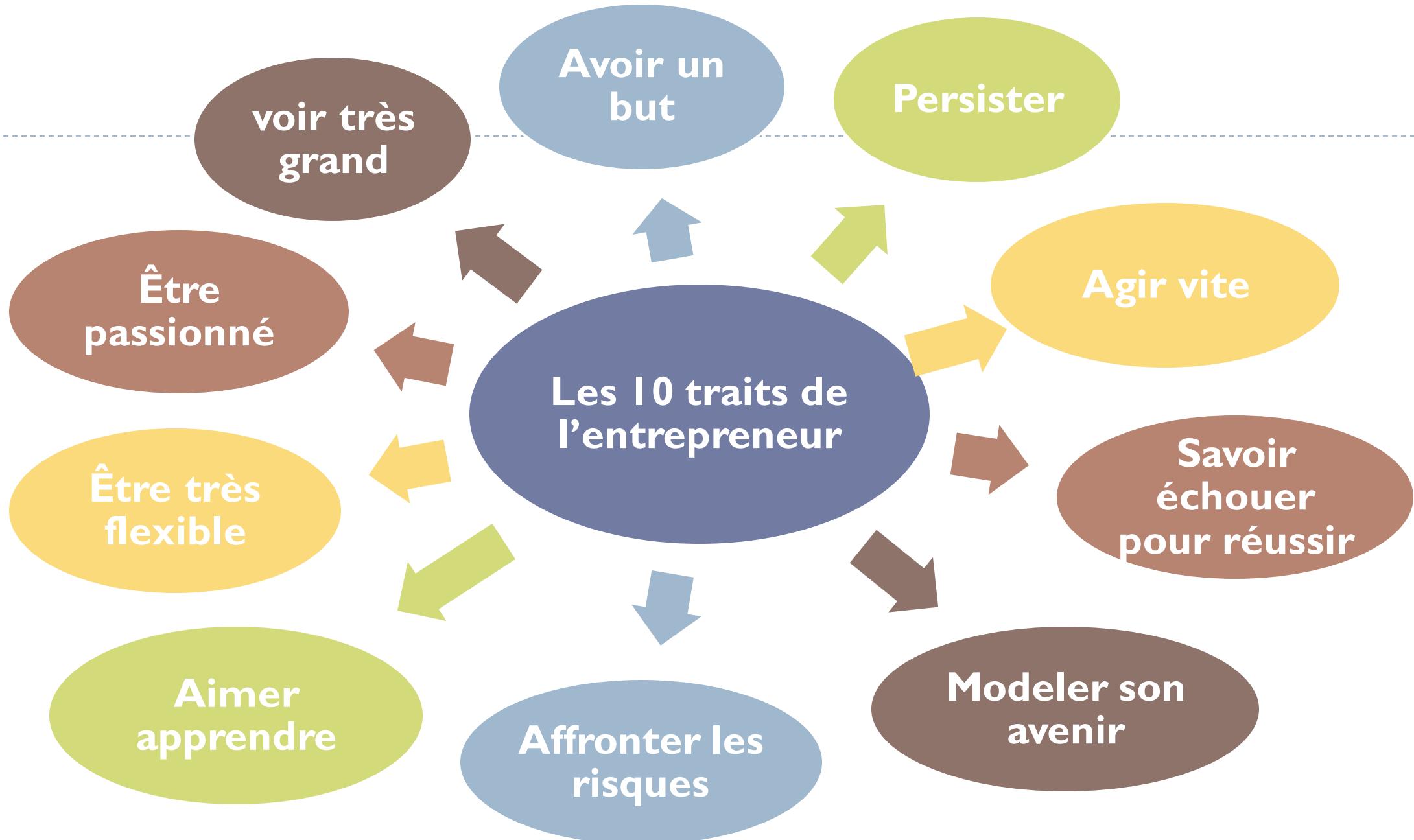
Bonnes habiletés de gestion

Capacité à prendre des risques calculés

Grande énergie

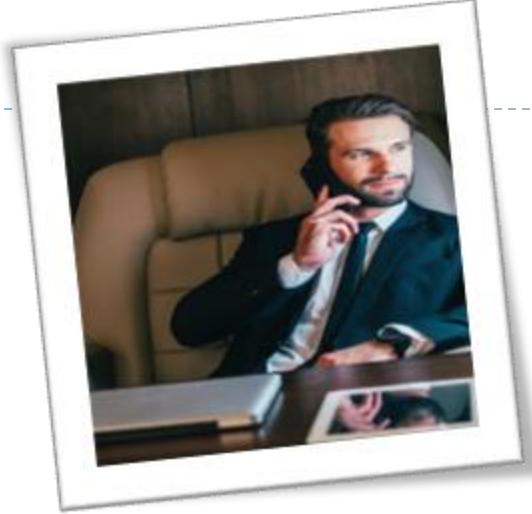
10 SIGNES QUE VOUS ÊTES ENTREPRENEUR







LE SUCCES D'UN ENTREPRENEUR



▶ Les clés de succès de l'entrepreneur

Ressources



Capitaux bien adaptés aux besoins.

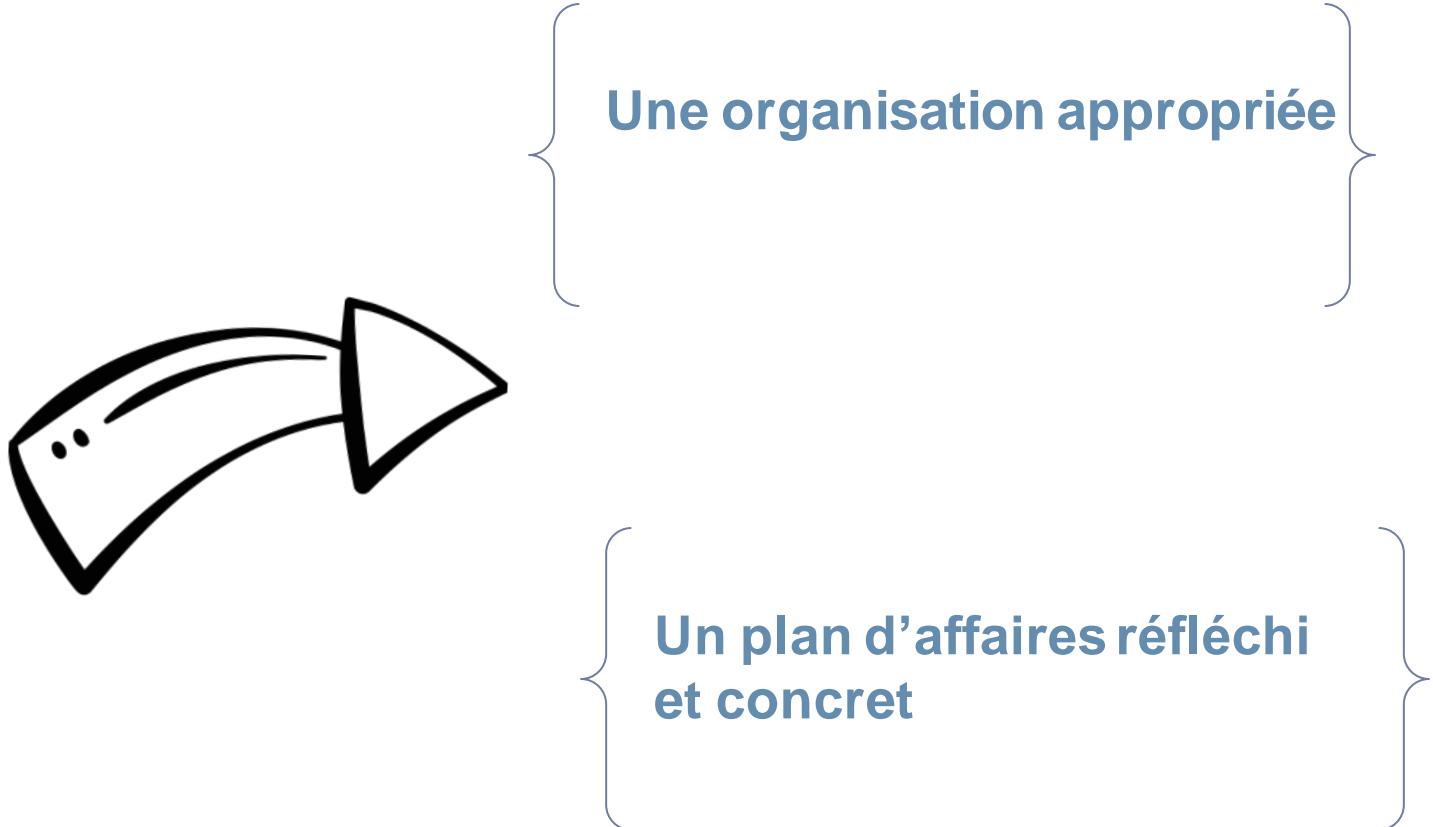
Equipements performants et bien entretenus.

Personnel compétent et motivé.

Organismes d'accompagnement disponibles et professionnels.

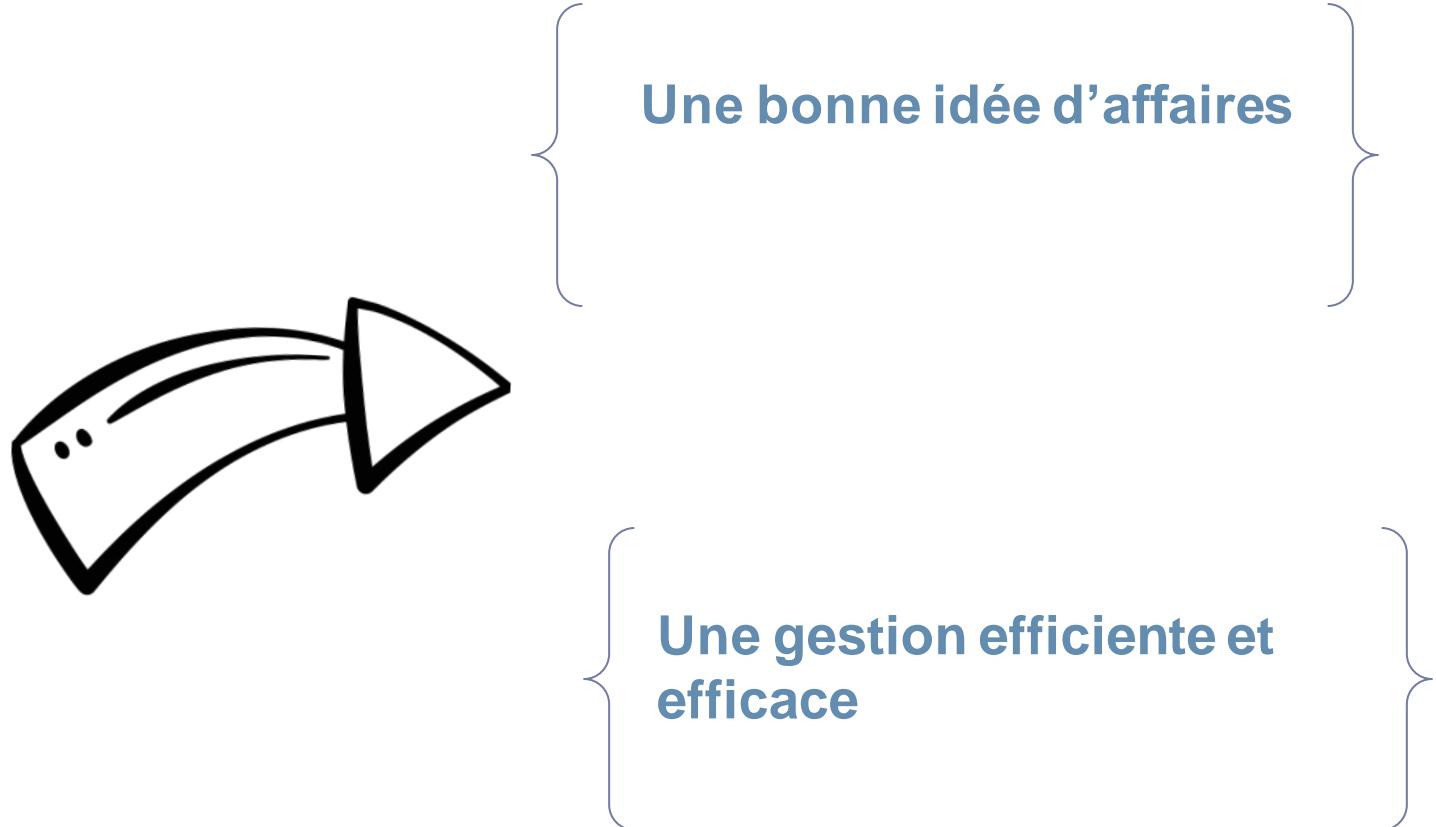
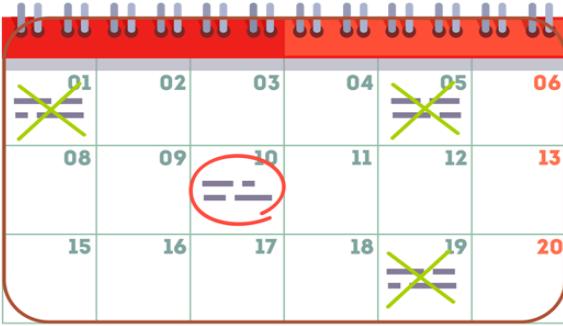
► Les clés de succès de l'entrepreneur

