The cover features a background of a city skyline with tall buildings, overlaid with large, flowing, abstract shapes in shades of blue and teal. The text is centered and right-aligned.

BUSINESS PLAN

PROJET NEAUMADE

VICTOR DANSET
AYMERIC ROY
LEO POUILLY

Résumé du projet

Le monde fait face à un défi majeur : l'accès à l'eau potable. En 2022, environ 700 millions de personnes n'ont pas accès à l'eau potable, particulièrement en Afrique du Nord et au Moyen-Orient.

NeauMade offre une solution innovante : un générateur d'eau atmosphérique qui extrait l'humidité de l'air pour la transformer en eau potable. Ce dispositif fonctionne indépendamment des infrastructures d'approvisionnement traditionnelles et est respectueux de l'environnement.

Le marché cible se concentre principalement sur les zones rurales et isolées dans des pays en développement, en particulier en Afrique subsaharienne, où 408 millions de personnes n'ont pas accès à l'eau potable.

Le Congo est un exemple de marché stratégique, avec un taux d'humidité moyen de 80% et des ressources en eau de mauvaise qualité.

Le projet est porté par une équipe de trois personnes :

- Victor Danset, étudiant en ingénierie et porteur du projet
- Léo Pouilly, étudiant en ingénierie,
- Aymeric Roy, étudiant commercial/entrepreneur.

Les activités clés du projet incluent la R&D pour perfectionner la technologie, la fabrication de prototypes, la recherche de fournisseurs, la production, le marketing et la distribution, ainsi qu'un service après-vente pour garantir la durabilité du produit. Les partenariats stratégiques avec des ONG et des gouvernements sont également essentiels pour étendre la portée du produit.

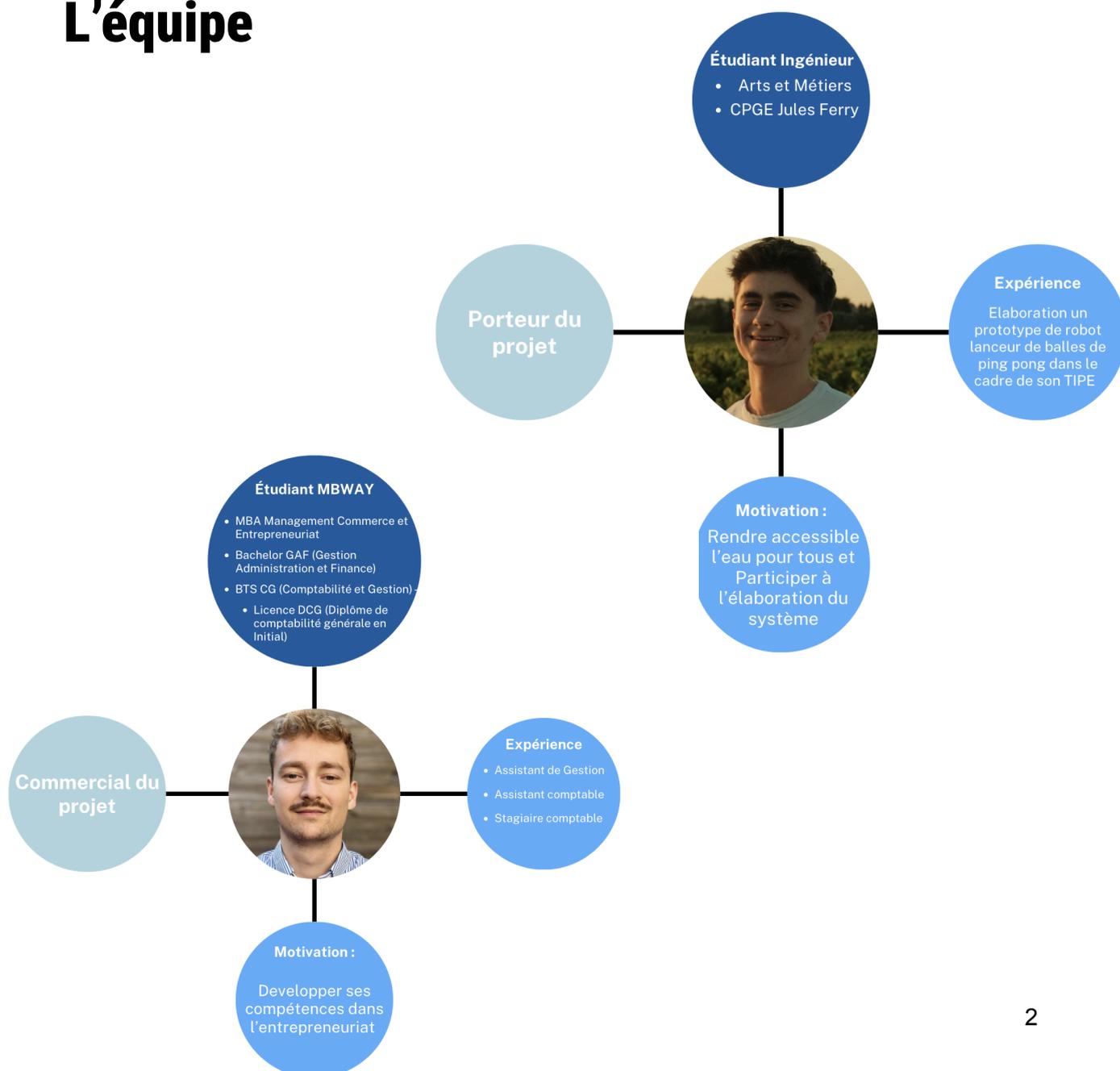
Les objectifs financiers pour la première année sont un chiffre d'affaires de 56 000 € grâce à la vente de 70 générateurs. La croissance attendue pour la deuxième année est de 20%, avec un chiffre d'affaires estimé à 67 200 €. À long terme, l'objectif est de devenir un acteur clé sur le marché mondial des solutions d'accès à l'eau, avec une croissance continue de 25% par an sur 3 à 5 ans.

