



Université Mohamed V
Ecole Nationale Supérieure d'Informatique
et d'Analyse des Systèmes
- ENSIAS -

PROJET CREATION D'ENTREPRISE

Easy & Fast S.A.R.L.

Réalisé par :

ATOUI Bilal

AOUFI Younes

BENMAKHOUF ANDALOUSSI Mohammed

BOUANANE Mehdi

- SOMMAIRE -

INTRODUCTION	3
FICHE TECHNIQUE	4
I. LES PROMOTEURS : ANALYSE DU PROFIL	6
I.1 GRILLE D'ANALYSE	6
I.2 NIVEAU DE COMPLEMENTARITE	8
I.2.1 Sur le plan personnalité	8
I.2.2 Sur le plan formation	8
I.3 RESPONSABILITES RESPECTIVES	9
II. L'ENTREPRISE	10
II.1 PROJET	10
II.2 PRESENTATION DU PROJET	11
III. LE MARCHÉ	11
III.1 LE SECTEUR D'ACTIVITE :	11
III.2 PRINCIPALES TENDANCES	11
III.3 ENVIRONNEMENT GENERAL	12
III.3.1 La localisation	12
III.3.2 Clientèle cible	13
III.3.3 La concurrence :	14
IV. LE MARKETING	14
IV.1 ORIENTATIONS STRATEGIQUES	14
IV.1.1 Identification stratégique	14
IV.1.2 Positionnement stratégique	14
IV.1.3 Segmentation du marché	15
IV.2 LE MARKETING	15
IV.2.1 Politique produit	15
IV.2.2 Politique prix :	15
IV.2.3 Politique distribution :	16
IV.2.4 Politique de Communication	16
IV.2.4.1 Enseigne et logo de la société	16
IV.2.4.2 Publicité	16
V. LES OPERATIONS	17
V.1 LOCALISATION	17
V.2 AMENAGEMENT DES BUREAU	18
V.3 EQUIPEMENTS NECESSAIRES	19
V.4 DIMENSION QUALITE	19
V.5 CREATION D'UN SITE WEB	20
V.6. CALENDRIER D'INSTALLATION	20
V.7. CHOIX DE LA FORME JURIDIQUE	21
VI. COUT ET FINANCEMENT DU PROJET	22
VI.1 PLAN DE FINANCEMENT INITIAL	22
VI.1.1 Programme d'investissement	22
VI.1.1.1 Frais d'établissement	22
VI.1.1.1.1 Frais préliminaires : 6000 Dirhams	22
VI.1.1.1.2 Aménagement : 33 000 Dirhams	22
VI.1.1.1.3 Matériel et mobilier de bureaux : 9 700 Dirhams	22
VI.1.1.1.4 Matériel informatique	23
VI.1.1.1.5 Publicité avant le démarrage du projet	23
VI.1.1.1.6 Divers et imprévus	24
VI.1.1.2 Besoins en Fonds de Roulement	24
VI.1.1.3 Récapitulatif du programme d'investissement initial	24
VI.1.2 Les sources de financement :	24

VI.2	COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL.....	25
VI.2.1	<i>Ressources humaines</i>	25
VI.2.1.1	Plan de recrutement.....	25
VI.2.1.2	Charges annuelles du personnel (En dirhams).....	26
VI.2.1.3	Les effectifs.....	28
VI.2.2	<i>Les prévisions financières</i>	28
VI.2.2.1	L'estimation du chiffre d'affaires.....	28
VI.2.2.2	Les charges du personnel :.....	29
VI.2.2.3	Coût d'achat :.....	29
VI.2.2.4	Coût d'énergies :.....	30
VI.2.2.5	Coûts de l'électricité, l'eau, le téléphone et l'entretien:.....	30
VI.2.2.6	Assurances sur matériel de transport:.....	31
VI.2.2.7	Redevances de crédit de bail.....	31
VI.2.2.8	Impôts et taxes :.....	31
VI.2.2.9	Dotations aux amortissements :.....	32
VI.3	BUSINESS PLAN.....	32
	CONCLUSION :	34
	SOURCES	35

INTRODUCTION

Un développement économique et social durable des pays émergents devrait s'appuyer nécessairement sur un esprit d'entrepreneuriat à même, à mettre en harmonie des ressources financières et humaines dans un environnement propice pour doper la croissance.

Le présent projet de création d'entreprise s'inscrit dans le cadre d'un module dispensé à L'Ecole Nationale Supérieure d'Informatique et d'Analyse des Systèmes. Cette dernière relève d'une démarche pédagogique pertinente qui vise à diffuser un esprit d'entreprise et d'initiative et de préparer des futurs ingénieurs, dotés des aptitudes nécessaires pour participer à la création de la valeur et au développement économique du pays.

L'objectif que nous assignons à ce projet serait donc de mettre en pratique les démarches théoriques nécessaires à la conception et la mise en œuvre d'un projet d'investissement. Il couvrira donc les principales phases depuis la présentation des promoteurs jusqu'à l'élaboration du planning de réalisation.

Nous aborderons ainsi dans un premier temps les détails relatifs à notre entreprise **(I)** et **(II)**, au marché où nous allons opérer **(III)**, et les politiques marketing et commerciales que nous envisageons mettre en œuvre **(IV)**,

Nous parlerons également des opérations à réaliser **(V)**, pour arriver enfin au coût et financement du projet **(VI)**,

FICHE TECHNIQUE

- **Titre du projet** : Société de services a domicile.
- **Raison sociale** : *Easy & Fast* S.A.R.L.
- **Localisation** : Casablanca
- **Associés** : AOUI Younes, ATOUI Bilal, BENMAKHLOUF Med, BOUANANE Mehdi.
- **Descriptif du service et ses attributs**

Société de services, qui consiste a amené au client tous type de produits, et de services à domicile, pour ceci nous proposerons un cite web, ainsi qu'un numéro de téléphone surtaxé. Voila quelques exemples de services et produits proposés :

- La course : Nous proposons à nos clients de leurs faire la course dans son intégralité (légumes, fruits, produits domestiques, ...etc.).
- Les services : nous proposons a nos clients, tous types de services sur les 24 heures de la journée et 7jours/7, dans les cas les plus urgents tel que : Plombier, Electricien, Médecin, Médicaments, ...etc.

