



**CENTRE AFRICAIN D'ETUDES
SUPERIEURES EN GESTION**



PROGRAMME MASTER EN BANQUE ET FINANCE

Année académique 2019-2020

Promotion 19

Projet professionnel de fin d'études en vue de l'obtention du

Diplôme du Master en Banque et Finance

Option : Gestion bancaire et maîtrise des risques

**CREATION D'UNE PLATEFORME DE MISE EN
RELATION ARTISANS – PARTICULIERS :
BIGNON BRICO**

Par :

Bignon Romaric AHODEGNON
Stagiaire MBF
19^{ème} Promotion

Sous la supervision de :

Dr Bertin CHABI
Chef Département
CESAG - Grande Ecole

Soutenu publiquement à Dakar, le
Devant le Jury composé de :

Président du jury :

Membre du jury :

Membre du jury :

« Le Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG) n'entend donner ni approbation ni improbation sur les opinions émises dans les Projets Professionnels rédigés par les stagiaires (étudiants) de Master en Banque et Finance. Ces opinions sont propres à leurs auteurs ».

CESAG - BIBLIOTHEQUE

DEDICACE

A mon épouse, Tatiana Fabienne ADOHOUANNON

*A mes enfants, Sêdowouidé Nelson AHODEGNON et
Ayéfèmi Maïa AHODEGNON*

A mon frère aîné, Bidossessi Habib Junior AHODEGNON

RESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Je tiens à témoigner ma profonde gratitude à toutes les personnes qui ont contribué de quelque manière que ce soit à la rédaction de ce projet professionnel. En particulier :

Dr Bertin CHABI, Chef Département CESAG Grande Ecole, de m'avoir encadré, orienté, aidé et conseillé.

Dr. Alassane OUATTARA, Responsable Parcours Master en Banque et Finance, pour sa disponibilité et son accompagnement.

Mme Chantal OUEDRAOGO, Ex-assistante du Programme Master en Banque et Finance, pour ses conseils et son soutien.

La Direction Générale de Ecobank Bénin, de m'avoir accordé une mise en disponibilité pour le renforcement de mes capacités.

Mes collègues de la Direction de la Trésorerie de Ecobank Bénin, de m'avoir conseillé et soutenu.

L'ensemble du corps professoral du MBF, pour la qualité de l'enseignement.

Tous les stagiaires de la 19ème promotion du MBF, pour l'esprit de solidarité manifesté durant l'année académique.

M. Credo Stanley CHIKA, pour son assistance et mon intégration à Dakar.

M. et Mme Marcellin & Chimène GANDIGBE, pour leur soutien inestimable.

A toute ma famille, pour son assistance et sa bienveillance inconditionnelles.

SIGLES

ADECO	Agence-conseil pour le Développement Économique et la Communication
APIEx	Agence de Promotion des Investissements et des Exportations
BCEAO	Banque Centrale des Etats de l’Afrique de l’Ouest
BIC	Bénéfice Industriel et Commercial
BTP	Bâtiments et Travaux Publics
CEDEAO	Communauté Economique Des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CESAG	Centre Africain d’Etudes Supérieures en Gestion
CIMA	Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurance
COP	Conference of parties
EHR	Electrification Hors Réseau
FCS	Facteurs Clés de Succès
IFU	Identifiant Fiscal Unique
INDC	Intended Nationally Determined Contributions
INSAE	Institut National de la Statistique et de l’Analyse Economique
MBF	Master en Banque et Finance
OAPI	Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle
ODD	Objectifs de développement durable
OHADA	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PAG	Plan d’Action du Gouvernement
PDEHR	Plan Directeur d’Electrification Hors Réseau
PMA	Pays les Moins Avancés
RBER	Réseau Béninois d’Education et de Recherche
SAV	Service Après-Vente
SSII	Société de services et d'ingénierie en informatique
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats
TIC	Technologies de l’Information et de la Communication
TNT	Télévision Numérique Terrestre
UA	Union Africaine
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Plan de mise en œuvre du projet (diagramme de Gantt)	8
Tableau 2 : Outils et moyens de production.....	15
Tableau 3 : Portrait du personnel à recruter	16
Tableau 4 : Coût de la main d'œuvre selon la prestation.....	26
Tableau 5 : Les principales reformes du climat des affaires	33
Tableau 6 : PESTEL Bénin	Error! Bookmark not defined.
Tableau 7 : 5 (+1) forces de PORTER	36
Tableau 8 : Immobilisations du projet.....	44
Tableau 9 : Détermination BFR initial	45
Tableau 10 : BFR prévisionnels	45
Tableau 11 : Coût de l'investissement	45
Tableau 12 : Investissements phase 1	45
Tableau 13 : Sources de financement.....	46
Tableau 14 : Amortissement de l'emprunt	46
Tableau 15 : Chiffre d'affaires prévisionnel	47
Tableau 16 : Synthèse des charges d'exploitation.....	48
Tableau 17 : Amortissement des éléments d'actifs amortissables	48
Tableau 18 : Compte de résultat prévisionnel	49
Tableau 19 : Tableau des flux de trésorerie prévisionnel.....	49
Tableau 20 : Coût moyen pondéré du capital.....	51
Tableau 21 : Cash-flows actualisés et indicateurs de rentabilité.....	51
Tableau 22 : Evolution du Seuil de rentabilité	52
Tableau 23 : Bilan prévisionnel et rentabilités	53
Tableau 24 : Analyse de sensibilité.....	54
Tableau 25 : Analyse de scénario.....	54
Tableau 26 : Résultat de l'analyse de scénario	54
Tableau 27 : Identification des risques et mesures.....	55

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Structure du capital de BIGNON BRICO.....	10
Figure 2 : Organigramme de BIGNON BRICO.....	12
Figure 3 : identification des répondants	21
Figure 4 : familiarité à l’outil internet et au mobile money	22
Figure 5 : satisfaction des besoins en travaux	22
Figure 6 : fréquence des besoins en travaux.....	23
Figure 7 : intérêt pour le projet.....	23
Figure 8 : identification des répondants	24
Figure 9 : familiarité au mobile money	24
Figure 10 : Nombre mensuel moyen de clients	25
Figure 11 : intérêt pour notre projet	27
Figure 12 : Matrice d’Ansoff.....	35
Figure 13 : Diagnostic SWOT de BIGNON BRICO	37

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire d'étude de marche auprès des ménages.....	59
Annexe 2 : Questionnaire d'étude de marché auprès des artisans.....	61
Annexe 3 : Charges du personnel.....	63
Annexe 4 : Compte de résultat (scénario pessimiste).....	63
Annexe 5 : Flux de trésorerie Disponible (Scénario pessimiste)	64
Annexe 6 : Compte de résultat (scénario optimiste)	64
Annexe 7 : Flux de trésorerie Disponible (Scénario optimiste)	65

CESAG - BIBLIOTHEQUE

SOMMAIRE

DEDICACES	ii
REMERCIEMENTS	iii
SIGLES ET ABREVIATIONS	iv
LISTE DES TABLEAUX	v
LISTE DES FIGURES	vi
LISTE DES ANNEXES	vii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET	3
2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE.....	9
3. ETUDE DE MARCHÉ ET STRATEGIE MARKETING	17
4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE.....	42
CONCLUSION	56
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	57
ANNEXES	59
TABLE DES MATIERES.....	66

CREATION D'UNE PLATEFORME DE MISE EN RELATION ARTISANS – PARTICULIERS : BIGNON BRICO

*Bignon Romaric AHODEGNON
Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG)
Master en Banque et Finance
Promotion 19
romaricahodegnon@cesag.edu.sn*

Résumé du projet

Au Bénin, les unités artisanales sont à peine formalisées. Les artisans exercent pour la plupart dans l'informel et n'ont souvent pas l'organisation adéquate pour une bonne prise en charge de la clientèle.

En dépit de la révolution numérique, les artisans continuent de tout miser sur la recommandation de leurs clients et ainsi le bouche à oreille pour accroître leurs activités. N'ayant donc pas recours à des outils actualisés de promotion, les artisans (électriciens, peintres, plombiers, menuisiers, vitriers, ...etc.) manquent de visibilité au sein de leur environnement.

En face, il existe des particuliers qui ont divers besoins en travaux et qui redoutent le choix d'un artisan sous peine de mauvaises surprises et de prestations décevantes.

A travers une plateforme de mise en relation artisans - particuliers, BIGNON BRICO spécialisée dans le conseil et l'intermédiation pour la réalisation de travaux, se positionne en tant que tiers de confiance et offre à sa clientèle la garantie : satisfait ou travaux refaits.

Mots clés : Clientèle ; garantie ; prestations ; visibilité

CREATION OF A PLATFORM FOR CONNECTING CRAFTSMEN – INDIVIDUALS: BIGNON BRICO

*Bignon Romaric AHODEGNON
Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG)
Master en Banque et Finance
Promotion 19
romaricahodegnon@cesag.edu.sn*

Abstract of the project

In Benin, craft enterprises are barely formalized. Craftsmen are mostly informal and often do not have the right organization for good customer management.

Despite the digital revolution, crafts continue to rely on their customers' referrals and thus word of mouth to grow their businesses. Without up-to-date promotional tools, crafts (electricians, painters, plumbers, carpenters, glaziers, etc.) lack visibility within their environment.

On the other hand, there are individuals who have various needs in terms of work and who fear the choice of a craftsman under penalty of unpleasant surprises and disappointing performances.

Through a platform for connecting craftsmen – individuals, BIGNON BRICO specialized in consulting and intermediation for the realization of works, positions itself as a trusted third party and offers its customers the guarantee: satisfied or redone works.

Keywords: customer; guarantee; performances; visibility

FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET

Titre du projet	Création d'une plateforme de mise en relation artisans – particuliers : BIGNON BRICO
Forme Juridique	Société A Responsabilité Limitée (SARL)
Secteur d'activité	Services
Localisation du projet	Cotonou, République du Bénin
Promoteur	AHODEGNON Bignon Romaric
Objet du projet	Promouvoir l'artisanat de service et faciliter l'accès à un éventail de services aux ménages
Date de démarrage	01/01/2022
Durée de réalisation	5 ans
Coût total du projet	FCFA 10 712 977
Apport personnel	FCFA 8 000 000
Montant de l'emprunt	FCFA 2 712 977
Durée de remboursement	5 ans
Nombre d'emplois créés	5
Valeur actuelle nette	FCFA 13 151 948
Taux de rentabilité	37,10%
Délai de récupération	3 ans 11 mois
Indice de profitabilité	2,23

INTRODUCTION GENERALE

Le Bénin présente les caractéristiques d'un pays qui possède une économie "informelle" (économie dominante) qui mobilise une bonne partie de la population active. L'économie dominante au Bénin regroupe plusieurs branches d'activités au nombre desquelles l'agriculture, le commerce et l'artisanat tiennent les premiers rôles.

Au Bénin, après l'agriculture et le commerce, c'est l'artisanat qui vient en troisième position et contribue à hauteur de 13%¹ au Produit intérieur brut. La diversification des filières d'exportations et le dynamisme du secteur des services jouent un rôle capital dans la bonne santé de l'économie.

Les unités artisanales sont caractérisées par des modes de production archaïques mais multiformes. Elles reposent pour la plupart sur des structures unipersonnelles mobilisant une initiative généralement masculine et non instruite. Ainsi, la quasi-totalité de ces unités sont des entreprises individuelles n'utilisant aucune main d'œuvre rémunérée en permanence.

Les unités artisanales sont à peine formalisées, ne disposant pas de registre de commerce, de numéro INSAE, d'identifiant IFU et ne tiennent en général pas de comptabilité. Elles font en effet face à des contraintes de productivité et de débouchés qui amenuisent leurs performances.

A l'ère de la révolution numérique, les artisans (plombiers, électriciens, menuisiers, peintres, vitriers et autres), se retrouvent dépossédés de leur approche séculaire consistant autrefois à bénéficier du contact direct et de la recommandation de leurs clients.

Les artisans manquent de visibilité au sein de leur environnement car ne disposant pas d'outils de promotion adaptés à leurs activités.

Par ailleurs, les ménages, à la recherche d'artisans qualifiés pour leurs divers besoins, restent méfiants ; craignant des problèmes de qualité, de disponibilité et de mauvaises surprises sur les prix des travaux.

A travers ce projet, notre ambition est de promouvoir l'artisanat de service et de faciliter l'accès à un éventail de services, aux ménages demandeurs.

Nous envisageons d'implanter notre projet à Cotonou et dans un horizon à moyen terme couvrir la douzaine de département que compte le Bénin. Ainsi, notre démarche vise à répondre à

¹ <https://fda.bj/index.php/page/direction>

l'interrogation : comment croiser l'offre et la demande de service pour le bonheur des artisans et des ménages ?

L'objectif principal de notre projet est de développer une plateforme de mise en relation particuliers et artisans.

Plus précisément, il s'agira pour nous de :

- mener une étude de marché auprès des artisans et des ménages afin d'identifier leurs besoins ;
- élaborer un plan opérationnel du projet qui présente les propositions techniques, juridiques, marketing et financières retenues pour la mise en place de BIGNON BRICO ;
- proposer un plan de mise en œuvre qui retrace les phases du démarrage des activités de BIGNON BRICO et le chronogramme de leur réalisation.

Les intérêts de ce projet sont donc multiples.

Sur le plan personnel, ce projet sera la concrétisation du parcours académique du Master en Banque et Finance.

Pour le Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG), ce projet, tout en enrichissant ses ressources documentaires, donnera l'assurance au corps enseignant que les connaissances théoriques enseignées ont été correctement assimilées.

Pour mener à bien notre étude, nous réalisons d'abord une recherche documentaire à travers les analyses et rapports des institutions spécialisées dans l'artisanat telles que le Ministère de l'artisanat et la Confédération Nationale des Artisans du Bénin (CNAB). Partant de cette base, nous adressons deux questionnaires via « Google Forms » afin de mieux appréhender les challenges des artisans et des ménages.

Le présent rapport est structuré en quatre parties :

- la première partie, porte sur la présentation d'ensemble du projet (contexte pays, idée du projet, résultats attendus, impact et plan de mise en œuvre) ;
- la deuxième, présente l'étude organisationnelle et technique du projet (choix du statut juridique, structure organisationnelle, évaluation de la faisabilité technique) ;
- la troisième, présente l'étude de marché et la stratégie marketing ;
- la quatrième partie constitue une étude économique et financière du projet.

1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET

Cette première section est consacrée à la présentation du contexte pays, de l'idée de projet, des résultats attendus, de l'impact du projet et de son plan de mise en œuvre.

1.1. Présentation du contexte pays

Proclamé République le 4 décembre 1958², le Bénin a accédé à la souveraineté internationale le 1er août 1960, sous le nom du Dahomey. Le pays est connu pour « l'exemplarité » de son processus démocratique entamé en février 1990, suite à la Conférence nationale des forces vives. Depuis lors, plusieurs élections présidentielles, législatives et locales ont sanctionné la dévolution du pouvoir politique.

Plus globalement, l'histoire politique contemporaine du pays peut être séquencée en trois temps majeurs : le temps de l'instabilité politique, le temps militaro-marxiste, et le temps du Renouveau démocratique.

Le temps de l'instabilité politique marqua les douze premières années de l'indépendance. Une série de coups d'État se suivaient jusqu'en 1970, valant au pays le nom « d'enfant malade de l'Afrique ».

Le deuxième temps, militaro-marxiste, s'étale d'octobre 1972 à la Conférence nationale de février 1990. En 1975, la République du Dahomey est rebaptisée République populaire du Bénin. Elle proclama son adhésion à l'économie socialiste d'orientation marxiste-léniniste. Le pays fut drapé d'une chape dictatoriale. À partir du milieu des années 1980, le pouvoir est acculé par une conjoncture économique sans précédent et qui dérive d'une série de facteurs : la morosité internationale, la gabegie, la concussion, et l'impéritie.

En banqueroute, l'État cessa de payer les salaires. Face à cette situation nourrie par les idéologues du Parti communiste du Dahomey, la rue gronda par des manifestations protestataires. Désarmée, la junte militaro-marxiste se résigna à opérer des réformes politiques, économiques, et sociales. Le 06 décembre 1989, elle abandonna le socialisme comme orientation idéologique de l'Etat et convoqua une Conférence nationale.

² <https://presidence.bj/home/le-benin/histoire/>

Le temps du Renouveau démocratique, consacré par cette grand-messe des forces vives de la Nation (19 au 28 février 1990), est toujours en cours. A l'issue de la Conférence nationale furent instaurés : le libéralisme économique et politique, la démocratie et l'État de droit.

Le 11 décembre 1990, une nouvelle loi fondamentale, celle de la cinquième (V^e) République, fut promulguée après son adoption par voie référendaire. Elle a pour trame la démocratie et l'État de droit. Elle opte pour un régime républicain présidentiel avec séparation des trois pouvoirs : l'exécutif, le législatif, et le judiciaire.

L'enjeu majeur de la gouvernance économique du Bénin est de parvenir à une croissance suffisante afin d'engendrer une réduction significative de la pauvreté. Le bilan de l'économie nationale montre clairement que le rythme de la croissance économique est très faible et insuffisant pour améliorer le bien-être des populations et faire reculer les frontières de la pauvreté qui demeure préoccupante avec 40,1%³ de la population vivant en dessous du seuil de pauvreté monétaire et l'indicateur de développement humain (IDH) est estimé à 0,545⁴ en 2019.

