

Chapitre V :

Etude d'un projet de création d'entreprise

Chapitre V : Etude d'un projet de création d'entreprise

- ▶ 5.1 Introduction
- 5.2 Je valide mon idée de projet de création d'entreprise
- ▶ 5.3 PLAN D'AFFAIRES (BUSINESS PLAN)
- ▶
 - 5.3.1 Etude de marché
 - 5.3.2 Etude financière
- ▶ Compte de produits et charges prévisionnelles
- 5.3.3 Etude technique du projet
 - 5.3.3.1 Où allez-vous implanter votre entreprise
- 5.4 Mini projet pour l'étude d'un projet de création d'entreprise

❑ Chapitre V: Etude d'un projet de création d'entreprise

L'étude d'un projet de création d'entreprise demande au promoteur l'effort de prévoir et d'écrire en détail les phases et les démarches qu'il devra effectuer pour arriver à faire démarrer son affaire.

- *Etude de commercialisation, marché (service marketing, ...).*
- *Etude technique (lieu d'implantation, besoins en matériels et machines, capacité en production, ...).*
- *Etude financière (chiffre d'affaire, charges salariales, dépenses et consommations, taxes et impôts, ...).*
- *Mini projet pour l'étude d'un projet de création d'entreprise*

5.1 Introduction

La création d'une entreprise est un projet qui demande de la préparation, des décisions importantes doivent être prises.

Pour mettre en place un projet de création d'entreprise, il est nécessaire de procéder par étapes mais il n'est pas toujours évident de savoir comment s'y prendre et par où commencer.

Le Coin des Entrepreneurs vous informe sur toutes les étapes clés de la création d'entreprise afin que vous puissiez prendre connaissance du parcours à suivre et avoir un fil conducteur dans vos démarches de création d'entreprise :

5.2 Je valide mon idée de projet de création d'entreprise

Le point de départ consiste à trouver une idée de projet de création d'entreprise. Il existe une multitude d'idées de projet, il peut s'agir d'activités déjà existantes ou de concepts totalement innovants.

Lorsque l'on souhaite aller un peu plus loin que le stade de l'idée et se projeter dans le lancement d'une activité, il faut définir précisément son business-model.

L'étude de marché commence souvent à ce stade, elle permet d'affiner son projet, de se renseigner sur les cibles potentielles et sur la concurrence, et d'obtenir de nombreuses autres informations.

La motivation d'un porteur de projet est essentielle, le degré d'investissement du créateur d'entreprise dans son projet est un facteur déterminant pour réussir.

On ne lance pas un projet de création d'entreprise sur un coup de tête, il faut avoir suffisamment de réflexion sur le projet.

3- Testez avec le Lean Startup :

Il existe une technique appelée Lean Startup. La philosophie de cette méthode est de tester une petite partie de votre projet sur votre public cible et de le transformer en fonction de ses retours. Par exemple, je souhaite lancer une pâtisserie. Je vais dans un premier temps créer mes premières pâtisseries, et inviter mes meilleurs amis chez moi pour les goûter. Puis je vais proposer mes pâtisseries à l'anniversaire d'une amie, puis je vais essayer de les vendre grâce à un site internet et quand j'aurai beaucoup de vente, je pourrais envisager d'ouvrir ma première pâtisserie dans le centre-ville. Ainsi, vous rassurerez les banques, les investisseurs mais aussi vous-même.

Car vous avez pu tester votre produit et votre marché avant de

❑ PLAN D'AFFAIRES (BUSINESS PLAN)

L'expérience montre, qu'un projet mal ou insuffisamment étudié, est une raison fréquente de difficulté de démarrage de la future entreprise et souvent, d'échec. **Il faut prendre son temps**, pour **réfléchir et bien étudier les questions suivantes notamment :**

- **Comment étudier** un projet d'une manière détaillée ?
- **Comment déterminer** les moyens nécessaires à son lancement ?
- **Quelles sommes faut-il** apporter soi-même, si l'on veut présenter au banquier un dossier de financement acceptable ou à un investisseur potentiel de type SICAR ou autres ?

- **Que peut-on** demander au banquier et comment l'aborder pour maximiser les chances d'obtenir les crédits nécessaires à la réalisation de l'affaire ?

Que faut il connaître en gestion avant de créer une affaire ?

Quelle structure juridique choisir ?

Quelles formalités administratives accomplir avant de se lancer ?

Autant de questions qui se posent en même temps, et auxquelles le promoteur doit donner des réponses précises et cohérentes. Pour cela, il doit bâtir un plan d'affaires montrant l'objectif à atteindre et la manière de le faire voir la figure 5.1.