Le but que nous recherchons a travers notre société, est d'offrir aux habitants de la ville de Casablanca le soulagement d'avoir en tête q'un seul numéro pour tous leurs différents besoins quotidiens que se soit un medecins, des médicaments a minuit, une plomberie qui a sauté, où tous simplement le besoin de faire la course.

- **Matrice d'innovation :**

Attribut	Degré d'innovation	Nature de l'innovation et Observations
Rapidité	Elevé	Une livraison rapide en moins d'une heure après la commande.
Flexibilité	Elevé	Notre gamme de service va s'étendre sur un large éventail de produit et services.
Commodité	Elevé	Se faire livrer chez soi, tous ce qu'on désire par un simple clic ou coup de fil.
Adaptabilité	Moyennement élevé	Nous permettrons a nos clients d'avoir un large éventail de choix en ce qui concerne nos produits et services.
Qualité	Elevé	Une garantie totale offerte par notre entreprise sur n'importe quel service commandé

- **Clients :**

- Clients particuliers :
 - La Classe Moyenne
 - La Classe Aisée

- Concurrents :

Vu l'innovation de notre idée, nous ne possédons pas de concurrents directs sur le marché.

I. LES PROMOTEURS : ANALYSE DU PROFIL

I.1 Grille d'analyse

Promoteurs Motivations	Mohammed			Bilal			Mehdi			Younes		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Psychologiques												
Estime de soi	√			√			√			√		
Adéquation des compétences au projet	√				√			√		√		
Persévérance	√				√			√			√	
Goût du risque		√		√				√		√		
socio-professionnelles												
Rigueur	√			√				√		√		
Initiative	√				√			√		√		
Implication dans le projet	√			√			√			√		
Sens de créativité		√			√		√				√	
Motivations financières & économiques												
Rentabilité		√		√				√				√
Indépendance financière		√			√				√		√	
Motivations financières & économiques		√			√			√			√	

- (1) Elevé
- (2) Moyen
- (3) Faible

■ **Interprétation :**

Promoteur 1 : Mohammed

- **Niveau d'adéquation entre le promoteur et le projet :**

Le projet nécessite un savoir faire important, et une formation technique assez solide.

Mr Mohammed et grâce à sa formation à L'ENSIAS et les stages qu'il a effectué, dispose de compétences nécessaires pour diriger le service commerciale de l'entreprise.

- **Sa vision par rapport au projet :**

- Projet porteur.

- **Ses motivations :**

- Sa passion pour L'informatique.
- Réaliser soi même par la création de sa propre entreprise.
- Participer d'une manière efficace au développement économique du pays.

Promoteur 2 : Bilal

- **Niveau d'adéquation entre le promoteur et le projet :**

Ayant une formation en informatique, en parallèle avec sa passion pour le domaine du marketing ses compétences lui permettront d'assurer la gestion de service marketing.

- **Sa vision par rapport au projet :**

- Projet porteur.

- **Ses motivations :**

- Sa passion pour la gestion.
- Réaliser soi même par la création de sa propre entreprise.
- Participer d'une manière efficace au développement économique du pays.

Promoteur 3 : Mehdi

- **Niveau d'adéquation entre le promoteur et le projet :**

Sa formation en Informatique, ses stages, ainsi que son relationnel lui permettront de réussir sa mission en tant que responsable administratif de l'entreprise. Celle ci opérant dans un marché assez nouveau, un effort considérable au niveau communication est attendu.

- **Sa vision par rapport au projet :**
 - Projet porteur.
- **Ses motivations :**
 - Réaliser soi même par la création de sa propre entreprise.
 - Participer d'une manière efficace au développement économique du pays.

Promoteur 4 : Younes

- **Niveau d'adéquation entre le promoteur et le projet :**

Ayant une formation en informatique et étant lui-même trésorier du club junior entrepris de L'ENSIAS, ses compétences lui permettront d'assurer la gestion du service financier.
- **Sa vision par rapport au projet :**
 - Projet porteur.
- **Ses motivations :**
 - Réaliser soi même par la création de sa propre entreprise.
 - Participer d'une manière efficace au développement économique du pays.

I.2 Niveau de complémentarité

Les quatre promoteurs sont de bons amis depuis deux ans, de plus ils forment deux binômes (mehdi et bilal) (younes et mohammed), et partageons la même résidence universitaire.

I.2.1 Sur le plan personnalité

Mohammed et Mehdi sont assez créatifs, flexibles et ayant un esprit de communication. Younes et Bilal quand a eux sont plus méthodologiques, organisés et dynamiques. Ceci est une source de complémentarité exigée par le projet.

I.2.2 Sur le plan formation

Les quatre promoteurs ont en commun, la même formation ainsi que le cursus, mais également une même manière de voir les choses.

1.3 Responsabilités respectives

Le directeur Général: Mehdi BOUANANE

- Direction du conseil d'administration
- Approbation des choix des investissements
- Approbation des stratégies de l'entreprise
- Se charger des choix d'investissement et de financement

Responsable Administratif et Financier : Younes AOUI

- Gestion de la trésorerie
- Participation a l'élaboration des stratégies de l'entreprise
- Préparation des états financiers prévisionnels
- Tenir la comptabilité générale et analytique de l'entreprise
- Se charger de la fiscalité

Responsable Commercial : Mohammed BENMAKHLOUF

- Participation a l'élaboration des stratégies de l'entreprise
- Elaboration des stratégies de commercialisation
- Mission de Technico-commercial
- Recouvrement, Prospection contact client.
- Mettre a jour régulièrement le site web de l'entreprise.

Responsable Marketing: Bilal Atoui

- Participation a l'élaboration des stratégies de l'entreprise.
- Elaboration de la stratégie de communication.
- Se charger de la politique de publicité.
- Mettre a jour régulièrement le site web de l'entreprise.

II. L'ENTREPRISE

II.1 Projet

Lors des différentes investigations que nous avons mené nous avons constaté les faits suivants,

Fait	Types de données	Sources
La demande	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre important de personne exprime leurs besoins d'un tel service 	Expérience personnelle
L'offre	<ul style="list-style-type: none"> • Service de livraison a domicile de tous type de produits et services. 	
La faisabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune contrainte juridique ne semble exister. • Nouveau concept. • Marché porteur. 	Centre Régional d'investissement de Casablanca
Le financement	<ul style="list-style-type: none"> • Projet relativement abordable. • Rentable a moyen terme. 	Banque, et famille
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> • Atouts du service (Rapidité, Souplesse, ...) • Rapport service/prix très intéressant. 	Par constatation
Les risques	<ul style="list-style-type: none"> • Service méconnu au Maroc. • Manque de confiance des Marocains dans ce genre de services. 	Par constatation

II.2 Présentation du projet

Le projet a été l'idée de notre associé Mr Mehdi qui a fait la connaissance d'un directeur d'une entreprise similaire en France.

