

UI-M1-IRIGIG-304-C

Création d'entreprises

I.G. Charleroi

ASBL : DIGIT'ALL

BOUZIANI Mohamed

EL MISKI Adel

TOUPÉ Gérard

Table of Contents

ASBL : DIGIT'ALL	1
Table of Contents	2
1 Executive Summary.....	3
Financier : Fonds propres et droits d'inscription, FSE, DigitalWallonia, Fédération Wallonie Bruxelles.....	3
2 Présentation du projet	4
2.1 Historique & origine du projet.....	4
2.2 Équipe et Management.....	4
2.4 Business Model Canvas Durable.....	7
2.5 Produits & services, fonctionnalités visées	8
2.5.1 Description du secteur d'activité et des besoins du marché	8
2.5.2 Descriptif de la gamme de services.....	9
2.5.3 Concurrence : services, aspects innovants & avantages compétitifs.....	10
2.6 Clients visés	10
3.....	Stratégie, Objectifs et plan d'action de l'entreprise
.....	11
3.1 Stratégie et objectifs	11
3.1.1 Analyse SWOT	11
3.1.2 Core business et positionnement.....	11
3.1.3 Choix stratégiques et plan d'actions	12
3.2 Aspects commerciaux et organisationnels.....	12
3.2.1 Marketing et commercialisation	12
3.2.2 Approvisionnement et production.....	14
3.2.3 Organisation et administration	14
4 Annexes.....	15
4.1 CV succinct des fondateurs	15
4.2 Autres informations pertinentes	15

1 Executive Summary

LES ORIGINES DU PROJET	L'idée vient d'un constat qui revient à tout le monde, et que nos grands-parents, peut-être aussi nos parents, ont plus de mal à faire leurs tâches administratives du fait de la rapide transformation numérique. L'autre motivation est le nombre croissant de fraudes ciblant principalement les personnes âgées.
LA PROPOSITION DE VALEUR (PRODUIT ET/OU SERVICE)	<p><u>B2C</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Épargner du temps au client en rendant ses proches parents âgés plus autonomes• Formations axées sur les tâches les plus récurrentes• Protéger l'utilisateur final contre les escroqueries au support technique et les abus de support technique <p><u>B2B</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Décharger les associations des tâches d'accompagnement et les aider à se recentrer sur leur cœur du métier <p><u>Générale</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Renforcer l'intégration des personnes âgées ou en situation de précarité dans la vague de digitalisation
LES MARCHES VISES	<ul style="list-style-type: none">• B2C : les personnes qui prennent soin de leurs proches âgés ainsi que les personnes en manque de formation• B2B : les associations qui souhaitent dégager du temps pour se concentrer sur leur métier de base
LA CONCURRENCE	<ul style="list-style-type: none">• BeCode• Les secrétaires indépendant(e)s• Les EPNs
LA PRODUCTION DU SERVICE	<ul style="list-style-type: none">• Offre de formation en présentiel• Support par téléphone• Accompagnement à distance
LE MANAGEMENT & L'ÉQUIPE	<ul style="list-style-type: none">• Adel El MISKI• Mohamed BOUZIANI• Gérard TOUPÉ
LES CHOIX STRATEGIQUES	<p>Business Model : ASBL</p> <p>Marketing : Associatif</p> <p>Opérationnel : Formation</p> <p>Financier : Fonds propres et droits d'inscription, FSE, DigitalWallonia, Fédération Wallonie Bruxelles</p>

**LES BESOINS
FINANCIERS ET
OPERATIONNELS**

15 000 euros pour le démarrage de l'activité

2 Présentation du projet

2.1 Historique & origine du projet

L'exclusion numérique touche des belges, de tout âge et de tout horizon, qui n'ont pas accès à internet ou dont les compétences numériques sont insuffisantes.

Le numérique prend chaque jour une place plus importante dans tous les domaines de la société, l'exclusion numérique est une réalité vécue par au moins 20% de la population, voire 34% si l'on y rattache les « usagers faibles » qui n'ont qu'une maîtrise très limitée des « technologies numériques ».

Nous, en tant que futurs ingénieurs en Informatique et Gestion, manifestons un intérêt pour la thématique de « l'inclusion numérique ». Notre but est de créer une ASBL qui vient en aide aux exclus du numérique.

