



Indicateur 5.3

**MODULE 3. COOPÉRATION AXÉE SUR L'INNOVATION DES
INFRASTRUCTURES DE RECHERCHE ET COLLABORATION AVEC
UN SECTEUR PRIVÉ PAR LE BIAIS DE SERVICES CONSULTATIFS**

M 3.1. Etablir un bureau de conseil en développement
des affaires, y compris la mise en place d'un programme
de mentorat pour les start-ups et / ou les entrepreneurs

BUREAU DU CONSEIL ET DE L'EXPERTISE DE L'INP-HB

**Stratégie marketing
et études financières**

TABLE DES MATIERES

RESUME DU PLAN MARKETING.....	4
RESUME DE L'ETUDE FINANCIERE	6
PLAN MARKETING.....	7
AVANT PROPOS	7
CONTEXTE.....	8
VALEURS DE L'INPHB	10
MISSIONS	10
AMBITIONS.....	10
RAPPEL DES TERMES DE REFERENCE.....	11
OBJECTIF GÉNÉRAL.....	11
OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	11
LIVRABLES.....	12
ACTEURS.....	13
PÉRIMÈTRE DE RÉALISATION DE CETTE MISSION.....	13
MÉTHODOLOGIE.....	15
PLANNING DÉTAILLÉ DE LA MISSION	16
CADRE CONCEPTUEL ET METHODOLOGIQUE	17
A . LA VISION-LES MISSIONS et LES VALEURS.....	17
LA VISION.....	17
LES MISSIONS	17
LES VALEURS.....	17
B . LE CADRE CONCEPTUEL.....	18
Le marketing mix	20
INFORMATION QUANTITATIVE	21
Le marché.....	21
Les médias	22
Le hors-média.....	34
Les médias digitaux	35
Le digital en Côte d'Ivoire.....	35
LE PLAN MARKETING	36
La vision	36
Les missions.....	36
Les valeurs	36
La proposition de valeur.....	37
La segmentation	37
Ciblage	41
Positionnement	43

Nos objectifs marketing	45
Le marketing Mix	46
Le plan de communication	62
Budget global par canaux de communication (Tableau 19)	62
Budget global par Segment (Tableau 20)	63
CONCLUSION	64
ETUDE FINANCIERE.....	66
PARAMETRES TECHNIQUES ET FINANCIERS : identification des activités et	66
Prévision des recettes par produits.....	66
INCUBATEUR : Accompagnement à la mise en place de structures innovantes et des promoteurs dans leur parcours d’installation.....	66
EXPERTISE ET FORMATION.....	67
PRODUCTION.....	69
Le plan COMMERCIAL.....	70
Organisation Commerciale	70
PLANIFICATION DES RESSOURCES HUMAINES.....	72
Les paramètres financières liés aux consultants	73
DOSSIER PREVISIONNEL	74
ANNEXES.....	80
ANALYSE FINANCIERE	82
CONCLUSION	83

RESUME DU PLAN MARKETING

LIBELLE	ASPECT DU MARKETING
LA VISION	ETRE RECONNUE COMME LE PARTENAIRE DE REFERENCE NATIONALE CAPABLE D'ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES IMPLANTEES EN COTE D'IVOIRE, POUR TOUS LES BESOINS DE PRODUCTION ET D'EXPERTISE.
LA PROPOSITION DE VALEUR	Le Bureau du Conseil et de l'Expertise de l'INP-HB ambitionne de mettre à la disposition des organisations privées et publics, un concentré d'expertises dans tous les secteurs d'activités (services de production, de recherche, d'innovation, de conseils et de formation) issues de l'école dans le but d'améliorer leurs performances contrairement aux Etablissements d'enseignement supérieurs et business School qui se consacrent à la publication de recherche et à la formation.
GAMME DE PRODUITS A COMMERCIALISER	Au total, nous avons 46 OFFRES ET SERVICES catégorisés dans les 11 GAMMES
REPARTITION DES PRODUITS PAR GAMME	1. PRODUCTION ANIMALE : 04 2. PRODUCTION VEGETALE : 03 3. PRODUCTION TECHNOLOGIQUE INDUSTRIELLE : 10 4. PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE : 04 5. PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE : 04 6. PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE : 09 7. PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/ANALYSES CHIMIQUES : 05 8. PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/ANALYSES PHYSIQUES : 02 9. REHCERCHE ET INNOVATION : 01 10. PARTENARIATS : 01 11. PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES : 06 (CONSIDERER COMME UN PRODUIT D'APPEL)

PRODUIT D'APPEL	LOCATION SALLES DE CLASSE
NOMBRE D'ORGANISATIONS A CIBLER	Au total, nous ciblons <u>1 127 ORGANISATIONS</u> réparties de la manière suivante : • Secteur privé : 1 072 • Secteur public : 25 • Organisations extraterritoriales : 30
COUT DES OPERATIONS PREVISIONNELLES MARKETING	Le plan de communication s'élève à 40 153 000 FCFA subdivisé selon les rubriques suivantes : 1. DIGITAL : 6 200 000 FCFA 2. HORS MEDIA : 30 453 300 FCFA 3. MEDIAS : 3 500 000 FCFA

RESUME DE L'ETUDE FINANCIERE

DESCRIPTION DU PROJET	Mettre en œuvre le Bureau du Conseil et de l'Expertise.
INVESTISSEMENTS	154 500 000
BFE (09 MOIS)	582 432 773
COUT TOTAL DU PROJET	736 932 773
VAN POSITIVE OU NEGATIVE	Positive
TRI	42 %
DRC	Fin année N+2

PLAN MARKETING AVANT PROPOS

Le Bureau de Production et d'Expertise a des aspirations larges et ce plan marketing vise à soutenir l'INP-HB dans sa croissance.

Nous n'avons pas la prétention d'apporter toute la vérité mais de contribuer à la notoriété et à la visibilité de l'institution.

C'est pourquoi nous avons prévu une extension progressive de la mise en œuvre du marketing.

4 étapes de maturité de notre approche marketing

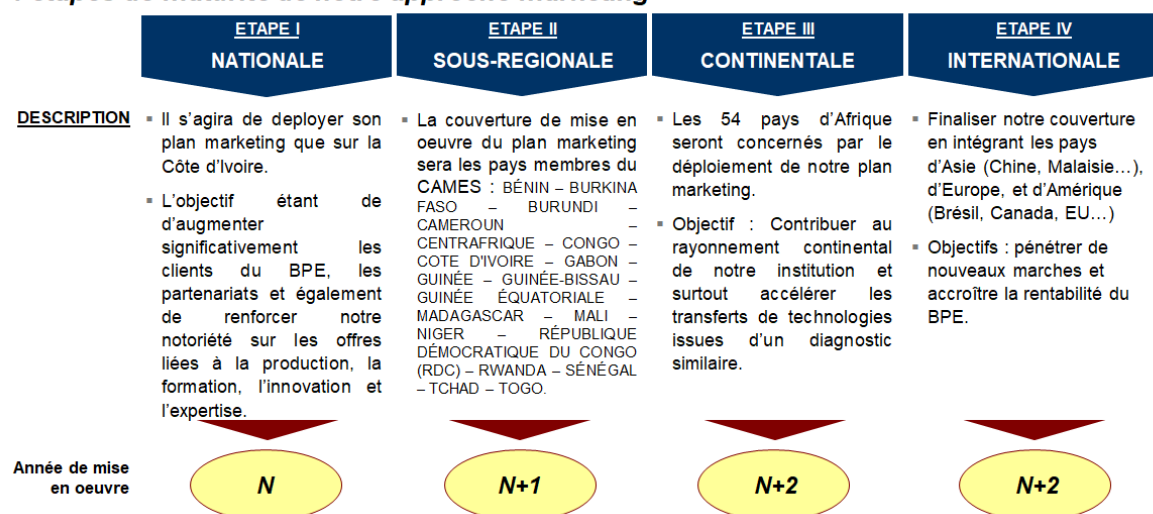


Figure 1 : Périmètre de couverture de notre approche marketing selon les période

Déployer progressivement notre approche marketing sur trois ans nous permettra de réaliser nos objectifs de manière plus efficace. Les raisons sont les suivantes :

- Une planification à long terme pour se concentrer sur les objectifs spécifiques ;
- Les ajustements seront plus faciles à faire et les risques seront moins importants ;
- Une allocation optimale des ressources permettrait de maximiser notre retour sur investissement.
- Il est important de bien comprendre votre marché pour mieux s'y adapter.
- La coordination efficace des ressources, des efforts et des parties prenantes sera un élément clé de notre succès dans la coordination de nos efforts marketing.

CONTEXTE

Avec à l'actif de ses anciennes écoles 60 ans d'existence, l'Institut National Polytechnique Félix HOUPHOUËT-BOIGNY (INP-HB) a été créé par décret 96-678 du 04 septembre 1996, après la restructuration de l'Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie (ENSA), l'Ecole Nationale Supérieure des Travaux Publics (ENSTP), l'Institut Agricole de Bouaké (IAB) et de l'Institut National Supérieur de l'Enseignement Technique (INSET).

Sa vision est d'être un creuset scientifique majeur pour soutenir le développement technologique de la Côte d'Ivoire et de la région africaine. Dans ce cadre et depuis cette restructuration, l'INP-HB a redimensionné le parcours académique en créant de nouvelles écoles. Ce sont :

1. Les Classes Préparatoires aux Grandes Écoles ;
2. L'École Supérieure d'Agronomie ;
3. L'École Supérieure du Commerce et d'Administration des Entreprises ;
4. L'École de Formation Continue et de Perfectionnement des Cadres ;
5. L'École Supérieure d'Industrie ;
6. L'École Supérieure des Mines et Géologie ;
7. L'École Supérieure des Travaux Publics ;
8. L'École Supérieure du Pétrole et de l'Energie ;
9. L'École Doctorale Polytechnique.

Ce développement de la sphère académique et de la formation a un impact notable sur la performance de l'établissement. Cependant, elle a généré des externalités négatives ne permettant pas à l'INP-HB de profiter pleinement de l'ensemble des retombées positives. Ce sont :

- une absence de mutualisation des compétences avec pour corollaire les points d'entrée multiples des partenaires, une coordination insuffisante des plans opérationnels ;
- une connaissance insuffisante de l'ensemble des offres et services de l'institution causée par l'absence de communication sur les produits et services développés par l'INP-HB dans sa communication, une prospection commerciale insuffisante, l'absence de lien entre l'ensemble de la communauté et l'établissement, la méconnaissance des résultats de la recherche ;
- l'insuffisance de la valorisation sociale, économique, technologique et politique des produits et des services de l'institution. Cela se justifie par la non valorisation de l'impact sociétal des produits et des services, l'absence de communication sur les médias et hors médias des collaborations stratégiques entre l'établissement et les entreprises, l'incompréhension des

interactions entre des agendas, des priorités nationales et globales de développement et de développement durable et les tendances de collaborations recherche-industrie dans un ou plusieurs secteurs clés de développement sur le continent africain ;

- la méconnaissance des modalités de collaboration stratégique (financement de la recherche, recherche informelle, contrats de recherche, transfert de connaissances et de formation, projets de collaboration financés par le gouvernement, consortium de recherche, centre de recherche coopératif) : capacités juridiques et institutionnelles limitées pour formuler les droits de propriété intellectuelle (DPI), les mettre en œuvre et les faire respecter, besoin de financement limité, non optimisation de la force de vente, absence de valorisation économique des découvertes issues de l'innovation : publications découvertes (public) vs monétisation des innovations (privé), non exploitation et développement des découvertes de l'INP-HB par les entreprises.

D'où la volonté de créer le Bureau du Conseil et de l'Expertise.

Le Bureau de Production et d'Expertise (BPE) de l'INP-HB aspire à devenir une structure de liaison essentielle entre le monde académique et le secteur privé. Dans le cadre de la nouvelle politique de l'enseignement supérieur en Côte d'Ivoire, le BPE se positionne comme un catalyseur de collaboration, favorisant des partenariats stratégiques entre l'INP-HB et les entreprises privées.

En tant que service de l'INP-HB, le BPE vise à promouvoir l'innovation et la productivité, tout en contribuant de manière durable à l'économie. Son objectif est de développer des ressources propres, en identifiant et en exploitant les compétences de l'INP-HB pour répondre aux besoins spécifiques du secteur privé.

Grâce à la synergie de travail avec les équipes dédiées à la communication et au marketing, le BPE met en valeur les atouts et les réalisations de l'INP-HB, attirant ainsi l'attention des acteurs du secteur privé. En facilitant les partenariats et les échanges d'expertise, le BPE crée un pont entre le monde académique et les besoins du marché, favorisant la collaboration mutuellement bénéfique entre l'INP-HB et le secteur privé.

Le BPE s'engage à devenir un acteur clé dans le développement socio-économique du pays, en favorisant l'intégration des connaissances académiques dans les activités économiques et en stimulant l'innovation par le transfert de technologie et l'accompagnement des projets de recherche et développement.

En résumé, le Bureau de Production et d'Expertise de l'INP-HB se positionne comme une structure de liaison dynamique, favorisant la collaboration entre le monde académique et le secteur privé. Par la promotion de l'innovation, la mise en valeur des compétences et la

facilitation des partenariats, le BPE contribue au développement économique durable de la Côte d'Ivoire en tirant parti des synergies entre l'INP-HB et le secteur privé.

Afin de bien mener sa mission, il est souhaité un plan marketing et une étude financière destinés au pilotage du Bureau du Conseil et de l'Expertise.

Le présent document porte sur les Termes De Référence (TDR) pour la conception d'un plan marketing et d'une étude financière du Bureau du Conseil et de l'Expertise.

VALEURS DE L'INPHB

Faire de l'INP-HB un « creuset scientifique majeur pour soutenir le développement technologique de la Côte d'Ivoire et de la région africaine.

MISSIONS

- Formation : Formation initiale et continue à travers des formations diplômantes et qualifiantes (recyclage, perfectionnement) des techniciens supérieurs, des ingénieurs des techniques et des ingénieurs de conception dans les domaines de l'industrie, du commerce, de l'administration, du génie civil, des mines et de la géologie.
- Innovation : Recherche - développement
- Transformation : Assistance et production au profit des entreprises et administrations.

AMBITIONS

Nos principales ambitions sont :

- Le développement de notre leadership tant au plan national qu'à l'échelle continentale dans le domaine de la formation et de la recherche technique et technologique.
- Être le premier maillon de la future technopole de Yamoussoukro.

RAPPEL DES TERMES DE REFERENCE

OBJECTIF GÉNÉRAL

L'objectif général est de générer et d'accroître les fonds, les subventions et les recettes de l'INP-HB, grâce à la promotion des activités, des produits et services par le Bureau du Conseil et de l'Expertise.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

Ils sont les suivants :

1. Analyser et valoriser le portefeuille de produits et de services commercialisables et rentables ;
2. Faire la promotion des produits et services de l'INP-HB par la mise en œuvre du plan marketing du Bureau du Conseil et de l'Expertise ;
3. Impliquer le secteur privé dans les différents domaines d'activités stratégiques du Bureau du Conseil et de l'Expertise ;
4. Créer des opportunités de financement ;
5. Répertorier toutes les compétences de l'INP-HB susceptibles de générer des ressources propres ;
6. Améliorer la compétitivité de l'INP-HB à travers le marketing ;
7. Accompagner la commercialisation de l'ensemble des produits et services de l'INP-HB;
8. Favoriser la collaboration entre le personnel de l'INP-HB ;
9. Renforcer la réputation de l'INP-HB ;
10. Donner la possibilité à l'INP-HB d'offrir une large gamme de produits et de services adaptés au marché ;
11. Développer une communication authentique à travers des *Success Stories* issus de l'INP-HB ;
12. Assurer une pérennité durable des activités de l'INP-HB ;
13. Rendre compte de l'impact des projets, offres et services de l'INP-HB à l'ensemble des parties prenantes ;
14. Renforcer et internationaliser la crédibilité de l'institution par la valorisation des partenariats ;
15. Attirer l'attention des décideurs publics et orienter des subventions sur des projets spécifiques ;
16. Maintenir les relations avec les anciens *via* l'Association des Alumni ;
17. Obtenir des informations sur les tendances du marché.

