

UNIVERSITÉ PALACKÝ D'OLOMOUC

Faculté des Lettres

Département d'Études romanes

**Le plan d'affaires pour une création de
l'entreprise Furioso**

**Business plan for creating of a new company for the sale of riding
equipment**

Mémoire de licence

Auteur : Ester Mazúchová

Directeur du mémoire : Stanislav Pisklák

Olomouc 2022

Je, soussignée, Ester Mazúchová, déclare que le présent mémoire est le résultat de mon propre travail et que toutes les sources bibliographiques utilisées sont citées.

À Olomouc, le 2 mai 2022.

Remerciement

Je tiens à remercier M. Stanislav Pisklák de m'avoir encouragée tout au long de la rédaction de mon mémoire de licence.

À Olomouc, le 2 mai 2022

Table des matières

Introduction	3
1. Plan d'affaires	4
1.1 Bases du plan d'affaires	4
1.2 Objectif du plan d'affaires, Exigences générales pour le plan d'affaires	7
1.3 Structure du plan d'affaires	7
1.4 Description de l'opportunité commerciale	9
1.5 Objectifs de l'entreprise et des propriétaires	10
1.6 Marchés potentiels	10
2. Introduction au secteur d'équitation	13
2.1 Sport équestre en République tchèque	13
2.2 Histoire du sport équestre en République tchèque	14
2.3 Marques équestres tchèques	15
2.4 Boutiques équestres tchèques	16
2.5 Marques équestres mondiales	16
2.5.1 Prestige Italy	16
2.5.2 Bruno Delgrange	17
2.5.3 Devoucoux	17
2.5.4 CWD	18
2.5.5 Acavallo	18
2.5.6 Waldhausen	18
2.6 Sport équestre en France	19
3. Plan d'affaires pour la création de l'entreprise Furioso.....	20
3.1 Titre de page	20
3.2 Description de l'entreprise	21
3.3 Concurrence sur le marché	23
3.4 Description de l'opportunité commerciale	26
3.5 Clients	26
3.6 Marchés potentiels	27
3.7 Objectifs d'affaires	28
3.8 Plan de production	29
3.9 Plan de marketing	30

3.10 Plan d'organisation	38
3.11 Intentions financières	38
3.12 Risques	44
Conclusion	46
Liste des tableaux	48
Table des symboles	49
Résumé	50
Références bibliographiques	51
Annexe I	54
Annotation	72
Annotation in English	73

Introduction

Le but de ce mémoire de licence est de créer un plan d'affaires pour la création de nouvelle entreprise pour la vente des produits équestre en République tchèque et de proposer un plan pour savoir si une nouvelle entreprise pourrait produire un profit ou non.

Dans la partie théorique nous nous concentrerons à définir les concepts de base d'affaires, les objectifs du plan d'affaires, les exigences générales pour le plan d'affaires et une brève description de la structure de l'ensemble du plan d'affaires.

Dans la deuxième partie nous communiquerons des informations de base sur le sport équestre et nous vous introduirons également au secteur d'équitation pour meilleur comprendre la situation du sport équestre dans la République tchèque et en France. Ensuite nous présenterons les marques équestres tchèque et mondiales très connus.

Dans la partie pratique nous nous concentrerons à la seule création du notre propre plan d'affaire qui sera faite sur la base des informations fondamentaux dans la partie pratique et par la structure décrite dans la partie théorique. Nous nous concentrerons à analyser le marché, la concurrence, les clientes potentiels ou préparer aussi un plan financier.

En élaborant ce plan d'affaires, nous voudrions répondre aux questions suivantes que nous pouvons nous poser. Serons-nous capables de créer une entreprise qui saura conquérir le marché tchèque ? Notre entreprise pourrait-elle apporter des profits ? Notre entreprise sera-t-elle compétitive ?

Le but de ce traitement du plan d'affaires est de pouvoir répondre à ces questions importantes et savoir si l'entreprise sera une entreprise prospère qui produira des profits.

1. Plan d'affaires

Dans le premier chapitre, nous présenterons des informations de base sur le plan d'affaires. Nous décrirons ce que le plan d'affaires devrait contenir et quelle devrait être sa structure.

Le plan d'affaires est un document important qui fait la personne avec une intention de créer une nouvelle activité d'investissement, une nouvelle entreprise, ou lancement d'un nouveau produit au marché etc. (O. Groscaux)

« Un plan d'affaires est un document écrit qui décrit en détail comment une entreprise, généralement une startup, définit ses objectifs et comment elle doit s'y prendre pour atteindre ses objectifs. Un plan d'affaires établit une feuille de route écrite pour l'entreprise d'un point de vue marketing, financier et opérationnel ». (Adam Hayes, 2021)

Un plan d'affaires est un guide sur la façon dont une entreprise atteindra ses objectifs. Pour toute personne qui démarre une entreprise, l'élaboration d'un plan d'affaires est une première étape essentielle. Avoir ces jalons concrets aidera à suivre le succès de l'entreprise (ou son absence). Il existe différents plans d'affaires à des fins différentes, et les meilleurs plans d'affaires sont des documents vivants qui répondent aux facteurs du monde réel le plus rapidement possible. (Susan Ward, 2021)

1.1 Les bases du plan d'affaires

Dans le paragraphe suivant nous montrons les différences entre personne morale et personne physique.

Une personne physique dispose de toutes ses capacités juridiques pour agir ou répondre de ses actes soit son sexe, son apparence physique ou sa religion. C'est une personne individu responsable et sujet de droit, notamment à travers un nom de famille, un ou plusieurs prénoms, une domiciliation, d'une nationalité etc.

Une personne morale est distincte du ou des associés, qui bénéficie à l'image de n'importe quelle personne physique de même droits et obligations juridiques.