2.2 Équipe et Management

Les membres de l'équipe sont : (CV en Annexe)

- Gérard TOUPÉ
- Adel EL MISKI
- Mohamed BOUZIANI

Compétences et Complémentarité

➤ **Dirigeant (le directeur)**

Le dirigeant de l'ASBL est un mandataire social, il représente l'ASBL.

En tant que mandataire, le dirigeant sera donc responsable de ses actes et devra rendre des comptes aux co-fondateurs de l'ASBL.

Les décisions sont prises en collaboration avec les co-fondateurs. Elles ne doivent en aucun cas mettre en péril la cohésion de l'équipe, si précieuse dans la tenue des objectifs

Enfin, le directeur est coach et formateur à l'instar des autres membres de l'équipe.

➤ **Responsable commercial et marketing**

En étroite collaboration avec la direction, le responsable commercial et marketing élabore la stratégie relative à l'ensemble des services proposés par l'ASBL.

Le responsable commercial et marketing prépare ainsi les plans marketing (analyse du marché, détermination des cibles, choix des axes publicitaires, etc.). Il conçoit et met en place également des actions promotionnelles destinées à développer les services proposés par l'ASBL.

Pour cela, le responsable commercial et marketing sait segmenter les marchés par typologie de clientèle, définir la politique tarifaire, les plans marketing opérationnels ainsi que les grands axes de communication. C'est lui qui détermine les objectifs à atteindre, les prévisions de vente et les budgets. Il participe aux négociations commerciales de haute importance. Enfin, il est coach et formateur comme les autres membres de l'équipe.

➤ **Responsable administratif et financier**

Le responsable administratif et financier est garant de la bonne gestion administrative et financière de l'ASBL. Il contrôle la bonne exécution de la stratégie et des procédures définies avec le directeur. Il est par ailleurs coach et formateur comme les autres membres de l'équipe.

Voici un peu plus dans le détail, les différents domaines dans lesquels il intervient :

– La gestion administrative :

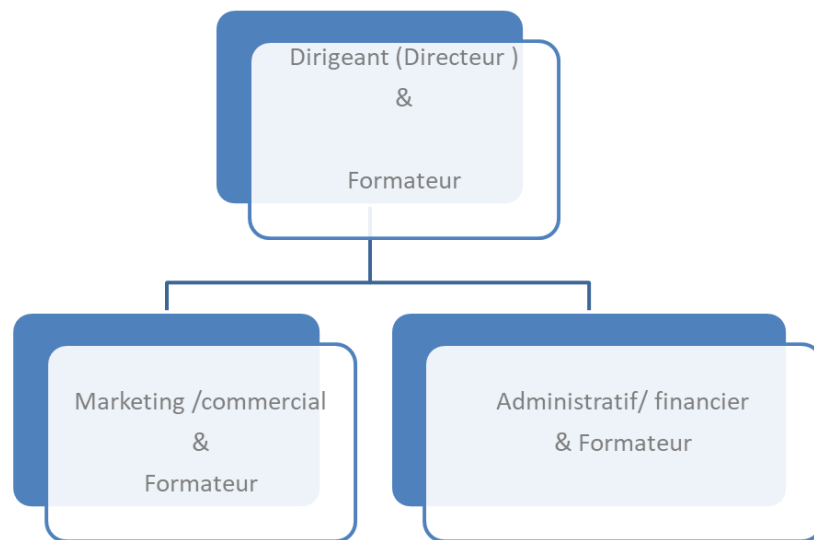
Concrètement, son rôle est de définir les principales orientations des systèmes de contrôle. Ce dernier repose sur des mesures qui permettent d'évaluer les progrès réalisés afin de les comparer aux standards prédéterminés. L'analyse des écarts par rapport aux prévisions indique s'il y a lieu d'effectuer des corrections au niveau des opérations de base. C'est un processus nécessaire pour assurer le bon fonctionnement de l'organisation.