Préparation du projet

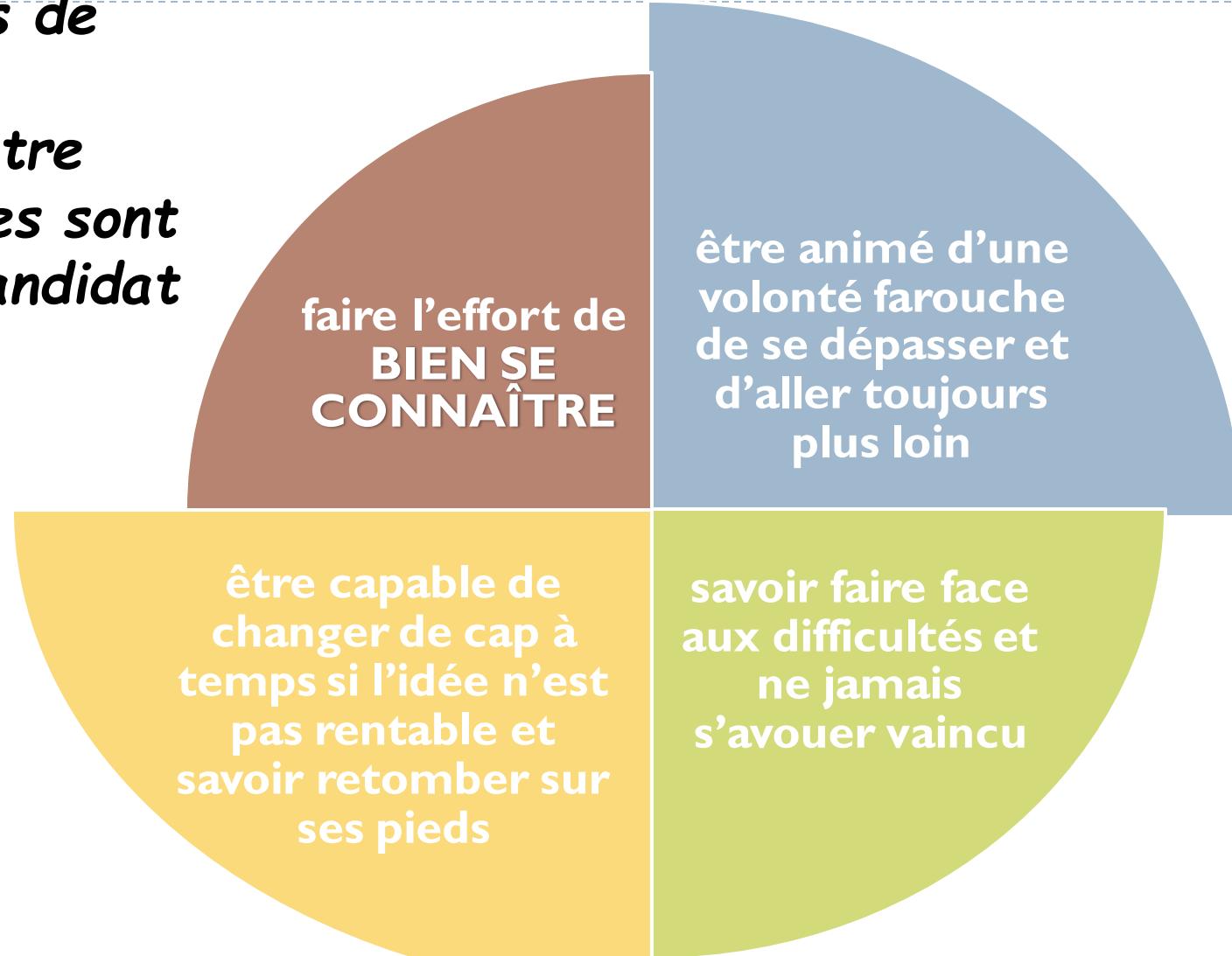


► Les clés de succès de l'entrepreneur

Organisation et gestion



*Bien qu'il n'y ait pas de
PROFIL type du
CRÉATEUR, les quatre
QUALITÉS suivantes sont
indispensables au candidat
créateur*



TYPOLOGIES DE L'ENTREPRENEUR

Organisation

**Degré
d'innovation**

	Souple (organiste)	Formalisée (mécaniste)
Faible	ARTISAN « technicien » « Réacteur »	MANAGEUR « professionnel » « Adaptateur »
Elevé	INNOVATEUR « hight tech »	OPPORTUNISTE « prospecteur »

ENTREPRENEURIAT ESPRIT ENTREPRENEURIAL

L'entrepreneuriat comme valeur éducative

L'ENTREPRENEURIAT est un **PROCESSUS DYNAMIQUE** par lequel un individu doté de **L'ESPRIT D'ENTREPRISE** mobilise les ressources nécessaires pour mettre sur pied et maintenir en activité un **PROJET INNOVATEUR** qui répond à un besoin de la société

PRINCIPAL OBJECTIF

Faire prendre **CONSCIENCE AUX STAGIAIRES** qu'ils sont **ACTEURS DE LEUR PROPRE AVENIR** et que de multiples possibilités s'offrent à eux, notamment celle de **CRÉER LEUR PROPRE ACTIVITÉ**, de **SE RÉALISER PROFESSIONNELLEMENT** et de **CRÉER DES RICHESSES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES, DES EMPLOIS;**

Esprit entrepreneuriale

«L'esprit d'entreprise» est une **ATTITUDE** qui pousse un individu à se donner les moyens pour **réaliser un rêve ou un projet qui répond à un besoin de la société**

Esprit entrepreneuriale

L'esprit d'entreprendre

- Il n'est pas inné ou donné, mais se construit;
- Il combine des attitudes et des compétences sur lesquelles l'éducation et la formation peuvent agir;
- Il est relié à l'action

❖ **Favoriser** chez les stagiaires **l'éclosion d'une culture entrepreneuriale**;



❖ la **volonté de:**
✓ **s'engager** pleinement dans ce qu'ils **veulent faire**
✓ **mener** à terme ce qu'ils **entreprennent**

Esprit entrepreneurial

“
un rêve

- ... qui devient une vision,
- ... qu'on communique et partage
- ... avec enthousiasme et détermination,
- ... et transformée en actions
- ... permet de bâtir...

et devenir peut-être réalité!

”



Esprit entrepreneurial

“

PLONGER

- ▶ ... tout ne peut pas être attaché
- ▶ ... mesurer ses risques
- ▶ ... apprendre à nager

”



Esprit entrepreneurial

“
OSER

- ▶ ... n'avoir pas peur du changement
- ▶ ... être agent de changements
- ▶ ... n'avoir pas peur des erreurs
- ▶ ... mais savoir corriger ses erreurs!
- ▶ ... courage!

”



Esprit entrepreneurial

“

VENDRE

- ▶ ... convaincre et entraîner
- ▶ ... mobiliser
- ▶ ... créer des liens

”



Esprit entrepreneurial

“
FÊTER!

- ▶ ... vivre les p'tits bonheurs d'atteindre les objectifs fixés...
- ▶ ... et partager la passion
- ▶ ... la fierté n'est pas de l'orgueil
- ▶ ... savoir-faire et savoir-être

”



Esprit entrepreneurial

“

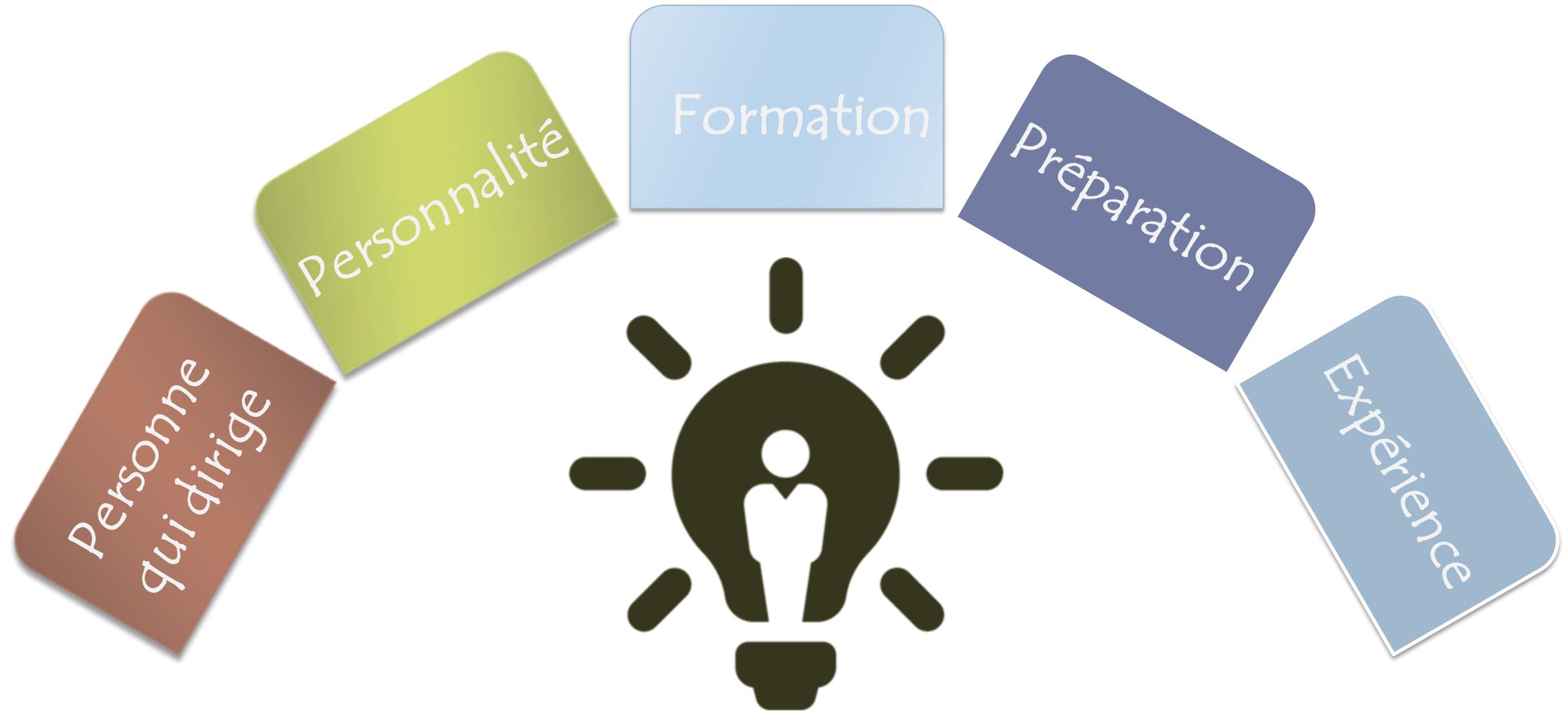
CONTINUER...

- ▶ ... une tranche à la fois
- ▶ ... travail, travail, travail...
- ▶ ... ne pas lâcher!

”



▶ **Evaluation du potentiel entrepreneurial est essentielle**



IDÉE DU PROJET

PROCESSUS DE CRÉATION D'UNE ENTREPRISE

1. **Origines de l'idée qui conduit à la décision de créer une entreprise ;**
2. **Mise à l'épreuve de cette idée et validation**
3. **Choix des moyens d'accès au marché : sous-traitance, franchise...**
4. **Mise en place des ressources nécessaires (capitaux, clientèle, fournisseurs, locaux et personnel) ;**
5. **Lancement commercial et premières ventes ;**
6. **Choix des stratégies de croissance ;**
7. **Eventuellement, possibilités de sortie (introduction en bourse, faillite, liquidation volontaire, cession aux salariés ou à des tiers).**

VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION D'ENTREPRISE

- ✓ **D'où vient l'idée et pourquoi celle-ci ?**
- ✓ **Depuis combien de temps y songez-vous ?**
- ✓ **Qu'est-ce qui vous motive ?**





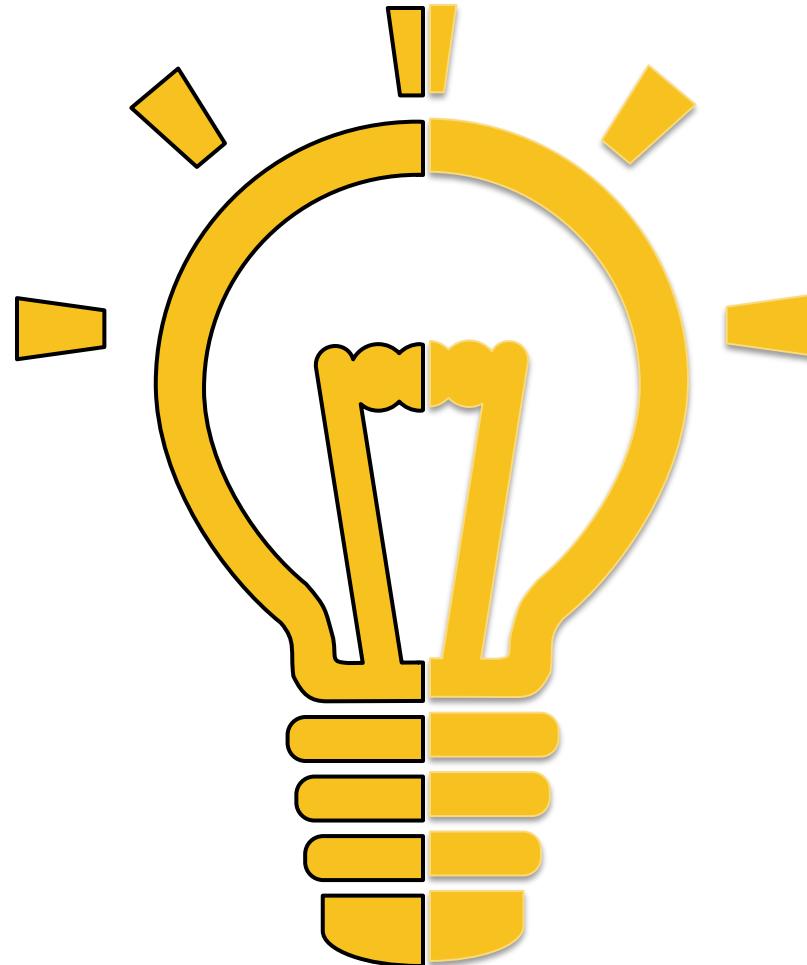
فكرة مشروع
ناجح في سوق
لا يرحم !!
طرق لبدء
مشروع ناجح



<https://www.youtube.com/watch?v=zmz6cqYchcg&t=97s>

▶ Comment faire pour trouver son idée de projet ?

Famille
cercle d'amis
Passion



Environnement
Curiosité

VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION D'ENTREPRISE

- ❖ Toute Création d'entreprise commence par une **IDÉE**.
Qu'elle naisse de **l'expérience**, du **savoir faire**, de la **créativité** ou d'un **simple concours de circonstance**, l'idée prend souvent la forme d'une **intuition** ou d'un **désir** qui **s'approfondit** et **mature** avec le **temps**.

- ❖ Plus l'idée est **nouvelle**, plus il faudra s'interroger sur la **capacité des futurs clients à l'accepter** ;

- ❖ Plus elle est **banale**, plus il conviendra de s'interroger sur la **réelle utilité par rapport à l'offre déjà existante sur le marché**.

- ❖ Attention, votre idée peut être **séduisante, sans qu'il y ait un marché réel**. Cela reste une **simple invention**...



VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION D'ENTREPRISE

Adéquation homme/projet

« **L'ambition ne peut se passer ni de réflexion ni de jugement sur ses propres capacités** »

- La **VIABILITÉ ÉCONOMIQUE D'UNE IDÉE** de création d'entreprise **ne garantit pas à elle seule la réussite du projet de création.**
- **Valider la COHÉRENCE** entre **l'idée et son projet personnel** (prenant en compte sa **PERSONNALITÉ**, ses **COMPÉTENCES**, sa **MOTIVATION**) est **NÉCESSAIRE** avant de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.
- Il convient donc de réaliser un **TRAVAIL D'INTROSPECTION**, en toute transparence dont l'objectif est de répondre aux questions suivantes :
 - Quelles sont mes **contraintes personnelles** ?
 - Quels sont mes **objectifs** en tant que créateur d'entreprise ?
 - Quelles **compétences** sont nécessaires pour mener à bien mon projet ?
- Une fois cette évaluation réalisée, le porteur pourra statuer sur les suites à donner à son idée de création : **poursuivre sa démarche, modifier son idée, l'abandonner.**



VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION D'ENTREPRISE

Objectifs poursuivis

Les **OBJECTIFS** doivent être

- **MESURABLES**,
- **RÉALISTES**,
- **RÉALISABLES**,
- Et *situés dans le **TEMPS*** avec les ressources disponibles.

VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION D'ENTREPRISE

Définir ses objectifs S.M.A.R.T.

<https://www.youtube.com/watch?v=M5m8wLMxL-U>

<https://www.youtube.com/watch?v=T6--p1HrWX8>

VALIDER SON IDÉE DE CRÉATION D'ENTREPRISE

L'idée d'un produit ou un service servant à la création d'une entreprise est souvent le fruit de l'observation :

- ✓ **De son milieu professionnel** qui peut être l'occasion de découvrir des produits ou services complémentaires à ceux commercialisés par son employeur, voire des substituts à ces derniers ou des versions améliorées ;
- ✓ **De son quotidien** qui peut permettre de déceler certains besoins pouvant être satisfaits par la mise au point de produits ou services non offerts sur le marché ;
- ✓ **De ses futurs concurrents** et ce, pour déceler un détail ou un angle d'approche ignorés par eux ;
- ✓ **Des produits ou services commercialisés dans certains pays ou région** qui peuvent être commercialisés, en l'état ou adaptés, dans son pays ou sa région ;

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

Une entreprise peut être créée par :

- ❖ **La mise au point d'un nouveau produit, un nouveau service ou un nouveau procédé de fabrication ;**
- ❖ **L'acquisition d'un brevet ;**
- ❖ **L'acquisition d'une franchise (Mc Donald's, Pizza Hut,...) ;**
- ❖ **La commercialisation d'un bien ou un service sans protection légale ;**
- ❖ **La reprise d'une entreprise existante.**

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

Lorsque le produit ou service choisi est basé sur une **idée innovante**, il doit être **protégé** par un **enregistrement** à **l'OMPIC** (Office Marocain de la propriété Intellectuelle et Commerciale). La protection doit concerner non seulement l'idée mais également **la marque, le dessin ou le modèle.**

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DES DIFFERENTES FORMULES DE CREATION D'ENTREPRISES

FORMULE	AVANTAGES/ATOUTS	INCONVENIENTS/RISQUES
Mise au point d'un nouveau produit, d'un nouveau service ou d'un nouveau procédé de fabrication	<ul style="list-style-type: none">• Bénéfice de la nouveauté ;• Coût peu élevé (surtout lorsque l'idée est le fruit d'un heureux hasard) .	<ul style="list-style-type: none">• Mauvaise réaction du marché ;• Coût parfois trop élevé en temps et en argent ;• Mauvaise exploitation de l'idée.

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DES DIFFERENTES FORMULES DE CRÉATION D'ENTREPRISES

FORMULE	AVANTAGES/ATOUTS	INCONVENIENTS/RISQUES
Acquisition d'un brevet	<ul style="list-style-type: none">• Gain de temps et parfois d'argent ;• Bénéfice de la nouveauté.	<ul style="list-style-type: none">• Coût parfois trop élevé ;• Mauvaise exploitation du brevet ;• Acquisition d'un brevet dépassé ou en voie de l'être.

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DES DIFFERENTES FORMULES DE CREATION D'ENTREPRISES

FORMULE	AVANTAGES/ATOUTS	INCONVENIENTS/RISQUES
Acquisition d'une franchise	<ul style="list-style-type: none">• Gain de temps ;• Bénéfice de l'expérience et de la notoriété du franchiseur (concept, produit, décoration, politique commerciale, organisation,...) ;• Risque généralement très limité (clientèle plus ou moins assurée car connaissant la marque).	<ul style="list-style-type: none">• Risque de se scotcher à une franchise en déclin ;• Dépendance du franchiseur (prix, approvisionnement, management,...) ;• Cession du fonds de commerce soumise à l'accord préalable du franchiseur ;• Coût parfois trop élevé (droit d'entrée, royalties, ...).

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DES DIFFERENTES FORMULES DE CRÉATION D'ENTREPRISES

FORMULE	AVANTAGES/ATOUTS	INCONVENIENTS/RISQUES
Reprise d'une entreprise	<ul style="list-style-type: none">• Outil de production immédiatement opérationnel, donc gain de temps.	<ul style="list-style-type: none">• Passif latent (fiscal,...) ;• Changement d'attitude des partenaires (salariés, fournisseurs, clients, syndicats, banquiers, pouvoirs publics,...) ;• Difficultés à améliorer l'image de marque ;• Sous-estimation des investissements de mise à niveau.

IDENTIFICATION D'UNE OPPORTUNITÉ

Opportunité



Idée

(Intuition, abstraction,
sensation, envie, fantasmes,
pensées, etc...)

Processus d'objectivation

- ✓ Faisabilité
- ✓ Crédibilité
- ✓ Besoins de ressources évalués
- ✓ Projet ou lancement des opérations planifiés
- ✓ Adéquation personne(s)-projet
- ✓ Besoin de financement connu

= Opportunité d'affaires

Une opportunité d'affaires est la rencontre entre une idée articulée à un projet d'activités entrepreneuriales, qui passera par des phases d'objectivation. Elles permettront de préjuger au final de sa potentialité (réalité tangible, mesurable) ou pas, c'est-à-dire du caractère prometteur (ou pas), de l'adéquation (ou non) avec une clientèle solvable et en nombre suffisant pour générer des valeurs

<https://www.youtube.com/watch?v=WBK6IYutKeo>

**De l'idée à
l'opportunité
d'affaire,
comment s'y
prendre ?**



کلشی کېدى بىكەرە



اش كاتسناو باش
تقلبو على فكرة

ÉTUDE DE FAISABILITÉ

Etude de faisabilité

<https://www.youtube.com/watch?v=NTfVgs1QKbs>

ÉTUDE DU MARCHÉ

ETUDE DE MARCHÉ

INTÉRÊT DE L'ÉTUDE

- Après avoir vérifié la cohérence du projet économique par rapport à ses propres contraintes et atouts personnels, on peut passer à une nouvelle étape : l'élaboration de son projet de création d'entreprise.
- L'étude commerciale occupe une place clé dans l'élaboration de votre projet. Toute la construction de votre future entreprise va s'appuyer sur les conclusions de cette étape, qui doit vous permettre :

- de **bien connaître et comprendre votre marché**,
- de **définir votre stratégie**,
- de **choisir vos actions commerciales**.



ETUDE DE MARCHÉ

VOTRE PRODUIT OU PRESTATION

- Description : Il s'agit de faire apparaître :
 - Les différentes caractéristiques de votre produit (ou de votre prestation),
 - Sa description physique,
 - Ses caractéristiques techniques,
 - Ses performances
 - Et surtout son utilisation ou utilité (à quel besoin répond-il ?)
- Usages secondaires
- En dehors du besoin primordial auquel répond votre produit, a-t-il ou peut-il avoir d'autres utilisations différentes qui accroîtraient son intérêt et son marché ?

ETUDE DE MARCHÉ

QUEL EST VOTRE MARCHÉ ?

- A quels besoins comptez-vous répondre et, en conséquence,
- Sur quel marché vous situez-vous (exemple : le marché du loisir) ?
- Précisez obligatoirement si le marché que vous visez est local, régional, national ou international et, par la suite, ne raisonnez que sur le marché choisi.

ETUDE DE MARCHÉ

CONNAÎTRE LE MARCHE

- Adapter le produit à une clientèle ciblée
 - Vérifier l'existence d'une clientèle cible
 - Ou modifier le produit ou service pour se conformer à la demande potentielle
- Bien identifier les intervenants
- Il faut recueillir le maximum d'informations concernant les différents intervenants du marché

OFFRE:

- les concurrents
- Les distributeurs

intermédiaires

DEMANDE:

- Les clients
- Les prescripteurs

ETUDE DE MARCHÉ

- La réussite d'un projet de création d'entreprise nécessite l'élaboration préalable d'une étude de marché complète. Elle permettra au porteur d'évaluer **le potentiel** du marché afin de valider la **viabilité de son projet** puis d'adopter un **positionnement concurrentiel** pertinent.
- Au delà de la maîtrise de **l'environnement commercial et concurrentiel**, l'étude de marché vise à répondre aux principales questions suivantes :
 - **existe-t-il un réel marché ?**
 - **Quels sont son évolution et son potentiel ?**
 - **Comment évaluer le futur chiffre d'affaires de l'entreprise ?**
 - **Qui sont les concurrents directs et indirects ?**
 - **Comment se différencier d'eux ?**
 - **Quelles sont les barrières à l'entrée ?**



Il est également indispensable de définir précisément **son produit ou service**, sa **clientèle cible** ainsi que la **zone d'implantation de l'entreprise**.

ETUDE DE MARCHÉ

Les 4 étapes pour réaliser son étude marché

<https://www.youtube.com/watch?v=ZmqNuXaXcWs>



ETUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché doit précisément permettre :

- ❖ D'identifier la clientèle cible (taille, catégories socioprofessionnelles, âge,...) ;
- ❖ D'approcher la clientèle cible pour juger de sa réaction aux produits ou services à commercialiser (par sondages, mini-tests,...) ;
- ❖ De définir les caractéristiques du produit ou service à commercialiser (niveau de qualité, présentation, prestations connexes,...) ;
- ❖ D'analyser les atouts du produit ou service à commercialiser (gain de temps, de place, d'argent, de confort, de sécurité,...) ;
- ❖ De s'informer sur l'environnement réglementaire, professionnel, économique,... ;
- ❖ D'analyser l'évolution technologique dans le secteur ;
- ❖ D'identifier ses futurs concurrents et fournisseurs ;
- ❖ De déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel et sa montée en puissance durant les premières années d'activités ;
- ❖ De définir une stratégie commerciale pour réaliser le chiffre d'affaires escompté (positionnement tarifaire, techniques de vente, plan de communication, canaux de distribution,...) ;
- ❖ De dimensionner les moyens humains et matériels à mettre en œuvre pour atteindre le chiffre d'affaires prévisionnel.

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

- **L'étude de l'environnement** doit permettre, par ailleurs, de déterminer et d'analyser :
 - ❖ **L'organisation de la profession ou du secteur** ;
 - ❖ **Les tendances et évolutions du marché et de la profession** ;
 - ❖ **L'état et l'évolution des réglementations appliquées au marché et à la profession** ;
- Le **BUT** étant de **savoir si** le **marché** est **porteur** et s'il y a une place, et pour combien de temps, pour le produit ou le service à commercialiser.

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

ANALYSE DE LA DEMANDE

La démarche d'identification de la clientèle permet d'appréhender le **marché cible** qui ne doit pas être confondu avec :

- **Le secteur d'activité** qui est constitué de tous les vendeurs de produits ou services concurrents ;
- **Le marché potentiel** qui est constitué de tous les clients potentiels et réels d'un produit ou service ;
- **Le marché disponible** qui est constitué de tous les clients qui ont intérêt à acheter.

Le **marché cible** est la partie du marché disponible que le créateur d'entreprise décide d'atteindre

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

VOLUME ET ÉVOLUTION DE LA DEMANDE

- Avez-vous des indications sur le volume général (en CA ou nombre de produits) de votre marché (celui que vous visitez précisément).
- Quelle a été l'évolution ces dernières années du volume de ce marché ?
- Quelle est l'évolution prévisible ?
- S'agit-il d'un marché en déclin, en stagnation, en progression ?
- Quel est le taux de croissance annuel en %
- Quel est le taux d'équipement des clients en mes produits?

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

TYPE DE CLIENTÈLE

- Quelle est la clientèle de ce marché : consommateurs individuels, collectivités, grossistes, détaillants, industriels, administrations, etc.
- Précisez ce que chaque type de clientèle représente dans le marché en % des ventes et, si possible, en nombre de clients.
- Aurez-vous dans la cible de clientèle beaucoup ou peu de clients, des gros ou des petits ?

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

LES MÉTHODES DE BASE D'UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

- Les sondages par questionnaire
- Les entrevues personnelles
- Les groupes de discussion
- L'observation
- Les essais en conditions réelles

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

ENTRETIENS ET ENQUÊTES : DEUX DÉMARCHES COMPLÉMENTAIRES

	ENTRETIENS	ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE
Personnes à contacter	Des professionnels	particuliers
Nature de l'information	Qualitative : informations denses, riches, à analyser en profondeur	Quantitative et descriptive : résultats sont souvent succincts
Qui voir ?	Intervenants ayant des fonctions différentes dans le processus d'achat	Utilisateurs, acheteurs qui auront un avis différent
Comment ?	Prise de rendez vous téléphonique, 30 minute à 1h par entretien avec un guide d'entretien.	Questionnaire fermé de 4 à 5 minutes, sur les lieux publics ou au téléphone
Combien ?	20 à 25 entretiens	150 à 200 personnes au minimum

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

AUTRES POINTS IMPORTANTS SUR LA CONSOMMATION

- Indiquez ici et détaillez les points clés de ce marché sur le plan de la consommation.
- Saisonnalité de la demande
 - Type de distribution obligatoire,
 - Habitudes de comportement des clients : qui décide, qui achète, qui paie, qui utilise, qui prescrit, qui influence, achat d'impulsion ou de réflexion, rôle des relais d'information et des leaders d'opinion
 - Motivations des clients : recherche de sécurité, considération, attrait de la nouveauté, confort, plaisir, rigueur, sensation d'appartenance à un groupe.....
 - L'étude des motivations permet de construire l'argumentaire commercial pour convaincre et fidéliser sa clientèle.

