



Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion

CESAG



Master en Banque et Finance

MBF

Année académique 2017-2018

Option :

Marchés financiers et finance d'entreprise

Projet professionnel

CREATION D'UN INCUBATEUR
PRIVE POUR
L'ACCOMPAGNEMENT DES
START-UPS EN COTE d'IVOIRE :
EASY PROJECT

Présenté par :

KEHO Netanet Jude Simon

17^{eme} Promotion

Sous la supervision de :

M. Alassane OUATTARA, *Ph.D*

Enseignant – Chercheur en Finance et

Comptabilité au CESAG

Dakar, Juillet 2018

DEDICACE

Je dédie ce présent projet professionnel :

- Au seigneur et sauveur Jésus-Christ, pour la force et l'inspiration qu'il nous a permis d'avoir lors de la rédaction de ce travail ;
- à mes parents **KEHO Firmin** et **OULAÏ Suzanne**,

Vous qui avez connu beaucoup de privations pour que je sois un homme heureux, trouvez à travers cette œuvre le couronnement de vos efforts.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Ce rapport ne saurait être élaboré sans le soutien et les conseils des personnes qui n'ont ménagé aucun effort pour nous guider jusqu'à sa réalisation.

Nous adressons nos sincères remerciements d'abord à toute l'équipe du programme Master en Banque et Finance (MBF) particulièrement :

- ✓ A monsieur Ababacar SECK, responsable du programme (MBF) qui ne cesse de porter une attention particulière pour le prestige et la pérennité du programme.
- ✓ A madame Chantal OUEDRAOGO, Assistante du programme, qui n'a ménagé aucun effort pour nous accompagner tout au long de cette année académique 2017/2018.

Nos gratitude vont également à l'endroit de :

- ✓ A monsieur Alassane OUATTARA, Ph,D Enseignant en Finance et comptabilité, notre encadreur, pour avoir accepté de nous encadrer malgré ses occupations, son sens de l'orientation nous a été d'un apport inestimable ;
- ✓ Au professeur BAIDARI, Directeur Générale du CESAG, pour son amour inconditionnel attaché au programme (MBF).
- ✓ A tout le corps professoral du CESAG, pour la formation de qualité enseignée.

Nous ne pouvons terminer sans dire un grand merci à :

- ✓ A tous nos collègues MBF de la promotion 17 et
- ✓ A toute personne de près ou de loin, qui nous a été d'un soutien financier, moral ou spirituel.

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AD :	Assistante de Direction
AGEPE :	Agence de Promotion de l'Emploi
CA :	Chiffre d'Affaires
CAF :	Capacité d'Autofinancement
CEMAC :	Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale
CEPICI :	Centre de Promotion et des Investissements en Côte d'Ivoire
CESAG :	Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion
CGECI :	Confédération Générale des Entreprises de Côte d'Ivoire
CM :	Community Manager
CMPC :	Coût Moyen Pondéré du Capital
DRCI :	Délai de Récupération du Capital Investi
GUFE :	Guichet Unique des Formalités d'Entreprises
MBF :	Master en Banque et Finance
OHADA :	Organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires
ONU :	Organisation des Nations Unis
PATEC :	Projet d'Appui au Traitement Economique du Chômage
PESTEL :	Politique Environnemental Sociologique Technologique Ecologique Légal
PIB :	Produit Intérieur Brut
PME :	Petites et Moyennes Entreprises
PND :	Programme National de Développement
PRODIJE :	Programme d'Incubation des Jeunes Entrepreneurs
RMC :	Responsable Marketing et Communication
SWOT :	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TIC :	Technologies de l'Information et de Communication
TRI :	Taux de Rentabilité Interne
UEMOA :	Union Economique et Monétaire Ouest Africain
UIT :	Union International des Télécommunications
VAN :	Valeur Actuelle Nette

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1: ANALYSE FORCES ET FAIBLESSES, OPPORTUNITES ET MENACES	26
TABLEAU 2: POLITIQUE DE PRIX EASY PROJECT	28
TABLEAU 3: PORTRAIT DU PERSONNEL A RECRUTER	33
TABLEAU 4 : FRAIS D'ETABLISSEMENT	38
TABLEAU 5: TABLEAU DES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES.....	38
TABLEAU 6: TABLEAU DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES	39
TABLEAU 7: IMMOBILISATIONS FINANCIERES	40
TABLEAU 8 : TABLEAU DE FINANCEMENT DU PROJET	42
TABLEAU 9: CHIFFRE D'AFFAIRE PREVISIONNEL.....	42
TABLEAU 10: MASSE SALARIALE	43
TABLEAU 11 : FRAIS GENERAUX	43
TABLEAU 12:SYNTHESES DES CHARGES D'EXPLOITATIONS.....	44
TABLEAU 13: TABLEAU D'AMORTISSEMENT IMMOBILISATIONS INCORPORELLES.....	44
TABLEAU 14 : TABLEAU D'AMORTISSEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES	44
TABLEAU 15: COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL.....	45
TABLEAU 16: RENTABILITE DU PROJET	46
TABLEAU 17: TABLEAU DE COMPARAISON RENTABILITE ECONOMIQUE ET RENTABILITE FINANCIERE .	46
TABLEAU 18: TABLEAU D'ANALYSE DE LA SENSIBILITE.....	48

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1: REPARTITION DES HOMMES ET DES FEMMES DANS NOTRE ECHANTILLON	12
FIGURE 2 REPARTITION DES TRANCHES D'AGE DE NOTRE ECHANTILLON.....	12
FIGURE 3: SITUATION ACTUELLE DES PERSONNES INTERROGEES	12
FIGURE 4: POURCENTAGE DES PERSONNES DISPOSANT DE START-UP ET CEUX QUI N'ONT EN PAS	13
FIGURE 5: OPINION SUR LA CREATION DE START-UPS.....	13
FIGURE 6 : POURCENTAGE DES PERSONNES VOULANT BENEFICIER D'UN ESPACE DE COWORKING.....	13
FIGURE 7: CONNAISSANCES DES STRUCTURES D'ACCOMPAGNEMENT	14
FIGURE 8: MONTANT DES PARTICIPATIONS DES JEUNES A LA CREATION DE LEUR START-UPS	14
FIGURE 9 : SCHEMA TECHNIQUE DU PROJET.....	30
FIGURE 10: STRUCTURE DU CAPITAL DE EASY PROJECT.....	34
FIGURE 11: ORGANIGRAMME DE EASY PROJECT	37

SOMMAIRE

DEDICACE.....	
REMERCIEMENTS	i
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	ii
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES	iii
FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET	v
RESUME.....	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROMOTEUR ET DU PROJET	6
I. Présentation du promoteur	6
II. Présentation du projet.....	7
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ, ANALYSE STRATEGIQUE ET ETUDE TECHNIQUE	11
I. Etude de marché.....	11
II. Plan stratégique générale.....	20
III. Plan stratégique d'activité	27
IV. Etude technique	29
CHAPITRE III : ETUDE JURIDIQUE, FINANCIERE ET ECONOMIQUE	34
I. Statut juridique et montage	34
II. Montage Financier.....	37
III. Analyse d'impact prospective du projet	48
CONCLUSION	50
BIBLIOGRAPHIE	52
ANNEXES	55

FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET

Titre du projet	EASY PROJECT
Forme Juridique	Société à responsabilité limitée
Capital Social	15 000 000 FCFA
Localisation	Abidjan - Côte d'Ivoire
Promoteur	KEHO Netanet Jude Simon / Manh Stachys Ibato
Coût du projet	23 955 500
Modalité de financement	Apport promoteur: 4 791 100 FCFA (20%)
	Emprunt : 19 164 400 FCFA (80%)
VAN	80 639 706 FCFA
TRI	51%
Nombre d'emplois créés	6

RESUME

Les incubateurs sont devenus en l'espace de quelques années un passage obligé pour de nombreuses start-up et sont un vecteur d'acquisition d'une certaine légitimité pour passer à l'étape suivante qui est la levée de fonds auprès d'investisseurs. Elles peuvent donc être un intermédiaire de confiance et deviennent alors un maillon de sélection dans la chaîne de création et de développement d'une start-up. C'est pourquoi, l'Etat de Côte d'Ivoire pour encourager l'entrepreneuriat a lancé en premier centre incubateur d'Abidjan qui servira à l'encadrement de plusieurs PME exerçant dans tous les secteurs d'activité, en termes de formation, de coaching, de mentorat, de mise de relations stratégiques et de recherche de financement. C'est dans ce cadre et animé par la volonté de participer au développement de notre pays que nous est venu à l'idée de créer un incubateur privé pour l'accompagnement de start-up en Côte d'Ivoire. Cet incubateur aura pour rôle de mettre un ensemble de service de qualité à la disposition de tous ces START-UPS et PME mais aussi de promouvoir l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire. L'évaluation financière du projet à travers les indicateurs de rentabilité tels que la Valeur Actuelle Net (VAN), le Taux de Rentabilité Interne (TRI) et Délai de Récupération du Capital Investi (DRCI) nous a permis d'attester de la viabilité du modèle proposé.

Mots clés : incubateur, start-up, accompagnement.

ABSTRACT

In just a few years, incubators have become a must for many start-ups and are a vehicle for acquiring a certain legitimacy to take the next step, which is fundraising with investors. They can therefore be a trusted intermediary and then become a link in the selection chain in the creation and development of a start-up. That is why, the State of Côte d'Ivoire to encourage entrepreneurship has launched the first incubator center in Abidjan, which will serve to supervise several SMEs operating in all sectors of activity, in terms of training, coaching, mentoring, strategic relationship building and fundraising. It is in this context and driven by the desire to participate in the development of our country that we came to the idea of creating a private incubator for start-up support in Côte d'Ivoire. This incubator's role will be to provide a set of quality services available to all these START-UPS and SMEs but also to promote entrepreneurship in Côte d'Ivoire. The financial evaluation of the project through the profitability indicators such as the Net Present Value (NPV), the Internal Rate of Return (IRR) and the Returned Capital Recovery Time (DRCI) allowed us to attest to the viability of the project. proposed model.

Keywords: incubator, start-up, coaching.

INTRODUCTION

1. Contexte général et Justification du projet

De nos jours, bon nombre de START-UPS naissent en Afrique, mais elles se développent moins vite. Les START-UPS jouent un rôle de plus en plus important dans le dynamisme et le renouvellement du tissu productif ainsi que dans le développement de nouveaux secteurs économiques. À l'image du secteur du numérique, les jeunes pousses exercent un rôle déterminant dans le développement des industries de demain, que ce soit dans le domaine de la transition écologique (greentechs), de la biologie (biotechs), de la médecine (medtechs), de la finance (fintechs) que des objets connectés.

En effet, dans les pays anglophones selon Partech Ventures¹, cette avancée est menée par le Nigeria, dont les Start up dans le domaine de la technologie ont attiré près de 109 millions de dollars en 2016. Après le Nigeria, vient l'Afrique du Sud, qui a reçu 96,7 millions de dollars en 28 levées de fonds. Le Kenya, lui, se hisse à la troisième place du podium africain avec 92,7 millions de dollars levés par 21 START-UPS.

Parmi les nombreux facteurs qui influencent la capacité de développement des START-UPS, l'accès au financement est dominant. Avec un taux de croissance du PIB qui devrait atteindre 7 % en 2018 et 2019, la Côte d'Ivoire continue d'être l'une des économies les plus dynamiques d'Afrique. Le dernier rapport de la Banque mondiale² consacrée à la situation économique ivoirienne et publié aujourd'hui, note la performance indéniable de l'économie ivoirienne mais recommande également des mesures urgentes pour se moderniser et rattraper son retard technologique. Le gouvernement ivoirien a clairement indiqué sa vision et présenté son ambition pour ce pays, celle d'en faire un pays émergent à l'horizon 2020 pourrait-on dire peut rattraper ce retard technologique par un système entrepreneurial développé où le secteur privé pourrait bénéficier de l'un des meilleurs environnements des affaires dans la zone UEMOA et dans une des économies les plus dynamiques du continent notamment par la création et le développement des START-UPS.

Pour pouvoir dynamiser le développement des START-UPS, la Côte d'Ivoire à travers son Ministère de la Promotion de la Jeunesse, de l'Emploi des Jeunes et du Service Civique a montré clairement son envie pour la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes avec la mise en place du

¹ <http://www.jeuneafrique.com/534465/economie/en-2017-124-START-UPS-africaines-ont-recu-560-millions-de-dollars-dinvestissements-en-capital-selon-partech/>

² <http://www.banquemonde.org/fr/news/press-release/2018/02/08/cote-divoire-must-modernize-its-economy>

Projet d'Appui au Traitement Economique du Chômage (PATEC) dont les populations cibles sont les suivants :

- Les chômeurs individuels anciennement inscrits à l'AGEPE ou nouvellement enregistrés dans le fichier de l'AGENCE EMPLOI JEUNES et n'ayant pas atteint l'âge légal de la retraite, porteurs de projets d'activités génératrices de revenus et créateurs d'emplois.
- Le groupement de chômeurs inscrits à l'AGEPE ou dans le fichier de l'AGENCE EMPLOI JEUNES.
- Les chômeurs sortis du fichier des allocations et les non allocataires.

L'accès au capital a un impact significatif sur la vie des entreprises. Non seulement il permet la création et le développement de celles-ci, mais aussi favorise l'innovation en leur sein. Fort de cela, l'accès au financement est devenu un enjeu stratégique majeur pour la plupart des entreprises modernes. Cet enjeu est d'autant plus ressenti par les START-UPS et PME que L'accès au capital contribue à réduire leur risque d'exploitation ; conditionne leur survie, leur stabilité financière et l'extension de leurs activités.

2. Problématique

Dans les pays de la zone UEMOA, force est de constater que l'accès aux crédits est difficile pour les START-UPS en général et particulièrement pour celles de nos pays car, en l'absence d'informations publiques abondantes, il est difficile pour un créancier de discriminer les demandes de prêt.

En outre, les START-UPS se caractérisent d'abord par leur petite taille qui les rend fortement sensibles aux fluctuations économiques et les expose ainsi à la faillite ; ensuite par la faiblesse des fonds propres et l'insuffisance de garanties matérielles ; enfin par la méconnaissance des techniques financières et le manque de transparence comptable et financière.

Par conséquent, elles présentent un profil de risque élevé pour les banques qui montrent leur réticence à leur apporter des financements nécessaires au développement de leurs activités.

Cette situation constitue une entrave au financement des PME et ne favorise pas l'innovation pourtant source de valeur ajoutée et moteur de croissance.

Ainsi, en Côte d'Ivoire les banques commerciales restent caractérisées dans leur ensemble par leur aversion au risque, l'investissement dans les START-UPS et PME est jugé risqué, et leur frilosité

à s'engager dans le financement des START-UPS et PME, et cela d'autant plus en termes d'instruction des dossiers de demande de crédits.

Porteuses de nouveaux modèles d'affaires encore non rentables et dont la viabilité est difficile à évaluer, l'activité de ces jeunes entreprises est inadaptée au circuit de financement classique par crédit bancaire. Requérant une prise de risque plus élevée de la part des investisseurs, leur financement repose en large partie sur des apports soit en financement participatif ou de fonds propres aux différents stades de leur développement, de l'incubation à la sortie. Cette technique d'accompagnement désignée sous le terme d'incubateur et/ou accélérateur de START-UPS lorsqu'elle concerne les phases de création et de croissance de START-UPS, fait intervenir différents types d'acteurs : principalement les incubateur/accélérateurs et les fonds d'investissement publics et privés spécialisés dans le capital-risque.