– La partie Gestion financière :

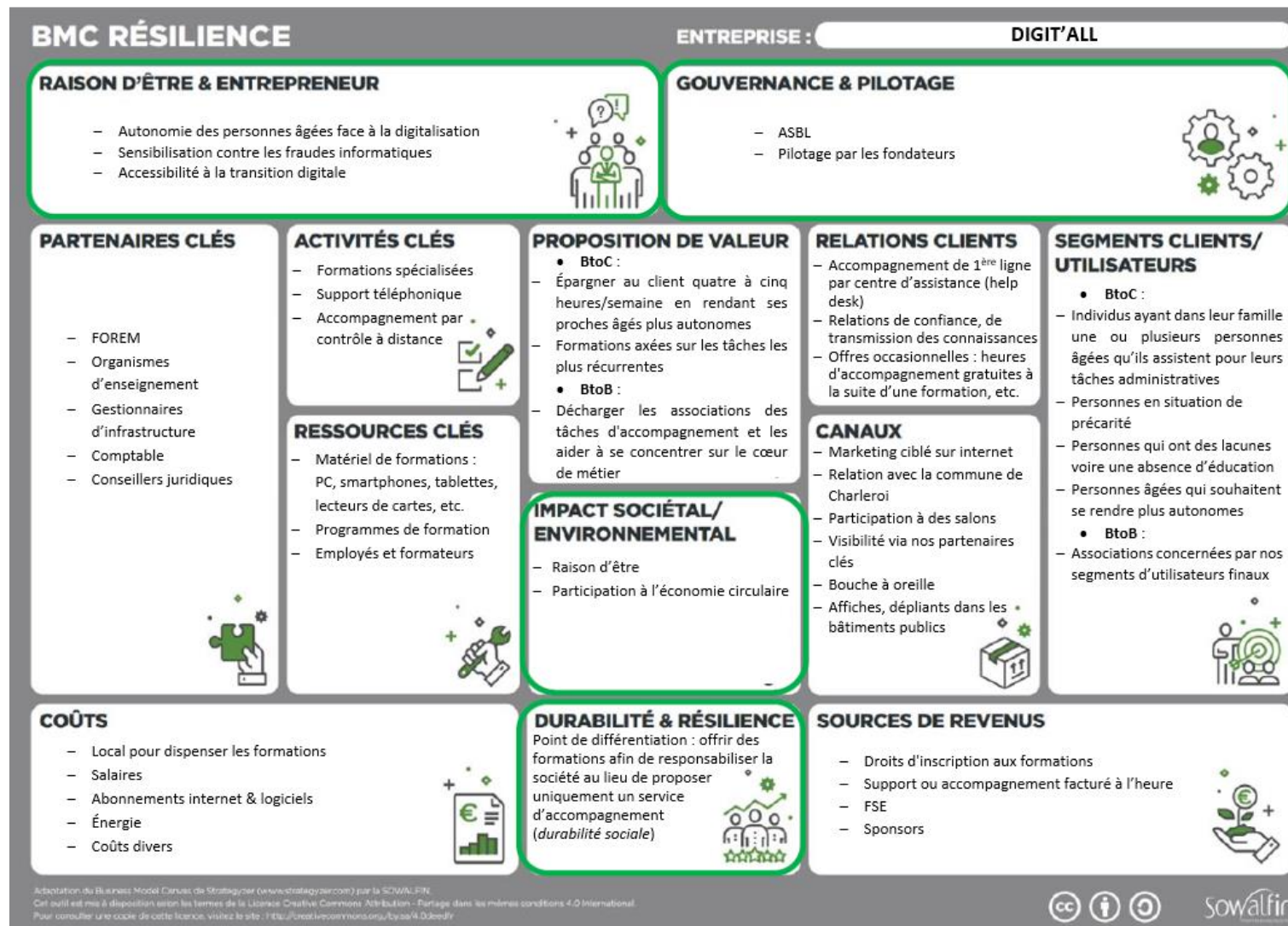
Le Responsable administratif et financier doit :

- garantir la fiabilité des comptes de l'ASBL et l'établissement des documents financiers et comptables en conformité avec la législation belge ;

- superviser la consolidation des données financières et faire appliquer les normes comptables belges ;
- superviser le contrôle de gestion des missions et la préparation des résultats ;
- élaborer le budget et le plan de l'entreprise en accord avec les co-fondateurs ;
- élaborer les plans de financement de l'entreprise et valider les budgets de trésorerie répondant aux besoins de financements externes ;
- définir et suivre la politique de crédit en collaboration avec le responsable commercial.



2.3 Business Model Canvas Durable



2.4 Produits & services, fonctionnalités visées

2.4.1 Description du secteur d'activité et des besoins du marché

Étude de marché

Aujourd'hui, le digital s'utilise partout, dans tous les secteurs d'activité. On utilise ce terme pour regrouper tout ce qui touche à internet, au numérique et au mobile.

La digitalisation est à l'heure actuelle un incontournable pour n'importe quel citoyen. En effet, elle s'applique à tous les domaines et assure une optimisation de temps et d'argent en automatisant des tâches de plus en plus complexes.