LIVRABLES

Il s'agit de concevoir et de fournir au commanditaire les livrables suivants :

1. LES TERMES DE RÉFÉRENCE décrivant le contexte, l'objectif général et les objectifs spécifiques de la mission, les acteurs impliqués, le planning détaillé de réalisation des livrables, la méthodologie de réalisation de la mission, le périmètre d'activités ;
2. LE PLAN MARKETING comprenant les aspects suivants :
 - a. La vision, les missions et les valeurs du Bureau du Conseil et de l'Expertise ;
 - b. La proposition de valeur du Bureau du Conseil et de l'Expertise ;
 - c. L'analyse des domaines d'activités stratégiques aboutissant aux offres et aux services ;
 - d. La segmentation-ciblage-positionnement ;
 - e. Les canaux de relation clientèle ;
 - f. Les canaux de distribution ;
 - g. La politique de gestion de la marque BPE ;
 - h. Le marketing mix aboutissant à la politique de communication (actions-budget).
3. L'ETUDE FINANCIERE intégrant les aspects suivants :
 - a. Le modèle de revenu pour chaque domaine d'activités stratégiques ;
 - b. Le modèle de tarification pour chaque domaine d'activités stratégiques ;
 - c. La prévision des investissements et de leurs amortissements ;
 - d. La prévision des charges d'exploitation ;
 - e. L'établissement des états financiers : plan de financement, bilan, compte de résultat et le tableau de trésorerie, OPEX, CAPEX ;
 - f. L'analyse des ratios
 - g. Le calcul du Seuil de Rentabilité (SR), de la Valeur Actualisée Nette (VAN), de l'Indice de Profitabilité (IP), du Délai de Récupération de Capital (DRC) et du Taux de Rentabilité Interne (TRI) ;

ACTEURS

Les parties prenantes de cette mission sont :

- a. L'INP-HB, particulièrement la Direction de la Production et de l'Expertise et le responsable de la communication ;
- b. Les Centres d'Excellence d'Afrique de l'INP-HB ;
- c. Le responsable du suivi-évaluation du programme

PÉRIMÈTRE DE RÉALISATION DE CETTE MISSION

En vert dans la figure 1, les produits et les activités validés :

- 1. Les produits et les services :
 - a. La production animale : la ferme de poulet et le projet de transformation en saucisson ;
 - b. L'expertise : expertise en travaux publics et bâtiment, en mécanique et énergétique, en électronique et électrotechnique, en mathématiques appliquées et informatique, en comptabilité, économie, sciences de gestion et management, en génie chimique et agro-alimentaire, en science agronomique, en sciences de la terre et des ressources minières, en pétrole & énergie
 - c. Les formations courtes :
 - d. L'innovation :
 - e. Les activités de l'INP-HB : les partenariats, les journées portes ouvertes, les participations à des salons et autres événements...

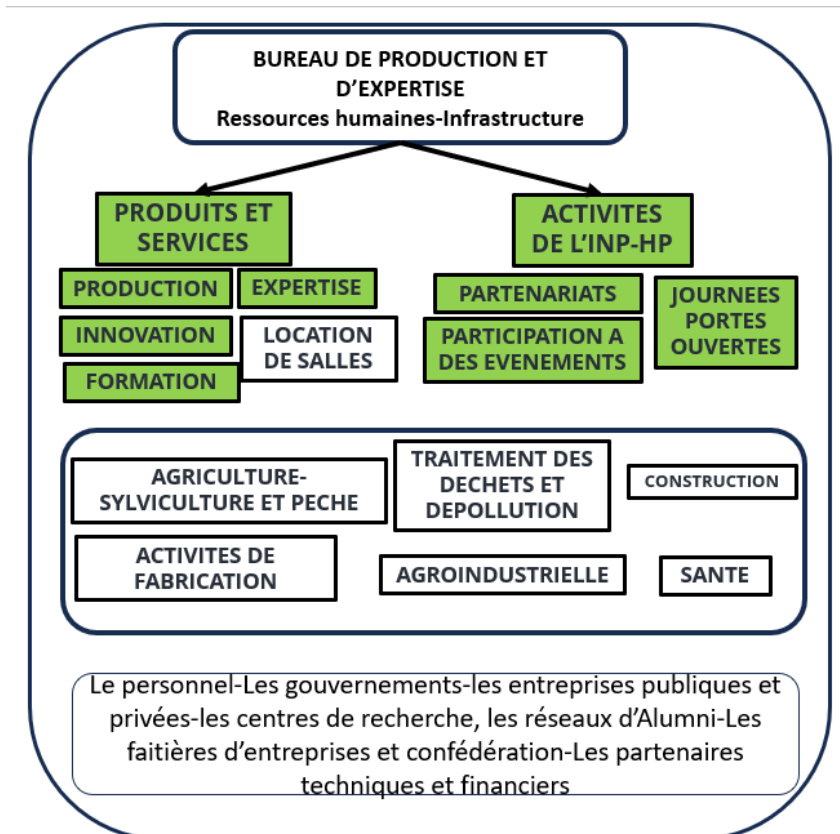


Figure 2 : Périmètre des activités validées

MÉTHODOLOGIE

Selon la figure 2, la méthode utilisée permettra de produire deux livrables :

- Le plan marketing des produits, services et activités à valoriser de l'INP-HB ;
- L'étude financière permettant d'apprécier la viabilité et la rentabilité du *business model* du Bureau du Conseil et de l'Expertise.

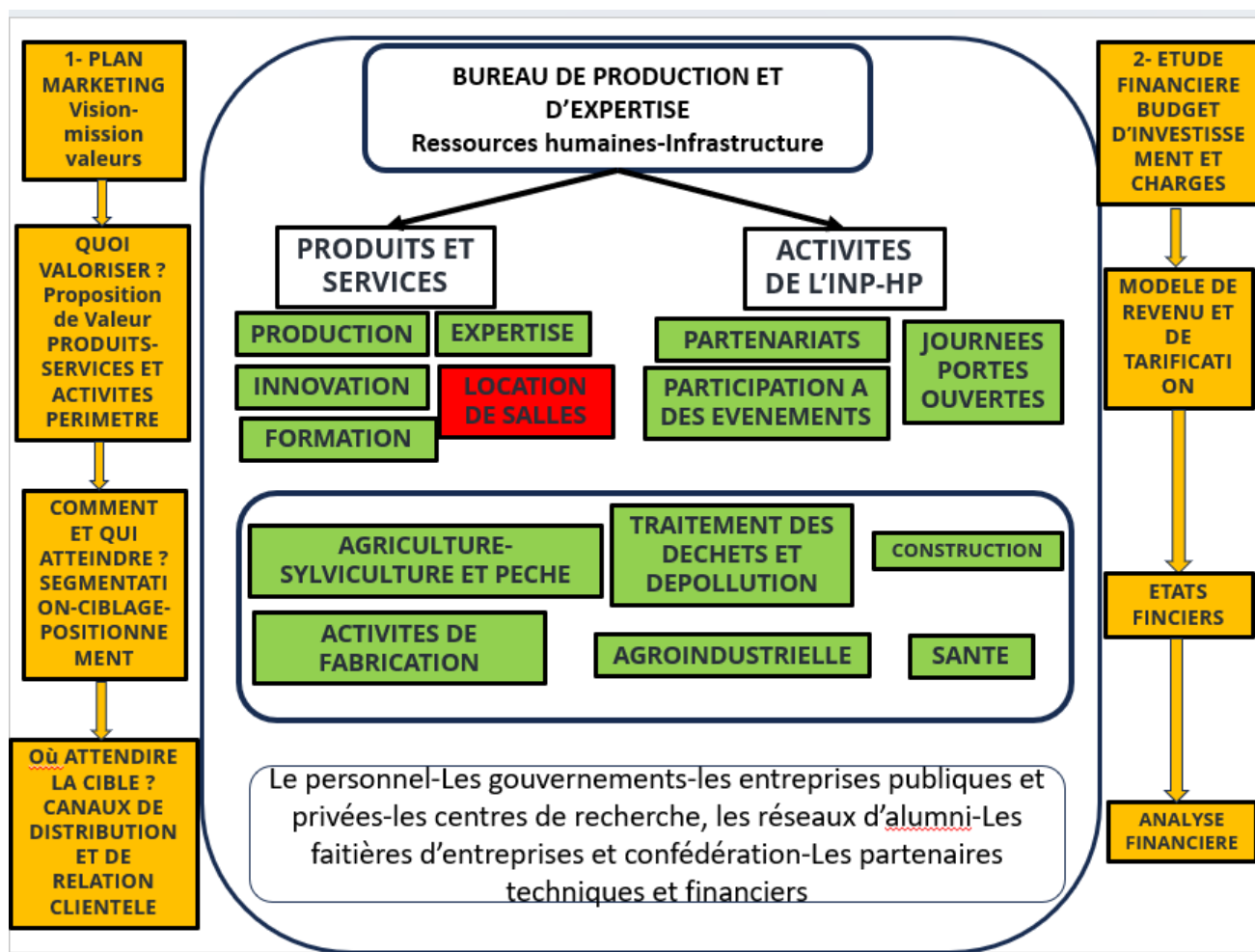


Figure 3 : Démarche méthodologique

Cette méthode permet de passer en revue tous les aspects du plan marketing et de l'étude financière.

NB : L'offre de service souhaitée n'inclut pas :

- L'étude technique (document quantitatif estimatif) détaillée des coûts et des aménagements des infrastructures : une évaluation financière sommaire pourra en cas de nécessité, être effectuée ;
- L'organisation d'ateliers et/ou séminaires relatifs à la présentation des documents.

PLANNING DÉTAILLÉ DE LA MISSION

Le planning détaillé de la mission est décrit dans le tableau 1.

N°	ACTIVITÉS	PÉRIODE
1	Kick Off	21/12/2023–23/12/2023
2	Conception et Envoi des termes de référence	24/12/2023
3	Conception, transmission et validation du plan marketing	02/01/2024-06/01/2024
4	Deuxième mission sur Yamoussoukro	04/01/2023
5	Conception, transmission et validation de l'étude financière	08/01/2023-15/01/2023
	FIN DE LA MISSION	15/01/2023

Tableau 1 : Chronogramme des activités de réalisation de la mission

CADRE CONCEPTUEL ET METHODOLOGIQUE

A . LA VISION-LES MISSIONS et LES VALEURS

LA VISION

Le Bureau de Production et d'Expertise doit avoir une vision. L'élément central de notre réflexion stratégique est la description de ce que nous souhaitons être dans les années à venir. La stratégie et la culture de l'INP-HB devront être alignées.

La vision est rédigée en une seule phrase et énoncée pour une période minimale de 05 ans et maximale de 10 ans.

Voici quelques exemples de vision de la Business School et/ou de BPE :

ETABLISSEMENTS	VISIONS
HEC PARIS	Avoir un IMPACT sur le business et sur la société grâce à la recherche, à l'enseignement et aux actions que nous menons, et contribuer ainsi à un monde plus inclusif, plus durable et plus prospère.
UNIVERSITE DE COCODY	Une université performante, innovante, citoyenne, et ouverte sur le monde.
Tableau 2 : Illustration de la vision	

LES MISSIONS

Les missions permet de cadrer notre projet de création du Bureau du Conseil et de l'Expertise. Elle décrirera notre raison d'être et surtout ce que nous proposons.

LES VALEURS

Les valeurs vont être mises en place pour satisfaire tous les parties prenantes. Elles rassemblent les croyances et principes auxquels les employés, les clients, les fournisseurs et les partenaires vont collaborer.

Elles sont le fondement d'une synergie au sein de l'entreprise et d'un meilleur positionnement de l'organisation.

B . LE CADRE CONCEPTUEL

La proposition de valeur

Formulée en une phrase, elle spécifie la valeur ajoutée de nos produits et services par rapport aux concurrents.

Elle est formulée de la manière suivante :

NOTRE BUREAU DE PRODUCTION ET D'EXPERTISE OFFRE/AIDE AUX
..... (PRECISER LES SEGMENTS DE CLIENTELE
ET/OU LES CIBLES) QUI
SOUHAITENT.....(PRECISER LES
ATTENTES) PAR
.....
(PRECISER LES CANAUX DE RELATION CLIENTELE SI NECESSAIRE)
CONTRAIREMENT AUX(QUELLE
EST LA DIFFERENCE D'AVEC LES CONCURRENTS).

Cette proposition permettra de mieux convaincre les clients sur la pertinence des offres et services du Bureau du Conseil et de l'Expertise.

La segmentation stratégique

La segmentation est basée sur le fait que les prospects, les clients (Entreprises et/ou particuliers) ont des attentes et besoins spécifiques. En raison de ce postulat, **AUCUN PRODUIT ET SERVICE NE PEUT ETRE DISPONIBLE ou VENDU A UNE MEME POPULATION.**

Ce postulat est un postulat universel que tout concepteur de plan marketing doit respecter, dans le secteur public comme dans le secteur privé, pour tous les types de produits et services.

Nous avons donc pour objectif de segmenter la population en des critères homogènes afin de mieux servir ou commercialiser nos offres et services.

Il s'agira pour nous de déterminer les caractéristiques importantes de marché local qu'est la Côte d'Ivoire relativement :

- aux entreprises : approche B2B
- aux particuliers : approche B2C
- au Gouvernement : approche B2G

"La segmentation du marché est le processus consistant à diviser les clients, ou les clients potentiels, d'un marché en différents groupes, ou segments, au sein desquels les clients partagent un niveau d'intérêt similaire pour le même, ou comparable, même ensemble de besoins, ou comparable, satisfaits par une proposition marketing distincte". (McDonald & Dunbar, 2004)

Le ciblage

Nous devons identifier les acteurs présents dans chaque groupe à l'intérieur de chaque segment. Cette étape nous permet d'évaluer le potentiel commercial de nos activités et d'estimer potentiellement les parts de marché souhaitées.

Il nous permet d'améliorer l'efficacité de nos actions et de mieux cibler nos offres et services en se concentrant sur les clients les plus désirables.

Le positionnement

Pour définir le positionnement, il s'agit de se poser la question suivante : **COMMENT LES PRODUITS ET SERVICES EXISTANTS OU FUTURS SONT OU DEVRONT ETRE PERÇUS ?**

Il s'agit pour nous de définir la place que nos services et produits de l'INP-HB devront occuper dans l'esprit de nos prospects, clients et partenaires.

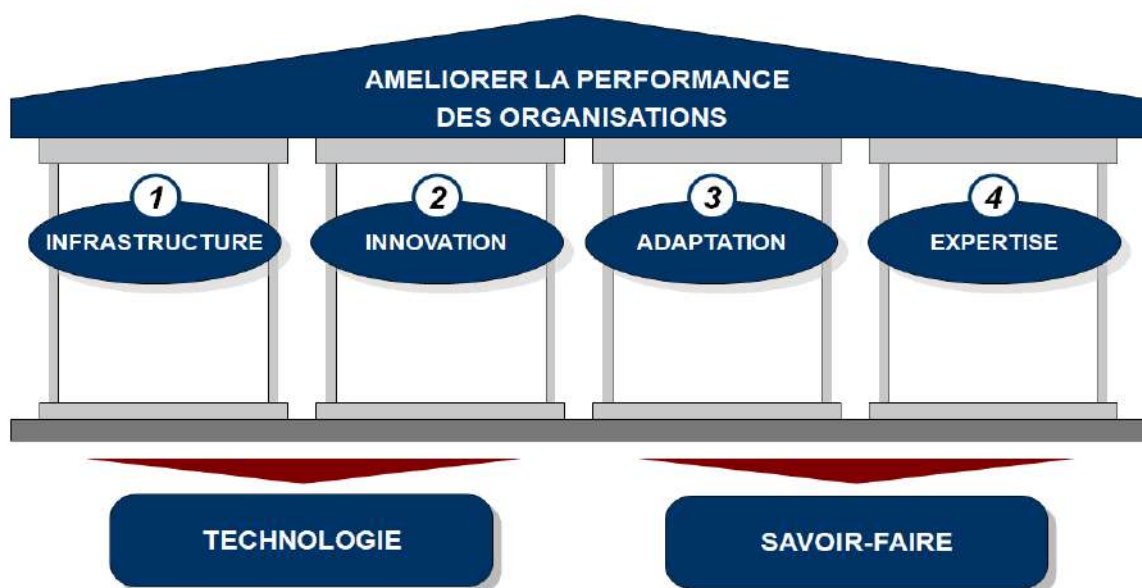


Image 1 : Positionnement des offres et services

Le marketing mix

Le marketing mix vise à créer un alignement stratégique entre :

- les types de produits à commercialiser et les segments ;
- les prix adoptés, les produits et les segments ;
- le lieu de distribution, les prix, les produits et les segments
- et enfin le type de promotion, la distribution, les prix validés, les caractéristiques de produits à offrir et les segments.