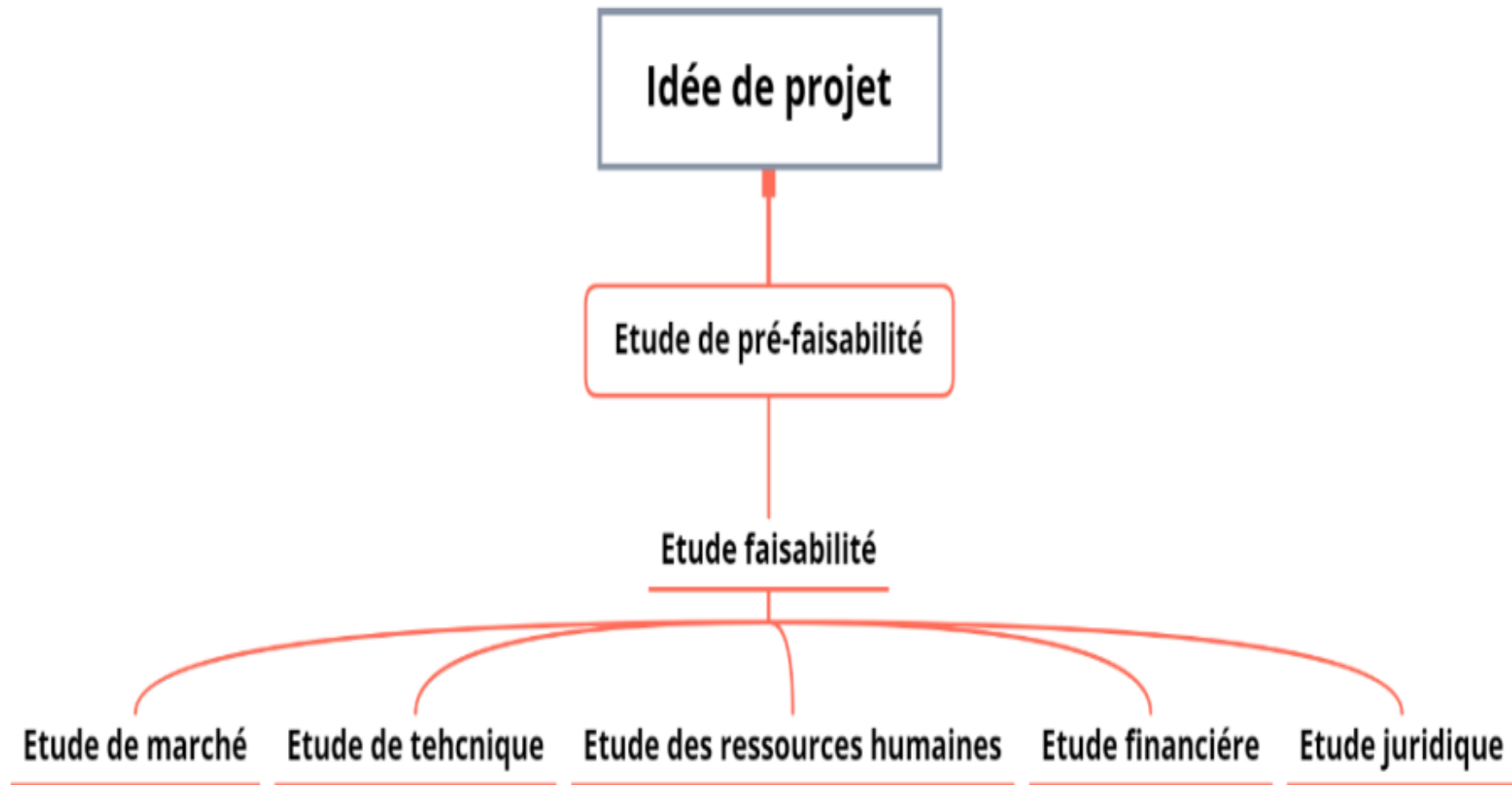


Figure 5. 1 Plan d'affaires.



Figure 5. 1 Plan d'affaires.

5.3.1 Etude de marché

Pour savoir si un projet de création d'entreprise est viable ou pour savoir comment repenser une idée de création d'entreprise, il est essentiel de réaliser une étude de marché

L'étude de marché est l'étape essentielle pour comprendre l'environnement dans lequel vous allez évoluer. L'objectif est donc de comprendre le potentiel du marché pour votre offre.

L'étude de marché se compose en quatre étapes :

- Segmenter le client.

La première erreur de vouloir toucher tout le monde.

Vous n'arriverez jamais à développer votre offre si vous ne vous concentrez pas sur votre cœur de cible, c'est à dire les personnes à qui vous résolvez un vrai problème. Pour définir votre cœur de cible, vous pouvez choisir - un

- critère socio-démographique (âge, profession...etc)

- un critère Psychographique (mode de vie, opinion, fonction dans l'entreprise...)

- et/ou enfin un critère comportemental

- Comprendre le client.