L'entreprise personne morale est de son côté identifiée par son patrimoine propre, son identité et son représentant légal. Elle gère son patrimoine selon ses intérêts et répond de ses dettes et créances propres mais également de ses éventuelles fautes de gestion. Elle indépendante à travers un contrat, tout comme elle est susceptible d'engager sa responsabilité pénale propre distincte de celle du ou des dirigeants. (Agence juridique, ©2017 - 2022)

Qui est un l'homme d'affaires ? « *L'homme d'affaire est celui qui peut créer un business à partir d'une idée ou d'un produit déjà existant, il travaille en général dans des domaines comme : la franchise ou la vente* ». C'est une personne inscrite au registre du commerce, une personne qui fait des affaires sur la base d'une licence commerciale, une personne qui exerce une activité commerciale sur la base d'une licence commerciale autre qu'une licence commerciale conformément à des réglementations spéciales et une personne qui gère la production agricole et est enregistrée conformément à un règlement spécial. (MDE Business school, ©2016)

L'entreprise : « *Une entreprise peut être définie comme une unité de production juridiquement autonome dont l'objectif est de produire des biens et/ou des services à destination de personnes physiques ou morales afin d'en tirer un bénéfice* ». (C. Mauguet, 2021)

Une entreprise est un type de structure commerciale qui est une entité juridique distincte de ses propriétaires. Il s'agit d'une structure d'entreprise complexe, avec des coûts d'installation et d'administration plus élevés en raison d'exigences de déclaration supplémentaires et d'obligations légales de niveau supérieur. La structure, les coûts et les obligations légales rendent une structure d'entreprise mieux adaptée à une moyenne à grande entreprise. En tant qu'entité juridique distincte de ses propriétaires, une entreprise peut poursuivre et être poursuivie et contracter des dettes. Les propriétaires de la société (les actionnaires) peuvent limiter leur responsabilité personnelle et ne sont généralement pas responsables des dettes de la société. L'entreprise dépose une déclaration annuelle d'impôt sur les sociétés et doit être enregistrée pour la taxe sur les produits et services si le chiffre d'affaires annuel est de 1 000 000 CZK ou plus.

Les opérations commerciales sont contrôlées par les administrateurs de la société et détenues par les actionnaires. La structure de l'entreprise facilite la vente ou le transfert de propriété de l'entreprise. Une entreprise est une structure commerciale internationalement reconnue et respectée et confère une perception de taille et de professionnalisme. (NSW, 2019)

Ensuite, nous montrerons quels sont les différents types d'entreprises par le statut juridique. Nous présenterons cinq types de forme juridique suivants.

La société à responsabilité limitée se compose d'un groupement de personnes où chacun donne une part de capital. Chaque personne est responsable au montant de son acompte. Le capital est divisé en parts sociales et la société est administrée par un gérant.

La société par actions simplifiée est créée par des personnes physiques ou morales. Son capital est minimal de 37 000 euros. Elle est dirigée par un président. Et il n'y a pas le conseil de l'administration.

La société anonyme se composent au minimum de 7 actionnaires. Elle est dirigée par le président du conseil d'administration. Le capital est de 37 000 euros.

La société en commandite par actions se compose des commanditaires qui sont les actionnaires de la société et ne sont pas responsables des dettes qu'a la concurrence de leur participation au capital. Et elle se compose aussi des commandités qui ont le statut de commerçants et sont nommés par le commanditaire. Ils sont responsables des dettes sur leurs biens propres.

La société en nom collectif est une personne morale. La société est composée de deux personnes au minimum qui ont le statut de commerçant. Ils sont responsables de toutes les dettes sociales. (Koníčková, 2013)

1.2 Objectif du plan d'affaires, Exigences générales pour le plan d'affaires

Le plan d'affaires est un document important qui fait la personne avec une intention de créer une nouvelle activité d'investissement, une nouvelle entreprise, ou lancement d'un nouveau produit au marché, etc.

La personne doit avoir une bonne idée de la création de l'entreprise avec les bases solides pour assurer un bénéfice et le fonctionnement des activités efficaces de l'entreprise.

Le plan d'affaires particulièrement aide à formuler les buts des affaires, il aide à les rassembler dans un document, et il aussi aide à les préparer pour les présenter aux investisseurs éventuels ou aux banques.

Pour que le plan d'affaires finalement fonctionne bien dans la vie pratique, il doit répondre à des exigences générales. Il existe de nombreux éléments sans lesquels le plan d'entreprise ne peut se passer.

La création du plan d'entreprise est le plus important pour gagner les investissements des investisseurs ou des banques pour leur suivante création. Le plan d'entreprise n'est pas juste une présentation pour les investisseurs ou les banques, il particulièrement décrit et encadre notre propre idée commerciale et le vérifie s'il va fonctionner bien en avenir pour notre propre entreprise. En même temps, il décrit le groupe cible, les facteurs de succès, les risques possibles qui peuvent arriver, le plan financier, etc.

Toutefois si nous changions nos plans au futur où nous ajusterions nos pensées, nous pourrions encore le changer et l'actualiser. (Ch. Latour, 2021)

1.3 Structure du plan d'affaires

Sur le titre de page nous écrivons les informations fondamentales de l'entreprise. Nous y écrivons les informations suivantes : le nom de l'entreprise, logo de l'entreprise, le nom de plan d'affaires, le date de créance, le nom de propriétaire et leurs compagnons, le plan d'affaires, la forme juridique de l'entreprise, le champ d'activité, l'adresse de l'entreprise, etc.

Il est aussi important d'écrire la déclaration que toutes les informations sont privées, et il est interdit de les sortir sans l'entente écrite de propriétaire.

Pour que le plan d'affaires soit bien lisible il est important d'écrire le teneur du plan. Grace au teneur, nous pouvons facilement trouver les informations fondamentales. Le teneur devrait être bref et court, sur d'une page a une et demi-page long de format A4. La structure se divise en trois niveaux. S'il y a plus le teneur ne sera bien synoptique.

Dans l'introduction nous devons annoncer si le plan et une version complète avec toutes les chapitres finals ou s'il est une version abrégée et nous ajouterons encore certains chapitres ou les encore changer. C'est pour prévenir les malentendus. (*J. Srpová, I. Svobodová, P. Skopal, et all., 2011*)

Le sommaire ne doit pas compris comme l'introduction. C'est un texte précis avec les informations de quelles on va parler dans les pages suivants. Le sommaire a pour le but capturer les lecteurs pour qu'ils veulent lire plus. Les points principaux de sommaire peuvent être par exemple : quels produits nous vendrons, pourquoi nôtres produits sont meilleurs que les autres, quelle est la différence, quel est l'avantage concurrentiel et le bénéficiaire à notre client, la situation du marché (la taille du marché, le développement, le comportement des clients) et aussi la concurrence, les personnes importantes et quels sont leurs succès, les informations financières les plus quantitatifs comme la difficulté capitale, le besoin des moyens étrangères, la longueur de financement, le taux d'intérêt, la capacité de rembourser des ressources étrangères.