Au-delà de l'apport de fonds, ces acteurs jouent un rôle important dans l'accompagnement et le conseil aux entreprises qu'ils soutiennent financièrement et sont à ce titre des acteurs centraux de l'écosystème.

C'est fort de tous ces constats que nous avons trouvé pertinent de mettre en place une structure de d'incubation /accélération spécialisée dans la création des Start up. EASY PROJECT sera chargée d'accompagner tout porteur de création projet de Start up dans les secteurs à fort potentiel tels que l'énergie solaire, la finance, les outils et applications mobiles, le e-commerce à la réalisation de son projet.

L'entreprise sera chargée donc fournir des conseils et de trouver les ressources financières de ses clients sur le court terme et moyen terme. Il permettra ainsi de participer à la promotion de création d'entreprise et d'emploi également.

L'objectif principal de notre projet professionnel est de répondre au besoin suivante : ***Quels apports l'incubateur/accélérateur peut-il apporter à la création de START-UPS en Côte d'Ivoire ?***

3. Objectif et intérêt du projet

L'objectif global de l'étude est de concevoir et de proposer un modèle de conseils de finance optimal à la création d'une START-UP. Plus spécifiquement, il s'agit de :

- Présenter l'opportunité de la création d'une Start up dans les secteurs tels que l'énergie, la finance, le e-commerce pour la Côte d'Ivoire ;
- d'évaluer le Coût de ce projet et de présenter les modalités de financement.

- d'étudier sa rentabilité ;
- et de structurer son développement.

L'intérêt de ce projet professionnel réside dans le fait qu'une claire définition de sa mise en œuvre, pourrait constituer un repère pour l'investissement et l'entrepreneuriat dans ce secteur. Ce projet constituera ainsi une modeste contribution au développement des Très petites entreprises et Petites et moyennes entreprises, à la politique de lutte contre la pauvreté et le chômage des jeunes, entamée par la Côte d'Ivoire.

Notre projet est avant tout nécessaire pour l'obtention de notre diplôme en Master en Banque et Finance. Il devrait être le reflet de la qualité de la formation donnée au CESAG. Il vient enrichir la bibliothèque du CESAG et sera sûrement utile aux futures générations.

Sur le plan personnel, ce projet devrait nous permettre d'améliorer notre capacité de rédaction et de synthèse. Il devrait aussi renforcer notre capacité de conception et d'analyse de projets d'investissement.

4. Démarche méthodologique

Notre démarche méthodologique pour collecter les données va s'appuyer essentiellement sur la collecte de données primaires et secondaires. Dans un premier temps nous utiliserons un questionnaire, dans un deuxième temps nous rechercherons des informations sur le WEB, plus particulièrement sur le site des organismes spécialisés dans le financement des START-UPS. Enfin, la recherche dans les ouvrages afin de comprendre certaines notions spécifiques au sujet.

5. Annonce du plan de rédaction

Le rapport du projet sera subdivisé en trois (3) chapitres. Le premier chapitre parlera de la présentation du promoteur et du projet, le second chapitre quant à lui abordera L'étude de marché, l'analyse stratégique et l'étude technique et enfin le troisième montrera l'étude juridique, financière et économique du projet.

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROMOTEUR ET DU PROJET

A travers ce chapitre, nous ferons une présentation du promoteur dans un premier temps et dans un second temps nous présenterons le projet.

I. Présentation du promoteur

1. Identité du promoteur

Le fondateur de EASYPROJECT est Monsieur KEHO Netanet Jude Simon, ivoirien et est basé à Abidjan précisément à la cité Feh KESSE sur la route de Bingerville. Il est célibataire et sans enfant.

Dans ce projet, le fondateur a bien voulu s'associer avec un de ses amis à savoir Manh Ibato Stachys, ivoirien également et résident à Abidjan dans la commune de Cocody dans le quartier de la cité des arts. Manh Stachys est célibataire sans enfant.

2. Expérience et Savoir-faire du promoteur

Fondateur de EASYPROJECT, monsieur KEHO Netanet Jude Simon a d'abord obtenu un diplôme du Brevet de Technicien supérieur option Finance Comptabilité et Gestion des entreprises. Ensuite, il a intégré le Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion en 2015 pour la licence professionnelle en techniques comptables et financières trois (3) spéciale. En outre, il a continué en master professionnel comptabilité et gestion financière première année au titre de l'année académique 2016-2017. Enfin, il a réussi au concours du programme MBF en 2018 d'où il est en fin de cycle.

KEHO Netanet Jude Simon a effectué plusieurs stages. Il a commencé en tant que stagiaire assistant Comptable à WEB SERVICES E-TECHNOLOGIES durant trois (3) mois entre Octobre 2014 et Janvier 2015. Il a effectué un stage tout le long du mois d'août 2016 à la Loterie Nationale Sénégalaise. En fin janvier 2017, il a été rappelé par la Loterie Nationale Sénégalaise pour un contrat de trois mois pour renforcer l'équipe des comptables dans le cadre de la production des états financiers de synthèse.

Associé de EASYPROJECT, Ibato Stachys MANH, de son nom à l'état civil est de nationalité ivoirienne. Après avoir obtenu son baccalauréat en 2013, il est orienté dans une grande école privée de la place où il a obtenu le Brevet de Technicien supérieur option Gestion Commerciale deux années plus tard.

En juin 2015, il a intégré l'association Akendewa en tant que blogueur, ensuite il a été chef de projet à Akendewa et chargé de production de contenu et Community Manager pour le compte d'un des projets les plus importants d'Akendewa jusqu'en 2017 : *Sheisthecode* qui est un

programme qui vise à former des jeunes femmes aux outils technologiques. Son rêve est de voir l'Afrique sortir de l'analphabétisme numérique. En Février 2017 il est pris en tant Coach Formateur à Moov Côte d'Ivoire durant 5 mois jusqu'en Juin-2017, Puis en tant que Assistant Marketing à Etisalat (Moov CI) durant la période Octobre 2017-Janvier 2018. Enfin il a cofondé SocialUp Côte d'Ivoire qui est une communauté active de conception, communication, formation et gestion, permettant aux communautés, ONG, association, grandes, moyennes et petites entreprises de développer leur présence sur le net et les réseaux sociaux.

II. Présentation du projet

Dans cette partie, nous allons présenter d'abord l'idée en parlant du contexte, ensuite, nous définirons la mission, la vision et les valeurs du projet, en outre nous parlerons du métier et core compétence, et enfin nous présenterons les facteurs clés de succès.

1. Idée

La structure que nous souhaitons mettre en place aura pour raison sociale EASY PROJECT.

EASY qui veut dire aisé, facile, doux pour tout simplement faire allusion au fait que nous avons la volonté et que nous allons aider ces jeunes sans regarder forcément la rentabilité dans l'immédiat. Nous avons également utilisé le mot PROJET pour exprimer l'intention, et que nous voulons accompagner ces jeunes qui ont également l'intention de faire quelques choses, des jeunes qui ont des idées sur quelques choses.

Les circonstances qui nous ont poussé à choisir ce projet sont tout d'abord d'ordre personnel, nous avons toujours été attiré par le métier d'entrepreneur c'est-à-dire être son propre patron, ensuite d'ordre social, parce que nous avons eu cette envie d'aider les autres .C'est le cas pour les personnes qui ont perdu leur emploi et qui ont du mal à en trouver un, ou ceux qui ont terminé leurs études et qui trouvent des difficultés à intégrer le marché du travail, ou bien encore pour les jeunes sans diplôme, pour toutes ces personnes, l'entrepreneuriat est une solution qui permet de prendre son avenir en main pour se sortir soi-même du chômage. Et enfin, d'ordre financier, car créer une entreprise c'est aussi avoir un objectif, qui est celui de maximiser le profit, augmenter ses revenus c'est-à-dire gagner plus que ce que l'on gagnerait en étant salarié, afin d'améliorer mon niveau de vie.

En effet, l'idée est de mettre en place EASY PROJECT en tant que structure d'accompagnement de projet de création d'entreprise notamment en fournissant une aide financière à ces projets de créations d'entreprises.

En outre, EASY PROJECT se chargera d'accompagner ces START-UPS dans leur volet conseil en management, ceci en passant par des programmes de mentoring et formation en partenariat avec des experts que EASY PROJECT se chargera de trouver.

Nous envisageons également d'accompagner ces petites entreprises en leur fournissant un espace de coworking c'est-à-dire des espaces de travail partagée, mais aussi un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture.

2. Mission, vision et valeur

Dans ce point nous traiterons La mission, la vision et les valeurs de EASY PROJECT.

2.1 Missions

Les missions poursuivies par EASY PROJECT sont de :

- identifier et accompagner la création de projet et des START-UPS existantes à fort potentiel et leur rechercher des ressources financières qui leur permettra d'assurer leur développement ;
- Promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes ivoiriens ;
- créer un espace privilégié et un environnement stimulant, unique en son genre dédié à la création, au développement et à la croissance d'entreprises prospères.
- apporter un appui technique aux START-UPS ivoiriennes.

1.2 Vision

Notre vision est de devenir un lieu de référence, vitrine de l'innovation en Côte d'Ivoire pour mettre en avant les START-UPS innovantes incubées et faire de la Côte d'Ivoire le plus grand Hub de l'entrepreneuriat en Afrique Francophone dans 10 ans.

1.3 Valeurs

Les valeurs partagées par notre Structure EASY PROJECT sont :

- ❖ **La Réactivité** : Être rapide dans l'évaluation des situations et des évolutions comme dans l'identification des opportunités et des risques. En clair cela montre la capacité à s'adapter face aux changements ;
- ❖ **la créativité** : promouvoir les initiatives et les nouvelles idées c'est-à-dire la capacité à imaginer ou construire et à mettre en œuvre en concept nouveau ;

- ❖ **la passion** : notre passion nous permettra d'atteindre les normes élevées de performance et d'innovation que nous nous sommes fixées ;
- ❖ **l'innovation** : rechercher en permanence une amélioration et des solutions à forte valeur ajoutée ;
- ❖ **l'ambition** : Avoir le goût du challenge ;
- ❖ **la Satisfaction client** : Être l'incubateur préféré des START-UPS car chez nous la satisfaction client passe avant le chiffre d'affaire ;
- ❖ **le professionnalisme** : S'investir pleinement dans le but d'apporter les réponses les mieux adaptées aux besoins de tous nos clients.
- ❖ **la proximité** : Aller vers les porteurs de projets au besoin, se rendre disponible

3. Métier

Notre métier c'est d'accompagner les porteurs de projets et les START-UPS nouvellement créés sur le plan financier, sur le plan logistique et organisationnel.

4. Les facteurs clés de succès

Les facteurs clés de succès sont des éléments à caractère commercial ou technologique que EASY PROJECT doit maîtriser pour réussir dans son domaine d'activité.

4.1 L'équipe

La capacité à recruter, à manager et à fidéliser un personnel de qualité constitue un facteur clé de succès. En effet, l'entreprise tourne grâce à son personnel et ses compétences, son expérience et sa loyauté.

4.2 Une bonne organisation

La qualité de l'organisation est un facteur clé de succès essentiel pour toute entreprise ou organisation. L'organisation est en effet au cœur du modèle économique et de l'efficacité de l'entreprise : une bonne organisation aboutira à délivrer un bon produit au meilleur coût, ce qui permettra à la fois de satisfaire le client et de limiter les dépenses. Par organisation, on entend : définition et la répartition des tâches / fonctions, la définition des processus de production, de décision et de support, le choix d'internaliser ou d'externaliser certaines tâches ou fonctions, l'utilisation des systèmes d'information (informatique). L'organisation concerne la vie interne de l'entreprise, mais doit être tournée vers le client pour être efficace.

4.3 la communication

une bonne communication permet d'attirer les clients et notamment le cœur de cible. Pour être efficace, la communication doit être cohérente avec l'esprit de l'entreprise ainsi qu'avec les attentes et habitudes de la clientèle

4.4 Les bons partenaires

La réussite d'une entreprise se mesure aussi à la qualité de ses partenaires. Le recours à des partenaires extérieurs se justifie chaque fois que cela permet de gagner en efficacité. Le plus difficile est d'identifier les bons partenaires, et d'éviter toute apparition de lien de dépendance avec le temps.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE, ANALYSE STRATEGIQUE ET ETUDE TECHNIQUE

I. Etude de marché

Cette partie définira d'abord l'objectif de l'étude de marché, ensuite, elle étudiera l'offre et la demande, en outre elle étudiera l'environnement global.

1. Objectif et démarche de l'étude

1.1 Objectif de l'étude

L'objectif de cette étude est de connaître les besoins et désirs de nos clients potentiels afin de pouvoir mettre en place une stratégie marketing adéquate au lancement de nos activités, de connaître l'écosystème politique, économique, socio-culturelle, technologique, juridique et légal).

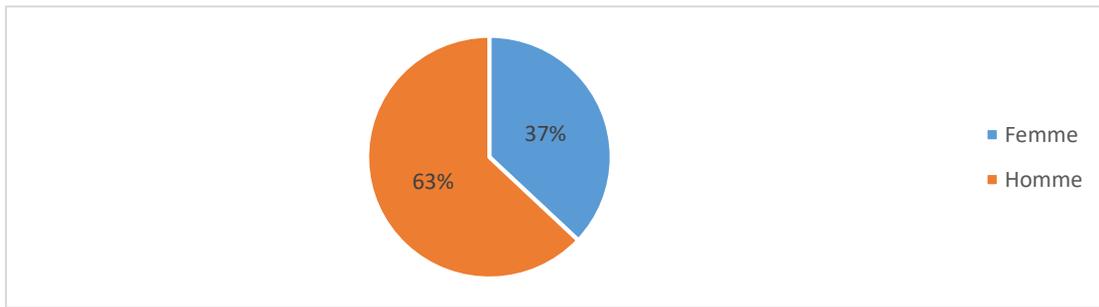
1.2 Démarche de l'étude

Notre étude pour la mise en place d'un incubateur privé pour l'accompagnement des START-UPS en Côte d'Ivoire a été réalisée à partir d'un questionnaire élaboré en ligne grâce à l'application « google Forms » de l'entreprise GOOGLE. Nous avons partagé ce formulaire sur les mails des potentiels porteurs de projets que nous avons touchés et également sur des groupes de discussions via l'application WhatsApp. Ce qui nous a permis de récupérer les réponses sur un fichier Excel que nous avons importé afin de faire notre analyse des données.

