

# Chapitre 3: La structuration d'un projet entrepreneurial

...



- Apprendre les réflexes clés de la méthodologie de création d'une entreprise;
- Différentes étapes pour préparer, piloter et faire progresser un projet, depuis sa conception jusqu'à sa mise en œuvre effective.
- La création d'une entreprise est un projet sur le long terme et afin d'assurer toutes les chances de succès il faut prendre son temps et agir avec méthode.
- En effet, les différentes étapes de la création d'entreprise s'inscrivent dans un processus structuré qui va de l'idée jusqu'au projet d'entreprise.

•

•

# I- La formalisation de l'idée

- Tout projet de création d'entreprise commence par une idée;
- Si l'idée est nouvelle:

Est ce que les futurs clients vont l'accepter?

- Si l'idée est banale:

Qu'elle est sa réelle utilité par rapport à l'offre déjà existante sur le marché?



- « Une idée est une élaboration originale de la pensée permettant, en particulier, de répondre à une situation, d'être à l'origine d'une action, d'une œuvre ou d'une invention originale ». (définition du dictionnaire Larousse).
- L'idée peut être:

Concrète  
(Produit, bâtiment)

Abstraite  
(Service, concept)

- Une idée comporte cinq dimensions :
- **Une dimension sociale:** Il s'agit de comprendre comment l'idée interagit avec la société. Cela inclut l'impact sur les relations entre les gens, la façon dont elle est perçue par la communauté et si elle répond à des besoins sociaux spécifiques.
- **Une dimension technique:** Cette dimension se concentre sur la faisabilité pratique de l'idée. Elle explore les aspects techniques nécessaires à la mise en œuvre de l'idée, comme les technologies requises, les compétences techniques nécessaires, et les éventuels obstacles techniques.
- **Une dimension économique:** Ici, on évalue l'idée du point de vue financier. Cela englobe la rentabilité de l'idée, les coûts associés à sa réalisation, les sources de financement possibles et les avantages économiques qu'elle pourrait apporter à long terme.



- **Une dimension personnelle:** Cette dimension examine l'impact de l'idée sur les individus impliqués. Cela peut inclure les motivations personnelles des créateurs, la satisfaction personnelle que l'idée peut apporter, et la manière dont elle aligne ou correspond aux valeurs individuelles. De même, l'idée nécessite une implication personnelle (de son détenteur) puisqu'elle émane de lui-même. Donc l'idée dépend de ce qu'il va y mettre de lui-même, de ce qu'il va apprendre, de lui-même et des autres.
- **Une dimension temporelle:** Cette dimension prend en compte l'évolution de l'idée dans le temps. Elle englobe la durée de mise en œuvre (le vrai défi consiste à agir en urgence sans se précipiter. Il faut donc choisir le bon moment pour exploiter son idée et lancer son projet (just in time)), les changements anticipés dans le temps, les tendances à long terme, et tout ce qui concerne la dimension temporelle de l'idée.

# 1- Les sources de l'idée

Cette idée peut émaner soit:

## 1-1 La création dans son métier ou autour de sa passion

- L'idée est bien maîtrisée : un métier ou un savoir-faire exercé depuis plusieurs années ;
  - Le professionnalisme du créateur est un facteur de réussite : plus de chance de réussite que ceux qui créent une entreprise dans un domaine non maîtrisé ;
  - Etre prudent : l'entrepreneur a une expérience dans son domaine mais ne maîtrise pas forcément les autres facettes (commercialisation, gestion, techniques marketing,...) ;
- Suivre l'évolution qui se produit dans son métier;
- Etre en mesure d'analyser et surveiller le marché visé pour pouvoir faire face à la concurrence



## 1-2 Les nouvelles tendances

- L'entrepreneur peut créer une entreprise à partir des nouvelles tendances: observation de tout ce qui se passe dans son pays et à l'extérieur (L'idée rapportée d'un voyage à l'étranger) en matière de nouveaux produits, de nouveaux mode de consommation et de nouveaux concepts marketing;
- Chercher à travers les différents médias les nouvelles tendances : magazine économiques ou spécialisés, sites internet créés spécialement pour ça,...;



### 1-3 L'opportunité

- Etre vigilant pour détecter les opportunités ou «l'affaire à ne pas manquer » ;
- Avoir l'esprit critique pour juger des lacunes des systèmes (de production, de commercialisation,...) déjà établis, des problèmes et défauts des produits et services déjà offerts, ... ;
- Dans ce cas la proposition de nouveaux produits/services est le fruit d'une remise en cause ou d'une carence constaté dans l'offre déjà existante.
- Collecter les informations, analyser, comprendre, anticiper et prévoir certaines évolutions.



## 1-4 L'application nouvelle

- La création d'une entreprise à partir d'une application nouvelle consiste à utiliser une technique, un savoir-faire, un produit connu en le transposant dans une autre activité, dans un nouveau contexte ou sur un marché différent.
- Projet de création plus risqué (réaction du consommateur n'est pas certaine), mais en cas de succès , le projet apportera des profits importants.



## 1-5 L'innovation industrielle

- Jacquin (2003) dénonce que la création des entreprises innovantes « se caractérise seulement par l'introduction d'une technologie radicalement nouvelle, mais comprend également toutes les formes plus incrémentales d'amélioration des produits, technologies ou modes d'organisation existantes »;
- Nouvelles technologies, nouveaux produits ou services, des solutions novatrices à des processus existants (méthodes de production, de commercialisation ou d'organisation);
- Besoins de financements important (étude de marché, production, commercialisation,...);
- Rentabilité plus élevée que dans les autres activités où la concurrence est très forte.