C'est un secteur où il y a une forte croissance. En Wallonie-Bruxelles, quatre entreprises sur dix consacrent plus de 20 % de leurs ressources en marketing digital.

Enfin, la ville de Charleroi a pour ambition de réduire la fracture numérique présente sur le territoire, et d'atteindre en termes de chiffres des objectifs manifestes d'inclusion sociale d'ici l'horizon 2024.

Habitude de consommation

Près de 40% des belges peinent à s'adapter à la « digitalisation » de notre société ; par manque de moyens – 1 ménage à bas revenu sur 10 ne possède pas de connexion Internet à domicile –, de compétences, ou tout simplement par appréhension parce que ne pas maîtriser les outils numériques leur fait peur.

Tous les Belges ne sont pas armés pour s'adapter à l'évolution de notre société.

D'après les études les plus récentes, les groupes les plus touchés par la fracture numérique sont les personnes en situation de pauvreté ou peu instruites, les primo arrivants, les plus âgées, les jeunes et les personnes en situation de handicap.

D'après Jeremy Muylaert de l'IAB, parmi les freins vus par les Belges à se former au digital, on peut énumérer :

- la cybersécurité ;
- l'utilisation des données ;
- le respect de la vie privée.

2.4.2 Descriptif de la gamme de services

Notion de bases dans l'informatique :

- Introduction sur les PC
- Introduction sur les SMARTPHONES
- Prévention contre l'hameçonnage et les fraudes informatiques

Formation aux différents services digitaux, surtout les tâches récurrentes :

- La création et l'utilisation d'une adresse électronique
- La création et l'utilisation d'un compte pour les services essentiels
- L'utilisation de l'application bancaire mobile et effectuer des virements
- Paiement des factures en ligne

Support et conseil par téléphone pour les démarches administratives :

- Questions particulières concernant le déroulement d'une démarche administrative ou d'une procédure liée au numérique
- Questions relatives à l'authenticité d'une transaction

Aide avec des outils de support à distance pour effectuer une tâche spécifique :

- Questions particulières concernant le déroulement d'une démarche, d'une procédure à opérer
- Accompagnement en direct pour réaliser la requête

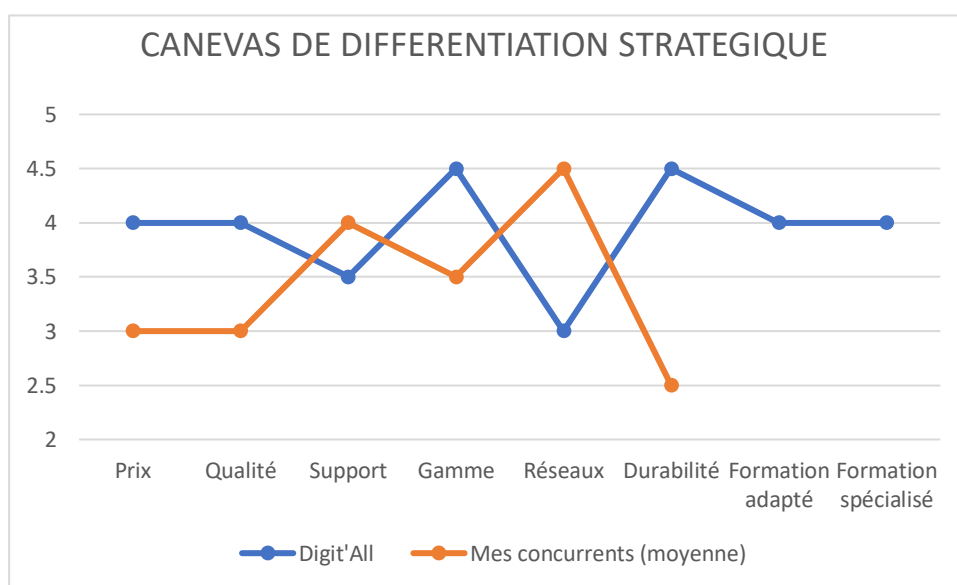
2.4.3 Concurrence : services, aspects innovants & avantages compétitifs

Une étude de marché a montré que la combinaison de services proposée par DIGIT'ALL est unique. Certaines associations proposent des services génériques de mentorat, et elles ont bâti leur modèle économique sur des clients récurrents.