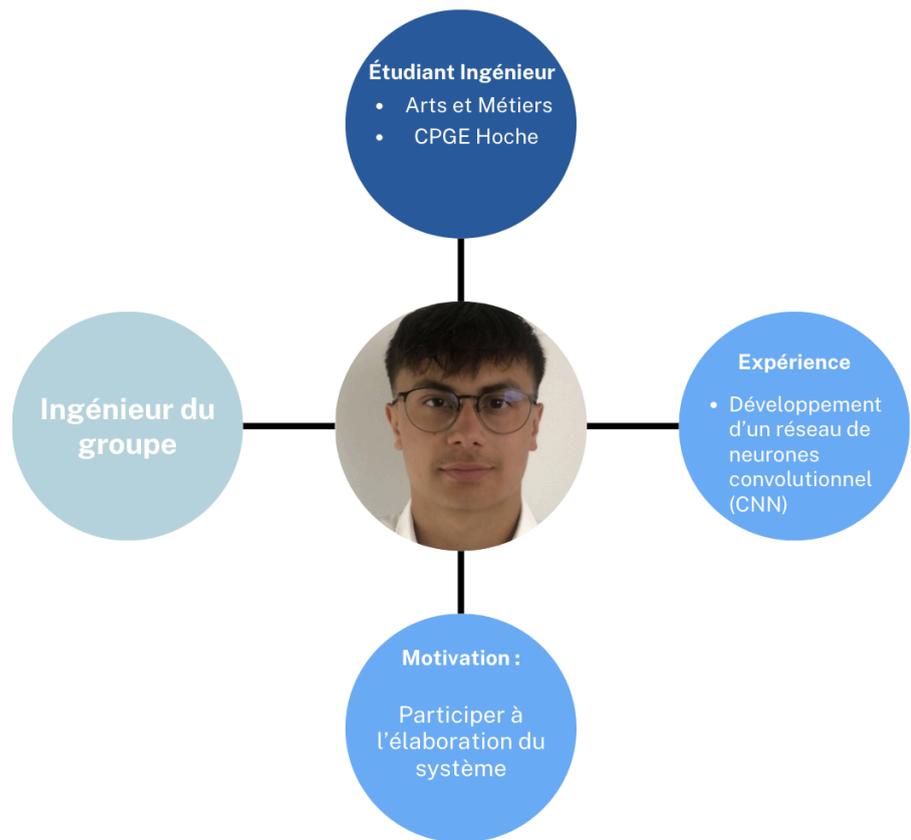
Les besoins de financement pour les trois premières années sont estimés à 100 000 €, destinés à financer la R&D, la production, le marketing, et le support logistique.

Le financement initial de 20 000 € sera recherché via des investisseurs privés, du crowdfunding, ou des subventions pour l'élaboration des premiers prototypes et le début de commercialisation.

La structure juridique choisie est une SASU (Société par Actions Simplifiée Unipersonnelle), offrant une responsabilité limitée et une grande flexibilité de gestion, idéale pour un projet en forte croissance. Ce statut est aussi adapté pour attirer des investisseurs et faciliter la levée de fonds, crucial pour le développement et la croissance du projet.

L'équipe





Présentation générale du projet

NeauMade est un projet innovant qui répond à la problématique urgente de l'accès à l'eau potable dans les régions du monde confrontées à des pénuries chroniques d'eau.

En 2022, environ 408 millions de personnes en Afrique subsaharienne, soit 1 personne sur 3, n'ont pas accès à de l'eau potable, selon l'OMS.