Il avait alors trouvé le concept assez simple et très rapporteur. Le projet nous a ensuite plu, compte tenu de son originalité, des avantages financiers et juridiques, et les opportunités commerciales qu'il présente.

Le nom de notre entreprise sera : *Easy @ Fast* S.A.R.L

Les objectifs de notre entreprise seront les suivants :

- Participer au développement régional et hisser le niveau économique et social,
- Assurer une croissance soutenue de ses activités,
- Promouvoir un service rapide en exécution, fiable en qualité et maîtrisable en termes de coûts,
- Livrer dans des délais records pour la fidélisation des clients.

III. LE MARCHE

III.1 Le secteur d'activité :

L'activité de notre entreprise se place au niveau du secteur des services pour les particuliers, plus précisément celui des livraisons a domicile.

III.2 Principales tendances

Le concept que nous voulons apporter au paysage économique du pays est a la fois innovent et méconnu pour les marocain. Mais, Les dernières statistiques montre que les marocains s'orientent de plus en plus à demander des livraisons a domicile, que ça soit par des magasins qui offre ce service en supplément (les magasins de mobiliers, les magasins d'électroménagers...) ou tout simplement une livraison a domicile de produits frais (pizza, sandwich...).

Le local est un appartement d'une superficie de 85 m². L'adresse exacte du site est « **23, Bd Abd Elmoumen, Maarif, Casablanca** », en plein quartier Maarif et en proximité du quartier Anfa. Son loyer mensuel est de 2 500 Dh.

II.3.2 Clientèle cible

Notre cible se subdivise en deux principaux segments :

- Clients particuliers de classe moyenne.
- Clients particuliers de classe aisée.

■ Clients particuliers:

Le Maroc est un pays de 30 millions d'habitants, urbanisé à 57% (dont 48% de population active) avec 5,2 millions de foyers ayant une taille moyenne de 5,5 personnes en 1999, contre 4,9 millions en 1998, soit un taux de croissance annuel de 3%. Le PIB par habitant est passé de 1 246 USD en 1997 à environ 1 356 USD par habitant en 1998.

Les dépenses par personne (en dirham) et les coefficients budgétaires (en %) selon les grands groupes de biens et services s'établissent, d'après l'enquête nationale sur les niveaux de vie des ménages 1998/1999, comme suit :

Grands groupes de biens et services	Dépenses par personne	Coefficient budgétaire
Alimentation et boissons	3 372	43,1 %
Habillement	431	5,5 %
Habitation/Energie	1 676	21,4 %
Equipements ménagers	304	3,9 %
Hygiène & soins médicaux	536	6,9 %
Transport & communication	509	6,5 %
Enseignement, culture et loisirs	353	4,5 %
Autres dépenses de biens et services	487	6,2 %
Dépenses non destinées à la consommation	155	2,0 %
Total	7 823	100 %

Source : Direction de la statistique

II.3.3 La concurrence :

Nous prévoyons durant les cinq premières années un dynamisme sans précédent dans les activités de livraison à domicile : La demande sera de plus en plus forte, l'offre de plus en plus diversifiée et la concurrence de plus en plus acharnée.

Et puisque notre idée présente la livraison à domicile sous une nouvelle aire nous espérons atteindre la plus forte partie du marché.

IV. LE MARKETING

IV.1 Orientations stratégiques

Le marketing, afin qu'il soit efficace, doit découler d'un ensemble d'orientations stratégiques clairement définies. Celles-ci, découlant à leur tour de l'étude du marché se résument comme suit :

IV.1.1 Identification stratégique

Le concept de la livraison à domicile tel qu'on le conçoit est encore peu développé au Maroc à dire qu'il est totalement méconnu des marocains, ceci laisse à penser qu'il existe encore une niche inexploitée. Nous allons donc fixer comme stratégie : une pénétration du marché en volume accompagnée d'efforts de communication afin de stimuler la demande, et augmenter le nombre de clients potentiels.

IV.1.2 Positionnement stratégique

Notre positionnement se basera sur les trois attributs suivants :

Rapidité	Livraison de la commande en moins d'une heure
Flexibilité	Notre gamme de service va s'étendre sur un large éventail de produit et services.
Commodité	Se faire livrer chez soi, tout ce qu'on désire avec un simple clic ou coup de fil.

IV.1.3 Segmentation du marché

Notre marché sera segmenté principalement suivant le critère géographique :

- Sur ce plan nous concentrons nos efforts dans un premier temps sur la ville de Casablanca afin de faire connaître l'entreprise, et de nous construire une réputation qui nous permettra par la suite d'élargir nos frontières, vers la ville de Rabat après notre cinquième année d'existence.

IV.2 Le Marketing

IV.2.1 Politique produit

Comme précité, notre positionnement s'appuiera essentiellement sur la commodité du concept, avec une forte adaptation aux habitudes de consommation de la clientèle cible. Cette différenciation serait assurée de manière à nous permettre de nous démarquer de l'offre déjà existante. Les principaux attributs peuvent être résumées comme suit :

- **Délais** : nous assurerons à nos clients de se faire livrer dans un délai maximal d'une heure.
- **Flexibilité** : selon l'évolution des besoins de nos clients, nous chercherons à ajouté d'autre services.
- **Fiabilité** : nous offrirons des garantis sur tous les services rendus (Plomberie, Mécanicien,...) càd que nous chercherons à nous entourez des meilleurs professionnels dans tous les domaines pour offrir à notre clientèle le meilleur des services.

IV.2.2 Politique prix :

Nos clients pourront économiser de 10 à 25% sur le coût d'un achat habituel, le prix final d'une course sera le prix d'achat initial augmenté du prix de livraison : 20 Dh et puis 20% du total. Donc $P_f = 6/5 * (P_i + 20)$

On ce qui concerne les autres services offerts tel que Médecin, plombier et d'autre nous proposerons des prix assez avantageux pour nos clients.

