PLAN  
D’AFFAIRE

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |
| --- | --- |
| **PROJET** |  |
| **AUTEUR** |  |
| **Date création** |  |
| **Date révision** |  |

# SOMMAIRE

[SOMMAIRE 2](#_Toc372175847)

[LE PORTEUR 4](#_Toc372175848)

[L’IDEE DE DEPART 5](#_Toc372175849)

[L’ETUDE DE MARCHE 6](#_Toc372175850)

[Le marché et son environnement 6](#_Toc372175851)

[L’étude des comportements 7](#_Toc372175852)

[LE PROJET ACTUEL 9](#_Toc372175853)

[L’offre « produit » 9](#_Toc372175854)

[La politique de prix 9](#_Toc372175855)

[La politique de distribution 9](#_Toc372175856)

[La politique de communication 10](#_Toc372175857)

[Les ressources humaines 10](#_Toc372175858)

[Les moyens matériels 10](#_Toc372175859)

[Le statut 10](#_Toc372175860)

[LE BILAN 11](#_Toc372175861)

[LE DOSSIER FINANCIER 12](#_Toc372175862)

[Bilan d’ouverture 12](#_Toc372175863)

[Haut de bilan 12](#_Toc372175864)

[Bas de bilan 12](#_Toc372175865)

[Tableau des immobilisations et amortissements 12](#_Toc372175866)

[Fond de Roulement et Besoin de Fond de Roulement 12](#_Toc372175867)

[Echéance des prêts 12](#_Toc372175868)

[Détails des charges 12](#_Toc372175869)

[Détails des REVENUS 13](#_Toc372175870)

[Compte de Résultats prévisionnel sur 3 ans 13](#_Toc372175871)

[Seuil de rentabilité 13](#_Toc372175872)

[Plan de trésorerie (12 0U 36 Mois selon les cas) 13](#_Toc372175873)

[Plan de financement à trois ans 13](#_Toc372175874)

# LE PORTEUR

Déclinez l’identité du ou des porteurs.

Expliquez votre situation personnelle et familiale.

N’affichez pas un CV, mais présentez votre cursus, vos diplômes et votre expérience professionnelle en mettant en avant les forces et les faiblesses, les atouts et les compétences qui sont en rapport avec le projet que vous entreprenez.

Montrez que vous avez parfaitement pris en compte vos éventuelles contraintes personnelles (autonomie, charges financières, santé, etc.).

Exposez votre motivation, votre objectif personnel, votre potentiel, les traits de votre personnalité.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

# L’IDEE DE DEPART

Présentez votre idée de départ. Celle que vous aviez avant de commencer toute recherche.

Précisez les évènements qui vous ont amenés à vouloir créer ou reprendre une entreprise.

D’où vient cette idée ? Quelle est sa nature ? Pourquoi celle-ci et pas une autre ?

Citez par exemple mais sans trop détailler la nature de l’activité, le nombre de personnes concernées, le type de structure envisagé, la localisation prévue, etc.

Dans un deuxième temps, vous pouvez éventuellement expliquer ce que vous souhaitez faire de cette entreprise à moyens et à longs termes. Comment la voyez-vous évoluer ?

# L’ETUDE DE MARCHE

Présentez ici en synthétisant l’ensemble des informations, données et autres statistiques que vous avez collectées tout au long de votre étude de marché, en indiquant sous forme de résumés les options ou les éléments essentiels que vous avez retenus.

Privilégiez les chiffres, les tableaux, les graphiques, etc.

Citez vos sources, cherchez des preuves et valorisez les informations récoltées.

Affichez les résultats obtenus par vos enquêtes auprès des publics, interprétez les résultats, présentez les enseignements qui en découlent.

Terminez en évoquant les éléments positifs et négatifs, les opportunités et les menaces que cette étude vous permet d’identifier.

Pour rappel, dans cette étude de marché vous devriez aborder l’ensemble des sujets suivants.

**ETUDE DE L’ENVIRONNEMENT**

**SIX POINTS ESSENTIELS**

* La **délimitation** de votre marché.
  + L’activité concernée.
  + La cible visée.
  + La zone de chalandise choisie.
* La **segmentation** de votre futur chiffre d’affaires.
  + Par types de clients.
  + Par types de produits et de prestations.
  + Eventuellement par lieux géographiques.
* La **structure** de ce marché.
  + Les acteurs qui interviennent sur le marché tel que vous l’avez défini et les liens qui les unissent.
* La **taille** de ce marché (tout indicateur qui permettrait une quantification).
  + Chiffre d’affaires.
  + Nombre d’unités vendues.
  + Clients potentiels.
  + Panier moyen.
  + …
* L’**évolution** de ce marché.
  + Comment il a évolué ces derniers mois, ces dernières années.
  + Comment il évoluera dans les mois et les années qui viennent.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

* Les **contraintes environnementales** liées au marché défini plus haut**.**
* contraintes **juridiques**.
* contraintes **démographiques**.
* contraintes **socioculturelles**.
* contraintes **économiques**.
* contraintes **technologiques**.
* contraintes **concurrentielles**.