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

LES PRINCIPAUX DÉFIS À RELEVER

- ❖ Être conscient du fait que les clients ne viendront pas spontanément;
- ❖ Bien cerner et décrire le type de clients qui vont acheter les produits offerts; plutôt que de croire que leurs clients c'est « tout le monde »;
- ❖ Définir les caractéristiques des clients potentiels, leurs habitudes de vie, leurs habitudes d'achat, etc;
- ❖ Acquérir de l'information permettant d'estimer le nombre de clients potentiels et leur pouvoir d'achat;
- ❖ Offrir un produit, bien ou service qui répondent adéquatement aux besoins des clients;
- ❖ Développer une perception juste des concurrents afin de mieux évaluer leurs forces et leurs faiblesses.

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et
concurrence

Fournisseurs

Stratégie
commerciale

كيف تقنع الزبون بالشراء : 5 أسرار تجعلك بائعاً ساحر

<https://www.youtube.com/watch?v=qqYvFgc23Oc>

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et
concurrence

Fournisseurs

Stratégie
commerciale

CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE

→ **AVANT DE DÉTAILLER VOS PLUS GROS CONCURRENTS**, indiquez quelles sont les caractéristiques générales de l'offre sur ce marché. Exemples :

- Concentration
- Multitude de concurrents,
- Intensité concurrentielle,
- Type de distribution généralement choisi,
- Marché, caractéristiques de leurs produits, réputation, politique commerciale, etc... évolution technologique, ...



→ Précisez ensuite quels sont vos principaux concurrents et indiquez pour chacun : ancienneté, taille, CA, part de

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et
concurrence

Fournisseurs

Stratégie
commerciale

PRODUITS DISPONIBLES

- Etudier les caractéristiques des produits et services disponibles sur le marché
- Analyser leurs avantages et inconvénients
- Première définition du produit et du prix



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

SOURCES D'INFORMATIONS

- Kompas;
- Répertoires des chambres de commerce;
- Publications et études se rapportant au secteur d'activité;
- Annuaire statistique du Maroc;
- Annuaires statistiques des organismes nationaux comme l'office des changes;
- etc....



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

Dans un projet de création, il est important de recenser les différents concurrents (directs ou indirects) sur une zone donnée :

- ✓ Leur **nombre**,
- ✓ Leur **taille**,
- ✓ leurs **produits**,
- ✓ Leur **implantation**,
- ✓ Leurs **forces et faiblesses** (capacité de production et de stockage, assise financière, implantation géographique, mode de vente,...);
- ✓ Leur **notoriété** (image de marque, ancienneté et présence sur le marché);
- ✓ Leur **politique de prix** (rapports qualité/prix) et de promotion des ventes ;
- ✓ Leurs **conditions accordées aux clients** : délais de livraison, mode et délais de règlement, service après-vente,...);



Ceci a pour **BUT** de **définir la place de votre activité par rapport aux concurrents**.

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

EVALUATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

- **Définition du CA prévisionnel par imitation**
 - Le créateur base ses prévisions sur le CA moyen réalisé habituellement par les entreprises qui travaillent dans la même branche d'activité.
- **Définition du CA prévisionnel par les charges**
 - Le créateur définit comme CA prévisionnel le montant des ventes qu'il faut réaliser pour couvrir les charges d'exploitation (notion de seuil de rentabilité - point mort).
- **Définition du CA prévisionnel par les produits**
 - Le créateur a testé ou a fait tester son produit auprès de la clientèle potentielle en recueillant des promesses d'achat conditionnelles ou fermes. Ce sont ces dernières qui font l'objet du calcul du CA.
- **L'estimation du chiffre d'affaires se fait sur 3 ou 5 ans.**

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et
concurrence

Fournisseurs

Stratégie
commerciale

Astuces pour faire l'étude de votre marché

<https://www.youtube.com/watch?v=-9jLpOZyjLw>

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

Il est nécessaire de pouvoir identifier les fournisseurs et surtout leurs conditions :

- **Tarifs,**
- **Délais de livraisons,**
- **Service après vente,**
- **Garanties,**
- **Modalités de commande,**
- **Délais de paiement...**

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

- **Positionnement par rapport à la concurrence :**
 - ✓ *Prix, quantité, prestations connexes,...*
- **Produit / service :**
 - ✓ *Définir précisément les caractéristiques du produit ou du service que vous proposez.*
- **Politique des prix :**
 - ✓ *Quels seront vos tarifs, vos modalités de paiement pour le client, le prix de revient, le coût horaire... ?*
 - ✓ *Et comment se situent vos tarifs par rapport à la concurrence ?*
- **Mode de vente :**
 - ✓ *Allez-vous vendre vos produits dans un magasin, sur les marchés ?*
 - ✓ *Quelles sont les marchés que vous allez effectuer ?*
 - ✓ *Allez-vous directement proscrire les clients, vendre par correspondance, sur Internet... ?*
 - ✓ *Allez-vous proposer un plan d'actions commerciales ? Exemples ; Remise, cartes de fidélité ..*
- **Politique de communication et de promotion :**
 - ✓ *Quel sera votre mode de communication ?*
 - ✓ *Ferez-vous de la publicité dans des journaux spécialisés, sur des radios, un site Internet ?*
 - ✓ *Quel est le coût de votre plan de communication ?*

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

- **Positionnement par rapport à la concurrence :**
 - ✓ *Prix, quantité, prestations connexes,...*
- **Produit / service :**
 - ✓ *Définir précisément les caractéristiques du produit ou du service que vous proposez.*
- **Politique des prix :**
 - ✓ *Quels seront vos tarifs, vos modalités de paiement pour le client, le prix de revient, le coût horaire... ?*
 - ✓ *Et comment se situent vos tarifs par rapport à la concurrence ?*
- **Mode de vente :**
 - ✓ *Allez-vous vendre vos produits dans un magasin, sur les marchés ?*
 - ✓ *Quelles sont les marchés que vous allez effectuer ?*
 - ✓ *Allez-vous directement proscrire les clients, vendre par correspondance, sur Internet... ?*
 - ✓ *Allez-vous proposer un plan d'actions commerciales ? Exemples ; Remise, cartes de fidélité ..*
- **Politique de communication et de promotion :**
 - ✓ *Quel sera votre mode de communication ?*
 - ✓ *Ferez-vous de la publicité dans des journaux spécialisés, sur des radios, un site Internet ?*
 - ✓ *Quel est le coût de votre plan de communication ?*

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

POLITIQUE COMMERCIALE

- Politique de produit
- Politique de prix
- Politique de distribution
- Politique de communication



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

POLITIQUE DE PRODUIT

- Quels sont les caractéristiques votre produit par rapport à ceux de vos concurrents ?
- Quels en sont les aspects positifs et négatifs au regard des distributeurs, consommateurs, ... (présentation, performances, garantie, simplicité, ...) ?
- Aurez-vous un produit ou une gamme, plusieurs produits ou plusieurs gammes ?



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

POLITIQUE DE PRIX

- Quel est le niveau de prix de vos produits ?
- Comment vous situez-vous par rapport à la concurrence ? Pourquoi ?
- 3 méthodes pour la fixation du prix :
 - Selon les coûts de l'entreprise
 - Selon la concurrence
 - Selon la demande



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

POLITIQUE DE DISTRIBUTION

- Indiquez quel type de canal(aux) de distribution vous comptez utiliser pour la distribution de vos produits.
- Où en sont vos contacts avec ces canaux ?
- Quels sont les délais et modes de règlement de ces canaux ?
- Envisagez-vous de vendre directement ? Si oui, par quels moyens ?
- S'il est prévu une force de vente, indiquez son nombre, sa structure, son type de rémunération.



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

POLITIQUE DE COMMUNICATION

- Communiquer c'est transmettre un message à une cible bien cernée.
- Toute action de communication vise un public précis qui, par sa réponse, sanctionne ou non l'action.
- Exemple de cible : les clients,
- Et également : les prescripteurs, les journalistes, administrations, les entreprises, les fournisseurs.....



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

MOYENS INTERNES DE COMMUNICATION

→ Nom de l'entreprise : le nom doit :

- Etre mémorisable facilement,
- Réfléter l'activité de l'entreprise
- Permettre de faire la différence avec les concurrents

→ Le Logo : permet de visualiser facilement l'entreprise : le crocodile pour Lacoste ou la pomme pour Apple

→ Médias naturels de l'entreprise :

- Papier à en tête,
- Le conditionnement du produit,
- Les dépliants,
- Les fiches,
- Rapports d'activité.....



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement	Clientèle	Offre et concurrence	Fournisseurs	Stratégie commerciale
---------------	-----------	----------------------	--------------	-----------------------

MOYENS EXTERNES DE COMMUNICATION

Grands médias (investissements importants)	Radio TV Réseaux sociaux Affichage urbain
Presse spécialisée	Moyen pour toucher directement des cibles homogènes en intérêt
Foires et salons	Bon moyen pour se faire connaître dans les milieux spécialisés
Le sponsorat	Permet de lier une image positive entre l'entreprise et l'événement objet du sponsoring
Marketing direct	Téléphone Courrier mailing

ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

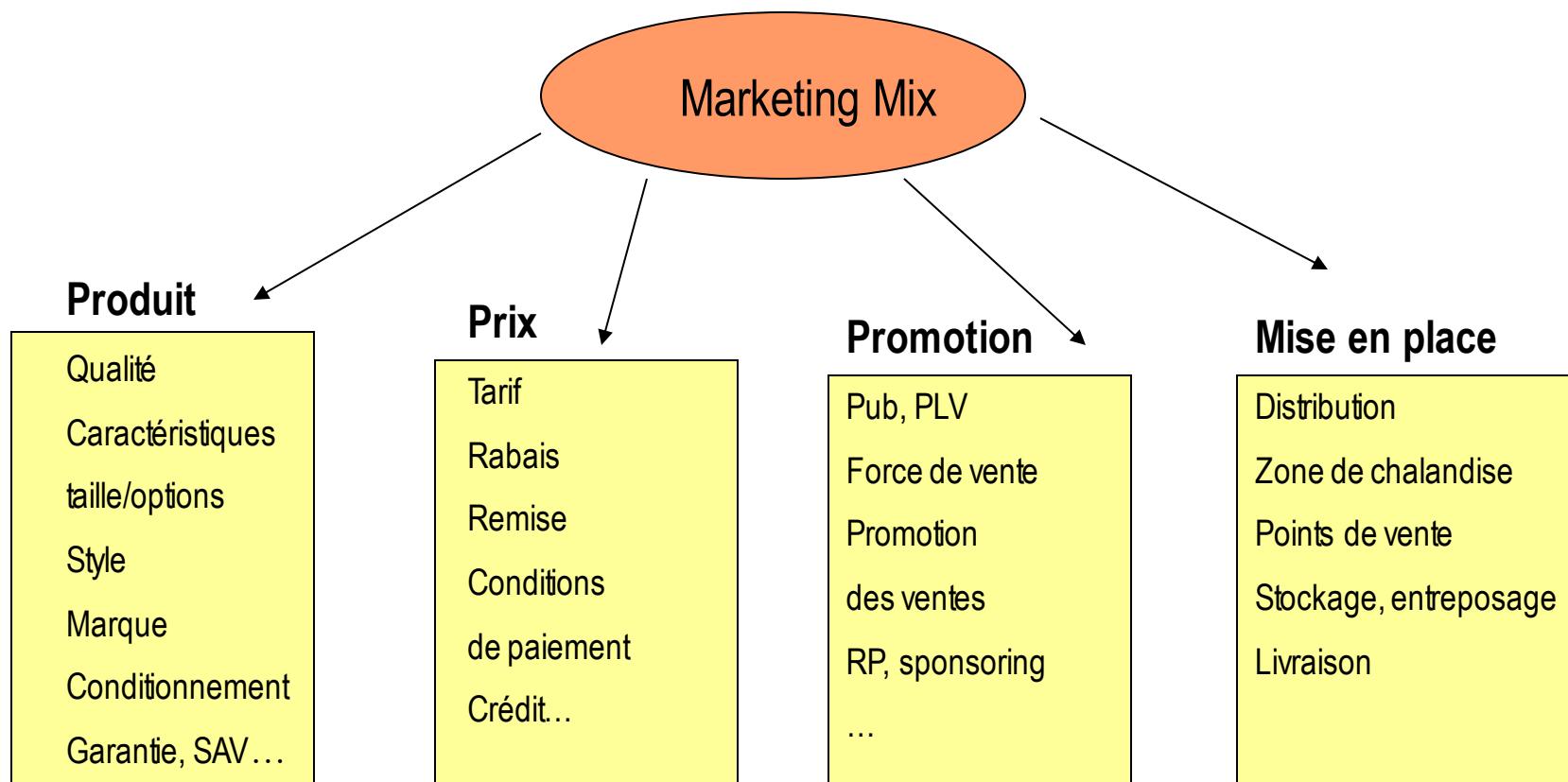
Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