Les progrès enregistrés sur le plan macroéconomique sont instables. Malgré les efforts entrepris durant les dernières années, le Bénin reste confronté à une insuffisance d'infrastructures de base qui constitue un véritable goulot d'étranglement pour le développement économique, particulièrement dans les secteurs de l'énergie, des transports et des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).

En réponse, le Gouvernement fait de l'enjeu de l'amélioration de la croissance, un axe stratégique de ses interventions pour le mandat actuel. Cet axe se concrétisera à travers la transformation structurelle de l'économie soutenue par de grands travaux d'infrastructures.

« L'urgence est donc aux réformes politiques, à la restructuration de l'économie nationale, à la reconstitution du tissu social en redonnant confiance à nos citoyens et à la restauration de la crédibilité de notre pays » a indiqué l'actuel chef de l'Etat dans son discours d'investiture.

³ Source : « Bénin révélé - Programme d'actions du gouvernement 2017-2021 » page 10

⁴ <https://fr.countryeconomy.com/demographie/idh/benin>

1.2. **Etat de la situation et opportunités**

Modèle de démocratie et de stabilité, le Bénin dispose des atouts nécessaires pour devenir un espace de développement durable et inclusif, de dynamisme économique et de progrès social. La position stratégique du Bénin en Afrique de l'Ouest, son capital humain, sa stabilité politique et ses patrimoines sont des avantages indiscutables. Il est donc crucial de mieux faire connaître et exploiter ces forces.

Le PAG 2016-2021 agissant simultanément sur les leviers institutionnels, économiques et sociaux, est porteur d'espérance et ses effets ont vocation à accroître le pouvoir d'achat, améliorer le bien-être des populations, dynamiser l'emploi et faire rayonner le Bénin à l'international.

L'artisanat au Bénin est encore peu développé. Pourtant, le pays dispose d'importants avantages comparatifs et les artisans (menuisiers, couturiers, techniciens du bâtiment, dépanneurs, photographes, mécaniciens, électriciens, zémidjans, potiers, etc.) représentent le second corps social le plus important du pays. La majorité de ces gens de métiers opère dans l'économie dominante souvent avec des moyens rudimentaires.

En réponse, le Gouvernement compte accompagner les artisans, les former afin de les professionnaliser. Un paquet homogène et cohérent d'actions est prévu pour cette cible : identification, formation, dotation en équipements, fonds de roulement, actions de promotion, ...etc.

Le programme d'appui au développement du secteur de l'artisanat permettra d'accroître la production du secteur de l'artisanat. Il visera à construire, étendre et équiper les infrastructures d'appui au développement de l'artisanat, renforcer les capacités techniques des artisans. La révision des textes régissant le secteur de l'artisanat dans le sens de la professionnalisation est envisagée ainsi que la mise en place d'une réelle politique de soutien aux vocations et talents artistiques.

Nous nous intéressons au secteur de l'artisanat plus précisément à l'artisanat de service et comptons tirer profit des opportunités qu'offre ce programme pour l'implémentation de notre projet.

1.3. Présentation de l'idée

1.3.1. L'idée

Au Bénin, les artisans intervenants sur le marché des travaux à domicile (électricité, plomberie, ...etc.) exercent majoritairement dans l'économie dominante et n'ont souvent pas l'approche et la structuration requises pour une prise en charge complète de la clientèle.

En face, il y a des particuliers (ou ménages) qui ont des besoins en travaux et qui éprouvent des difficultés à trouver un bon artisan au risque de mauvaises expériences.

BIGNON BRICO naît de la volonté de servir de liant entre artisans et particuliers afin que chacune des parties y trouve son compte. Nous sommes donc une entreprise spécialisée dans le conseil et l'intermédiation pour la réalisation de travaux (installation, entretien et réparation à la demande).

Sélection des artisans partenaires, qualifications, travaux garantis et la fiabilité d'une plateforme digitale de mise en relation représentent une assurance incontournable pour les particuliers.

Les particuliers craignant les mauvaises surprises, les devis travaux faussés ou encore une prestation de services inachevée, faire appel à un intermédiaire fiable pourra les rassurer. C'est donc la promesse de trouver une solution rapide à leurs travaux à domicile avec un prestataire qualifié et sélectionné par notre équipe avec soin et à un prix juste.

BIGNON BRICO propose aux artisans sérieux et qualifiés qui veulent rejoindre son réseau, des travaux sur un plateau pour qu'ils se concentrent sur leur métier. Ils seront mis en relation avec des clients en recherche d'un artisan qualifié, en fonction de son domaine de compétence et de sa zone d'intervention. Ainsi, une fois libéré du travail fastidieux de prospection il pourra enfin consacrer toute son énergie à ce qu'il sait faire de mieux : réaliser de petits travaux (ou des chantiers).

Un carnet de commande qui se remplit, une vitrine qui met en valeur votre métier d'artisan, une mise en relation avec le client simple et rapide, les avantages de notre plateforme sont multiples. Il est donc incontestablement préférable pour les artisans de passer par un processus de sélection pour accéder à un site exigeant qui saura entretenir la satisfaction et la confiance de ses clients.

Trouver un bon professionnel ne devant plus être une question de chance, nous sélectionnons le professionnel qui intervient chez vous parmi notre propre réseau d'artisans.

1.3.2. *Mission, Vision, Valeurs*

L'identité de BIGNON BRICO repose sur les trois piliers suivants :

❖ **Mission**

Devenir le partenaire de confiance de tout résident au Bénin dans son habitation avec une large gamme de services accessibles en quelques clics et un accompagnement de « A à Z ».

❖ **Vision**

Construire le meilleur bataillon d'artisans, leur fournir l'outillage professionnel qui va changer leur quotidien et leur développer in fine une formation spéciale service client.

❖ **Valeurs**

Nous offrons un service de qualité, honnête et disruptif, attaché à la satisfaction de la clientèle et respectueux des normes et réglementations en vigueur.

1.4. **Résultats attendus du projet**

Le développement de notre plateforme au Bénin viendrait instaurer de toute évidence un climat de confiance entre les acteurs du marché des travaux à domicile.

Enfin les particuliers pourront accéder en ligne à une plage d'offres de petits travaux à domicile réalisables par des professionnels en la matière et obtenir gratuitement un devis en un temps record avec une garantie : satisfait ou travaux refaits.

BIGNON BRICO se veut donc être une bouffée d'oxygène aussi bien pour les phobiques du bricolage que pour tous ces artisans qualifiés en quête de visibilité et d'opportunités.

1.5. **Impact du projet**

Entrant en ligne de compte de plusieurs objectifs de développement durable, notre projet aura un impact sur les plans : économique, social et technologique.

- **Plan économique**

Notre projet devrait redynamiser le secteur de l'artisanat de service et par la même améliorer la contribution du secteur tertiaire à la croissance de l'économie béninoise.

- **Plan Social**

En sollicitant la main d'œuvre qualifiée, nous apportons notre pierre à la réduction du taux de chômage et du seuil de pauvreté.

Aussi faisons-nous gagner un précieux temps à tous ces ménages pour qui, dénicher un bon artisan relève d'un véritable casse-tête ; tant les expériences précédentes ont bien souvent été douloureuses.

- **Plan Technologique**

Nous allons contribuer à la dématérialisation des moyens de paiement en optant exclusivement pour un règlement numérique de nos prestations par les particuliers de plus en plus familiers aux produits mobile money et mobile banking.

1.6. **Plan de mise en œuvre**

Nous prévoyons de lancer le projet en janvier 2022 et les différentes étapes à suivre sont présentées dans le diagramme de Gantt ci-dessous :

Tableau 1 : Plan de mise en œuvre du projet (diagramme de Gantt)

ETAPES / TÂCHES	2022 Trimestre 1			2022 Trimestre 2			2022 Trimestre 3		
	15-janv	15-févr	15-mars	15-avr	15-mai	15-juin	15-juil	15-août	15-sept
Conception et lancement de la plateforme : sélection du prestataire - développement du site web - test et mise en ligne	■								
Développement des partenariats : Recherche - présentation du projet et négociations (financiers - artisans et fournisseurs de matériaux)				■					
Constitution de la société : Recherche de locaux - procédures administratives - Acquisition du matériel et installation - recrutement du personnel - préparation ouverture des portes - prospection des clients						■			
Lancement officiel : Communication intensive - fourniture des premiers services									■

Source : nous-même

2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE

Dans cette deuxième section nous aurons à présenter : le choix du statut juridique et la constitution du capital social, le promoteur et enfin la faisabilité technique de BIGNON BRICO.

2.1. Choix du statut juridique et constitution du capital social

Explorons les options qui s'offrent à nous et retenons pour notre projet une forme juridique et de constitution du capital social.

2.1.1. Choix du statut juridique

Le Bénin étant un pays membre de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA), les formes de sociétés commerciales en vigueur sont régies par l'Acte Uniforme sur les Sociétés Commerciales et le Groupement d'Intérêt Economique (AUSC-GIE).

Au nombre des formes de sociétés⁵ ou d'entreprises qui existent au Bénin, Il y a :

- l'entreprise individuelle (EI) ;
- la société à responsabilité limitée (SARL) ;
- l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) ;
- la société d'exercice libéral à responsabilité limitée (SELARL) ;
- la société anonyme (SA) ;
- la société par action simplifiée (SAS) ;
- la société par action simplifiée unipersonnelle (SASU) ;
- la société en nom collectif (SNC) ;
- la société civile professionnelle (SCP).

Tenant compte des particularités de chaque forme juridique, notre choix s'est porté sur la société à responsabilité limitée (SARL) à cause de la simplicité de son mode de fonctionnement et de son régime fiscal.

En République du Bénin, une SARL est constituée par un associé (SARL unipersonnelle) ou entre deux ou plusieurs associés. Ceux-ci sont responsables des dettes sociales à concurrence de leurs apports au capital social et leurs droits sont représentés par des parts sociales.

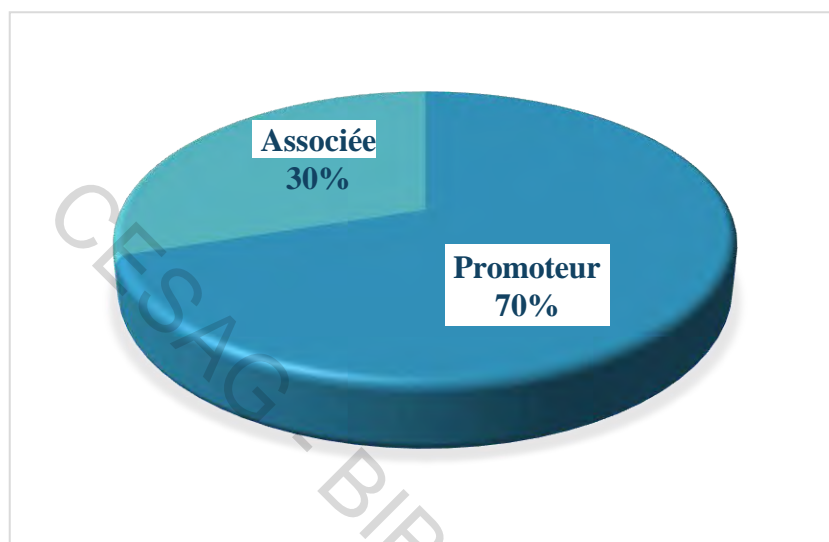
⁵ <https://visiter-le-benin.com/les-types-de-societe-au-benin/>

2.1.2. Constitution du capital social

Le capital social de BIGNON BRICO est fixé à sept millions (8.000.000) de francs CFA et sera subdivisé en huit cents (800) parts sociales d'une valeur nominale de dix mille (10.000) francs CFA chacune.

Il sera souscrit à hauteur de 70% par le promoteur principal et 30% par l'associée principale.

Figure 1 : Structure du capital de BIGNON BRICO



Source : nous-même

2.2. Présentation du promoteur et de l'associée principale

❖ Promoteur

Auditeur au programme master en banque et finance du Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (Dakar, Sénégal), Bignon Romaric AHODEGNON, promoteur du projet BIGNON BRICO est de nationalité béninoise, marié et père de famille.

Il est titulaire d'une maîtrise en management des organisations de la faculté des sciences économiques et de gestion de l'université d'Abomey-Calavi (Bénin) et d'un master en management des entreprises de la fondation universitaire mercure (Bruxelles, Belgique).

Il totalise près d'une dizaine d'années d'expérience professionnelle à Ecobank Bénin au sein de la direction des opérations puis à la direction de la trésorerie où il a su saisir l'opportunité d'exprimer tout son potentiel et de s'imprégner des exigences de l'environnement bancaire.

Fort de son parcours et du renforcement actuel de ses capacités au centre africain d'études supérieures en gestion (CESAG), il dispose de tous les atouts requis pour mener à bien le projet BIGNON BRICO.

❖ **Associée principale**

De nationalité béninoise, l'associée principale est Tatiana Fabienne ADOHOUANNON, épouse du promoteur.

Elle est également titulaire d'une maîtrise en management des organisations de la faculté des sciences économiques et de gestion de l'Université d'Abomey-Calavi et d'un master en management des entreprises de la fondation universitaire mercure (F.U.M). Elle cumule environ cinq années d'expérience professionnelle successivement en qualité de comptable de la microfinance DJIDEMI SOLIDARITE de l'ONG CERMA et de conseiller clientèle auprès de l'opérateur de télécommunications MOOV Bénin filiale du groupe ETISALAT.

Ce projet représente pour elle l'opportunité tant attendu, d'entreprendre et de pouvoir exprimer un peu plus toutes ses compétences acquises.

Elle occupera la fonction de responsable administratif et financier au sein de l'entreprise.

2.3. **Structure organisationnelle**

On entend par organisation⁶, un ensemble relativement stable d'acteurs en charge d'une ou plusieurs missions, disposant de relations plus ou moins structurées, pour réaliser des activités en commun.

La structure est l'agencement des différentes composantes d'une organisation. Elle se définit comme l'ensemble des dispositifs et des mécanismes par lesquels l'entreprise répartit, coordonne, contrôle ses activités et au-delà, oriente ou tente d'orienter les comportements de ses membres. Une structure est donc une configuration plus ou moins stabilisée des différents éléments qui constituent une entreprise.

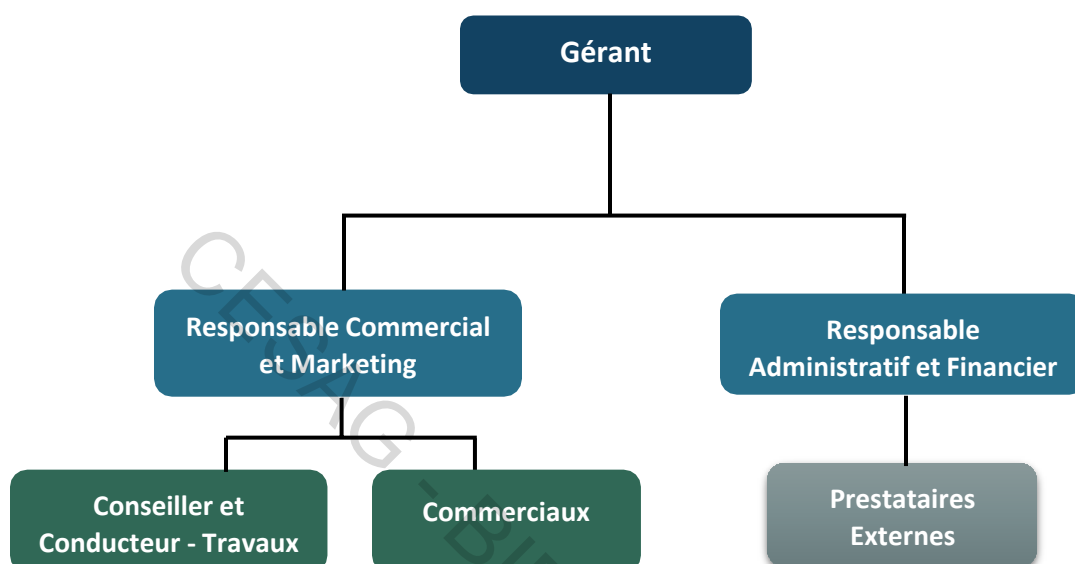
Le choix de la structure et la définition de la culture font partie des décisions essentielles qu'une équipe de direction prend pour poursuivre les finalités de l'entreprise et atteindre les performances attendues.

⁶ Barabel, M. et Meier, O. (2015). *Manageur* (3ème édition). Dunod, page 94

Nous avons opté pour une structure fonctionnelle et allons donc répartir les responsabilités selon les fonctions essentielles de notre start-up.

2.3.1. Organigramme de BIGNON BRICO

Figure 2 : Organigramme de BIGNON BRICO



Source : nous même

2.3.2. Description des fonctions des départements

La description des fonctions renseigne ce qui est attendu d'un travailleur à tel poste à tel moment. En matière de bien-être au travail, elle permet de prévenir les conflits de rôles ou de responsabilités, les surcharges (ou les sous-charges) de travail.