## 1-6 Achat de brevet ou de licence

- Achet d'un brevet ou négociation d'une licence d'exploitation d'un brevet ou d'une marque;
- Le brevet est un titre de propriété industrielle qui donne à la personne physique/morale (le déposant) le droit de jouir de l'invention et d'interdire ou autoriser son exploitation par d'autres personnes;
- L'octroi d'une licence est l'opération qui consiste pour le titulaire d'un brevet à accorder les droits d'exploitation de son brevet à un tiers;
- La licence est révocable (en cas de non respect des obligations) , la cession du brevet est définitive et irrévocable (son ancien propriétaire est définitivement dépouillé de cette propriété);
- L'achat de brevet ou de licence coûte très cher (très rare d'avoir de tels moyens en tant que jeune entrepreneur).



## 1-7 La franchise ou la concession

- Le contrat de franchise repose sur la mise en place d'un contrat par lequel une entreprise, appelée le franchiseur, accorde à une autre entreprise, appelée le franchisé, le droit d'exploiter son concept, sa marque et son savoir-faire.
- Le contrat de concession repose sur la mise en place d'un contrat par lequel un groupe, appelé le concédant, permet à une entreprise, appelée le concessionnaire, de distribuer ses produits en exclusivité sur une zone géographique définie.
- La notoriété et l'ancienneté du concédant ou du franchiseur ainsi que l'existence de son réseau apportent un certain gage de sécurité pour la réussite de l'entreprise nouvelle;
- Opération risquée pour les jeunes entrepreneurs.



## 2- Protéger l'idée

- C'est la forme selon laquelle s'exprime l'idée qui est protégée (et non pas l'idée en soi): invention, marque, création littéraire ou artistique).
- Protégée par les droits de la propriété intellectuelle (droits conférés à l'individu suite à une création intellectuelle. Ils donnent généralement au créateur un droit exclusif sur l'utilisation de sa création pendant une certaine période).
- La propriété intellectuelle comporte deux volets :
  - ✓ Droit d'auteur: (œuvres littéraire comme les thèses, les romans, les poèmes et les pièces de théâtre, les films, les œuvres musicales, les œuvres artistiques telles que les dessins, les peintures, les photographies et sculptures et les œuvres d'architecture.
  - ✓ Droits de propriété industrielle: brevets d'invention, dessins et modèles industriels, marque, indication géographique.



# Protection de la société et de l'environnement avec une indication géographique

<b>Nom:</b>	Argan Oil
<b>Pays / Territoire:</b>	Maroc
<b>Droit(s) de P.I.:</b>	Indications géographiques et appellations d'origine
<b>Date de publication:</b>	4 novembre 2010
<b>Dernière mise à jour:</b>	21 septembre 2015



# II- L'étude de marché

## □ Définition et Intérêt de l'étude de marché

- Une fois l'idée validée, l'entrepreneur doit réaliser rapidement une étude du marché (surtout pour les nouvelles technologies où l'environnement est changeant et turbulent).
- L'étude de marché est une étude globale portant sur tous les acteurs du marché, qui permettra au porteur de projet de mieux comprendre le fonctionnement du marché, d'analyser le comportement des consommateurs et donc de détecter les attentes des futurs clients.
- L'étude de marché ne doit pas être négligée puisqu'elle permet de réduire au maximum les risques: mieux connaître l'environnement de la future entreprise afin de prendre des décisions adaptées. Ainsi, sur la base de cette étude, l'entrepreneur aura la possibilité de proposer une nouvelle offre et donc d'augmenter ses chances de réussite.



## ❑ Objectifs de l'étude de marché

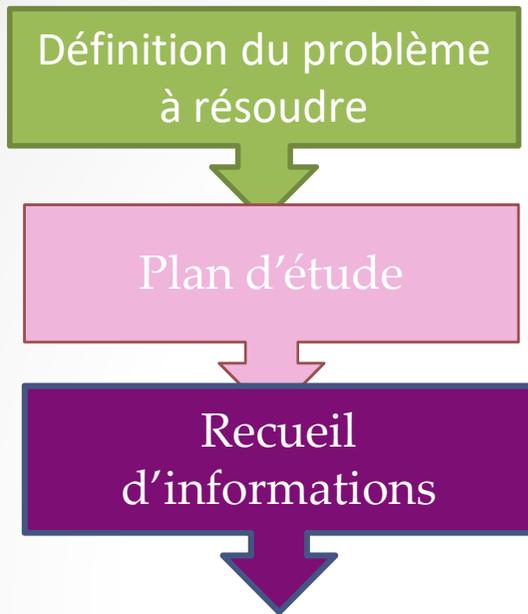
Une fois réalisée, l'étude permettra au porteur de projet de:

- Mieux connaître les grandes tendances et les acteurs de son marché, et de vérifier l'opportunité de se lancer;
- Repérer les différents marchés porteurs;
- Réunir suffisamment d'informations pour l'élaboration de son Business Model (BM) et son Business Plan (BP);
- Faire les meilleurs choix commerciaux pour atteindre ses objectifs (déterminer sa stratégie);
- Déterminer un mix-marketing cohérent;
- D'estimer son chiffre d'affaire et d'établir un budget prévisionnel.