LA MISE EN ŒUVRE : LE MIX



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

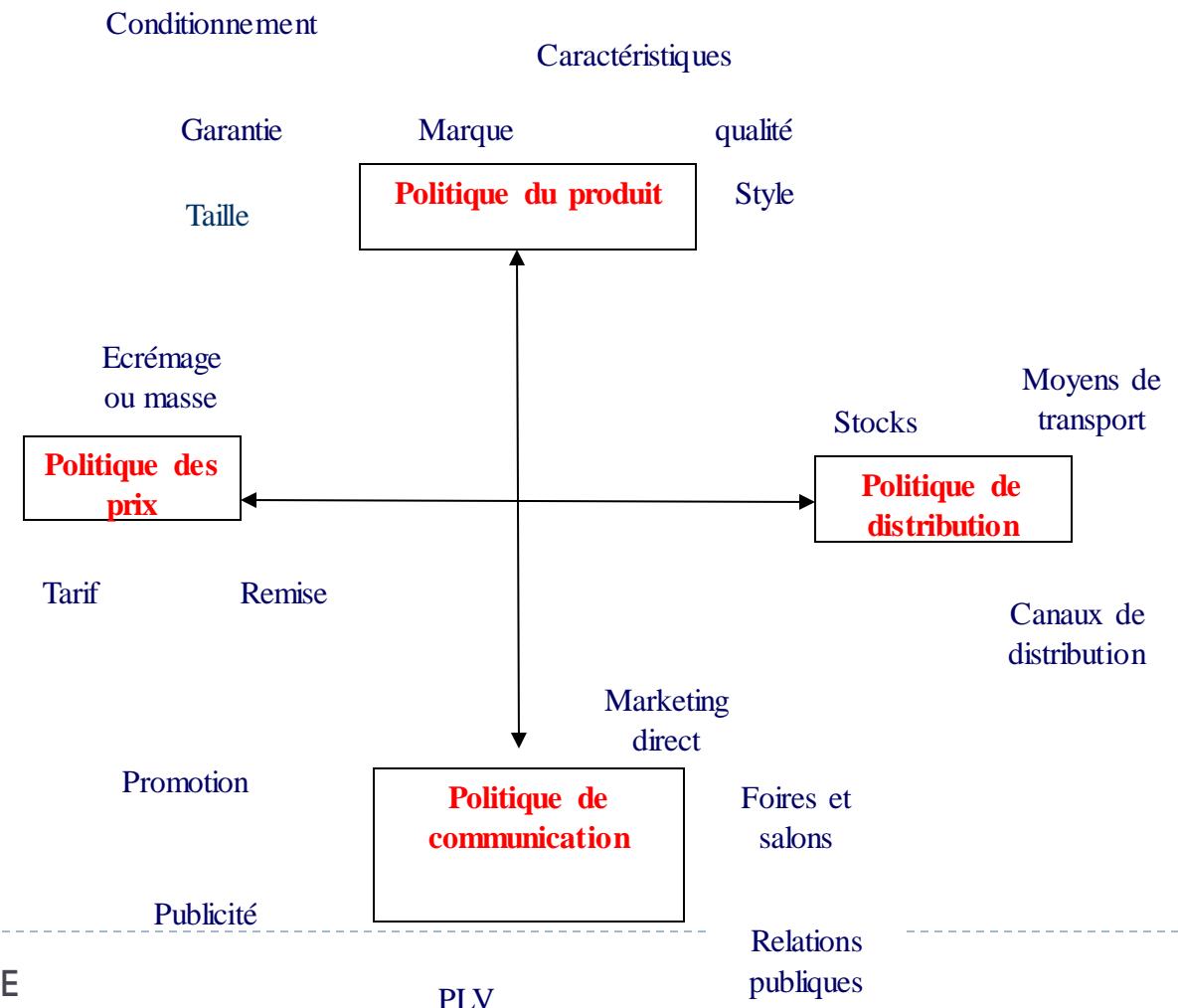
Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

PLAN MARKETING



ETUDE DE MARCHÉ

Environnement

Clientèle

Offre et concurrence

Fournisseurs

Stratégie commerciale

AUTRES ÉLÉMENTS DE LA POLITIQUE COMMERCIALE

Indiquez ici tous les éléments de votre politique commerciale qui vous semblent importants et que vous n'auriez pas jusqu'à présent cités.

→ Exemples :

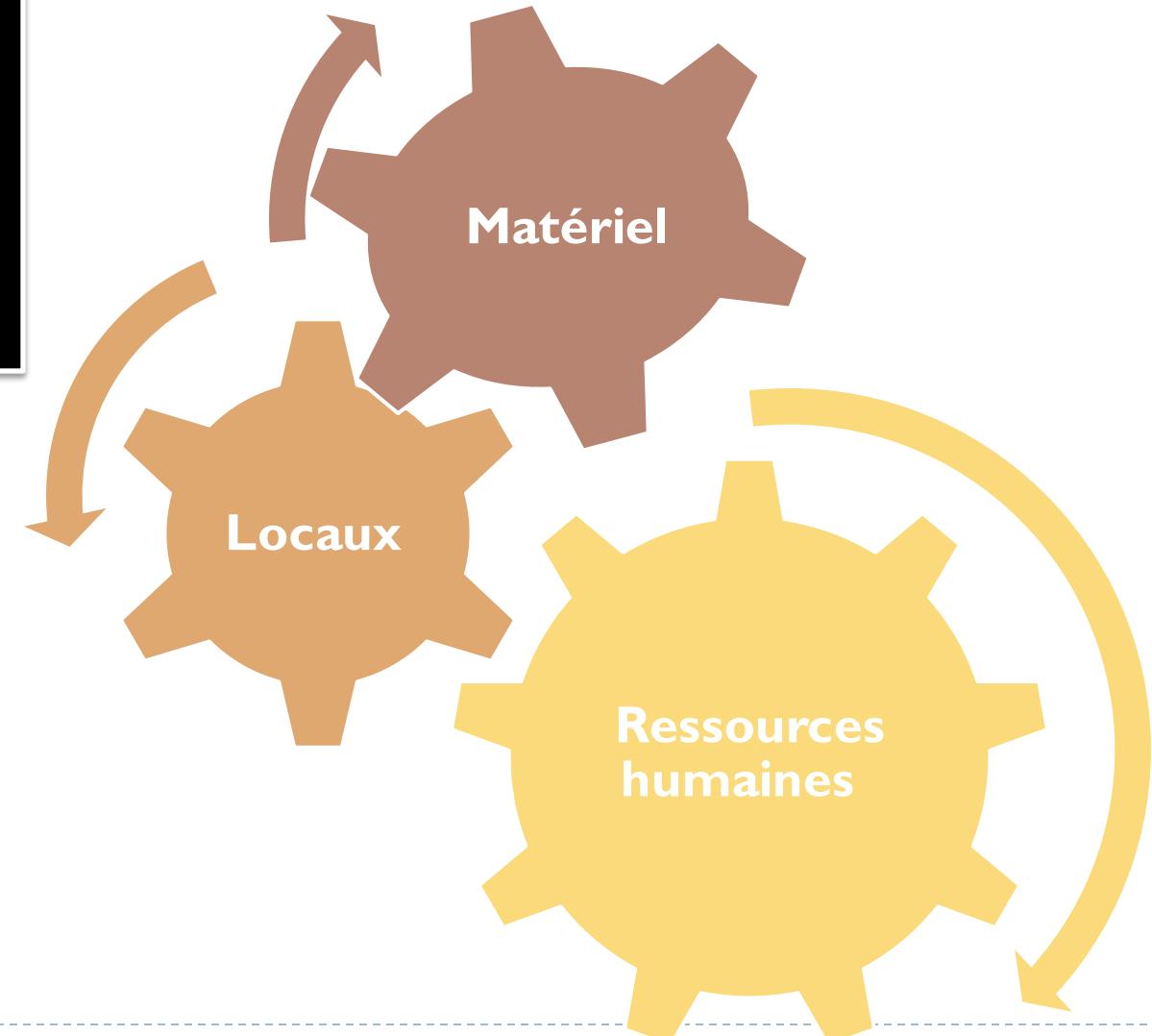
- Le créateur connaît déjà les clients,
- Il a dans son équipe de départ un représentant bien introduit,
- Une entreprise importante l'aide dans son démarrage commercial,
- Il possède un fichier à jour de la clientèle,



ÉTUDE TECHNIQUE

ETUDE TECHNIQUE

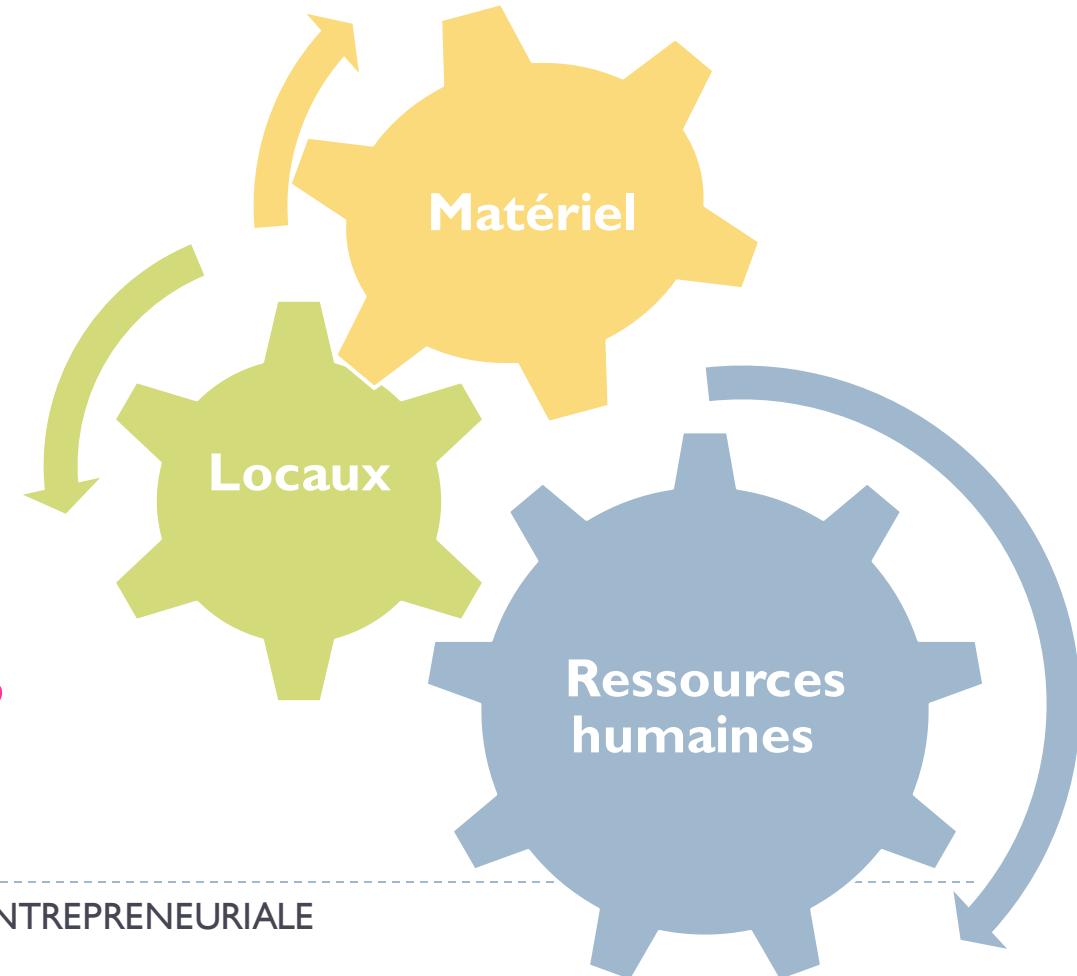
Une fois le chiffre d'affaires prévisionnel arrêté, il faut déterminer les moyens à mettre en œuvre pour l'atteindre



ETUDE TECHNIQUE

L'étude de faisabilité technique a pour objectif de déterminer l'ensemble des moyens à mettre en œuvre pour l'exercice de son activité.

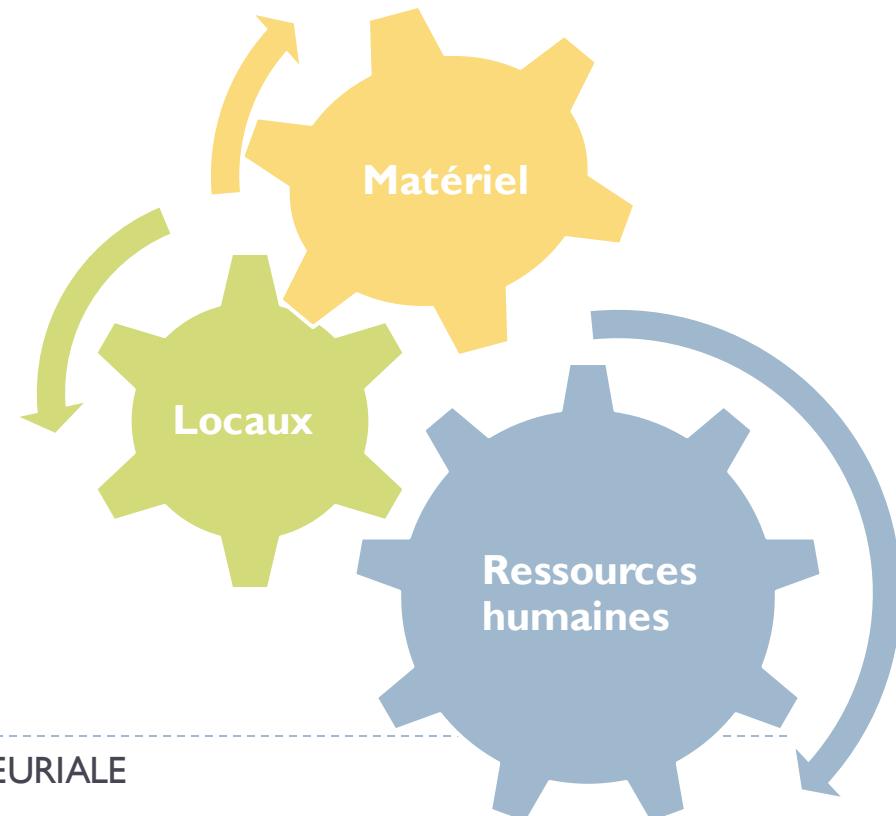
- **QUEL OUTIL DE PRODUCTION ?**
- **QUEL LOCAL POUR L'EXPLOITATION ?**
- **QUELS MOYENS EN PERSONNEL?**



ETUDE TECHNIQUE

QUEL OUTIL DE PRODUCTION ?