❖ **Gérant**

Le gérant participe avec les associés à la définition de la stratégie de l'entreprise. Il met en œuvre la stratégie de l'entreprise et la coordination entre les différents départements.

Il assume la gestion globale de la société : politique commerciale, investissements, prestations proposées, recrutement et management du personnel.

❖ **Responsable commercial et marketing**

Le responsable commercial et marketing est chargé des relations commerciales avec les clients, le réseau d'artisans ainsi que les autres partenaires commerciales.

Ses principales fonctions sont :

- assurer la cohérence et l'adéquation entre l'offre des services et la clientèle de l'entreprise ;
- assurer la promotion des services et la visibilité de l'entreprise ;
- élaborer une bonne stratégie commerciale, celle qui saura lever les derniers freins et convaincre le client de s'engager et optimiser les ventes ;
- construire le réseau d'artisans sur la base de critères sélectifs clairs et rigoureux ;
- attribuer les demandes de travaux aux artisans et veiller à leur bonne exécution ;
- accompagner le client et s'assurer de sa satisfaction totale ;
- gérer la prospection clientèle.

Le responsable commercial et marketing définit les axes de communication et participe au comité de gestion de l'entreprise.

❖ **Responsable administratif et financier**

La finance, la comptabilité et le contrôle de gestion sont des outils essentiels du management des entreprises. Le responsable administratif et financier supervise la gestion financière de l'entreprise.

Ses principales fonctions sont :

- s'assurer que les règles comptables et fiscales soient respectées ;
- veiller à la rentabilité économique et rendre compte de la situation financière de l'entreprise ;
- assurer l'encaissement des factures et le règlement des prestataires et partenaires ;
- gérer la liquidité et la trésorerie de l'entreprise ;
- assurer la paie mensuelle du personnel.

Le responsable administratif et financier va donc superviser la comptabilité, la trésorerie et, généralement, les questions juridiques et fiscales et le contrôle des risques. Elle prendra également part au comité de gestion.

2.4. Evaluation de la faisabilité technique

L'évaluation de la faisabilité technique sera effectuée à travers : la pertinence du choix de la situation géographique, le montage technique et le profil des ressources humaines à embaucher.

2.4.1. Situation géographique

BIGNON BRICO va implanter son siège à Cotonou, capitale économique du Bénin, pour tirer profit de son avantage stratégique.

N'ayant plus d'espace pour se développer démographiquement, les villes limitrophes d'Abomey-Calavi, de Sèmè-Kpodji et de Ouidah deviennent des villes dortoirs, formant une conurbation d'environ deux millions d'habitants.

Cette conurbation nous offre des ressources humaines qualifiées et un périmètre de prospection intéressant au vu de l'engouement de ces populations pour les TIC.

Dans une deuxième phase du projet, nous travaillerons à élargir notre périmètre d'actions avec l'ambition de couvrir à moyen terme les autres régions du Bénin.

2.4.2. Montage technique

Tout artisan affilié à BIGNON BRICO doit signer une charte d'engagement de qualité et bien sûr, remplir des conditions d'exercice de son activité (justification de compétences). Trois références clients lui sont également demandées.

L'adhésion et le respect strict des valeurs de notre entreprise est une condition sine qua non à l'intégration de notre réseau d'artisans.

Par ailleurs, le partage des revenus avec nos prestataires se fera suivant cette clé : 30% pour BIGNON BRICO et 70% pour l'artisan.

Ce modèle économique, souvent assimilé aux pratiques dites "d'uberisation" est défini en fonction du partage des responsabilités : BIGNON BRICO prend à sa charge la relation client (conseils, ventes, facturation, achats produits, litiges, service après-vente), l'artisan (prestataire) réalise la prestation. Les artisans ne représentent pas une source de revenus pour la société : les professionnels adhèrent gratuitement à notre réseau d'artisans et peuvent réaliser des prestations pour la société après une sélection rigoureuse.

Le particulier qui se connecte à notre plateforme via le site web/l'application pourra accéder à nos offres de service (ou nous joindre au téléphone), manifester son besoin (voire ajouter des

photos des travaux) et être pris en charge dans la foulée par nos conseillers et conducteurs travaux qui lui fourniront sous un délai record, gratuitement et à distance un devis détaillé. En cas de travaux nécessitant le déplacement d'un prestataire pour diagnostic, le client devra s'acquitter d'un forfait pour son déplacement.

Pour toutes nos prestations nous orienterons nos clients vers les magasins partenaires de référence pour l'acquisition des matériaux de qualité et répondants aux normes en vigueur.

Nos clients demandeurs de travaux devront s'acquitter dès réception des travaux, du montant de la facture définitive.

Les clients seront systématiquement invités à évaluer en ligne notre prestation dans son ensemble et à nous recommander.

Rappelons que nous accompagnons nos services de la garantie : satisfait ou travaux refaits.

2.4.3.

Outils, moyens de production et Portrait du personnel à recruter

Tableau 2 : Outils et moyens de production

Eléments	Détails	Etat
Plateforme	Site web et application	A développer
Locaux	Un appartement 3 pièces	A louer
Installations	Matériels d'aménagement	A acquérir
	Groupe électrogène et matériels électriques	A développer
	Matériel de décoration et d'entretien	A acquérir
	4 Climatiseurs	A acquérir
Matériels de bureau	6 Bureaux (tables et fauteuils)	A acquérir
	10 Chaises	A acquérir
	4 Armoires de rangement	A acquérir
	5 Téléphones fixes	A acquérir
Matériels informatiques	5 Ordinateurs	A acquérir
	2 imprimantes-scanners	A acquérir
	1 routeur wifi + 1 borne	A acquérir
Matériels de transport	2 motos	A acquérir
Partenariats	Artisans	A négocier
	LA ROCHE	A négocier
	BATIMAT	A négocier
	MTN	A négocier
	MOOV	A négocier
	Banques	A négocier

Source : nous même

Tableau 3 : Portrait du personnel à recruter

Postes	Nombre	Qualifications	Salaire mensuel	Type de contrat
Gérant	1	BAC + 5	340 000	CDI
Responsable Commercial et Marketing	1	BAC + 5	310 000	CDI
Responsable Administratif et Financier	1	BAC + 5	310 000	CDI
Conseiller et Conducteur de Travaux	1	BAC +2/3	215 000	CDI
Commercial	1	BAC +2/3	215 000	CDI
TOTAL	5	-	1 390 000	-

Source : nous-même

CESAG - BIBLIOTHEQUE

3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING

Notre projet part de l'identification d'un besoin. Une fois l'idée bien formulée et la faisabilité technique vérifiée, il faudrait à présent se tourner vers la clientèle potentielle pour s'assurer que le service répondra à son besoin.

Dans cette troisième partie, nous présentons les contours de l'étude de marché que nous avons réalisée. Ce qui étape nous fournira des informations essentielles à exploiter pour l'élaboration de notre plan marketing.

3.1. Etude de marché

L'étude de marché consiste à rassembler et à analyser des informations en vue de mieux connaître un marché et ses intervenants. Elle fait partie des étapes clés de la création d'une entreprise. En effet, pour vendre un produit ou un service, il est nécessaire de cerner le marché sur lequel il sera positionné.

Définissons les objectifs et la démarche de notre étude.

3.1.1. Objectifs et Démarche de l'étude de marché

3.1.1.1. Objectifs de l'étude

Les objectifs de l'étude de marché sont les suivants :

- ❖ s'assurer que notre projet est cohérent d'un point de vue commercial et qu'il y a une réelle opportunité à saisir ;
- ❖ quantifier la demande potentielle pour notre éventail de services ;
- ❖ déterminer une base sur laquelle établir nos prix (coût de la main d'œuvre) ;
- ❖ identifier le « business model » idéal ;
- ❖ disposer d'une batterie d'informations afin de définir notre plan marketing.

3.1.1.2. Démarche de l'étude de marché

Pour qu'une étude de marché soit efficace, il faut respecter une démarche ordonnée et structurée et répondre à quatre sujets majeurs : le marché, l'offre, la demande et l'environnement du projet.

❖ Définir notre marché

Le but est de réaliser une photographie générale du marché :

- son identification et ses évolutions ;
- les services directement ou indirectement concurrents ;
- les acteurs (concurrents, clients).

❖ Analyse de l'offre

Une analyse fine de l'offre nous permettra d'établir plus précisément notre stratégie :

- évolution globale de l'offre (différents services et entreprises présents sur le marché) ;
- caractéristique de l'offre et des entreprises concurrentes ;

❖ Analysez la demande

Il s'agit d'obtenir davantage d'informations pour pouvoir prendre des décisions :

- évolution globale de la demande ;
- comportement du client et de l'utilisateur ;
- segmentation de la demande.

❖ Analysez l'environnement du projet

Il s'agit enfin d'identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur notre marché et sur notre activité. Ce travail passe par l'analyse des 6 dimensions suivantes :

- Politique ;
- économique ;
- sociale ;
- technologique ;
- écologique ;
- légale.

L'enjeu consiste à déterminer si la taille de votre marché pourrait réduire ou augmenter.

3.1.2. Notre marché

Le marché de BIGNON BRICO est celui des petits travaux à domicile. Il s'agit d'un marché de gré à gré, fragmenté avec de nombreux concurrents (les gens de métiers) dans l'économie dominante ayant chacun des parts de marché réduites.

Les artisans qualifiés et pour la grande majorité exerçant à leur propre compte (ou sous forme d'entreprise familiale) sont nos principaux concurrents mais manquent de professionnalisme dans la gestion globale et de la relation clientèle en particulier. Quant aux entreprises d'intermédiation formalisées, elles se font rares et pas très connus de notre marché. Comptant sur certains leviers clés et confiant en notre capacité à développer une expertise, nous estimons pouvoir absorber une bonne part de marché et que notre offre dans son ensemble est bien différenciée.

3.1.3. Analyse de l'offre

Au Bénin, la commercialisation de produits à travers des plateformes numériques est prometteuse grâce à l'engouement que suscitent la téléphonie mobile et l'internet haut débit.

Certaines entreprises offrent des prestations de service comme l'entretien et le nettoyage des bureaux et d'autres mettent à disposition des particuliers, des femmes de ménage et des chauffeurs. Mais l'offre d'un éventail de services dans les métiers de l'artisanat n'est pas très développée.

La mise en relation artisans et particuliers est donc une activité relativement embryonnaire au Bénin mais nous avons identifié les acteurs suivants :

- Métiers Point Africa SARL

Société de solutions technologiques basée au Togo, elle est une initiative de la « Fondation Kundi Africa » pour les artisans africains, conçue, exécutée et pilotée par Métiers Point Africa SARL.

Il a donc été conçu une plateforme indépendante collaborative qui permet de mettre en relation des particuliers et des artisans dans un cadre de confiance tenant compte de la proximité géographique.

A ce jour, Métiers Point Africa SARL intervient au Togo, au Bénin et au Congo.

- ONG Club Excellence ADECO

La Plateforme de Communication du Réseau National des Artisans est un outil performant de communication et d'organisation de l'ONG Club Excellence ADECO pour le rayonnement de l'artisanat béninois. Sa mission est de faciliter la visibilité des œuvres et activités des artisans, former les artisans à développer les aptitudes de gestion et de fidélisation des clients et outiller les artisans à l'usage des TIC.

Trouver rapidement le bon artisan est encore un challenge pour les ménages pendant que les artisans cherchent à remplir leur carnet de commande.

Notre plateforme se voudra donc être le vecteur par excellence pour croiser l'offre et la demande.

3.1.4. *Analyse de la demande*

3.1.4.1. *Collecte de données*

Pour mener notre étude, nous avons au préalable fait une étude documentaire. Elle a consisté en la collecte et à l'exploitation des données disponibles et des études réalisées sur les métiers de l'artisanat au Bénin, notamment sur l'artisanat de service.

Aussi avons-nous effectué une étude quantitative ayant pour cibles les ménages et les artisans.

Dans la perspective de collecter le maximum d'informations possibles et d'apprécier les besoins auxquels nos services répondront, nous avons élaboré deux questionnaires de trente (30) questions au total à l'intention des ménages et des artisans. Les questionnaires ont été administrés sur la période du 04 au 24 Mai 2020 ; soit une durée de vingt et un (21) jours.

Le questionnaire administré aux ménages était relatif à :

- l'identification (informations générales : genre, âge, situation géographique, ...etc.) ;
- la familiarité à l'outil internet et au mobile money ;
- la satisfaction et la fréquence de leurs besoins en travaux.

Quant au questionnaire adressé aux artisans, il était en rapport à :

- l'identification (informations générales : genre, âge, situation géographique, corps de métier, ...etc.) ;
- la familiarité au mobile money ;
- la rémunération des artisans et l'intérêt pour notre projet.

Pour la collecte de données nous avons utilisé la méthode CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) qui désigne un système d'administration de sondage en ligne où l'interviewé répond à un questionnaire sur un site web.

En effet, nous avons utilisé la plateforme « google forms » pour élaborer les questionnaires que nous avons ensuite soumis à nos cibles par messagerie électronique et réseaux sociaux (WhatsApp et Facebook). Les artisans n'ayant pas accès à ces canaux se sont fait assister par un de nos contacts surplace.

Les différents retours ont été centralisés sur notre compte « google forms » et l'outil « Microsoft Excel » a servi à une analyse approfondie des données.

3.1.4.2. Analyse des données

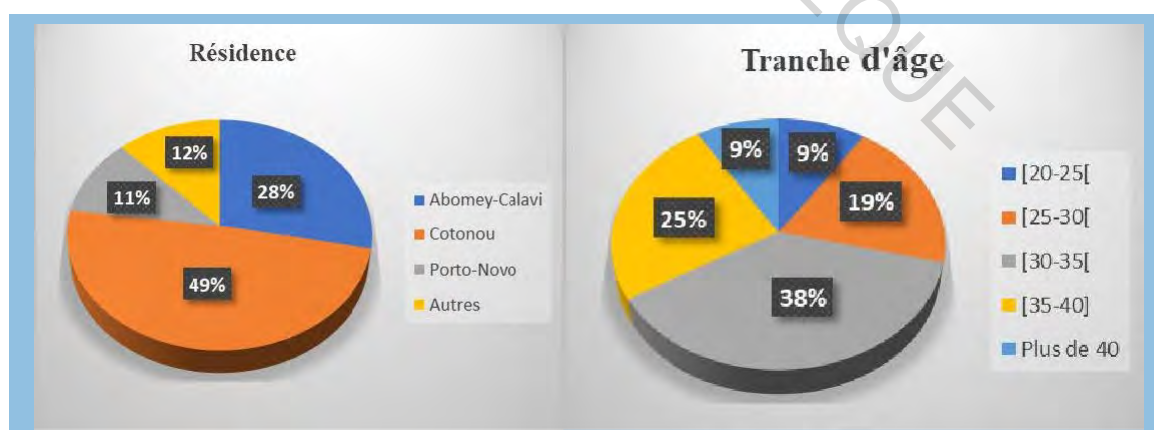
Notre étude s'est portée sur un échantillon de cent quarante-neuf (149) personnes pour l'enquête auprès des ménages et vingt-trois (23) artisans pour la seconde enquête.

❖ Résultat de l'étude auprès des ménages

- Identification des répondants

Notre échantillon est composé de 66% d'hommes et 34% de femmes, tous résidents au Bénin et près de la moitié (49%) à Cotonou. Nous avons 50% qui sont des salariés et 22% des entrepreneurs ; le reste étant commerçants, étudiants et autres.

Figure 3 : identification des répondants

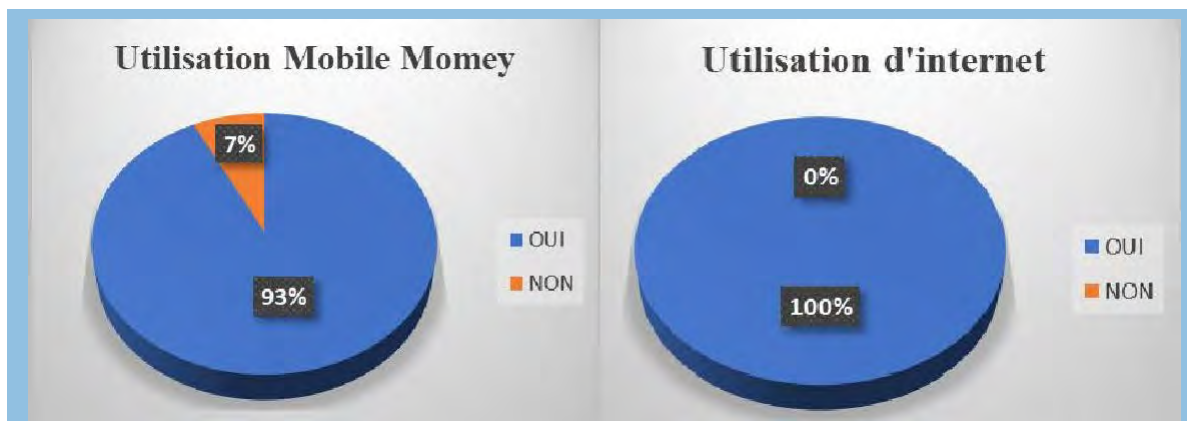


Source : nous-même (enquête)

82% de notre échantillon est âgé d'au moins 25 ans. Soient 19% de [25-30[, 38% de [30-35[et 25% âgés de [35-40[.