La gamme de sommaire dépend de caractère de plan d'affaires. Le problème principal est de résumer les informations importantes dans une petite quantité de pages.

Nous mettons le sommaire au début du plan d'affaires mais nous le faisons à la fin, alors quand nous avons le plan d'affaires fini. (E.L.Péloquin, 2014)

1.4 Description de l'opportunité commerciale

Dans l'article intitulé *3 questions à se poser à chaque opportunité commerciale* (2021), nous pouvons déterminer quelle est l'opportunité commerciale. C'est par exemple l'écart dans le marché, la découverte d'un nouvel principe technique, etc.

Nous devons convaincre les lecteurs que maintenant c'est le meilleur temps pour réaliser notre l'idée et notre plan. Même que nous avons les meilleures compétences pour le réaliser. Nous ne pouvons pas oublier d'annoncer quelles sont les clients cibles qui ont besoin de nos produits. Nous nous concentrons à 3 points principaux : la description du produit, l'avantage concurrentiel du produit, le bénéficiaire du produit pour le client.

La description du produit annonce l'apparence physique dans le cas du produit. Si nous offrons le produit nous devons le décrire et mettre quelles propriétaires va avoir.

Nous devons annoncer aussi si c'est un produit nouveau ou si c'est un produit qui est offert déjà dans le marché. Si nous offrons les produits complémentaires nous les annonçons aussi pour donner une offre complète. Nous devons éviter les définitions difficiles pour que les investisseurs bien comprennent le sens.

Notre produit devrait avoir un avantage concurrentiel et il devrait être meilleur que les offres concurrentielles. Particulièrement aujourd'hui parce qu'il règne la concurrence forte surtout absolu. Nous devons être meilleur que la concurrence.

Nous devons démontrer que nous arrivons avec une meilleure offre pour les clients, une offre plus intéressante et que nous résoudrons mieux les problèmes de clients.

Le plan d'affaires sera efficace quand notre produit aura un avantage pour le client. C'est pourquoi nous devons souligner le bénéficiaire qui donne notre produit pour le client et pourquoi le client devrait vendre notre produit et ne pas vendre les produits de concurrence.

Il est important que nous sachions qui sont nos clients, sur quel marché nous seront orientés, et aussi quel est leur développement et leur potentiel.

Beaucoup de fondateurs de l'entreprise pensent que leurs idées n'ont pas la concurrence mais c'est exceptionnel.

Il est possible que le produit concurrentiel n'existe pas avec la même résolution technique ou avec un principe fonctionnaire, mais ils existent les offres concurrentielles qui résolvent les mêmes problèmes où ils satisfont les besoins de clients mais par une manière différente. (Atradius, 2021)

1.5 Les objectifs de l'entreprise et leurs propriétaires

Dans cette partie nous voulons montrer que notre entreprise est capable de réaliser le plan d'affaires avec le succès. Les investisseurs et les sociétés qui permettent de donner un capital, ils pensent que le succès et l'échec de l'entreprise dépend de la gestion.

La réalisation successive du plan d'affaires dépend de la compétence du management parfait et effectif.

Les produits, les technologies, ou les marchés ont aussi une grande importance. Mais les investisseurs et les compétences professionnelles du management décident de la réalisation de l'intention d'affaires réussi.

Les investisseurs vont vérifier la gestion et les employés de notre l'entreprise. Nous obtenions les ressources financières si nous aurons dans notre l'entreprise les personnes qui sont capable de réaliser le plan d'affaires avec le succès.

Dans cette partie nous nous concentrerons sur : les objectifs de l'entreprise, les objectifs des propriétaires et les managers de l'entreprise, d'autres employés, conseiller. (economie.gouv.fr, 2021)

1.6 Les marchés potentiels

Notre plan d'affaires sera réussi s'il va exister le marché qui va être intéressé par nos produits ou leurs innovations. L'introduction réussie de nouveaux produits présuppose même souvent un marché à fort potentiel de croissance et de taille appropriée. Les investisseurs ou les partenaires potentiels sont intéressés par les marchés potentiels et les opportunités de postuler à eux.

Nous devons faire une analyse de sphère des affaires et du marché pour démontrer l'existence de ces marchés potentiels.

Il est utilisé pour cela les données de la taille du marché, de la rentabilité, des barrières à l'entrée dans le marché et des clients.

Dans le plan d'affaires nous présenterons les informations du marché global et du marché cible.

Nous devons exactement déterminer qu'est-ce que c'est le marché global et auquel marché cible nous nous concentrerons.

Le marché global comprend tous les possibilités pensés d'utilisation du produit ou du service. Dans le plan d'affaires nous ne décrierons pas en détail tout le marché ou tous les clients potentiels. Dans cette partie nous présenterons premièrement les groupes des clients qui ont un avantage considérable du produit ou du service, qui ont un accès facile à la production ou au service et qui sont prêt payer pour le produit ou le service.

Il s'agit que nous déterminerons le marché cible et nous décrierons leurs traits caractéristiques pour mieux adapter les produits ou le service aux besoins et les souhaits des clients. Grâce à cela nous pouvons obtenir un plus grand succès.

Il est un grand problème si dans notre plan d'affaires nous ne sont pas capable de définir exactement le marché cible et dans l'élaboration du plan d'affaires il sera surestimé ou sous-estimé. Nous pouvons réussir avec un produit ou un service quand nous pouvons satisfaire les besoins concrètes des clients.

Mais il n'est pas bon quand nous voulons adapter un produit ou une publicité aux chaque clients individuels.

Pour ce cas il est nécessaire de regrouper les clients selon des critères choisis aux groupes ça veut dire segmenter le marché. (Créactifs, 2022)

Le marché peut être segmenté par exemple par les sphères de l'utilisation, par les besoins des clients, par le prix, par la qualité, par les régions, les motifs d'achats, etc...

Ces critères nous utiliserons s'ils vont aider définir les groupes des clients avec les besoins de la même manière et avec le comportement d'achat de la même manière.