Puisque nous proposerons nos services 24h/24 et 7j/7, les tarifs seront surtaxés pendant la nuit, de 10% du prix final d'une course.

IV.2.3 Politique distribution :

Nous projetons l'acquisition de deux véhicules pour la livraison au départ, puis au bout de la troisième année dans l'élan de notre expansion nous comptons d'acquérir de plus en plus de véhicules pour atteindre à la fin de la cinquième année un nombre de 4 voitures utilitaires.

IV.2.4 Politique de Communication

Nous visons une pénétration rapide du marché avec une distinction de notre service. Pour ce faire, nous adopterons une politique de communication agressive, notamment lors des trois premières années.

L'objectif de notre plan de communication consiste dans un premier temps à promouvoir la marque sous un label de qualité et de commodité et ensuite à banaliser le produit de manière à susciter l'envie de la cible.

IV.2.4.1 Enseigne et logo de la société

Nous avons opté pour la dénomination de notre société

Easy @ Fast S.A.R.L pour évoquer d'une part notre domaine d'activité, et

d'autre part les points fort de notre entreprise : la rapidité et la simplicité.

IV.2.4.2 Publicité

Notre politique de publicité devrait donc être à la fois informative et persuasive. Les actions de communication, relations publiques, et relations de presse seront réparties essentiellement en deux catégories, suivant qu'elles soient des actions de média ou des actions hors média.

Les actions média

- Insertions dans les magazines
- Insertions dans la presse

Les actions hors média

- Les voitures de transport porteront des inscriptions publicitaires,
- Panneaux et affiches publicitaires.

Le tableau suivant récapitule les actions de communication programmées pour la première année.

Action	Support	Temps	Coûts HT (en DH)
Insertion 1 page	Economie & Entreprises	3 mois	2300 x 3 = 6.900
Insertions ¼ page	L'économiste	8 fois par an	1.500 x 8 = 12000
Insertion Annuaire professionnel	Kompass Pages jaunes	1 fois par an 1 fois par an	3.500 2.500
Conception & Impression Brochures et insertions publicitaires	Conception brochures & Affichages	6.000 exemplaires (Pu : 5 dh)	6.000 x 5 = 30.000
Panneaux Publicitaires Conception Mise en place	1 Affichage (150x200 cm)	02 mois	10.000
Cartes commerciales			6.000
Total			70 900

On prévoit une augmentation du budget réservé à la publicité de 5% annuellement. Afin d'atteindre les objectifs tracés, les actions ci-dessus seront réalisées suivant le planning suivant :

Actions	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Economie & Entreprises	1					1						
L'économiste	2	2	1		1			1		1		
Kompass	1											
Pages Jaunes	1											
Expositions									1			
Brochures	1											
Panneaux Pub.				1			1					

V. LES OPERATIONS

V.1 Localisation

Conscients de l'importance primordiale de l'implantation géographique dans la réussite de notre projet, nous avons réalisé une étude sur l'emplacement du local qui abritera notre entreprise

Proximité

A 1 Kilomètre du quartier Maarif
 A 2 Kilomètre du quartier Anfa
 A 4 Kilomètre de l'Hermitage et Derbe Ghalaf

Loyer annuel

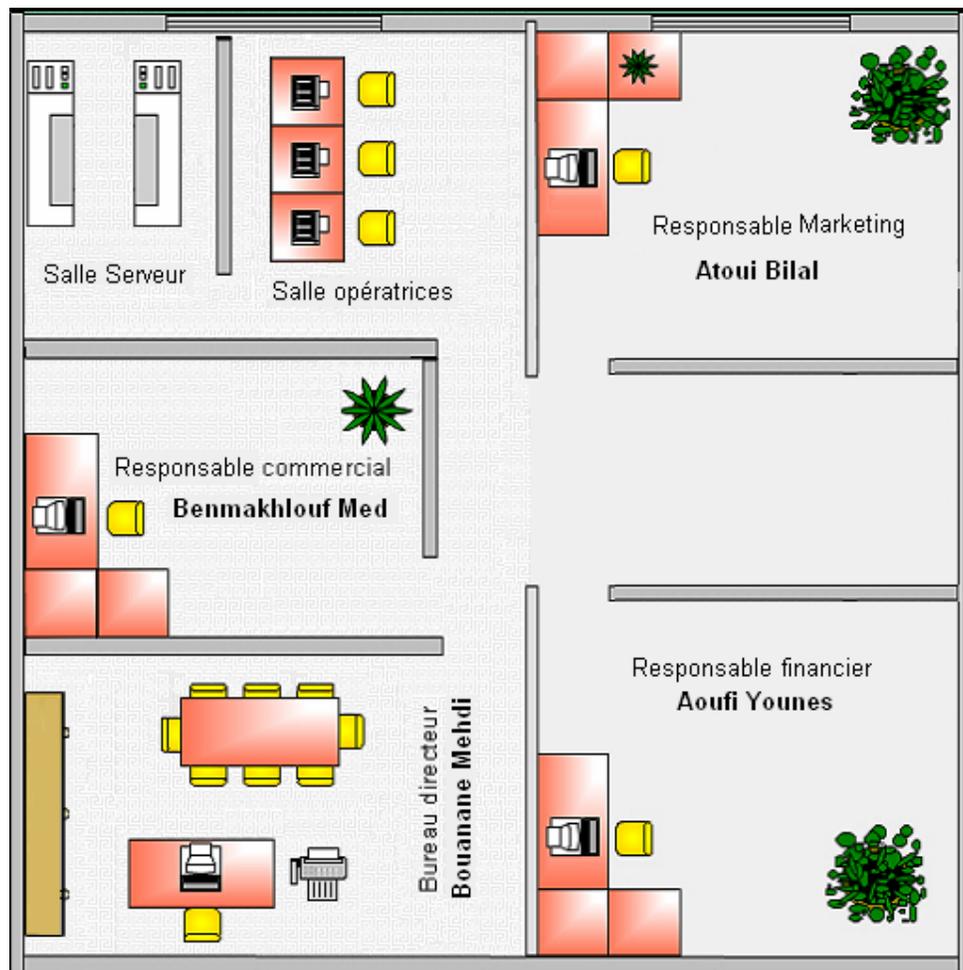
30 000 Dh



□ : Emplacement de l'entreprise

V.2 Aménagement des bureau

Le croquis ci-après représente la structure physique de notre local. Il retrace ainsi l'emplacement de chaque bureau afin d'assurer un maximum de confort et accessibilité pour tous les associés.