- Familiarité à l’outil internet et au mobile money

Figure 4 : familiarité à l’outil internet et au mobile money

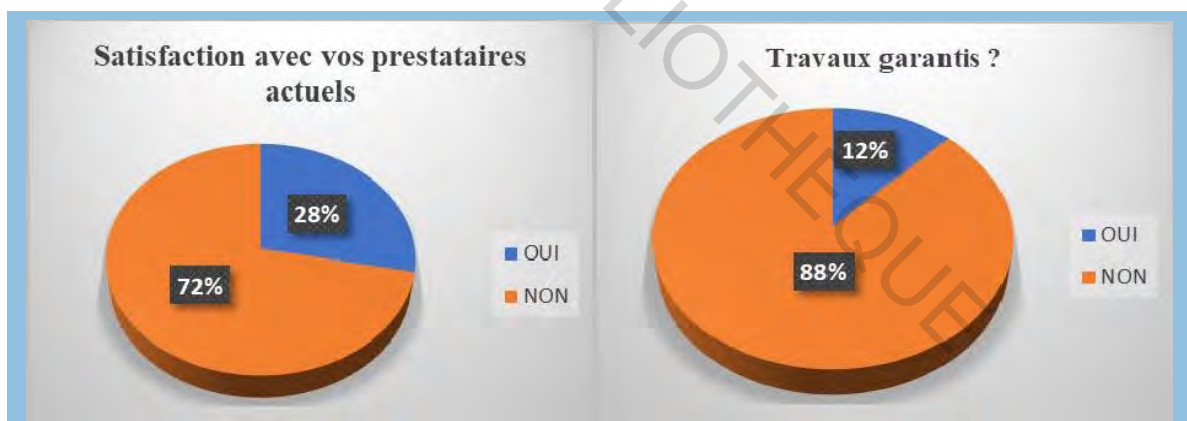


Source : nous-même (enquête)

Tous nos répondants possèdent un « smartphone », sont habitués à l’outil internet et 93% a déjà effectué au minimum une transaction de mobile money auprès des opérateurs de télécommunication MTN ou MOOV.

- Satisfaction et fréquence des besoins en travaux

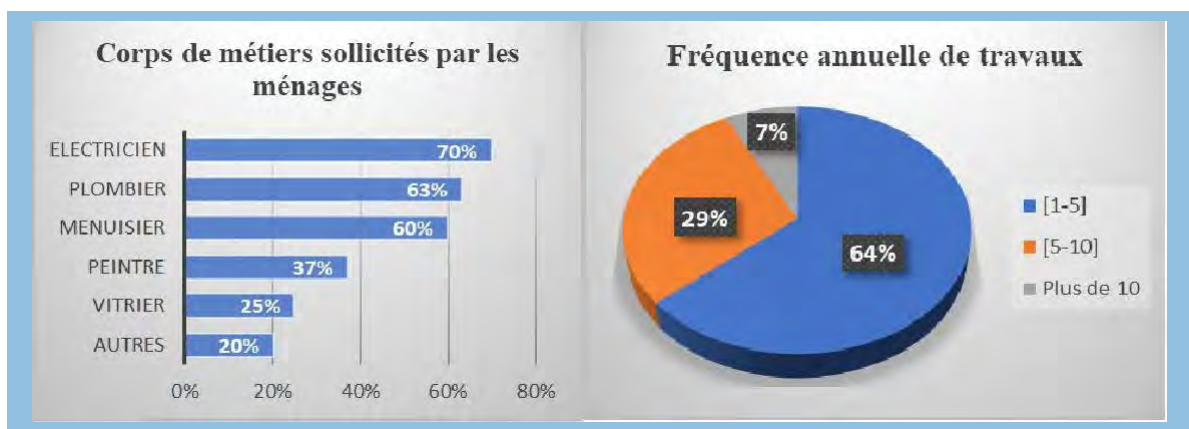
Figure 5 : satisfaction des besoins en travaux



Source : nous-même (enquête)

72% de nos répondants affirment ne pas être satisfaits de leurs prestataires actuels et 88% ne bénéficient d’aucune garantie lors de l’exécution des travaux.

Figure 6 : fréquence des besoins en travaux



Source : nous-même (enquête)

Les métiers les plus sollicités par les ménages sont donc : électricien, plombier, menuisier, peintre et vitrier. D'autres métiers (maçon, carreleur, ... etc.) ont été également mentionnés mais dans des proportions faibles. En ce qui concerne la récurrence annuelle des recours aux artisans, on a : 64% qui les sollicitent entre [1-5] fois, 29% entre [5-10] fois et 7% plus d'une dizaine de fois.

Figure 7 : intérêt pour le projet



Source : nous-même (enquête)

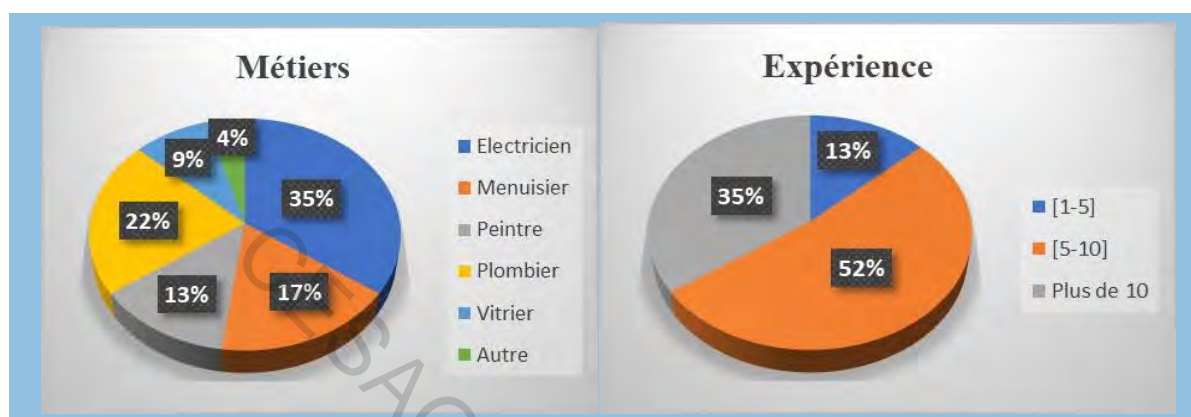
95% des ménages interviewés seraient prêts à nous faire confiance afin de trouver facilement de bons artisans pour leurs besoins en travaux.

❖ Résultat de l'étude au niveau des artisans

- Identification des répondants

Notre échantillon d'artisans est composé uniquement d'hommes âgés de vingt-deux à quarante-sept ans, résidents principalement à Cotonou (39%), Abomey-Calavi (31%), Porto-Novo (17%) et n'ayant jamais été (13%) ou peu scolarisés (primaire 61% - secondaire 26%). 96% des artisans interrogés sont détenteurs d'un diplôme sanctionnant la fin d'un apprentissage.

Figure 8 : identification des répondants

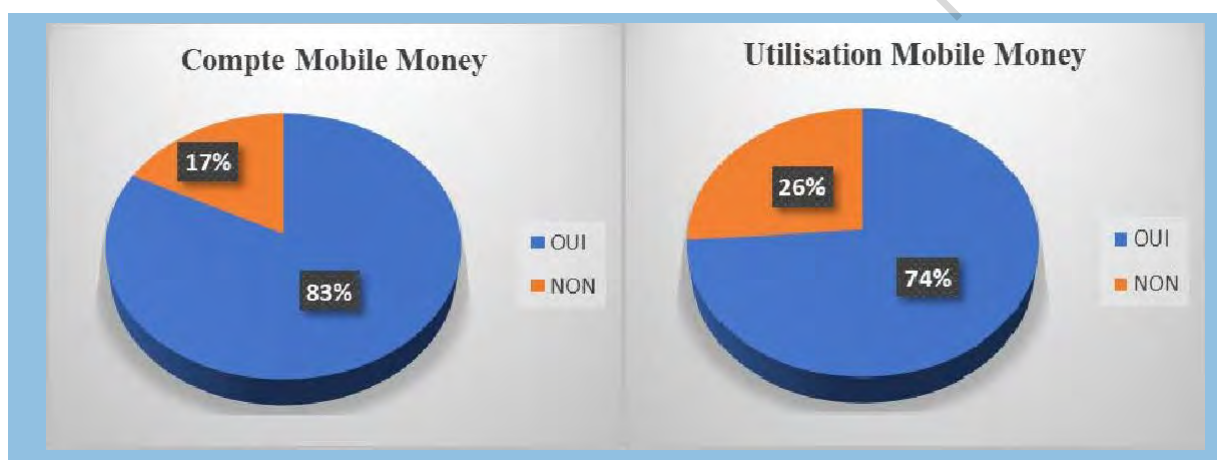


Issus de divers corps de métiers (35% électricien, 22% plombier, 17% menuisier, 13% peintre, 9% vitrier), 52% ont une expérience professionnelle de [5-10] ans et 35% de plus de 10 ans (allant jusqu'à 25 ans pour le plus expérimenté).

Soulignons que tous les artisans de notre échantillon possèdent un téléphone mobile et sont donc joignables dans le cadre de leur activité professionnelle.

- Familiarité au mobile money

Figure 9 : familiarité au mobile money

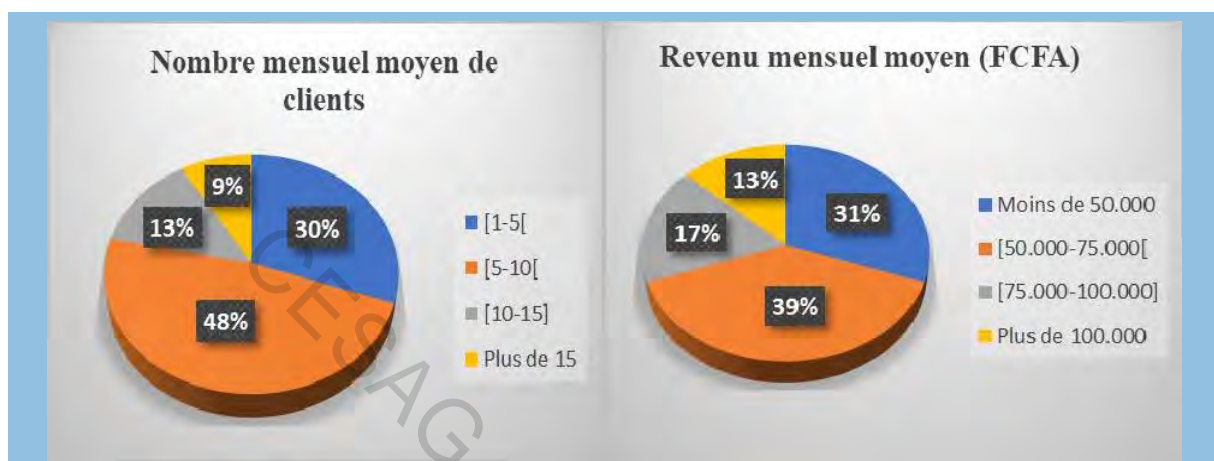


Source : nous-même (enquête)

83% des artisans de notre échantillon disposent d'un compte mobile money auprès des opérateurs de télécommunication MTN et/ou MOOV et 74% a déjà effectué au minimum une transaction de mobile money.

- Rémunération des artisans et intérêt pour notre offre

Figure 10 : Nombre mensuel moyen de clients



Source : nous-même (enquête)

78% des artisans questionnés ont en moyenne moins de dix (10) clients mensuellement. Il ressort donc en termes de nombre de clients que : 30% se retrouve avec [1-5[, 48% avec [5-10[, 13% avec [10-15] et 9% avec plus de 15.

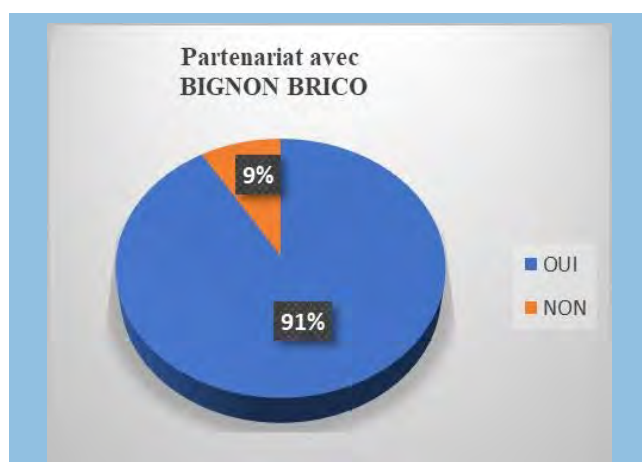
31% des artisans estiment leur revenu mensuel inférieur à cinquante mille (50.000), 39% l'estime dans la fourchette [50.000-75.000[, 17% entre [75.000-100.000] et 13% affirme gagner plus de cent mille (100.000).

Tableau 4 : Coût de la main d'œuvre selon la prestation

Métiers	Services	Main d'œuvre (FCFA)
Electricien	Installation prise, réglette, etc...	[5.000 - 10.000]
	Dépannage court-circuit	[5.000 - 15.000]
	Installation/dépannage sonnette	[3.000 - 10.000]
	Réparation ventilateur, réfrigérateur/Congélateur	[3.000 - 15.000]
	Installation climatiseur	[10.000 - 25.000]
	Entretien climatiseur	[3.000 - 10.000]
	Installation antenne parabolique	[5.000 - 10.000]
Menuisier	Installation lit, armoire, table à manger	[5.000 - 10.000]
	Installation/dépannage serrure	[3.000 - 5.000]
	Fabrication meubles (lit, armoire, porte, table à manger, table basse, salon, etc...)	[10.000 - 50.000]
Peintre (Bâtiment)	Enduit et/ou peinture de murs	[10.000 - 65.000]
	Peinture boiseries et ouvrages en métal	[5.000 - 15.000]
	Pose de revêtement (moquettes murales, papiers-peints, moquettes)	[10.000 - 25.000]
Plombier	Remplacement robinet, lavabo	[5.000 - 10.000]
	Débouchage WC	[3.000 - 5.000]
	Dépannage fuite tuyau, robinet défectueux, chasse-d'eau	[3.000 - 5.000]
Vitrier	Fabrication porte/fenêtre coulissante	[10.000 - 25.000]
	Fabrication d'armoires	[10.000 - 45.000]
	Pose de miroir au mur	[5.000 - 10.000]
	Conception et/ou Fixation au mur de support TV	[5.000 - 10.000]

Source : enquête

Nous avons cherché à savoir le coût de la main d'œuvre de chaque prestation afin d'apprécier le gain net adossé à chaque prestation.

Figure 11 : intérêt pour notre projet

Source : nous-même (enquête)

91% des artisans interviewés se sont montrés favorables à une collaboration dans le cadre du déploiement de notre projet tandis que 9% n'y ont pas témoigné d'intérêt.

Les artisans rencontrés sont prêts pour entrer en partenariat avec BIGNON BRICO. Ils veulent profiter de notre projet pour accroître sensiblement leurs revenus.

❖ Synthèse de notre enquête

Au bout de cette étude nous pouvons estimer avoir atteint une partie : de notre clientèle potentielle (95% des particuliers pourraient avoir recours à nos services) et des artisans susceptibles d'intégrer notre réseau de partenaires (91% des artisans ont manifesté un intérêt pour notre projet). L'échantillon des ménages est composé de particuliers, toutes catégories socio-professionnelles confondues, dont l'âge varie entre 20 et 45 ans, tous habitués à internet et donc plus enclin à faire usage de notre plateforme.

Par ailleurs, cette étude nous a permis de recueillir de précieuses informations décisives à l'amélioration de notre offre.

Notre enquête révèle que les entreprises de mise en relation artisans-particuliers ne sont pas très connues sur le marché béninois ; ce qui fait du « bouche à oreille » le canal principalement utilisé par les acteurs afin d'entrer en relation. Les prestations ne sont généralement pas accompagnées d'un suivi en aval et pour la grande majorité ne sont donc pas garanties. Par conséquent, les ménages se retrouvent confrontés à des travaux peu satisfaisants et sans réelle marge de manœuvre pour y remédier.

Nous devons définir une bonne stratégie commerciale qui nous permettra d'atteindre notre cible et de gagner très vite en visibilité, offrir une prestation de qualité irréprochable à notre clientèle, travailler à construire un climat de confiance et une solide réputation ; gage de notre pérennité. Nous estimons que le caractère formel de notre structure représente un point positif et nous pourrons nous allier à certains partenaires (opérateurs de télécommunication, magasins de ventes de matériaux) pour assoir notre crédibilité.

Somme toute, il ressort de notre étude l'existence d'une bonne opportunité à saisir par rapport aux insuffisances du marché. Notre réussite sera conditionnée par la stratégie, le marketing et la viabilité économique relatifs à notre éventail d'offres.

3.1.5. Analyse de l'environnement : l'outil PESTEL

Le modèle d'analyse PESTEL (politique, économique, sociologique, technologique, environnemental et légal) nous permettra d'identifier l'influence des facteurs macro-environnementaux sur notre projet.

❖ Analyse Politique

Le Bénin bénéficie d'un régime démocratique stable, malgré quelques tensions lors des élections législatives du 28 avril 2019.