Il vous faudra ensuite comprendre votre client pour mieux comprendre son problème et son besoin. Pour vous aider, nous vous conseillons d'utiliser l'Empathie Map. Cette cartographie vous permet d'entrer dans la vie de votre cible lorsqu'il est confronté à un problème.

- Que pense-t-il ?
- Que voit-il ?
- Qu'entend-t-il ?
- et enfin, que Fait-il ?

En répondant à toutes ces questions vous allez mieux comprendre votre cible. Pour compléter cet outil, vous devez impérativement confronter vos hypothèses au terrain en réalisant des interviews avec vos cibles

- Connaitre les concurrents.

Il est important de vous intéresser à vos concurrents car vous pouvez apprendre d'eux, que vous devrez prendre votre place à côté d'eux et surtout parce que plus vous avez de concurrents, plus vous montrez à vos investisseurs qu'il existe un marché dynamique et que vous y avez votre place. Il en existe trois types de concurrents : - Un concurrent direct : propose la même offre que vous. - Un concurrent indirect : ne propose pas la même offre, mais répond au même problème que vous. Par exemple si vous êtes un fleuriste, vous pouvez être en concurrence avec le chocolatier en face de chez vous, car ce sont deux cadeaux souvent offerts lorsque vous allez chez des amis.

- Enfin les futurs concurrents, sont des acteurs déjà implantés sur le marché, qui pourraient être des partenaires, mais qui peuvent aussi d'être de sérieux compétiteurs si demain ils décidaient de lancer le même produit que vous. Par exemple, Apple quand il sort l'iPod. Ce n'était pas les premiers, des acteurs étaient déjà sur ce marché, mais Apple a gagné la bataille sur ce marché en quelques mois seulement.

- Solution: Se positionner.

Afin de ne pas entrer en confrontation directe avec vos concurrents, **vous devez vous positionner** pour trouver le segment de client qui n'est pas encore, ou mal adressé par votre offre. Ainsi, vous pourrez toucher un cœur de cible fort pour asseoir votre entreprise et penser ensuite au développement.

N'oubliez donc pas de réaliser votre étude de marché avant de vous lancer. Cela vous permettra de comprendre vos concurrents et donc de vous positionner à côté d'eux et de comprendre vos clients pour leur proposer l'offre de leurs rêves.

L'objectif final est de bien vendre.

Où trouver l'information sur le marché ?

Les sources d'information sont nombreuses :

- L'INS (institut national de statistique),
- L'INORPI (institut normalisation et de la propriété intellectuelle),
- L'API (Agence de promotion industrielle),
- Les organismes et syndicats professionnels,
- Les services économiques des collectivités territoriales, des mairies,
- Des Chambres de commerce et d'industrie (CCI) et des Chambres des métiers (CM),
- Les revues professionnelles et économiques, sites Internet spécialisés,
- Les bibliothèques,
- Le terrain et son propre sens de l'observation.

5.3.2 Etude financière

- Elle consiste à traduire, en termes financiers tous les éléments que vous venez de réunir et à vérifier la viabilité de votre projet.
- Les différents choix opérés concernant la nature de votre produit ou de votre prestation, la façon d'exploiter votre marché et la gestion de votre entreprise vont nécessiter de recourir à certains moyens techniques et humains.
- Un conseil pour ne rien oublier : visualisez votre future entreprise.

Comment va-t-elle fonctionner concrètement ?

• Pour chaque fonction
(**acheter, stocker, fabriquer, vendre...**), répondez aux
questions suivantes :

- comment ?
- Avec quoi ?
- Avec qui ?

Puis, dressez un tableau reprenant ces
moyens en les traduisant en coûts.

5.3.2.1 Compte de produits et charges prévisionnelles :

Connaissant votre production prévisionnelle et les différents coûts d'achats de matières et de charges (**étude technique**) calculons:

le compte de produits et charges prévisionnelles
(sur 3ans)

➤ **CHIFFRES D'AFFAIRES (C.A)** : C'est le montant (hors taxes) de vos ventes pour les prochaines années. Pour le calculer, il suffit de multiplier le prix de vente unitaire (HT et qui sera gardé constant sur les trois années) par la quantité produite annuellement.

➤ **ACHATS** : Connaissant la composition de votre produit ou service et des coûts d'achat de chaque matière et les quantités nécessaires pour réaliser la production prévue, le calcul des achats se fait par une opération de multiplication des éléments ci-dessus.

○ FRAIS DE PERSONNEL (F.P.) :

Dans l'étude technique, vous avez déterminé l'effectif que vous allez utiliser dans votre projet ainsi que son évolution au cours des trois années à venir, et vous avez aussi fixé les salaires que vous comptez attribuer à vos agents. Par la multiplication de **chaque salaire annuel (12 mois) par le nombre d'agents** correspondant et en ajoutant au total des résultats obtenus, des **charges sociales (CNSS, Assurances, etc. ...) de l'ordre de 20%** vous aurez calculé les F.P.