Le tableau se présente comme suit :

SEGMENTS	PRODUITS	PRIX	PLACE	PROMOTION

Tableau 3 : Tableau du Marketing Mix vierge

Le plan de communication

Le plan de communication visa identifier les canaux de communication dans les moindres détails ainsi que le budget.

Il se présentera de la manière suite :

CANAL	TYPE D'ACTIVITES (Illustration)	CANAU	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3
MEDIAS	TELE	RTI 1			
HORS MEDIAS	AFFICHAGE	Affichage			
DIGITAL	MEDIAS SOCIAUX	LINKEDIN			

Tableau 4 : Modèle plan de communication

Cette programmation des activités de communication et du budget se fera sur douze mois et sur l'ensemble des canaux.

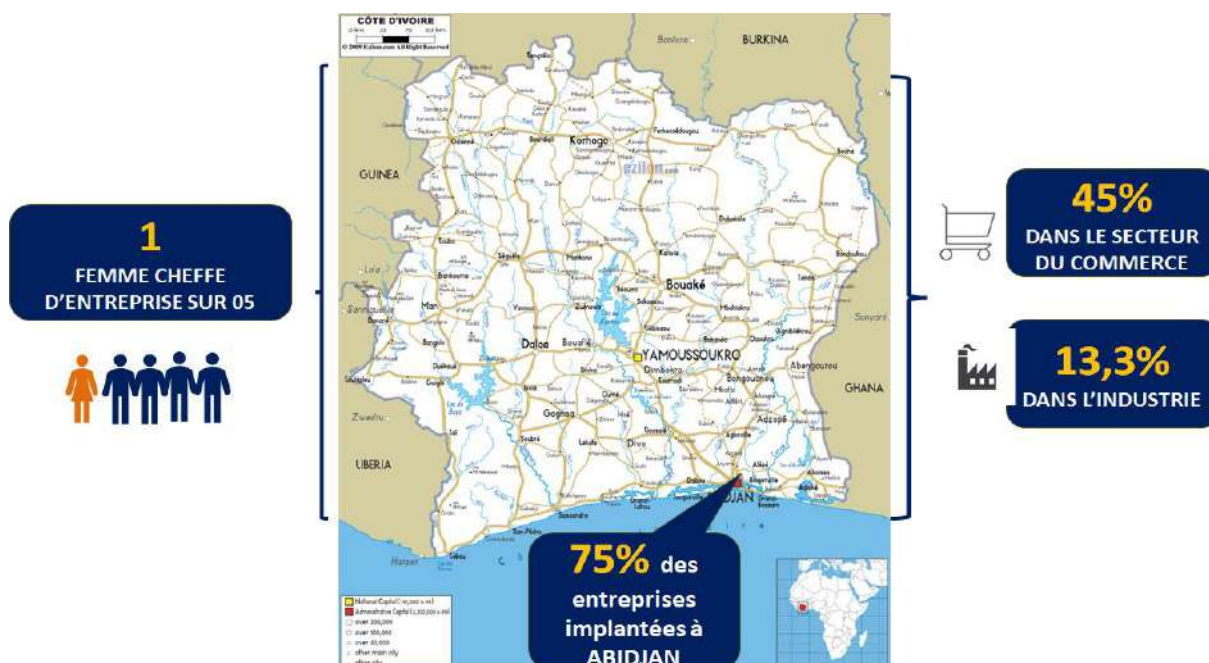
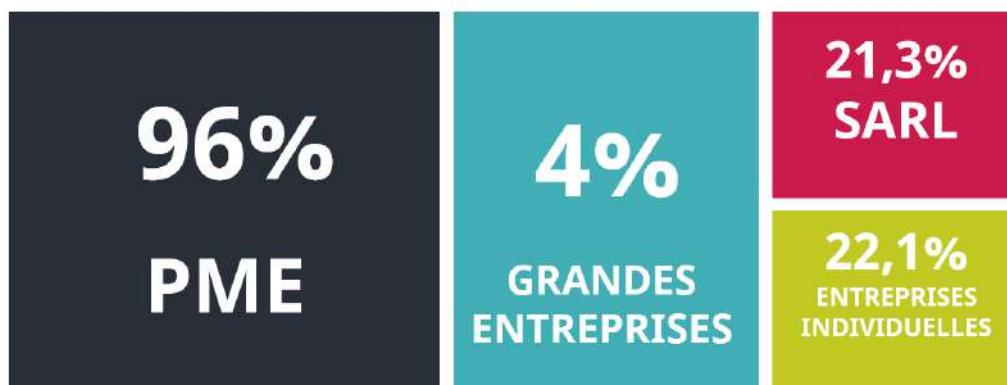
INFORMATION QUANTITATIVE

Certes l'étude de marché a été exclue de notre périmètre d'étude pour des contraintes de durée et de coût, mais nous trouvons utile de présenter quelques données indispensables à l'élaboration du plan marketing.

Le marché

Selon le répertoire statistiques des Entreprises (RSE) de Côte d'Ivoire, publié en Juillet 2023, par l'Institut National de la Statistique, sur la situation géographique, économique et financière des Entreprises privées, nous pouvons présenter les données suivantes :

63 400 Entreprises



Images 2 et 3 : Statistiques relatif à la cartographie et monographie des entreprises en CI
Source : répertoire nationale des entreprises (Juillet 2023)

Les médias

Le paysage médiatique est subdivisé en deux grands groupes :

1. L'audiovisuel régulé par la HAUTE AUTORITE DE COMMUNICATION

AUDIOVISUELLE. Trois catégories regroupent l'audiovisuel :

- Les distributeurs (Tableau 5)

TITULAIRE	NOM DU SERVICE	TYPE SERVICE
CANAL + CÔTE D'IVOIRE	CANAL + CÔTE D'IVOIRE	Opérateurs de réseaux de distribution
STARTIMES MEDIA CÔTE D'IVOIRE SA	STARTIMES MEDIA CÔTE D'IVOIRE SA	Opérateurs de réseaux de distribution
AKWABA TELE SA	AKWABA TELE SA	Opérateurs de réseaux de distribution
TV-COM CÔTE D'IVOIRE SA	TV-COM CÔTE D'IVOIRE SA	Opérateurs de réseaux de distribution
TNT SAT	TNT SAT	Opérateurs de réseaux de distribution
SAT IVOIRE	SAT IVOIRE	Opérateurs de réseaux de distribution
TELENUM CÔTE D'IVOIRE	BOUQUET « EASY TV »	Opérateurs de multiplex payants (TNT)
STARTIMES MEDIA CÔTE D'IVOIRE SA	BOUQUET « CLASSIC »	Opérateurs de multiplex payants (TNT)

- Les opérateurs télé (Tableau 6)

NOM DE LA CHAÎNE	TITULAIRE	TYPE
RTI 1	GROUPE RTI	Télévision de service public
RTI 2	GROUPE RTI	Télévision de service public
RTI BOUAKÉ	GROUPE RTI	Télévision de service public
LIFE TV	LIFE TV	Télévision commerciale
7 INFO	OPTIMUM MEDIA CI	Télévision commerciale
A+ IVOIRE	SOCIÉTÉ AUDIOVISUELLE DE CI	Télévision commerciale
NCI	SORANO-CI	Télévision commerciale

- Les opérateurs Radios

Implantés sur l'ensemble du territoire, nous choisirons de présenter ceux situés dans le District d'Abidjan étant donné que 75% des entreprises s'y trouvent :

La répartition (tableau 7) est la suivante :

NOM DE LA RADIO	FRÉQUENC E	TYPE	TITULAIRE DE L'AUTORISATION	LOCALITÉ
HIT RADIO	93,3	Commerciale	MEDIA HOLDING CÔTE D'IVOIRE SA	Cocody
TRACE FM	95	Commerciale	TRACE CÔTE D'IVOIRE SA	Cocody
NOSTALGIE	101,1	Commerciale	SORANO-CI SA	Plateau
VIBE RADIO	94,6	Commerciale	ADI CÔTE D'IVOIRE SA	Plateau
ONE RADIO	87.7 Mhz	Commerciale	NON DISPONIBLE	Plateau
JAM FM	99.3 Mhz	Commerciale	NON DISPONIBLE	Treichville
RADIO JEUNES	99.5 Mhz	Commerciale	NON DISPONIBLE	Treichville
LIFE RADIO	107,700 MHz	Commerciale	ADI CÔTE D'IVOIRE SA	Plateau
AL HIKMAH FM	106,7	Confessionnell e	ASSOCIATION TARIQ TIDJANI CI	Abobo
RADIO AL HOULDA	93.8	Confessionnell e	CONSEIL SUPÉRIEUR ISLAMIQUE AHOUL BAYTE DE CÔTE D'IVOIRE	Adjamé
RADIO NATIONALE FREQUENCE - VIE	89,4	Confessionnell e	SOCIETE MISSIONNAIRE INTERNATIONAL E (SIM)	Cocody
LA VOIX DE L'ESPERANC E	101,6	Confessionnell e	EGLISE METHODISTE UNIE CÔTE D'IVOIRE	Cocody
RADIO AL - BAYANE	95, 7	Confessionnell e	COMMUNAUTE MUSULMANE IVOIRIENNE	Cocody
RADIO LA VOIE SAINTE	88,3	Confessionnell e	MISSION EVANGELIQUE LA VOIE SAINTE	Cocody
AL FAYDA	95,3	Confessionnell e	ASSOCIATION NASRULILM CI	Koumassi
RADIO HASANNA FM	94.8	Confessionnell e	EGLISE EVANGELIQUE	Marcory

			DES ASSEMBLEES DE DIEU DE CI	
RADIO ESPOIR	102.8 Mhz	Confessionnell e	NON DISPONIBLE	Port-Bouet
RADIO AL FOURQANE	103.1 Mhz	Confessionnell e	NON DISPONIBLE	Yopougon
RADIO CHANDELIER	99.8 Mhz	Confessionnell e	NON DISPONIBLE	Yopougon
GLOIRE FM	89.1 Mhz	Confessionnell e	NON DISPONIBLE	Yopougon
RADIO NATIONALE CATHOLIQUE (RNC)	102.5 Mhz	Confessionnell e	NON DISPONIBLE	Yopougon
RADIO HOSANNA FM	94,800 MHz	Confessionnell e	EGLISE EVANGELIQUE DES ASSEMBLEES DE DIEU DE CI	Marcory
LA VOIX DE L'ESPERANC E	101,600 MHz	Confessionnell e	EGLISE METHODISTE UNIE DE CÔTE D'IVOIRE (EMUCI)	Cocody
RADIO NATIONALE CATHOLIQUE	102.5 MHz	Confessionnell e	EGLISE CATHOLIQUE DE COTE D'IVOIRE	Yopougon
RADIO GLOIRE FM	89,100 MHz	Confessionnell e	MISSION GLORIEUSE DU CHRIST EN ACTION (MIGCA)	Yopougon
RADIO AL BAYANE	95,700 MHz	Confessionnell e	FONDATION AL BAYANE	Cocody
ATLANTIQUE FM	107,2	Ecole	UNIVERSITE DE L'ATLANTIQUE	Cocody
ELITE FM	104.0	Ecole	CFOP -MCC	Cocody
RADIO MOZAÏK FM	103.1	Ecole	FONDATION PETER GRAZE	Cocody
ISTC -FM	103.8	Ecole	INSTITUT DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE LA COMMERCIALE. (ISTC)	Cocody
RADIO BLM	100.6 Mhz	Ecole	NON DISPONIBLE	Treichville
YAKOI FM	107.1 Mhz	Ecole	NON DISPONIBLE	Grand- Bassam
ISTC-FM	103,800 MHz	Ecole	ISTC	Cocody
RADIO DE LA PAIX	96	Institutionnelle	LA FONDATION HOUPHOUET POUR LA	Attecoubé

			RECHERCHE DE LA PAIX	
BBC	94,3	Non nationale	THE BRITISH BROADCASTING CORPORATION (BBC)	Abobo
RADIO MEDI 1	97,2	Non nationale	RADIO MÉDITERRANÉE INTERNATIONALE	Abobo
RFI	97,6	Non nationale	FRANCE MEDIA MONDE	Abobo
AFRICA RADIO	91,1	Non nationale	LA SOCIETE AFRICA RADIO S.A.	Plateau
LA VOIX DE L'AMERIQUE (VOA)	99	Non nationale	BUREAU INTERNATIONAL DE DIFFUSION DES ETATS UNIS (IBB)	Plateau
MEDI 1	97,200 MHz	Non nationale	RADIO MEDITERRANEE INTERNATIONALE	Abobo
VOA	99,000 MHz	Non nationale	BUREAU INTERNATIONAL DE DIFFUSION DES ETATS-UNIS (IBB)	Abobo
RADIO ARC-EN-CIEL	102	Proximité	ASSOCIATION « AURORE »	Abobo
RADIO ABOBO FM	88,9	Proximité	MAIRIE D'ABOBO	Abobo
RADIO ADJAME FM	102,3	Proximité	MAIRIE D'ADJAME	Adjamé
RADIO TERE FM	104,7	Proximité	ONG TERE	Adjamé
RADIO ANYAMA	103,6	Proximité	MAIRIE D'ANYAMA	Anyama
ATTECOUBE FM	92,5	Proximité	MAIRIE D'ATTECOUBE	Attecoube
RADIO ALOBHE	100,8	Proximité	MAIRIE DE BINGERVILLE	Bingerville
ABIDJAN 1	105,6	Proximité	FEMMES SOLIDARITE	Cocody
RADIO COCODY FM	98,5	Proximité	COCODY FM (MARIE CATHERINE)	Cocody

ALPHA BLONDY FM	97,9	Proximité	FONDATION ALPHA BLONDY	Cocody
RADIO ECOBIZ	90	Proximité	ECOBIZ GROUPE	Cocody
RIRE SPORT ET MUSIQUE	90,8	Proximité	ONG COULEUR 3	Cocody
RJN	96,6	Proximité	ASEC MIMOSAS	Cocody
RADIO CNEWS FM	88,6	Proximité	ONG ENSEMBLE DEVELOPPONS NOS	Cocody
IVOIRE FM	103,4	Proximité	ONG IVOIRE BAZ	Cocody
RADIO N'GOWA	89,7	Proximité	MAIRIE DE KOUMASSI	Koumassi
MARCORY FM	91.7	Proximité	MAIRIE DE MARCORY	Marcory
ZENITH FM	92.8	Proximité	ONG ZENITH COTE D'IVOIRE	Marcory
ZION FM	105,3	Proximité	ONG ABY MON AMI	Marcory
LA VOIX DU DISTRICT	106,4	Proximité	DISTRICT AUTONOME ABIDJAN	Plateau
LA VOIX DE LA DIASPORA	106.9 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Adjamé
RADIO FEMMES ACTIVES	105.0 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Cocody
RADIO ALLIANCE TERRE MER (ATM)	90.5 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Port-Bouet
SONGON FM	107.5 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Songon
CITY FM	106.1 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Treichville
RADIO TREICHVILLE	93.6 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Treichville
RADIO BIEN-ÊTRE	94.0 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Treichville
LIBRE FM	98.2 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Yopougon
RADIO AMITIÉ YOPOUGON	100.1 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Yopougon
RADIO FRATERNITÉ YOPOUGON	96.8 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Yopougon
BASSAM FM	104.7 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE	Grand-Bassam

RADIO DE LA MAIRIE DE GRAND-BASSAM	93.0 Mhz	Proximité	MAIRIE DE GRAND- BASSAM	Grand-Bassam
RADIO BASSAM	104,100 MHz	Proximité	ONG ALOANZELE	Grand-Bassam
DEFIS FM	98,200 MHz	Proximité	ASSOCIATION CERCLE AMITIE ET PROGRES	Yopougon
RADIO ANYAMA FM	103,600 MHz	Proximité	MAIRIE ANYAMA	Anyama
RADIO FREQUENCE-VIE	89,400 MHz	Proximité	SOCIETE MISSIONNAIRE INTERNATIONALE (SIM)	Cocody
RADIO KOUMASSI	89,700 MHz	Proximité	MAIRIE DE KOUMASSI	Koumassi
RADIO AL HOUDA	93.8 fm	Proximité	CONSEIL SUPERIEUR ISLAMIQUE AHLOUL BAYTE CI	Yopougon
RADIO TERE	104.7 fm	Proximité	ONG TERE	Adjamé
RADIO MERE ENFANT	99.1 fm	Proximité	ONG IVOIRE BAZ	Cocody
RADIO CÔTE D'IVOIRE	88.0 fm	Proximité	GOUPE RTI	Abobo
RADIO FRATERNITE YOPOUGON	96.8 fm	Proximité	MAIRIE DE YOPOUGON	Yopougon
RADIO AMITIE YOPOUGON	100.1 fm	Proximité	RADIO AMITIE	Yopougon
RADIO MAIRIE DE GRAND-BASSAM	93.3 fm	Proximité	MAIRIE DE GRAND-BASSAM	Grand-Bassam
FREQUENCE 2	92	Public	GROUPE RTI	Plateau
RADIO COTE D'IVOIRE	88	Public	GROUPE RTI	Plateau