La taille du marché cible devrait autoriser les affaires rentables. Après nous prendrons en compte les critères du type et de la modification du produit, la création du prix, la concentration de la publicité, la manière du vente, etc...

De ces segments trouvés, nous choisirons un ou plusieurs qui sont pour nous les plus intéressantes. Ces segments créent le marché cible qui nous cherchons. Nous chercherons seulement les segments qui vont apporter le plus grand profit dans l'avenir. Pour vérifier si nous avons bien choisi les segments, nous utiliserons les critères suivants : la taille du segment, l'augmentation du segment, la possibilité de se limiter aux produits concurrentiels, la joignabilité des clients, la conformité du produit et du service des clients, la force de la concurrence.

Pendant la création des groupes cibles nous devons aussi réfléchir si la groupe cible choisie sera capable de payer le produit ou le service.

Il est donné que la segmentation du marché aide à faire une stratégie du marketing par le marché cible choisi, ou par les marchés cibles données, et par cela agrandir leur efficacité.

Après la détermination du marché on essaye de gagner les informations pertinentes. Les investisseurs ou les compagnons attendent les chiffres concrètes et les faits du volume du marché ou de l'augmentation du marché et aussi les besoins et les comportements des clients.

Nous devons alors effectuer une recherche du marché qui est dans plusieurs cas très cher et aussi très difficile.

Parmi les ressources informatiques nous pouvons classer l'internet, les matériels informatiques des bureaux des statistiques, les annuaires, les rapports mensuels et trimestriels fournissant des informations sur les différentes régions, etc...

(Créer mon business plan, 2021)

2. Introduction au secteur d'équitation

Dans ce chapitre, nous vous présenterons des informations de base sur le sport équestre en République tchèque et en France, telles que l'histoire du sport équestre en République tchèque et en France. Ensuite nous présenterons les marques équestres tchèque et mondiales les plus célèbres et bien d'autres.

2.1 Le sport équestre en République tchèque

Le sport d'équitation est un sport de plusieurs disciplines suivants : sauts, dressage, polyvalence, luge, voltige, reining, endurance et parachutisme.

Les sautes, le dressage et le polyvalence sont aussi des disciplines olympiques.

La Fédération équestre tchèque (FET) est membre de la Fédération équestre internationale, de la Fédération équestre européenne, du Comité olympique tchèque et de l'Union sportive tchèque.

En 2018, le CJF a enregistré un total de 18512 membres dans 1590 clubs sportifs. La licence sportive active est détenue par 7950 athlètes et 8356 chevaux. Le nombre de cavaliers amateurs actifs est de 3500 et 3800 chevaux (chevaux et cavaliers sans permis sportif). Ils ont participé à un total de 750 courses et à environ 10 000 compétitions dans toutes les disciplines.

Le sport équestre est un sport exceptionnel du fait que c'est un sport dans lequel une personne doit avoir une relation et une confiance avec un animal vivant et très fort tel qu'un cheval. Il est fascinant de constater que dans ce sport, il ne s'agit pas seulement des résultats de l'homme mais aussi des chevaux et de leur coopération mutuelle. Grâce au fait que le cheval est un être vivant, nous ne savons jamais à 100% pour prédire son comportement, ce qui rend le sport encore plus excitant.

Les gens confondent souvent les sports équestres et les courses de chevaux. C'est un sport complètement différent. Le sport équestre a différentes industries, mais la course de chevaux est un sport où il s'agit principalement de vitesse et dans les plus brefs délais pour surmonter les obstacles. Les courses de chevaux sont couvertes par

le Jokey Club République Tchèque et la sport équestre couverte la Fédération Équestre Tchèque. (FET,2017)

2.2 L'histoire du sport équestre en République tchèque

Le début du sport équestre en République tchèque s'inscrit à la fondation de l'association équestre Prague Sokol en 1891. Le principal avantage de cette association était l'introduction d'une méthode d'entraînement uniforme. L'école d'équitation et le centre de formation de l'armée à Hodonín ont exercé une influence significative sur l'émergence de l'école d'équitation tchèque.

Les années 1920 ont apporté avec eux la création de la Société équestre tchécoslovaque, qui a parrainé de nombreuses courses en Tchécoslovaquie, à partir de 1923 même avec une participation étrangère. Cette association est ensuite devenue membre de la Fédération Équestre Internationale FEI en 1927.

Même d'un point de vue course, les années 1920 et 1930 sont parmi les plus réussies de l'histoire, car elles ont apporté de nombreux succès à nos représentants à l'étranger, principalement des pilotes de l'armée. Ils ont participé aux Jeux olympiques de 1924, 1928 et 1936. En 1924, notre représentant Thiele s'est classé 5e en dressage. En 1928, le capitaine Ventura remporta les sauts et en dressage, notre équipe atteignit à nouveau la 5ème place. En 1936, l'équipe tchécoslovaque remporte à nouveau la cinquième place, mais cette fois en polyvalence.

A partir de cette époque, il faut mentionner des noms bien connus tels que Býček, Dobeš, Seyfried, Brave, Popler et Ventura. Leurs lauréats ont participé à près de quarante concours étrangers, principalement en Allemagne, mais aussi sur le continent américain.

Aujourd'hui, toutes les disciplines équestres sont sous les auspices de la Fédération équestre tchèque. Il s'agit d'une association enregistrée basée à Prague, qui comprend 12 régions à travers la République tchèque. En 2017, elle enregistre au total

1 550 entités, 7 900 membres cavaliers, 8 000 chevaux et 9 800 cavaliers amateurs (cavaliers sans permis de course). (FET,2017)

2.3 Les marques équestres tchèques

Dans ce paragraphe nous vous présentons les différentes marques équestres tchèques de la haute qualité.

La société Jan Hauzr est principalement engagée dans la production d'équipements d'équitation de haute qualité. (Jan Hauzr, © 2019)

Ing. Marek Zbořil est un professionnel dans son domaine avec de nombreuses années d'expérience. Il travaille dans la sellerie depuis 30 ans. D'autres professions incluent le saut d'obstacles, il détient une licence d'entraîneur et est toujours un cavalier de saut d'obstacles actif avec une performance "T". Grâce à sa propre expérience dans les sports équestres, c'est un fabricant des selles de premier ordre. (Sedlářství Zbořil, 2022)

Le selle flexible Baloun® est très difficile à fabriquer en termes de technologie. Il y a plus de 200 opérations sur la selle, chaque opération a 2-3 sous-opérations et c'est principalement une production manuelle.