# □ Etapes et méthodologie de l'étude de marché

Etapes



✓ Choix de la méthodologie, du coût et du temps de l'opération :

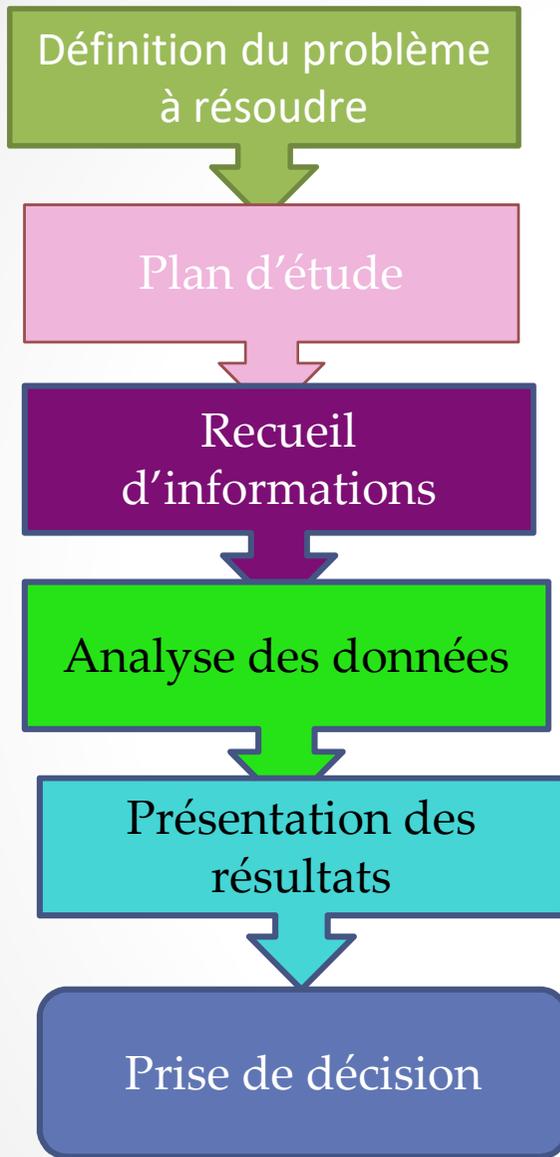
- Le contexte de l'étude;
- L'objet de l'étude;
- Les informations à recueillir;
- Les coûts;

✓ Etude documentaire: collecter les informations existantes pour

mieux cerner le problème;

✓ Etude quantitative: L'étude de la taille du marché, du nombre de consommateurs, etc.

✓ L'étude qualitative: L'étude de la demande, du comportement du consommateur et de leurs évolutions, etc.



Validation de l'étude : Fiabilité, prudence, bon sens et synthèse

- Rédaction du rapport d'étude  
- Détermination de la matrice SWOT : Force/faiblesses et Menaces/opportunités;

- ✓ Définition des 4P;
- ✓ Définition de la stratégie de lancement et du plan d'action;
- ✓ Prévisions et business plan
- ✓ Mise en œuvre et suivi/contrôle/adaptation

# Méthodologies

## 1. Etudes documentaires ou études des données secondaires

Il s'agit de collecter et d'analyser les informations secondaires disponibles sur le sujet étudié. Appelées secondaires parce qu'elles sont constituées d'informations de « seconde main » déjà disponibles avant le démarrage de l'étude.

Ce type d'étude est considéré comme le moins coûteux -souvent gratuit-, mais les informations collectées sont banalisées du fait qu'elles sont connues par tout le monde.

Les informations proviennent de différentes sources: soit au sein de l'entreprise (sources internes) et/ou à l'extérieur de l'entreprise (sources externes).

- ✓ **Sources internes** : études, rapports, statistiques et tableaux de bord réalisés par les différents services de l'entreprise tels que le service marketing, comptabilité, après vente, etc. (informations sur l'évolution du chiffre d'affaire, informations sur les dépenses publicitaires d'un produit, analyse des réclamations des clients, statistiques des ventes par produit, etc.)

✓ **Sources externes** : informations d'origines diverses et accessibles à des coûts très variables, sur un support papier, sur un support technique (CD) ou en ligne:

- organisations publiques et parapubliques
- Organisations internationales: (OCDE, PNUD,...);
- Presse professionnelle;
- Organismes professionnels et associatifs: données sur les chiffres d'affaires par secteur, études sur les tendances (concurrentielles, de consommation, de distribution, etc.), etc. Ces données sont spécifiques à un domaine professionnel;
- Recherche Internet: accès immédiat à un grand nombre d'informations sur des domaines divers (cependant un effort important est exigé pour synthétiser le volume important d'informations);
- ...

## 2. Etudes qualitatives :

- Définition :
  - ✓ « C'est une phase de recherche permettant la compréhension des comportements des individus (attitudes, motivations, freins), leurs besoins et leurs désirs conscients et inconscients : Il s'agit d'appréhender en profondeur toutes les questions abordées dans la problématique de l'étude »
  - ✓ L'objectif est donc de « Comprendre ».

### 3. Etudes quantitatives

- Définition :
  - ✓ « Il s'agit de réaliser des dénombrements auprès d'une population donnée, en interrogeant les individus qui la composent. Ces individus forment un ensemble appelé échantillon, échantillon que le chercheur tentera de rendre le plus représentatif possible de la population ».
  - ✓ Ainsi, les études quantitatives ont pour objectif de guider les actions de l'entreprise grâce à une connaissance quantifiée des réactions des consommateurs face aux actions de l'entreprise.
  - ✓ « Mesurer »

- Méthode de collecte :
  - ✓ Terrain : F2F (face to face), à la maison, etc.;
  - ✓ Téléphoniques;
  - ✓ Postales;
  - ✓ via Internet;
  - ✓ Clients mystères.

# Méthodologie de l'étude

- Etude par sondage
- L'enquête par sondage: elle consiste à interroger un échantillon représentatif de la population étudiée en utilisant un questionnaire établi en fonction des objectifs visés.
- Etude par Panels: Contrairement aux sondages qui constituent une méthode d'observation ponctuelle, statique, les panels relèvent du domaine du continu, du permanent.
- Un panel est un échantillon permanent et représentatif de consommateurs ou de distributeurs (points de ventes) volontaires qui transmettent régulièrement de manière active ou passive des données relatives à leurs comportements (achats, ventes, émissions regardées, sites web visités,..) à la société d'étude ayant mis en place le panel.
- Par son caractère périodique, un panel permet de mettre en évidence des tendances et évolutions du marché ou les effets des campagnes marketing.