Les formations proposées par nos concurrents ne sont pas suffisamment adaptées ou spécialisées pour notre groupe d'utilisateurs finaux. La concurrence propose une formation de base sur l'utilisation d'un smartphone ou d'un PC, sans se concentrer sur la création de comptes pour les services essentiels, le paiement des factures ou les virements bancaires.

C'est ce que vise notre gamme de services. Notre objectif est de rendre notre utilisateur final indépendant, tout en gardant actives les options de « support après-vente ».

2.5 Clients visés



Notre projet est destiné principalement à la région de Charleroi ; étant donné que le service que l'on propose requiert le déplacement de l'utilisateur final vers le centre de formation.

Nous avons identifié plusieurs segments comme cibles. Notre principal segment visé en B2C sera constitué par les individus ayant dans leur famille une ou plusieurs personnes âgées qu'ils aident dans leurs tâches administratives.

Un segment secondaire en B2C sera les personnes âgées et conscientes de l'évolution numériques et qui ont l'intérêt de se former afin de se rendre plus indépendants.

Quant au segment B2B, nos potentiels clients seront les différentes associations dont les fonctions principales interagissent avec nos segments d'utilisateurs finaux.

3 Stratégie, Objectifs et plan d'action de l'entreprise

3.1 Stratégie et objectifs

3.1.1 Analyse SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">○ Co-fondateurs universitaires - possèdent les compétences pour former○ Membres de l'équipe polyvalents○ Esprit d'innovation○ Faibles coûts pour la création de l'ASBL○ Services offerts variés○ Culture d'entreprise saine (engagement, entraide, bienveillance, respect, etc.)	<ul style="list-style-type: none">– Faible capacité financière– Taille de l'ASBL– Équipements ou machines désuets– Structures rigides et manque d'agilité– Dépendance accrue envers donateurs d'équipements ou de machines
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">✓ L'objectif de la ville de Charleroi est de former le plus grand nombre possible de citoyens carolos aux technologies numériques✓ Mise en valeur de nos services auprès du CPAS et de la ville de Charleroi✓ Expansion du secteur✓ Programmes de soutien financier par d'autres organismes	<ul style="list-style-type: none">✗ La concurrence et son risque d'intensification✗ La désinformation✗ Changements dans la législation relative aux services✗ Coût de l'énergie très élevé✗ Vieillessement de la clientèle

3.1.2 Core business et positionnement

Notre ASBL est spécialisée dans l'enseignement de systèmes d'information aux personnes n'ayant aucune compétence en informatique. Nos utilisateurs finaux sont des personnes âgées (plus de 60 ans) ainsi que des personnes peu scolarisées. Nos services visent à rendre nos utilisateurs finaux autonomes dans les différentes tâches administratives réalisables en ligne.

Nos clients cibles sont généralement des jeunes actifs professionnellement qui apportent une aide régulière à leurs parents. D'autres clients potentiels pourraient être des associations qui s'occupent de personnes âgées, de personnes peu scolarisées ou de personnes défavorisées ou en marge de la société.

Notre principal argument de vente est que nous sommes une ASBL authentique, axée sur la qualité de la formation que nous proposons à un prix très abordable et adapté au marché. Nous visons à rendre nos utilisateurs finaux indépendants le plus rapidement possible. À cette fin, nous proposons également un mentorat à distance.

En sondant le marché, nous avons constaté que la concurrence ne traite pas directement les problèmes sur lesquels nous travaillons. La raison principale est que nos cœurs de métier sont différents.

3.1.3 Choix stratégiques et plan d'actions

L'ASBL DIGIT'ALL prend position dans le secteur de l'aide social et vise à devenir un acteur important dans l'accès au numérique des personnes peu qualifiées, implantées dans la région de Charleroi. Notre clientèle cible est constituée par de jeunes, actifs professionnellement, qui apportent une aide régulière à leurs parents et les associations qui s'occupent des personnes âgées ou des personnes peu ou faiblement instruites. Notre ASBL entend proposer à nos utilisateurs finaux un ensemble de services comprenant des formations ainsi qu'une aide à distance. Ces services couvrent les besoins de base en matière de numérisation et visent à rendre l'utilisateur final plus autonome, notamment dans la réalisation de ses tâches administratives.