Plus spécifiquement, au Congo, avec un taux d'humidité moyen de 80%, 33 millions de personnes n'ont pas accès à l'eau courante et, lorsqu'elles en ont, elle est souvent de mauvaise qualité.

Le projet NeauMade vise à exploiter l'humidité présente dans l'air ambiant pour produire de l'eau potable, en utilisant une technologie de condensation avancée. Le principe de fonctionnement est simple : l'air ambiant est aspiré par un ventilateur, puis refroidi à l'aide d'un système thermique, ce qui permet à la

vapeur d'eau de se condenser sous forme de gouttelettes. L'eau ainsi collectée est ensuite filtrée et purifiée avant d'être stockée dans un réservoir pour une utilisation domestique ou dans des situations d'urgence.

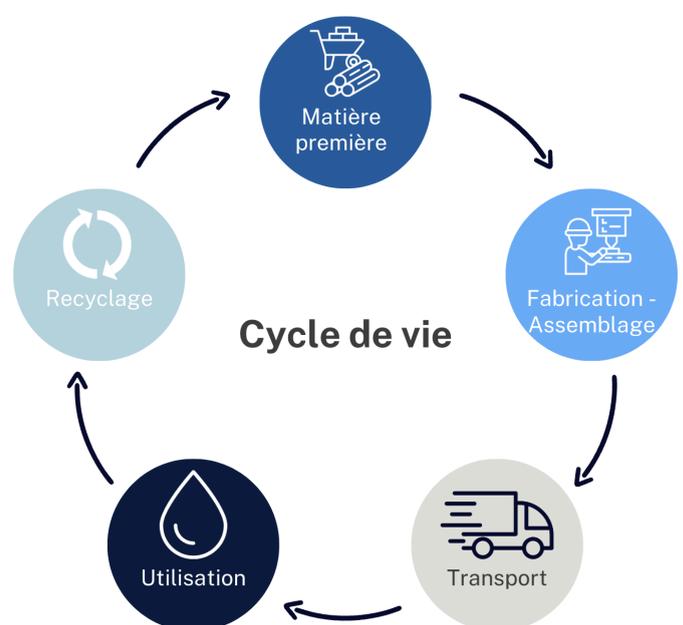
NeauMade est né de la volonté de l'équipe de proposer une solution durable, autonome et respectueuse de l'environnement pour répondre à la crise mondiale de l'eau.

Cette idée a émergé de la prise de conscience qu'en dépit de l'humidité élevée dans des régions comme le Congo, les populations locales n'ont souvent pas accès à de l'eau potable, en raison du manque d'infrastructures et de la mauvaise qualité de l'eau disponible.