## Méthodologie de l'étude

- ✓ Panels de consommateurs: permettent de mesurer de façon continue les comportements d'achat des consommateurs ;
- ✓ Panels de distributeurs: cherchent à mesurer les conditions de l'offre des produits et leurs écoulements dans les points de vente.

## □ Vérifier l'opportunité de se lancer

- Avant de lancer un projet il faut impérativement poser les questions suivantes:
  - **Quelles sont les grandes tendances du marché?** (marché en développement, en stagnation ou en déclin?, que représente-t-il en volume de vente et en chiffre d'affaires?, marché des entreprises ou des particulier? Marché de grande consommation ou de loisirs?)
  - **Qui sont les acheteurs et les consommateurs?** (leurs besoins, leurs comportements, modes d'achat, lieu, ...);
  - **Qui sont les concurrents?** (nombre, directs ou indirects, lieu, produits proposés par les concurrents, prix de leurs produits, ...);
  - **Quel est l'environnement du marché de la future entreprise?** (évolution technologique et processus d'innovation, cadre réglementaire et législatif, ...);
  - **Quelles sont les contraintes du marché et les clés du succès?** (opportunités et menaces éventuelles,...);
  - **Existe-t-il une opportunité pour que mon projet réussisse?** (valeur de plus apporté par le projet par rapport au concurrents, satisfaire un besoin non encore couvert par la concurrence,...).
- L'entrepreneur peut répondre à ces questions à travers une étude documentaire complétée par une étude quantitative et /ou qualitative.



# III- Segmentation et ciblage

- Une fois les informations nécessaires sont collectées, il faut passer à la *segmentation pour diviser le marché en sous-ensembles de consommateurs manifestant des comportements homogènes.*
- Choisir par la suite le ou les segments à satisfaire (le ciblage) afin d'élaborer une stratégie marketing adaptée pour chaque segment.



# IV- Déterminer un mix marketing cohérent

- Choisir un mix marketing adapté à la cible pour pouvoir satisfaire et influencer ses clients futurs:
  - ✓ Le **produit** : Quel(s) produit(s) ou service(s) proposer aux futurs clients ?
  - ✓ Le **prix** : Quel sera le prix de vente?
  - ✓ La **communication** : Comment se faire connaître ?
  - ✓ La **distribution** : Quels réseaux de distribution choisir?



# V- Estimer le chiffre d'affaire (Chiffre d'affaire prévisionnel CAP)

- Une fois le marché est analysé, il faut être en mesure de déterminer un chiffre d'affaire prévisionnel réaliste;
- L'estimation est une activité déterminante pour la création d'une nouvelle entreprise puisqu'elle permet à l'entreprise d'estimer d'une façon chiffrée son activité (nombre de vente);
- Le chiffre d'affaire traduit la performance économique et financière de l'entreprise.



- Le chiffre d'affaire est le montant des ventes réalisées de produits/services de l'entreprise.
- L'entrepreneur désirant créer son entreprise doit prévoir le CA qu'il suppose réaliser au cours de la première année d'activité: C'est le chiffre d'affaire prévisionnel.
- L'estimation du CAP doit être actualisée pour les deux années suivantes afin de disposer d'une vision claire du futur.



- Le CAP est un indicateur qui renseigne sur:
  - La performance économique du projet (afin de donner confiance au créateur, aux partenaires, aux financeurs, ...);
  - Les moyens humains, financiers et matériels nécessaires à mettre en œuvre;
  - Équilibre à long terme de la future entreprise.



- L'estimation du CAP est faite selon deux types d'approches: Les approches par l'offre et les approches par la demande.
- Ainsi, plusieurs méthodes permettent à un entrepreneur d'estimer son chiffre d'affaire prévisionnel (selon la nature de l'activité):
  - ❖ Approches par l'offre (CAP estimé HT)
    - **La méthode par la concurrence ou « analogique »:** estimer le CAP sur la base de celui des concurrents, tout en appliquant des coefficients de minoration pour tenir compte de l'inexpérience de la nouvelle entreprise, et des changements de l'environnement (généralement compris entre 50 et 80%: 50% pour une hypothèse basse, 65% pour une hypothèse moyenne et 80% pour une hypothèse haute);

Exemple: CA HT du concurrent 195500DH. Coefficient de minoration retenu de 65%, on obtient 127075DH arrondi à 127000DH.



- **La méthode du prix de marché (la méthode des référentiels)** : utiliser des informations relatives au secteur d'activité et à la profession comme des références pour estimer le CAP. et ensuite rapprocher ces éléments des caractéristiques propres à l'entreprise obtenus grâce à votre étude de marché (capacité de production de l'entreprise, niveau de la demande des clients, nombre de salariés, heures et jours de travail, surface de vente, ...);



# Exemple

- Un porteur de projet souhaite ouvrir un hôtel. Il a effectué son étude de marché et a déterminé un nombre de nuitées potentiel. Il dispose de 10 chambres qu'il facture 48 € TTC la nuit (60 € TTC en juillet et en août). Il prévoit un taux de remplissage de 80 % en juillet et en août (60% pour le reste de la saison). Il compte fermer son établissement au mois de décembre.
- Voici le détail du calcul de son chiffre d'affaires prévisionnel :