Le Gouvernement entend engager les principales actions ci-après pour guider son action au cours du quinquennat 2016-2021 :

mettre en place une réelle politique de soutien aux artisans par la formation et l'accès au financement approprié de leurs besoins ;

mettre en place un dispositif pour la promotion des vocations et talents artistiques ;

développer un programme d'appui au développement du secteur de l'artisanat. Ce programme permettra d'accroître la production du secteur de l'artisanat. Il visera à construire, étendre et équiper les infrastructures d'appui au développement de l'artisanat, renforcer les capacités techniques des artisans ;

Le Gouvernement compte créer les conditions de la valorisation du potentiel et des talents individuels au service du bien-être commun. Tout en capitalisant sur les investissements des projets phares de l'art et la culture, les actions envisagées ici portent sur la chaîne initiation – détection – formation – promotion – statut et accompagnement de l'artiste ;

❖ *Analyse Economique*

L'économie béninoise dépend fortement du commerce "informel" de réexportation et de transit avec le Nigéria (estimé à environ 20 % du PIB) ainsi que de l'agriculture. Le taux de croissance du PIB est attendu à 7,6 %⁷ pour l'année 2019 contre une estimation de 6,7% pour 2018 porté par l'ensemble des secteurs d'activité.

En 2020, le déficit budgétaire devrait passer sous la barre des 2% contre une prévision à 2,6 % en 2019. Pour ce qui est de la dette publique, le taux devrait s'établir à 38,7 %⁸ du PIB en 2020 contre 40,5 % en 2019.

A l'instar des huit pays de l'UEMOA, la politique monétaire du Bénin est gérée par la BCEAO qui maintient un ancrage fixe entre le franc CFA et l'euro.

L'inflation reste modérée, à 1 % en 2018, compte tenu de la politique monétaire prudente menée au niveau régional.

Les investissements restent insuffisants dans le domaine de l'industrie de transformation et des productions artisanales. Dans la perspective de la transformation structurelle de l'économie, le Gouvernement a retenu quatre (04) principaux domaines de concentration pour dynamiser l'économie dont :

- l'économie numérique, les télécommunications et les TIC ;
- l'industrie de transformation, l'artisanat et le commerce.

Pour soutenir cette dynamique, le Gouvernement mettra en œuvre un vaste programme d'investissements en infrastructures particulièrement dans trois (03) des secteurs prioritaires que sont : les TIC, les transports et l'énergie.

Le développement de ces infrastructures permettra de tirer meilleur profit de la position géographique du Bénin, porte d'entrée de l'Afrique de l'Ouest, corridor de transit vers les pays de l'hinterland (Niger, Burina Faso) et du Nigéria.

A cet effet, les principales actions suivantes seront engagées :

- utiliser les TIC comme catalyseur de dynamique économique et de modernisation ;

⁷ <http://www.marchedestitrespublics.com/b%C3%A9nin-premier-producteur-de-coton-en-afrique-sur-la-campagne-2018-2019>

⁸ <http://www.marchedestitrespublics.com/b%C3%A9nin-premier-producteur-de-coton-en-afrique-sur-la-campagne-2018-2019>

- accompagner, former et professionnaliser les artisans ;

❖ **Analyse Social**

Le troisième pilier stratégique du PAG s'intéresse à l'amélioration des conditions de vies des populations. Le renforcement de l'accès des populations aux services sociaux de base et opportunités économiques ainsi que la mise en œuvre d'une politique de protection sociale adéquate constituent les priorités du gouvernement en matière d'inclusion sociale. Pour réaliser ces ambitions de consolidation de l'investissement humain, les principales actions ci-après seront initiées :

- détecter, former, accompagner les artistes prometteurs afin de les préparer à faire carrière dans leur domaine ;
- mettre en place des programmes médias pour l'initiation à l'art ;
- créer des centres de formation pluridisciplinaires pour les vocations et talents ainsi que pour les artistes confirmés ;
- nouer des partenariats de formation aux niveaux sous-régional et international.

❖ **Analyse Technologique**

Le Bénin ambitionne devenir une plateforme de services numériques et de faire des TIC le principal levier pour son développement socio-économique.

L'objectif est de mettre en marche la transition numérique, en facilitant l'émergence des entreprises numériques, l'élaboration d'un cadre juridique propice à leur création et à leur développement et le déploiement de partenariats public-privé propres afin d'assurer leur stabilité de façon pérenne.

Les projets phares de l'économie numérique et des TIC inscrits au PAG, déclinent la vision du gouvernement en matière de numérique et s'articulent autour de six points :

- déploiement de l'internet haut et très haut débit sur l'ensemble du territoire ;
- transition vers la télévision numérique terrestre (TNT) ;
- mise en œuvre de l'administration intelligente (Smart Gouv) ;
- généralisation de l'usage du e – commerce ;

- généralisation de l'usage du numérique dans le secteur de l'éducation et de la formation ;
- promotion et développement de contenus numériques.

Le PDEHR⁹ (plan directeur d'électrification hors réseau), outil de mise en œuvre de la Politique d'EHR (électrification hors réseau) pose les fondements d'une vision nationale pour l'accès à l'électricité hors réseau, afin de permettre à chaque béninois, particulier ou acteur économique, de bénéficier d'un accès à un service électrique de qualité, semblable à celui proposé en milieu urbain, afin de promouvoir le développement économique et social sur l'ensemble du territoire. Cette vision s'appuie sur une implication grandissante du secteur privé, bénéficiant d'un environnement propice et rassurant pour développer et mettre en œuvre des projets EHR.

Par ailleurs, l'essor de la téléphonie mobile favorise le développement de la communication digitale et des services financiers numériques, et pourrait expliquer l'engouement de la population pour les réseaux sociaux.

❖ **Analyse Environnementale**

La protection de l'environnement est partie intégrante de la culture du Bénin, qui jouit d'un emplacement géographique favorable, avec une bande côtière où réside la moitié de la population.

La concentration de la population sur la bande côtière entre mer et lagune, l'expose particulièrement aux conséquences du changement climatique.

Le Bénin fait face à des questions environnementales cruciales qui pourraient compromettre les efforts consentis en faveur du développement ces dernières années. Dans les zones côtières, la montée des eaux et l'intensité croissante des inondations pourra menacer l'habitat d'une large partie des populations. Les rendements agricoles souffriront des conditions climatiques extrêmes. La montée de la température et de l'intensité des pluies pourrait aussi causer une augmentation des maladies infectieuses ainsi qu'une pénurie en énergie. Les ressources en eau seront également affectées ainsi que la richesse de la biodiversité.

Conscient de sa vulnérabilité, le Bénin a pris des engagements forts dans le cadre des contributions climatiques des Etats (INDC) élaborées en amont de la COP 21 et fut chef de file

⁹ <https://www.benin-energie.org/presentation-pdher.html>

des PMA dans les négociations de 2015¹⁰. Le gouvernement entend désormais intégrer les données environnementales de façon transversale dans ses stratégies de développement, pour assurer leur soutenabilité en préservant la biodiversité, en développant des stratégies d'adaptation aux changements climatiques, en favorisant une meilleure gestion des dégradations environnementales (déchets, assainissement, pollution, érosion, etc.) ou en promouvant des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement et adaptées aux changements climatiques.

La prise en compte des questions environnementales et climatiques se retrouve dans l'axe stratégique 7 (A7) du PAG : Pour un Développement équilibré et durable de l'espace national. Il s'agit d'intervenir de façon beaucoup plus significative en matière d'aménagement équilibré et durable de l'espace national, en lien avec les Objectifs de Développement Durable (ODD).

❖ **Analyse Légale**

Le droit béninois¹¹ est issu de la réglementation nationale, des conventions internationales ainsi que des textes adoptés par les principales organisations panafricaines (UEMOA, CEDEAO, OHADA, OAPI, CIMA et UA) dont le Bénin est membre.

Le gouvernement du Bénin, au travers son PAG 2016-2021, a initié d'importantes réformes visant à rendre attractif le secteur formel et améliorer l'environnement des affaires.

¹⁰ <https://bj.ambafrance.org/Journee-mondiale-de-l-environnement-L-AFD-l-environnement-et-le-climat-au-Benin>

¹¹ <http://www.droit-afrique.com/pays/benin/>

Tableau 5 : Les principales reformes du climat des affaires

Principales réformes	Mesures au profit du secteur privé
Création de Zones Economiques Spéciales	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un Guichet Unique pour les formalités administratives. • Exonération totale de droits de douane et de tous impôts. • Exonération du BIC les deux premières années pour les nouvelles entreprises.
Assouplissement des dispositions du Code du Travail pour introduire plus de flexibilité et encourager la création d'emplois	<ul style="list-style-type: none"> • Simplification de la procédure d'embauche et de résiliation des contrats : Introduction des contrats intérimaires, Contrats à temps partiel et de possibilités d'aménagement du temps de travail, Possibilité de renouveler indéfiniment les CDD. • Plafonnement des réparations à payer aux salariés en cas de licenciement abusif à 9 mois de salaires bruts.
Code du numérique	<ul style="list-style-type: none"> • Protection des utilisateurs, des personnes et de l'environnement. • Réglementation du commerce électronique au Bénin (contrats et services en ligne).
Adoption d'un nouveau dispositif de facilitation des relations avec le secteur privé et de promotion des investissements	<ul style="list-style-type: none"> • Restructuration de l'Agence Nationale de Promotion des Investissements et des Exportations (APIEX) pour améliorer l'accueil, l'orientation et l'accompagnement des investisseurs et des exportateurs à partir du Bénin : Guichet unique pour la création d'entreprise / Organe Technique en charge de l'étude des demandes d'agrément au code des investissements et Cellule d'Appui au Partenariat public privé / Autorité administrative des Zones économiques spéciales / Guichet Unique de promotion et d'information sur les exportations. • Réforme du Code des investissements pour le rendre plus compétitif en introduisant plus de rationalisation et de célérité dans l'instruction des dossiers • Préparation de la Loi sur la promotion et le développement des Micros Petites et Moyennes Entreprises (MPME)

Source : PAG 2016-2021

3.2. Plan stratégique général

Le plan stratégique général consiste en un travail d'analyse et de réflexion situé en amont de toute action opérationnelle. Ses principales étapes sont : une analyse externe du marché et de la concurrence, une analyse interne des différents produits-marchés de l'entreprise, une analyse des différentes stratégies existantes et la définition des objectifs de la stratégie marketing.

3.2.1. *Produit – Marché : matrices d'ANSOFF et PORTER*

3.2.1.1. *Matrice d'ANSOFF*

Outil d'aide à la décision conçu par Igor Ansoff, la matrice d'Ansoff permet aux décideurs et stratèges d'analyser les différentes orientations stratégiques possibles pour la mise en œuvre d'une stratégie de croissance.

En considérant que le chemin de la croissance passe par la combinaison entre les produits existants et les produits nouveaux, comme entre les marchés existants et les marchés nouveaux, cette matrice présente quatre choix stratégiques pour atteindre cet objectif :

- ❖ La pénétration de marché

Cette option présente une prise de risque limitée. Il s'agit d'une stratégie clé de croissance lorsqu'une entreprise commercialise son offre traditionnelle sur des marchés existants.

Entrant dans une démarche de recherche d'opportunités stratégiques, la pénétration de marché sera notre position de départ.

- ❖ Le développement de marché

Cette option consiste à vendre son offre produits et services existante sur de nouveaux marchés.

Il s'agira ainsi pour BIGNON BRICO, d'une expansion sur de nouvelles zones géographiques mais aussi d'un développement de son offre sur de nouveaux usages ou vers un nouveau segment de clientèle.

- ❖ Le développement de produits/services

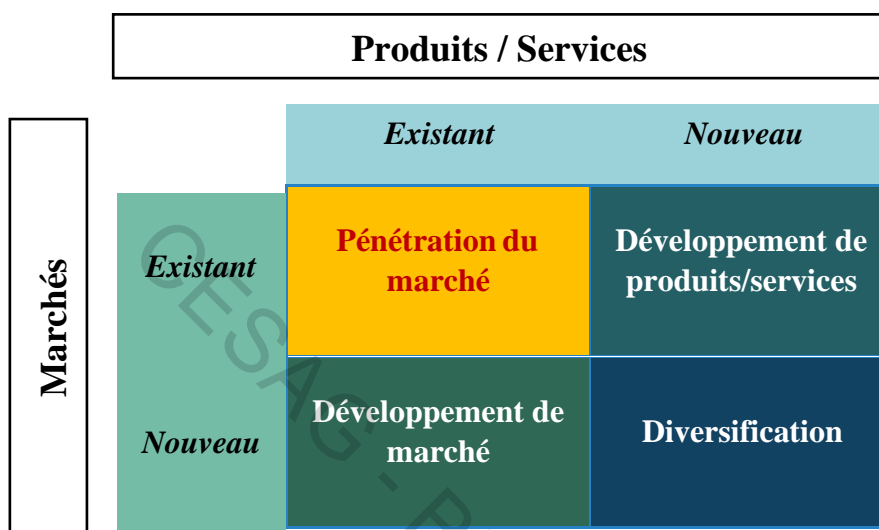
Ce quadrant illustre une stratégie de commercialisation de nouveaux produits sur des marchés existants.

L'innovation est le fer de lance de cette stratégie. L'objectif est d'améliorer les fonctionnalités, l'usage ou le coût de son offre.

❖ La diversification

L'option qui présente le plus de potentiel mais aussi le plus de risques est d'introduire de nouveaux produits sur de nouveaux marchés.

Figure 12 : Matrice d'Ansoff



Source : nous-même

3.2.1.2. Cinq (+1) forces de PORTER

Michaël PORTER propose un modèle pour mener une analyse des forces concurrentielles en jeu dans un secteur.

L'objectif du modèle n'est pas la simple énumération des 5 (+1) forces, mais bien leur hiérarchisation, afin d'identifier quels sont les facteurs clés de succès (FCS), c'est-à dire les éléments stratégiques qu'il convient de maîtriser mieux que les autres afin d'obtenir un avantage concurrentiel. L'identification des FCS est donc la conclusion logique d'une analyse des 5 (+1) forces.

Tableau 6 : 5 (+1) forces de PORTER

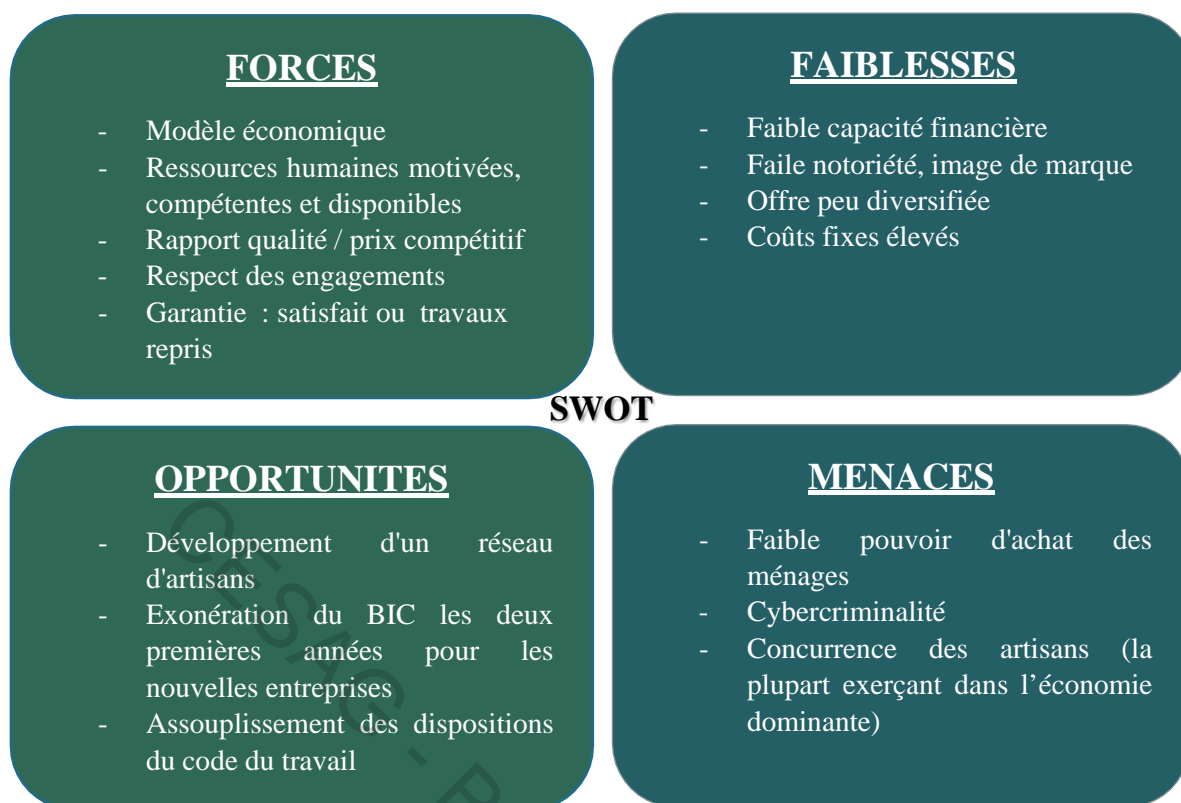
FORCES DE LA CONCURRENCE	FACTEURS CLES DE SUCCES
Menace des Substituts	Meilleur rapport qualité/prix
	Garantie offerte (satisfait ou travaux repris)
	Fidélisation de la clientèle
Menace des Entrants Potentiels	Fidélisation de la clientèle
	Contrôle de ressources rares ou de compétences distinctives
Pouvoir de Négociation des Acheteurs	Etablissement de coûts de transfert
	Développer une expertise reconnue par la clientèle
	Elargir notre base clientèle et étendre notre offre à tous les départements du territoire national
Pouvoir de Négociation des Fournisseurs	Elargir notre propre réseau d'artisans qualifiés
	Diversifier notre réseau partenaire de fournitures de matériaux
Intensité Concurrentielle	Capacité d'innovation
	Fidélisation de la clientèle
	Contrôle de ressources rares ou de compétences distinctives
	Etablissement de coûts de transfert
Rôle des Pouvoirs Publics	Pouvoir de régulation
	Dispositions fiscales et légales

Source : nous-même

3.2.2. Le diagnostic SWOT

L'analyse SWOT est un outil d'analyse stratégique qui nous permettra de réaliser un diagnostic interne et un diagnostic externe afin d'identifier les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de BIGNON BRICO.