La partie économique du plan d'affaires

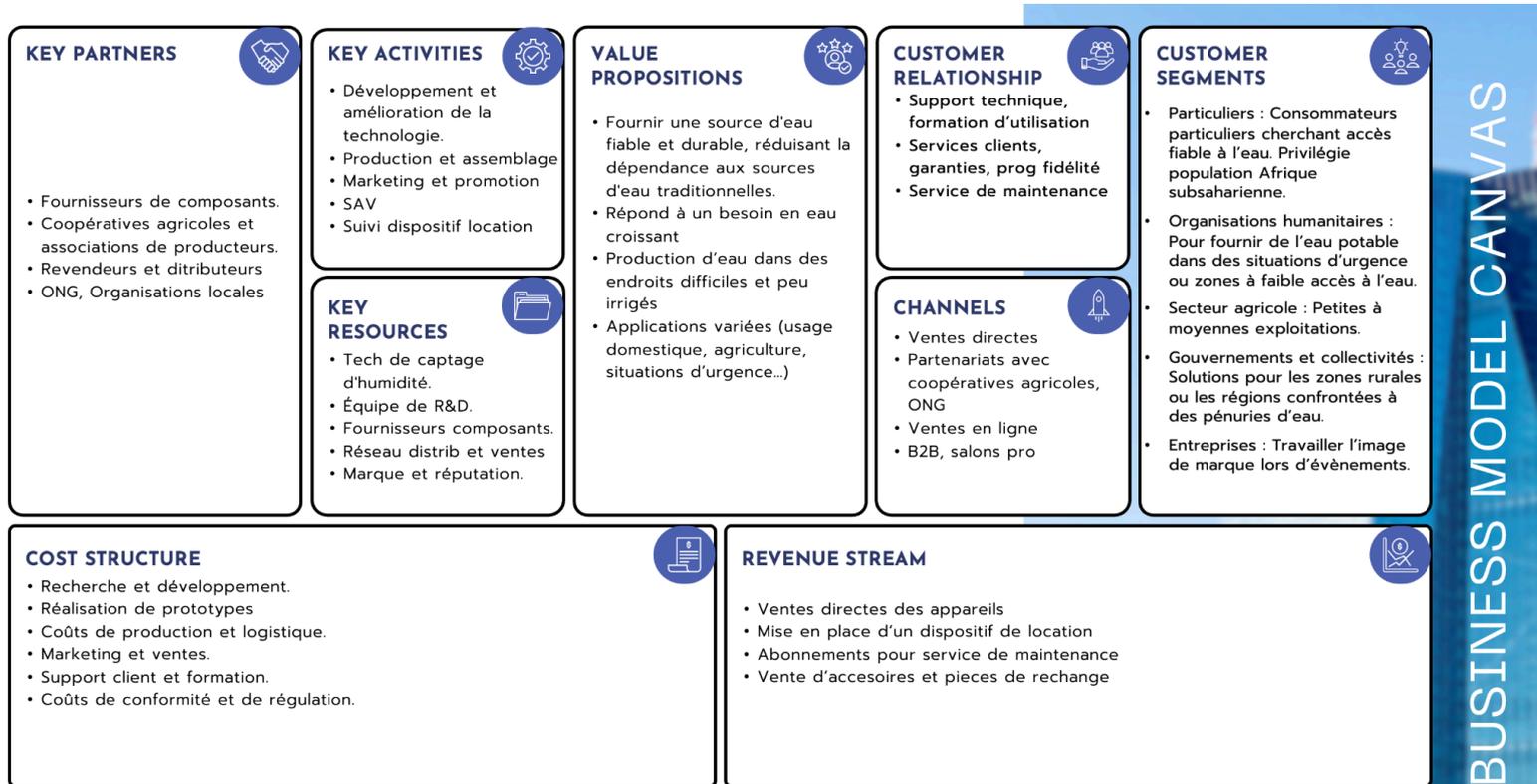
- **Cycle de vie du produit :**

- **Fabrication** : Après le lancement, les générateurs seront produits en série. Le processus de fabrication implique l'assemblage des composants électroniques, le montage du système de condensation et de purification, ainsi que l'intégration des panneaux solaires. Cette partie sera réalisée par *NeauMade*.
- **Utilisation** : Le générateur est conçu pour une utilisation autonome à domicile ou dans des zones rurales. Il nécessite peu de maintenance, à l'exception du remplacement périodique des filtres et d'un nettoyage des composants.



- **Fin de vie** : Le recyclage des composants sera orchestré par les services compétents.

- **Business Model Canva :**



- **Conclusion de l'étude de marché**

Le marché des générateurs d'eau atmosphérique connaît une croissance soutenue, notamment en raison de la pénurie croissante d'eau potable dans de nombreuses régions du monde, en particulier en Afrique subsaharienne. En 2024, le marché des générateurs d'eau atmosphérique était estimé à 2,8 milliards de dollars, avec un taux de croissance annuel moyen de 8%, et devrait atteindre 4,55 milliards de dollars d'ici 2030 (selon Grand View Research).

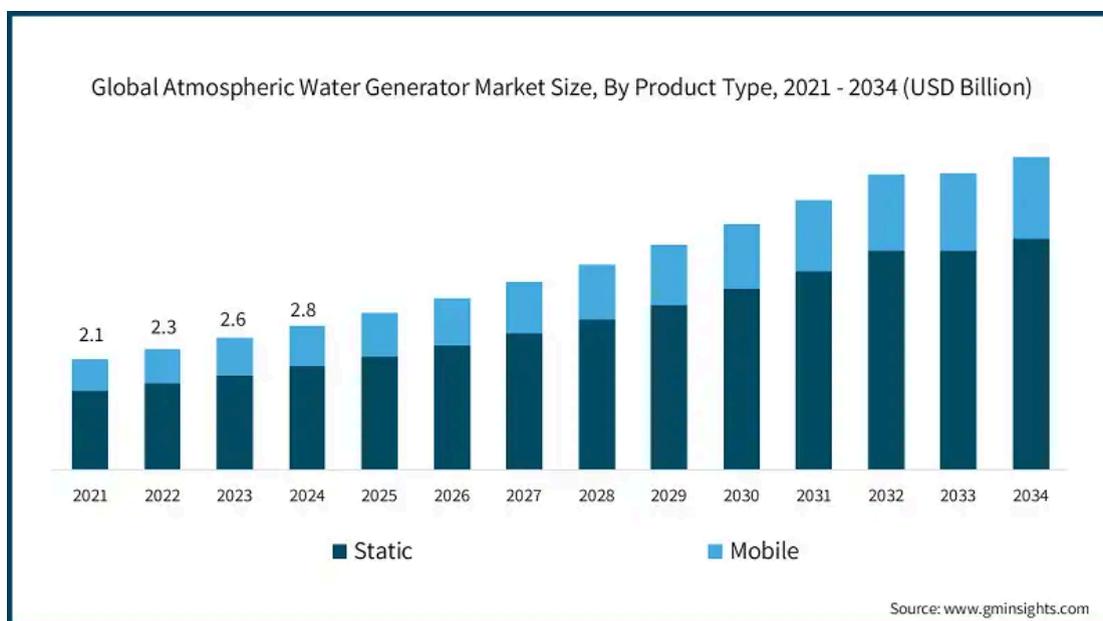
En Afrique subsaharienne, environ 408 millions de personnes n'ont pas accès à l'eau potable, soit près de 1 sur 3 de la population. Les conditions sont particulièrement difficiles dans des pays comme le Congo, où le taux d'humidité moyen est de 80%, mais où 33 millions de personnes n'ont toujours pas accès à