Mois	Nuitées potentielles	Taux de remplissage	Nuitées effectives	Prix unitaire HT	Chiffre d'affaires HT
Janvier	310	60%	186	40,00 €	7.440,00 €
Février	280	60%	168	40,00 €	6.720,00 €
Mars	310	60%	186	40,00 €	7.440,00 €
Avril	300	60%	180	40,00 €	7.200,00 €
Mai	310	60%	186	40,00 €	7.440,00 €
Juin	300	60%	180	40,00 €	7.200,00 €
Juillet	310	80%	248	50,00 €	12.400,00 €
Août	310	80%	248	50,00 €	12.400,00 €
Septembre	300	60%	180	40,00 €	7.200,00 €
Octobre	310	60%	186	40,00 €	7.440,00 €
Novembre	300	60%	180	40,00 €	7.200,00 €
Décembre	310	0%	0	40,00 €	0,00 €
<b>TOTAL</b>					<b>90.080,00 €</b>

❖ Approches par la demande (CAP estimé TTC)

- **La méthode des intentions d'achats:** L'entrepreneur peut consacrer une partie du questionnaire de l'étude de marché aux questions portant sur les habitudes d'achats: fréquence d'achat, prix psychologique, quantités achetées,...; Ces informations permettront à l'entrepreneur de calculer son chiffre d'affaire prévisionnel. Cependant, il faut être prudent puisqu'il existe un décalage entre les achats réels et les intentions d'achat exprimées par le client potentiel lors de l'étude du marché;
- **La méthode des objectifs et des parts de marché:** l'entrepreneur estime la valeur d'un marché ( déterminée par les flux commerciaux qu'il compte) et détermine la part du marché qu'il pense prendre à ses concurrents.



## ❖ Autres approches (CAP estimé HT):

### ➤ La méthode du seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité est le CA pour lequel l'entreprise ne réalise ni profit ni pertes. C'est un CA qui couvre juste les frais fixes et variables. Le CA est exprimé en DH ou en quantités vendues.

Le seuil de rentabilité peut être traduit en unité de temps, on parle dans ce cas du « point mort », c'est-à-dire le moment où le SR est atteint et à partir duquel l'entreprise commence à dégager des bénéfices.

Le seuil de rentabilité permet donc à l'entrepreneur de calculer le CA minimum à réaliser pour assurer la rentabilité de la nouvelle entreprise.



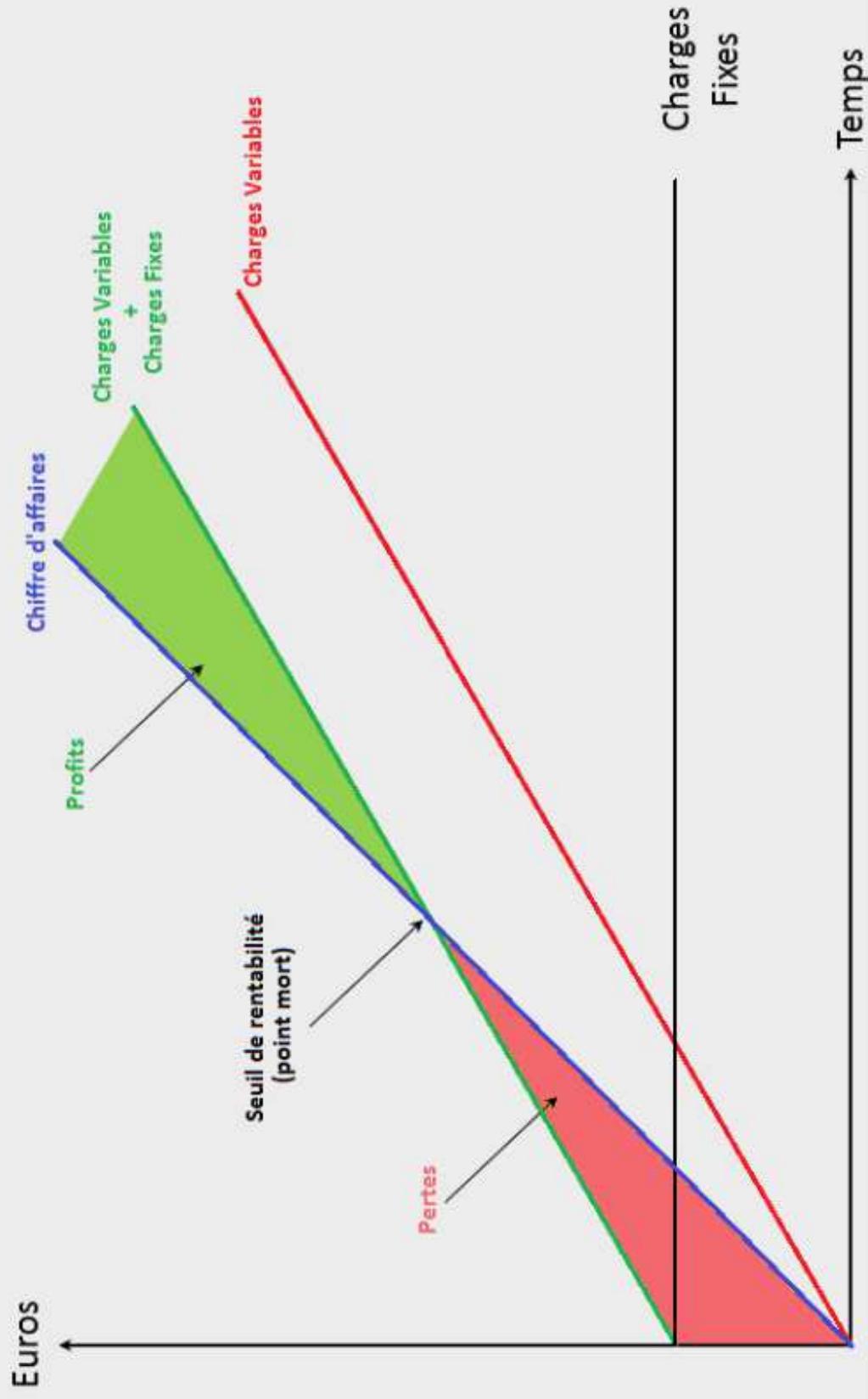
Pour calculer le SR, il est nécessaire de dissocier les charges fixes et les charges variables:

✓ *Les charges fixes*: sont indépendantes de l'activité de l'entreprise et payées souvent avec une fréquence régulière le plus souvent mensuelle (Loyer, assurances, salaires fixes, amortissements,...) ;

✓ *Les charges variables*: évoluent en fonction de l'activité de l'entreprise. Plus l'activité de l'entreprise est importante, plus le montant des charges variables augmente( consommation de matière première, achat de marchandises, partie variable de la masse salariale (primes, CDD, Saisonniers,...), sous-traitance,...).



# Représentation graphique du seuil de rentabilité



- Pour calculer le SR, il faut commencer par calculer le taux de marge sur coût variable (permet de mesurer la part du chiffre d'affaires qui pourra servir à payer les frais fixes après avoir payé les frais variables).

$$\text{Taux de marge sur coût variable} = 100 \times \frac{[\text{Chiffre d'affaires} - \text{Coûts variables}]}{\text{Chiffre d'affaires}}$$

- Une fois que le taux de marge sur coût variable est connu, il suffit de diviser le montant des charges fixe par ce taux pour connaître le seuil de rentabilité.

- Prenons l'exemple d'une entreprise qui va produire des tablettes:
  - Charges fixes : 15 000 euros par an;
  - Charges variables : 50 euros par tablettes;
  - prix de vente unitaire : 400 euros
- 900 tablettes fabriquées et vendues par an
- Chiffre affaires prévisionnel = 360 000 euros
- Marge sur coûts variables :  $400 - 50 = 350$  euros
- Taux de marge sur coûts variables :  $(400 - 50 / 400) * 100 = 87,5\%$
- Seul de rentabilité :  $15\ 000 / 0,875 = 17\ 142$  euros
- A partir de 17 142 euros de chiffre d'affaires, l'entreprise commence à être rentable

- Point en mort en nombre de jours
- **Point mort(jrs) = (Seuil de rentabilité/Chiffre d'affaires) \*360 jours**
- $(17142/360\ 000)*360 = 17,14$
- 
- >> A partir du 17<sup>e</sup> jour d'activité, l'entreprise commence à dégager des bénéfices.

- L'estimation du chiffre d'affaire conditionnera par la suite la détermination de l'ensemble de la politique de développement commerciale de l'entreprise et des moyens financiers, matériels et humains à mobiliser;

# VI- Les prévisions financières

- Chaque entrepreneur doit établir des prévisions financières (minimum sur 3 ans). Ces prévisions portant sur:
  - Le plan de financement initial: capitaux nécessaires pour lancer le projet;
  - Le compte de résultat prévisionnel à trois ans: savoir si le projet sera rentable;
  - Le plan de trésorerie: savoir si les recettes encaissées par l'entreprise tout au long de l'année permettront de couvrir les dépenses de la même période ;
  - Le calcul du seuil de rentabilité: montant minimal de ventes pour couvrir toutes les charges de l'exercice.



# VII- Rédaction du Business Plan

- L'élaboration du Business Plan est un élément clé pour assurer la réussite du projet;
- C'est un document qui permet de présenter l'ensemble des éléments qui le composent afin de convaincre les investisseurs de financer le projet (les banques par exemple);
- C'est une présentation écrite et chiffrée d'un projet de création ou de développement d'une entreprise synthétisant les objectifs, certaines hypothèses, les moyens et les investissements à mettre en œuvre pour atteindre les résultats fixés dans un délais donné;
- Document de la planification stratégique résumant la vision du développement de l'entreprise sur une période donnée, les résultats associés et les moyens nécessaires pour atteindre ces résultats → Réduire l'incertitude.