Concernant les concurrents, ne vous contentez pas de les nommer mais cherchez à répondre à ces différentes questions.

* + Qui sont les concurrents ?
  + Que font-ils ?
  + A qui vendent-ils ?
  + Quel est leur positionnement « prix » ?
  + Comment sont-ils organisés ?
  + Qu’est-ce qui vous différencie d’eux ?
  + …

Classez-les par famille, type, ou taille. Une présentation sous forme de tableau parait appropriée.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

**ETUDE DES COMPORTEMENTS**

**PLUSIEURS POINTS ESSENTIELS**

* Vos **publics**.
* Vos **consommateurs**.
* Vos **acheteurs**.
* Vos **fournisseurs**.
* Vos éventuels **distributeurs**.
* Vos **prescripteurs**.
* Vos **concurrents** (déjà traités en amont).

Là encore, ne vous contentez pas de les nommer ou de les compter. Identifiez-les, classez-les par famille, chercher à connaître pour chacun d’eux leurs centres d’intérêts, leurs priorités, leurs valeurs, etc. Une présentation sous la forme d’un tableau semble là aussi appropriée.

* Focus particulier.
* Sur vos **prescripteurs**.

Qu’est-ce qu’ils leur donneraient l’envie de vous recommander ?

* Sur vos **consommateurs**.

Montrez que vous connaissez parfaitement leurs attentes par rapport à vous.

* Qui sont-ils ?
* Que veulent-ils ?
* Combien en veulent-ils, et combien sont-ils prêts à payer ?
* Où consomment-ils ?
* Quand consomment-ils ?
* Comment consomment-ils ?

Montrez que vous savez comment ils fonctionnent. Vous avez parfaitement identifié leurs **besoins**, leurs **motivations** et leurs **freins**. Vous avez également identifié leur **processus de décision**.

* Sur vos **acheteurs**.
* Qui sont-ils ?
* Où achètent-ils ?
* Quand achètent-ils ?
* Qui décide ?

Si vous avez réalisé une enquête, présentez le questionnaire que vous avez utilisé, les questions les plus pertinentes, les réponses obtenues et les enseignements que vous en tirez.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

**BILAN DE L’ETUDE**

A la suite de cette étude de marché, vous pourriez réaliser un tableau à deux colonnes. D’un côté les éléments positifs, les opportunités. De l’autre, les éléments négatifs, les menaces, les éléments sur lesquels il faudra être très attentif.

**CONCLUSION**

Votre analyse, votre conclusion après cette étude de marché.

# LE PROJET ACTUEL

Partant du postulat que vous connaissez maintenant parfaitement le marché sur lequel vous vous positionnez, les publics qui le composent et les attentes de vos futurs interlocuteurs, vous allez pouvoir construire votre projet.

Après l’étude de marché, vous aborderez les 5 autres étapes d’un projet de création ou de reprise d’entreprise.

* L’offre.
* Les ressources humaines.
* Les moyens matériels.
* Le statut juridique.
* Le plan de financement.

## L’offre

La méthode la plus efficace pour présenter l’offre de votre projet est de développer ici votre stratégie marketing déclinée dans les quatre politiques du mix-marketing.

**POLITIQUE PRODUIT**

Développer et expliquer en quoi consiste votre offre, déclinée en produits, en prestations de service et ce, segment par segment d’activité.

* Les **caractéristiques techniques**.
  + Qualité.
  + Démarcation concurrentielle.
  + Innovation.
* Les **gammes**.
* Le **packaging**.
* Les **marques**.
  + Nom d’entreprise.
  + Nom commercial.
  + Nom de marque.
  + Nom de domaine.

Soulignez en quoi votre solution fait preuve d’innovation et de différenciation et qu’elle répond parfaitement aux besoins exprimés lors de votre étude de marché.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

**POLITIQUE DE PRIX**

Présentez votre politique de prix (logique de marché ou logique de production).

Expliquez comment vous élaborez vos prix.

Montrez que vous avez intégré des éventuels phénomènes de modulation, que vous connaissez la fourchette du prix de marché, etc.

Démontrez et expliquez votre positionnement par rapport à la concurrence.