l'eau potable, et même lorsqu'elles en ont, celle-ci est souvent de mauvaise qualité.

Ce contexte crée une demande énorme pour des solutions alternatives et durables, comme les générateurs d'eau atmosphérique, qui peuvent exploiter l'humidité de l'air pour produire de l'eau potable.

Les générateurs d'eau atmosphérique sont déjà en service dans des zones isolées et rurales, et des initiatives comme Majik Water au Kenya, qui produit environ 200 000 litres d'eau par mois, illustrent bien l'efficacité de cette technologie. Ces données (fournies par Le Monde) démontrent non seulement que la technologie est viable, mais aussi qu'elle peut avoir un impact significatif sur les communautés qui en bénéficient.

En outre, selon un rapport de ReportPrime, le marché des générateurs d'eau atmosphérique connaît une croissance rapide (8% annuel) en raison de l'augmentation de la préoccupation environnementale et de la demande pour des solutions durables (ReportPrime). Cela offre une opportunité stratégique pour le projet *NeauMade*.



Ainsi, avec une croissance rapide du marché et une demande pressante pour des solutions écologiques et autonomes, NeauMade est bien positionnée pour répondre aux besoins croissants en accès à l'eau potable, et notamment en Afrique subsaharienne.

L'ambition du projet est, à terme, de révolutionner l'accès à l'eau dans les régions où les infrastructures d'approvisionnement sont limitées, notamment en Afrique subsaharienne.

● **Positionnement**

Le positionnement de NeauMade se veut avant tout accessible. De plus, le générateur d'eau atmosphérique sera perçu comme une solution innovante et durable adaptée aux besoins des populations d'Afrique subsaharienne.

Segments clients

NeauMade s'adresse à une variété de segments de clientèle en fonction des besoins spécifiques en eau potable dans différents contextes.

→ **Particuliers**

- ◆ Description : Les consommateurs privés, en particulier ceux vivant dans des zones rurales ou isolées. Ce segment comprend également les personnes soucieuses de l'environnement et cherchant à réduire leur dépendance aux réseaux d'eau traditionnels ou à l'achat d'eau en bouteille.
- ◆ Besoins : Une solution simple, abordable et durable permettant de garantir un accès constant à de l'eau potable.
- ◆ Proposition de valeur : Réduire les coûts d'achat d'eau et l'empreinte carbone des utilisateurs.

→ **Organisations humanitaires**

- ◆ Description : ONG et organisations humanitaires travaillant dans des zones affectées par des crises, des catastrophes naturelles, ou dans des régions souffrant de pénuries d'eau chroniques.
- ◆ Besoins : Fournir de l'eau potable dans des situations d'urgence ou des zones à faible accès à l'eau. Les organisations humanitaires ont besoin de solutions efficaces et rapidement déployables.
- ◆ Proposition de valeur : Système capable de produire de l'eau potable de manière fiable et sans nécessiter de grandes infrastructures, ce qui est particulièrement utile dans les zones isolées ou difficiles d'accès.

→ **Secteur agricole :**

- ◆ Description : Les petites exploitations agricoles dans des régions sèches ou semi-arides font face à des défis d'approvisionnement en eau pour l'irrigation et pour les besoins des travailleurs. Le secteur agricole est particulièrement sensible aux variations climatiques et cherche des solutions alternatives pour garantir un approvisionnement constant en eau.
- ◆ Besoins : Accès à une source d'eau régulière et fiable pour l'irrigation des petites cultures et pour les besoins des exploitations agricoles.
- ◆ Proposition de valeur : Production d'eau destinée à l'irrigation, adaptée aux petites exploitations agricoles. Le générateur d'eau atmosphérique peut compléter les systèmes d'irrigation existants et aider à maintenir une production stable.