2. Résultat de l'étude

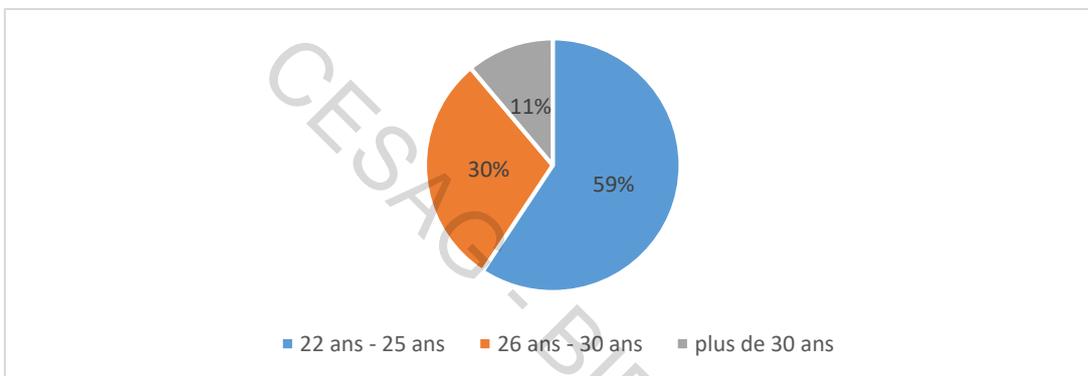
Notre enquête nous a permis de toucher vingt-sept jeunes porteurs de projets ou potentiellement projet de projet de création de START-UPS parmi lesquels nous avons touché 10 femmes soit 37,04% et 17 hommes soit 62,96% (voir figure 01). L'âge de notre échantillon était compris entre 22 ans – 30 ans et plus. Les personnes dont l'âge est compris entre 22 ans – 25 ans représente 59,26% de notre échantillon ; ceux dont l'âge est compris entre 26 ans et 30 ans représente 29,63% de la taille de notre échantillon, les personnes dont l'âge est supérieur représente juste 11,11% de toutes les personnes interrogées (voir figure 02). Notre échantillon comportait uniquement des personnes qui présentaient deux sortes de situation à savoir les étudiants, étudiantes et les professionnels, professionnelles. Les étudiant et étudiantes représentent 77,78% de personnes interrogées et les professionnels et professionnelles ne représentent que 22,22% de ceux-ci (voir figure 03). Cela permettra à EASY PROJECT d'avoir des START-UPS dans composé soit d'hommes soit de femmes ou soit des équipes mixtes.

Figure 1: répartition des hommes et des femmes dans notre échantillon



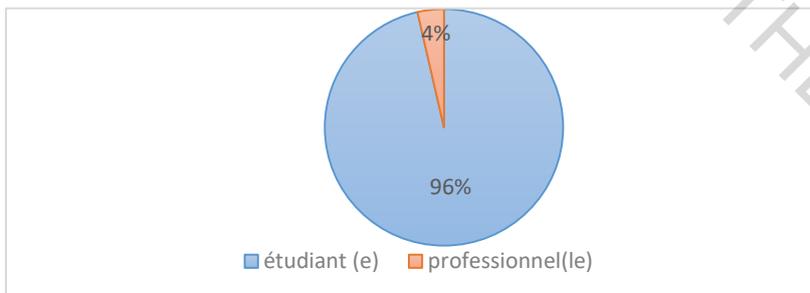
Source : L'auteur

Figure 2 répartition des tranches d'âge de notre échantillon



Source : L'auteur

Figure 3: Situation actuelle des personnes interrogées



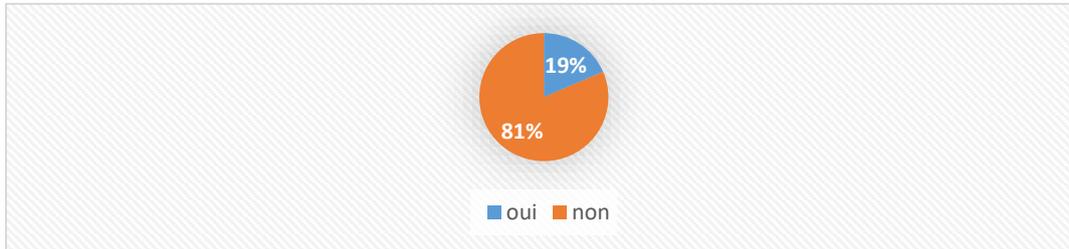
Source : L'auteur

Dans notre échantillon, seulement 19% des personnes interrogées ont affirmé qu'elles possédaient leurs propres business ou START-UPS ou entreprises contre 81% pour celles qui ont déclarées qu'elles n'en possédaient pas (Voir figure 4).

Toutefois, 78% des personnes touchées ont exprimé leurs désirs de mettre en place leurs start-up, 15% d'abstention et 7% de refus. La décision d'abstention pourrait résulter de la peur d'un éventuel échec. Et parmi ceux qui ont refusé l'on pourrait considérer ceux qui dans le point précédent avait déclaré qu'ils disposaient de leurs business. Ceux qui ont manifesté leurs intérêts

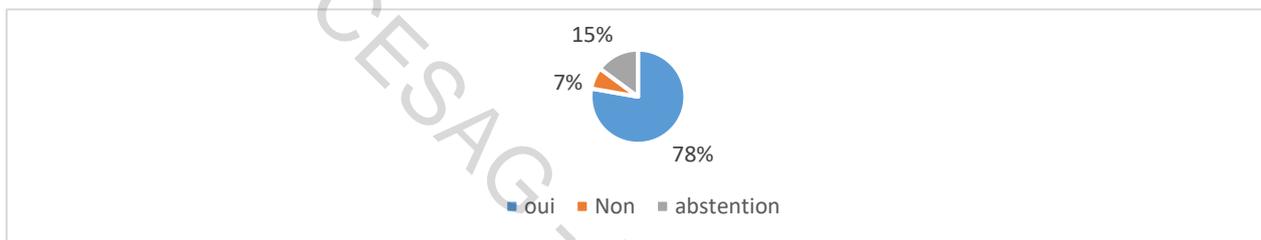
représentent 78% donc un marché potentiel que nous pourrions explorer pour la mise en place de notre incubateur EASY PROJECT (figure 5).

Figure 4: pourcentage des personnes disposant de start-up et ceux qui n'ont en pas



Source : L'auteur

Figure 5: opinion sur la création de START-UPS



Source : L'auteur

Les secteurs qui intéressent les jeunes porteurs de projets sont variés et 78% des personnes touchées dans notre enquête ne disposent pas de ressources financières pour démarrer leur projet, 96% des personnes de notre échantillon seraient prêtes pour bénéficier d'un accompagnement sur les plans financiers, plans matériels et logistiques. Aussi 96% des jeunes porteurs de projets ont manifesté leurs désirs de vouloir bénéficier des espaces de coworking (figure 6). Les espaces de coworking permettront aux entrepreneurs de mettre en place un réseau, de réduire leurs coûts et de présenter un aspect plus professionnel.

Figure 6 : pourcentage des personnes voulant bénéficier d'un espace de coworking



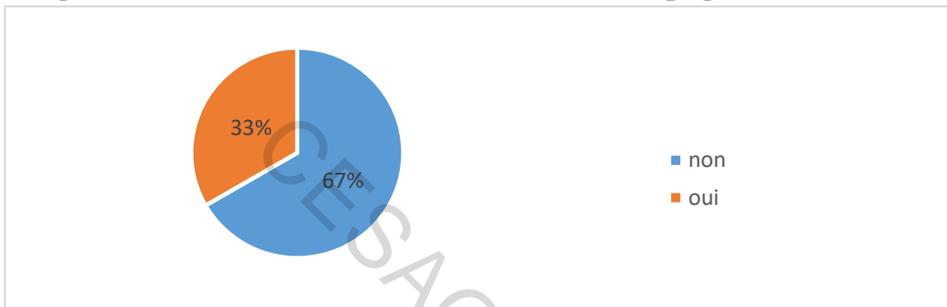
Source : L'auteur

Les obstacles qui pourraient empêcher ces jeunes porteurs de projets de lancer leurs activités sont nombreuses et variés. Cependant, deux facteurs sont les plus importants à savoir, le manque d'information, le montant assez important pour démarrer leurs activités et la méconnaissance des

procédures administratives (voir annexe 1). Ainsi, EASY PROJECT mettra à la disposition de ces jeunes, tous les moyens nécessaires qui leur permettront de faciliter la formalisation de leurs idées en projets.

67% des jeunes porteurs de projets ne connaissent pas les structures d'accompagnements des START-UPS. Il nous incombera de faire une bonne communication afin de mieux se faire connaître dans l'avenir (figure 7).

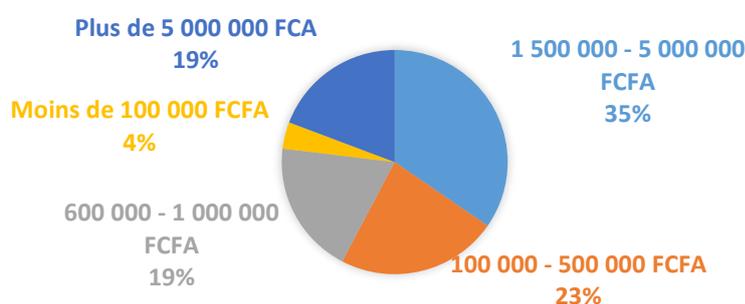
Figure 7: Connaissances des structures d'accompagnement



Source : L'auteur

Sur le plan financier, 35% des jeunes porteurs seraient prêts à mettre comme fonds de départ une valeur comprise entre 1 500 000 et 5 000 000 FCFA, 19% voudraient s'engager au-delà de 5 000 000 FCFA (figure 8). Selon le type de projet et des besoins, nous allons prendre une prise de participations dans ces START-UPS ce qui va permettre de partager et potentiels bénéfiques et également partager les risques provenant d'une éventuelle perte.

Figure 8: Montant des participations des jeunes à la création de leur START-UPS



Source : L'auteur

2.1 Analyse de l'offre

Notre analyse de l'offre met en évidence toutes les entités qui proposent l'accompagnement aux détenteurs de START-UPS et aux porteurs de projets de créations de START-UPS en côte d'ivoire.

L'environnement ivoirien en matière d'incubation est en pleine croissance durant ces deux dernières années. En effet, nous avons découvert dans nos recherches sur le web que l'Etat de Côte d'Ivoire à travers le ministère de la promotion de la jeunesse de l'emploi des jeunes et du service civique a multiplié les actions en faveur des jeunes en lançant un programme national d'incubation des START-UPS dans le domaine des TIC en 2017 avec la structure Agence Emplois Jeunes créée en 2015 en partenariat avec le ministère de l'économie numérique et de la poste. L'ensemble des actions de l'Etat ivoirien en faveur des jeunes a débouché sur la création de l'incubateur d'Abidjan dont la principale mission est d'accompagner les créateurs d'entreprises dans leur projet. Ce programme vise à donner une plus grande capacité technique aux jeunes entrepreneurs tout en facilitant leur accès au financement.

A côté des actions de l'Etat ivoirien, il est important de noter la présence d'autres acteurs qui ont des activités dédiées à l'accompagnement des porteurs de projets de start-up. La CGECI³ a initié en 2016 un programme d'incubateurs dénommé Projet d'incubateurs pour jeunes entrepreneurs (PRODIJE) avec comme offre le financement et l'accompagnement des projets de créations d'entreprises. L'offre globale des incubateurs est un accompagnement financier, la mise à disposition d'un espace de travail, le renforcement des capacités et encadrement, et un accompagnement administratif.

2.2 Analyse de la demande

Notre analyse de la demande se fera à partir des sources secondaires (principalement des articles sur le web) et d'un questionnaire soumis à des potentiels porteurs de projets de créations de START-UPS.

En Afrique de l'ouest⁴, 35% des START-UPS ferment durant les 12 premiers mois d'existence, particulièrement durant les 15 premiers en Côte d'Ivoire soit 38%. Cela montre l'absence de l'écosystème pour les entrepreneurs et porteurs de projets. Selon la plateforme start-up info⁵ l'on dénombre au moins quarante-huit (48) START-UPS en Côte d'Ivoire pour une population de 24 millions d'habitants. Il faut alors booster l'entrepreneuriat notamment en passant par un accompagnement des entrepreneurs.

Dans la réalisation de notre étude de demande, nous avons également formulés un ensemble de questions à l'endroit des jeunes ivoiriens, étudiants en cours de formation ou en fin de formation qui portent déjà un projet ou qui ont l'intention de monter leurs START-UPS. Cette étude nous a permis de comprendre que dans un premier temps, bon nombre de jeunes ivoiriens sont porteurs

³ <http://aip.ci/cote-divoire-la-cgeci-initie-un-projet-d-incubateurs-pour-de-jeunes-entrepreneurs/>

⁴ <http://www.africadiligence.fr/pourquoi-les-entrepreneurs-ivoiriens-exigent-plus-d-incubateurs/>

⁵ <https://start-up.info/fr/locations/afrique/cote-divoire/page/2/>

de projets et dans un deuxième temps, d'autres ont nourri l'idée de mettre en place leur propre structure. Ce qui a par la suite fait ressortir l'expression d'un besoin d'accompagnement sur le plan financier et matériel.

2.3 Analyse PESTEL

Cette partie portera sur l'analyse de notre environnement. Ce diagnostic permettra d'avoir une vue approfondie de notre environnement et d'analyser son impact. Il s'agira d'observer six facteurs (politique, économique, sociologique, technologique, environnemental et Légal).

EASY PROJECT sera basée en Côte d'Ivoire. Il nous est apparu important de faire une brève présentation de la Côte d'Ivoire.

Située en Afrique de l'ouest, la Côte d'Ivoire est un Etat membre de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africain (UEMOA). Sa population⁶ est estimée à 22 671 331 habitants vivante sur une superficie de 322 462 km². Ancienne colonie française, la Côte d'Ivoire a accédé à son indépendance le 07 août 1960. Sa langue officielle est le Français. Sa capital politique est Yamoussoukro et sa capital économique est Abidjan. Sa monnaie est le Franc CFA.

2.3.1 L'environnement politique

Après une période de crise militaro-politique (2002-2011), l'environnement politique ivoirien s'est amélioré et la démocratie s'est renforcée de ces dernières années. La stabilité politique a été rétablie avec la réélection du président Ouattara en octobre 2015 pour un second mandat de cinq ans, suivie d'un référendum en octobre 2016 qui a permis l'établissement d'une 3^e République⁷. Le gouvernement a adopté un nouveau programme national de développement (PND) pour la période 2016-2020 qui entend transformer la Côte d'Ivoire en une économie à revenu intermédiaire d'ici 2020. Le pays se prépare aux prochaines élections présidentielles, prévues en 2020, avec le positionnement de plusieurs candidats.

2.3.2 L'environnement économique

Après la mise en place du programme national de développement 2016-2020, la Côte d'Ivoire a misé sur le développement des infrastructures, de vastes chantiers ont été mis en place et d'autres sont en cours de réalisation. En 2016 et pendant les premiers mois de 2017, la Côte d'Ivoire a continué d'enregistrer une des plus fortes croissances économiques du continent africain. Il y a toutefois quelques signes d'essoufflement, notamment, la baisse prolongée du prix du cacao sur

⁶ <http://www.ins.ci/n/>

⁷ <http://www.banquemonde.org/fr/country/cotedivoire/overview>

les marchés internationaux. Les revendications des forces armées et d'une partie de la fonction publique font également planer des incertitudes.

Au quatrième trimestre de l'année 2017, le produit intérieur brut (PIB) en termes réels croît de +5,4% par rapport au trimestre correspondant de 2016. Le rythme de croissance était plus soutenu (9,5%) au troisième trimestre 2017.

La progression du quatrième trimestre 2017 résulte de l'accroissement des activités des trois secteurs de l'économie : primaire (+8,5%), tertiaire (+6,0%) et secondaire (+5,3%). Ainsi, une première estimation basée sur les comptes nationaux trimestriels donne un taux de croissance annuelle de l'économie de 7,6% en 2017⁸.

Les perspectives économiques pour les deux à trois prochaines années restent bonnes avec un taux de croissance qui devrait converger autour de 7 %, le maintien d'une inflation modérée et la maîtrise des finances publiques grâce à des politiques budgétaires et monétaires prudentes, ainsi qu'à la poursuite de réformes destinées à améliorer le climat des affaires et à promouvoir un usage efficace des partenariats public-privé.