Sans anticiper sur la partie financière, il y aura un lien direct en cette étape et la première estimation de chiffre d’affaires. Commencez à intégrer des notions de capacité de production, de moyens, etc.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

**POLITIQUE DE DISTRIBUTION**

Présentez la ou les solutions que vous avez retenues pour vendre vos produits et prestations à l’ensemble des clients que vous visez. Ventes directes ou indirecte ? Point de vente et/ou Internet ? Etc.

Montrez comment vous couvrez parfaitement la totalité de votre zone de chalandise et démontrez que les solutions retenues vous offrent le meilleur rapport qualité prix.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

**POLITIQUE DE COMMUNICATION**

Présentez les moyens de communication que vous mettrez en œuvre pour vous faire connaître, et pour faire savoir à vos clients ce que vous pouvez leur apporter.

Elaborez votre charte graphique et votre logo.

Identifiez les différents documents commerciaux que vous devrez utiliser dans le cadre de votre activité.

Identifiez les supports de communication qui devraient être éventuellement disponibles avant le démarrage de l’activité.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

## Les ressources humaines

Présentez les ressources humaines qui seront nécessaires au bon fonctionnement de votre entreprise.

Expliquez leur statut par rapport à vous : associés, salariés, sous-traitants, etc. Justifiez vos choix.

Détaillez la répartition des tâches entre vous et vos futurs collaborateurs et identifiez les compétences clés indispensables à chacun.

Faites voir que vous avez déjà l’étoffe d’un manager qui sait prendre des décisions, partager et déléguer.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

## Les moyens matériels

Faites une liste complète des moyens matériels dont avez besoin pour que l’entreprise puisse fonctionner. Vous pouvez les identifier par thèmes.

* Les **locaux**.
* Les **véhicules**.
* Le **mobilier**.
* Les **matériels techniques** (production, SAV…).
* Le **matériel informatique**.
* La **téléphonie**.
* ...

Vérifiez bien une nouvelle fois que vos choix ont été fait en fonction des besoins des clients et non pas par satisfaction personnelle ou par moyens financiers disponibles. Expliquez par exemple pourquoi vous avez choisi ce local commercial de telle dimension et implanté à tel endroit.

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

## Le statut

Au vue de tout ce que vous avez défini au-dessus, déterminez le statut juridique le mieux adapté à votre entreprise.

Montrer que vous avez pris la mesure des incidences juridiques, sociales et fiscales de ce choix.

Montrez que vous avez bien intégré le fait que l’évolution de votre entreprise dans les années à venir pourrait entraîner un changement de statut. Alors j’anticipe ou pas ?

**Les éléments clés**

|  |  |
| --- | --- |
| N° 1 |  |
| N° 2 |  |
| N° 3 |  |

## Le PLAN DE FINANCEMENT

Présentez ici, sous la forme d’un tableau à deux colonnes, le plan de financement de votre projet de création ou reprise d’entreprise. D’un côté les besoins, les actifs. De l’autre les ressources, les passifs.

Démontrez votre capacité à subvenir au financement de votre projet.

## Le BILAN

Avant d’entamer la partie financière, essayez d’identifier trois ou quatre éléments très pertinents pour chacune de ces rubriques.

* **Force**s.
* **Faiblesses**.
* **Opportunités**.
* **Menaces**.

Les forces et faiblesses sont générées par votre projet.

Les opportunités et menaces par votre étude de marché.

|  |  |
| --- | --- |
| FORCES | FAIBLESSES |
| -  -  -  - | -  -  -  - |
| OPPORTUNITES | MENACES |
| -  -  -  - | -  -  -  - |

**CONCLUSION**

Votre analyse, votre conclusion après cette étape de construction de projet.

# LE DOSSIER FINANCIER

Il faut maintenant démontrer la cohérence financière de votre projet.

* Estimer les revenus de votre entreprise pour les trois premières années.
* Estimer ses dépenses sur la même période.
* Valider sa capacité à générer des bénéfices.

Dans une version exhaustive du plan d’affaire, il faudrait présenter ici un état financier complet intégrant plusieurs tableaux financiers.

* Tableau du **Plan de financement** (réalisé à l’étape précédente).
* Tableau de l’**Estimation du chiffre d’affaires**.
* Tableau des **Charges 1** (autres achats, services extérieurs, et autres services extérieurs).
* Tableau des **Charges 2** (impôts et taxes, frais de personnel, charges sociales).
* Tableau des **Amortissements**.
* Tableau des **Echéances des prêts**.
* Tableau sur le **Fond de roulement** et **Besoin en fond de roulement**.
* Tableau du **Seuil de rentabilité**.
* Tableau du **Compte de résultat prévisionnel** sur 3 ans.
* Tableau de **Plan de trésorerie** sur 3 ans.
* Tableau de **Plan de financement** sur 3 ans.

**CONCLUSION**

Votre analyse, votre conclusion à l’issue de la réalisation de la partie financière.