V.3. Equipements nécessaires

Le démarrage de l'entreprise aura besoin de plusieurs équipements ; à savoir l'équipement informatique celui de transport et finalement l'équipement des bureaux. Une grille détaillée de chaque type d'équipement est donnée dans le chapitre **VI.1.1.1**.

V.4 Dimension qualité

Toute entreprise, soucieuse de gérer la qualité de ses services, souhaite apporter la preuve de cette qualité sur le plan interne (le personnel) et sur le plan externe (les clients).

L'amélioration de la qualité dans notre entreprise passera par la maîtrise de la qualité dans chacune des étapes de livraison et de sélection des fournisseurs. Pour cela on veillera en permanence à :

- La qualité de l'entreprise vis à vis des clients.
- La qualité des opérateurs.
- La qualité des fournisseurs.

V.5 Création d'un site web

Afin d'assurer une meilleure pénétration du marché et permettre à nos clients de passer leurs commande d'une manière facile et rapide, nous allons créer un site web qui proposera un panier d'achat virtuel pour pouvoir commander tout type de produits, ou choisir parmi les différents services proposés. Nos clients pourront directement s'informer sur les promotions en cours, les tarifs et les nouveautés.

Site web	Hébergement + nom de domaine	500 dhs/an
----------	------------------------------	------------

V.6. Calendrier d'installation

Pour créer notre entreprise nous devons suivre un calendrier d'installation composé de plusieurs taches décrites dans le tableau ci-dessous :

	Nom de la tache	Durée	Début	Fin	Prédécesseur
1	Opérations juridiques	20 jours	17 Septembre 2006	12 Octobre 2006	
2	Aménagement du local	60 jours	21 Septembre 2006	20 Novembre 2006	
3	Contact des fournisseurs	10 jours	1 Octobre 2006	12 Octobre 2006	
4	Acquisition et installation du matériel	30 jours	21 Novembre 2006	21 Décembre 2006	2
5	Recrutement des employés	5 jours	24 Décembre 2006	28 Décembre 2006	4
6	Publicité	28 jours	1 Décembre 2006	28 Décembre 2006	

Avec ce planning, le local sera prêt pour la date prévue du démarrage du projet « **1er Janvier 2007** ».

V.7. choix de la forme juridique

Pour la forme juridique, nous avons le choix entre un type de société de capitaux ou encore un autre type de société de personnes.

Nous ne pouvons pas opter pour une société de personne du moment qu'on ne peut pas constituer l'entreprise au nom de l'un ou plusieurs associés justifié par l'absence d'une parfaite connaissance entre ces associés. En général, cette forme d'entreprises est adoptée principalement dans des situations familiales ou encore une relation de collaboration entre personnes proches ce qui n'est pas le cas pour notre entreprise. D'autre part, on avait la possibilité d'opter pour la forme de Société Anonyme, ce qui suppose aussi bien un capital très important qu'un Chiffre d'Affaire assez volumineux. En plus la gestion d'une SA s'avère plus compliquée puisqu'elle fait appel à des organes d'administration, des assemblées générales et des commissaires aux comptes. Pour notre entreprise, et vue sa petite taille et le CA qu'elle va réaliser, il ne sera pas commode et pratique d'adopter cette forme juridique.

En prenant en compte tous ces arguments et en procédant par élimination, nous avons juger plus bénéfique d'adopter la forme de Société à Responsabilité Limitée **S.A.R.L.** Elle est appelée comme ceci car en effet, les associés limitent leur responsabilité aux dettes de la société à leurs apports. La S.A.R.L paraît plus pratique car elle prend une place intermédiaire entre les sociétés de personnes et les sociétés de capitaux. Elle se rapproche des sociétés de personnes dans la mesure où les associés sont souvent peu nombreux, les parts sociales ne sont pas librement cessibles et le fonctionnement de la société est assuré d'abord par un gérant. D'autre part, elle s'apparente à une société de capitaux dans la mesure où les associés ne sont pas personnellement commerçants et peuvent céder leurs parts et ils bénéficient d'une limitation de responsabilité, en plus la publicité et le contrôle des comptes de la société obéissent aux mêmes règles que pour les sociétés de capitaux. Finalement la SARL reste la forme juridique la plus appropriée pour un projet de jeunes promoteurs.

VI. COUT ET FINANCEMENT DU PROJET

VI.1 Plan de financement initial

VI.1.1 Programme d'investissement

VI.1.1.1 Frais d'établissement

VI.1.1.1.1 Frais préliminaires : 6000 Dirhams

Les frais préliminaires sont estimés à 6.000 dirhams :

Eléments	Montant
Certificat négatif	150
Immatriculation au registre du commerce	150
Dépôt légal	200
Publication au B.O.D.A.C.C.	2 000
Timbres fiscaux	1 300
Honoraires	2 200
Total en dirhams	6000

Source : chambre de commerce

VI.1.1.1.2 Aménagement : 33 000 Dirhams

Comme nous l'avons déjà précisé plus haut, le local est un appartement loué à 2500Dh/moi, nous aurons besoins d'acquérir le local quatre mois avant le démarrage effectif du projet pour son aménagement.

Les opérations effectués dans le cadre de l'aménagement :

Eléments	Coût
Location du local (4 Mois)	10 000
Peinture	10 000
Menuiserie intérieure	5000
Eclairage/Lustrerie	5000
Plomberie sanitaire	3000
Total en Dirhams	33 000

Source : Devis CGI

VI.1.1.1.3 Matériel et mobilier de bureaux : 9 700 Dirhams

Le détail ci-dessous est le fruit d'une comparaison entre un ensemble de devis

et de multiples appels téléphoniques et visites de fournisseurs qui nous ont permis d'arrêter le montant du matériel de bureau pour le démarrage et la marche de l'activité à 9 200 Dhs.