Construction des selles flexibles : La base de la selle de pesée d'environ 3,5 à 4 kg est formée par un squelette lamellaire flexible sur des coussins en latex. Le résultat de développement et des tests est un siège flexible sur des oreillers en gel thermoactif. Les chevaux répondent très favorablement à ce type d'oreiller et cette nouveauté augmente considérablement le confort déjà élevé de selles flexibles pour chevaux et cavaliers. (Baloun Flexisaddles, © 2022)

La société Kentaur a été créée en 1991 à Prostějov. Au début, elle n'opérait que sur le marché tchèque, mais ces dernières années, elle s'est développée à l'étranger. Aujourd'hui, vous trouverez les produits dans plus de 40 pays, non seulement en Europe, mais aussi au Canada, en Indonésie et en Australie. (Kentaur, 2022)

2.4 Boutiques équestres tchèques

La société EQUISERVIS spol. s.r.o. a été fondée en 1993 comme l'un des premiers magasins équestres en République tchèque et est toujours détenue en tant qu'entreprise familiale par son fondateur Ing. Stanislav Hakré. En plusieurs années de fonctionnement, grâce au professionnalisme et à la qualité des biens et services proposés, elle s'est bâti une tradition et une bonne réputation. (Equiservis, © 2022)

Bukefalos est une boutique de pierre en Olomouc - Lazce qui se situe en Equine Sport Centra qui est un complexe équestre moderne se concentrant principalement sur le parkour et le championnat de la République tchèque. (Bukefalos, ©2012)

EQUIROSS est une boutique de pierre en Olomouc qui propose des marques tchèques et étrangères à des prix imbattables come par exemple : Waldhausen, RainbowRide, Acavallo, Horze, Covalliero, Herbal Horse, Equinova, ELT, etc. (Equiross, © 2022)

2.5 Les marques équestres mondiales

Dans ce paragraphe nous vous présenterons les différentes marques mondiales équestres très connus dans le monde entier qui sont de la haute qualité.

2.5.1 Prestige Italy

Une expérience de 40 ans dans la fabrication de selles d'une manière totalement unique. De nos jours, le nom Prestige évoque immédiatement des selles de cheval innovantes, mais lorsque nous avons créé notre entreprise en 1974, notre marque était Appaloosa et tout a commencé grâce à la passion pour le monde équestre de la famille Stocchetti-Rasia. A cette époque, les selliers les plus renommés venaient d'Allemagne, et l'Italie n'avait pas de tradition : nous avons défié les techniques de fabrication déjà consolidées pour fabriquer des selles uniques et exceptionnelles, qui pouvaient améliorer le bien-être du cavalier, mais surtout du cheval. (Prestige Italy, ©2022)

2.5.2 Bruno Delgrange

Ce professeur d'équitation diplômé et compétiteur de haut niveau a d'abord étudié les sciences vétérinaires avant d'être attiré par le métier de sellier. Il se tourne alors vers la maroquinerie et a la chance de se former au sein de la prestigieuse marque de maroquinerie du Faubourg Saint-Honoré à Paris.

En 1976, il fonde sa propre sellerie, un modeste atelier qui n'aurait jamais atteint des sommets prestigieux sans la ferveur et le perfectionnisme de son fondateur.

Bruno Delgrange a consacré son travail à perfectionner les selles de sport, les faisant évoluer jusqu'à en arriver au genre de selles que nous connaissons aujourd'hui et qui ont largement inspiré nombre de ses concurrents. Bruno Delgrange s'attache à perfectionner ses selles qui font aujourd'hui la renommée de sa marque. Son emblème est devenu familier des compétiteurs équestres en France et à l'international. (Bruno Delgrange, © 2018)

2.5.3 Devoucoux

Devoucoux est entièrement dédié au partenariat entre le cheval et le cavalier et s'emploie à le promouvoir depuis 1985.

Les selles et accessoires font appel au savoir-faire de six métiers différents (métiers d'art) du métier de sellier, tous au cœur de nos ateliers du Pays basque. Couper, préparer, assembler, assembler, coudre à la machine et à la main aboutissent à un équilibre harmonieux. Un savoir-faire en constante évolution qui confère à nos modèles élégance, savoir-faire et confort. Innovants par nature, nous n'avons aucun scrupule à associer les dernières technologies à l'artisanat. Que ce soit pour les panneaux D3D ou le cuir au tannage végétal, nous investissons en permanence pour que nos produits phares mondiaux le restent et que nos nouveautés le deviennent. C'est notre façon de faire durer la passion. (Devoucoux, 2022)

2.5.4 CWD

CWD est un sellier haut de gamme dédiée aux performances sportives du cavalier.

Aujourd'hui les champions du monde, les champions européens et américains roulent avec une selle CWD.

Nous devons ce succès à notre politique d'innovation et d'investissements dans tous les domaines : recherche et développement, savoir-faire, relation client, formation.

Chez CWD, le sport et la performance sont une obsession.

Une obsession qui se traduit par une maîtrise totale de A à Z de notre chaîne de valeurs, de la peau animale en passant par la tannerie, la confection, la vente, la logistique, le SAV. Ce modèle transversal est unique dans le monde.

Et parce que nous ne dépendons de personne, nous pouvons déterminer notre niveau d'excellence et le garantir. C'est probablement pour toutes ces raisons que vous apprécierez notre marque. (CWD, 2022)

2.5.5 Acavallo

Acavallo a été fondée en 2003 en Italie. Acavallo possède une connaissance à 360° de l'équipement technique du cheval. Le produit phare de la société est un gel thérapeutique, le même utilisé dans les soins de santé pour favoriser la santé des patients. De la combinaison du gel avec différents matériaux naturels et de haute technologie, est née une incroyable collection de tapis de selle pour le bien-être et la protection du cheval afin d'améliorer les performances sportives.

(Acavallo, © 2022)

2.5.6 Waldhausen

« *J'annonce publiquement par la présente que j'ai ouvert une sellerie dans la ville locale de Cologne* », cette déclaration a été annoncée dans le „Kölnische Zeitung“ le 17 mai 1836 par Anton Waldhausen, 26 ans. Avec cette publicité, il a marqué le début d'une longue et fructueuse histoire d'entreprise.