2.3.3 L'environnement sociologique

Alors qu'elle a fait de bons chiffres ces dix ou cinq dernières années, l'environnement social de la Côte d'Ivoire ne suit pas avec les attentes du gouvernement ivoirien. La démographie ivoirienne connaît une forte croissance démographique comme la quasi-totalité des pays en développement. Le taux annuel de croissance démographique est estimé à 2.6%⁹. La population masculine représente 11 708 244 soit 51,6% de la population totale ; la population féminine est estimée 10 963 087 soit 48,4%. La population urbaine atteint un niveau équivalent à 11 408 413 soit 50,3% de la population totale contre 11 262 918 soit 49,7% pour la population rurale. Selon la banque mondiale¹⁰ Pour réussir à diversifier son économie, la Côte d'Ivoire devra développer son capital humain afin de mieux répondre aux besoins du marché du travail. En effet, la production de produits et services modernes requiert des compétences qui manquent encore à la main-d'œuvre locale. Le principal enjeu social sera de maintenir l'économie ivoirienne sur une trajectoire de croissance forte afin de réduire significativement les inégalités. En 2015, le pays se trouvait ainsi au 171^e rang sur 188 pays dans l'indice de développement humain calculé par

⁸ www.ins.ci

⁹ <http://www.ins.ci/n/>

¹⁰ <http://www.banquemondiale.org/fr/country/cotedivoire/overview>

l'ONU. Entre 1985 et 2011, l'ampleur et l'intensité de la pauvreté ont crû fortement, avec un taux passant d'environ 10 % à 51 % de la population.

Toutefois, selon la dernière enquête sur les niveaux de vie réalisée en 2015 par la Banque mondiale, le redressement économique récent a permis de faire reculer la pauvreté à 46 %. La Côte d'Ivoire devra également réussir à redistribuer davantage les fruits de cette croissance aux populations les plus vulnérables. Malgré des efforts récents, elle demeure l'un des pays du monde où les inégalités entre les hommes et les femmes sont les plus marquées, comme l'indique son classement dans l'indice de l'égalité des genres établis par l'ONU (171e sur 188 pays).

2.3.4 L'environnement Technologique

¹¹Dans la plupart des États africains, des programmes de gouvernance électronique sont mis en œuvre à divers degrés. Pour ce qui concerne la Côte d'Ivoire, le Cap a été fixé par le Président de la République, S.E. M. Alassane OUATTARA, qui a l'ambition de faire de la Côte d'Ivoire un pays émergent à l'horizon 2020. Pour créer les conditions qui permettront aux TIC d'accompagner le mieux possible cette ambition, le Gouvernement ivoirien a engagé depuis 2012, un programme d'actions visant à améliorer la maturité numérique du pays à court, moyen et long termes.

Ainsi, le développement de l'économie numérique se traduit de jour en jour par un usage accru des TIC permettant d'accroître la productivité des entreprises publiques, privées et des personnes, de stimuler la croissance économique, de favoriser la création d'emplois et l'employabilité et d'améliorer la qualité de vie des citoyens. Cette transformation de notre économie exige au préalable de l'État, d'être un utilisateur modèle des TIC. A ce jour les secteurs de l'Administration générale, de l'éducation, la santé, de l'agriculture, ... sont diversement concernés. Du reste, ces actions menées depuis cinq ans, ajoutées aux nombreux projets réalisés dans le cadre du plan global de développement de l'économie numérique en Côte d'Ivoire, ont permis à notre pays de faire un bond notable dans le classement 2016 de l'Union Internationale des Télécommunications (UIT), relativement à la maturité numérique et à l'appropriation des TIC par les populations. Désormais, la Côte d'Ivoire se situe au 14e rang sur 46 pays africains classés, après une progression de 20 places de 2014 à 2017 et de sept places de 2015 à 2016, réalisant ainsi l'une des progressions les plus remarquables de ces dernières années. Cette amélioration notable du classement de notre pays dans les indices internationaux mesurant la maturité numérique a été rendue possible grâce à la conjugaison de diverses actions dont :

- l'amélioration de l'environnement réglementaire et juridique de notre Pays ;

¹¹ <http://www.communication.gouv.ci/accueil/magazine/5>

- le développement rapide de l'accessibilité à travers notamment le lancement des services de mobilité avancée (3G, puis 4G) et la construction en cours du Réseau National haut débit en Fibre optique;
- une fiscalité favorable à l'accès (baisse des taxes et droits de douanes) ;
- le lancement du projet 1 citoyen, 1 ordinateur, 1 connexion Internet ;
- le lancement du projet de construction de cybercentres en zones rurales et péri-urbaines et l'équipement des établissements secondaires publics de salles multimédias ;
- une volonté politique affirmée et les réalisations de plus en plus nombreuses du Programme E-Gouv;
- le développement des usages à travers un grand nombre d'initiatives privées (commerce électronique, paiement électronique, centres d'appels, cyber sécurité...), développement favorisé par un environnement parmi les plus attractifs en Afrique.

Certes, beaucoup a été fait, mais notre ambition est d'aller encore plus loin dans l'amélioration de la maturité numérique de notre pays, notamment par la vulgarisation des services et des usages. Depuis 2012, la gouvernance électronique a fait du chemin en Côte d'Ivoire, permettant à l'Administration d'être plus efficace, de réaliser des économies et de fournir un meilleur service aux citoyens. Le secteur des Télécommunications/TIC en Côte d'Ivoire est constitué pour l'essentiel par: les opérateurs de téléphonie mobile et fixe; les fournisseurs d'accès internet; les développeurs d'applications et fournisseurs de diverses solutions informatiques; les intégrateurs de solutions numériques; les vendeurs de matériel informatique (unités centrales, terminaux TIC, imprimantes, etc.); les utilisateurs de services TIC. Ce secteur représente 10% des recettes fiscales de l'Etat ivoirien.

2.3.5 L'environnement écologique

¹²À l'instar de tous les pays, la Côte d'Ivoire, doit faire face à de nombreux problèmes environnementaux dont les causes sont complexes. En effet, la forêt primaire a été largement remplacée par une mosaïque de forêts secondaires, de plantations de cultures de rente et de bois, de cultures vivrières et de terres en friche. Le couvert forestier de la Côte d'Ivoire représente désormais seulement 3% du territoire national et continue à diminuer rapidement. Si la tendance actuelle n'est pas ralentie, arrêtée, puis inversée dans un avenir proche, les forêts du pays ne seront plus à même de remplir leurs fonctions de services écosystémiques et économiques. S'étendant sur plus de 500km, le littoral de la Côte d'Ivoire abrite plus de la moitié de la population du pays

¹² <https://postconflict.unep.ch/fr-cote-divoire-PCEA-photoessay-2015/>

et une part importante de son économie. Cependant, avec la croissance exponentielle de la production pétrolière en général, et du forage en mer en particulier, cette zone côtière est soumise à un risque croissant de marée noire. Aussi, La gestion des déchets solides fait partie des problèmes environnementaux majeurs d'Abidjan. La quantité totale de déchets collectés à Abidjan s'élève actuellement à environ 3000 tonnes par jour. La plupart des quartiers de la ville disposent de services de collecte des déchets, sauf ceux qui sont difficiles d'accès. Dans les zones très vallonnées, les gens jettent régulièrement leurs déchets dans la vallée même lorsque des conteneurs de déchets sont disponibles. Pendant la saison des pluies, ces déchets sont ensuite emportés vers la lagune Ébrié. La lagune est le principal réceptacle des déchets urbains à la fois solides et liquides en provenance d'Abidjan. Les métaux lourds et les pesticides semblent avoir contaminé les poissons de la lagune, un problème qui nécessite d'être traité en priorité afin de mieux protéger la santé des populations. Bien que la Côte d'Ivoire soit confrontée à un grand nombre de défis en matière de durabilité environnementale, il reste des raisons d'espérer.

2.3.6 L'environnement Légal

¹³Dans le but d'améliorer le climat des affaires en Côte d'Ivoire, le Gouvernement ivoirien s'est engagé dans un processus d'amélioration constant du climat des affaires en prenant comme référentiel l'indice Doing Business du groupe de la Banque mondiale relatif à la facilité de faire des affaires. Dans le rapport Doing Business 2017 publié le 25 Octobre 2016, la Côte d'Ivoire maintient sa position à la 142e place mondiale. Au niveau du continent, elle est classée 17e parmi 47 pays Africains. Le Guichet Unique des Formalités d'Entreprises (GUFÉ) du CEPICI permet de créer des entreprises en 24h, à moindres coûts.

Désormais, les statuts pour les entreprises de type SARL, SNC, SCS sont établis par actes sous seing privé. Les opérateurs disposent de modèles types gratuits de statuts sous seing privé sur le site web du CEPICI. Il leur suffit de les remplir et de les faire signer par les parties.

Ces reformes nous permettrons de rapidement remplir toutes les formalités des START-UPS en un temps record.

II. Plan stratégique générale

Cette partie portera sur l'analyse du marché, l'analyse de la clientèle, l'analyse de la concurrence, le positionnement et la stratégie de croissance et l'analyse SWOT.

¹³ <http://www.cepici.gouv.ci/?tmp=image-top&p=reformes>

1. L'analyse de marché

Dans l'économie créative ivoirienne, il existe deux écosystèmes d'accompagnement marqués. L'écosystème public est mené par le Ministère de l'Economie Numérique et le Ministère de l'Entrepreneuriat. A côté de ça, se trouve le volet privé incarné par le Patronat ivoirien. Il a mis en place des fonds de garantie qui permettent aux jeunes entreprises de se développer. Ces deux systèmes fonctionnent et cohabitent. Nous rentrons déjà dans un marché en pleine croissance car de plus en plus de structure d'incubations annoncent leurs arrivées. De même, avec les fonds d'investissements qui parfois offrent des services d'accompagnement techniques que seulement financiers.

Par la suite, nous allons également définir notre clientèle cible et faire un point sur la concurrence, la stratégie de croissance et l'analyse SWOT.

2. Analyse de la Clientèle

Nous recherchons des clients dont l'âge est compris entre 22 ans et 35 ans. Nous ne faisons aucune distinction de genre ; nous visons toutes les hommes tout comme les femmes. Pas de distinction des religions. Ne pas forcément disposer d'un revenu conséquent ; toutefois nous étudierons toutes les offres qui se présenteront à nous ; chaque offre en fonction de sa spécificité. Nous avons prévu de nous baser Abidjan (Cocody) pour démarrer notre activité, pour nous il sera très important que nos clients puissent habiter la zone d'Abidjan et/ou ses environs (Bingerville, Bassam, Anyama). Nous recherchons des jeunes qui disposent déjà d'une structure ou des jeunes étudiants des filières technologiques de nos différentes universités et grandes écoles de la place qui se mettront par groupe de 2, 3 ou 4 et ont déjà un projet en commun ou qui souhaiteraient mettre en place un projet de création de START-UPS dans les domaines suivant : Technologie, Fintech, biotechnologie, e-commerce, mobile Banking et tous ce qui pouvant être du secteur de la technologie en gros.

3. Analyse de la concurrence

Cette analyse se fera à partir de la méthode de Michael Porter qui fait ressortir cinq (5) forces dont le but sera de :

- La menace des produits ou services de substitution
- la menace d'entrants potentiels sur le marché
- le pouvoir de négociation des fournisseurs
- le pouvoir de négociation des clients
- l'intensité de la rivalité entre les concurrents.

3.1 La menace des produits ou service de substitution

Dans la mesure où il existe plusieurs formes d'incubation, les jeunes porteurs de projets pourraient se tourner vers des personnes individuelles en vue de solliciter leurs aides. Par exemple, en ce qui concerne la mise à disposition des espaces de coworking, ces personnes peuvent mettre à la disposition des jeunes entrepreneurs leurs locaux de façon temporaire ou les hôtels à l'image des chaînes d'hôtellerie (azalai ou Radisson blu) qui disposent parfois de centre d'affaires équipés et mis en location. Les universités, les fonds d'investissement

3.2 La menace d'entrant potentiels sur le marché

La probabilité de nouveaux entrants sur le marché est relativement forte, parce que depuis quelques années l'Etat Ivoirien a pris des mesures visant à l'amélioration du climat des affaires, donc favoriser la création d'entreprise à travers l'entrepreneuriat. Cela pourrait booster l'arrivée de nouvelles structures d'accompagnement et pourquoi pas permettre par exemple aux fonds d'investissement qui se limitaient jusque-là à fournir les ressources financières aux START-UPS pourrait étoffer leurs services.

3.3 Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Le pouvoir de négociation se mesurera par la présence des différents acteurs sur le marché. Notamment les potentiels fournisseurs financiers et techniques ainsi que les fournisseurs de matériels nécessaires au bon fonctionnement de notre activité. Plus les acteurs sont nombreux plus le pouvoir de négociation des fournisseurs sera faible. Moins ils sont sur le marché, plus leurs pouvoirs seront forts.

3.4 Le pouvoir de négociation des clients

Les potentiels clients de la plateforme sont les étudiants en cours de cycle ou fin de cycle ou tous les jeunes porteurs de projets vivant en Côte d'Ivoire précisément à Abidjan. Le pouvoir des potentiels clients sera moyen. Tous les projets ne sont pas acceptés systématiquement. Cela va passer par un processus de sélection.

3.5 L'intensité concurrentielle

Nous nous sommes concentrés sur autres incubateurs qui proposent des services similaires à ceux que nous voulons offrir. Nous avons donc répertorié certains concurrents principaux directs parmi lesquels figurent :

- ✚ COFINA start-up house ;
- ✚ Orange Fab Côte d'Ivoire ;
- ✚ Incubivoir ;
- ✚ Yello Start-up Côte d'Ivoire ;
- ✚ ISTAR Abidjan ;
- ✚ PRODIJE.

COFINA Start-up House



La **Cofina Start-up House** est un incubateur créé par le Groupe Cofina en partenariat avec de grands groupes et structures évoluant dans des domaines d'activité variés : systèmes d'information, télécommunications, expertise comptable, assistance juridique et fiscale, communication, social media, formation en entrepreneuriat, etc. Cofina StartUp House s'adresse aux entreprises en gestation et aux entreprises en phase de création/ développement. Elle offre aux START-UPS incubées une large palette de services et de ressources mutualisées à savoir la mise à disposition des locaux (Abidjan et Dakar) et services mutualisés, le Coaching et le Mentoring, organiser des ateliers thématiques, rencontres experts, rencontres entrepreneurs, rencontres investisseuses, faciliter l'accès à l'écosystème de Cofina.

Orange Fab Côte d'Ivoire



Orange Fab est un accélérateur sélectif créé par Orange. Son objectif est d'apporter des conseils et du soutien tout en facilitant l'accès à une des plus importantes entreprises de télécommunications au monde. Orange Fab Côte-d'Ivoire est conçu pour des START-UPS basées en Côte-d'Ivoire dont le produit existant pourrait bénéficier d'un accès privilégié aux canaux de distribution, aux marchés, à l'expertise des équipes et de la présence mondiale d'Orange. Orange Fab offre des locaux et outils de travail, des renforcements de capacités et encadrements, des ressources financières et techniques.