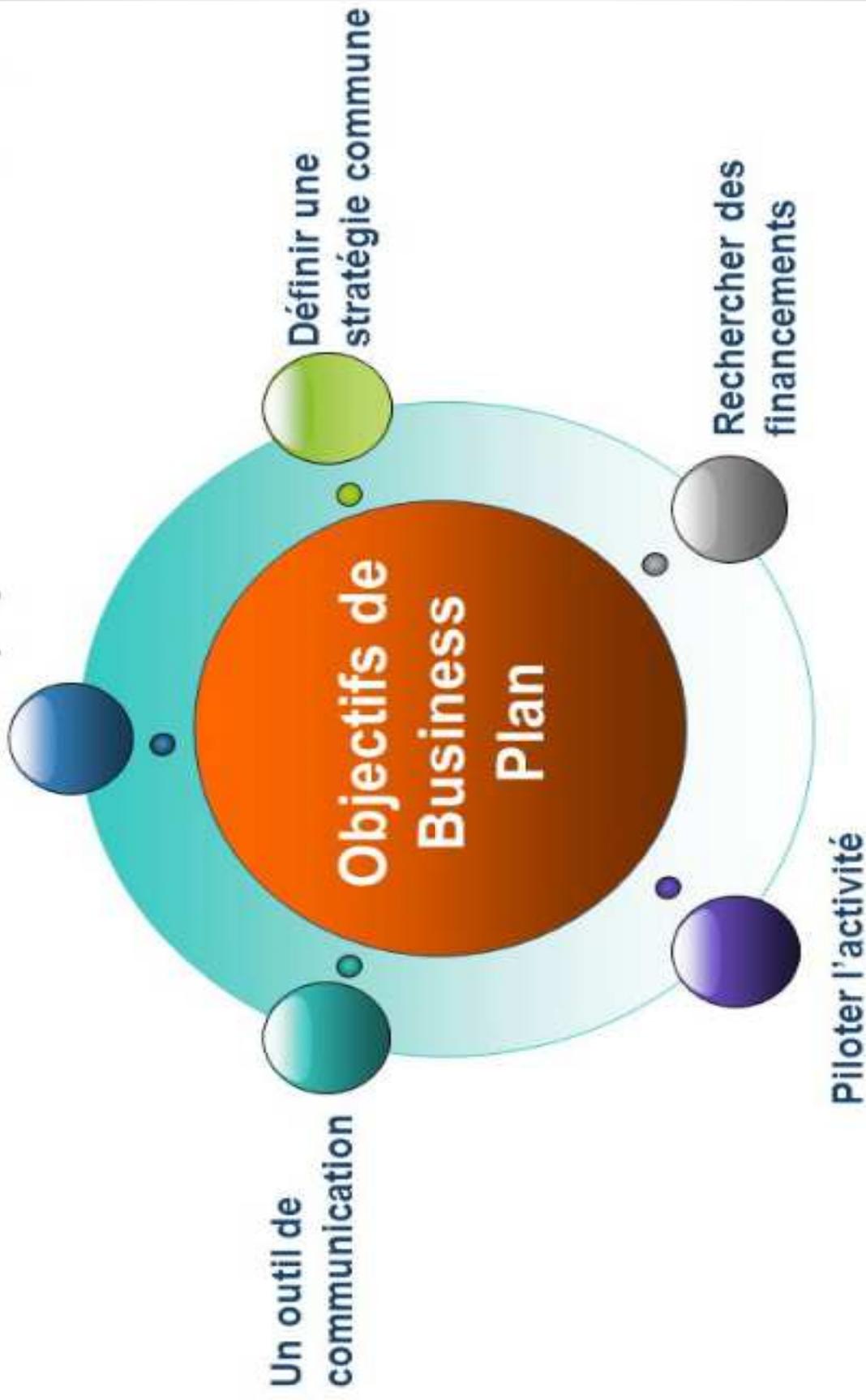


## Différence entre business plan et business model

- Le business model (ou modèle économique en français) est la façon dont l'entreprise génère son profit, tandis que le business plan ou [plan d'affaires](#) est un document présentant la stratégie de l'entreprise, de la vision du dirigeant, de comment sera implémenté le business model, de sa situation financière future (bilan prévisionnel) et de l'activité (compte de résultat prévisionnel) de l'entreprise et ses implications financières pour les années à venir.
- Ainsi, le business model est au centre du business plan.



**Valider la faisabilité et de l'attractivité d'un projet**



**Un outil de communication**

**Définir une stratégie commune**

**Rechercher des financements**

**Piloter l'activité**

- **Canevas:**

- La note de synthèse;
- L'histoire du projet;
- L'équipe et le management;
- La stratégie;
- Le produit ou service;
- Marché et mix-marketing;
- Les moyens à mettre en œuvre;
- Prévisions financières;
- Les annexes.



# IV- Chercher les financement

- Une fois les besoins sont déterminés dans les étapes précédentes, il est indispensable de réunir les capitaux nécessaires pour les couvrir;
- Le financement du projet peut se faire à travers la combinaison de plusieurs sources de financement :
  - ✓ Apport personnel (Créateur, associés);
  - ✓ La "love money " : utilisé quand des personnes proches d'un créateur d'entreprise lui prêtent de l'argent pour financer son projet;
  - ✓ un prêt d'honneur: accordé pour renforcer votre apport personnel. Le prêt d'honneur est un crédit à taux d'intérêt zéro et sans garantie, destiné à la création ou la reprise d'entreprise (**Réseau entreprendre Maroc en partenariat avec plusieurs banques et fondations**);



- ✓ Un microcrédit: est un dispositif qui consiste à prêter de faibles sommes d'argent à des personnes n'ayant pas accès au système bancaire classique. Ces dernières ne disposent pas de garanties réelles, d'apport personnel suffisant, et le montant dont elles ont besoin est trop faible pour intéresser les banques;
- ✓ Un prêt bancaire pouvant être assorti d'un dispositif de garantie (auprès des différentes banques commerciales);
- ✓ un crédit-bail: *Le crédit-bail (leasing) est un contrat par lequel le crédit bailleur (société de financement, banque...) achète un bien et le met à la disposition d'une autre personne, le preneur (locataire), moyennant le paiement d'un loyer. Juridiquement le locataire n'est pas propriétaire du bien mis à sa disposition. Au terme du contrat, l'entreprise bénéficiaire a généralement le choix entre plusieurs options : soit restituer le bien, soit l'acquérir pour un montant défini lors de la conclusion du contrat, soit le renouveler à des conditions le plus souvent moins coûteuses.*
- ✓ *Crédit fournisseur;*
- ✓ *Subventions à l'entreprise (Etat, organismes,...).*



# V- Choix du statut juridique

- L'entrepreneur doit choisir un statut juridique qui permettra à son projet de voir le jour en toute légalité;
- Quelle que soit l'activité (industrielle, commerciale, artisanale,...), le choix se fait entre:
  - L'entreprise individuelle;
  - La société



## ✓ L'entreprise individuelle

- L'exploitant (la personne physique) est à la fois propriétaire et dirigeant;
- L'entreprise individuelle n'a pas une personnalité morale;
- L'entrepreneur, qui exerce une activité pour son propre compte, assume seul toute la responsabilité en ce qui concerne les dettes de son entreprise;
- Formalités de création sont réduites au minimum.