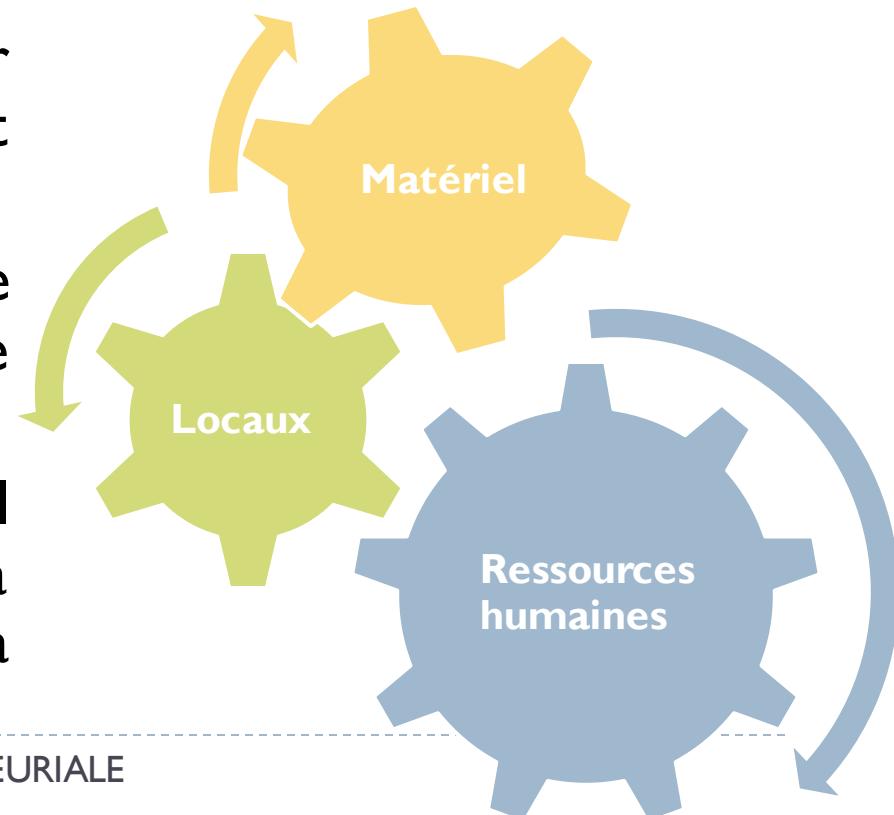
- Capacité de production prévisionnelle : L'étude commerciale
- Être très prudent dans l'évaluation de cette capacité de production : Il est plus facile d'accroître cette capacité au besoin, que de se débarrasser d'un matériel de trop
- Le coût du matériel en rapport avec sa qualité et ses performances est également un critère d'une importance particulière ;
- Avant de décider de l'acquisition d'un matériel neuf, considérez l'opportunité d'en acquérir un d'occasion ou de prendre en leasing ;
- Le coût d'un matériel n'est pas seulement son coût d'acquisition, mais également celui de son entretien sur toute sa durée de vie : service après vente, disponibilité des pièces de rechange et délais nécessaires pour la remise en marche en cas de panne



ETUDE TECHNIQUE

QUEL LOCAL POUR L'EXPLOITATION ?

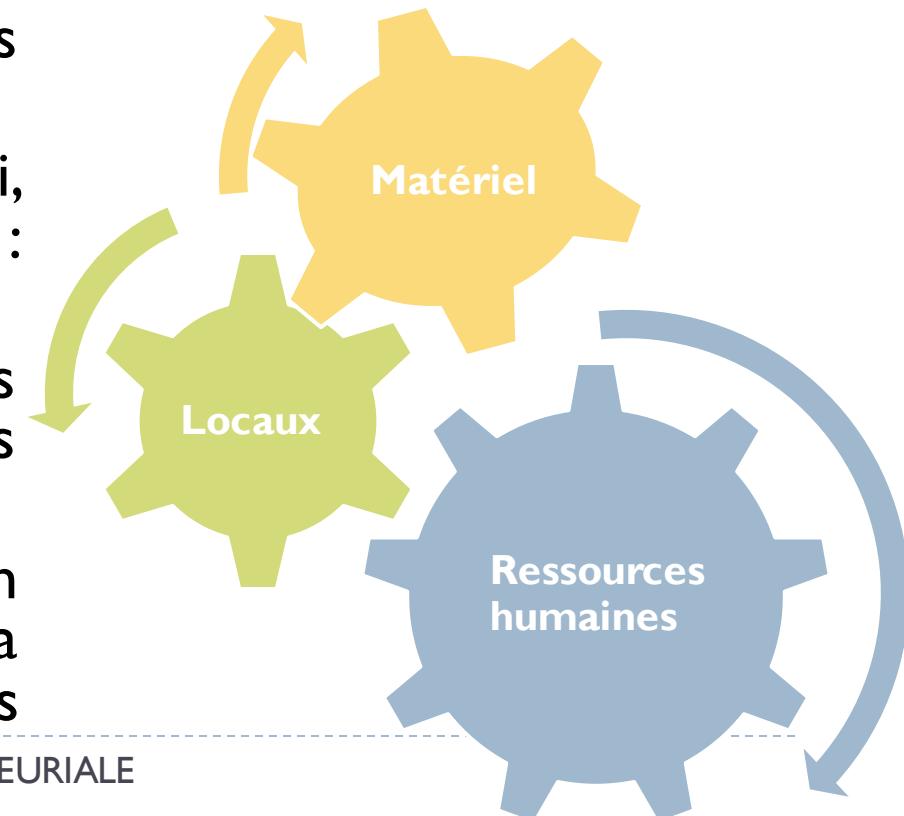
- L'emplacement géographique joue un rôle déterminant dans la réussite du projet surtout pour les activités commerciales.
- Etre près de sa clientèle et de ses fournisseurs, se situer dans un endroit qui connaît un trafic important, peuvent être les gages de succès d'une affaire,
- Il faut se garder d'acquérir un local trop exigu compte tenu de la dimension actuelle du projet ou des plans de son développement dans un futur proche.
- A l'inverse, il ne faudra pas prendre un local surdimensionné par rapport à vos besoins. Cela impliquerait des dépenses inutiles que vous aurez à supporter sur un espace inutilisé.



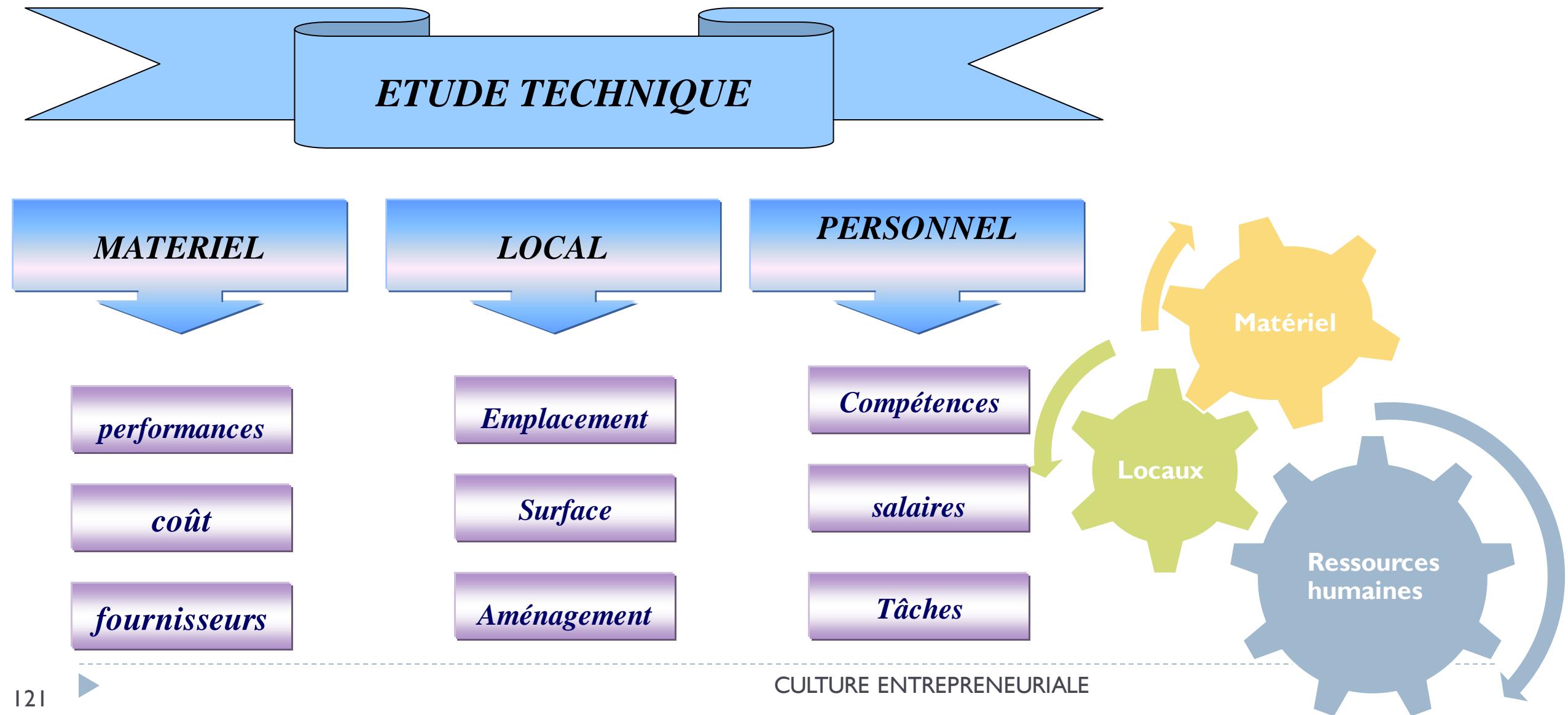
ETUDE TECHNIQUE

QUELS MOYENS EN PERSONNEL?

- Il faudra commencer par arrêter les besoins de l'entreprise en matière de personnel.
- La connaissance des différentes étapes des processus d'approvisionnement, de stockage, de transformation et de commercialisation, vous permettra d'énumérer les postes de travail à mettre en place dans l'entreprise.
- L'effectif du personnel administratif sera quant à lui, déterminé en fonction des différentes tâches à effectuer : comptabilité, informatique, secrétariat, etc.
- Le choix du personnel sera effectué en fonction des spécialités et des profils qui cadrent le mieux avec vos critères ;
- Il faudra également décider d'une grille de rémunération et d'avancement du personnel, qui tient compte de la législation du travail en vigueur et des tarifs pratiqués dans votre secteur d'activité.



ETUDE TECHNIQUE



ÉTUDE FINANCIÈRE

ÉTUDE FINANCIÈRE

- Cette étude consiste à traduire, en termes financiers tous les éléments réunis dans l'étude commerciale et technique.
- L'étude financière permet progressivement de faire apparaître tous les besoins financiers de l'entreprise en activité et les possibilités de ressources qui y correspondent
- La démarche consiste en 2 étapes qui permettent de répondre aux questions suivantes :

ÉTUDE FINANCIÈRE

QUESTION 1.

Quels sont les capitaux nécessaires pour lancer le projet, et pourrez-vous les réunir ?

- Evaluer les besoins durables de financement : **programme d'investissement**
- Recenser et mettre en regard autant de **ressources financières durables**.
- **Le plan de financement initial** est un tableau qui reprend les besoins durables et les ressources durables

ÉTUDE FINANCIÈRE

QUESTION 2.

Les recettes seront-elles suffisantes pour couvrir les différentes charges ?

- Le projet est-il rentable?
- C'est le **compte de résultat prévisionnel** qui le mettra en évidence.

ÉTUDE FINANCIÈRE

QUESTION 2.

Les recettes seront-elles suffisantes pour couvrir les différentes charges ?

- Le projet est-il rentable?
- C'est le **compte de résultat prévisionnel** qui le mettra en évidence.

ÉTUDE FINANCIÈRE

PLAN DE FINACEMENT INITIAL / PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

ÉTUDE FINANCIÈRE

CONSTRUCTION DU PLAN DE FINANCEMENT INITIAL

- Il s'agit, outre de savoir à combien se chiffre le projet, de rechercher la meilleure solution financière pour " boucler " ce plan
- Après avoir recensé **les besoins et les ressources** financières disponibles, il faut trouver une ou plusieurs solutions pour les capitaux manquants afin d'équilibrer les deux colonnes de ce tableau.
- Cette étape vous conduira soit à :
 - Demander un crédit d'investissement MT ou LT
 - Redimensionner votre projet en le modifiant pour réduire les besoins (par exemple : moins d'investissements grâce aux recours à la sous-traitance).

ÉTUDE FINANCIÈRE

CONSTRUCTION DU PLAN DE FINANCEMENT INITIAL

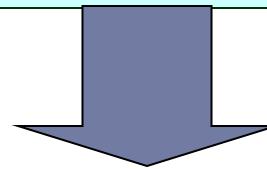
- Le plan de financement initial se présente sous la forme d'un tableau comprenant deux parties :
- dans la partie gauche, les besoins de financement durables qu'engendre le projet (**programme d'investissement**)
 - dans la partie droite, le montant des ressources financières durables qu'il faut apporter à l'entreprise pour financer tous ses besoins de même nature.

Besoins durables	Ressources durables
<ul style="list-style-type: none">- Frais d'établissement- Investissements HT- Besoin en fonds de roulement	<ul style="list-style-type: none">- Capital social ou apport personnel- Comptes-courants d'associés (s'il y a lieu)- Subvention ou primes d'équipement- Emprunts à moyen ou long terme
Total	Total

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT
P.I



INVESTISSEMENT IMMATERIEL
&
INVESTISSEMENT PHYSIQUE

+

BESOINS EN FOND DE ROULEMENT

CULTURE ENTREPRENEURIALE

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT COMPOSANTES DE L'INVESTISSEMENT IMMATERIEL:

- RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT
- DEPOT DE BREVET ET PROPIETE INDUSTRIELLE
- ESSAIS EN LABORATOIRE
- DROITS D'ENTREE(franchise)
- FRAIS D'ETUDES



ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT COMPOSANTES DE L'INVESTISSEMENT PHYSIQUE:

- **FRAIS D'ETABLISSEMENT**
- **TERRAIN**
- **CONSTRUCTIONS ET AMENAGEMENTS**
- **MATERIEL DE PRODUCTION (local et/ou importé)**
- **MATERIEL DE TRANSPORT UTILITAIRE**
- **MOBILIER ET MATERIEL DE BUREAU**
- **DIVERS ET IMPREVUS**
- **Les investissements sont à retenir pour leur prix hors taxes**



ÉTUDE FINANCIÈRE

Evaluation du coût du projet

C'est le montant des dépenses que l'entreprise consacre à la réalisation d'un projet d'investissement. Il comprend :

- ⌚ **Les frais d'étude et de recherche technique et commerciale.**
- ⌚ **Les frais de formation personnelle.**
- ⌚ **Le coût total d'acquisition des immobilisations corporelles.**
- ⌚ **Le coût d'acquisition des immobilisations incorporelles.**
- ⌚ **Le besoin de financement d'exploitation (BFE) induit par investissement.**

ÉTUDE FINANCIÈRE

Evaluation du coût du projet

Pour développer son activité, l'entreprise SDT achète un nouvel équipement dont les caractéristiques sont les suivantes :

Dépenses engagées

- Prix d'achat : 250 000 DH (HT)
- Frais d'installation : 47 000 DH (HT)
- Frais de formation du personnel : 20 000 DH (HT) ;
- BFRE en première année: 30 000 DH.