- Les radios présentes à Yamoussoukro (Tableau 8)

NOM	FRÉQUENC E	TYPE	TITULAIRE DE L'AUTORISATION
RADIO EVANGILE FM	105.4 Mhz	Confessionnelle	NON DISPONIBLE
LA VOIX D'OSCHOFFA	100.9 Mhz	Confessionnelle	NON DISPONIBLE
RADIO MARIA CÔTE D'IVOIRE	104.8 Mhz	Confessionnelle	NON DISPONIBLE
RADIO FONDY	98.5 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE
RADIO LA VOIX DES LACS	101.2 Mhz	Proximité	NON DISPONIBLE
RADIO MARIE D'ATTIÉGOUAKR O	91.1 Mhz	Proximité	MARIE D'ATTIÉGOUAKRO
RADIO LA VOIX D'OSHOFFA	100,900 MHz	Confessionnelle	EGLISE CHRISTIANISME CELESTE DE CÔTE D'IVOIRE
FONDY FM	98,500 MHz	Proximité	DISTRICT AUTONOME DE YAMO USSOUKRO
RADIO GENERATION 100% DEVELOPPEMEN T DURABLE	90,000 MHz	Proximité	ONDATION MARIE-ESTHER

- Les opérateurs webtv (Tableau 9)

NOM DE LA TÉLÉVISION	PLATEFORMES	TYPE DE WEB TV
7INFO.CI	https://www.7info.ci/	Web TV d'information s générales
	https://www.facebook.com/7infoci/?_rdc=1&_rdr=	
	https://www.youtube.com/c/7infoTV	
	https://twitter.com/7info_ci	
	https://www.dailymotion.com/7info	
ENFRI TV	https://www.enfri.tv/	Web TV d'information s générales
UVCI.TV	http://uvci.tv/	Web TV écoles
2EFTV	http://www.2eftv.com	Web TV écoles
	http://Youtube 2eftv	

DENGUELE TV	http://facebook 2eftv	Web TV locales ne diffusant pas de programme national
	http://www.groupehetec.net	
	https://www.facebook.com/pg/	
	http://pagetvofficielle/videos/ https://www.youtube.com/c/DengueleWebTV	
CPDM-TV	https://www.facebook.com/CPDMTV	Web TV locales ne diffusant pas de programme national
SIKENS TV	https://www.facebook.com/SikensiTV/	Web TV locales ne diffusant pas de programme national

- Les opérateurs webradios (Tableau 10)

NOM DE LA TÉLÉVISION	PLATEFORMES	TYPE DE WEB RADIO
TROMPETTE FM	https://www.radioking.com/radio/trompettefm-1	Web radios d'informations religieuses
APOSTOLAT MONDIALE NOTRE DAME DE FATIMA - CÔTE D'IVOIRE	https://fatimacotedivoire.com/	Web radios d'informations religieuses
	https://www.facebook.com/pages/category/Community/Apostolat-Mondiale-Notre-Dame-De-Fatima-C%C3%B4te-d'Ivoire-922620467761082/	
PPE RADIO	https://www.radioline.co/listen-toppe-web-radio	Web radios d'informations religieuses
	http://ppe-ci.org/	
	https://www.facebook.com/P.P.E.Pastorale/	
RADIO CANTORUM	http://www.radiocantorum.com/	Web radios d'informations religieuses
	https://www.radioline.co/listen-toradio-cantorum	
ALPHA ET OMEGA RADIO	https://www.radio.fr/s/alphaetomega	Web radios d'informations religieuses

TROMPETTE FM	https://www.trompettefm.abj-est.ci	Web radios d'informations religieuses
RADIO PAUL VI	https://fr.radioking.com/radio/radio - paulvi	Web radios d'informations religieuses
	https://fr-fr.radioline.co/ecouterradio-paulvi	
GBEKE FM	http://www.radio.orange.com/fr/radios/gbeke_fm	Web radios locales ne diffusant pas de programme national
	https://www.facebook.com/webradio/gbekefm/	
ALLIANCE FM BOUAKÉ	https://www.alliancefmbouake.radiostream321.com	Web radios locales ne diffusant pas de programme national
RADIO GRACE ESPOIR	http://www.radio.grace.espoir.org/	Web radios d'informations religieuses

2. La presse régulée par L'AUTORITE NATIONALE DE LA PRESSE

Elle se subdivise en deux catégories :

- La presse écrite : la liste des journaux et magazines est la suivante :
 - L'Agora
 - Allo Police
 - Le Canard d'Abidjan
 - La Matinale
 - Le Républicain
 - L'Inter
 - Fraternité Matin
 - Notre Voie
 - Le Nouveau Réveil
 - Soir Info
 - Le Patriote
 - Nord-Sud
 - Gbich
 - Le Jour
 - Le Front
 - Ivoir'Soir
 - 24 heures
 - Douze
 - Le Démocrate

- La Nouvelle République
- Le National
- Le Temps
- L'Intelligent d'Abidjan
- Le Sport
- L'Événement
- Le matin d'Abidjan
- Déclic magazine
- Prestige magazine
- Flash Afrik
- Guido
- Spécial Auto
- Mousso
- Femme d'Afrique
- Top Visages (50 000 exemplaires)
- Life
- Mimosas
- Le Libéral
- Le Sauveur
- L'Initié
- Média Mag
- LG Infos
- Bolkotch
- L'Éléphant Déchainé

- La presse numérique : les sites légalement constitués sont les suivants (Tableau 11) :

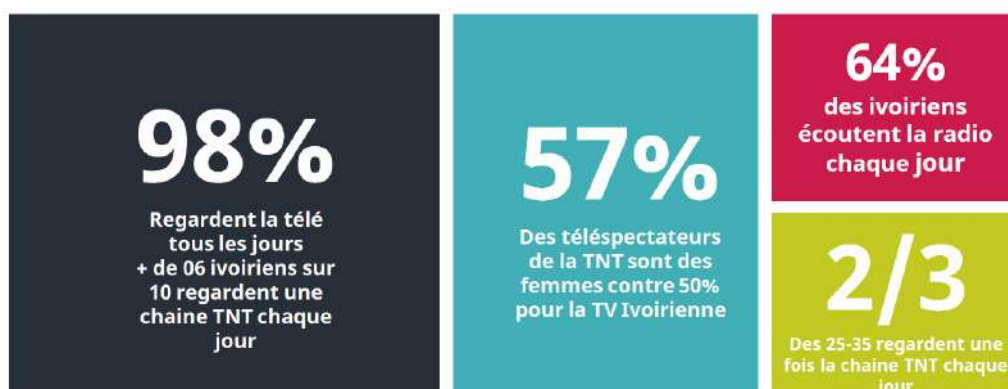
N°	ENTREPRISES (58)	MEDIA (73)
1	Alerte infos SARL	www.alerte-info.net
2	Apanews SARL	www.apanews.net
3	Telecom Actions Faith	www.lasynthese.net
4	Politique Afrique info	www.poleafrique.info
5	Hope édition SARL	www.ledebativoirien.net
6	Kando Communication SARL	www.cacaocafenews.com
7	Woroba.net SARL	www.woroba.net
8	Kabhe Editions	www.afriquematn-net
9	Edition Newell	www.infodirecte.net
10	Afrique Etudes et stratégies	www.afriksoir.net
11	Events Associated.Group	www.greateventtv.com
12	Build groupe Sarl	www.afrique-sur7.fr
13	Namoya Concept International Entreprise	www.cotedivoire-today.net
14	Site internet Top vision	www.ivoirevision
15	LeraiKadima communication	www.leraisport.net
16	Weblogy Offshore	www.abidjan.net
17	Emergence Edition	www.destinationci.net
18	Groupe Océan vision communication	www.justeinfos.net www.artici.info www.ledemocrateplus.net www.lecoleinfo.com www.demaininfo.com
19	Média Group	www.abidjansports.net
20	Global Traitement	www.mediadiversity.info
21	Moahé Communication	www.vigileinfo.net www.ivoirecanalinfo.net www.betaildafrique.info
22	SerentyGroup SARL	www.tembo.media
23	Le Point SurSARL U	www.lepointsur.com www.lepointeleweb
24	Credochristi.com SARL U	www.credochristi.com
25	Editions Le Progrès	www.leprogres.ci
26	Chanodi	www.mehielinfo.net

27	Groupe Canal Ivoire Communication	www.canalivoire.net
28	Innov Impact Group	www.letiletoo.net www.voixdefemme.net
29	Agence de presse régionale-Côte d'Ivoire	www.apr.news
30	Ovation	www.7culture.ci
31	Les medias de Jésus Christ éditions et productions	www.leserviteurdejesuschrist.net
32	Hatene productions	www.koundaninfos.com
33	Le Banco.net SUARL	www.lebanco.net
34	Triclinium	www.lactualite-ivoirienne.ci
35	Eclosion Communication Consulting	www.ivoire.ci www.ladiplomatiquedabidjan.com
36	AD Communication	www.laregionalenews.ci
37	Unité Communication	www.unite.ci
38	Ivoirehandicap.net SARL	www.ivoirehandicaptv.net
39	Sika Times SARL	www.sikafinance.com
40	Prestige édito-paris	www.lhorizoninfo.net
41	Abidjanshow.com	www.abidjanshow.com
42	Seneve media	www.infolucide.net
43	Les Editions Yassine	www.linfoexpress.com
44	SEPCI	www.presseccotedivoire.ci
45	Les Editions de L'Avenir	www.lavenir.ci
46	CoulCorporate	www.abidjannewsci.com
47	Shine Group	www.citymag-ci.com
48	Habeas Com.	www.lessentinelles.info
49	TSCI Limited Company	www.scooper.news
50	NasopresseSARL	www.nasopresse.com
51	WvReelcom	www.acturoutes.info Acturoutes TV Nian
52	SADECOM	www.lepays225.net
53	Groupe Idrissa Irène Opportune Services (G2IOS)	www.afrikmonde.com
54	Griotech 24 Sarl U	www.griotech24.net
55	Ovajab Media llc	www.ovajabmedia.com

56	Exe Médias Groupe	www.nordsud.infos www.nordsud.net www.nordsud.presse www.nordsud.com
57	RK Group SARL	www.achodabidjan.com
58	Akwaba Médias Corporation (AMC)	www.letamtamparleur.com www.lenqueteurdetermine.net

Source ANP (avril 2022)

Résumé de l'audience TV et Radios en Côte d'Ivoire (Image 4 ci-dessous)



Source : médiamétrie.fr (premier semestre 2023)

Le hors-média

La communication « hors média » se définit comme l'ensemble des techniques de communication qui s'appuient sur des « canaux » (médias) autres que ceux :

1. ... des médias de masse traditionnels (TV, radio, presse, cinéma, affichage, (édition))
2. ... et des nouveaux médias (numériques).

Le hors-média se décline selon les outils, dans les grandes catégories suivantes :

- a) La communication événementielle : manifestations et/activations terrain ;
- b) La communication/le marketing direct.
- c) Les relations presse.
- d) Les relations publiques (ou « publics »).
- e) Les techniques éditoriales, visuelles et audiovisuelles hors médias classiques.
- f) Les techniques graphiques et du design des lieux, des personnes et
- g) des objets (+ packaging).
- h) Les opérations de parrainage (sponsoring et mécénat).
- i) Les techniques (actions) de marketing opérationnel.
- j) La communication « objets ».

Les médias digitaux

Définition et fonction

Les médias digitaux désignent l'ensemble des supports basés sur internet qu'une organisation peut utiliser pour promouvoir et/ou commercialiser ses produits et/ou créer une communauté virtuelle.

La figure ci-dessous indique les fonctions principales des médias sociaux que nous allons utiliser dans le cadre de notre plan marketing.

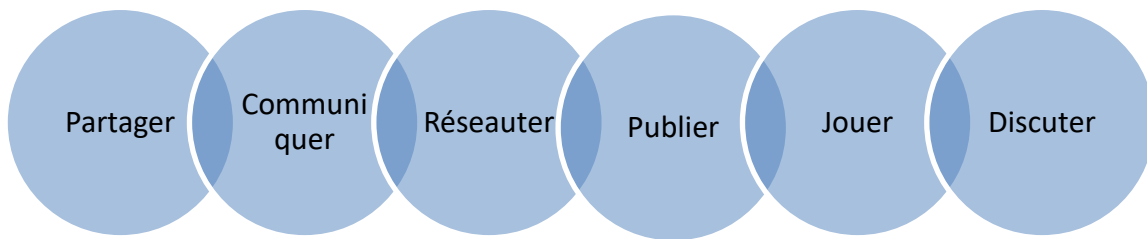


Image 5 : Fonctions des médias sociaux

Le digital en Côte d'Ivoire

Le site « datareportal » indique en janvier 2023 qu'en Côte d'Ivoire, nous avons :

- Plus de 12 millions d'utilisateurs d'internet, qui ne cessent de croître (+2,5% entre janvier 2023 et 2022) ;
- Environ 5 millions de personnes sont utilisatrices des médias sociaux en janvier 2023 (chiffres qui va augmenter avec la Coupe d'Afrique des Nations)
- 4,65 millions d'utilisateurs de FACEBOOK ;
- 1 million d'utilisateurs de LinkedIn dont 62% des hommes et 38% des femmes ;
- 98% des internautes le sont par le mobile ;
- Google Chrome détient la part de marché la plus élevée en tant que moteur de recherche d'où l'importance du référencement.

LE PLAN MARKETING

La vision

ETRE RECONNUE COMME LE PARTENAIRE DE REFERENCE NATIONALE CAPABLE D'ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES IMPLANTEES EN COTE D'IVOIRE, POUR TOUS LES BESOINS DE PRODUCTION ET D'EXPERTISE.

Les missions

- Proposer des services de production innovants et impactant pour répondre aux besoins de la clientèle ;
- Développer une expertise particulièrement dans les domaines techniques, scientifiques et de la transformation digitale afin d'accompagner les entreprises ;
- Mettre en place et valoriser des programmes de formation et d'accompagnement de durée ;
- Créer des partenariats avec des acteurs locaux engagés dans le développement durable et le développement de nos filières agricoles et secteurs d'activités ;
- Organiser des événements professionnels dédiés à l'innovation et à la transformation, tels que des conférences ou des ateliers, pour favoriser les échanges entre professionnels et stimuler notre croissance.
- Développer de nouveaux services innovants pour accompagner nos clients dans leur processus de collaboration et favoriser l'échange d'idées.
- Adopter des pratiques durables dans notre bureau de production, comme le recyclage, la réduction de la consommation d'énergie et l'utilisation de matériaux écologiques, afin de répondre aux attentes d'une clientèle soucieuse de l'environnement.

Les valeurs

Les valeurs proposées et regroupées autour du signe C.I.T.E.D sont les suivantes :

- Collaboration ;
- Innovation ;
- Transformation ;
- Engagement ;
- Durabilité.

Notre entreprise est dédiée à la collaboration, à l'innovation et à la transformation. Nous croyons que le travail d'équipe est essentiel pour atteindre des résultats exceptionnels. C'est pourquoi nous offrons des solutions de production et d'expertise qui encouragent la collaboration entre les membres de votre équipe.

Nous sommes également passionnés par l'innovation et nous travaillons constamment pour améliorer nos produits afin qu'ils répondent aux besoins en constante évolution de notre clientèle. Notre engagement envers l'excellence se reflète dans chaque aspect de notre entreprise, depuis la conception jusqu'à la livraison du produit final.

Enfin, nous sommes fiers de notre engagement envers la durabilité. Nous avons adopté des pratiques respectueuses de l'environnement dans tous les aspects de notre entreprise, afin d'assurer un avenir durable pour les générations futures.

