



**Entreprises Féminines
Durables**

*Women's Enterprise
for Sustainability*

Canevas de Plan d'Affaires

**WES TOT
Niveau Intermédiaire**

**Préparée par
Nejiba Bouzaiane Khalfallah**

Ce projet est financé par le Département d'Etat américain, Bureau des Affaires du Proche-Orient, Agence de l'Initiative de partenariat au Moyen-Orient / *Middle East Partnership Initiative* (MEPI). Le MEPI est un programme unique conçu pour dialoguer directement avec les peuples du Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MENA) et d'investir en eux. Le MEPI œuvre vers la création des partenariats dynamiques avec les citoyens pour favoriser le développement de sociétés pluralistes, participatives et prospères à travers la région MENA. Pour ce faire, le MEPI se met avec les organisations non gouvernementales nationales, régionales et internationales, le secteur privé, les établissements universitaires et les gouvernements. Plus d'informations sur le MEPI peuvent être consultées sur le site suivant: www.mepi.state.gov.

Sommaire

CHAPITRE I : LE PROJET	3
I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE OU DU PROJET	3
II. DESCRIPTIF DU PROJET/ ENTREPRISE	4
III. PLANING DES ACTIONS A RÉALISER	4
CHAPITRE II : L'ENTREPRENEUR	5
I. PRÉSENTATION DU PORTEUR DE PROJET/ CHEF D'ENTREPRISE	5
II. PRÉSENTATION DE LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE	6
III. ACTEURS DU PROJETS ET PRINCIPAUX INTERVENANTS	6
CHAPITRE III: LE MARCHÉ	7
I. PRÉSENTATION DES PRODUITS ET SERVICES	7
II. SECTEUR D'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE	7
III. EVOLUTION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ	7
CHAPITRE IV: LE PLAN MARKETING	10
I. STRATÉGIE DE VENTE	10
II. TECHNIQUES DE FIXATION DES PRIX	10
III. PROMOTION DU PRODUIT ET COMMUNICATION	10
IV. DISTRIBUTION	11
CHAPITRE V : IDENTIFICATION DES BESOINS EN RESSOURCES HUMAINES	12
CHAPITRE VI : PLAN DE FINANCEMENT	13
I. PRÉSENTATION DU COÛT DU FINANCEMENT DU PROJET	13
II. MOBILIERS DE BUREAU & ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES-M MATÉRIEL ROULANT	13
III. FRAIS DE DÉMARRAGE	13
IV. AUTRES ACTIFS -DIVERS	14
V. COÛT TOTAL DU PROJET	14
VI. FINANCEMENT	14

CHAPITRE I : LE PROJET

I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE OU DU PROJET

- Date démarrage du projet /de l'entreprise ou Date création, de l'entreprise;
- Produits;
- Acquisitions;
- Gérant;
- Actionnaires;
- Évènements importants (légaux, et autres):
 - Augmentation de capitale
 - Introduction en bourse
 - Cessions;
- Forme juridique de l'entreprise:

FORME JURIDIQUE	FORMULAIRES REQUIS
Entreprise individuelle SUARL	<ul style="list-style-type: none"> • Déclaration d'immatriculation • Statuts de constitution et raison sociale (s'il y a lieu) • Déclaration d'immatriculation • Déclaration d'immatriculation • Statuts de constitution et raison sociale
SARL	
SA	
Autres formes	

Joindre en annexe une copie des formulaires mentionnés ci-dessus selon la forme juridique de l'entreprise.

II. DESCRIPTIF DU PROJET/ ENTREPRISE

- Présentation de l'entreprise; Mission, vision et Objectif
- Présentation du Projet;

III. PLANING DES ACTIONS A RÉALISER

Fournir des estimations des réalisations des différentes actions, en tenant compte des étapes nécessaires à sa réalisation.