Figure 13 : Diagnostic SWOT de BIGNON BRICO



Source : nous-même

3.3. Plan stratégique d'activités

3.3.1. Segmentation, ciblage et positionnement

3.3.1.1. Segmentation

La segmentation du marché consiste à diviser un marché en groupes d'acheteurs distincts et homogènes appelés segment, dont les besoins et les comportements d'achat sont suffisamment semblables pour faire l'objet d'une même offre de produit et devenir la cible d'un plan de marketing.

Nous allons découper notre marché suivant des critères bien définis comme suit :

- ❖ Au niveau des ménages

Les principaux critères retenus pour les particuliers sont : l'âge, le besoin d'un prestataire qualifié, la situation géographique et l'utilisation du mobile money.

❖ Au niveau des artisans

Les critères clés pour les prestataires sont : la qualification (diplôme/expérience), la recherche d'opportunités et la disponibilité.

3.3.1.2. Ciblage

Le ciblage consiste à choisir une partie du marché sur laquelle l'entreprise focalisera l'ensemble de ses efforts de marketing.

À la suite de notre étude de marché, nous identifions comme principal cible, une clientèle dont l'âge est compris entre 25 et 40 ans, résidente majoritairement à Cotonou et autres localités environnantes (Abomey-Calavi, Porto-Novo), et des artisans qualifiés, en quête de travaux et facilement joignable.

3.3.1.3. Positionnement

« Le positionnement¹² du produit est une décision de nature stratégique qui consiste, pour l'entreprise, à créer l'image du produit, c'est-à-dire à déterminer la manière dont les consommateurs doivent percevoir le produit et la place qu'il occupera dans leur esprit par rapport aux produits concurrents. »

Positionner revient donc à installer une différence significative dans l'esprit des clients (ciblés).

Nos services étant axés sur le rapport qualité/prix et la garantie d'une satisfaction, nous optons pour un positionnement objectif (on jouera sur la valeur d'usage du service, véritable élément de différenciation.) appuyé par une communication très informative.

3.3.2. Plan d'actions commerciales

Malgré son aspect opérationnel, le plan d'action commercial est un document stratégique qui détaille les actions marketing et commerciales à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

Pièce maîtresse de la démarche commerciale, le plan d'action commerciale comprend un plan produit (ou service), un plan prix, un plan distribution et un plan communication.

¹² Kotler et al. (1998, p. 137)

❖ La politique de produit/service

La politique de service détaille tous les choix et actions qui touchent au service lui-même, en vue de satisfaire le client.

Nous voulons bâtir notre avantage concurrentiel à travers l'expérience client que nous offrirons.

Il s'agira donc de nous différencier à travers les caractéristiques et la qualité de nos offres de service. Pour un début d'activités nous resterons focalisés sur cinq (05) métiers très sollicités par les ménages. Nos clients pourront commander en quelques clics de petits travaux pour leurs maisons, réserver le jour et l'heure de leur choix et nous nous chargerons de répondre efficacement à leurs besoins. Nous nous plaçons ainsi en tant que tiers de confiance.

❖ La politique de prix

La politique de prix concerne les choix réalisés en vue déterminer la structure et le niveau des prix des produits et services proposés par l'entreprise.

Nous adopterons une politique d'alignement qui consiste à pratiquer des prix proches de ceux des concurrents. Cette politique permet d'entrer sur des marchés concurrentiels en évitant la guerre des prix.

Ainsi, pour fixer les prix de nos prestations nous nous basons sur les prix actuellement pratiqués sur le marché. Nous serons transparents vis-à-vis de notre clientèle et des artisans de notre réseau à travers un devis bien détaillé.

Soulignons que sur toutes les prestations, 30% de la main d'œuvre nous reviendra contre 70% pour le prestataire.

❖ La politique de distribution

La politique de distribution est l'ensemble des moyens et opérations qui permettent de rendre un produit (ou service) accessible au client final à l'endroit qu'il désire et dans un délai convenable.

Sachant le penchant de notre clientèle cible pour les TIC, notre principal canal pour la commercialisation de nos services est notre site internet / application mobile. Un des plus gros avantages d'internet est que nos offres s'adressant à une niche précise, peuvent rencontrer une plus large audience.

Nous serons donc en contact direct avec nos clients ; ce qui nous permettra d'avoir des retours immédiats sur leurs attentes et besoins afin d'adapter rapidement nos offres.

Notre réseau d'artisans permettra de faire intervenir la main d'œuvre qualifiée dans le rayon le plus proche. Aussi accompagnerons-nous toutes nos prestations d'un suivi rigoureux, d'un service après-vente et d'une garantie systématique.

Il faudra beaucoup travailler sur la communication pour faire connaître le site internet et l'application mobile.

❖ La politique de Communication

La politique de communication permet de faire connaître le produit/service, d'attirer l'attention, d'intéresser les clients potentiels, d'accroître le désir envers le produit/service, d'informer, de motiver l'achat, d'augmenter les quantités vendues, ...etc.

Le marketing et la communication sont les éléments qui vont vous aider à faire percevoir, par nos clients (ou prospects), la valeur de notre éventail d'offre. La valeur perçue étant la perception par les clients de ce qu'ils obtiennent (bénéfices perçus : qualité du service, SAV, le conseil) pour ce qu'ils donnent (coûts perçus : l'effort pour se procurer le produit/service, le temps passé, le risque pris).

Notre communication sera adaptée à notre cible et orientée promotion de nos services. Nous aurons recours au marketing digital afin de : nous différencier de la concurrence, toucher un public plus large, créer une disponibilité 7 j/7, 24h/24 de notre startup, favoriser la fidélisation et la satisfaction des clients par une relation durable et de qualité.

Une présence active (publication de posts réguliers sur notre activité) sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tik Tok, ...etc.) accompagnée de bannières et/ou pages publicitaires, de courtes vidéos incisives sur notre chaîne YouTube (Présentation, témoignages de consommateurs, ...etc.), un référencement naturel (voire payant) à l'aide de mots-clés, de contenus pertinents sur notre site web pour favoriser notre positionnement dans les premiers résultats des moteurs de recherche et augmenter le trafic vers notre site web, nous actionnerons tous les leviers à notre portée.

En plus de la stratégie sociale media, pour augmenter notre visibilité et générer de la confiance, nous utiliserons la presse, la radio, la télévision, les flyers, les panneaux publicitaires, l'affichage sur les taxis et la messagerie des opérateurs GSM.

Ce chapitre a permis de mettre en exergue l'environnement de BIGNON BRICO SARL en partant de l'étude de marché à la définition des différents plans stratégiques. Il ressort que le marché des travaux à domicile présente assez d'opportunités que nous pourrions saisir dans le cadre de notre projet.

Abordons le cadre financier afin d'estimer le coût du projet, de mettre en évidence le plan de financement et la rentabilité de notre projet puis relever quelques facteurs de risques.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE

L'intérêt économique et financier du projet se mesurera par la pertinence de son business model et les retombées financières engendrées par sa mise en place.

4.1. Business model

Le business model a pour fonction de décrire la manière dont une entreprise crée de la valeur et assure ainsi sa propre pérennité. C'est la traduction concrète de la "bonne idée" de départ de l'entrepreneur, et de la manière dont il va l'exploiter sur le marché. Le business model est donc un prérequis indispensable au lancement de notre start-up.

Pour donner une forme concrète à notre business model, nous avons choisi un outil : le "business model canvas d'Alexander Osterwalder" qui sert à retranscrire de manière simple le modèle économique d'une entreprise. Il permettra de cartographier les éléments clés de notre projet et de les organiser en un tout, d'abord cohérent, ensuite pertinent, voire innovant.

PARTENAIRES CLES <ul style="list-style-type: none"> - Artisans qualifiés - Magasins de vente de matériaux de construction - Opérateurs GSM (MTN, MOOV) 	ACTIVITÉS CLÉS <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de notre plateforme - Sélection des artisans 	OFFRE (proposition de valeur) <ul style="list-style-type: none"> - Mise en relation artisans - particuliers - Réalisation de travaux à domicile 	RELATION CLIENT <ul style="list-style-type: none"> - Un accompagnement de A à Z - Des travaux garantis : satisfait ou travaux repris 	SEGMENTS DE CLIENTELE Ménages
	RESSOURCES CLES <ul style="list-style-type: none"> - Ressources humaines - Expérience des dirigeants 		CANAUX DE DISTRIBUTION <ul style="list-style-type: none"> - Plateforme internet - Force de vente 	
STRUCTURE DES COUTS <ul style="list-style-type: none"> - Développement de plateforme - Economie d'échelle 			FLUX DE REVENUS PRÉVUS <ul style="list-style-type: none"> - Prise en charge des besoins en travaux - Règlement au comptant via mobile money 	

Source : nous-même

4.2. Evaluation du coût des investissements

La réalisation de notre projet impliquerait des investissements.

4.2.1. Evaluation des besoins en immobilisations

Tableau 7 : Immobilisations du projet

Immobilisations	Quantité	Prix Unitaire	Prix Total	Durée de vie
Frais de Constitution			17 000	
Logiciels et site internet			2 550 000	5
Immobilisations incorporelles			2 567 000	
Installations et aménagement			800 000	5
Groupe électrogène et matériels électriques			750 000	7
Bureaux (tables et fauteuils)	6	174 500	1 047 000	5
Chaises	10	20 000	200 000	3
Armoires de rangement	4	85 000	340 000	3
Téléphones fixes	5	22 000	110 000	5
Ordinateurs	5	250 000	1 250 000	3
Imprimantes - scanners	2	80 000	160 000	5
Routeur et borne	1	75 000	75 000	5
Moto	2	375 000	750 000	5
Immobilisations corporelles			5 482 000	
Caution locaux			650 000	
Immobilisations financières			650 000	
Total Immobilisations			8 699 000	

Source : nous-même

4.2.2. Le Besoin en fonds de roulement (BFR)

Le BFR représente le montant qu'une entreprise doit financer afin de couvrir le besoin résultant des décalages de flux de trésorerie correspondant aux décaissements et aux encaissements liés à son activité.

Nous exerçons dans la prestation de service, nous ne détenons pas de stocks et nous négocierons une facilité d'un (01) mois avec nos fournisseurs. Pour estimer donc notre BFR initial, nous avons déterminé l'ensemble des charges courantes à supporter pour délivrer nos services sur une base d'un (01) mois.

Tableau 8 : Détermination BFR initial

Eléments	Nombre de mois	Montant (FCFA)
Charges du personnel	1	1 645 760
Frais généraux	1	165 000
Maintenance plateforme	1	53 217
Loyer	1	150 000
Besoin en fonds de roulement (initial)		2 013 977

Source : nous-même

Le BFR étant généralement corrélé au volume d'activité nous utiliserons un coefficient de proportionnalité aux chiffres d'affaires prévisionnels afin de déterminer nos BFR prévisionnels.

Coefficient de proportionnalité = BFR (initial) / CA prévisionnel (année 1)

Coefficient de proportionnalité = 2 013 977 / 80 000 000

Coefficient de proportionnalité = 0,02517471250000

Tableau 9 : BFR prévisionnels

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
BFR	2 013 977	2 416 772	2 900 127	3 480 152	4 176 183	-
Variation du BFR		402 795	483 354	580 025	696 030	- 4 176 183

Source : nous-même

4.2.3. Synthèse des coûts d'investissement

Le coût initial du projet s'élève ainsi à francs CFA 10.712.977 et se compose comme suit :

Tableau 10 : Coût de l'investissement

Désignation	Montant (FCFA)
Immobilisations	8 699 000
BFR	2 013 977
Investissement initial	10 712 977

Source : nous-même

Nous réaliserons en début de quatrième année (2025) un investissement de remplacement en rapport aux matériels amortis au bout de trois ans.

Tableau 11 : Investissements phase 1

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Investissement Initial	10 712 977					
Investissement de remplacement					1 790 000	
TOTAL	10 712 977	-	-	-	1 790 000	-

Source : nous-même

4.3. Modalités de financement

Notre projet s'étale sur une période de cinq (05) ans, s'évalue à francs CFA 10.712.977 et le plan de financement ne prenant en compte que l'investissement initial impliquera la mobilisation des ressources suivantes :

- Un apport en numéraire à concurrence de FCFA 8.000.000
- Un emprunt bancaire de FCFA 2.712.977 sur cinq (05) ans (ou soixante mois), remboursable par annuités constantes au taux d'intérêt annuel de 12%.

Le financement disponible couvre ainsi l'investissement initial avec une trésorerie permettant d'assurer le BFR initial. Aussi estimons-nous pouvoir dégager une capacité d'autofinancement conséquente pour couvrir les besoins du premier au cinquième exercice.

Tableau 12 : Sources de financement

	Type	Montant	Proportion
Promoteur	Numéraire	5 600 000	52,27%
Associée	Numéraire	2 400 000	22,40%
Emprunt bancaire	Dette	2 712 977	25,32%
Total	-	10 712 977	100%

Source : nous-même

Tableau 13 : Amortissement de l'emprunt

Période	Capital restant dû	Intérêts	Remboursements	Annuités
1	2 712 977	325 557	427 049	752 606
2	2 285 928	274 311	478 295	752 606
3	1 807 633	216 916	535 690	752 606
4	1 271 943	152 633	599 973	752 606
5	671 970	80 636	671 970	752 606
TOTAL	-	1 050 054	2 712 977	3 763 031

Source : nous-même

4.4. Analyse de l'exploitation

4.4.1. Chiffre d'affaires prévisionnel

Les prévisions de chiffre d'affaires sont tributaires du nombre de ménages susceptibles de s'intéresser à notre service, de la fréquence de besoins en travaux des ménages et du coût de la main d'œuvre.

Cotonou formant avec les villes environnantes une conurbation de plus de deux millions d'habitants et sachant que d'après un rapport publié par l'INSAE en 2017, la taille moyenne des ménages en milieu urbain s'élèverait à cinq (05) personnes, nous pouvons donc estimer le nombre moyen de ménages dans cette aire à environ quatre cent mille (400.000). Dès le premier exercice, nous travaillerons à enrôler dans notre portefeuille clients environ 1% des ménages ; soit environ quatre mille (4.000) clients. Nous prévoyons une croissance annuelle de 20% de notre portefeuille clients sur les cinq premières années du projet.

Sur la base de notre étude de marché, nous tirons comme enseignement que les ménages sollicitaient en moyenne quatre (04) fois l'an, un artisan pour réaliser des travaux à domicile. En croisant les informations recueillies auprès des ménages et des artisans, il ressort que le coût de la main d'œuvre d'une prestation se situe généralement dans l'intervalle FCFA [2.500 – 7.500] ; soit une moyenne de FCFA 5.000 sur chaque prestation.

Soulignons que notre commission est de 30% sur chaque prestation.

Tableau 14 : Chiffre d'affaires prévisionnel

Année	Portefeuille clients	Fréquence annuelle	Nombre total de prestations	Prix Unitaire Prestation	Chiffre d'affaires (FCFA)
2022	4 000	4	16 000	5 000	80 000 000
2023	4 800	4	19 200	5 000	96 000 000
2024	5 760	4	23 040	5 000	115 200 000
2025	6 912	4	27 648	5 000	138 240 000
2026	8 294	4	33 178	5 000	165 888 000

Source : nous-même

4.4.2. Evaluation des charges d'exploitation

Les charges d'exploitation représentent les dépenses indispensables à la création de richesses produites par l'entreprise.

Nous avons prévu deux motos pour les visites clientèles, prestataires et autres déplacements dans le cadre de nos activités. Pour la première année nous estimons la consommation hebdomadaire de carburant à dix (10) litres par moto et pour un coût moyen à la pompe de 550 francs CFA le litre. L'évolution de cette charge étant corrélée au chiffre d'affaires, nous majorons de 10% d'une année à l'autre.