Avec notre bureau de production et d'expertise axé sur la collaboration, l'innovation, la transformation, l'engagement et la durabilité, vous pouvez être sûr que vous bénéficierez des avantages les plus avancés et les plus durables disponibles sur le marché aujourd'hui.

La proposition de valeur

Le Bureau du Conseil et de l'Expertise de l'INP-HB ambitionne de mettre à la disposition des organisations privées et publiques, un concentré d'expertises dans tous les secteurs d'activités (services de production, de recherche, d'innovation, de conseils et de formation) issues de l'école dans le but d'améliorer leurs performances contrairement aux Etablissements d'enseignement supérieurs et business School qui se consacrent à la publication de recherche et à la formation.

La segmentation

Il est important de signaler que notre segmentation va être essentiellement B2B, c'est-à-dire orientée ENTREPRISE.

Selon le CIAP, la nomenclature ivoirienne des activités est la suivante :

Numéro	INTITULE SECTION	Numéro	INTITULE SECTION
1	Agriculture, Syviculture, Pêche	12	Activités immobilières
2	Activités extractives	13	Activités spécialisées, scientifiques et Techniques
3	Activités de fabrication	14	Activités de services de soutien et de Bureau
4	Production et distribution d'électricité et de gaz	15	Activités d'Activités Publique
5	Production et distribution d'eau, assainissement, traitement de dechets et	16	Enseignement
6	Construction	17	Activités pour la santé humaine et l'action sociale
7	Commerce	18	Activités artistiques sportives et récréatives
8	Transport et Entreposage	19	Autres activités de services
9	Hébergement et Restauration	20	Activités spéciales des ménages
10	Information et Communciation	21	Activités des organisations extraterritoriales
11	Activités Financières et D'Assurance		

Tableau 12 : la nomenclature ivoirienne des activités

En tenant compte des différentes écoles de commerce, et dès la configuration des expertises, notre segmentation retenue basée sur le secteur d'activités (Tableau 13) est la suivante :

Numéro	INTITULE SECTION	Numéro	INTITULE SECTION
1	Agriculture, Syviculture, Pêche	12	Activités immobilières
2	Activités extractives	13	Activités spécialisées, scientifiques et Techniques
3	Activités de fabrication	14	Activités de services de soutien et de Bureau
4	Production et distribution d'électricité et de gaz	15	Activités d'Activités Publique
5	Production et distribution d'eau, assainissement, traitement de déchets et pollution	16	Enseignement
6	Construction	17	Activités pour la santé humaine et l'action sociale
7	Commerce	18	Activités artistiques sportives et récréatives
8	Transport et Entreposage	19	Autres activités de services
9	Hébergement et Restauration	20	Activités spéciales des ménages
10	Information et Communciation	21	Activités des organisations extraterritoriales
11	Activités Financières et D'Assurance		

A la suite de la sélection des secteurs d'activités, nous proposons une segmentation réaliste présentée de la manière suivante :

SEGMENTATION PAR SECTEUR	SEGMENTATION PAR SECTEUR D'ACTIVITES	SEGMENTATION PAR TYPE D'ENTREPRISE
SECTEUR PRIVE	AGRICULTURE-SYVICULTURE-PECHE	ENTREPRISES PRIVEES
	ACTIVITES EXTRACTIVES	ENTREPRISES PRIVEES
	ACTIVITES DE FABRICATION	ENTREPRISES PRIVEES
	PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	ENTREPRISES PRIVEES
	ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	ENTREPRISES PRIVEES
SECTEUR PUBLIC	AGRICULTURE-SYVICULTURE-PECHE	ORGANISATIONS PUBLIQUES
	ACTIVITES EXTRACTIVES	ORGANISATIONS PUBLIQUES
	ACTIVITES DE FABRICATION	ORGANISATIONS PUBLIQUES
	PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	ORGANISATIONS PUBLIQUES
	ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	ORGANISATIONS PUBLIQUES
ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES	ACTIVITES DES ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES : FINANCEMENT DES PROJETS-FINANCEMENT DE LA FORMATION-FINANCEMENT DES PROGRAMMES DE RECHERCHE ET DE L'INNOVATION	PARTENAIRES TECHNIQUES FINANCIERS-BAILLEURS DE FONDS-INSTITUTIONS FINANCIERES-ONG INTERNATIONALES

Tableau 14 : Segmentation clientèle BPE

Ciblage

SECTEUR PRIVE OU PUBLIC	SEGMENTATION PAR SECTEUR D'ACTIVITES DES ENTREPRISES	NOMBRE POTENTIEL D'ENTREPRISES	CIBLAGE	ILLUSTRATIONS
PRIVE	AGRICULTURE- SYVICULTURE- PECHE	1 100	100	SAPH-SCB- IVOIRE COTON-SOGB- COQUIVOIRE- CHC-SUTEC SA SIPEF CI-IDH- SAKJ
	ACTIVITES EXTRACTIVES	460	50	
	ACTIVITES DE FABRICATION	5 710	500	SACO-SANIA CI-SOLIBRA- CEMOI-PALM CI-OLAM
	PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSE- MENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	217	22	SODECI-CLEAN EBURNIE- ECOTI SA-ECO EBURNIE-PIXA IMPEX- LASSIRE DECHETS SERVICES- VEOLIA
	ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUE S ET TECHNIQUES	3 933	400	QUIPUX- WEBFONTAINE
PUBLIC	AGRICULTURE- SYVICULTURE- PECHE	10	5	MINISTERE- PROGRAMME NATIONAL DE FORMATION AUX METIERS RURAUX- INSTITUT NATIONAL DE FORMATION PROFESSION- NELLE AGRICOLE- FIRCA-CACI- ANADER

PUBLIC	ACTIVITES EXTRACTIVES	8	5	MINISTERE-SODEMI-PETROCI-GESTOCI-SMB
	ACTIVITES DE FABRICATION	25	10	MINISTERE COMMERCE ET INDUSTRIE CCI-CNLVC-CNLC-ECG-OCPV-CNCO-CDT-ADCI-LANEMA-CI ENGINEERING-I2T-ARRE
	PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	04	04	MINEDD-OIPR-CIAPOL-ANDE
	ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	01	01	BNETD
ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES	FINANCEMENT DES PROJETS	10	10	BAD-
	FINANCEMENT DE LA FORMATION	10	10	
	FINANCEMENT DES PROGRAMMES DE RECHERCHE ET DE L'INNOVATION	10	10	

Tableau 15 : Ciblage de la clientèle

Au total, nous ciblons **1 127 ORGANISATIONS** réparties de la manière suivante :

- Secteur privé : 1 072
- Secteur public : 25
- Organisations extraterritoriales : 30

Ainsi donc, **notre marché potentiel vise 1,7 % des entreprises de Côte d'Ivoire.**

Positionnement

Le positionnement marque la perception attendue ou fabriquée par le Bureau du Conseil et de l'Expertise. Le positionnement décrit ci-dessous sera un mixte des attentes des clients sur la base de l'expérience et de la perception voulue par les responsables du Bureau du Conseil et de l'Expertise.

SECTEUR	SECTEUR D'ACTIVITES	POSITIONNEMENT
PRIVE	AGRICULTURE- SYVICULTURE-PECHE	Achat courant des services Temps consacré faible Stratégie d'imitation des concurrents
	ACTIVITES EXTRACTIVES	Achat spécialisé et réfléchi Temps consacré faible ACTEUR SPECIALISE SUR LES OBJETS TRANVERSAUX : Articulation recherche fondamentale et appliquée Stratégie de différenciation
	ACTIVITES DE FABRICATION	Achat spécialisé Temps consacré faible ACTEUR SPECIALISE SUR LES OBJETS TRANVERSAUX : Articulation recherche fondamentale et appliquée Stratégie de différenciation
	PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	Achat réfléchi et spécialisé Temps consacré élevé ACTEUR SCIENTIFIQUE DOTE DE COMPETENCES RARES ET EXCLUSIVES

		Stratégie d'innovation
	ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	Achat réfléchi Temps consacré élevé ACTEUR SCIENTIFIQUE DOTE DE COMPETENCES RARES ET EXCLUSIVES Stratégie de différenciation
ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES	AMBASSADES- BAILLEURS DE FONDS- PARTENAIRES TECHNIQUES FINANCIERS- INSTITUTIONS FINANCIERES INTERNATIONALES- ORGANSIATIONS NON GOUVERNEMENTALES INTERNATIONALES	Achat réfléchi Temps consacré élevé Stratégie de différenciation
SECTEUR PUBLIC	MINISTERES ET STRUCTURES SOUS- TUTELLES	Achat réfléchi Temps consacré très élevé Stratégie de différenciation

Tableau 16 : Positionnement de la clientèle

La carte des perceptions présente les positionnements suivants :

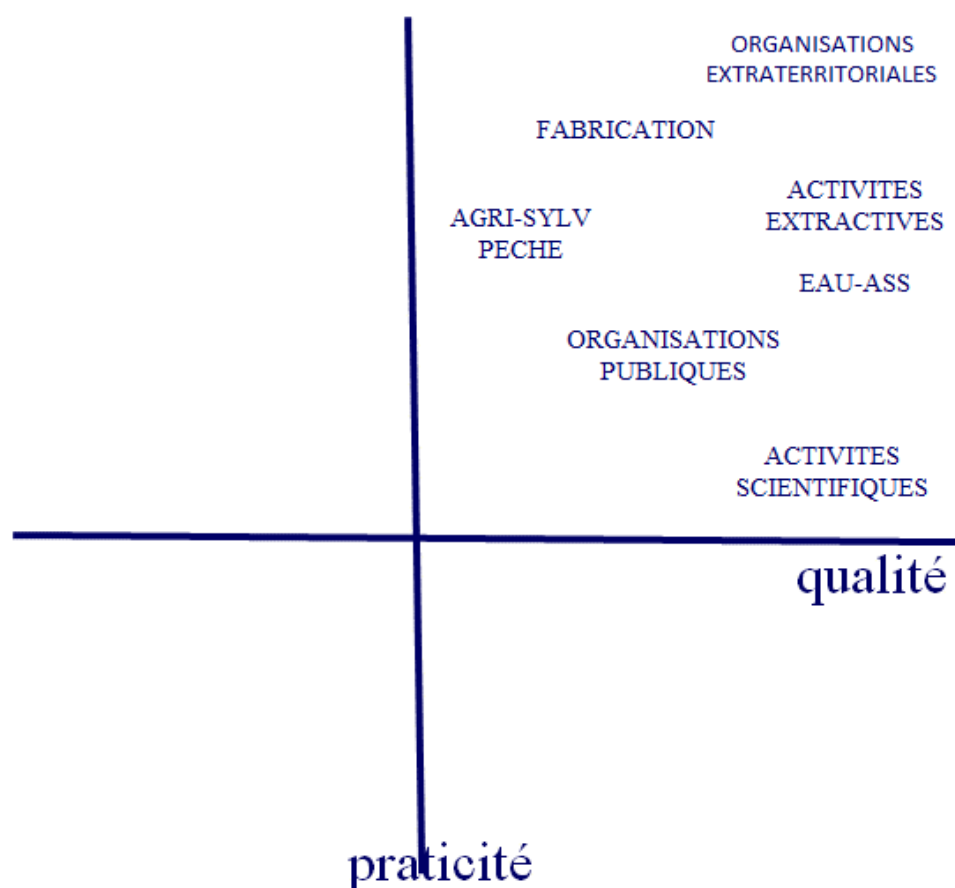


Figure 5 : Carte des perceptions

Nos objectifs marketing

A la suite de la description du ciblage, nous pouvons définir nos objectifs marketing sur l'année 2024.

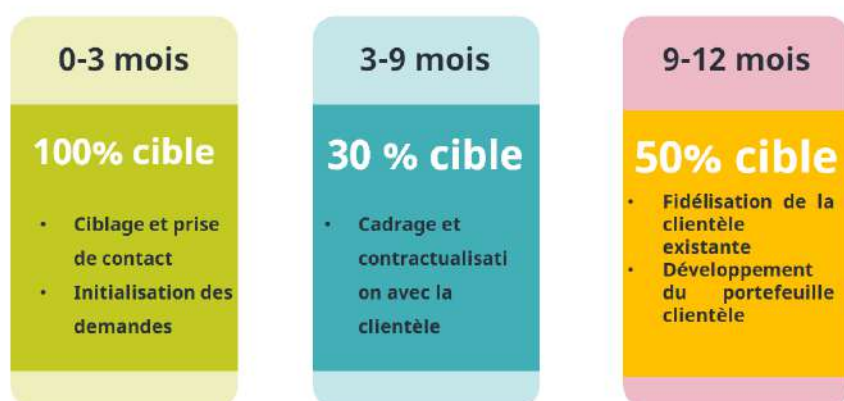


Image 6 : Objectifs Marketing

Le marketing Mix

Avant de dérouler notre marketing mix, nous présentons dans le tableau 17 ci-dessous, les produits et les services offerts par le Bureau du Conseil et de l'Expertise :

N°	TYPE	CODIFICATION DES OFFRES	PRODUITS ET SERVICES
1	PRODUCTION ANIMALE	PRAPT	Production animale de Poulets
2	PRODUCTION ANIMALE	PRAPC	Production animale de porcs
3	PRODUCTION ANIMALE	PRABF	Production animale de, bœufs
4	PRODUCTION ANIMALE	PRAMN	Production animale de moutons
5	PRODUCTION VEGETALE	PRVMC	Production végétale de manioc, banane plantain, produits vivriers
6	PRODUCTION VEGETALE	PRVBP	Production végétale de banane plantain
7	PRODUCTION VEGETALE	PRVPV	Production végétale de produits vivriers
8	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTMPC	Machines agricoles : machine de récolte de pomme de cajou

9	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTMNC	Machines agricoles : machine de tri de noix de cajou
10	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTMSC	Machines agricoles : machine de séparation de la noix et de la pomme de cajou
11	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTMDR	Machines agricoles : distillateur
12	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTIPM	Fabrication métallique : Fabrication de pièces de machines
13	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTISM	Fabrication métallique : Soudure et conception mécanique
14	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTISM	Produits électroniques et numériques : Fabrication de drones
15	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTIAC	Produits électroniques et numériques : Appareils connectés
16	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTINI	Produits électroniques et numériques : Impression 3D

17	PRODUCTION TECHNOLOGIQUE ET INDUSTRIELLE	PTIDL	Produits électroniques et numériques : Découpe laser
18	UNITÉS DE PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE	PCACC	Fabrication de chocolat et produits dérivés du cacao
19	UNITÉS DE PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE	PCAFT	Fabrication de farines locales à base de tubercules
20	UNITÉS DE PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE	PCAPL	Fabrication de produits cosmétiques à base de produits locaux
21	UNITÉS DE PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE	PCAPL	Fabrication d'aliments (aliments fonctionnels) à base de produits locaux
22	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCEBT	Pool expertise en travaux publics et bâtiment
23	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCEME	Pool expertise en mécanique et énergétique

24	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCEEE	Pool expertise en électronique et électrotechnique
25	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCEMI	Pool expertise en Mathématiques appliquées et Informatique
26	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCESM	Pool expertise en comptabilité, économie, sciences de gestion et management
27	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCECA	Pool expertise en génie chimique et agroalimentaire
28	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCESA	Pool expertise en science agronomique
29	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCERM	Pool expertise en sciences de la terre et des ressources minières
30	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE	PCEPE	Pool expertise en pétrole & énergie
31	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET	PAMQE	Analyse de qualité de l'eau (dosage

	MESURES/Analyses chimiques		et spectrophotométrie)
32	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses chimiques	PAMMS	Analyse par ICP MS
33	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses chimiques	PAMGC	Analyse par GC
34	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses chimiques	PAMLC	Analyse par HPLC
35	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses chimiques	PAMSM	Analyse par SM
36	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses physiques	PAMEB	Analyse du MEB
37	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses physiques	PAMRM	Analyse de résistance des matériaux (Traction, compression, flexion)
38	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES	PLSAP	Amphithéâtres (03)
39	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES	PLSSH	Salons d'honneur (03)
40	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES	PLSSC	Salles de classe
41	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES	PLSAU	Auditorium (02)
42	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES	PLSIF	Infrastructures sportives : Gymnase; Terrains de basket ; Terrains de football

			avec pelouse aux normes CAF, Piscines olympiques, Terrains de Handball, Terrains de Volley-Ball
43	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES	PLSMP	Magasins et paillotes de Restaurations : Magasin disponible pour le commerce ; Paillotes disponibles pour la restauration privée
44	FORMATION COURTES	FCRMI	Formation courte en Mine
45	RECHERCHE ET INNOVATION	REINN	Collaboration dans la recherche et dans l'innovation
46	PARTENARIATS	PARTE	Signature de partenariats

Au total, nous avons **46 OFFRES ET SERVICES** catégorisés dans les **11 GAMMES** ci-après :

12. PRODUCTION ANIMALE : 04

13. PRODUCTION VEGETALE : 03

14. PRODUCTION TECHNOLOGIQUE INDUSTRIELLE : 10

15. PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE : 04

16. PRODUCTION CHIMIQUES ET AGRO-ALIMENTAIRE : 04

17. PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE : 09

18. PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/ANALYSES CHIMIQUES : 05

19. PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/ANALYSES PHYSIQUES : 02

20. REHCERCHE ET INNOVATION : 01

21. PARTENARIATS : 01

22. PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES : 06 (CONSIDERER COMME UN PRODUIT D'APPEL)

NOUS ALLONS INSTAURER UN PRODUIT D'APPEL QU'EST LA LOCATION DES SALLES AFIN DE PERMETTRE AUX ENTREPRISES DE FREQUENTER L'INP-HB PENDANT UNE PERIODE D'UN AN A TARIF REDUIT QUI COUVRE JUSTE LES CHARGES D'ENTRETIEN ET DE REMUNERATION DU PERSONNEL DU PERSONNEL.