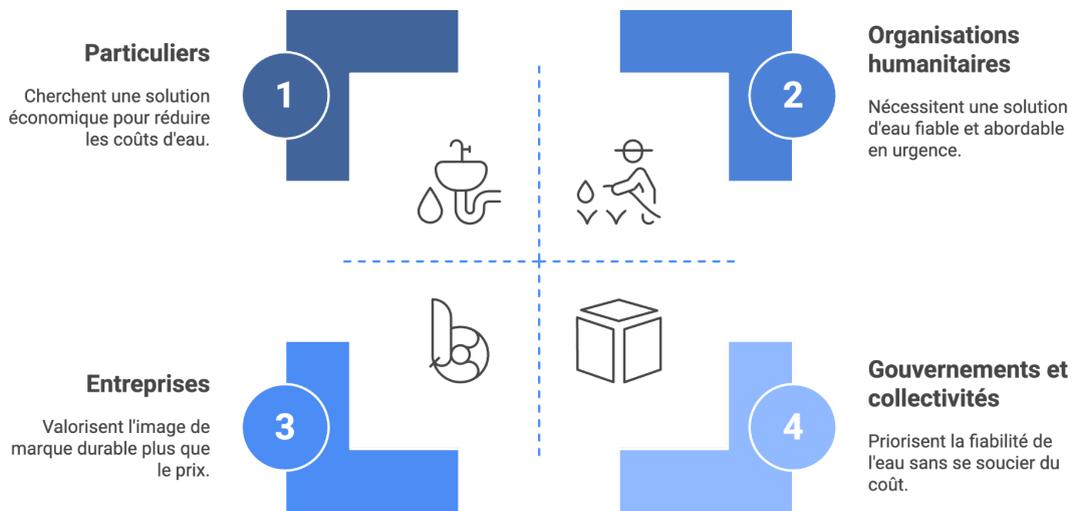
→ **Gouvernements et collectivités**

- ◆ Description : Gouvernements et collectivités locales cherchant à améliorer le service public en proposant un accès fiable à de l'eau potable. Particulièrement pertinent si zones rurales et reculées.
- ◆ Besoins : Fournir de l'eau potable de manière autonome et fiable dans des régions éloignées ou difficiles d'accès, sans avoir à investir massivement dans des infrastructures coûteuses.

→ **Entreprises**

- ◆ Description : Les entreprises, notamment celles dans le secteur de la restauration, du tourisme, sont de plus en plus conscientes de l'impact de leur image de marque en matière de durabilité. Ces entreprises peuvent être intéressées par des solutions d'achat ou de location pour améliorer leur image auprès du public.
- ◆ Besoins : Mettre en place des solutions perçues comme écologiques pour l'approvisionnement en eau dans leurs sites, promouvoir un engagement en matière d'environnement.

Segmentation du marché NeauMade



Mix marketing

- **Produit**

Le produit est conçu pour être autonome, et destiné à produire 20L d'eau par jour. Le générateur est équipé d'un système de condensation et de filtration pour garantir la qualité de l'eau produite.

=> Caractéristiques : Produit autonome, écologique, sans dépendance aux infrastructures d'approvisionnement en eau.

=> Cycle de vie : Le produit peut être utilisé de manière prolongée, avec un entretien minimal (remplacement des filtres et nettoyage régulier).

- **Prix**

Le prix unitaire du générateur est fixé à 800 € pour une production de 20L d'eau par jour. Cette tarification est pensée pour être abordable tout en permettant une marge bénéficiaire suffisante pour couvrir les coûts de production, la R&D, et la distribution.

- Stratégie de prix : Compte tenu des coûts de production et de la demande croissante pour des solutions d'eau durable, le prix de 800 € est très compétitif pour le marché (environ 2 000€ pour solution équivalente).
- Objectif pour l'année 1 : Générer un chiffre d'affaires de 56 000 €, ce qui représente la vente de 70 machines.

- **Place**

→ Canaux de distribution :

- ◆ Vente directe : Site web dédié pour l'achat et la livraison.
- ◆ Service Locatif annexe : Générer un complément de revenu pour utilisation ponctuelle du système (ex: besoins pour événements...)
- ◆ Partenariats avec des ONG : Pour faciliter l'implantation du produit dans des zones à forte demande (régions rurales, zones en crise).
- ◆ Salon pro : Être représenté lors de salons pro (ex: Salon des technologies, concours Lepine...) pour générer des ventes et/ou locations auprès d'entreprises et particuliers.

→ Modèle de distribution :

- ◆ Distribution particuliers : Livraison à domicile à la charge des particuliers.
- ◆ Distribution sélective pour ONG et associations : En raison de la spécificité du produit et de la cible (zones rurales, organisations humanitaires), la distribution se fera en collaboration avec des revendeurs spécialisés et distributeurs de produits écologiques.
- ◆ Canaux indirects : Vente via des ONG et des programmes gouvernementaux.