Désignation	Quantité	Prix unitaire H.T	Total	Emplacement	
Bureaux	4	1000	3 000	Tous les postes	Devis Kitea
Chaise	4	250	1 000		
Bureau opératrice	1	750	750	Salle opératrices	
Table de réunion	1	2 500	2 500	Bureau directeur	
Fauteuil président	1	1 000	1 000		
Téléphone	5	100	500	Touts les postes	Devis MECADET
Agrafeuse	4	15	60	-	
Boite agrafes	10	5	50	-	
Boite trombones	10	5	50	-	
Paquets Stylos	1	100	100	-	
Paquets papier	5	35	175	-	
Boite encre pour cachets	4	40	160	-	
Dateur	4	20	80	Tous les postes	
Cachet de la société	3	70	210	Tous les postes	
Cachet pour le directeur	1	70	70	Bureau directeur	
Total (En dirhams)					9 700

VI.1.1.1.4 Matériel informatique : 29 500 Dirhams

Eléments	Quantité	Prix unitaire H.T.	Prix total HT
Serveur	1	8 000	8 000
PC	4	5 000	20 000
Imprimantes	1	500	500
Scanner	1	1 000	1 000
Total (En dirhams)			29 500
			Source : Devis Bestmark

VI.1.1.1.5 Publicité avant le démarrage du projet : 5 000Dirhams

Avant que l'installation du projet soit totalement finie, on va réserver une enveloppe pour une publicité d'une durée d'un mois. On a opté pour la distribution de prospectus annonçant la prochaine ouverture de notre entreprise.

Publicité	Quantité	Prix unitaire H.T.*	Prix total HT
prospectus	10 000	0,50	5 000

* Prix de distribution inclus.

VI.1.1.1.6 Divers et imprévus : 2 800 Dirhams

L'enveloppe réservée aux divers et imprévus est estimée à 3% du montant de l'investissement,

VI.1.1.2 Besoins en Fonds de Roulement

Le besoin en fonds de roulement représente l'immobilisation des fonds dus aux décalages temporels existant entre le processus d'achat, de production et de vente, compte tenu des délais de règlement des fournisseurs et des recouvrements des créances. En effet, l'exploitation de toute entreprise génère des besoins et des ressources.

Vu la nature des services que propose notre entreprise, on aura besoin d'un fonds de roulement relativement faible. On l'estime pour la première année à la somme nécessaire pour répondre à 10 commandes de prix moyen de 300Dh.

Donc, pour la première année le BFR est de 30 000Dh. Au cours des quatre années suivantes, les résultats prévus nous dispense du BFR.

VI.1.1.3 Récapitulatif du programme d'investissement initial : 116 000 Dirhams

Le tableau suivant récapitule le coût de l'investissement projeté (en dirhams):

Désignation	Montant
Frais préliminaires	6 000
Aménagements	33 000
Mobilier de bureau	9 700
Publicité	5 000
Matériel informatique	29 500
Divers et imprévus	2 800
BFR	30 000
Total (En dirhams)	116 000

VI.1.2 Les sources de financement :

En raison des dépenses considérables prévues, le financement par nos simples fonds propres s'avère insuffisant et le recours à l'emprunt devient indispensable.

La banque nous consent, en début d'exploitation, un crédit de 120 000 Dirhams pour subvenir à nos besoins financiers.

Le taux convenu est de 13,75% l'an avec un remboursement par annuités constantes payables en fin de période sur 5 ans.

$$\text{Annuité constante} = 120\,000 \times \frac{13,75\%}{1 - (1 + 13,75\%)^{-5}} = \mathbf{34\,744,24\,DH}$$

Le plan d'amortissement de l'emprunt se présente ainsi :

Périodes	Capital restant dû	Amortissement	Intérêts	Annuité
1	120 000	18 244,24	16 500	34 744,24
2	101 755,76	20 752,8	13 991,4	34 744,24
3	81 002,9	23 606,3	11 137,9	34 744,24
4	57 396,5	26 852,2	7 892	34 744,24
5	30 544,3	30 544,3	4 200	34 744,24

VI.2 Compte de résultat prévisionnel

VI.2.1 Ressources humaines

VI.2.1.1 Plan de recrutement

La qualité des ressources humaines est un élément prépondérant pour la réussite de notre projet (c'est l'Homme qui crée la valeur). Ainsi, notre politique de recrutement consiste à embaucher des personnes bien formées et ayant une bonne expérience dans leurs domaines de compétence. Le plan de recrutement prévu se présente comme suit :

Personnel	Profil Requis	Niveau d'Etude	Mission
Responsable administratif	Rigueur. Organisation, leadership et bonnes connaissances linguistiques.	Formation d'ingénieurs (Bac+5)	Les grandes orientations stratégiques, les prises de décisions, le pilotage de l'ensemble des services.
Responsable Commercial	Sens de communications développés, aisance relationnelle, et disponibilité	Formation d'ingénieurs (Bac+5)	Contact client, recouvrement, prospection
Responsable marketing	Imagination, créativité, conscience professionnelle	Formation d'ingénieurs (Bac+5)	Etablissement des plans d'actions de la société ainsi que les grandes lignes de la politique marketing
Responsable Financier	Dynamisme, autonomie et efficacité	Formation d'ingénieurs (Bac+5)	Définir la stratégie financière de l'entreprise et tenir ses comptes.
Opératrice	Bonne maîtrise linguistique, autonomie	Bac+2	Répondre aux commandes téléphoniques, renseignements.
Coursier	Rigueur, autonomie et avoir un permis de ville	Niveau secondaire	Faire acheminer les commandes aux clients

VI.1.1.2 Charges annuelles du personnel (En dirhams)

Le tableau suivant présente le calcul des salaires de base qui nous permettent, compte tenu des différents traitements, de retrouver les salaires nets mentionnés ci-dessus (par catégorie):

Le personnel	Responsable administratif	Responsable commercial	Responsable financier	Responsable marketing	Opératrice	Coursier	Totaux
Salaire de Base	96000	96000	96000	96000	21000	20 000	425000
Allocations familiales	0	0	0	0	0	0	0
Indemnités de transport	0	0	0	0	0	0	0
Indemnités de représentation	0	0	0	0	0	0	0
Salaire Brut	96000	96000	96000	96000	21000	20000	425000
SBI	96000	96000	96000	96000	21000	20000	425000
Mutuelle	2 880	2 880	2 880	2 880	613	583	12716
CNSS	2 574	2 574	2 574	2 574	563	536	11395
Retraite	4800	4800	4800	4800	1050	1000	21250
Frais professionnels	16 320	16 320	16 320	16 320	3570	3400	72250
Salaires nets imposables	69 426	69 426	69 426	69 426	15204	14481	307389
IGR brut	22 147	22 147	22 147	22 147	0	0	88588
Charges familiales	0	0	0	0	0	0	0
IGR net	22 147	22 147	22 147	22 147	0	0	88588

Le tableau suivant récapitule les données précédentes et calcule le salaire net à payer pour chacun des personnels.