Tableau 15 : Synthèse des charges d'exploitation

	2022	2023	2024	2025	2026
Charges Variables	56 528 000	67 780 800	81 278 880	97 470 768	116 894 645
Frais de carburant	528 000	580 800	638 880	702 768	773 045
Charges Prestataires (externes)	56 000 000	67 200 000	80 640 000	96 768 000	116 121 600
Charges Fixes	24 241 988	24 241 988	24 241 988	24 241 988	24 241 988
Charges du personnel	16 680 000	16 680 000	16 680 000	16 680 000	16 680 000
Charges sociales et patronales	3 069 120	3 069 120	3 069 120	3 069 120	3 069 120
Maintenance site internet	212 868	212 868	212 868	212 868	212 868
Frais marketing	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Frais généraux	1 980 000	1 980 000	1 980 000	1 980 000	1 980 000
Loyer	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
CHARGES D'EXPLOITATION	80 769 988	92 022 788	105 520 868	121 712 756	141 136 633

Source : nous-même

4.4.3. Amortissement des éléments d'actifs amortissables

Nous utiliserons la méthode de l'amortissement linéaire.

Tableau 16 : Amortissement des éléments d'actifs amortissables

Eléments	Durée de vie	Montant	2022	2023	2024	2025	2026	Valeur résiduelle
Logiciels et site internet	5	2 550 000	510 000	510 000	510 000	510 000	510 000	-
Installations et aménagement	5	800 000	160 000	160 000	160 000	160 000	160 000	-
Groupe électrogène et matériels électriques	7	750 000	107 143	107 143	107 143	107 143	107 143	214 286
Bureaux (tables et fauteuils)	5	1 047 000	209 400	209 400	209 400	209 400	209 400	-
Chaises	3	200 000	66 667	66 667	66 667	66 667	66 667	66 667
Armoires de rangement	3	340 000	113 333	113 333	113 333	113 333	113 333	113 333
Téléphones fixes	5	110 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	-
Ordinateurs	3	1 250 000	416 667	416 667	416 667	416 667	416 667	416 667
Imprimantes - scanners	5	160 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	-
Routeur et borne	5	75 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	-
Motos	5	750 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	-
TOTAL			1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210	810 952

Source : nous-même

4.4.4. Compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat prévisionnel retrace le résultat net que dégagerait notre activité sur les cinq (05) premiers exercices.

Tableau 17 : Compte de résultat prévisionnel

	2022	2023	2024	2025	2026
Chiffre d'Affaires	80 000 000	96 000 000	115 200 000	138 240 000	165 888 000
Charges d'Exploitation	80 769 988	92 022 788	105 520 868	121 712 756	141 136 633
Excédent Brut d'Exploitation	- 769 988	3 977 212	9 679 132	16 527 244	24 751 367
Dotations aux amortissements	1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210
Résultat d'Exploitation	- 2 572 198	2 175 002	7 876 922	14 725 034	22 949 158
Charges Financières	325 557	274 311	216 916	152 633	80 636
Résultat Courant	- 2 897 755	1 900 691	7 660 006	14 572 401	22 868 521
Impôts sur le résultat (30%)	-	570 207	2 298 002	4 371 720	6 860 556
Résultat Net	- 2 897 755	1 330 484	5 362 005	10 200 681	16 007 965

Source : nous-même

4.4.5. Tableau des flux de trésorerie prévisionnel

Le tableau de flux de trésorerie, permet d'analyser la provenance du flux net de trésorerie d'une entreprise et sa variation d'une année à l'autre en mettant en lumière les opérations qui ont généré des ressources de trésorerie (les encaissements) et celles qui ont consommé de la trésorerie (les décaissements). Il sert ainsi à évaluer la capacité de l'entreprise à financer ses investissements et à supporter le coût de ses engagements.

Tableau 18 : Tableau des flux de trésorerie prévisionnel

ELEMENTS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Résultat Net		- 2 897 755	1 330 484	5 362 005	10 200 681	16 007 965
Dotations aux amortissements		1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210
Capacité d'Autofinancement Global		-1 095 545	3 132 693	7 164 214	12 002 890	17 810 174
Variation du BFR	2 013 977	402 795	483 354	580 025	696 030	- 4 176 183
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	- 2 013 977	-1 498 341	2 649 339	6 584 189	11 306 860	21 986 357
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissements	- 8 699 000				- 1 790 000	
Flux de financement capitaux propres						
Augmentations de capital	8 000 000					
Subventions d'investissement reçue						
Dividendes versés						
Flux de financement capitaux étrangers						
Emprunts	2 712 977					
Remboursements emprunts		427 049	478 295	535 690	599 973	671 970
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	10 712 977	- 427 049	- 478 295	- 535 690	- 599 973	- 671 970
Variation de la trésorerie nette	-	-1 925 390	2 171 044	6 048 498	8 916 887	21 314 387
Trésorerie nette en début de période	-	-	- 1 925 390	245 654	6 294 153	15 211 040
Trésorerie nette en fin de période	-	-1 925 390	245 654	6 294 153	15 211 040	36 525 427

Source : nous-même

4.5. Analyse de la rentabilité

4.5.1. Estimation du taux d'actualisation

Le taux d'actualisation ou coût de capital est un taux qui correspond à la rentabilité attendue par l'ensemble des apporteurs de ressources de l'entreprise (les actionnaires et les créanciers), il est appelé également coût moyen pondéré du capital (CMPC).

Pour déterminer le coût du capital nous avons procédé au calcul de la moyenne pondérée des coûts des ressources financières.

Afin d'estimer le taux de rentabilité exigé par les actionnaires nous prendrons en considération les risques auxquels sont confrontés le secteur de l'artisanat de service ainsi que le risque de réputation que nous allons courir. Nous décidons donc de fixer un taux de rémunération de 15% pour les fonds propres.

Etant donné que nous avons recours à l'emprunt, le coût de la dette est déterminé comme suit :

$$\text{Coût de la dette} = \text{Taux d'intérêt} \times (1 - \text{Taux d'impôt})$$

$$\text{Coût de la dette} = 12\% \times (1 - 30\%) = 8,4\%$$

Tableau 19 : Coût moyen pondéré du capital

ELEMENTS	PONDERATION	COUT
Fonds Propres	74,68%	15,00%
Dette	25,32%	8,40%
CMPC = (74,68*15+25,32*8,4)/100		13,33%

Source : nous-même

4.5.2. *Appréciation et pertinence du projet : VAN, TRI, DR, IP*

Tableau 20 : Cash-flows actualisés et indicateurs de rentabilité

ELEMENTS	0	1	2	3	4	5
Résultat d'Exploitation		- 2 572 198	2 175 002	7 876 922	14 725 034	22 949 158
Impôt sur le résultat d'exploitation		-	- 652 501	- 2 363 077	- 4 417 510	- 6 884 747
Dotations aux amortissements		1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210
Variation du BFR		- 402 795	- 483 354	- 580 025	- 696 030	
Récupération du BFR						4 176 183
VRN						810 952
Investissement	- 8 699 000				- 1 790 000	
	- 2 013 977					
Cash Flows	-10 712 977	- 1 172 783	2 841 357	6 736 030	9 623 703	22 853 755
Taux d'actualisation	13,33%					
Cash flows actualisés	-10 712 977	- 1 034 852	2 212 314	4 627 915	5 834 237	12 225 311
Cumul Cash flows actualisés	-10 712 977	-11 747 829	- 9 535 515	- 4 907 600	926 637	13 151 948
VAN	13 151 948					
TRI	37,10%					
DRC	3,92					
IP	2,23					

Source : nous-même

La valeur actuelle nette (VAN) de FCFA 13 151 948 étant positive, ce projet sur un plan financier est créateur de valeur et mérite d'être réalisé.

Le taux de rentabilité interne (TRI) est de 37,10% et supérieur au taux d'actualisation. Ce qui confirme le caractère créateur de valeur du projet.

Le délai de récupération du capital investi (DRC) du projet est de 3 ans 11 mois 1 jour. Pour une durée d'investissement de 5 ans, les actionnaires devront attendre trois années et onze mois pour récupérer le capital investi.

L'indice de profitabilité (IP) est de 2,23. Pour FCFA 1 investi, le projet dégage FCFA 2,23 de profit.

Au regard des indicateurs financiers, le projet « BIGNON BRICO » est un projet rentable.

4.5.3. Seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité permet de visualiser à partir de quel montant de chiffre d'affaires l'entreprise couvrira l'ensemble de ses charges et deviendra rentable et sert donc comme un objectif minimal à réaliser.

Tableau 21 : Evolution du Seuil de rentabilité

ELEMENTS	2022	2023	2024	2025	2026
Chiffre d'affaires prévisionnel (CA)	80 000 000	96 000 000	115 200 000	138 240 000	165 888 000
Charges Variables (CV)	56 528 000	67 780 800	81 278 880	97 470 768	116 894 645
Marge sur Coûts Variables (MCV)	23 472 000	28 219 200	33 921 120	40 769 232	48 993 355
Taux de Marge sur Coûts Variables (TMCV)	29,34%	29,40%	29,45%	29,49%	29,53%
Charges fixes (CF)	24 241 988	24 241 988	24 241 988	24 241 988	24 241 988
Seuil de Rentabilité (SR) = CF / TMCV	82 624 363	82 469 767	82 328 562	82 199 547	82 081 639
Point Mort en nombre de mois (PM) = (SR / CA annuel) x 12	12,39	10,31	8,58	7,14	5,94

Source : nous-même

Le point mort passe de près de douze mois du chiffre d'affaires à six mois de chiffre d'affaires en espace de cinq années.

4.5.4. Rentabilité économique et financière

La rentabilité est l'aptitude d'une entreprise à générer des bénéfices. La rentabilité économique intéresse essentiellement les dirigeants tandis que la rentabilité financière (ou rentabilité des capitaux propres) intéresse les associés.

Tableau 22 : Bilan prévisionnel et rentabilités

ACTIF	0	1	2	3	4	5
Immobilisations brutes	8 699 000	8 699 000	8 699 000	8 699 000	10 489 000	10 489 000
Trésorerie		-1 925 390	245 654	6 294 153	15 211 040	36 525 427
BFR	2 013 977	2 416 772	2 900 127	3 480 152	4 176 183	0
Actif Economique (AE)	10 712 977	9 190 383	11 844 781	18 473 305	29 876 222	47 014 427
PASSIF						
Capital	8 000 000	8 000 000	8 000 000	8 000 000	8 000 000	8 000 000
Report à Nouveau			-2 897 755	-1 567 271	3 794 734	13 995 414
Résultat Net		-2 897 755	1 330 484	5 362 005	10 200 681	16 007 965
Provisions		1 802 210	3 604 419	5 406 629	7 208 838	9 011 048
Capitaux propres	8 000 000	6 904 455	10 037 148	17 201 362	29 204 253	47 014 427
Dette financière	2 712 977	2 285 928	1 807 633	1 271 943	671 970	0
Capitaux Investis	10 712 977	9 190 383	11 844 781	18 473 305	29 876 222	47 014 427
Résultat d'Exploitation Après Impôt		-1 800 538	1 522 502	5 513 846	10 307 524	16 064 410
Rentabilité Economique = Résultat d'Exploitation x (1-taux impôt société) / AE		-19,59%	12,85%	29,85%	34,50%	34,17%
Rentabilité Financière = Résultat Net / Capitaux Propres		-41,97%	13,26%	31,17%	34,93%	34,17%

Source : nous-même

La rentabilité économique s'est améliorée progressivement les quatre premières années passant de -19,59% à 35,50% avant de baisser légèrement à la cinquième année à 34,17%.

Nous pouvons souligner de même la croissance accélérée du résultat d'exploitation sur la même période.

La rentabilité financière qui mesure la rentabilité des capitaux propres est passée de -41,97% à +34,17% au bout de cinq ans. Outre la première année où nous constatons une perte, la rentabilité financière est supérieure à la rentabilité économique. A la cinquième année elle équivaut à la rentabilité économique du fait du remboursement total de la dette.

Ainsi après un premier exercice où le résultat net est déficitaire l'entreprise sera en mesure de rémunérer les associés dès la deuxième année d'activité.

4.6. Analyse de sensibilité et de scénario

4.6.1. Analyse de sensibilité

Les paramètres retenus dans l'analyse de scénario sont le coût du capital et le BFR. Nous les ferons varier pour tester la sensibilité de la rentabilité du projet.

Tableau 23 : Analyse de sensibilité

Eléments	Variations	Valeur	VAN	Variation VAN	Niveau de Sensibilité
CMPC	+10 points	23,33%	5 965 199	-54,64%	Très élevé
	Base	13,33%	13 151 948	-	
	-10 points	3,33%	24 763 716	88,29%	
BFR	+10%	2 215 375	13 220 125	0,52%	Très faible
	Base	2 013 977	13 151 948	-	
	-10%	1 812 579	13 083 772	-0,52%	

Source : nous-même

Il ressort de notre analyse que la VAN de notre projet est très sensible à une variation du coût du capital et un niveau de sensibilité beaucoup plus faible à une variation du BFR.

4.6.2. Analyse de scénario

L'avenir étant incertain nous avons établi trois (03) scénarios pour vérifier la rentabilité de notre projet. Selon que l'on soit en scénario optimiste ou pessimiste, le chiffre d'affaires et les charges d'exploitation feront l'objet d'augmentation ou diminution par rapport au scénario réaliste. L'ensemble des hypothèses est décliné comme suit :

Tableau 24 : Analyse de scénario

	Scénario Pessimiste	Scénario Optimiste
Chiffre d'Affaires	-10%	+10%
Charges variables (CV)	-10%	+10%
Charges fixes (CF)	0%	0%

Source : nous-même

Tableau 25 : Résultat de l'analyse de scénario

	VAN	TRI	DRC	IP	CONCLUSION
Scénario Pessimiste	3 124 616	18,92%	4 ans 9 mois	1,29	Projet Rentable
Scénario de Base	13 151 948	37,10%	3 ans 11 mois	2,23	Projet Rentable
Scénario Optimiste	22 241 984	53,73%	3 ans 5 mois	3,08	Projet Rentable

Source : nous-même

L'analyse de scénario démontre la solidité financière de notre projet qui demeure rentable quelque soit le scénario considéré.

4.7. Analyse des risques

Le chemin à parcourir depuis le lancement d'une entreprise, jusqu'à atteindre enfin le régime de croisière prévu ne sera pas un long fleuve tranquille. De nombreux événements imprévus risquent de se produire, pour le meilleur comme pour le pire. Ce sont ces derniers qui méritent de retenir notre attention. Tous les risques ne sont pas prévisibles et il est donc impossible de s'enfermer dans une bulle étanche, surtout si l'on souhaite entreprendre, trouver des clients, résister aux concurrents, et échanger avec les partenaires.

Cependant, on peut établir une liste des risques envisageables qui sera mise à jour régulièrement durant toute la durée de notre activité.

Tableau 26 : Identification des risques et mesures

RISQUES	DEFINITION	MESURES
Risque Opérationnel	Risque de pertes provenant de processus internes inadéquats ou défaillants, de personnes et systèmes ou d'événements externes	Utilisation d'un tableau de bord par le management et adoption d'un code de déontologie par l'ensemble du personnel
Risque d'Image (ou de Réputation)	Le risque de réputation ou risque d'image, correspond à l'impact que peut avoir une mauvaise prestation de service sur la réputation de notre entreprise	Un suivi rigoureux de la bonne exécution des travaux et la garantie : satisfait ou travaux repris associé à chaque prestation
Risques politique et institutionnel	Changement dans le contrôle, la réglementation, les législations nationales, pouvant affecter notre activité	Mise en place d'une veille informationnelle afin de nous adapter diligemment aux diverses mutations réglementaires

Source : nous-même

CONCLUSION

En définitive, réaliser de petits travaux à domicile n'est pas toujours un chemin sans embûches. Pour une raison de temps et/ou de compétences, l'on a besoin de professionnels qualifiés.

Cependant, les ménages ne vivent pas toujours une expérience à renouveler en sollicitant les artisans pour leurs divers travaux. Parallèlement, légions sont les artisans qui peinent à remplir leur carnet de commande par manque de visibilité et d'une bonne organisation.

Le projet BIGNON BRICO naît ainsi de ce constat et porte l'ambition de se positionner en tant que tiers de confiance au travers d'une mise en relation innovante et sereine entre artisans et ménages.

Nous développons une plateforme digitale permettant d'obtenir un devis, de commander en quelques clics des travaux et de bénéficier d'un accompagnement de A à Z assortit d'une garantie : satisfait ou travaux refaits.

Le projet est créateur de valeur et affiche un bon niveau de rentabilité quel que soit le scénario considéré (pessimiste, réaliste, optimiste).

Il serait objectif d'admettre que les études menées par nos soins sont limitées ; même si ces limites ne sauraient remettre en question l'essence et la pertinence de notre projet et nous sommes confiants en l'aptitude de l'équipe de pilotage à faire de sa mise en œuvre un franc succès.

Aussi, de part son impact socio-économique, le projet BIGNON BRICO entre-t-il en ligne de compte des objectifs de développement durable en contribuant à éliminer la pauvreté et en créant des opportunités d'emploi pour les jeunes.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

OUVRAGES

Demeure, C. (2008). *Aide Memoire Marketing*. Dunod.

Léger-Jarniou, C. et Kalousis G. (2014). *Construire son business plan : les clés du BP professionnel (3^{ème} édition)*. Dunod

Barabel, M. et Meier, O. (2015). *Manageor (3^{ème} édition)*. Dunod.