AINSI, LES ORGANISATIONS (PUBLICS/PRIVES) POURRONT VENIR A L'INP-HB TENIR DES CONSEILS D'ADMINISTRATION-DES SEMINAIRES-DES TEAMS BUILDING-DES ATELIERS-ACTIVITES SPORTIVES.

Par conséquent, nous pouvons présenter le marketing mix par segment selon la méthode suivante (Tableau 18) :

SEGMENTS PRIVES ET/OU PUBLICS	PRODUITS	PRIX	PLACE	PROMOTION
AGRICULTURE- SYVICULTURE-PECHE	PRAPT : PRODUCTION ANIMALE DE POULETS	BASÉ SUR LA CONCURRENCE : positionnement par rapport aux tarifs des concurrents	HOTELS- RESTAURANTS- MAQUIS DISTRICT DE YAMOOUSSOUKRO	FACEBOOK RADIO DE PROXIMITE FLYERS RESEAU ALUMNI AOC : APPELATION D'ORIGINE CONTROLEE (POULET BIO/INP-HB YAKRO)
ACTIVITES EXTRACTIVES	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES (PRODUIT D'APPEL)	BASÉ SUR LA CONCURRENCE : positionnement par rapport aux tarifs des concurrents	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	LINKEDIN FLYERS FACEBOOK COURRIERS A L'ENDROIT DES RESPONSABLES DES MOYENS GENERAUX ET/OU ACHAT EMAILING

				RESEAU ALUMNI
	FORMATIONS COURTES	BASÉE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit, PRIX PREMIUM	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	LINKEDIN PLAQUETTE DE FORMATION
	POOL EXPERTISE EN SCIENCES DE LA TERRE ET DES RESSOURCES MINIERES	BASEE SUR LA VALEUR (PRIX PREMIUM)	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	LINKEDIN PLAQUETTE DE FORMATION
	POOL EXPERTISE EN PETROLE & ENERGIE	BASEE SUR LA VALEUR (PRIX PREMIUM)	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	LINKEDIN PLAQUETTE DE FORMATION
ACTIVITES DE FABRICATION	Machines agricoles : machine de récolte de pomme de cajou/machine de tri de noix de cajou/machine de séparation de la noix et de la pomme de cajou/distillateur	BASE SUR LE VOLUME : susciter les grandes quantités	ENTREPRISE DU SECTEUR	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR

ACTIVITES DE FABRICATION	Fabrication métallique : Fabrication de pièces de machines/Soudure et conception mécanique	BASE SUR LE VOLUME : susciter les grandes quantités	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE INPH-HBP	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	Produits électroniques et numériques : Fabrication de drones/ Appareils connectés/ Impression 3D/ Découpe laser	BASE SUR LES COUTS : par ex en déterminant un multiple du prix de revient	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	Fabrication de chocolat et produits dérivés du cacao	BASE SUR LE VOLUME : susciter les grandes quantités	ENTREPRISES AGROINDUSTRIELLES	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES

				ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	Fabrication de farines locales à base de tubercules	BASE SUR LE VOLUME : susciter les grandes quantités	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	Fabrication de produits cosmétiques à base de produits locaux	BASE SUR LA CONCCURENCE : positionnement par rapport aux tarifs des concurrents		SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	Fabrication d'aliments (aliments fonctionnels) à base de produits locaux	BASE SUR LES COUTS : par ex en déterminant un multiple du prix de revient	SECTEUR PHARMACEUTIQUE ET SANTÉ	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN

				COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	INNOVATION ET RECHERCHE	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit	INSTITUTIONS DE RECHERCHE	SALONS NATIONAUX PLAQUETTE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses chimiques	BASE SUR LA VALEUR	RESEAUX VIRTUELS ENTREPRISE	CATALOGUE LINKEDIN COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses physiques	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		CATALOGUE- LINKEDIN- COURRIERS A L'ENDROIT DES

				ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE : Pool expertise en génie	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		CATALOGUE- LINKEDIN- COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	PRESTATIONS DE SERVICES: CONSEIL & EXPERTISE : chimique et agroalimentaire	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		CATALOGUE- LINKEDIN- COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
ACTIVITES DE FABRICATION	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES (PRODUIT D'APPEL)	BASE SUR LA CONCURRENCE : positionnement par rapport aux tarifs des concurrents		LINKEDIN FLYERS FACEBOOK COURRIERS A L'ENDROIT DES RESPONSABLES DES MOYENS GENERAUX ET/OU ACHAT

				CATALOGUE DES COMPAGNIES AERIENNES EMAILING RESEAU ALUMNI
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses chimiques	BASE SUR LES COUTS : par ex en déterminant un multiple du prix de revient		COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	PRESTATIONS DE SERVICES: ANALYSES ET MESURES/Analyses physiques	BASE SUR LES COUTS : par ex en déterminant un multiple du prix de revient		COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	INNOVATION ET RECHERCHE	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		SALONS NATIONAUX- PLAQUETTE- LINKEDIN- COURRIERS A L'ENDROIT DES

				ENTREPRISES DU SECTEUR
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	PARTENARIATS	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		MEDIAS LINKEDIN HORS-MEDIAS
ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	INNOVATION ET RECHERCHE	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		SALONS NATIONAUX- PLAQUETTE- LINKEDIN- COURRIERS A L'ENDROIT DES ENTREPRISES DU SECTEUR ARTICLE DE PRESSE
ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	PARTENARIATS	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		MEDIAS LINKEDIN HORS-MEDIAS
ACTIVITES SPECIALISEES,	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE	BASE SUR LA CONCURRENCE : positionnement par		LINKEDIN

SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	SALLES (PRODUIT D'APPEL)	rapport aux tarifs des concurrents		
ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES	PARTENARIATS-FINANCEMENT DE PROJET-FINANCEMENT DE LA FORMATION	BASE SUR LA VALEUR : évaluation de la valeur offerte par le produit		MEDIAS LINKEDIN ARTICLE DE PRESSE CATALOGUE DES COMPAGNIES AERIENNES
ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES	PRESTATIONS DE SERVICES: LOCATIONS DE SALLES (PRODUIT D'APPEL)	BASE SUR LA CONCURRENCE : positionnement par rapport aux tarifs des concurrents		LINKEDIN-FLYERS FACEBOOK-COURRIERS A L'ENDROIT DES RESPONSABLES DES MOYENS GENERAUX ET/OU ACHAT EMAILING RESEAU ALUMNI CATALOGUE DES COMPAGNIES AERIENNES

Le plan de communication

Budget global par canaux de communication (Tableau 19)

	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3	MOIS 4	MOIS 5	MOIS 6	MOIS 7	MOIS 8	MOIS 9	MOIS 10	MOIS 11	MOIS 12	TOTAL GENERAL
DIGITAL	1 250 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	6 200 000
EMAILING	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FACEBOOK	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 800 000
LINKEDIN	1 000 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	3 200 000
NEWSLETTER	-			-			-			-			-
PRESSE NUMERIQUE													-
RADIO													-
SEA-SEO	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	1 200 000
SEO-CEO	-												-
TV													-
HORS MEDIAS	17 385 400	400 000	400 000	400 000	1 350 000	992 900	400 000	400 000	1 350 000	2 825 000	400 000	4 150 000	30 453 300
ACCESSOIRES													-
ANIMATIONS													-
BROCHURES	750 000				750 000				750 000				2 250 000
CADEAUX													-
CHEQUES	400 000									425 000			825 000
CLE													-
COMMUNICATION EVENMENTIELLE	1 500 000												1 500 000
FILM	500 000												500 000
GOODIES	2 500 000												2 500 000
HABILLAGE													-
ILV													-
IMPRIMERIE	200 000				200 000				200 000				600 000
JOURNAL													-
LES RELATIONS PRESSE	2 500 000									2 000 000			4 500 000
LOBBYING													-
MARKETING DIRECT	9 035 400	400 000	400 000	400 000	400 000	992 900	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	4 150 000	17 778 300
MECENAT													-
PACKAGING													-
PARRAINAGE													-
PHOTOGRAPHIE													-
RAPPORTS													-
TEXTILES													-
MEDIAS		3 500 000											3 500 000
PRESSE ECRITE													-
RADIO													-
TELE		3 500 000											3 500 000
TOTAL GENERAL	18 635 400	4 350 000	850 000	850 000	1 800 000	1 442 900	850 000	850 000	1 800 000	3 275 000	850 000	4 600 000	40 153 300

Budget global par Segment (Tableau 20)

	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3	MOIS 4	MOIS 5	MOIS 6	MOIS 7	MOIS 8	MOIS 9	MOIS 10	MOIS 11	MOIS 12	TOTAL GENERAL
ACTIVITES DE FABRICATION	542 500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	542 500
ACTIVITES EXTRACTIVES	217 500					192 500							410 000
ACTIVITES SPECIALISEES, SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	125 000									125 000			250 000
AGRICULTURE-SYVICULTURE-PECHE	400 000					350 000				50 000			800 000
CAMPAGNE INSTITUTIONNELLE	17 100 000	4 350 000	850 000	850 000	1 800 000	850 000	850 000	850 000	1 800 000	2 900 000	850 000	4 600 000	37 650 000
ORGANISATIONS EXTRATERRITORIALES ET COLLECTIVITES	150 000	-	-	-	-	-	-	-	-	150 000	-	-	300 000
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'EAU, ASSAINISSEMENT, TRAITEMENT DE DECHETS ET POLLUTION	100 400					50 400				50 000		-	200 800
TOTAL GENERAL	18 635 400	4 350 000	850 000	850 000	1 800 000	1 442 900	850 000	850 000	1 800 000	3 275 000	850 000	4 600 000	40 153 300

Le plan de communication s'élève à **40 153 000 FCFA** subdivisé selon les rubriques suivantes :

1. DIGITAL : 6 200 000 FCFA
2. HORS MEDIA : 30 453 300 FCFA
3. MEDIAS : 3 500 000 FCFA

CONCLUSION

Ce plan stratégique et opérationnel est notre guide pour la poursuite des opérations marketing du Bureau du Conseil et de l'Expertise, afin qu'il puisse accroître augmente les performances commerciales de l'INP-HB sur la base des offres et services disponibles.

Nous espérons qu'il puisse accompagner l'institution dans la satisfaction de la clientèle et de l'ensemble des parties prenantes.

ETUDE FINANCIERE

PARAMETRES TECHNIQUES ET FINANCIERS : identification des activités et Prévision des recettes par produits

INCUBATEUR : Accompagnement à la mise en place de structures innovantes et des promoteurs dans leur parcours d'installation

Il s'agit essentiellement de la mise en place de programmes destinés aux études de projets, de l'accompagnement à l'installation et à la gestion et à l'assistance technique aux :

- méthodes de management ;
- gestion des ressources humaines ;
- matérielles ;
- logistiques ;
- ventes ;
- marketing ;
- promotion produits.

Les programmes sont les suivants :

1. **Le programme d'accompagnement des startups et à la mise en place de structures innovantes (P1) ;**
2. **Le programme d'aide à la digitalisation des services dans les PME et TPE en milieu rural (P2) ;**
3. **Le programme d'aide à la création d'entreprises en milieu rural (P3) :** c'est un programme d'une durée d'un mois qui permet de former des entrepreneurs déjà existantes de formaliser leurs entreprises et à ceux-ci les contours juridiques du secteur dans lequel ils évoluent. Une cohorte de 25 personnes est sélectionnée chaque mois. Ce programme est essentiellement financée par les collectivités territoriales et les organisations publiques. Les cohortes peuvent être sectorielles, transversales issues de la même région ou de plusieurs régions ;
4. **Le programme d'accompagnement à la pérennisation des organisations (P4) :** il s'agit d'accompagner les entreprises dans la période de 03 à 05 ans d'existence afin d'éviter la faillite. Programme d'une durée de 06 à 09 mois, il permettra d'accroître la résilience des organisations en phase de croissance.

Cet ensemble de programmes est financé par :

- Les collectivités territoriales ;
- Les organisations et institutions publiques ;
- Les bailleurs de fonds ;
- Les partenaires techniques et financiers ;
- Les organisations privées et banques d'investissement

Le mode de calcul du revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
P1 (Nombre de programmes par an, 09 mois)	1	4	6
Nombre de personnes par cohorte	25	25	25
Coût unitaire de financement	3 500 000	4 500 000	5 500 000
FINANCEMENT DU PROGRAMME P1	87 500 000	450 000 000	825 000 000
P2 (Nombre de programmes par an, 01 à 03 mois)	4	8	12
Nombre de personnes par cohorte	30	30	30
Coût unitaire de financement	750 000	750 000	750 000
FINANCEMENT DU PROGRAMME P2	90 000 000	180 000 000	270 000 000
P3 (Nombre de programmes par an, 01 mois)	12	24	48
Nombre de personnes par cohorte	25	25	25
Coût unitaire de financement	350 000	350 000	350 000
FINANCEMENT DU PROGRAMME P3	105 000 000	210 000 000	420 000 000
P4 (Nombre de programmes par an, 09 mois)	1	4	6
Nombre de personnes par cohorte	25	25	25
Coût unitaire de financement	3 500 000	4 500 000	5 500 000
FINANCEMENT DU PROGRAMME P4	87 500 000	450 000 000	825 000 000
TOTAL DU FINANCEMENT SOUHAITE	370 000 000	1 190 000 000	2 340 000 000

Ce mode de calcul pourrait se traduire en équivalent au montant collecté dans le cadre du financement des projets INCUBATION.

EXPERTISE ET FORMATION

Ingénierie des industries alimentaires et agroalimentaires

Cette activité consiste à produire des études, donner des conseils et assister techniquement les entreprises en process et innovation alimentaire et agroalimentaire.

Le mode de calcul du revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Nombre entreprises clientes	20	40	50
Nombre moyen de jours par mission	15	15	15
Le nombre de jours de travail	300	600	900
PU JOUR	300 000	400 000	500 000
Recettes prévisionnelles	90 000 000	240 000 000	450 000 000

Engineering, Etude et supervision de projets industriels

Il s'agit principalement d'assister les organisations dans la mise en place d'unités industrielles chimiques.

Le mode de calcul du revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Nombre entreprises clientes	20	40	50
Nombre moyen de jours par mission	15	15	15
Le nombre de jours de travail	300	600	750
PU JOUR	500 000	600 000	750 000
Recettes prévisionnelles	150 000 000	360 000 000	562 500 000

Etude, assistance technique aux entreprises

Les services à dérouler sont : les études de projet, les études de marché, les études techniques et de rentabilité, l'accompagnement au développement d'entreprises ;

Le calcul du mode de revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Le nombre de jours de travail	150	300	450
PU JOUR	300 000	400 000	500 000
Recettes prévisionnelles	45 000 000	120 000 000	225 000 000

Formations et stages techniques sur l'installation et la maintenance et autres services de formation

Le calcul du mode de revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Nombre de personnes formées	100	150	300
PU JOUR/personne	300 000	400 000	500 000
Recettes prévisionnelles	30 000 000	60 000 000	150 000 000

PRODUCTION

Ingénierie mécanique et mécatronique

Il s'agit de développer des services d'études à l'ingénierie mécanique et au système mécatronique.