## ✓ Société

- La société est instituée par deux ou plusieurs personnes qui conviennent par un contrat d'affecter à une entreprise commune des capitaux ou du travail en vue de partager les bénéfices qui pourront en résulter;
- L'entreprise dispose de son propre patrimoine.
- Deux types:
  - Entreprises de personnes;
  - Entreprises de capitaux.



## Entreprises de personnes:

- Présentent les caractéristiques suivantes :
  - ✓ L'associé en tant que personne est primordial;
  - ✓ Responsabilité indéfinie et solidaire des associés;
  - ✓ En cas de décès d'un associé, la société est en principe dissoute;
  - ✓ Pas de capital minimum;
  - ✓ La cession des parts est strictement réglementée.
  
- On distingue entre :
  - \* SNC = Société en Nom Collectif: les associés ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales.
  
  - \* SCS = Société en commandite simple: constituée d'associés commandités et d'associés commanditaires.
    - Les associés commandités ont le statut des associés en nom collectif. (apport en numéraire, en nature et en industrie).
  
    - Les associés commanditaires répondent des dettes sociale seulement à concurrence du montant de leur apport. Celui-ci ne peut être un apport en industrie.

## Les sociétés de capitaux

- Présentent les caractéristiques suivantes:
  - ✓ Seuls les capitaux apportés sont pris en compte (et non la personnalité);
  - ✓ La responsabilité est limitée aux apports;
  - ✓ La cession des actions est totalement libre.

### Exemples de sociétés de capitaux :

- SA = Société anonyme: les associés sont des actionnaires et leur responsabilité est limitée à leurs apports au capital.
- SAS = Société Anonyme Simplifiée: constituée entre personnes morales en vue de créer ou de gérer une filiale commune, ou bien de créer une société qui deviendra leur mère commune.



## La société intermédiaire

- La SARL: forme de société intermédiaire entre les sociétés de personnes et les sociétés de capitaux. La responsabilité de chaque associé est limitée à son apport au capital.
- La société en commandite par action (SCA): à la fois société de personnes et de capitaux. Elle est composée de deux types d'associés : les commandités qui sont des commerçants, répondant solidairement des dettes et les commanditaires qui sont actionnaires.

# VI- Démarche administrative de création d'entreprise au Maroc

## 1- Entreprise disposant de la personnalité morale

Les principales étapes de création d'une entreprise de type personne morale sont:

- **Etape n°1: Certificat négatif**

C'est la 1<sup>ère</sup> pièce nécessaire à la création d'une entreprise. C'est un document qui certifie que la dénomination, sigle ou enseigne demandé n'est pas déjà utilisé et peut être donc inscrite pour l'immatriculation au Registre du Commerce.



- **Etape n°2: Rédaction des statuts**

Le statut est un ensemble de dispositions contractuelles, légales qui définissent les règles applicables à une situation juridique déterminée.

Le statut peut être rédigé par: un notaire à la demande du client, un fiduciaire, un notaire, un avocat, un expert-comptable, etc.

- **Etape 3: Etablissement Des Bulletins De Souscription (Uniquement pour la SA, SAS et SCA)**

Le bulletin de souscription est un document que doit remplir la personne qui souhaite participer à la constitution du capital de l'entreprise. Ce bulletin constitue une promesse d'apport en espèce.



- **Etape n°4: Etablissement de la déclaration de souscription et de versement (Uniquement pour la SA, SAS et SCA)**

La déclaration de souscription et de versement est un document établi et signé par le président dans lequel il déclare le montant des versements effectués par les actionnaires.

- **Etape 5: Blocage Du Montant Du Capital Libéré**

Le blocage du capital s'effectue auprès de la banque qui fournit à l'entrepreneur une attestation bancaire prouvant qu'il dispose des fonds nécessaires et obligatoires exigés par la loi. Le montant diffère en fonction de la forme juridique de l'entreprise choisie.



- **Etape n°6 : L'enregistrement des actes**

La formalité de l'enregistrement a pour effet de faire acquérir date certaine aux conventions sous signature privée et d'assurer la conservation des actes. Le dépôt des actes se fait au niveau de la Direction Régionale des Impôts représentée au sein du Centre Régional d'investissement.

- **Etape n°7 : Inscription à la taxe professionnelle et identification fiscale**

C'est l'inscription de la société auprès de l'administration des impôts. Cette étape de la création permet à l'entreprise de choisir son régime fiscal (IS et TVA) et d'obtenir notamment son identifiant à la taxe professionnelle.



- **Etape n°8 : L'immatriculation au Registre du Commerce**

L'immatriculation au registre du commerce constitue l'acte de naissance de l'entreprise. Elle doit être faite dans les trois mois qui suivent la création de la société.

- **Formalités après la création**

- ✓ La publication: Après l'immatriculation au registre de commerce et dans un délai n'excédant pas un mois, deux publicités sont obligatoires au journal d'annonces légales et au bulletin officiel;
- ✓ Affiliation à la CNSS: L'affiliation à la CNSS est une obligation légale. Toute entreprise assujettie au régime de sécurité sociale doit être affiliée à la CNSS qui lui délivre dès lors un numéro d'affiliation qui vaut reconnaissance administrative de son identification, son enregistrement et son rattachement au régime.



## **2- Entreprise ne disposant pas de la personnalité morale (personne physique)**

### **Etape n°1: Certificat négatif (facultatif)**

Si jamais le commerçant choisi de poser une enseigne sur son fonds de commerce pour faire connaître son commerce auprès du public, il devra demander un certificat négatif qui attestera que cette enseigne n'est pas déjà utilisée et peut être donc exploitée pour l'immatriculation au Registre du Commerce.

### **Etape n°2 : Inscription à la taxe professionnelle (IGR et TVA)**

### **Etape n°3 : L'immatriculation au Registre du Commerce**

•

•