L'objectif déclaré d'Anton Waldhausen était de proposer des produits d'excellente qualité au meilleur rapport qualité-prix possible.

Il a créé une boutique spécialisée à Cologne dès les années 1850 et a fourni à la noblesse européenne dans toute l'Europe ses selles et harnachement haut de gamme. Bientôt, les selles Waldhausen sont devenues célèbres pour leur qualité extraordinaire. Ces dernières années, Waldhausen est devenu un grossiste international sous la direction des PDG Klaus Reinken et Michael Manefeld. Avec ses propres marques ELT, SWING et Waldhausen, ainsi que le distributeur de marques célèbres telles que Wintec, Likit et Happy Mouth, Waldhausen est l'un des plus grands détaillants en gros du marché équestre. Plus de 12 000 produits sont disponibles dans plus de 70 pays à travers le monde. Jusqu'à aujourd'hui, l'entreprise est fidèle à la déclaration d'Anton Waldhausen : Offrir des produits de qualité supérieure à un excellent rapport qualité-prix. (Waldhausen, 2022)

2.6 Le sport équestre en France

Le sport équestre en France est assez développé. L'équitation est le quatrième sport national avec environ 650 000 cavaliers licenciés, la Fédération Française d'Équitation (FFE) est la quatrième fédération sportive en France, derrière le football, le tennis et le basketball. Les activités équestres se pratiquent dans plus de 9 000 structures qui emploient plus de 17 000 personnes. La population de cavaliers se compose essentiellement de femmes qui représentent 8 licenciés sur 10, ce qui fait de la FFE la première fédération sportive féminine en France. L'équitation attire surtout les adolescentes puisque plus de 60% de la population cavalière a moins de 15 ans, les cavaliers étant plutôt plus âgés. (IFCE, 2018)

3. Plan d'affaires pour la création de l'entreprise FURIOSO

Dans ce chapitre, nous développerons déjà notre propre plan d'affaires spécifique pour la création d'une nouvelle entreprise FURIOSO s.r.o. qui va vendre les produits équestres différents pour les chevaux et même pour les cavaliers. Dans le plan d'affaires nous préparerons aussi des analyses différentes pour mieux analyser le marché, la concurrence, les clients potentiels, le plan financier etc.

3.1 Titre de page

Notre titre de page contient les informations fondamentales de notre entreprise FURIOSO s.r.o. qui sont : le nom de l'entreprise, la forme juridique, l'adresse, la date de la création, le capital de base, le propriétaire et le champ d'activité.

Le nom de l'entreprise :	FURIOSO s.r.o.
La forme juridique de l'entreprise :	Société à responsabilité limitée
L'adresse de l'entreprise :	Olomouc, třída svobody 77, 779 00
La date de la création de l'entreprise :	08/06/2022
Le capital de base :	600 000 CZK
Le propriétaire de l'entreprise :	Elisabeth Kartlová Olomouc, 779 00 Tél : +420 777 989 585 Mail : furioso@email.cz Web : www.furioso.cz IČO : 74788521 DIČ : CZ665739461
Le champ d'activité :	La vente des produits d'équitation

Ce plan d'affaires contient des informations confidentielles qui ne peuvent pas être partagées, copiées, présentées ou autrement distribuées sans le consentement de FURIOSO s.r.o.

3.2 La description de l'entreprise

L'entreprise FURIOSO s.r.o. sera créée le 8 juin 2022 par Elisabeth Kartlová, une personne physique, et sa forme juridique sera la société à responsabilité limitée. Notre entreprise s'intéressera à la vente des produits d'équitations différentes de la meilleure qualité. Nos produits seront conçus pour les chevaux et aussi pour les cavaliers. Nous serons intéressées aussi à la conception agréable et unique. Et nos selles auront un squelette flexible pour la meilleure santé du dos du cheval.

Ce plan d'affaires et une version complète avec toutes les chapitres finals mais s'il serait besoin nous pouvons encore changer quelques détails pour améliorer le plan.

Pour la présentation des produits que nous offrons nous pouvons dire que nous offrons les produits d'équitation pour les chevaux et aussi pour les cavaliers. Maintenant nous vous présentons les produits qui nous offrirons.

L'équipement équestre de base pour les chevaux :

Licol cheval, Étriers, Masque Anti-Mouche cheval, Bonnet cheval, Tapis de selle Amortisseur cheval, Longes pour le cheval, Mors Cheval, Bridon cheval, Guêtre cheval, Protège boulets, Cloches pour cheval, Sangles pour le cheval, Rênes cheval, Muserolle cheval, Enrênements équitation, Mousqueton, Couverture hiver Couverture imperméable, Couverture box et écurie, Sous-couverture, Couvres-cou et camails, Accessoires couverture, Couverture anti-insectes, Couverture extérieure Couverture séchant, Couvre reins.

L'équipement équestre de base pour les cavaliers :

Casque équitation, Chaussettes cavalier, Boots équitation, Gants équitation, Bonnet cavalier, Étrivières, Éperons, Veste équitation, Casquette équitation, Porte-Selle, Chaps/minichaps équitation.

Pour votre meilleure idée de ce à quoi ressemble l'équipement d'équitation individuel, vous pouvez regarder les photos en annexe.

Tous les produits seront produits dans les différentes variantes de couleur et dans les différentes tailles. Tous les produits porteront notre logo spécifique.

Notre slogan est : Votre satisfaction est notre joie.

Dans notre magasin nous voulons exposer nos meilleurs produits pour la vente. Nous voudrions aussi créer un environnement agréable pour nos clients. Alors nous planifions aménager un coin salon et un grand canapé dans notre magasin pour que les clients puissent confortablement essayer nos produits. Nous allons également préparer un coin enfants où les clients pourront ranger leurs enfants pour qu'ils puissent jouer et pour que les clients puissent faire leurs courses en toute tranquillité. Nous voudrions aussi ajouter une cafetière et l'eau potable pour les clients. Nous essayerons tout pour que nos clients seraient satisfaits. Pour les clients stables qui vont acheter nos produits régulièrement dans notre magasin, nous préparons les réductions sur d'autres achats et les promotions différentes.