- **Promotion**

→ Publicité en ligne : Utilisation de réseaux sociaux, de campagnes de référencement payant et de publicité display pour atteindre les particuliers et les organisations intéressées par des solutions écologiques pour l'accès à l'eau. Création de comptes tiktok Facebook et instagram, création de contenu viral pour publicité "organique".

- Communication communautaire : Collaboration avec des ONG, des institutions et des gouvernements locaux pour promouvoir le produit dans des zones sensibles.
- Salons et événements : Participation à des salons spécialisés en développement durable, énergie renouvelable, et technologies pour accroître la visibilité de la marque.
- Partenariats avec des influenceurs : Utilisation d'ambassadeurs ou de partenaires influents pour véhiculer le noble message porté par *NeauMade*.

Pour *NeauMade*, le prévisionnel de vente pour la première année est estimé à 56 000 €, ce qui correspond à la vente de 70 générateurs d'eau atmosphérique à 800 € l'unité. Cette prévision est fondée sur une stratégie de pénétration progressive du marché, principalement axée sur les zones rurales et isolées en Afrique subsaharienne, où l'accès à l'eau potable est un défi majeur. Le calcul repose sur les objectifs de vente initiaux, en tenant compte de la demande potentielle dans les zones ciblées.

Objectifs de vente pour la première année :

- Chiffre d'affaires prévu : 56 000 €.
- Volume de vente : 70 générateurs à 800 € l'unité.
- Cibles principales : Particuliers curieux de la technologie, partenariat avec ONG pour viser les zones rurales et isolées en Afrique subsaharienne.

Projections de croissance à moyen terme :

- Année 2 : Avec une croissance de 20% des ventes, *NeauMade* vise la vente de 84 générateurs (soit un chiffre d'affaires de 67 200 €). Mise en place d'un service de location.
- Année 3 : Expansion des ventes avec un objectif de vente de 100 générateurs ou plus, augmentant ainsi le chiffre d'affaires à environ 80 000 € ou plus. Le service de location pourrait rapporter environ 10 000€ de plus.

En comparant ces projections avec la société concurrente Kumulus, qui a enregistré un chiffre d'affaires légèrement inférieur à 700 000 € en 2022 (société créée en 2020) avec des résultats de bilan modérés, on estime que la trajectoire de croissance de NeauMade se veut très prudente. Il ne serait pas étonnant de dépasser ces chiffres.

Les activités principales du projet :

- **Recherche et développement (R&D)** : Perfectionner la technologie d'extraction de l'eau atmosphérique, notamment en améliorant l'efficacité énergétique et la capacité de production.
- **Fabrication de prototypes** : Vérifier le bon fonctionnement de la technologie, identifier les axes d'amélioration et d'optimisation.
- **Recherche des fournisseurs** : trouver des fournisseurs avec des prix compétitifs
- **Production et fabrication** : Lancer la production des premiers générateurs d'eau atmosphérique à échelle commerciale. Cela implique la gestion des chaînes d'approvisionnement, des partenariats avec des fabricants et le contrôle de qualité.
- **Marketing et distribution** : Développer des campagnes pour promouvoir le produit, sensibiliser à l'importance de l'accès à l'eau et gérer les canaux de distribution.
- **Service après-vente, maintenance et location** : Mettre en place un service de maintenance pour garantir le bon fonctionnement des générateurs d'eau atmosphérique et assurer leur durabilité à long terme. Lancer en parallèle un service de location.
- **Partenariats stratégiques** : Collaborer avec des ONG, des gouvernements et des organisations internationales pour déployer la technologie dans des zones à forte demande.

SWOT :

| | |
|--|--|
| Forces : <ul style="list-style-type: none">- Technologie innovante- Solution autonome idéale pour les zones isolées- Réduction de la dépendance aux infrastructures traditionnelles- Fort potentiel d'impact social et environnemental | Faiblesses : <ul style="list-style-type: none">- Coûts initiaux de production élevés- Nécessité d'une éducation du public pour l'adoption du produit- Variation des conditions climatiques pouvant entraîner un production inconstante |
| Opportunités : <ul style="list-style-type: none">- Forte demande pour solution alternative de production d'eau- Croissance du marché- Peu d'acteurs sur le marché- Sensibilisation accrue à l'importance de la consommation d'eau- Possibilité de partenariat avec des ONG et gouvernements | Menaces : <ul style="list-style-type: none">- Concurrence croissante pour solution similaire- Acteurs puissants déjà en place- Dépendance aux fournisseurs- Réglementation strictes sur la qualité de l'eau- Barrières culturelles et réglementaires dans certaines régions |