Incub'Ivoir



INCUB'IVOIR est né de l'initiative de 3 entrepreneurs franco-ivoirien, membres du **Club d'Affaires Afrique-Monde (CAAM)**. Il fait le lien entre les porteurs de projets issus des écoles de commerce et universités, des chercheurs issus du monde de la recherche et des entrepreneurs

issus du monde de l'entreprise. Il travaille en collaboration étroite avec l'ensemble des entités de l'écosystème entrepreneurial en Côte d'Ivoire et des partenaires extérieures qui valorisent l'innovation et la création d'emploi. Les services consistent à proposer des bureaux, des services logistique mutualisés (accueil, salles de réunions) et des services d'accompagnement (conseils, formation, intégration dans les réseaux économiques,...).

ISTAR Abidjan /Incubateur des TIC

ISTAR Abidjan est un centre qui accompagne les entreprises en TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) ainsi que les porteurs de projets, dans leurs phases de création, de développement et de croissance. Elle offre aux entreprises et aux porteurs de projets TIC l'infrastructure et les services nécessaires pour assurer une croissance soutenue et pérenne.

Y'ello Start-up



Y'ello Start-up est un programme d'incubation conçu pour aider les entrepreneurs à concevoir et déployer, en partenariat avec MTN Côte d'Ivoire, des solutions digitales innovantes ayant un impact sur l'environnement socioéconomique. Y'ello Start-up propose Un accompagnement financier, Un espace de travail, Des séances de coaching quotidiennes, Un accès aux plateformes, Des conférences hebdomadaires, Un accompagnement administratif

PRODIJE Projet d'incubation des jeunes entrepreneurs

ProdiJe est un projet d'incubation pour jeunes entrepreneurs. Sa mise en vigueur vient offrir le guichet tant réclamé par les jeunes entrepreneurs en quête d'encadrement pour maturer leur idée d'affaire. L'objectif de ProdiJe est d'encourager, d'identifier, de financer et d'accompagner des projets de création d'entreprises. Son offre comporte deux volets à savoir : l'assistance technique et l'assistance financière.

Tous ces incubateurs ont quelques points communs. Parmi leurs projets ciblés, on doit retenir les projets qui sont du domaine des TIC essentiellement et le choix d'accompagner les START-UPS se font sur la base de sélection.

Cette liste n'est pas exhaustive. Toutefois, à cela s'ajoute des incubateurs de certaines grandes écoles de la place dont nous avons appris l'existence mais nous ne disposons pas d'informations sur ces derniers.

4. Analyse Services – Marchés

Pour commencer à esquisser notre réflexion stratégique, nous pouvons recourir à la matrice de Ansoff de sorte à identifier les orientations de développement. Cette matrice propose 4 orientations de développement possibles :

- ✓ la pénétration de marché : accroître la part de marché détenue
- ✓ le développement de marchés : une offre existante sur de nouveaux marchés
- ✓ le développement de produits : proposer une nouvelle offre sur des marchés existants
- ✓ la Diversification : s'engager sur des domaines d'activités dans lesquels nous ne sommes pas encore présents, tant en termes d'offres que de marchés

Comme vous pouvez le constater dans la matrice ci-dessous, ces orientations dépendent de la situation du développement du service et du marché :

Tableau 1: Analyse services-marchés

		Services	
		Existants	Nouveaux
Marchés	Existants	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campagne promotionnelle ▪ Rabais et offres selon type de clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en place plusieurs modèle de services
	Nouveaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire appel à des médias de communications (en ligne sur les réseaux sociaux, linkedin, twitter, facebook) ▪ Trouvez des partenariats avec des écoles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investir dans d'autres domaines tout en gardant le même type de clientèle (par exemple des étudiants intéressés par l'agriculture)

Source : L'auteur

5. Positionnement et stratégie de croissance

5.1 Positionnement

L'incubateur EASYPROJECT a adopté un positionnement au niveau du service. En effet, Un positionnement clair sur ses services financiers. EASYPROJECT par rapport aux concurrents qui offrent généralement des conditions de 3,6 voir 9 mois d'incubations entend aller à 12 mois voir 18 mois selon cas bien précis afin de d'assurer du succès de la future START-UPS et éviter ainsi sa disparition.

5.2 Stratégie de croissance

En tant que futur entrepreneur, la croissance de EASYPROJECT constitue l'une de nos préoccupations principales. Par ailleurs, on dit souvent que toute entreprise doit se développer et croître si elle ne veut pas disparaître un jour. En effet, l'absence de croissance traduit l'impossibilité pour l'entreprise d'innover et démontre son incapacité à augmenter son portefeuille client, ce qui l'entraîne irrémédiablement vers le déclin. Dès lors Nous entendons saisir les opportunités de croissance s'offrant à nous. D'un point de vue purement stratégique, les options pour croître sont limitées. Elles sont au nombre de 4 : la concentration, l'intégration verticale, la diversification et la globalisation (internationalisation), c'est ce que l'on peut appeler stratégies de croissance ou stratégies de développement. EASYPROJECT s'orientera vers une stratégie de diversification car EASYPROJECT entend déployer l'offre de services vers des activités nouvelles, plus ou moins proches des activités existantes.

6. Analyse SWOT

L'environnement dans lequel évoluera EASY PROJECT pourrait favoriser sa croissance. Toutefois il peut comporter aussi plusieurs menaces qu'il serait important pour nous d'identifier.

Tableau 2: Analyse forces et faiblesses, opportunités et menaces

INTERNES	FORCES	<ul style="list-style-type: none"> - Les espaces bien aérés - Bonne connaissance de l'environnement des affaires - Bonne équipe de gestion - qualité de l'équipement 	FAIBLESSES	<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'avantage de compétitivité - Faible revenu des fonds propres
EXTERNNES	OPPORTUNITES	<ul style="list-style-type: none"> - Innovation des services ; - Amélioration de l'environnement des affaires - Apparition de nouvelles technologies - Évolution de la demande d'accompagnement au niveau local 	MENACES	<ul style="list-style-type: none"> - Concurrence indirecte (notamment par les personnes qui sont dans l'informel) - Changement réglementaire - Instabilité du pays dû à la politique

Source : L'auteur

III. Plan stratégique d'activité

1. Marché - cible

La cible de l'incubateur est constituée par les porteurs de projet à forte dimension innovante. L'innovation est entendue dans un sens restreint c'est-à-dire la technologique. Le porteur doit être un étudiant (Homme et/ou femme) dont l'âge est compris entre 22 ans et 35 ans en cours b(ac+3/4) ou en fin de cycle (bac+5/6).

2. Positionnement et Segmentation

2.1 Positionnement

Notre positionnement est la manière dont nous voudrions que la start-up incubée perçoive le service par rapport aux autres services qui satisfont le même besoin. Les services fournis par EASY PROJECT permettront à chaque start-up incubée, une réussite garantie qui leur permettra de rester en vie.

2.2 Segmentation

La segmentation d'un marché est l'opération marketing qui consiste à le découper en sous marchés homogènes. Elle va permettre de construire une relation durable entre EASYPROJECT et sa clientèle. Nous choisissons la clientèle parce qu'il s'agit de connaître le client individuellement pour mieux répondre à ses attentes. La relation parce que Le service ne représente que le point final de l'approche commerciale mais s'inscrit dans le cadre d'une relation entre l'entreprise et le client.

EASYPROJECT choisira la segmentation géographique c'est-à-dire diviser le marché en sous-ensemble géographique.

3. Stratégie Commerciale

Cette partie montrera les 4 politiques du marketing mix telles que prévues par EASYPROJECT.

3.1 Politique de produit

EASY PROJECT a pour mission principale d'accompagner les porteurs de projets existants, porteurs de projets de création de start-up. EASYPROJECT va offrir des services tels que la mise disposition des locaux équipés, la formation des incubés, et la recherche de financement pour assurer leurs développements.

3.2 Politique de prix

Nous sommes conscients que notre offre de service est destinée aux jeunes porteurs de projets qui ne disposent pas nécessairement de revenu. Pendant notre enquête 25% des jeunes porteurs de projets étaient favorable pour investir un montant compris entre 1 000 000 FCFA et 5 000 000 FCFA, nous avons retenu la somme arbitraire de 3 000 000 FCFA qui correspond à la moyenne de la somme de l'intervalle [1 000 000 ; 5 000 000] divisée par deux (2). Le montant qui sera à payé par la START-UPS incubée s'élèvera à 125 000 FCFA/mois. Ce montant correspond au 3 000 000 FCFA repartir sur 24 mois. Toutefois peut importe la durée d'incubation, les honoraires sur 24 mois resterons fixes. La politique de prix pour les autres services sera consignée dans le tableau ci-après.

Tableau 3: Politique de prix EASY PROJECT

Offres de services	Prix pratiqués
Incubation	125 000 FCFA/mois
Location d'espace de coworking	50 000 FCFA/mois
Honoraires des formateurs	20 000 FCFA/Heures

Source : L'auteur

3.3 Politique de Distribution

Les principaux canaux de distribution de EASYPROJECT sont les prestations sur place c'est-à-dire dans nos locaux ou selon que nos clients selon les cas.

3.4 Politique de communication

L'objectif de notre politique de communication c'est d'abord de faire connaître l'incubateur EASYPROJECT et son offre de service, ensuite c'est de faire aimer EASYPROJECT et ses services auprès de sa clientèle. Pour plus d'efficacité nous utiliserons plusieurs moyens de communication à savoir la communication média (radio, presse, télévision, affichage, cinéma, magazine, les réseaux sociaux) et la communication hors média (réduction de frais prix en faisant une promotion, communication institutionnelle).

IV. Etude technique

Cette partie portera sur la situation géographique du projet, la présentation du schéma technique du projet et organisation du projet, la description du cycle d'exploitation, le tableau des outils et moyens de production et un portrait du personnel à recruter.

1. Situation Géographique

L'incubateur EASYPROJECT sera basé en Côte d'Ivoire dans la ville d'Abidjan qui est la capitale économique, le poumon des affaires en Côte d'Ivoire plus précisément dans le quartier de Cocody. Nous avons choisi la Côte d'Ivoire pour plusieurs raisons :

- la Côte d'Ivoire est un pays en plein essor économique et social. Les opportunités sont grandissantes, et les chantiers économiques et d'infrastructures sont importants ;
- c'est un pays multiculturel. Le peuple Ivoirien est une vraie mosaïque culturelle. Nous comprenons plus de 60 ethnies ! Mais aussi des communautés venant des 4 coins du monde : de France, du Liban, du Viet Nam, des États-Unis pour ne citer que ceux-ci, sans compter l'Afrique.
- une facilité d'adaptation et d'acclimatation unique. Pas besoin d'apprendre de nouvelle langue, puisque la langue officielle est le français. L'Anglais est également de plus en plus utilisé comme langue des affaires.
- grâce à son climat tropical, nous bénéficierons de températures idéales toute l'année
- une culture riche, diverse et vivante.
- une gastronomie locale empreinte de diversité culturelle et témoignage de la richesse de notre terre. D'ailleurs sa cuisine est réputée en Afrique de l'Ouest comme une des plus diversifiées.

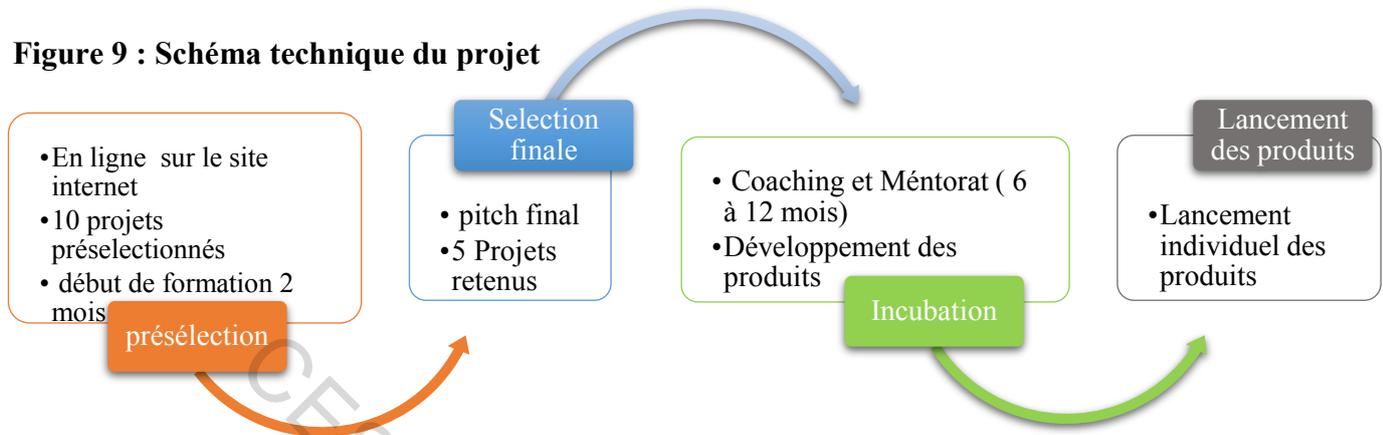
Notre principale motivation pour nous installer à Abidjan car la plupart des institutions s'y trouvent. Aussi c'est une place de choix du fait de notre clientèle cible. Abidjan regorge deux universités publiques et plus d'une quarantaine d'établissements supérieurs privés. Ce qui pourrait nous fournir très rapidement nos premières START-UPS incubées donc nos premiers clients. En outre, Nous choisirons la Commune de Cocody car c'est une commune résidentielle et les prix nous paraissent abordables par rapport à ceux du plateau qui est le centre des affaires de la Côte d'Ivoire. De même Cocody regorge la majeure partie des institutions de sécurité raison de plus de pour nous de s'y installer afin de garantir la sécurité à nos clients.

2. Présentation du schéma technique et organisation du projet

2.1 Présentation du schéma technique

Le schéma technique présente le processus de la sélection jusqu'au lancement des produits ou services.

Figure 9 : Schéma technique du projet



Source : L'auteur

3. Description du cycle d'exploitation

Le cycle d'exploitation de EASYPROJECT se déroulera en quatre phases à savoir : la phase de présélection, la phase de sélection, la phase d'incubation proprement dite et la phase de lancement.

3.1 La phase de présélection

La phase de présélection démarre d'abord par la vérification des conditions d'éligibilité qui sont les points suivants :

- Le porteur de projet doit être âgé de 22 ans à 35 ans révolus au jour du dépôt du dossier de candidature.
- Le projet peut être porté par une ou plusieurs personnes (cinq (5) personnes maximum)
- Le projet doit être un produit, développé pour la Côte d'Ivoire et le porteur doit résider à Abidjan ou dans les communes périphériques d'Abidjan tels que Anyama, Bingerville et Grand Bassam.
- Le projet doit présenter des caractères innovants au regard des productions des biens et services existants, des processus, matières, concepts utilisés.
- Le produit dans sa mise en œuvre finale est générateur de valeur ajoutée.

Toutes les porteuses et tous les porteurs de projet qui satisfont aux critères d'éligibilité seront amenés à remplir un dossier de candidature en ligne sur le site internet de EASYPROJECT qui sera

ouvert à cet effet. Il comprendra également une vidéo de 3 minutes présentant votre projet et start-up. En cas de transmission de dossier incomplet, le Jury se réserve le droit d'invalider

la candidature de l'entrepreneur porteur du projet. Chaque dossier transmis et validé fera l'objet d'un accusé de réception adressé au porteur de projet par email. A noter que les « Dossiers de Candidature » ne sont accessibles que par les seuls membres du jury.

Les délibérations du jury sont confidentielles. Enfin, les membres du jury sont tenus au secret professionnel le plus strict. La communication sur les projets sélectionnés s'effectuera sur la base des informations recueillies dans le « Dossier de Candidature », sauf mention contraire du porteur de projet ou de l'entreprise, hors éléments confidentiels. La note non confidentielle du projet fourni par le candidat pourra servir de base à une publication en cas de sélection. Il est de la responsabilité du candidat de s'assurer qu'aucune information relative à la propriété intellectuelle ne figure dans le résumé fourni à EASYPROJECT.