Le calcul du mode de revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Le nombre de jours de travail	150	300	450
PU JOUR/personne	300 000	400 000	500 000
Recettes prévisionnelles	45 000 000	120 000 000	225 000 000

Expertise, homologation, soudure technique

Les services concernés sont : expertise et contrôle, accompagnement à l'acquisition des équipements et consommables de contrôle, travaux de soudure

Le calcul du mode de revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Le nombre de jours de travail	150	150	200
PU JOUR/personne	500 000	500 000	500 000
Recettes prévisionnelles	75 000 000	75 000 000	100 000 000

SSI et Génies des systèmes informatiques et réseaux

Les services associés sont : mise aux normes des installations informatiques ; étude, fourniture et réalisation de réseaux informatiques ; surveillance des systèmes d'information, contrôle des ressources informatiques et amélioration de la performance technique du réseau ; sauvegarde automatisée des données, protection des réseaux et transfert sécurisé de fichiers, Ingénierie de la maintenance, Installation et maintenance de solutions électroniques et informatiques, la

gestion de la maintenance, sous-traitance, appui à la maintenance ; élaboration d'études spécifiques liées aux activités d'études et de services en maintenance, - développement dans les grands systèmes hautes performances, haute disponibilité et haute sécurité afin d'accélérer la généralisation de l'économie numérique, administration réseaux, systèmes d'exploitation, administration de base de données, Ingénierie e-business, analyse/conception/développement d'applications, Web-site, systèmes d'information de gestion, audit SI, Project management office, gestion de projets internationaux, nouvelles technologies et télécom, Business intelligence, Intelligence artificielle.

Le calcul du mode de revenu est le suivant :

	Année 1	Année 2	Année 3
Le nombre de jours de travail	250	300	600
PU JOUR/personne	300 000	400 000	500 000
Recettes prévisionnelles	75 000 000	120 000 000	300 000 000

Le plan COMMERCIAL

Organisation Commerciale

Elle est la suivante :

Nombre de commerciaux	AGROALIMENTAIRE	EXPERTISE	FORMATION	INCUBATEUR	PRODUCTION
COMMERCIAL A					
COMMERCIAL B					
COMMERCIAL C					
COMMERCIAL D					

Objectifs commerciaux

Il vise à définir par commercial, les cibles et les attentes commerciales en fonction de son portefeuille.

Ainsi, nous espérons recruter 04 commerciaux dont les objectifs commerciaux sont les suivants :

	NOUVELLES ENTREPRISES			ENTREPRISES DÉJÀ DANS LE PORTEFEUILLE			TAUX DE CONVERSION CLIENTELE	NOMBRE DE CLIENTS DEFINITIFS ATTENDUS
	Nombre de nouvelles entreprises à visiter par jour	Nombre de jours travaillés consacrés aux nouvelles entreprises	Nombre de clients TOTAUX	Nombre d'entreprises à visiter par jour	Nombre de jours travaillés consacrés aux entreprises dans le portefeuille	Nombre de clients TOTAUX INTERESSES		
MOIS 1	3	10	30	0	0	0	10%	0
MOIS 2	3	10	30	3	5	15	10%	2
MOIS 3	3	10	30	3	5	15	10%	2
MOIS 4	3	10	30	3	5	15	10%	2
MOIS 5	3	10	30	3	5	15	10%	2
MOIS 6	3	10	30	3	5	15	10%	2
MOIS 7	3	10	30	3	7	21	10%	2
MOIS 8	3	10	30	3	7	21	10%	2
MOIS 9	3	10	30	3	7	21	10%	2
MOIS 10	3	10	30	3	10	30	20%	6
MOIS 11	3	10	30	3	10	30	20%	6
MOIS 12	3	10	30	3	10	30	20%	6
TOTAL ANNUEL	36	120	360	33	76	228	CONTRATS ANNUELS A SIGNER	32

Tableau 21 : Objectifs Commerciaux

Chaque commercial aura un portefeuille de 360 entreprises à gérer avec un objectif annuel de 32 contrats à signer.

Les simulations financières commerciales, se feront dans l'étude financière afin de déterminer :

- Le chiffre d'affaire moyen par client ;
- Le taux de saturation du client ;
- Les coûts liés à la commercialisation : charges sociales, matériel mobilier, commissions...

PLANIFICATION DES RESSOURCES HUMAINES

L'organisation des ressources humaines du Bureau du Conseil et de l'Expertise

Le Bureau du Conseil et de l'Expertise est composée de :

- D'un directeur gérant ;
- D'un Directeur adjoint ;
- D'un administratif comptable ;
- D'un administratif gestionnaire de stock ;
- D'une assistante gestion de projets ;
- De secrétaires ;
- De commerciaux ;
- De business coach ;
- D'ingénieurs professionnels ;
- D'ingénieurs techniques rattachés à la production.

La composition est la suivante selon l'évolution des années :

	Année 1	Année 2	Année 3
Gérant	01	01	01
Adjoint	01	01	01
Administratif comptable	01	01	01
Gestionnaire de stock	01	01	01
Assistante gestion de projets	01	01	01
Secrétaires	01	01	01
Commerciaux	04	04	06
Business coach	01	01	01
Ingénieurs professionnels	01	03	05
Ingénieurs techniques rattachés à la production	01	02	05
Chauffeurs	02	04	04
TOTAL	13	20	27

Les paramètres financiers liés aux consultants

Honoraires

	TYPE DE CONSULTANT	EN PROPORTION DU CA	Nombre jours ou heure	Nbre Prne	COUT
INCUBATEUR P1	Formateurs/Coach senior	20 000 FCFA/heure	40x36S	1 440	28 800 000
INCUBATEUR P2	Formateurs	20 000 FCFA/heure	40x27	1 080	21 600 000
INCUBATEUR P3	Formateurs	20 000 FCFA/heure	40x27	1 080	21 600 000
INCUBATEUR P4	Formateurs	20 000 FCFA/heure	40x36S	1 440	28 800 000
EXPERTISE FORMATION					
Agroalimentaire	Consultant senior	150 000/jour	300		45 000 000
	Consultant junior	20 000/jour	300		6 000 000
Etude et supervision industrielle	Consultant senior	200 000/jour	300		60 000 000
	Consultant junior	30 000/jour	300		9 000 000
Etude et assistance technique	Consultant senior	100 000/jour	100		10 000 000
	Consultant junior	15 000/jour	100		15 000 000
PRODUCTION					
Ingénierie mécanique	Consultant senior	200 000/jour	150		30 000 000
	Consultant junior	30 000/jour	150		4 500 000
Expertise, homologation soudure technique	Consultant senior	150 000/jour	150		22 500 000
	Consultant junior	20 000/jour	150		3 000 000
TOTAL DES HONORAIRES					284 200 000

DOSSIER PREVISIONNEL

COMPTE DE RESULTAT SYNTHETIQUE

Designation	2024-2025	2026	2027
Ventes + Production	925 000 000	2 300 000 000	3 862 500 000
Achats consommés	20 250 000	35 000 000	64 500 000
Marge globale	904 750 000	2 265 000 000	3 798 000 000
Consommations intermédiaires	426 912 529	773 299 992	1 201 831 256
Fournitures consommables	46 800 016	98 599 996	161 100 000
Services extérieurs	380 112 513	674 699 996	1 040 731 256
Valeur ajoutée	477 837 471	1 491 700 008	2 596 168 744
Subventions d'exploitation	50 000 000		
Impôts et taxes	35 700 000	84 600 000	135 600 000
Charges de personnel	315 081 475	446 845 406	996 038 387
Excédent brut d'exploitation	177 055 996	960 254 602	1 464 530 357
Reprises sur provisions + Transferts de charges			
Autres produits			
Autres charges			
Dotations aux amortissements	44 375 866	44 231 300	42 958 300
Dotations aux provisions			
Résultat d'exploitation	132 680 130	916 023 302	1 421 572 057
Produits financiers			
Charges financières			
Résultat financier			
Résultat courant	132 680 130	916 023 302	1 421 572 057
Produits exceptionnels			
Charges exceptionnelles			
Résultat exceptionnel			
Participation des salariés			
Impôt société	46 438 046	320 608 156	497 550 220
Résultat de l'exercice	86 242 084	595 415 146	924 021 837
Capacité d'autofinancement	130 617 950	639 646 446	966 980 137

Compte tenu d'un chiffre d'affaires prévisionnel de 925 000 000 francs CFA en 2024-2025 et d'une progression de 148,65% en 2026 et d'une progression de 67,93% en 2027, le résultat de l'exercice est bénéficiaire de 86 242 084 francs CFA en 2024-2025, il augmente à 595 415 146 francs CFA en 2026 et il progresse à 924 021 837 francs CFA en 2027.

La capacité d'autofinancement ressort à 130 617 950 francs CFA en 2024-2025, elle passe à 639 646 446 francs CFA en 2026 et à 966 980 137 francs CFA en 2027.

COMPTE DE RESULTAT DETAILLE

Designation	2024-2025	2026	2027
Ventes de marchandises	925 000 000	2 300 000 000	3 862 500 000
PRODUCTION	240 000 000	390 000 000	765 000 000
INGENIERIE MECANIQUE	90 000 000	180 000 000	375 000 000
SOUDURE TECHNIQUE	75 000 000	150 000 000	150 000 000
SSI	75 000 000	80 000 000	240 000 000
INCUBATEURS	370 000 000	1 190 000 000	2 040 000 000
EXPERTISE ET FORMATION	315 000 000	720 000 000	1 057 500 000
Achats consommés de marchandises	20 250 000	35 000 000	64 500 000
PRODUCTION	20 250 000	35 000 000	64 500 000
INGENIERIE MECANIQUE	8 000 000	16 000 000	37 500 000
SOUDURE TECHNIQUE	7 500 000	15 000 000	15 000 000
SSI	3 750 000	4 000 000	12 000 000
Marge commerciale	904 750 000	2 265 000 000	3 798 000 000
PRODUCTION	219 750 000	355 000 000	700 500 000
INGENIERIE MECANIQUE	81 000 000	144 000 000	337 500 000
SOUDURE TECHNIQUE	67 500 000	135 000 000	135 000 000
SSI	71 250 000	76 000 000	228 000 000
INCUBATEURS	370 000 000	1 190 000 000	2 040 000 000
EXPERTISE ET FORMATION	315 000 000	720 000 000	1 057 500 000
Consommations intermédiaires	426 912 529	773 299 992	1 201 831 256
Fournitures consommables	46 800 016	98 599 996	161 100 000
AUTRES SERVICES 05	46 800 016	98 599 996	161 100 000
Petit outillage	4 500 000	3 000 000	3 000 000
Fournitures de bureau	4 500 000	3 000 000	3 000 000
Produits d'entretien	800 000	800 000	800 000
Carburant	0 250 008	22 000 000	38 625 000
Electricité	18 500 000	48 000 004	77 250 000
Eau, gaz, chauffage	0 250 008	22 000 000	38 625 000
Services extérieurs	380 112 513	674 699 996	1 040 731 256
Honoraires expert comptable	8 000 000	8 000 000	8 000 000
Honoraires juridiques	8 000 000	8 000 000	8 000 000
Locations immobilières	8 000 000	8 000 000	8 000 000
AUTRES SERVICES	356 112 513	656 699 996	1 022 731 256
Entretien et réparations 0,05%	402 407	1 150 004	1 931 250
Maintenance	8 000 000	12 000 000	12 000 000
Assurances	0 250 008	22 000 000	38 625 000
Consultants	245 000 000	500 000 000	750 000 000
Publicité	55 000 000	41 000 000	100 000 000
Déplacements et missions	0 250 008	22 000 000	38 625 000
Affranchissements	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Téléphone flotte de 10 personnes	2 400 000	4 800 000	4 800 000
Cotisations	250 000	250 000	250 000
Coût hébergement consultant	25 000 000	50 000 000	75 000 000
Valeur ajoutée	477 837 471	1 491 700 008	2 596 168 744
Valeur ajoutée	477 837 471	1 491 700 008	2 596 168 744
Subventions d'exploitation	50 000 000		
Impôts et taxes	35 700 000	84 600 000	135 600 000
Charges de personnel	315 081 475	446 845 406	996 038 387
Salaires bruts	246 164 700	347 199 224	773 922 600
Charges sociales patronales	68 916 775	99 646 182	222 115 787
Rémunération dirigeant			
Charges sociales dirigeant			
Autres charges de personnel			
Excédent brut d'exploitation	177 055 996	960 254 602	1 464 530 357
Reprises sur provisions + Transferts de charges			
Autres produits			
Autres charges			
Dotations aux amortissements	44 375 866	44 231 300	42 958 300
Dotations aux provisions			
Résultat d'exploitation	132 680 130	916 023 302	1 421 572 057
Produits financiers			
Charges financières			
Résultat financier			
Résultat courant	132 680 130	916 023 302	1 421 572 057
Designation	2024-2025	2026	2027
Participation des salariés			
Impôt société	46 438 046	320 608 156	497 550 220
Résultat de l'exercice	86 242 084	595 415 146	924 021 837
Capacité d'autofinancement	130 617 950	639 646 446	966 980 137

RATIO D'EXPLOITATION

Designation	2024-2025	2026	2027
Ventes de marchandises	100,00%	100,00%	100,00%
Achats consommés de marchandises	2,19%	1,52%	1,67%
Marge commerciale	97,81%	98,48%	98,33%
Production réelle			
Achats consommés de matières premières			
Marge sur production			
Ventes + Production	100,00%	100,00%	100,00%
Achats consommés	2,19%	1,52%	1,67%
Marge globale	97,81%	98,48%	98,33%
Consommations intermédiaires	46,15%	33,62%	31,12%
Fournitures consommables	5,06%	4,29%	4,17%
Services extérieurs	41,09%	29,33%	26,94%
Valeur ajoutée	51,66%	64,86%	67,21%
Subventions d'exploitation	5,41%		
Impôts et taxes	3,88%	3,68%	3,51%
Charges de personnel	34,06%	19,43%	25,79%
Excédent brut d'exploitation	19,14%	41,75%	37,92%
Reprises sur provisions + Transferts de charges			
Autres produits			
Autres charges			
Dotations aux amortissements	4,80%	1,92%	1,11%
Dotations aux provisions			
Résultat d'exploitation	14,34%	39,83%	36,80%
Produits financiers			
Charges financières			
Résultat financier			
Résultat courant	14,34%	39,83%	36,80%
Produits exceptionnels			
Charges exceptionnelles			
Résultat exceptionnel			
Participation des salariés			
Impôt société	5,02%	13,94%	12,88%
Résultat de l'exercice	9,32%	25,89%	23,92%
Capacité d'autofinancement	14,12%	27,81%	25,04%

BILAN

Designation	2024-2025	2026	2027
Actif			
Capital souscrit non appelé			
Actif immobilisé			
Immobilisations	154 500 000	212 000 000	239 500 000
- Amortissements / Provisions	44 375 886	88 607 166	131 585 466
	110 124 134	123 392 834	107 934 534
Actif circulant			
Stocks et en-cours			
- Provisions sur stocks et en-cours			
Avances et acomptes versés			
Créances clients	4 687 500	68 310 000	94 637 500
- Provisions des créances clients			
Autres créances			
Disponibilités	305 149 052	1 079 995 739	1 955 364 590
- Provisions des V.M.P.			
Charges constatées d'avance			
	309 836 552	1 148 305 739	2 050 002 090
Charges à répartir			
Total de l'actif	419 960 686	1 271 698 573	2 157 936 624
Passif			
Capitaux propres			
Capital	10 000 000	10 000 000	10 000 000
Réserves et R.A.N.		86 242 084	681 657 230
Résultat de l'exercice	86 242 084	595 415 146	924 021 837
Subventions d'investissements	250 000 000	250 000 000	250 000 000
	346 242 084	941 657 230	1 885 679 067
Provisions pour risques et charges			
Dettes			
Emprunts et dettes assimilés			
Avances et acomptes reçus			
Dettes fournisseurs			
Dettes fiscales et sociales	73 718 602	330 041 343	292 257 557
Dettes sur immobilisations			
Autres dettes			
Produits constatés d'avance			
	73 718 602	330 041 343	292 257 557
Total du passif	419 960 686	1 271 698 573	2 157 936 624

De nouveaux investissements en immobilisations ont été prévus à hauteur de 154 500 000 francs en 2024-2025, de 57 500 000 francs en 2026 et de 27 500 000 francs en 2027.