La partie financière du plan d'affaires

Le coût de production pour chaque générateur d'eau atmosphérique se décompose :

| Principaux Composants | Coûts |
|------------------------------|--------------|
| Filtre Air | 3,41 € |
| Echangeur | 48,69 € |
| Bac récupérateur | 15,00 € |

| | |
|-----------------------|-----------------|
| Compresseur | 50,00 € |
| Filtres eau | 50,63 € |
| Traitement UV | 20,00 € |
| Ozone | 20,00 € |
| Ensemble électronique | 30,00 € |
| Aluminium (5754) | 130,00 € |
| roulette plastique | 10,00 € |
| Coque plastique | 30,00 € |
| Marge imprévu | 100,00 € |
| Total | 507,73 € |

Le coût de production total pour chaque générateur est donc de 507,73 €. Ce coût inclut tous les composants nécessaires à la fabrication du générateur, y compris la structure, l'électronique, les filtres, et la gestion du traitement de l'eau.

Prix de vente et marge dégagée

Le prix de vente d'un générateur est fixé à 800 €, ce qui permet de dégager une marge brute de 35%, calculée comme suit :

- Prix de vente : 800 €
- Coût de production : 507,73 €
- Marge brute = 36,5%

Première année :

- Ventes : 70 générateurs
- Chiffre d'affaires prévu : 56 000 €
- Coût de production total : 35 541,10 €
- Marge brute : 20 458,90 €
- Marge brute approximative : 36,5%

Deuxième année :

Avec un objectif de croissance de 20% par rapport à la première année, l'estimation des ventes pour la deuxième année est de 84 générateurs.

- Chiffre d'affaires prévu : 67 200 €

- Coût de production total : 42 620,52 €

Troisième année :

En poursuivant cette dynamique de croissance à 20% :

- Chiffre d'affaires prévu : 80 000 €
- Coût de production total : 50 773 €
- Marge brute : 29 227 €

A noter qu'à partir de la deuxième année, une remise de 10% pourrait être considérée sur les principaux composants utilisés dans la fabrication des générateurs. Cette remise est principalement due à l'arrivée de nouveaux fournisseurs plus compétitifs, permis par le potentiel gain en notoriété de NeauMade.

Ces négociations avec les fournisseurs permettront de réduire le coût de production d'environ 10,5%, ce qui se traduira par une économie de 3 715,90 € pour la fabrication de 70 générateurs.

En conséquence, la marge brute passera de 36,5% à 43,2%, améliorant ainsi la rentabilité de l'entreprise et offrant une plus grande flexibilité pour l'expansion future tout en maintenant des prix compétitifs. Ces remises seront particulièrement bénéfiques à mesure que la production augmente et que l'entreprise vise une croissance continue dans les années à venir.

Partie juridique du plan d'affaires

Structure juridique choisie : SASU

Pour *NeauMade*, le statut juridique choisi est celui de la Société par Actions Simplifiée Unipersonnelle (SASU). Ce choix est motivé par plusieurs raisons stratégiques et opérationnelles qui correspondent aux besoins et à l'ambition du projet :

- Responsabilité limitée : En optant pour la SASU, l'entrepreneur bénéficie d'une responsabilité limitée au capital social, protégeant ainsi son patrimoine personnel. Cette structure offre un cadre juridique sécurisant pour un projet innovant comme NeauMade, qui présente des risques financiers liés au lancement du produit et à son développement.

- Souplesse dans la gestion : La SASU permet une grande flexibilité dans la gestion de l'entreprise. L'entrepreneur est seul à prendre les décisions stratégiques, ce qui facilite les démarches administratives et optimise la réactivité face aux évolutions du marché. Cela permet à NeauMade de rester agile dans son développement tout en bénéficiant d'une structure claire et cohérente pour attirer des partenaires externes.
- Possibilité de transformation : Une SASU peut facilement être transformée en Société par Actions Simplifiée (SAS) en cas d'évolution de la structure, notamment si de nouveaux actionnaires entrent dans l'entreprise. Cela offre une grande flexibilité pour l'avenir, notamment en cas d'investissements externes ou d'augmentation de capital.
- Fiscalité avantageuse : La SASU permet à l'entrepreneur de choisir son régime fiscal : soit le régime de l'impôt sur les sociétés (IS), soit l'impôt sur le revenu (IR), offrant ainsi une optimisation fiscale en fonction des bénéfices réalisés. Cela permet à NeauMade de s'adapter à sa rentabilité tout en optimisant sa charge fiscale.

Le modèle de gouvernance sera centralisé, avec un contrôle direct du fondateur, mais il pourrait évoluer si l'entreprise se développe et nécessite l'ajout d'un conseil d'administration ou de nouveaux actionnaires pour répondre à des besoins stratégiques.