Le personnel	Responsable administratif	Responsable commerciale	Responsable financier	Responsable marketing	Opératrice	Coursier	Totaux
salaire brut	96000	96000	96000	96000	21000	20000	425000
CNSS	2 574	2 574	2 574	2 574	563	536	11395
Retraite	4800	4800	4800	4800	1050	1000	21250
Mutuelle	2880	2880	2880	2880	613	583	12716
IGR net	22147	22147	22147	22147	0	0	88588
Salaire net à payer	63599	63599	63599	63599	18774	17881	291021

VI.2.1.3 Les effectifs

Les effectifs nécessaires au fonctionnement de l'entreprise évoluent comme suit :

Le personnel	Effectif Année 1	Effectif Année 2	Effectif Année 3	Effectif Année 4	Effectif Année 5
Responsable administratif	1	1	1	1	1
Responsable commercial	1	1	1	1	1
Responsable marketing	1	1	1	1	1
Responsable financier	1	1	1	1	1
Opératrice	3	3	5	5	7
Coursier	5	5	7	7	9
Totaux	12	12	16	16	18

Remarque : l'évolution de l'effectif des coursiers s'explique par le nombre de véhicules de transport acquis comme le montre le tableau suivant :

Année	Nombre de véhicules	Nombre d'équipes de jours	Nombre d'équipes de nuit	Nombre total de coursiers
1	2	2	1	5
2	2	2	1	5
3	3	2	1	7
4	3	2	1	7
5	4	2	1	9

Le nombre total des coursiers suit la règle suivante :

$$\text{Nbr.Coursier} = (\text{Nbr.Vehicules} * \text{Nbr.Equipe.Jour}) + \text{Nbr.Equipe.Nuit}$$

Chaque équipe travaille pendant une durée de huit heures.

VI.2.2. Les prévisions financières

VI.2.2.1 L'estimation du chiffre d'affaires

Afin d'estimer les chiffres d'affaires prévisionnels durant les cinq premières années, et vu que notre activité s'inscrit dans un nouveau marché en plein ressort, on a pas pu déterminer la part exacte du marché qu'on peut atteindre. Donc on a opté pour une estimation du nombre de commandes annuelles.

Année	Commandes Normales		Commandes surtaxées		Total des ventes
	Nombre*	PU moyen	Nombre*	PU moyen	
1 ^{ère}	50	300	10	150	5 940 000
2 ^{ème}	80	300	16	150	9 504 000
3 ^{ème}	110	300	22	150	13 068 000
4 ^{ème}	180	300	38	150	21 492 000
5 ^{ème}	250	300	50	150	29 700 000

* Le nombre de commande par jour

L'évolution du chiffre d'affaires prévisionnel se caractérise par une forte croissance durant les premières années (cycle de démarrage). Cette évolution est due, d'une part par la croissance de la demande et d'autre part par l'évolution de nos parts de marché.

VI.2.2.2 Les charges du personnel :

Année Le personnel	Effectif					Salaire annuel par personne					Salaire Annuel par fonction				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Responsable administratif	1	1	1	1	1	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305
Responsable commercial	1	1	1	1	1	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305
Responsable marketing	1	1	1	1	1	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305
Responsable financier	1	1	1	1	1	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305	63599	66 779	70117,9	73623,8	77305
Opératrice	3	3	5	5	7	18774	19713	20698,3	21733,2	22819,9	56322	59139	103492	108666	159739
Coursier	5	5	7	7	9	17881	18775	19713,8	20699,5	21734,4	89405	93875	137997	144896	195609
Totaux	12	12	16	16	18	291051	305604	320884	336928	353774	400123	420130	521960	548057	664568

On prévoit une augmentation annuelle de 5% pour tout le personnel.

VI.2.2.3 Coût d'achat :

Sur la base de la règle $P_i = 6/5 * (P_i + 20)$, on peut aisément estimer le coût des achats.

Année	Commandes Normales			Commandes surtaxées			Total des ventes	Total des achats
	Nombre*	PU _f moyen	PU _i Moyen	Nombre*	PU _f moyen	PU _i moyen		
1 ^{ère}	50	300	230	10	150	136	5 940 000	4 629 600
2 ^{ème}	80	300	230	16	150	136	9 504 000	7 407 360
3 ^{ème}	110	300	230	22	150	136	13 068 000	10 185 120
4 ^{ème}	180	300	230	38	150	136	21 492 000	16 764 480
5 ^{ème}	250	300	230	50	150	136	29 700 000	23 148 000

VI.2.2.4 Coût d'énergies :

Dans le tableau qui suit, on a recensé le nombre totale de kilomètres que parcourt les véhicules pour chaque année, ainsi on peut calculer la consommation du gasoil annuelle.

	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
Kilométrage moyen aller-retour	5	5	5	5	5
Nombre d'aller-retour	21 600	34 560	47 520	78 480	108 000
Kilométrage/an	108 000	172 800	237 600	392 400	540 000
Consommation moyenne (L/100Km)	9	9	9	9	9
Prix moyen gasoil	6,20	6,20	6,20	6,20	6,20
Consommation totale	60 264	96 422,4	132 580,8	218 959,2	301 320
Frais d'entretien, lavage, vidange, huile	4 000	5 500	7 000	11 500	16 000
Total	64 264	101 922,4	139 580,8	230 459,2	317 320

VI.2.2.5 Coûts de l'électricité, l'eau, le téléphone et l'entretien:

Vu la nature des services que propose notre entreprise, la consommation en eau et en électricité serait relativement faible. Le tableau suivant montre la consommation annuelle.

