

BUSINESS PLAN OU PLAN D’AFFAIRES

Le Business Plan, qu’il soit rédigé lors de la concrétisation d’un projet d’entreprise ou la création d’une société

- permet de présenter ses objectifs et conceptions
- apporte aux futurs partenaires les éléments indispensables à leur décision.

Ainsi, le BP sera élaboré dans la plupart des cas lors :

- de la recherche d’investisseur / consolidation des capitaux propres
- de regroupements, reprises, achat et vente d’entreprises
- d’une demande de financement par crédit ou par leasing
- de la présentation d’un nouveau produit ou encore la présentation de l’entreprise dans une perspective de recrutement d’un cadre supérieur.

Le BP est un document évolutif, modifiable en tout temps et par là-même il ne faut jamais perdre de vue le motif de sa conception ; il pourra varier selon les objectifs fixés.
IL EST AXE SUR LES BESOINS DU DESTINATAIRE.

Il est indispensable d’accorder une grande importance au fond et à la forme de ce document.
Le BP :

1. doit être court et précis (max. 30 pages) – et doit utiliser un vocabulaire clair et compréhensible
2. doit préciser distinctement les faits réels des projets. Toute hypothèse doit être justifiée et toutes les sources utilisées doivent être référencées
3. doit impérativement mentionner les coordonnées de la société, ainsi que son référant. Ses pages doivent être numérotées
4. la présence d’un sommaire montrera la structure logique des chapitres
5. le résumé des documents faisant partie des annexes (ex. curriculum vitae des membres de la direction, bilans et analyses, articles de journaux, lettres de clients et fournisseurs, etc...).

STRUCTURE ET CONTENU DU BUSINESS PLAN

1. Résumé / sommaire

Il doit être succinct et convaincant. Il explique les objectifs et la manière de les atteindre, il comprend les principaux arguments en faveur du projet.

2. Entreprise

Il s’agit de présenter le détail du contexte général de l’entreprise (historique – forme juridique – structure interne – management). Une présentation claire de l’évolution actuelle, la situation de départ et les projets envisagés. Les points forts et les points faibles de l’entreprise doivent être mis en évidence, tout comme quelques chiffres clés (chiffre d’affaires, cash-flow, bénéfice net, investissement).

3. Produits / prestations de services

Présentation des produits / services. Développements en cours et ceux envisagés en relation avec les besoins de la clientèle.

4. Marché / clients

Description des marchés-cibles, détermination des clients actuels et potentiels.

5. Concurrence

Quels sont les concurrents potentiels et leurs stratégies, leurs atouts et leurs handicaps. Puis décrire la contre-stratégie mise en place.

6. Marketing / concrétisation sur le marché

Afin de réussir la commercialisation du produit sur le marché favorable, il est primordial que le plan marketing précise la stratégie produite, en termes de prix et conditions, de promotion, communication et distribution.

7. Localisation / production / administration

Il est important de décrire le déroulement détaillé de la fabrication du produit, du stade de prototype à celui de la production en série et de préciser comment s'organiseront les services administratifs qui y seront liés. Ne pas oublier de mettre en évidence les sources du savoir-faire en matière de R&D et la politique choisie en matière d'innovation.

8. Organisation / management

Description de l'organisation structurelle et de ses flux (organigramme – gestion du personnel – politique des salaires – formation et perfectionnement), mention du siège de l'entreprise, de la situation fiscale, des possibilités d'expansion et de développement et les moyens techniques mis en oeuvre.

9. Evaluation des risques

Analyse des risques internes et externes à l'entreprise et leur évaluation possible. Présentation d'alternatives possibles à l'action envisagée.

10. Gestion financière / financement

Si ce chapitre peut être structuré en plusieurs parties, il comprendra pour le moins les éléments suivants :

- bilans et comptes de profits des deux dernières années
- bilans et comptes de profits prévisionnels pour (au minimum) les 2 prochaines années
- les calculs des flux de fonds prévisionnels (sources et emplois des fonds).

En résumé, il s'agit d'évaluer les moyens de financement (internes et externes), leurs conséquences et un calendrier.

Il existe de nombreux Business Plans qui sont **accessibles sur le web** sur les sites Internet des Banques et des fiduciaires :

- www.bcv.ch: Business Plans interactifs et budgets de trésorerie sont mis à disposition.