Afin de financer ces nouveaux investissements, l'entreprise prévoit une augmentation de ses fonds propres de 595 415 146 francs CFA en 2026 et une augmentation des fonds propres de 924 021 837 francs CFA en 2027, ainsi que le recours à de nouveaux emprunts pour 0 franc CFA en 2024-2025 et 0 franc CFA en 2026 et 0 franc CFA en 2027.

TABLEAU DE FINANCEMENT

Designation	2024-2025	2026	2027
Ressources			
Capitaux propres			
Capital	10 000 000		
Comptes courants			
Primes et subventions	250 000 000		
	260 000 000		
Capitaux empruntés			
Organismes financiers			
Autres financements			
Réserves de participation			
Cessions d'immobilisations			
Remboursement d'immobilisations financières			
Capacité d'autofinancement	130 617 950	639 646 446	966 980 137
Total des ressources	390 617 950	639 646 446	966 980 137
Emplois			
Acquisitions			
Immobilisations incorporelles	1 500 000		
Immobilisations corporelles	150 000 000	57 500 000	27 500 000
Immobilisations financières	3 000 000		
	154 500 000	57 500 000	27 500 000
Charges à répartir			
Remboursements			
Echéances d'emprunts			
Remboursements de comptes courants			
Débloques de participation			
Dividendes distribués			
Total des emplois	154 500 000	57 500 000	27 500 000
Variation FR	236 117 950	582 146 446	939 480 137

COMPTE DE TRESORERIE

Designation	2024-2025	2026	2027
Variation du Fonds de roulement	236 117 950	582 146 446	939 480 137
Variation du Besoin en Fonds de roulement	-69 031 102	-192 700 241	64 111 286
Variation de la Trésorerie	305 149 052	774 846 687	875 368 851
Etat de la Trésorerie	305 149 052	1 079 995 739	1 955 364 590
Fonds de roulement	236 117 950	818 264 396	1 757 744 533
Besoins en fonds de roulement	-69 031 102	-261 731 343	-197 620 057
Etat de la Trésorerie	305 149 052	1 079 995 739	1 955 364 590

Le solde de Trésorerie en fin d'exercice s'élève à 305 149 052 francs CFA en 2024-2025, puis à 1 079 995 739 francs CFA en 2026 et 1 955 364 590 francs CFA en 2027.

TRESORERIE MENSUELLE

Designation	Sep 2024	Oct 2024	Nov 2024	Déc 2024	Jan 2025	Fév 2025	Mar 2025	Avr 2025	Mai 2025	Jui 2025	Jui 2025	Aoû 2025
Entrées	330 375 000	38 815 250	50 065 250	50 065 250	132 040 250	50 065 250	50 065 250	132 040 250	50 065 250	50 065 250	134 865 250	50 040 250
Sorties	166 645 703	31 036 902	50 657 515	52 213 002	56 813 683	60 769 293	53 281 865	55 744 820	62 113 378	52 437 780	57 239 680	61 307 780
Solde précédent		163 729 297	171 507 645	170 915 380	168 767 628	243 994 195	233 290 152	230 073 537	306 368 967	294 320 839	291 948 309	369 573 879
Nouveau solde	163 729 297	171 507 645	170 915 380	168 767 628	243 994 195	233 290 152	230 073 537	306 368 967	294 320 839	291 948 309	369 573 879	358 311 879

Designation	Oct 2025	Nov 2025	Déc 2025	Total
Entrées	25 062 500	25 062 500	25 062 500	1 243 812 500
Sorties	47 581 999	47 581 999	52 731 999	938 663 448
Solde précédent	377 857 549	355 338 050	332 818 551	
Nouveau solde	355 338 050	332 818 551	305 149 052	

Designation	Jan 2026	Fév 2026	Mar 2026	Avr 2026	Mai 2026	Jui 2026	Jui 2026	Aoû 2026	Sep 2026	Oct 2026	Nov 2026	Déc 2026
Entrées	347 470 834	103 921 334	133 921 334	411 121 334	103 921 334	133 921 334	419 521 334	103 921 334	133 921 334	133 921 334	103 921 334	133 891 334
Sorties	170 723 962	127 603 710	116 166 242	169 339 364	129 417 539	114 352 413	125 238 467	128 453 454	84 505 084	105 631 758	101 375 987	115 721 334
Solde précédent	305 149 052	481 895 924	458 213 548	475 968 640	717 750 610	692 254 405	711 823 326	1 006 106 19	981 574 073	1 030 990 32	1 059 279 89	1 061 825 24
Nouveau solde	481 895 924	458 213 548	475 968 640	717 750 610	692 254 405	711 823 326	1 006 106 19	981 574 073	1 030 990 32	1 059 279 89	1 061 825 24	1 079 981 334

Designation	Jan 2027	Fév 2027	Mar 2027	Avr 2027	Mai 2027	Jui 2027	Jui 2027	Aoû 2027	Sep 2027	Oct 2027	Nov 2027	Déc 2027
Entrées	676 447 500	187 885 000	202 885 000	702 835 000	187 885 000	202 885 000	717 985 000	187 885 000	202 885 000	202 885 000	187 885 000	202 821 334
Sorties	220 854 745	248 423 233	258 679 343	482 575 482	257 639 076	249 463 500	217 496 067	250 762 999	185 450 859	176 369 530	180 826 137	259 261 334
Solde précédent	1 079 995 74	1 535 588 50	1 475 050 26	1 419 255 92	1 639 515 44	1 569 761 36	1 523 182 86	2 023 671 80	1 960 793 80	1 978 227 94	2 004 743 41	2 011 802 27
Nouveau solde	1 535 588 50	1 475 050 26	1 419 255 92	1 639 515 44	1 569 761 36	1 523 182 86	2 023 671 80	1 960 793 80	1 978 227 94	2 004 743 41	2 011 802 27	1 955 311 334

ANNEXES

Investissements

Designation	2024-2025	2026	2027
Immobilisations incorporelles	1 500 000		
Frais d'établissement	500 000		
Concessions et droits similaires	1 000 000		
Immobilisations corporelles	150 000 000	57 500 000	27 500 000
CONSTRUCTIONS	2 500 000	2 500 000	2 500 000
Agencements des bâtiments	2 500 000	2 500 000	2 500 000
INSTALLATIONS TECHNIQUES	75 000 000	12 500 000	12 500 000
Matériel industriel par secteur 10 000 000	50 000 000		
Outillage industriel	25 000 000	12 500 000	12 500 000
AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES	72 500 000	42 500 000	12 500 000
Agencements divers	2 500 000	2 500 000	2 500 000
Matériel de transport A	18 000 000	18 000 000	
Matériel de transport B	25 000 000		
Matériel de bureau et informatique 15	12 000 000	12 000 000	
Matériel de bureau	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Mobilier	10 000 000	5 000 000	5 000 000
Immobilisations financières	3 000 000		
AUTRES IMMOBILISATIONS FINANCIERES	3 000 000		
Dépôts et cautionnements LOYER BANQUE CIE EAU	3 000 000		
Investissements à réaliser	154 500 000	57 500 000	27 500 000
Immobilisations de l'exercice précédent		154 500 000	212 000 000
Immobilisations cédées			
Immobilisations	154 500 000	212 000 000	239 500 000

Activité commerciale

Designation	2024-2025	2026	2027
Ventes de marchandises	925 000 000	2 300 000 000	3 862 500 000
PRODUCTION	240 000 000	390 000 000	765 000 000
INGENIERIE MECANIQUE	90 000 000	160 000 000	375 000 000
SOUDURE TECHNIQUE	75 000 000	150 000 000	150 000 000
SSI	75 000 000	80 000 000	240 000 000
INCUBATEURS	370 000 000	1 190 000 000	2 040 000 000
EXPERTISE ET FORMATION	315 000 000	720 000 000	1 057 500 000
Achats effectués de marchandises	20 250 000	35 000 000	64 500 000
PRODUCTION	20 250 000	35 000 000	64 500 000
INGENIERIE MECANIQUE	9 000 000	16 000 000	37 500 000
SOUDURE TECHNIQUE	7 500 000	15 000 000	15 000 000
SSI	3 750 000	4 000 000	12 000 000
Stock initial de marchandises			
Stock final de marchandises			
Achats consommés de marchandises	20 250 000	35 000 000	64 500 000
PRODUCTION	20 250 000	35 000 000	64 500 000
INGENIERIE MECANIQUE	9 000 000	16 000 000	37 500 000
SOUDURE TECHNIQUE	7 500 000	15 000 000	15 000 000
SSI	3 750 000	4 000 000	12 000 000
Marge commerciale	904 750 000	2 265 000 000	3 798 000 000
PRODUCTION	219 750 000	355 000 000	700 500 000
INGENIERIE MECANIQUE	81 000 000	144 000 000	337 500 000
SOUDURE TECHNIQUE	67 500 000	135 000 000	135 000 000
SSI	71 250 000	76 000 000	228 000 000
INCUBATEURS	370 000 000	1 190 000 000	2 040 000 000
EXPERTISE ET FORMATION	315 000 000	720 000 000	1 057 500 000
Marge commerciale (%)	97,81%	98,48%	98,33%
PRODUCTION	91,56%	91,03%	91,57%
INGENIERIE MECANIQUE	90,00%	90,00%	90,00%
SOUDURE TECHNIQUE	90,00%	90,00%	90,00%
SSI	95,00%	95,00%	95,00%
INCUBATEURS	100,00%	100,00%	100,00%
EXPERTISE ET FORMATION	100,00%	100,00%	100,00%

Charges externes

Designation	2024-2025	2026	2027
Fournitures consommables	46 800 016	98 599 996	161 100 000
AUTRES SERVICES 05	46 800 016	98 599 996	161 100 000
Petit outillage	4 500 000	3 000 000	3 000 000
Fournitures de bureau	4 500 000	3 000 000	3 000 000
Produits d'entretien	800 000	600 000	600 000
Carburant	9 250 008	22 999 996	38 625 000
Electricité	18 500 000	46 000 004	77 250 000
Eau, gaz, chauffage	9 250 008	22 999 996	38 625 000
Services extérieurs	380 112 513	674 699 996	1 040 731 256
Honoraires expert comptable	8 000 000	6 000 000	6 000 000
Honoraires juridiques	8 000 000	6 000 000	6 000 000
Locations immobilières	8 000 000	6 000 000	6 000 000
AUTRES SERVICES	356 112 513	656 699 996	1 022 731 256
Entretien et réparations 0,05%	462 497	1 150 004	1 931 256
Maintenance	8 000 000	12 000 000	12 000 000
Assurances	9 250 008	22 999 996	38 625 000
Consultants	245 000 000	500 000 000	750 000 000
Publicité	55 000 000	41 000 000	100 000 000
Déplacements et missions	9 250 008	22 999 996	38 625 000
Affranchissements	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Téléphone flotte de 10 personnes	2 400 000	4 800 000	4 800 000
Cotisations	250 000	250 000	250 000
Coût hébergement consultant	25 000 000	50 000 000	75 000 000

Charges de personnel

Designation	2024-2025	2026	2027
Salaires bruts	246 164 700	347 199 224	773 922 600
HORS CHARCUTERIE	246 164 700	347 199 224	773 922 600
Direction gérance	40 000 000	30 000 000	42 000 000
Encadrement adjoint	24 000 000	18 000 000	30 000 000
Administratif comptable	8 000 000	6 000 000	9 600 000
Administratif gestionnaire de stock	8 000 000	6 000 000	9 600 000
Administratif assistante gestion de projets	6 400 000	4 800 000	6 000 000
Administratif secretariat	6 400 000	4 800 000	6 000 000
Commerciaux	98 064 700	195 999 224	484 722 600
Business coach	22 500 000	18 000 000	24 000 000
Ingenieur professionnel	16 000 000	36 000 000	90 000 000
Ingenieur	12 000 000	18 000 000	60 000 000
Chauffeurs	4 800 000	9 600 000	12 000 000
Charges sociales patronales	68 916 775	99 646 182	222 115 787
HORS CHARCUTERIE	68 916 775	99 646 182	222 115 787
Direction gérance	11 480 000	8 610 000	12 054 000
Encadrement adjoint	6 888 000	5 166 000	8 610 000
Administratif comptable	2 296 000	1 722 000	2 755 200
Administratif gestionnaire de stock	2 296 000	1 722 000	2 755 200
Administratif assistante gestion de projets	1 836 800	1 377 600	1 722 000
Administratif secretariat	1 836 800	1 377 600	1 722 000
Commerciaux	28 144 575	56 251 782	139 115 387
Business coach	4 725 000	5 166 000	6 888 000
Ingenieur professionnel	4 592 000	10 332 000	25 830 000
Ingenieur	3 444 000	5 166 000	17 220 000
Chauffeurs	1 377 600	2 755 200	3 444 000
Charges de personnel	315 081 475	446 845 406	996 038 387

ANALYSE FINANCIERE

	PROJET BPE
DESCRIPTION DU PROJET	Mettre en œuvre le Bureau du Conseil et de l'Expertise
INVESTISSEMENTS	154 500 000
BFE (09 MOIS)	582 432 773
COUT TOTAL DU PROJET	736 932 773
VAN POSITIVE OU NEGATIVE	Positive
TRI	42%
DRC	Année N+2

CONCLUSION

Ce plan stratégique et opérationnel, véritable boussole pour le Bureau du Conseil et de l'Expertise, revêt une importance capitale pour l'Institut National Polytechnique Félix HOUPHOUËT-BOIGNY (INP-HB). En effet, il vise à amplifier les performances commerciales de l'institution en capitalisant sur les offres et services déjà existants. Au cœur de cette démarche, notre ambition est claire : guider l'INP-HB vers une performance globale qui englobe à la fois les aspects commerciaux et financiers, tout en plaçant la satisfaction de la clientèle et des parties prenantes au centre de nos préoccupations.

Optimisation des offres et services :

L'INP-HB dispose d'un éventail d'offres et de services de grande qualité. Notre premier objectif est de les exploiter pleinement en les adaptant aux besoins spécifiques de nos clients. Pour ce faire, nous mettrons en place des mécanismes d'évaluation continue afin d'identifier les forces et les axes d'amélioration.

La diversification de nos offres est également essentielle. Nous explorerons de nouvelles opportunités, que ce soit dans le domaine de la formation continue, de la recherche appliquée ou des partenariats avec l'industrie.

Communication et visibilité :

Pour maximiser notre impact, nous devons renforcer notre communication interne et externe. L'INP-HB regorge de talents et d'expertises, mais il est crucial de les faire connaître. Des campagnes de sensibilisation, des événements, des publications et des collaborations avec les médias seront mis en place.

Nous créerons un lien solide entre l'ensemble de la communauté de l'INP-HB et l'établissement. La transparence et la proximité avec nos parties prenantes sont des atouts majeurs pour renforcer notre image et notre attractivité.

Coordination et synergie :

L'absence de mutualisation des compétences a été identifiée comme une externalité négative. Nous travaillerons à une meilleure coordination entre les différentes écoles et départements de l'INP-HB. Des plateformes d'échange, des groupes de travail et des projets collaboratifs seront encouragés.

La concertation avec nos partenaires est également primordiale. Nous chercherons à harmoniser nos actions avec celles des entreprises, des institutions publiques et des acteurs de la société civile.

Évaluation et ajustements :

Nous mettrons en place des indicateurs de performance pour mesurer nos avancées. Ces indicateurs couvriront des aspects tels que le taux de satisfaction des clients, le chiffre d'affaires généré, la qualité des services rendus, etc.

L'INP-HB sera agile et réactif. Nous procéderons à des ajustements réguliers en fonction des retours d'expérience et des évolutions du marché.

En somme, ce plan stratégique et opérationnel est bien plus qu'un simple document. Il incarne notre engagement envers l'excellence, l'innovation et le développement durable. Ensemble, nous construirons un INP-HB plus fort, plus compétitif et plus résilient, au service de la Côte d'Ivoire et de toute la région africaine.



Institut National Polytechnique

Félix HOUPHOUËT-BOIGNY



+225 27 30 646 661
+225 05 01 80 00 19



Email :
secretariatdg@inphb.ci



Plus d'Infos :
www.inphb.ci



Côte d'Ivoire
Yamoussoukro