Electricité	4 800 dirhams	(soit une consommation moyenne de 6 000 Kw/h)
Eau	2 400 dirhams	(soit une consommation moyenne de 528 m ³)
Téléphone	3 600 dirhams	(soit une consommation moyenne de 300Dh/mois)
Entretien	6 000 dirhams	(soit un entretien moyen de 500Dh/mois)

VI.2.2.6 Assurances sur matériel de transport:

Année	Nombre véhicules	Assurance	Total
1ère Année	2	2 500	5 000
2ème Année	2	2 500	5 000
3ème Année	3	2 500	7 500
4ème 1nnée	3	2 500	7 500
5ème Année	4	2 500	10 000

VI.2.2.7 Redevances de crédit de bail

Matériel	Loyer	Périodicité	Total
Voiture Peugeot Partner	46 729	1	46 729
	1 888,8	47	88 773,5
Devis : AUTO-HALL Kenitra			

	1ère Année	2ème Année	3ème Année	4ème Année	5ème Année
Redevances	69 403 (46 738 + 1 888,8 x 12 Mois)	22 665,6 (1888,8 x 12 Mois)	92 069,4 (46 738 + 2 x 1 888,8 x 12 Mois)	45 331,2 (2 x 1888,8 x 12 Mois)	114 734,8 (46 738 + 3 x 1 888,8 x 12 Mois)

VI.2.2.8 Impôts et taxes :

La valeur locative du local est de 30 000Dh/An.

La valeur totale de l'investissement est de 116 000Dh

Avec les règles de calcul des impôts et de taxes on peut dégager le tableau ci-dessous :

	1ère Année	2ème Année	3ème Année	4ème Année	5ème Année
Patente	14 600	14 600	14 600	14 600	14 600
Taxe urbaine	19 710	19 710	19 710	19 710	19 710
Taxe d'édilité	14 600	14 600	14 600	14 600	14 600
Total	48 900				

VI.2.2.9 Dotations aux amortissements :

Désignation	Durée	Valeur	Taux	Dotations				
				1ère Année	2ème Année	3ème Année	4ème Année	5ème Année
Frais préliminaires	5	6 000	20%	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200
Aménagements	20	33 000	5%	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650
Matériel informatique	5	29 500	20%	5 900	5 900	5 900	5 900	5 900
Mobilier de bureau	10	9 700	10%	970	970	970	970	970
Divers et imprévus	10	2 800	10%	280	280	280	280	280
Total		81 000		10 000				

VI.3. Business Plan

Après avoir dégagé les différents charges et ressources de l'entreprise, on peut maintenant dresser le plan d'affaire.

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
1. Chiffre d'affaire	5 940 000	9 504 000	13 068 000	21 492 000	29 700 000
2. Achats	4 629 600	7 407 000	10 185 120	16 764 480	23 148 000
3. Marge Brute (1)-(2)	1 310 400	2 097 000	2 882 880	4 727 520	6 552 000
4. Charges d'Exploitation					
- Frais de Personnel	400 123	420 130	521 960	548 057	664 568
- Impôts et Taxes ¹	48 900	48 900	48 900	48 900	48 900
- Travaux Fourniture et Services ²	48 200	48 200	50 700	50 700	53 200
- Transport et Déplacement ³	64 264	101 922,4	139 580,6	280 459,2	317 320
- Frais divers de Gestion ⁴	75 000	78 545	82 267	86 175	90 279
- Frais Financiers ⁵	104 147,2	57 409,9	126 813,6	80 075,4	149 479
Total	673 134	755 107,3	970 220,6	1 094 366,6	1 323 746
5. Marge d'Exploitation (3)-(4)	637 266	1 341 892,7	1 912 659,4	3 633 153,4	5 228 254
6. Amortissement	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
7. Résultat d'Exploitation (5)-(6)	627 266	1 331 892,7	1 902 659,4	3 623 153,4	5 218 254
8. Impôt sur les sociétés (IGR)	0	0	0	0	0
9. Résultat Net (7)-(8)	627 266	1 331 892,7	1 902 659,4	3 623 153,4	5 218 254
10. Cash-flows (9)+(6)	637 266	1 341 892,7	1 912 659,4	3 633 153,4	5 228 254
Ratio de rentabilité (10)/(1) (%)	15,7	14,1	14,6	16,9	17,6

1. Taxe urbaine + Taxe d'édilité + Patente

2. Loyer + Consommation en eau et en électricité + Entretien + Assurance

3. Coût du gasoil

4. Coût du téléphone + Publicité + Création de site web

5. Annuité de l'emprunt + Redevance du crédit Bail

CONCLUSION :

En guise de conclusion, on peut dire que depuis quelques années on assiste à un engouement de l'investisseur au Maroc et plus particulièrement celui des jeunes promoteurs, favorisé par la similitude du droit des affaires, du droit fiscal et du droit des sociétés..

En effet si les réelles potentialités marocaines demeurent encore insuffisamment connues à l'étranger et même au Maroc, les secteurs porteurs que sont les services , l'agro-alimentaire, l'informatique et l'électronique.

Ainsi le module de création d'entreprise dispensé à notre école est un moyen pour attirer l'attention des jeunes lauréats à l'importance de l'entrepreneuriat, en leur offrant par la même occasion des techniques aussi bien qualitatives que quantitatives pour réussir leurs projets

Malgré les difficultés rencontrées sur le terrain, cette étude nous a été bénéfique sur plusieurs niveaux, aussi bien du côté académique où nous avons pu améliorer nos connaissances en méthodologies d'étude, de traitement et de l'analyse des données, de gestion de projets et de création d'entreprise, et au niveau personnel puisqu'on a pu forger d'avantage notre personnalité et améliorer notre relationnel.

SOURCES

Documents et ouvrages :

- Création d'Entreprise, Guide Pratique, CEEI PROMOTECH - Centre d'Entreprise et d'Innovation, Agence de promotion économique du Canada atlantique
- Business Plan « Un outil stratégique pour mieux créer votre PME » proposé par Dar Ad-DAMANE.
- Guide création APEC
- Gestion de production, A. COURTOIS, ed. Organisation
- Finance d'entreprise, P. VERNIMMEN, ed. Dalloz
- O. GHANNAM ZAIM - Entreprises Et Communication Au Maroc - Dar Nachr al Maarifa ; 1998
- P. Kotler & B. Dubois - Marketing Management; ed. Publi union; 11ème édition.

Sites Web :

- www.Businessngels.com
- www.cnss.ma
- www.damancom.ma/
- www.finances.gov.ma
- www.industry.org.ma
- www.douane.gov.ma