ACTIONS	DATES PRÉVUES
Finalisation du plan d'affaires	
Enregistrement propriété intellectuelle/Brevet d'invention	
Recherche de financement-identification des acteurs	
Création juridique de l'entreprise	
Acquisition autorisations	
Choix du lieu de l'implémentation-siège social	
Aménagement des locaux- terrain	
Acquisition et installation équipements	
Négocier les ententes auprès des fournisseurs	
Affiliation Fiscale	
Affiliation CNSS	
Recrutement Ressources humaines	
Plan Marketing et Communication	
Début des activités	

Remarques: Ceci est un exemple mais d'autres étapes importantes peuvent être rajoutées

CHAPITRE II : L'ENTREPRENEUR

I. PRÉSENTATION DU PORTEUR DE PROJET/ CHEF D'ENTREPRISE

I.1 Niveau d'étude et Diplômes

Diplômes	Année	Institution	Spécialité	Mémoire ou Projet de fin d'étude

I.2 Formations Complémentaires

Formation	Année	Organisme	Domaine	Certificat /Attestaion

I.3 Postes Occupés

Enterprise ou Association	Année	Poste Occupé	Domaine	Durée	Revenu Annuel

II. PRÉSENTATION DE LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

II.1 Organisation de l'entreprise

Présenter les ressources humaines avec leurs postes fonctionnels au sein de l'entreprise, joindre les CV

II.2 Description du rôle et de la composition du comité de gestion

(S'il y a lieu)

III. ACTEURS DU PROJETS ET PRINCIPAUX INTERVENANTS

- Consultants - Formateurs
- Organisme de développement Régionale et autre(CGDR, ONG, ...)
- Entreprise Régionale;
- Entreprises publiques ou privées partenaires ;
- Expert Comptable, bailleurs de fonds....

CHAPITRE III: LE MARCHÉ

I. PRÉSENTATION DES PRODUITS ET SERVICES

Identification et présentation de la palette de produits à mettre sur le marché.

II. SECTEUR D'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

III. EVOLUTION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ

- Évolution du secteur au cours des dernières années;
- Taux de croissance annuel;
- Variation du marché (en progression, stagnation ou en déclin);
- Concurrence ;
- Accès aux marchés.

III.1 Impact de l'environnement

Présenter une analyse de l'environnement basée sur les paramètres suivants:

Démographique

Vieillessement de la population, taille des familles, diminution des ménages, niveau d'instruction, mobilité de la population, etc.

Économique

Cycle de l'économie, augmentation des revenus, taux de chômage, inflation, taux de change, répercussion du libre-échange, etc.

Politique et juridique

Budgets gouvernementaux, nouveaux programmes de développement, impact de nouvelles lois et règlements, fiscalité, règlements municipaux, etc.

Social et culturel

Changements du style de vie, nouvelles croyances et valeurs culturelles, etc.

Technologique

Changements accélérés de la technologie, budget de R & D, etc.

Écologique

Marketing vert, résistance des groupes écologiques, climat, etc.

(Indiquez vos références)

III.2 Description du marché cible de l'entreprise

- décrivez tous les clients potentiels de vos produits et services;
- décrivez parmi tous les clients potentiels, ceux qui sont les plus susceptibles d'acheter vos produits et services.

III.3 Le marché

- estimation du volume d'affaires du marché;
- nombre total de clients potentiels;
- habitudes et comportements d'achat:
 - fréquence,
 - budget alloué,
 - où achètent-ils,
 - fidélité à la marque,
 - l'importance de la qualité,
 - tous facteurs importants susceptibles d'influencer les comportements d'achat.

III.4 Estimation de la part de marché de votre entreprise

Fournir une estimation sur le chiffre d'affaires de votre entreprise.

III.5 Concurrence

Estimez votre part de marché; les paramètres suivants peuvent vous aider

- nom;
- localisation;
- nombre d'années d'opération;
- nombre d'employés;
- chiffre d'affaires;
- part du marché;
- réputation;
- procédé et/ou capacité de fabrication.