3.2 La phase de sélection finale

Au terme de la première sélection sur la base de leur « Dossier de Candidature » et des critères s'y rapportant, les dix (10) START-UPS choisis, par un jury de cinq (05) personnes, intégreront EASYPROJECT pour une période d'un mois. Les porteurs de projets sélectionnés s'engagent à intégrer cet Incubateur et à suivre le programme d'accompagnement et d'incubation qui leur sera proposé. Une présence assidue aux sessions de Coaching et de formation sera exigée pour la poursuite de l'accompagnement.

Concernant la deuxième sélection, les quatre (04) porteurs de projets retenus lors de la première sélection devront présenter leur projet amélioré lors d'une session de présentation de cinq (5) minutes devant un jury de professionnels.

3.3 La phase d'incubation

Une fois sélectionnés sur la base de leur présentation et des critères s'y rapportant. Les critères sont : l'innovation, la viabilité économique, l'impact social, intégrité et leadership.

Les quatre (04) meilleurs projets choisis poursuivront leur incubation pour une période allant de six (6) à douze (12) mois. A cet effet, elles suivront quinze (15) sessions de mentoring en complément du parcours de coaching.

3.4 Le lancement des produits

Après la phase d'incubation, les produits seront commercialisés en accord avec nos différents partenaires

En outre, Un ensemble de services à la carte est également disponible pour les entreprises TIC ne souhaitant pas bénéficier de la palette complète des services d'incubation : business développement, levée de fonds, gestion comptable, etc.

4. Tableau des outils et moyens de production

La bonne gestion d'un incubateur de START-UPS nécessite également des bons outils. Que ce soit pour la communication, le travail collaboratif, l'échange de contacts qualifiés ou encore la maintenance des espaces de travail. L'émergence du numérique a permis la prolifération des outils qui permettent un accompagnement encore plus efficace et pertinent.

Tableau 4 : Tableau des outils et moyens

OUTILS	MOYENS
<p>Communication : Pour un incubateur, il est nécessaire de garder un contact permanent avec ses START-UPS incubés, notamment les mentors qui doivent répondre présent en cas de problème. Un outil de messagerie instantanée comme Skype permet par exemple de garder constamment le contact et d'échanger sur des problématiques de travail.</p>	<p>Comme moyen de production, nous aurons des bureaux à savoir 6 bureaux, une grande salle de réunion, un grand espace pour le travail collaboratif et une connexion internet qui permettra de faciliter la communication en interne et en externe</p>
<p>Travail collaboratif : google Drive est un excellent outil, il nous permettra de suivre tous les travaux des incubés.</p>	
<p>Gestion de finance : Pour démarrer nous allons utiliser le tableur Excel pour la gestion des finances</p>	
<p>Présentation : les applications PowerPoint et Prezi sont des outils nous aiderons à faire de belles présentations, ceux-ci participent à une meilleure communication ainsi que d'autres outils tels que Photoshop, design etc...</p>	

Source : L'auteur

5. Portrait du personnel à recruter

le personnel selon le poste doit avoir une formation ou une expérience professionnelle dans les domaines de Technologie de l'information et de la communication, du Marketing, du Management, création graphique, gestion des projets, la finance.

Tableau 5: Portrait du personnel à recruter

Postes	Diplômes	Experiences Requises
Gérant	BAC+4/5 Management, finance, gestion, marketing, RC	5 ans minimum à un poste de Direction
Responsable projet	BAC+4/5 en gestion des projets, marketing et stratégie	5 ans minimum à un poste de Direction
Assistante de Direction	BAC+2 minimum (Secretariat/ assistantat de direction)	3 ans à un poste similaire
Community manager	Bac+3/4 Management, finance, gestion, marketing, RH	4 ans à un poste similaire
Développeur	BAC+4/5 en Informatique et développer d'application	4 ans à un poste similaire
Responsable Marketing & Communication	BAC+4/5 en Marketing, Ressources Humaines et Communication	5 ans à un poste similaire

Source : L'auteur

CHAPITRE III : ETUDE JURIDIQUE, FINANCIERE ET ECONOMIQUE

Ce chapitre comportera quatre (4) points à savoir le volet juridique, le montage financier, l'analyse d'impact prospective du projet et le plan d'action de mise en œuvre du projet.

I. Statut juridique et montage

Il sera traité du choix de la structure juridique de EASYPROJECT, de la constitution du capital et la structure organisationnelle.

1. Choix de la structure juridique

Cette étape consiste à donner à votre projet de création d'entreprise un cadre juridique qui lui permettra de voir le jour en toute légalité. Ainsi, à ce jour les formes juridiques en vigueur en Côte d'Ivoire répondent à l'acte uniforme de l'OHADA. La forme choisie pour EASYPROJECT est la SARL pluripersonnelle avec deux associés. Sa raison sociale sera EASYPROJECT SARL. Sa durée de vie sera de quatre-vingt-dix-neuf ans (99 ans). Il s'agit d'une forme qui inspire plus la confiance des associés et des tiers. Enfin, la responsabilité des associés se limitent uniquement à leurs apports.

2. Constitution du capital

Le capital social EASY PROJECT sera fixé pour un montant de 15 000 000 FCFA divisé en part social d'une valeur de 5 000 FCFA. Le capital sera entièrement par apport en numéraire. Le promoteur souscrira à hauteur de 70% du capital et l'associé prendra une participation de 30% du capital. Cette répartition a été faite pour permettre au promoteur de garder le contrôle de EASYPROJECT.

Figure 10: Structure du capital de EASY PROJECT

Parts du capital social



Source : L'auteur

3. Structure organisationnelle

« La structure de l'organisation, somme totale des moyens employés pour diviser le travail en tâches distinctes et pour ensuite assurer la coordination entre les tâches » (Mintzberg ;1982). EASYPROJECT va adopter une structure fonctionnelle pour plus d'efficacité afin d'atteindre les objectifs fixés par le gérant. Une telle structure permet à EASYPROJECT de disposer de collaborateurs avec des connaissances spécialisées très pointues, au moyen d'une formation facile et rapide pour une activité particulière : ceci permet d'effectuer des tâches bien déterminées d'une manière optimale. En outre, cette structure permettra à chaque collaborateur d'avoir un minimum d'attributions, et ce, quel que soit son niveau hiérarchique dans l'entreprise. Les contrôles deviennent, ainsi, simples, rapides et efficaces, ne s'effectuant qu'à l'intérieur d'un seul service, et la productivité devient de plus en plus importante.

3.1 L'Associé gérant

C'est le promoteur du projet, il représentera légalement EASYPROJECT. Il sera chargé de définir la politique et la stratégie globale de celle-ci et de superviser, gérer les affaires financières afin de réaliser les objectifs assignés.

3.2 L'assistante de direction

La présence de l'assistante de direction est nécessaire et importante car elle joue un rôle essentiel dans l'organisation. Elle organise la tenue des réunions d'entreprises et la réalisation de leurs comptes-rendus grâce à sa très bonne maîtrise des outils et des techniques de communication. Elle décharge le directeur de toutes les tâches administratives, organise ses journées, ses voyages, assure son secrétariat personnel et élabore son courrier à partir de ses consignes. Elle est également chargée d'organiser les réunions de travail : elle prépare les dossiers, s'occupe de prévenir les personnes concernées et assiste à ces réunions de travail pour en assurer les comptes rendus.

3.3 Le responsable projet

Le chargé de projets aura pour responsabilité d'accompagner, de coacher, d'encadrer et de conseiller les START-UPS incubées en fonction de leurs objectifs et besoins. Il apporte son appui aux entreprises incubées en termes des stratégies pour une croissance plus effective. Dans ce cadre. Par ailleurs, le Chargé de Projets devra identifier et guider les jeunes porteurs de projets candidats à l'incubation. Il devra participer au comité de sélection des projets et des formations des START-UPS.

3.4 Responsable Marketing et Communication

De concert avec la Direction, le Directeur marketing et Communication élabore la stratégie commerciale de EASYPROJECT et développe des moyens susceptibles de la mettre en œuvre. Il défend l'image de l'entreprise et promeut les produits de celle-ci.

Pour le volet communication, le Directeur marketing et communication :

- élabore une politique et stratégie de communication corporate
- définit et met en œuvre la promotion et la commercialisation des événements et des espaces
- met en place des campagnes de communication Multi-canaux (internet, presse, publicité, approche directe, etc.)
- conçoit des actions de communication interne et externe
- conçoit et met en œuvre une politique de relations publiques
- veille à la notoriété de l'entreprise
- effectue un bilan des stratégies de communication
- pilote l'ensemble de la communication médiatique (rédaction de communiqués, dossiers de presse, ...)

Pour le volet marketing, il conçoit et met en œuvre la stratégie marketing, pilote les études marketing, définit le marketing mixte, analyse le marché et la concurrence propose et met en œuvre une stratégie de promotion des produits.

3.5 Le Community Manager

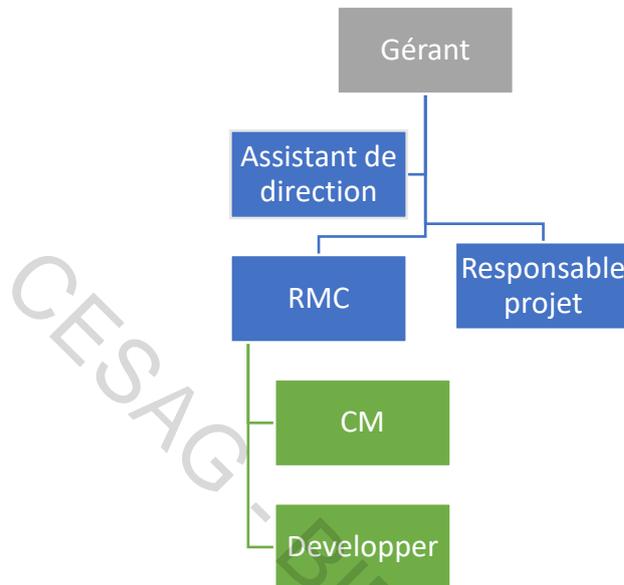
Le Community Manager, gestionnaire de communautés en français, est le représentant de la marque EASYPROJECT sur Internet. Sous la responsabilité du responsable marketing, Il publie du contenu sur tous les réseaux sociaux pour faire de la pub pour l'entité qu'il représente, il répond aux questions des gens sur les réseaux sociaux et les forums, il prospecte sur les forums et envoie des newsletters. Toutes ces actions auront pour but de faire augmenter la e-réputation de sa société. Le Community Manager a aussi un travail important de veille où il va scruter les sites, les forums, les blogs, les entreprises, voire les concurrents de son entreprise.

3.6 Le Développeur

Le développeur web est la personne en charge de la réalisation et du développement informatique du site internet de EASY PROJECT. Sous la responsabilité du responsable marketing et communication, il décide de l'arborescence du site internet, de son design, des éléments de sécurité

informatique puis les mettre sous la forme du code. Il maîtrise les langages de programmation comme le PHP, le MySQL, le Javascript, le Python, le Ruby etc... et un peu de HTML, CSS (plus le langage de l'intégrateur web).

Figure 11: Organigramme de EASY PROJECT



Source : L'auteur

II. Montage Financier

Le montage financier permet de récapituler l'importance et l'origine des ressources nécessaires à la réalisation de notre projet. Le montage financier comprend des éléments essentiels tels que le coût des investissements, les modalités de financement, les comptes d'exploitation, la rentabilité du projet et l'évaluation du risque et de la sensibilité.

1. Evaluation du coût des investissements

Les dépenses d'investissement englobent toutes les dépenses engagées pour démarrer le projet. Ils'agit des frais d'installation, des aménagements et construction, du matériels et mobiliers.

1.1 Les frais d'installation

Les frais d'installation sont constitués essentiellement des frais d'établissement. Le Plan comptable OHADA, issu de l'Acte uniforme portant organisation et harmonisation des comptabilités des entreprises, donne la définition suivante des frais d'établissement : « Ce sont des dépenses engagées à la constitution de l'entreprise (honoraires, droits d'enregistrement, frais de formalités légales, frais de prospection, frais de publicité et de lancement...) ou dans le cadre

d'opérations tendant à maintenir ou à promouvoir le développement de l'entreprise (augmentation de capital, restructuration)». Le CEPICI indique le montant des frais afférents à la création des personnes morales (SARL) dont le montant du capital est supérieur à 10 000 000 FCFA. Tous les éléments sont consignés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 6 : Frais d'établissement

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Montant FCFA
Droit d'enregistrement (0,3% du capital +18000 FCFA frais fixes)			63 000
Droit de timbre (17 pages de statut pour 500F/ page)	17	500	8 500
Droit de recherche	5 000	1	5 000
Registre de commerce	10 000	1	10 000
Certificat de dépôts au greffe	5 000	1	5 000
TOTAL			91 500

Source : L'auteur

Tableau 7: immobilisations incorporelles

Eléments	Montant FCFA
Frais d'installation	91 500
Logiciels	1 500 000
Site internet	500 000
TOTAL	2 091 500

Source : L'auteur

1.2 Les immobilisations corporelles

Il s'agit essentiellement du matériel pour équiper les locaux à savoir les matériels informatiques et mobiliers de bureaux. Il prend en compte les frais d'aménagements et construction. Le montant total des immobilisations est estimé à 9 644 000 FCFA

Tous les détails sont consignés dans le tableau ci-dessous

Tableau 8: Tableau des immobilisations corporelles

Elements	Quantité	Prix unitaire	Montant FCFA
Matériels et Mobiliers			7 644 000
Ordinateurs portables HP	6	375 000	2 250 000
Stabilisateurs CRV-1000VA	4	14 750	59 000
Imprimantes HP multifonction	2	25 000	50 000
Imprimantes multifonction laser	2	75 000	150 000
Vidéo projecteur EB X18-3LCD	1	460 000	460 000
Split NASCO	3	105 000	315 000
Tables de bureau	8	165 000	1 320 000
Fauteuil de bureau Directeur	8	85 000	680 000
Chaise de bureau	10	52 000	520 000
Grande table de réunion	1	100 000	100 000
Etagère	10	35 000	350 000
Armoire de rangement	5	60 000	300 000
Banquette visiteurs	1	175 000	175 000
Groupe électrogène	1	600 000	600 000
Ecran télé samsung 49 pouces	1	315 000	315 000
Aménagement et installations			2 000 000

Source : L'auteur

1.3 Les immobilisations financières

Ce sont les sommes versées pour l'installation de l'eau, l'électricité, le téléphone et la connexion internet. L'ensemble des informations sont consignés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 9: immobilisations financières

Elements	Montant FCFA
Caution loyer	5 000 000
caution eau	200 000
caution électricité	200 000
Caution(téléphone+internet)	75 000
TOTAL	5 475 000

Source : L'auteur

1.4 Besoin en Fond de roulement

Le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) est le niveau de ressources financières nécessaire au financement du cycle d'exploitation de l'entreprise. Il découle de l'exploitation de l'entreprise, notamment des règlements fournisseurs, des crédits clients, de la constitution des stocks.