Pour mieux comprendre le mode de financement et sa structure, alors notre l'entreprise sera créée et financée par une personne physique ce qui est le propriétaire de l'entreprise. A l'établissement de la société à responsabilité limitée, le montant du dépôt initial est fixé par la loi à 200 000 CZK. Le fondateur de l'entreprise dispose d'une plus grande quantité de fonds et il a donc décidé d'investir un montant plus élevé dans le dépôt initia qui est 600 000 CZK.

Les parties suivantes du plan d'affaires traiteront de l'analyse du marché et de la concurrence sur le marché, suivies d'une brève introduction de l'entreprise, qui décrira, par exemple, les objectifs de l'entreprise ou la raison de sa création. Dans d'autres parties du plan d'affaires, des plans tels que :

Dans le plan de production vous trouverez des informations sur les machines et équipements nécessaires à la fabrication de nos produits, la recherche de matières premières de production et des informations sur les fournisseurs.

Dans le plan de marketing est portée l'attention sur l'analyse SWOT et le mix marketing.

Dans le plan organisationnel se concentrerons, entre autres, sur la structure organisationnelle de l'entreprise et la rémunération de l'employé.

Et dans le plan financier seront décrits les gains et les pertes, des informations sur le bilan et les flux de trésorerie seront incluses.

À la fin du plan d'affaires, nous aborderons les risques qui pourraient menacer la mise en œuvre de notre entreprise et une stratégie préparée sera décrite. La conclusion sera consacrée à l'évaluation globale du plan d'affaires.

3.3 La concurrence sur le marché

Avant de démarrer une entreprise, le propriétaire de l'entreprise doit disposer de suffisamment d'informations sur la concurrence dans son voisinage et l'appartement doit indiquer comment le magasin équestre de la ville d'Olomouc et du marché tchèque sera reçu par les clients potentiels.

L'analyse du marché sera effectuée par le fondateur de l'entreprise. Le propriétaire a décidé de poser des questions préparées à l'avance aux clients potentiels sur les réseaux sociaux dans les groupes équestres sur Instagram et Facebook. Les faits obtenus seront ensuite évalués.

La situation du marché est la suivante. Sur le marché tchèque nous pouvons voir plusieurs entreprises qui produisent les produits d'équitation ou les distribuent. Les plus connues sont par exemple : Bukefalos, Jan Hauzr, Baloun, etc. Nous pouvons constater que des entreprises tchèques produisent les produits de qualité moyenne ou de très bonne qualité. Alors au marché, nous pouvons voir principalement les produits de bonne et de haute qualité. On s'intéresse alors à la catégorie de moyenne et une meilleure qualité.

Pour analyser la concurrence nous pouvons se poser les questions, pourquoi nos produits sont meilleurs que les autres, quelle est la différence, quel est l'avantage concurrentiel et le bénéficiaire pour nos clients ?

Nos produits seront différentes grâce à notre conception unique qui différencie nos produits aux autres. Nous s'intéressons à une conception unique, simple et agréable pour un visage des produits qui sera préférable chez toutes les catégories des clients, pour les jeunes et aussi pour les gens plus âgés. Nous s'intéressons aussi à une bonne qualité des produits, pour que les produits fonction pendant un long terme.

Nous s'intéressons à une bonne qualité des produits donc nous nous classerons aux concurrences avec le prestige. Nous avons l'avantage concurrentiel contre les entreprises qui produisent les produits de pire qualité.

Il n'y a actuellement qu'un magasin de pierre avec équipement équestre dans la ville d'Olomouc. Notre société a décidé de comparer des prix compétitifs avec les prix de notre société FURIOSO s.r.o. Les prix seront comparés au principal magasin concurrent de la ville d'Olomouc, quel vend également du matériel équestre.

Produit	Magasin X (En CZK)	FURIOSO (En CZK)
Bride	660,-	550,-
Tapis de selle	590,-	490,-
Étriers	990,-	650,-
Amortisseur cheval	850,-	650,-
Couverture hiver	1390,-	950,-
Couverture séchante	499,-	399,-
Guêtre cheval	1080,-	890,-
Casque équitation	1380,-	999,-
Boots équitation	850,-	650,-
Porte-Selle	890,-	600,-
Rênes cheval	260,-	199,-
Sangles pour le cheval	430,-	350,-
Mors Cheval	390,-	250,-
Bonnet cheval	650,-	450,-
Gants équitation	260,-	199,-

Tableau 1 : Comparaison des prix avec les magasins équestres concurrents (Source : auteur)

Le tableau de la comparaison des prix avec les magasins équestres concurrents nous montre que nos prix seront moins élevés que des prix concurrentiels. Dans ce cas-là on peut constater que nos produits peuvent se vendre rapidement et grâce aux meilleurs prix nous pouvons attirer un plus grand nombre de clients.

3.4 La description de l'opportunité commerciale

Nous voulons créer notre idée dans ce temps parce que nous savons que sur le marché tchèque en ce temps il n'y a pas beaucoup de concurrences. Sur le marché il y a quelques entreprises mais il n'y a pas beaucoup alors nous avons une chance d'être réussi et créer quelque chose ce que les gens seront aimer et préférer. Nous savons que le sport équestre est assez extensif et actif à la République tchèque, mais aussi en France. Nous pouvons dire que presque dans chaque ville ou les campagnes près à des grandes villes se trouvent les gens qui ont des chevaux, qui pratiquent de l'équitation ou il y a des clubs d'équitation. Alors nous pouvons constater que l'équitation est un sport assez actif a la République tchèque. C'est-à-dire, beaucoup des gens ont besoins des équipements d'équitation pour ses chevaux et aussi pour eux-mêmes, ce qui est positif pour nous.

Concrètement en Olomouc, et dans les villages proches d'Olomouc il y a beaucoup des gens qui ont des chevaux, il existe plus que dix clubs d'équitations en ville d'Olomouc. Nous avons à Olomouc une plus grande centre d'équitation de la République tchèque où chaque année il y a une coupe du monde de saut d'obstacles équestre. C'est un bon avantage pour l'avenir parce qu'a ces évènements nous pouvons bien propager nos produits. Nous pouvons dire qu'Olomouc est un lieu stratégique pour créer une nouvelle entreprise. Et pour l'avenir nous voulons s'étendre et créer les branches dans plusieurs villes en République tchèque. A l'avenir nous voudrions aussi distribuer nos produits à l'étranger comme en France, etc.