CHAPITRE IV: LE PLAN MARKETING

I. STRATÉGIE DE VENTE

- décrivez les propriétés du produit et/ou du service à exploiter en fonction de la clientèle-cible;
- la qualité offerte;
- quels sont les critères qui permettront aux acheteurs de préférer vos produits et services;
- mise à l'essai/attestation, test de marché réalisé ou temps et ressources nécessaires avant la mise en exploitation complète du produit ou du service;
- décrivez le service après-vente;
- les garanties offertes;
- autres facteurs.

II. TECHNIQUES DE FIXATION DES PRIX

- précisez les mécanismes de fixation de prix utilisés:
 - la marge bénéficiaire visée,
 - le prix de revient,
 - les prix de la concurrence;
- justifiez les écarts par rapport aux concurrents;
- expliquez votre politique de crédit et d'escompte.

III. PROMOTION DU PRODUIT ET COMMUNICATION

- quels seront les moyens médiatiques que vous utiliserez pour rejoindre votre clientèle cible?
- quels seront les moyens promotionnels (concours, échantillons, relations publiques, prix de pénétration) que vous utiliserez?
- décrivez le budget pour chaque moyen médiatique et pour chaque promotion;
- décrivez l'échéancier de réalisation de votre campagne de publicité et promotionnelle.

IV. DISTRIBUTION

- emplacement de l'entreprise et critères justifiant ce choix;
- description du territoire desservi;
- caractéristiques du réseau de distribution selon le territoire desservi;
- forces de vente : description de l'équipe de vente, nombre de vendeurs, qualifications exigées, politiques incitatives appliquées;
- les délais de livraison;
- le contrôle du coût de distribution.

CHAPITRE V : IDENTIFICATION DES BESOINS EN RESSOURCES HUMAINES

- Fiches de Postes :
- Identifier les fiches de poste, décrire les missions, les tâches et les responsabilités,
- Besoins en formation;
- Politique salariale, politique de motivation, etc.;
- Oranigramme

CHAPITRE VI : PLAN DE FINANCEMENT

I. PRÉSENTATION DU COÛT DU FINANCEMENT DU PROJET

Coût	DT	Financement
- Fonds de roulement de départ		Financement Bancaire
- Aménagement local Terrain		SICAR
- Mobiliers du bureau		Dons ou Subventions
- Équipement informatique		Autres sources
- Matériel roulant		
- Frais de démarrage		
- Autres actifs		
- Divers et imprévus		
...		
Total DT		Total DT

II. MOBILIERS DE BUREAU & ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES-M MATÉRIEL ROULANT

Désignation	Qualité	Prix unitaire	Domaine	Prix Total HT	Prix TTC
Total DT					

III. FRAIS DE DÉMARRAGE

Lister les frais de démarrage du projet voici quelques exemples, vous pouvez en rajouter en cas de besoins:

Numéro	Description	Valeur totale
1	Frais d'installation,	
2	permis, licences,	
3	assurances,	
4	Télécommunication	
5	Système d'information,	
6	Mobilier de Bureaux,	
7	Publicité et Promotion d'ouverture,	
8	Support de matériel de vente communication	
9	Frais de formation, et	
10	Autres frais.	

IV. AUTRES ACTIFS -DIVERS

Acquisition de technologie, licence de fabrication, brevet

Désignation	Qualité	Prix unitaire	Domaine	Prix Total HT	Prix TTC
				Total	

V. COÛT TOTAL DU PROJET

Numéro	Description	Valeur totale
1.	Investissements fixes (total des descriptions 1, 2 et 3)	
2.	Fond de roulement (Total description 5)	
3.	Dépenses préliminaires (total description 4)	

VI. FINANCEMENT

Numéro	Description	Montant	Remarques
1.	Fond propre		
2.	Crédit à terme		
3.	Crédit fond de roulement		
4.	D'autres sources de financement		
	Total DT		