Déterminez le montant du capital investi

Coût d'investissement = 347 000 DHS

CULTURE ENTREPRENEURIALE

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Evaluation du besoin en fonds de roulement (BFR)

- Avant de commercialiser, vous devez, en général, acquérir un **stock** minimum.
- Puis, dès le lancement de l'activité, vous aurez peut-être à accorder des délais de règlement à vos clients : une fois vos produits livrés, l'argent qui vous sera dû constituera une **créance client**
- En revanche, vous obtiendrez sans doute, vous aussi, des délais qui vous permettront de ne pas payer immédiatement vos fournisseurs.
- Vous aurez donc une "masse d'argent" (**stocks moyens + encours moyens de créances sur les clients – encours moyens de dettes à l'égard des fournisseurs**) immobilisée et nécessaire à l'exploitation de l'entreprise.

Dans la pratique, les composantes du BFR (stocks, clients, fournisseurs et autres créanciers et débiteurs divers) sont estimées par un % ou un nombre de jours

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Evaluation du besoin en fonds de roulement (BFR)

I : BESOINS	MODE DE CALCUL
Stock marchandises	En jours d'achats revendus selon le secteur et l'organisation de l'entreprise
Stock matières premières et consommables	En jours de consommation selon le secteur et l'organisation de l'entreprise
Stock produits semi-finis	% production selon le secteur et l'organisation de l'entreprise
Stock travaux ou études en cours	Idem
Stock produits finis	Idem
Clients locaux	En jours du CA TTC local selon le secteur et la position de l'entreprise sur le marché
Clients étrangers	En jours du CA export selon le secteur et la position de l'entreprise sur le marché
Autres débiteurs (TVA déductible, avances au personnel...)	D'une composition quelque peu hétéroclite, l'on retient généralement un % des charges d'exploitation

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Le besoin en fonds de roulement (BFR)

II : RESSOURCES	MODE DE CALCUL
Fournisseurs	Quelques jours d'achats TTC selon la position de l'entreprise par rapport à ses fournisseurs
Autres créanciers (TVA collectée, organismes sociaux, taxes et impôts à payer...)	D'une composition quelque peu hétéroclite, l'on retient généralement un % des charges d'exploitation

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Le besoin en fonds de roulement (BFR)

B.F.R. = Actif circulant hors trésorerie – passif circulant hors crédits court terme

B.F.R = stocks + créances sur les clients – dettes fournisseurs

- Le BFR représente la partie des actifs circulants **d'exploitation qui n'est pas financée par des ressources d'exploitation**
- Cas particulier d'activité de services : on remplace le stock par les travaux en cours

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT Le besoin en fonds de roulement (BFR)

Emplois d'exploitation :		EX 1	EX 2	EX 3
Stocks de Matière.Premières	Nombre de Jours Achats			
Stocks d 'Encours	Nombre de Jours C.A.			
Stocks De Produits Finis	Nombre de Jours C.A.			
Crédits Clients	Nombre de Jours C.A.			
Avance Fournisseurs	Nombre de Jours Achats			
Charges	En mois de Charges			
TOTAL Emplois		E 1	E 2	E 3

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT Le besoin en fonds de roulement (BFR)

Ressources d'exploitation		EX 1	EX 2	EX 3
Avances Clients	Nombre jours C.A.			
Crédits Fournisseurs	Nombre jours Achats			
TOTAL Ressources		R1	R2	R3

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT Le besoin en fonds de roulement (BFR)

B.F.R. = Emplois - Ressources	B1	B2	B3
B.F.R. Additionnel =	-	B2-B1	B3-B2

→ Le BFR représente la partie des actifs circulants d'exploitation qui n'est pas financée par des ressources d'exploitation

→ Cas particulier d'activité de services : on remplace le stock par les travaux en cours

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Le besoin en fonds de roulement (BFR)

→ Prenons l'**exemple d'une entreprise de production** qui présente les caractéristiques suivantes :

→ CA HT 3 M DH ;TVA 20 % ;

→ Les achats représentent 40 % du CA HT.

→ Les conditions de règlements :

- Clients : 40 % à 30 jours ; 60 % à 60 jours.
- Fournisseurs : 30 % à 60 jours ; 70 % à 30 jours.

→ Stocks matières : 1,5 mois.

→ Stocks produits finis : 8 jours

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Le besoin en fonds de roulement (BFR)

→ 1) Crédits clients :

- $40\% \times 30 \text{ j} = 12 \text{ j} - 60\% \times 60 \text{ j} = 36 \text{ j}$, soit 48 j CA TTC
- Crédits clients = $48 * 3000 * 1.2 / 360 = 480 \text{ mDH}$

→ 2) Stocks matières :

- $40\% * \text{CA HT} * 1.5 / 12 = 1200 \text{ mDH}$

→ 3) Stocks produits finis :

- 8 jours de CA HT = $8 * 3000 / 360 = 67 \text{ mDH}$

→ 4) Dettes fournisseurs :

- $30\% \text{ à } 60 \text{ j} = 18 \text{ j} ; 70\% \text{ à } 30 \text{ j} = 21 \text{ j}$ soit 39 j d'achats TTC

- Dettes fournisseurs = $39 * 1200 * 1.2 / 360 = 39 \text{ mDH}$

→ BFR = (stocks matières + stocks produits finis + crédits clients) - dettes fournisseurs

→ BFR = $1200 + 67 + 480 - 39$

ÉTUDE FINANCIÈRE

PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Tableau de détermination des besoins en fonds de roulement (BFR) prévisionnels

	Base	An.1	An.2	An.3	An.4	An.5
I : BESOINS: - Stock de marchandises - Stock de matières premières et consommables - Stocks de produits semi-finis - Stock travaux ou études en cours - Stock produits finis - Clients locaux - Clients étrangers - Autres débiteurs						
Total des besoins (I)						
II : RESSOURCES : - Fournisseurs - Autres créanciers						
Total des ressources (II)						
III : BFR(I -II)						
IV : VARIATION DU BFR						

ÉTUDE FINANCIÈRE

<u>PROGRAMME D'INVESTISSEMENT</u>		1	2	3	3	3
	Besoin en Financement (DH)					
Frais Préliminaire						
Acquisition						
Droit au bail						
Aménagement						
Matériel d'exploitation						
Outilage						
Matériel de transport						
Matériel informatique et de Bureau						
Divers et imprévus						
BFR						
Total P.I						
<u>PLAN DE FINANCEMENT</u>		1	2	3	4	5
	Ressource de Financement (DH)					
Apport (capital)						
CAF						
Cession d'immobilisation						
Subventions						
Crédit Banque Intervenant						
145	Total P. F	CULTURE ENTREPRENEURIALE				

ÉTUDE FINANCIÈRE

Exercice d'application:

La société PF envisage de réaliser le programme d'investissement suivant en MDH:

- Achat d'un terrain au cours de l'année N : 400
- Construction d'un bâtiment en N+1 : 1 500
- Achat de machines en N+1 : 500, en n+2 : 300.

Les CAF prévisionnelles sont de 500 sur toutes les années

En N, des cessions vont apporter une ressource nette d'impôt évaluée à 100 000 DH.

Le BFRE représente 50 j CA HT.

Le CA HT passera de 6 000 DH en N et en N+1 à 8 500 DH en N+2 et à 10 000 DH les années suivantes.

Les financements envisageables sont :

- une augmentation de capital pour 500 DH en N+1
- un endettement de 600 DH sur 6 ans contracté fin n+1, remboursable par fractions constantes, au taux de 10%.

Travail à faire :

Etablir le plan de financement de n+1 à n+3 sachant que la trésorerie globale initiale s'élève à 160 DH.

ÉTUDE FINANCIÈRE

Exercice d'application:

La société PF envisage de réaliser le programme d'investissement suivant en MDH:

- Achat d'un terrain au cours de l'année N : 400
- Construction d'un bâtiment en N+1 : 1 500
- Achat de machines en N+1 : 500, en n+2 : 300.

Les CAF prévisionnelles sont de 500 sur toutes les années

En N, des cessions vont apporter une ressource nette d'impôt évaluée à 100 000 DH.

Le BFRE représente 50 j CA HT.

Le CA HT passera de 6 000 DH en N et en N+1 à 8 500 DH en N+2 et à 10 000 DH les années suivantes.

Les financements envisageables sont :

- une augmentation de capital pour 500 DH en N+1
- un endettement de 600 DH sur 6 ans contracté fin n+1, remboursable par fractions constantes, au taux de 10%.

Travail à faire :

Etablir le plan de financement de n+1 à n+3 sachant que la trésorerie globale initiale s'élève à 160 DH.

ÉTUDE FINANCIÈRE

Exercice d'application (corrigé):

PLAN DE FINANCEMENT			
Besoins de financement	N+1	N+2	N+3
Investissements - Terrain construction	400	0	1 500
ITMO	0	500	300
Remboursements d'emprunts	0	0	0
Réduction des fonds propres			
Distributions de dividendes			
Augmentation du besoin en fonds de roulement	0	347	208
Autres emplois :			
<i>Total des emplois</i>	400	2 347	508
Ressources de financement			
Capacité d'autofinancement (Cash-Flow)	500	500	500
Cession d'immobilisation	100		
Emprunts bancaires	0	500	
Augmentation des fonds propres	1 000		
Diminution du besoin en fonds de roulement			
Autres ressources :			
<i>Total des ressources</i>	1 600	1 000	500
Trésorerie début d'exercice	160	1 360	13
Flux de trésorerie annuel	CULTURE ENTREPRENEURIALE 1 200	-1 347	-8
Trésorerie fin d'exercice	1 360	13	5

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

Le CPC prévisionnel est état pluriannuel (de 3 à 5 ans) qui regroupe:

- ✓ **Le CA prévisionnel**
- ✓ **Les dépenses d'exploitation prévisionnel**
- ✓ **Le résultat prévisionnel**

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

	An.1	An.2	An.3	An.4	An.5
I : <u>CA Prévisionnel</u> - Export - Local					
II: <u>Dépenses prévisionnelles:</u> - Mat. Premières et consommables - marchandises - autres charges externes - impôts et taxes - frais de personnel - dotations aux amortissements - charges financières					
III: <u>Impôts sur les bénéfices</u>					
VI : <u>Résultat net</u>					

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

Le chiffre d'affaires prévisionnel, qui peut être déterminé comme indiqué précédemment, doit être :

- 1° comparé, si possible, avec celui réalisé par des concurrents de même taille ou avec les normes du secteur ;
- 2° soumis, si possible, à l'appréciation de quelques professionnels ;
- 3° rapproché du **Seuil de Rentabilité** du projet, c'est à dire du chiffre d'affaires à partir duquel le projet commencera à dégager des bénéfices.

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

PRÉVISION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL

Produit / Service	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Quantité					
Prix unitaire					
CA total					

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

PRÉVISION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL

Produit / Service	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Quantité					
Prix unitaire					
CA total					

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

LES DÉPENSES D'EXPLOITATION PRÉVISIONNELLE

Nature de la charge

Achats stockés de matières et fournitures

Achats non stockés de matières et fournitures

Loyers et charges locatives

Redevances de crédit-bail

Entretien et réparations

Primes d'assurances :

Rémunérations d'intermédiaires :

Redevances de brevets, licences et assimilés.

Documentation (technique et générale)

Transports :

Déplacements, missions et réceptions

Publicité (insertion, cadeaux,...)

Frais postaux et de téléphone

Services bancaires

Impôts et taxes

Charges du personnel

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

DOTATION D'EXPLOITATION AUX AMORTISSEMENT

- L'amortissement est une notion comptable qui a pour objet de constater la dépréciation subie par une immobilisation en raison de l'usure ou du temps.
- Fiscalement, les amortissements régulièrement pratiqués au cours d'un exercice viennent en déduction du bénéfice imposable.
- L'objectif poursuivi est de reconstituer un capital pour permettre le remplacement des immobilisations.
- Tout entrepreneur individuel ou société peut amortir les immobilisations inscrites au bilan de l'entreprise.

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

LES CONDITIONS À RÉUNIR POUR AMORTIR

- Ne peuvent être amorties que les immobilisations corporelles ou incorporelles, c'est à dire les biens destinés à rester durablement dans l'entreprise.
- Les immobilisations doivent être inscrites à l'actif du bilan.
- Le bien doit se déprécier par l'usure ou le temps.
- Le taux d'amortissement est fonction de la durée probable d'utilisation du bien Il est toutefois possible d'amortir sur une période plus courte si des conditions particulières d'exploitation le justifient
- Précision : les biens d'occasion acquis par une entreprise ou une société, ou apportés en nature lors de sa constitution, peuvent être amortis (uniquement selon le mode linéaire) en appliquant un taux déterminé en fonction de la durée probable de leur utilisation appréciée à la date d'achat ou d'apport des biens.

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

LA DURÉE ET LE TAUX D'AMORTISSEMENT

→ L'amortissement est calculé à partir du prix de revient des immobilisations, c'est à dire :

- pour les immobilisations acquises à titre onéreux : le prix d'acquisition, majoré des frais accessoires nécessaires à la mise en état d'utilisation du bien (par exemple les frais d'installation et de montage),
- pour les immobilisations acquises à titre gratuit : la valeur vénale du bien (valeur de revente),
- pour les immobilisations créées par l'entreprise : le coût de production du bien.