➤ **AUTRES CHARGES EXTERNES** : Etant locataire, vous payez pour votre local un **loyer** annuel de temps, avec l'utilisation de votre outil de production ou de travail, vous allez consommer de l'eau de l'électricité (**voir étude technique**) qui nécessitera une dépense à calculer. Votre **matériel aura besoin d'entretien** qui coûtera une somme d'argent à calculer. Il faudra **penser à assurer votre projet contre l'incendie, le vol, etc....** d'où une dépense à estimer.

NB: Pour tenir votre comptabilité, vous aurez besoin d'un fiduciaire qui vous fera payer ses services à évaluer.

TRANSPORT ET DEPLACEMENT :

Pour **chercher** les matières premières ou pour **livrer** ses produits, pour **transporter** éventuellement **son personnel**, le projet payera des **frais de transport** qu'il faut estimer entre **2 et 5 % du C.A.** en fonction de la nature du projet.

➤ FRAIS DIVERS DE GESTION :

Là aussi une estimation entre **1 et 3 % du C.A.** est à faire pour faire face aux frais de **téléphone, publicité, etc. ...**

○ IMPOTS ET TAXES :

A évaluer en fonction de la valeur locative de votre local et de votre investissement.

➤ FRAIS FINANCIERS:

Le projet pourrait disposer de deux genres de crédits :

➤ DES CREDITS COURT TERME :

qui servent pour participer dans le financement des **Besoins en Fonds de Roulement (BFR)** et qui sont la facilité de caisse, l'escompte, le crédit de campagne, etc....

Leur taux étant connu le calcul de ces frais financiers, est simple

5.3.3 Etude technique du projet

L'étape précédente a montré que le produit tient la route et que le marché existe malgré la concurrence. Pour parvenir à votre objectif de ventes (votre chiffre d'affaires), il vous faut réunir tous les moyens nécessaires.

Dans l'étude technique du projet, nous vous proposons **de détailler l'ensemble des moyens en hommes, en locaux, en matériels ...**

qui vous sont **nécessaires pour assurer la production correspondant à vos objectifs commerciaux.**

Ceci est particulièrement important, car l'ensemble des moyens dont vous disposez constitue pour vous, de toute manière, des frais, des dépenses, dont le total représentera **l'enveloppe de l'investissement physique de votre projet.**

Quel outil de production, quel local pour l'exploitation, quels moyens en personnel, quels moyens de fonctionnement sont nécessaires pour le démarrage de votre future entreprise ?

ALORS, UN CONSEIL AVANT DE DEFINIR VOS MOYENS : Soyez souple et prudent

Inutile de se lancer dans des achats de bureaux et machines, avant même d'avoir démarré.

Ils immobiliseront inutilement vos capitaux propres : être entreprenant, ce n'est pas privilégier

l'improductif ; c'est investir dans les hommes, dans le commercial, dans le matériel indispensable ...

Pensez donc à des solutions pas trop chères et pratiques.

QUEL OUTIL DE PRODUCTION ?

Petite ou moyenne, votre entreprise aura besoin de matériels pour produire et vendre. Alors,

de quels matériels devez-vous disposer pour produire et vendre ?

Quel est le coût global de ces moyens et de leur implantation ?

POUR PRODUIRE :

Déterminez vos besoins en moyens matériels de production en procédant de la façon suivante :

ð Vous partirez du mode d'élaboration du produit ou du service, et vous **déterminerez exactement le matériel, les équipements et l'outillage nécessaires.**

ð Mais pensez également aux **besoins en moyens de raccordement et d'installations particulières, aux moyens nécessaires à la gestion des stocks de matières et aux moyens en matériels pour l'administration de votre future entreprise**

POUR VENDRE :

De quels moyens devrez-vous disposer pour vendre votre produit
(échantillon,
prototype,
publicité,
relations,
véhicules, etc ...).

5.3.3.1 Où allez-vous implanter votre entreprise ?

- Devez-vous vous installer près de vos sources d'approvisionnements ou près de votre clientèle ?

- Si votre projet consiste à ouvrir un commerce de détail, votre emplacement sera capital pour la réussite de votre projet.

Lorsque vous aurez repéré un emplacement, n'hésitez pas à passer plusieurs jours dans le quartier, à questionner les commerçants, à surveiller attentivement le flux des passants et à observer les commerces concurrents.

5.4 Mini projet pour l'étude d'un projet de création d'entreprise

Thèmes proposés :

- 1- Création d'une entreprise de construction ;
- 2- Production des matériaux de construction (brique, ciment, granulats...etc) ;
- 3- Vente des matériaux de construction (ferraille, cimente ...etc) ;
- 4- Centrale à béton
- 5- Vente les produits chimiques.