3.2 Aspects commerciaux et organisationnels

3.2.1 Marketing et commercialisation

3.2.1.1 *Politique de produit & de prix*

L'offre que propose l'ASBL DIGIT'ALL s'articule autour de trois principaux axes :

- des formations sur différents aspects qui ont attiré au monde numérique et à son utilisation ;
- un support téléphonique pour tout éclaircissement de questions portant sur un problème d'utilisation du numérique ;

- un accompagnement sur mesure et une prise en charge à distance, tarifés à l'heure, pour des difficultés rencontrées et des tâches à effectuer en lien avec le numérique.

Le tableau ci-dessous expose notre politique tarifaire :

Services	Contenu	Modalités	Prix
Formation (Niveau 1)	Notions de bases en informatique : PC et smartphones	12H de formation en présentiel	384 €
Formation (Niveau 2)	Utilisation d'une adresse électronique – connexion et gestion de comptes essentiels	12H de formation en présentiel	384 €
Support par téléphone	Questions génériques ou clarification concernant des tâches spécifiques	Rendez-vous facturé à l'heure	22 €
Accompagnement par contrôle à distance	Accompagnement en direct pour la réalisation de tâches administratives	Rendez-vous facturé à l'heure	28 €

3.2.1.2 Politique de distribution (canaux)

D'une part, nous allons principalement axer la promotion de nos services sur des outils de communication en phase avec l'ère numérique actuelle ; à savoir les plateformes de réseaux sociaux les plus populaires auprès des personnes actives professionnellement. En effet, cette catégorie de personnes constitue notre cible en matière de clientèle. Nous espérons, via notre présence sur ces réseaux de communication, toucher le maximum de clients potentiels et leur faire connaître notre gamme de services.

D'autre part, nous étudions la possibilité de diffuser nos services dans des expositions telles que « Habitoools » et via des dépliants présentés dans des bâtiments publics. De cette manière, nos services pourront être exposés à des clients et des utilisateurs finaux potentiels, mais également à nos clients B2B tels que des associations dont le cœur de métier rencontre aussi notre groupe d'utilisateurs finaux.

3.2.1.3 Politique de commercialisation : promotion, force de vente et relation clients

Nous pourrions également compter sur la création d'un site internet pour la promotion de nos activités. Au bout d'un an à trois ans d'existence, nous réfléchirons sur l'opportunité de mettre en place une application mobile permettant la diffusion de notre gamme de services

et l'interactivité avec nos clients adoptés et potentiels. Cette application mobile offrira la possibilité à DIGIT'ALL de s'ancrer pleinement dans le paysage numérique carolo.

Enfin, notre ASBL et nos services fondamentaux reposent sur l'interaction humaine. Nous ne négligeons donc pas le bouche à oreille. Afin de mettre toutes les chances de notre côté pour soigner notre réputation, nous porterons une attention toute particulière sur la formation de notre personnel à la relation client.

3.2.2 Approvisionnement et production

Les services offerts par DIGIT'ALL s'établissent de la manière suivante :

- Une liste des difficultés potentielles rencontrées par des personnes peu formées ou pas du tout familières aux outils du numérique est établie ;
- Un canevas de résolution du problème numérique est mis en place ;
- La solution est présentée aux formateurs qui l'appliqueront, l'enseigneront aux personnes peu qualifiées au monde digital ;
- Un échange, une discussion entre les formateurs et l'équipe DIGIT'ALL autour de cette solution est entamé afin de peaufiner, d'ajuster, de rendre efficace l'enseignement ;
- La solution est intégrée dans notre gamme de services.

Au niveau de la qualité, nos solutions seront testées en interne de manière ponctuelle et continue afin de se rendre compte de leur efficacité. Ces solutions seront également mises à jour selon l'évolution et l'avancée des technologies numériques au sein de notre environnement.

Concernant l'évaluation de nos formateurs, elle sera annuelle. Une appréciation de leurs capacités pédagogiques, d'enseignement et relationnelles au niveau de la transmission des connaissances sera programmée de manière semestrielle ou au bout de quarante heures de formation dispensées.

3.2.3 Organisation et administration

Notre activité est localisée dans Charleroi intramuros et sa périphérie.

Les principales tâches administratives, les activités de gestion de l'ASBL, la comptabilité ainsi que la logistique et la mise en place de nos services seront effectuées par les fondateurs de l'ASBL. Ceux-ci disposent des compétences permettant de réaliser toutes ces tâches en vertu de leur formation universitaire.

4 Annexes

4.1 CV succinct des fondateurs

4.2 Autres informations pertinentes