Lambert, C. (2015). *Les techniques des marchés financiers. (2^{ème} édition)*. Ellipses

Lemasson (2017). *Stratégie commerciale de l'entreprise*. Gereso.

Simon, Y. *Encyclopédie des marchés financiers (2^{ème} édition)*. Economica

Mettling, B. (2019) *Booming Africa*. Editions Débats Publics.

Quiry, P. et Le Fur, Y. (2019) *Pierre Vernimmen finance d'entreprise (17^{ème} édition)*. Dalloz

RAPPORTS

Bénin Révélé (2017). *Programme d'actions du Gouvernement 2016-2021*

Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin. *Les formalités de création d'une entreprise et coûts*

Bénin Révélé. *Nomenclature des metiers de l'artisanat au benin*

Ministère du numérique et de la digitalisation. *Agenda 2020 du numérique et de la digitalisation*

INSAE (2017). *Synthèse des analyses sur les ménages et les conditions d'habitation*

WEBOGRAPHIE

Consulté le 23/03/2020 : <https://www.banquemondiale.org/fr/country/benin/overview>

Consulté le 25/03/2020 : <http://www.gufebenin.org/index.php/presentation>

Consulté le 28/03/2020 : <https://countrymeters.info/fr/Benin>

Consulté le 04/04/2020 : <http://www.droit-afrique.com/pays/benin/>

Consulté le 14 Mai 2020 : <https://data.worldbank.org/>

Consulté le 18 Mai 2020 : <https://www.benin-energie.org/presentation-pdher.html>

Consulté le 18 Mai 2020 : <https://bj.ambafrance.org/Journee-mondiale-de-l-environnement-L-AFD-l-environnement-et-le-climat-au-Benin>

RESAG - BIBLIOTHEQUE

ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire d'étude de marche auprès des ménages

Ce questionnaire vise à collecter des données auprès des particuliers en vue d'effectuer une étude de marché sur leur recours aux artisans pour les travaux à domicile.

Partie 1 : Identification du répondant

Courriel :

Sexe : M ou F

Ville :

Tel :

1- Quel est votre tranche d'âge ?

[20-25[[25-30[[30-35[[35-40[[40 ou plus]

2- Quel est votre profession ?

Salarié Entrepreneur Commerçant Etudiant Autre

Partie 2 : Familiarité à l'outil internet et au mobile money

3- Avez-vous un smartphone ?

OUI NON

4- Etes-vous un utilisateur de l'outil internet ?

OUI NON

5- Avez-vous un compte mobile money (MTN ou MOOV) ?

OUI NON

6- Avez-vous déjà fait un règlement via mobile money (MTN ou MOOV) ?

OUI NON

Partie 3 : Besoins en travaux

7- Vous arrive-t-il de réaliser de petits travaux à domicile ?

OUI NON

8- Vos besoins (travaux) concernent généralement quels corps de métiers ?

Plombier Menuisier Electricien Vitrier Peintre Frigoriste

Autres (à préciser)

9- Avez-vous pleine satisfaction avec vos prestataires ?

OUI NON

10- Bénéficiez-vous d'une garantie pour vos travaux ?

OUI NON

11- Combien dépensez-vous en moyenne pour vos travaux en main d'œuvre ?

[Moins de 5.000] [5.000-10.000] [10.000-15.000] [Plus de 15.000]

12- Combien de fois en une année (en moyenne) avez-vous recours à un prestataire de service pour vos travaux ?

[1-5] [5-10] [Plus de 10]

13- Comment dénicher-vous vos prestataires ?

Bouche à oreille

Autre

14- Connaissez-vous une entreprise de mise en relation artisans-particuliers qui intervient au Bénin ?

OUI NON

Si oui, laquelle ?

15- Seriez-vous prêt à faire recours à EUREKA afin de trouver le bon artisan pour vos travaux ?

OUI NON

16- Commentaire (facultatif) ?

Merci.

Annexe 2 : Questionnaire d'étude de marché auprès des artisans

Ce questionnaire vise à collecter des données auprès des artisans en vue d'effectuer une étude de marché sur leurs challenges à remplir leur carnet de commande.

Partie 1 : Identification du répondant

Métier :

Expérience (nombre d'année) :

Sexe : M ou F

Ville :

Tel :

Courriel :

1- Quel est votre tranche d'âge ?

[20-25[[25-30[[30-40[[40 ou plus]

2- Quel est votre niveau d'études ?

Néant Primaire Secondaire Universitaire

3- Etes-vous titulaire d'un diplôme d'apprentissage (ou de formation) ?

OUI NON

Partie 2 : Familiarité à internet et au mobile money

4- Avez-vous un smartphone ?

OUI NON

5- Etes-vous utilisateur de l'outil internet ?

OUI NON

6- Avez-vous un compte mobile money (MTN ou MOOV) ?

OUI NON

7- Avez-vous déjà fait des transactions via mobile money (MTN ou MOOV) ?

OUI NON

Partie 3 : Rémunération et intérêt pour notre offre

8- En moyenne, combien de clients vous sollicitent mensuellement ?

[1-5[[5-10[[10-15] [plus de 15]

9- Selon la prestation fournit, quel est le coût de votre main d'œuvre ?

PRESTATIONS	MAIN D'OEUVRE

10- A combien estimez-vous votre revenu mensuel net (FCFA) ?

[Moins de 50.000] [50.000-75.000] [75.000-100.000] [Plus de 100.000]

11- Comment faites-vous vous connaître afin de capter la demande de la clientèle ?

Bouche à oreille Radio/TV Réseaux sociaux Autres

12- Connaissez-vous au Bénin, une entreprise de mise en relation artisans-particuliers ?

OUI NON

Si oui, laquelle ?

13- Seriez-vous prêt à entrer en partenariat avec « 229 EUREKA » pour accroître votre source de revenu ?

OUI NON

14- Si vous désirez faire des commentaires supplémentaires concernant ce questionnaire, veuillez renseigner le champ ci-dessous :

Merci.

Annexe 3 : Charges du personnel

Postes	Salaire mensuel	2022	2023	2024	2025	2026
Gérant	340 000	4 080 000	4 080 000	4 080 000	4 080 000	4 080 000
Responsable Commercial et Marketing	310 000	3 720 000	3 720 000	3 720 000	3 720 000	3 720 000
Responsable Administratif et Financier	310 000	3 720 000	3 720 000	3 720 000	3 720 000	3 720 000
Conseiller et Conducteur de Travaux	215 000	2 580 000	2 580 000	2 580 000	2 580 000	2 580 000
Commercial	215 000	2 580 000	2 580 000	2 580 000	2 580 000	2 580 000
Masse salariale Brute annuelle	-	16 680 000	16 680 000	16 680 000	16 680 000	16 680 000
Retenue pour cotisation CNSS (3,6%)	-	600 480	600 480	600 480	600 480	600 480
Masse salariale Nette annuelle	-	16 079 520	16 079 520	16 079 520	16 079 520	16 079 520
Charges sociales et patronales (18,4%)	-	3 069 120	3 069 120	3 069 120	3 069 120	3 069 120
Charges sociales et patronales						
Libellés	Barème					
Prestations familiales	9%					
Risques professionnels	3%					
Pension	6,4%					

Source : nous même

Annexe 4 : Compte de résultat (scénario pessimiste)

	2022	2023	2024	2025	2026
Chiffre d'Affaires	72 000 000	86 400 000	103 680 000	124 416 000	149 299 200
Charges d'Exploitation	75 117 188	85 244 708	97 392 980	111 965 679	129 447 168
Excédent Brut d'Exploitation	- 3 117 188	1 155 292	6 287 020	12 450 321	19 852 032
Dotations aux amortissements	2 166 404	2 166 404	2 166 404	2 166 404	2 166 404
Résultat d'Exploitation	- 5 283 592	- 1 011 112	4 120 616	10 283 917	17 685 628
Charges Financières	720 000	606 665	479 730	337 562	178 335
Résultat Courant	- 6 003 592	- 1 617 777	3 640 887	9 946 355	17 507 293
Impôts sur le résultat (30%)	-	- 485 333	1 092 266	2 983 906	5 252 188
Résultat Net	- 6 003 592	- 1 132 444	2 548 621	6 962 448	12 255 105

Source : nous même

Annexe 5 : Flux de trésorerie Disponible (Scénario pessimiste)

ELEMENTS	0	1	2	3	4	5
Résultat d'Exploitation		- 5 283 592	- 1 011 112	4 120 616	10 283 917	17 685 628
Impôt sur le résultat d'exploitation (30%)		-	-	- 1 236 185	- 3 085 175	- 5 305 688
Dotations aux amortissement		1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210	1 802 210
Variation du BFR		- 402 795	- 483 354	- 580 025	- 696 030	
Récupération du BFR						4 176 183
VRN						810 952
Investissement	- 8 699 000				- 1 790 000	
	- 2 013 977					
Cash Flows	-10 712 977	- 3 884 177	307 744	4 106 616	6 514 921	19 169 284
Taux d'actualisation	13,33%					
Cash flows actualisés	-10 712 977	- 3 427 358	239 613	2 821 405	3 949 581	10 254 352
Cumul Cash flows actualisés	-10 712 977	-14 140 335	- 13 900 723	-11 079 317	- 7 129 736	3 124 616
VAN	3 124 616					
TRI	18,92%					
DRC	4,70					
IP	1,29					

Source : nous même

Annexe 6 : Compte de résultat (scénario optimiste)

	2022	2023	2024	2025	2026
Chiffre d'Affaires	88 000 000	105 600 000	126 720 000	152 064 000	182 476 800
Charges d'Exploitation	86 422 788	98 800 868	113 648 756	131 459 833	152 826 097
Excédent Brut d'Exploitation	1 577 212	6 799 132	13 071 244	20 604 167	29 650 703
Dotations aux amortissements	2 166 404	2 166 404	2 166 404	2 166 404	2 166 404
Résultat d'Exploitation	- 589 192	4 632 728	10 904 840	18 437 764	27 484 299
Charges Financières	720 000	606 665	479 730	337 562	178 335
Résultat Courant	- 1 309 192	4 026 063	10 425 111	18 100 201	27 305 964
Impôts sur le résultat (30%)	-	1 207 819	3 127 533	5 430 060	8 191 789
Résultat Net	- 1 309 192	2 818 244	7 297 577	12 670 141	19 114 175

Source : nous même

Annexe 7 : Flux de trésorerie Disponible (Scénario optimiste)

ELEMENTS	0	1	2	3	4	5
Résultat d'Exploitation		- 589 192	4 632 728	10 904 840	18 437 764	27 484 299
Impôt sur le résultat d'exploitation		-	- 1 389 819	- 3 271 452	- 5 531 329	- 8 245 290
Dotations aux amortissement		2 166 404	2 166 404	2 166 404	2 166 404	2 166 404
Variation du BFR		- 402 795	- 483 354	- 580 025	- 696 030	
Récupération du BFR						4 176 183
VRN						810 952
Investissement	- 8 699 000				- 1 790 000	
	- 2 013 977					
Cash Flows	- 10 712 977	1 174 417	4 925 959	9 219 766	12 586 808	26 392 548
Taux d'actualisation	13,33%					
Cash flows actualisés	- 10 712 977	1 036 293	3 835 409	6 334 339	7 630 579	14 118 341
Cumul Cash flows actualisés	- 10 712 977	- 9 676 684	- 5 841 274	493 065	8 123 644	22 241 984
VAN	22 241 984					
TRI	53,73%					
DRC	3,42					
IP	3,08					

Source : nous même

TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	ii
REMERCIEMENTS	iii
SIGLES	iv
LISTE DES TABLEAUX	v
LISTE DES FIGURES	vi
LISTE DES ANNEXES	vii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET	3
1.1. Présentation du contexte pays	3
1.2. Etat de la situation et opportunités	5
1.3. Présentation de l'idée	6
1.3.1. L'idée	6
1.3.2. Mission, Vision, Valeurs.....	7
1.4. Résultats attendus du projet.....	7
1.5. Impact du projet.....	7
1.6. Plan de mise en œuvre.....	8
2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE	9
2.1. Choix du statut juridique et constitution du capital social.....	9
2.1.1. Choix du statut juridique	9
2.1.2. Constitution du capital social	10
2.2. Présentation du promoteur et de l'associée principale	10
2.3. Structure organisationnelle.....	11
2.3.1. Organigramme de BIGNON BRICO	12
2.3.2. Description des fonctions des départements	12
2.4. Evaluation de la faisabilité technique	14
2.4.1. Situation géographique	14
2.4.2. Montage technique	14
2.4.3. Outils, moyens de production et Portrait du personnel à recruter.....	15
3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING	17
3.1. Etude de marché	17
3.1.1. Objectifs et Démarche de l'étude de marché.....	17
3.1.1.1. Objectifs de l'étude	17
3.1.1.2. Démarche de l'étude de marché.....	17
3.1.2. Notre marché	19
3.1.3. Analyse de l'offre.....	19

3.1.4.	Analyse de la demande	20
3.1.4.1.	Collecte de données	20
3.1.4.2.	Analyse des données	21
3.1.5.	Analyse de l'environnement : l'outil PESTEL	28
3.2.	Plan stratégique général.....	34
3.2.1.	Produit – Marché : matrices d'ANSOFF et PORTER	34
3.2.1.1.	Matrice d'ANSOFF	34
3.2.1.2.	Cinq (+1) forces de PORTER.....	35
3.2.2.	Le diagnostic SWOT	36
3.3.	Plan stratégique d'activités.....	37
3.3.1.	Segmentation, ciblage et positionnement	37
3.3.1.1.	Segmentation	37
3.3.1.2.	Ciblage	38
3.3.1.3.	Positionnement	38
3.3.2.	Plan d'actions commerciales	38
4.	ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE.....	42
4.1.	Business model.....	42
4.2.	Evaluation du coût des investissements.....	44
4.2.1.	Evaluation des besoins en immobilisations.....	44
4.2.2.	Le Besoin en fonds de roulement (BFR)	44
4.2.3.	Synthèse des coûts d'investissement.....	45
4.3.	Modalités de financement.....	46
4.4.	Analyse de l'exploitation.....	47
4.4.1.	Chiffre d'affaires prévisionnel	47
4.4.2.	Evaluation des charges d'exploitation.....	48
4.4.3.	Amortissement des éléments d'actifs amortissables.....	48
4.4.4.	Compte de résultat prévisionnel	49
4.4.5.	Tableau des flux de trésorerie prévisionnel	49
4.5.	Analyse de la rentabilité	50
4.5.1.	Estimation du taux d'actualisation	50
4.5.2.	Appréciation et pertinence du projet : VAN, TRI, DR, IP	51
4.5.3.	Seuil de rentabilité	52
4.5.4.	Rentabilité économique et financière	53
4.6.	Analyse de sensibilité et de scénario	54
4.6.1.	Analyse de sensibilité	54
4.6.2.	Analyse de scénario	54
4.7.	Analyse des risques	55

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	57
ANNEXES	59
TABLE DES MATIERES.....	66

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CREATION D'UNE PLATEFORME DE MISE EN RELATION ARTISANS – PARTICULIERS : BIGNON BRICO

Bignon Romaric AHODEGNON
Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG)
Master en Banque et Finance
Promotion 19
romaricahodegnon@cesag.edu.sn

Résumé du projet

Au Bénin, les unités artisanales sont à peine formalisées. Les artisans exercent pour la plupart dans l'informel et n'ont souvent pas l'organisation adéquate pour une bonne prise en charge de la clientèle.

En dépit de la révolution numérique, les artisans continuent de tout miser sur la recommandation de leurs clients et ainsi le bouche à oreille pour accroître leurs activités. N'ayant donc pas recours à des outils actualisés de promotion, les artisans (électriciens, peintres, plombiers, menuisiers, vitriers, ...etc.) manquent de visibilité au sein de leur environnement.

En face, il existe des particuliers qui ont divers besoins en travaux et qui redoutent le choix d'un artisan sous peine de mauvaises surprises et de prestations décevantes.

A travers une plateforme de mise en relation artisans - particuliers, BIGNON BRICO spécialisée dans le conseil et l'intermédiation pour la réalisation de travaux, se positionne en tant que tiers de confiance et offre à sa clientèle la garantie : satisfait ou travaux refaits.

Mots clés : Clientèle ; garantie ; prestations ; visibilité

CREATION OF A PLATFORM FOR CONNECTING CRAFTSMEN – INDIVIDUALS: BIGNON BRICO

Bignon Romaric AHODEGNON
Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG)
Master en Banque et Finance
Promotion 19
romaricahodegnon@cesag.edu.sn

Abstract of the project

In Benin, craft enterprises are barely formalized. Craftsmen are mostly informal and often do not have the right organization for good customer management.

Despite the digital revolution, crafts continue to rely on their customers' referrals and thus word of mouth to grow their businesses. Without up-to-date promotional tools, crafts (electricians, painters, plumbers, carpenters, glaziers, etc.) lack visibility within their environment.

On the other hand, there are individuals who have various needs in terms of work and who fear the choice of a craftsman under penalty of unpleasant surprises and disappointing performances.

Through a platform for connecting craftsmen – individuals, BIGNON BRICO specialized in consulting and intermediation for the realization of works, positions itself as a trusted third party and offers its customers the guarantee: satisfied or redone works.

Keywords: customer; guarantee; performances; visibility