Il résulte généralement du décalage entre les décaissements et encaissements des flux de trésorerie liés à l'activité de l'entreprise. Dans notre cas, il n'existe pas de stock de marchandises, et nous payons nos fournisseurs au comptant. Les revenus proviendront du service accompagnement des PME, des honoraires d'encadrement et de la location des espaces de coworking. Les revenus versés par nos clients et le montant que nous facturons pour des éventuels services à des entreprises non incubées ne nous permettent pas de couvrir nos dépenses d'exploitation durant la 1^{ère} année de démarrage. Donc il existe un besoin en fonds de roulement correspondant à nos dépenses mensuels d'exploitation. Ce besoin a été estimé à 6 745 000 FCFA. (voir annexe 2).

1.5 Synthèse des coûts d'investissement

Elements	Montant
Immobilisations incorporelles (A)	2 091 500
Immobilisations corporelles (B)	9 644 000
Immobilisations financières (C)	5 475 000
Total Investissements (A+B+C)	17 210 500
Besoin en fond de roulement (BFR)	6 745 000
Coût globale du projet	23 955 500

2. Business model

EASYPROJECT a pour ambition de bâtir un modèle d'incubateur viable financièrement afin d'être indépendant de sources de financement externes d'ici 2020. Pour se faire EASY PROJECT mettra en location ses espaces de coworking et sera rémunéré sur la base d'un pourcentage de la croissance du chiffre d'affaires des entreprises qu'elle accompagne dans son programme d'incubation. En d'autres termes, nous partageons le succès et l'échec de nos entreprises : si elles ne grandissent pas, elles non seulement ne payeront pas mais seront remboursé des sommes qu'elles auront décaissées mensuellement !

D'autres services commerciaux sont également proposés par EASYPROJECT afin d'équilibrer son modèle. Parmi eux nous comptons les formations et certifications, l'organisation d'événements TIC et de concours d'entrepreneurs, le conseil en incubation et au lancement d'incubateurs.

Un ensemble de services à la carte est également disponible pour les entreprises TIC ne souhaitant pas bénéficier de la palette complète des services d'incubation : business développement, levée de fonds.

3. Modalité de financement

Notre projet sera financé via un financement mixte : 20% en fonds propres et 80 % par emprunt bancaire. L'emprunt sera contracté auprès de la société générale de banque en Côte d'Ivoire (SGBCI) à un taux annuel de 7% l'an et qui sera remboursé par des mensualités constantes sur 4 ans.

Tableau 10 : tableau de financement du projet

Eléments	Montant en FCFA
Fond propres	10 966 100
Emprunt bancaire	43 864 400

Source : L'auteur

- **Tableau d'amortissement de l'emprunt**

Le montant à rembourser sera de 43 864 400 FCFA à un taux de 7% l'an. La méthode de remboursement adoptée est le remboursement par le versement de mensualité. Il s'agira pour nous de calculer le taux mensuel et la mensualité pour une durée de 48 mois.

Le tableau de remboursement de l'emprunt sera fourni en annexe 3.

4. Comptes d'exploitation

4.1 Chiffre d'affaires prévisionnel

Le chiffre d'affaire de EASYPROJECT sera issu essentiellement de son offre et est reparti comme suit : Incubation, Location des espaces de coworking, Accompagnement des entreprises non incubées. Le nombre d'entreprises incubées est de cinq (5.) ces derniers paieront un montant de 125 000 F / mois et un montant de 50 000 F/ pour les loyers de coworking jusqu'à ce qu'ils puissent quitter l'incubation c'est-à-dire 12 mois après. Cependant EASYPROJECT est rémunéré également à la fin de l'incubation en prenant 10% de Chiffre d'affaires. Nous estimons que le chiffre d'affaires des START-UPS est de 25 000 000 / an et que EASYPROJECT accompagne 15 entreprises en dehors de ceux qui sont à l'incubation durant les deux premières années et que ces derniers paient un forfait de 1200 000 FCFA / an. Le nombre d'entreprise accompagnée de 3 par an. Ce qui nous donne le tableau suivant :

Tableau 11: Chiffre d'affaire prévisionnel

Elements	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
honoraires d'encadrement	625 000	625 000	625 000	625 000	625 000
locations coworkig	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
frais de sortie de l'incubation	18 000 000	18 000 000	18 000 000	18 000 000	18 000 000
Accompagnement des autres PME	30 000 000	45 000 000	73 500 000	92 000 000	130 000 000
CA prévisionnelle	48 875 000	63 875 000	92 375 000	110 875 000	148 875 000

Source : L'auteur

4.2 Evaluation des charges d'exploitations

Ces charges sont liées à l'activité ordinaire de l'entreprise. Ces charges entrent dans la composition des coûts des produits de l'entreprise. On les classera en deux groupes à savoir les charges de personnel et les frais généraux.

4.2.1 Les charges de personnels

Il s'agit des rémunérations de l'ensemble du personnel. Il est présenté dans le tableau ci après :

Tableau 12: Masse salariale

Salariés	Salaires Mensuels	Nbre de mois	Salaires annuels
Gérant	600 000	12	7 200 000
Responsable projet	400 000	12	4 800 000
RMC	400 000	12	4 800 000
AD	100 000	12	1 200 000
CM	250 000	12	3 000 000
Developper	250 000	12	3 000 000
TOTAL	2 000 000		24 000 000

Source : L'auteur

4.2.2 les frais généraux

Tableau 13 : Frais généraux

Elements	charges mensuels	Colonnel	Charges annuels
Loyer	400 000	12	4 800 000
electricité	150 000	12	1 800 000
eau	15 000	12	180 000
internet	30 000	12	360 000
transport	40 000	12	480 000
autres charges	500 000	12	6 000 000
Total	1 135 000		13 620 000

Source : L'auteur

4.3 Synthèse des charges exploitations

Tableau 14: synthèses des charges d'exploitations

Année	1	2	3	4	5
Charges d'exploitation	37 620 000	37 620 000	37 620 000	37 620 000	37 620 000

Source : L'auteur

4.4 Amortissement des éléments de l'actif

L'amortissement se fera sur les immobilisations incorporelles et corporelles.

La durée d'amortissement sera la durée du projet.

Tableau 15: tableau d'amortissement immobilisations incorporelles

Immobilisations incorporelles				
periodes	Valeur d'origine	amortissement	Cumul Amort	VNC
1	2 091 500	418 300	418 300	1 673 200
2	2 091 500	418 300	836 600	1 254 900
3	2 091 500	418 300	1 254 900	836 600
4	2 091 500	418 300	1 673 200	418 300
5	418 300	418 300	2 091 500	-

Source : L'auteur

Tableau 16 : tableau d'amortissement des immobilisations corporelles

immobilisations corporelles				
périodes	Valeur d'origine	amortissement	Cumul Amort	VNC
1	9 644 000	1 928 800	1 928 800	7 715 200
2	9 644 000	1 928 800	3 857 600	5 786 400
3	9 644 000	1 928 800	5 786 400	3 857 600
4	9 644 000	1 928 800	7 715 200	1 928 800
5	1 928 800	1 928 800	9 644 000	-

Source : L'auteur

4.5 Compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat prévisionnel fait ressortir une augmentation de la valeur ajoutée sur les 5 ans et une augmentation du résultat d'exploitation sur les cinq ans. Toutefois durant les deux premières années, le résultat net était négatif mais à partir de la troisième année l'entreprise a dégagé un bénéfice jusqu'en année 5.

Tableau 17: Compte de résultat prévisionnel

Elements	1	2	3	4	5
CA	48 875 000	63 875 000	92 375 000	110 875 000	148 875 000
Conso inter.	13 620 000	13 620 000	13 620 000	13 620 000	13 620 000
Valeur Ajoutée	35 255 000	50 255 000	78 755 000	97 255 000	135 255 000
Charges pers	37 620 000	37 620 000	37 620 000	37 620 000	37 620 000
Excédent brut d'expl.	- 2 365 000	12 635 000	41 135 000	59 635 000	97 635 000
Amort	2 347 100	2 347 100	2 347 100	2 347 100	2 347 100
Resultat d'exploitation	- 4 712 100	10 287 900	38 787 900	57 287 900	95 287 900
principal emprunt	4 301 752	4 454 527	4 946 181	5 303 741	
intérêt	1 205 233	1 154 008	560 804	203 244	
produits financiers		-	-	-	-
RF	- 5 506 985	- 5 608 534	- 5 506 985	- 5 506 985	-
RCAI	- 10 219 085	4 679 366	33 280 915	51 780 915	95 287 900
impôts (25%)			8 320 229	12 945 229	23 821 975
Résultat Net	- 10 219 085	4 679 366	24 960 686	38 835 686	71 465 925

Source : L'auteur

5. Rentabilité du projet

5.1 Pertinence du projet

Trois indicateurs ont été retenus pour montrer la pertinence de ce projet : ce sont la Valeur Actuelle Nette des flux de trésorerie générés par le projet. Le projet sera pertinent si la VAN > 0 ; Notre VAN pour un taux d'actualisation de 8% est de 80 639 706 FCFA.

Le taux de rentabilité interne du projet est de 51% et le délai de récupération est de 3 ans 4 mois 2 jours.

Tableau 18: Rentabilité du projet

Elements	0	1	2	3	4	5
Résultat Net		- 10 219 085	4 679 366	24 960 686	38 835 686	71 465 925
Amortissements		2 347 100	2 347 100	2 347 100	2 347 100	2 347 100
CAF		- 7 871 985	7 026 466	27 307 786	41 182 786	73 813 025
Recupération du BFR						6 745 000
Investissement	17 210 500					
BFR	6 745 000					
Flux	- 23 955 500	- 7 871 985	7 026 466	27 307 786	41 182 786	80 558 025
VAN	80 639 706					
TRI	51%					
DRCI	1ans 11 jours					

Source : L'auteur

Le taux d'actualisation est le CMPC et est égale à 8%. Le taux de rentabilité exigé par les actionnaires a été fixé a été calculé en tenant compte du taux moyen des obligations du trésor public ivoirien auquel a été ajouté une prime de risque (annexe 4). Rappelons que le taux de l'emprunt est de 7% alors le coût de la dette est égale 5,25% en raison de l'impôt, car les intérêts générés par la dette sont fiscalement déductibles.

5.2 Rentabilité économique et financière

Tableau 19: tableau de comparaison rentabilité économique et rentabilité financière

Années	1	2	3	4	5
Rentabilité économique	-10,34%	22,58%	85,15%	125,76%	209,18%
rentabilité financière	-29,91%	13,70%	73,06%	113,67%	209,18%

Source : L'auteur

- Le ratio de rentabilité financière

Nous constatons un ratio en constante augmentation sur les 5 ans jusqu'à atteindre 209,18% Cela témoigne de la participation significative des capitaux à l'obtention de ce résultat.

➤ Le ratio de rentabilité économique

Cette rentabilité est moins dépendante de la structure financière de l'entreprise ; cependant elle reste influencée par le besoin en fonds de roulement. L'entreprise a obtenue une bonne rentabilité à partir de son actif économique.

6. Evaluation du risque et analyse de sensibilité

6.1 Evaluation du risque

Le risque peut être défini comme la probabilité de survenance d'un événement non prévu. Il pourrait avoir un sens positif tout comme négatif selon les cas. L'on peut distinguer plusieurs risques selon les situations. On peut citer quelques uns.

6.1.1 le risque de contrepartie

c'est le risque que la partie avec laquelle un contrat a été conclu ne tienne pas ses engagements (livraison, paiement, remboursement, etc.). Dans notre cas c'est le risque pour lequel un incubé ne puisse pas ou ne puisse plus honorer ses engagements.

6.1.2 Le risque pays

au sens strict, le risque pays correspond à la probabilité qu'un pays n'assure pas le service de sa dette extérieure. D'autre part, si un pays connaît une crise très grave (guerre, révolution, faillites en cascade, etc.) alors même les entreprises « de confiance », malgré leur crédibilité, vont se retrouver en difficulté. C'est un risque de contrepartie lié à l'environnement de la contrepartie ;

6.1.3 Le risque de liquidité

C'est le risque pour lequel l'entreprise est dans une situation où elle manque de trésorerie pour faire face à ses échéances. Pour éviter ce risque, EASY PROJECT peut en cas de surliquidité investir dans les OPVCM car elle pourrait entrer au besoin dans ses fonds selon les circonstances.

6.2 Analyse de sensibilité

Processus par lequel on évalue la robustesse d'un modèle économique en examinant comment les résultats de l'analyse varient lorsque la valeur des variables clés est modifiée dans un intervalle déterminé. Renvoyé à l'analyse de sensibilité que de manière générale que le montant du changement dans les mesures de la rentabilité des entreprises du projet (valeur actuelle, le taux de

rendement interne) en raison de la modification d'un ou plusieurs des valeurs des déterminants du projet (Sullivan et al, 2002: 451).

Les raisons qui nous poussent à l'utilisation de l'analyse de sensibilité sont les suivantes :

- l'erreur de mesure
- le diagnostic des facteurs imprécis du projet
- l'événements futurs imprévisibles

L'objectif ici c'est l'accès à une bonne décision d'investissement

Pour ce faire nous allons nous intégrer dans un scénario optimiste et pessimiste en faisant varier notre chiffre d'affaire de +15% et de -20%.

Tableau 20: tableau d'analyse de la sensibilité

Elements	Optimiste (+15%)	Pessimiste (-20%)
VAN	124 180 191	22 585 725
TRI	75%	20%

Source : L'auteur

La lecture des résultats montre que dans tous les cas de figure le projet dégage une VAN positive et un TRI supérieur au taux d'actualisation. Néanmoins, même si l'hypothèse de la baisse de 20% de la croissance du chiffre d'affaires laisserait le projet viable, la VAN en sortirait significativement affectée. Par ailleurs, la hausse de la taille de marché de 15% renforcerait la viabilité du projet.

III. Analyse d'impact prospective du projet

L'analyse d'impact prospective du projet se fera au plan social et au plan économique.

1. Au plan social

Les START-UPS incubées peuvent mettre en place des solutions qui vont permettre l'accès à l'énergie dans certaines zones fortement marquées par des coupures à répétition d'électricité et tout ceci améliorera les conditions de vie des citoyens ivoiriens.

Ce projet peut permettre à un plus grand nombre de personnes d'accéder aux outils numériques, de proposer une alphabétisation avec des outils numériques.

2. Au plan économique

Ce projet participe à l'éclosion des futurs potentiels multinationale de côte d'ivoire et pourquoi pas d'Afrique. Et en rendant viable, ces start-ups vont d'agrandir et alors recruter des personnes, payer des impôts, des charges sociales par exemple. En claire, ce projet contribue à la création de richesse dans notre pays.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CONCLUSION

CESTAG - BIBLIOTHEQUE

Depuis trois (3) ans le climat des affaires en Côte d'Ivoire s'est amélioré. Ainsi l'on assiste à un débarquement des entreprises étrangères sur le territoire ivoirien, à l'instar des grandes chaînes de distribution BURGER KING et KFC en seulement 2 ans. Tout le développement durable de la Côte d'Ivoire passe également par l'arrivée des champions nationaux et pour avoir ces champions nationaux il faudrait la mise en place d'une politique d'accompagnement système de tout jeune qui souhaiterait entreprendre. L'Etat, les bailleurs de fonds internationaux, le privé. Et c'est dans cette optique qu'il nous est venu à l'idée de mettre en place un incubateur qui sera chargé d'offrir plusieurs services adaptés aux jeunes potentiels porteurs de projets.

L'étude de faisabilité de ce projet nous a amenés à faire un gros plan sur l'environnement macroéconomique de la Côte d'Ivoire et une étude de marché. Tout ceci nous a permis de dégager un montant global qui correspond à l'investissement initial de 17 210 500 FCFA et un besoin en fonds de roulement estimé à 6 745 000 FCFA.