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

DUREE D'AMORTISSEMENT

Poste d'actif	Durée	Taux
Frais d'établissement	3 à 4 ans	25% à 33%
Constructions	20 ans	5%
Aménagements	10 ans	10%
Matériel lourd	10 ans	10%
Matériel léger	4 à 5 ans	20% à 25%
Matériel de transport	5 ans	20%
PC, logiciels	2 à 3 ans	33% à 50%

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

Pour faciliter le report dans le CPC prévisionnel, les dotations aux amortissements des différents éléments de l'investissement sont synthétisées dans un tableau comme suit :

Investissements à amortir	VO	Taux	Amort	An.1	An.2	An.3	An.4	An.5
Frais préliminaires								
Constructions								
Aménagement et installations								
Matériel de production								
Matériel de transport								
Mobilier et matériel du bureau								
Matériel informatique								
Total								

ÉTUDE FINANCIÈRE

Compte de produits et charges prévisionnel

CALCUL DES CHARGES FINANCIÈRES

Crédit Banque Intervenant		0		
Taux d'intérêt				
Période				
Mois de délai de différé				
Versement	Annuel			
	Mensuel			
PERIODE	CAPITAL DEBUT DE PERIODE	INTERET	AMORT.	ANNUITES
160		CULTURE ENTREPRENEURIALE		

ÉTUDE FINANCIÈRE

Seuil de rentabilité du projet

- Le seuil de rentabilité est le **CHIFFRE D'AFFAIRES** pour lequel le **RESULTAT** est égal à **ZERO**.
- Son calcul se fait par l'intermédiaire du **Compte d'Exploitation Différentiel**
- Analyse des charges:
 - **Charges variables** varient proportionnellement avec le chiffre d'affaires
 - **Charges fixes (de structure)** est indépendante de l'activité

Éléments	Mt	%
Chiffre d'affaires	CA	100
Charges variables	CV	(CV/CA)* 100
Marge sur coût variable	MSCV	Taux de marge = (MSCV/CA)* 100
Charges fixes	CF	---
Résultat	R	----

ÉTUDE FINANCIÈRE

Seuil de rentabilité du projet

1. **Seuil de Rentabilité = $CF / \text{Taux du marge}$**
2. **Seuil de Rentabilité = $(CA \times CF) / MCV$**
3. **Point mort en nombre de jours = $(\text{Seuil de Rentabilité} / CA) * 360$**
4. **Marge de sécurité = $CA - \text{Seuil de Rentabilité}$**
5. **Indice de profitabilité = $(\text{Marge de sécurité} / CA) * 100$**

ÉTUDE FINANCIÈRE

Seuil de rentabilité du projet

La société A projette d'agrandir son magasin de matériel informatique. Elle établit quelques prévisions :

- Achat de matières premières : 250 000
- Autres charges extérieures : 62 000 dont 40 % de charges fixes
- Impôts et taxes : 18 000
- Charges de personnel : 127 000 dont 20 % de charges fixes
- Intérêts d'emprunt (charges financières) : 3 700
- Dotation aux amortissements (DAP) : 22 300

QUESTIONS :

- 1/ Quel est le montant des **charges fixes et variables** ? (Présentation en tableau)
- 2/ Présenter le **compte de résultat différentiel** sachant qu'elle estime son CA à 548 000 Dhs
- 3/ Quel est le **seuil de rentabilité en valeur** ?
- 4/ Quel est le **seuil de rentabilité en volume** sachant que l'entreprise compte vendre le produit **120 Dhs** ?

Charges	Montant	Charges fixes	Charges variables
163 Total		CULTURE ENTREPRENEURIALE	

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

Années	0	1	2	3	4	5
Investissement	X					
C.A.HT		X	X	X	X	X
- Coûts variables		X	X	X	X	X
= Marges sur coûts variables		X	X	X	X	X
- Frais fixes		X	X	X	X	X
- Amortissements		X	X	X	X	X
= Résultats avant impôts		X	X	X	X	X
- Impôts sur les bénéfices		X	X	X	X	X
= Résultats net d'impôts		X	X	X	X	X
- Amortissements		X	X	X	X	X
+ Valeur résiduelle net d'IS		X	X	X	X	X
= Cash-flows		X	X	X	X	X
Cash-flows Cumulés	X	X	X	X	X	X

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

la valeur actuelle nette (VAN)

- ▶ La valeur actualisée nette (VAN) est égale à la différence entre la somme des cash-flows nets prévisionnels, actualisées à un taux donné, et les sommes investies dans un projet.
- ▶ L'équation générale de la VAN est la suivante :

VAN = - CAPITAL INVESTI + CASH-FLOWS ACTUALISÉS CUMULÉS

$$VAN = - D_0 + \left(\sum_{i=1}^n CF \times (1 + r)^{-i} \right)$$

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

Exercice 01

Soit un projet d'investissement comportant des matériels pour 150 000 DHS (HT) amortissables linéairement sur 5 ans. La TVA est totalement récupérée. Les prévisions d'exploitation relatives à ce projet sont les suivants (en milliers de DHS) :

Années	1	2	3	4	5
Chiffre d'affaires	210	240	267	216	189
Charges variables	100	120	130	110	94

Les charges fixes, hors amortissements sont évaluées à 44000 et sont supposées rester à ce niveau pendant les 5 années.

L'impôt sur les sociétés est au taux de 10 %.

Calculer les cash-flows de ce projet.

Déterminer la VAN, Taux d'actualisation 12 %

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

Exercice 01 (Corrigé)

	1	2	3	4	5
CA	210	240	267	216	189
CV	100	120	130	110	94
MSCV	110	120	137	106	95
A	30	30	30	30	30
CF	44	44	44	44	44
RAI	36	46	63	32	21
IS	3,6	4,6	6,3	3,2	2,1
R NET	32,4	41,4	56,7	28,8	18,9
A	30	30	30	30	30
CF	62,4	71,4	86,7	58,8	48,9
CF CUMULE	62,4	133,8	220,5	279,3	328,2
CF ACTUALISE 10%	56,73	59,01	65,14	40,16	30,36
CF ACTUALISE CUMULE	56,73	115,74	180,87	221,04	251,40

$$\text{VAN} = -150 + 251,40$$

$$\text{VAN} = 101,40$$

Projet est rentable

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

Indice de profitabilité (IP)

- ▶ L'indice de profitabilité (IP) mesure la rentabilité des cash-flows actualisés par rapport à la dépense d'investissement réalisée.

IP = CF actualisés cumulés / Dépense d'investissement

Reprendre l'exemple précédent, l'IP se calcule comme suit:

$$IP = 251,40 / 101,4$$

$$IP = 2,46 \text{ Dhs}$$

C'est-à-dire 1 dh investi rapporte 2,46 Dhs

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

Exercice 02

Une entreprise envisage l'acquisition d'une nouvelle machine pour son atelier de fabrication. Montant de l'investissement 100KDH. Cet investissement permettrait une hausse de la production et donc le chiffre d'affaire de la manière suivante :

Années	1	2	3	4	5
CA en KDH	900	1200	1000	950	800

Les frais variables représentent 40% du chiffre d'affaire.

Les frais fixes s'élèvent à 100KDH par an.

L'investissement suit le mode linéaire sur 5 ans. Cet investissement entraîne un besoin de financement D'exploitation de 100KDH la première année et sera récupéré en fin de vie de l'investissement.

La valeur résiduelle est nulle.

L'impôt sur les sociétés est au taux de 10 %

Déterminer le montant du capital investi

Calculer les cash-flows nets de ce projet.

Déterminer la VAN, Taux d'actualisation 11 %

ÉTUDE FINANCIÈRE

Détermination des résultats et cash-flows prévisionnels

Exercice 02

Une entreprise envisage l'acquisition d'une nouvelle machine pour son atelier de fabrication. Montant de l'investissement 100KDH. Cet investissement permettrait une hausse de la production et donc le chiffre d'affaire de la manière suivante :

Années	1	2	3	4	5
CA en KDH	900	1200	1000	950	800

Les frais variables représentent 40% du chiffre d'affaire.

Les frais fixes s'élèvent à 100KDH par an.

L'investissement suit le mode linéaire sur 5 ans. Cet investissement entraîne un besoin de financement D'exploitation de 100KDH la première année et sera récupéré en fin de vie de l'investissement.

La valeur résiduelle est nulle.

L'impôt sur les sociétés est au taux de 10 %

Déterminer le montant du capital investi

Calculer les cash-flows nets de ce projet.

Déterminer la VAN, Taux d'actualisation 11 %

ÉTUDE FINANCIÈRE

Le plan de trésorerie

Définition

Le plan de trésorerie est le principal outil de gestion pour le court terme. Il est l'équivalent du plan d'investissement et de financement pour le long terme.

Objectifs

- 1. Prévoir les flux de trésorerie** dans le futur proche afin de déceler à l'avance des problèmes de trésorerie (aspect liquidité).
- 2. Déterminer les meilleurs financements à court terme et les meilleurs placements à court terme à mettre en place** pour couvrir le besoin de financement à court terme (aspect rentabilité).

Paramètres

- L'horizon du plan de trésorerie**
- La fréquence de prévision des flux de trésorerie**

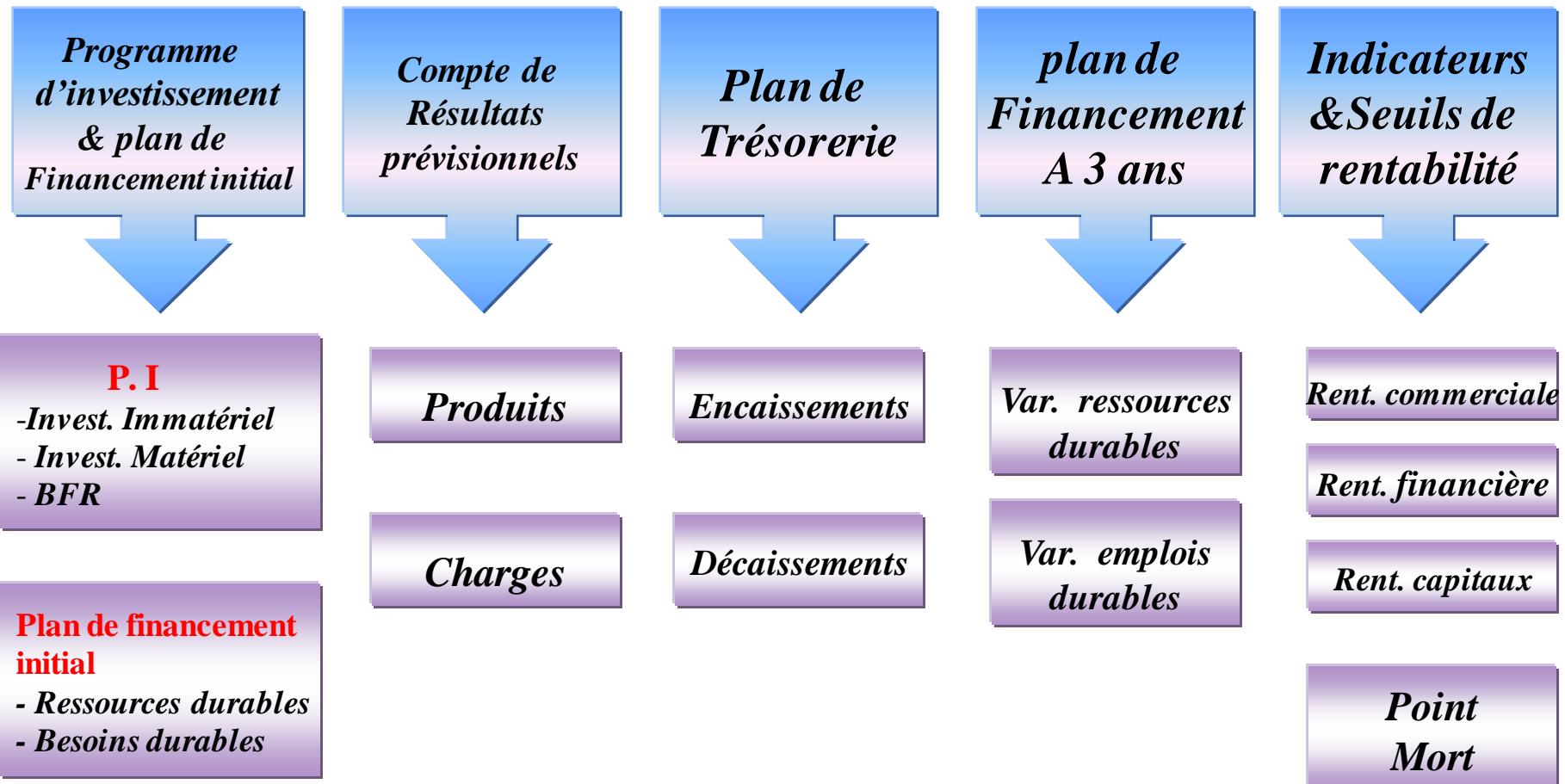
Par *exemple*, le trésorier peut établir un plan de trésorerie annuel à fréquence trimestrielle et un plan de trésorerie mensuel à fréquence journalière.

ÉTUDE FINANCIÈRE

MODELE DE PLAN DE TRESORERIE

	T1	T2	T3	T4
ENCAISSEMENTS PREVISIONNELS CA TTC Apports nouveaux Nouvelles dettes à moyen long terme <u>TOTAL ENCAISSEMENTS</u>				
DECAISSEMENTS Achats TTC Autres charges Investissements Remboursement de la dette à long terme TVA <u>TOTAL DECAISSEMENTS</u>				
VARIATION DE LA TRESORERIE				
BESOIN DE FINANCEMENT A COURT TERME				
EXCÉDENTS DE TRESORERIE				

ETUDE FINANCIERE



CHOIX DU STATUT JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE

كيفية اختيار الشكل القانوني أو الصفة القانونية للمشروع
الجزء الاول

<https://www.youtube.com/watch?v=NyBPpKqhvHo>

كيفية اختيار الشكل القانوني أو الصفة القانونية للمشروع
الجزء الثاني

<https://www.youtube.com/watch?v=k0wBLLBiWmE>

Formalités administratives et juridiques pour la constitution d'une société

- 1. Certificat négatif**
- 2. Contrat de bail ou attestation de domiciliation**
- 3. Legalisation des statuts et PV d'assemblée générale constitutive**
- 4. Décision de nomination des gérants**
- 5. Enregistrement des statuts et PV d'assemblée générale constitutive dans un délai n'excédant pas 30 jours de leurs dates au service d'enregistrement des impôts**
- 6. Inscription à la taxe professionnelle (Patente)**
- 7. Immatriculation au registre du commerce auprès du secrétariat greffe du tribunal du commerce ou tribunal de la 1ère instance**
- 8. Publicité d'un extrait d'acte de constitution de la société au bulletin officiel et dans un journal d'annonce légale**
- 9. Déclaration d'existence et demande l'identifiant fiscal**
- 10. Affiliation à la CNSS à partir du recrutement du 1^{er} salarié**

Formalités administratives et juridiques pour la constitution d'une société

كيفية انشاء شركة

<https://www.youtube.com/watch?v=rSjem9sdqOg>

"انطلاقة" البرنامج المندرج لدعم وتمويل المقاولات Programme "Intelaka""



https://www.youtube.com/watch?v=7x2WRi_-qaU

انطلاقة" البرنامج المندمج لدعم وتمويل المقاولات Programme "Intelaka""

أجي تفهم البرنامج المندمج لدعم وتمويل المقاولات

<https://www.youtube.com/watch?v=lHwSEYGrqMM>

جواب كل الأسئلة حول البرنامج المندمج لدعم وتمويل المقاولات + دراسة الجدوى لمتابعين

<https://www.youtube.com/watch?v=nRmxKpLK2FI>