L'évaluation financière du projet à travers les indicateurs de rentabilité tels que la Valeur Actuelle Net (VAN), le Taux de Rentabilité Interne (TRI) et Délai de Récupération du Capital Investi (DRCI) nous a permis d'attester de la viabilité du modèle proposé. Toutefois ce projet a besoin d'être réadapté en fonction des évolutions futures.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Georges KALOUSIS et Catherine Léger-Jarniou, *La Boîte à outils de la création d'entreprise - Edition 2016*, éd. Dunod, 192 pages.

Herny MINTZBERG, (1982), *Structure et dynamique des organisations*, Editions d'Organisation, 434 pages.

Jacky KÖEHL (2003), *Les choix des investissements*, dunod, 124 pages.

Jonathan BERK et Peter DEMARZO avec la collaboration de GUNTHER Capelle-Blanchard, Nicolas

COUDERC et Nicolas NALPAS, (2014), *Finance d'entreprise*, 3^{ème} édition, 1128 pages.

Projets Professionnels

- Stéphane T. BALANDI, (2016), Création d'un incubateur privé d'entreprise dédié aux jeunes porteurs de projets et START-UPS .dans le secteur tertiaire au Tchad « Tchad Pionniers »
- Ange Marie Grâce LOUGBO, (2016), Création d'une plateforme de crowdfunding pour le financement des projets innovants en Côte d'Ivoire : « Gold Seed Equity Crowdfunding »
- Inès Flora KOUAMÉ, (2017), Création d'une agence de communication événementielle et de placement d'hôtes à Abidjan : Flower agency

Webographie

<https://www.creerentreprise.fr/analyse-concurrence-methode/> consulté le 12 juin 2018

<http://www.commerce.gouv.ci/actualite.php?id=653> consulté le 12 juin 2018

<http://www.cfcim.org/magazine/35877> consultée le 12 juin 2018

<http://apanews.net/fr/pays/cote-divoire/news/lagence-cote-divoire-pme-nouveau-fer-de-lance-des-entreprises-ouvre-un-guichet-unique-en-juillet-annonce-son-dg-entretien> consultée le 12 juin 2018

https://fr.wikipedia.org/wiki/Matrice_d%27Ansoff consultée le 12 juin 2018

<https://www.succes-marketing.com/5-forces-porter/> consultée le 12 juin 2018

<https://www.pourentrepreneurs.fr/les-5-forces-de-porter> consultée le 12 juin 2018

<https://www.creer-mon-business-plan.fr/actualites/les-outils-danalyse-strategique-de-lentreprise-5-forces-de-porter.html> consultée le 12 juin 2018

<http://incubivoir.com/pepiniere-dentreprise/> consultée le 12 juin 2018

<https://www.fratmat.info/index.php/economie/pme-le-premier-centre-incubateur-ouvre-dans-le-premier-trimestre-2018> consultée le 12 juin 2018

<http://www.orangefab.ci/> consultée le 12 juin 2018

<http://www.groupecofina.com/incubateur-cofina-start-up-house/> consultée le 12 juin 2018

<https://africanstart-upforum.com/incubateurs.php#2018> consultée le 12 juin 2018

<https://www.facebook.com/istarincubateur/> consultée le 12 juin 2018

<http://www.mde.ci/actualites/financer-sa-start-up-en-cote-divoire-quelques-methodes-et-outils-deuxieme-partie/> consultée le 13 juin 2018

<https://www.fratmat.info/index.php/economie/pme-le-premier-centre-incubateur-ouvre-dans-le-premier-trimestre-2018> consultée le 13 juin 2018

<https://prodije.cgeci.info/> consultée le 13 juin 2018

<https://www.yellostart-up.ci/> consultée le 13 juin 2018

<https://www.mbdconsulting.ch/index.php/en/blog/strategie/strategies-de-croissance-quelles-sont-les-options-pour-faire-croitre-mon-entreprise/#.WyVY66f7TIV> consultée le 13 juin 2018

https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/coworking-incubateur-pepiniere-quel-accompagnement-est-fait-pour-vous_1911321.html consultée le 13 juin 2018

http://cticdakar.com/fr_fr/programmes/buntuteki/ consultée le 13 juin 2018

<http://www.cepici.gouv.ci/?tmp=document&p=documents> consultée le 13 juin 2018

<https://www.petite-entreprise.net/P-3749-136-G1-les-structures-fonctionnelles-description-avantages-et-inconvenients.html> consultée le 13 juin 2018

<http://www.ohada.com/actes-uniformes/693/732/section-2-classe-2-comptes-d-actif-immobilise.html>

consultée le 13 juin 2018

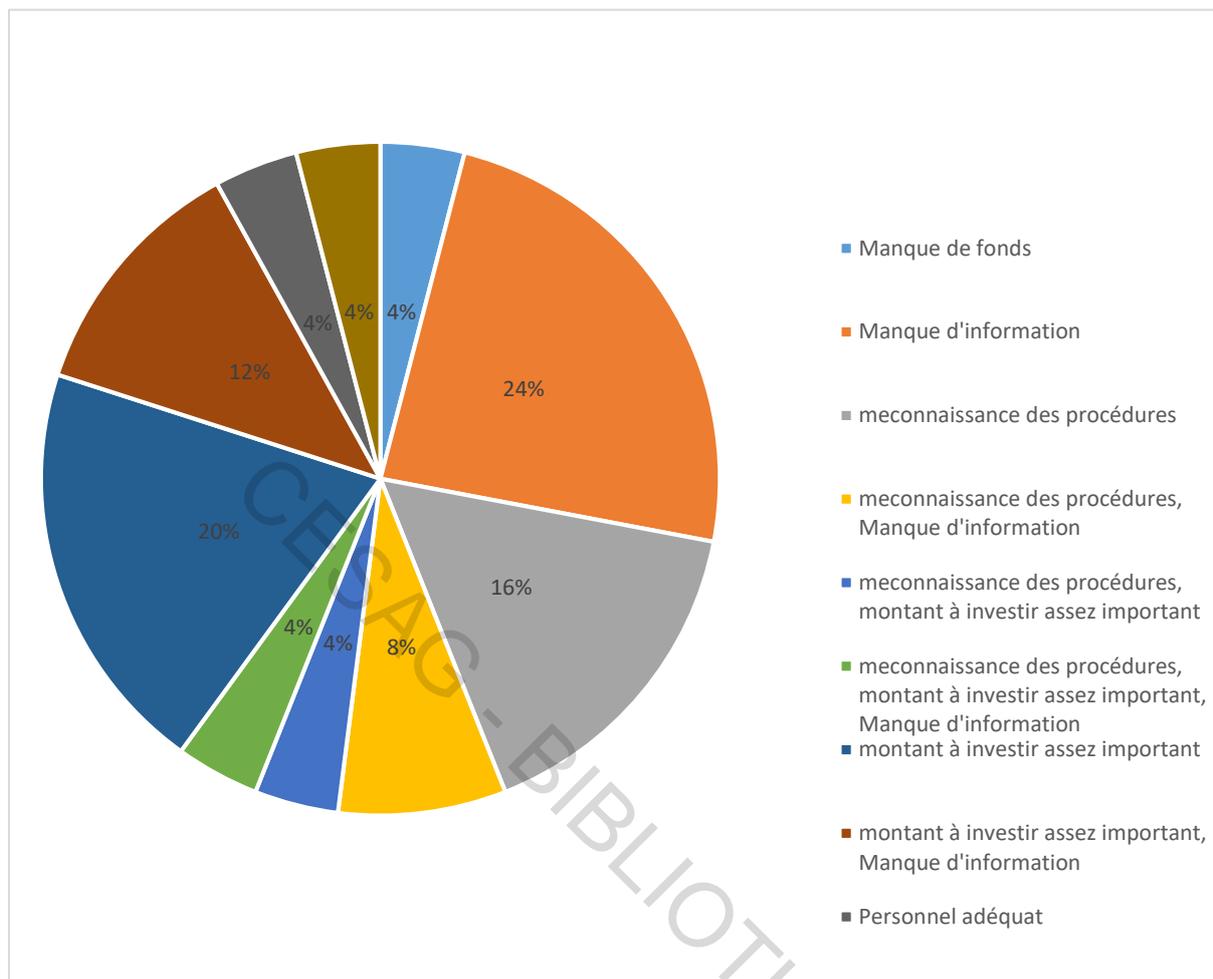
<http://www.lelabo-ess.org/l-entrepreneuriat-social-impact-economique-et.html> consultée le 13 juin 2018

http://www.ins.ci/n/index.php?option=com_content&view=article&id=118&Itemid=99
consultée le 13 juin 2018

CESAG - BIBLIOTHEQUE

ANNEXES

ANNEXE 1



ANNEXE 2 : Tableau du Besoin en Fond de roulement

Elements	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
accompagnement PME	30 000 000	45 000 000	73 500 000	92 000 000	130 000 000
location coworking	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
honoraires d'encadrement	625 000	625 000	625 000	625 000	625 000
Ressources	30 875 000	45 875 000	74 375 000	92 875 000	130 875 000
Loyer	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000
electricité	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
eau	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000
internet	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000
Transport	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000
Charges de personnels	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000
autres charges	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Emplois	37 620 000	37 620 000	37 620 000	37 620 000	37 620 000
BFR	6 745 000	- 8 255 000	- 36 755 000	- 55 255 000	- 93 255 000

ANNEXE 3 : Tableau du remboursement d'emprunt

période	Capital debut	Intérêt	Amortissement	Annuité	Capital fin
1	19 164 400	111 792	347 123	458 915	18 817 277
2	18 817 277	109 767	349 148	458 915	18 468 129
3	18 468 129	107 731	351 185	458 915	18 116 944
4	18 116 944	105 682	353 233	458 915	17 763 711
5	17 763 711	103 622	355 294	458 915	17 408 417
6	17 408 417	101 549	357 366	458 915	17 051 051
7	17 051 051	99 464	359 451	458 915	16 691 600
8	16 691 600	97 368	361 548	458 915	16 330 052
9	16 330 052	95 259	363 657	458 915	15 966 396
10	15 966 396	93 137	365 778	458 915	15 600 617
11	15 600 617	91 004	367 912	458 915	15 232 706
12	15 232 706	88 857	370 058	458 915	14 862 648
13	14 862 648	86 699	372 217	458 915	14 490 431
14	14 490 431	84 528	374 388	458 915	14 116 043
15	14 116 043	82 344	376 572	458 915	13 739 471
16	13 739 471	80 147	378 768	458 915	13 360 703
17	13 360 703	77 937	380 978	458 915	12 979 725
18	12 979 725	75 715	383 200	458 915	12 596 524
19	12 596 524	73 480	385 436	458 915	12 211 089
20	12 211 089	71 231	387 684	458 915	11 823 405
21	11 823 405	68 970	389 946	458 915	11 433 459
22	11 433 459	66 695	392 220	458 915	11 041 239
23	11 041 239	64 407	394 508	458 915	10 646 731
24	10 646 731	62 106	396 809	458 915	10 249 921
25	10 249 921	59 791	399 124	458 915	9 850 797
26	9 850 797	57 463	401 452	458 915	9 449 345
27	9 449 345	55 121	403 794	458 915	9 045 550
28	9 045 550	52 766	406 150	458 915	8 639 401
29	8 639 401	50 397	408 519	458 915	8 230 882
30	8 230 882	48 013	410 902	458 915	7 819 980
31	7 819 980	45 617	413 299	458 915	7 406 681
32	7 406 681	43 206	415 710	458 915	6 990 971
33	6 990 971	40 781	418 135	458 915	6 572 836
34	6 572 836	38 342	420 574	458 915	6 152 263
35	6 152 263	35 888	423 027	458 915	5 729 235
36	5 729 235	33 421	425 495	458 915	5 303 741
37	5 303 741	30 938	427 977	458 915	4 875 764
38	4 875 764	28 442	430 473	458 915	4 445 290

39	4 445 290	25 931	432 985	458 915	4 012 306
40	4 012 306	23 405	435 510	458 915	3 576 795
41	3 576 795	20 865	438 051	458 915	3 138 745
42	3 138 745	18 309	440 606	458 915	2 698 138
43	2 698 138	15 739	443 176	458 915	2 254 962
44	2 254 962	13 154	445 761	458 915	1 809 201
45	1 809 201	10 554	448 362	458 915	1 360 839
46	1 360 839	7 938	450 977	458 915	909 862
47	909 862	5 308	453 608	458 915	456 254
48	456 254	2 661	456 254	458 915	- 0

ANNEXE 4 : Tableau de détermination du taux exigé par les actionnaires : taux Rf

Periode	taux	taux moyen	prime de risque	taux RF	RF arrondi
2016-2026	5,90%	5,86%	6,10%	11,96%	12,00%
2017-2029	6,25%				
2017-2024 A	5,95%				
2017-2024 B	6,90%				
2018-2023	6,90%				
2014-2024	3,00%				
2014-2021	5,85%				
2015-2025	5,99%				
2015-2022	5,85%				
2016-2028	6,00%				
2016-20262	5,90%				

TABLES DE MATIERES

DEDICACE.....	
REMERCIEMENTS	i
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	ii
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES	iii
FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET	v
RESUME	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROMOTEUR ET DU PROJET	6
I. Présentation du promoteur	6
1. Identité du promoteur	6
2. Expérience et Savoir-faire du promoteur	6
II. Présentation du projet.....	7
1. Idée	7
2. Mission, vision et valeur	8
3. Métier	9
4. Les facteurs clés de succès	9
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE, ANALYSE STRATEGIQUE ET ETUDE TECHNIQUE	11
I. Etude de marché	11
1. Objectif et démarche de l'étude	11
1.1 Objectif de l'étude	11
1.2 Démarche de l'étude.....	11
2. Résultat de l'étude	11
2.1 Analyse de l'offre	14
2.2 Analyse de la demande.....	15
2.3 Analyse PESTEL.....	16
II. Plan stratégique générale.....	20
1. L'analyse de marché.....	21
2. Analyse de la Clientèle.....	21
3. Analyse de la concurrence.....	21
4. Analyse Services – Marchés	25

5.	Positionnement et stratégie de croissance	25
6.	Analyse SWOT	26
III.	Plan stratégique d'activité	27
1.	Marché - cible.....	27
2.	Positionnement et Segmentation	27
3.	Stratégie Commerciale	27
IV.	Etude technique	29
1.	Situation Géographique.....	29
2.	Présentation du schéma technique et organisation du projet.....	30
3.	Description du cycle d'exploitation	30
4.	Tableau des outils et moyens de production	32
5.	Portrait du personnel à recruter	33
	CHAPITRE III : ETUDE JURIDIQUE, FINANCIERE ET ECONOMIQUE	34
I.	Statut juridique et montage	34
1.	Choix de la structure juridique	34
2.	Constitution du capital	34
3.	Structure organisationnelle.....	35
II.	Montage Financier.....	37
1.	Evaluation du coût des investissements	37
2.	Business model.....	41
3.	Modalité de financement.....	41
4.	Comptes d'exploitation	42
5.	Rentabilité du projet	45
6.	Evaluation du risque et analyse de sensibilité.....	47
III.	Analyse d'impact prospective du projet	48
1.	Au plan social.....	48
2.	Au plan économique.....	49
	CONCLUSION	50
	BIBLIOGRAPHIE	52
	ANNEXES	55