3.5 Les clients

Notre marché cible et les clients cibles sont les cavaliers et les personnes qui évoluent dans les sports équestres. En termes d'âge se sont les personnes âgées d'environ 18 à 60 ans. Les clients sont alors les jeunes gens, les gens de moyenne âge et aussi les plus âgées. Nous pouvons dire que les produits sont disponibles pour toutes les catégories de l'âge. Les produits seront disponibles surtout aux personnes de la catégorie moyennement riche et riche. Alternativement, nous souhaitons créer des modèles par catégorie afin d'avoir également des variantes des produits moins

chers pour d'autres catégories de personnes qui ne peuvent pas se permettre des produits plus chers.

Les produits seront de la meilleure qualité et faits de plusieurs types de couleurs. Nous intéresserons à la conception pour qu'elle serait différente et unique. Les autres produits de l'équitation sont déjà présents au marché alors nous n'offrons pas un nouveau produit mais un produit qui déjà existe sur le marché, et qui nous voulons améliorer et donner une nouvelle innovation des produits. Aussi nous s'intéresserons à produire des selles de squelettes flexibles qui ont déjà un fabricant au marché tchèque. Mais sur le marché en République tchèque il y a seulement une entreprise qui produit ces selles de squelette flexible.

3.6 Les marchés potentiels

Notre plan d'affaires sera réussi s'il va exister le marché qui va être intéressé par nos produits et nos innovations. Alors nous voudrions s'intéresser à la meilleure possibilité d'innover les produits sur le marché à donner quelque chose de nouveau. Nous voudrions produire aussi les selles au squelette flexible qui nous voulons vendre à des prix plus avantageux que le marché offre à ce temps. Nos objectifs sont d'assurer ces selles aux plusieurs gens par le meilleur prix pour qu'ils soient disponibles aux plusieurs catégories des gens. Nous voulons pratiquer le sport d'équitation plus agréable et plus sain comme pour le cavalier alors aussi pour les chevaux. Parce que la République tchèque vit dans la prospérité et n'est pas un pays pauvre, on peut dire que les gens sont prêts à payer un supplément pour des produits de qualité. Il existe déjà plusieurs fabricants d'équipements d'équitation sur le marché tchèque. De plus, les selles d'équitation à la squelette flexible d'équitation ont déjà un fabricant en République tchèque, mais un seul. Par conséquent, notre entreprise pourrait bien s'implanter sur le marché tchèque grâce à une faible concurrence.

3.7 Objectifs d'affaires

Nos objectifs sont de créer une entreprise qui va vendre les produits de la haute qualité et d'une conception unique. Nous allons créer des entreprises dans plusieurs villes en République tchèque avec des plusieurs employés. Nous voudrions être une entreprise favorable qui va distribuer ses produits aussi à l'étranger.

Les principaux objectifs de l'entreprise sont, en termes de temps, divisés en court terme et en long terme.

Les objectifs en courte terme sont d'obtenir des clients satisfaits et recruter des collaborateurs responsables.

Les objectifs en long terme sont de réaliser une marque de qualité et prestigieuse, réaliser un profit stable et avoir une position consolidée sur le marché.

Nous devons préparer comment nous obtiendrons le capital initial. Dans notre cas le propriétaire investira 600 000 CZK dans le démarrage de l'entreprise, les autres fonds nécessaires seront obtenus avec l'aide des investisseurs.

Les raisons de créer une entreprise sont nombreux. Chaque raison de démarrer une entreprise, qu'elle soit principale ou secondaire, est de réaliser un profit. Le profit est en fait la chose la plus importante qui maintient une entreprise sur le marché. D'autres raisons de créer une entreprise sont l'indépendance et l'indépendance financière du propriétaire de l'entreprise ainsi que la création d'une valeur et d'un produit qui aideront une personne dans le sport équestre.

Le fondateur possède un large éventail de connaissances et d'expériences dans le domaine équestre. Elle pratique du sport équestre depuis 10 ans. Elle s'évolue dans un milieu équestre dès le plus jeune âge. Elle a participé dans des clubs équestres différents en Olomouc. Elle a aussi loué des chevaux chez des particuliers. Et elle a déjà des nombreuses expériences avec gagner l'argent grâce à la revente de matériel d'équitation pendant 8 ans.

3.8 Le plan de production

L'entreprise aura besoin d'un fournisseur et d'un fabricant d'équipements d'équitation conçus par nous avec la plus haute qualité et aux prix les plus avantageux. Nous devons trouver un distributeur capable de créer nos produits en haute qualité. Et qui saura créer une conception unique tel que nous l'imaginons. Nous devons également prévoir un distributeur de boîtes d'emballage pour expédier nos produits.

Les selles seront produites en cuir coupé de luxe en plusieurs couleurs, noir, marron foncé et marron cappuccino ou une variante de deux couleurs. Le squelette de la selle sera fabriqué de manière souple, le plus souvent à partir de plastique spécial, afin qu'il soit bien souple. Notre logo sera gravé dans la peau. La selle aura des oreillers en laine et en latex. La chambre de selle sera réglable afin que la selle tombe sur le plus de chevaux possibles.

Les vêtements d'équitation seront faits principalement de coton. De plus, les bottes d'équitation seront également en cuir ou aussi en caoutchouc. Tous nos produits porteront notre logo.

Nous emballerons tous nos produits dans nos boîtes, qui seront fabriqués sur commande directement. Il nous importe également que les marchandises soient bien emballées et que nos boîtes aient une conception agréable. Dans les boîtes nous ajouterons également notre carte de visite où se trouvera notre contact. Et nous ajouterons également les cadeaux différents et coupons de réduction aux clients réguliers pour d'autres achats. Nous voulons faire la meilleure impression possible sur nos clients. Tout sera produit en grande quantité afin que nous ayons suffisamment de marchandises à expédier et à vendre. Et selon la fréquence des ventes après les premiers mois d'ouverture de notre magasin, nous continuerons à contrôler la quantité de production à l'avenir.

3.9 Le plan du marketing

Dans le plan du marketing nous ferons une publicité de marque et aussi une publicité du produit.

Notre marque aura trois objectifs principaux de la publicité suivants.

Objectifs cognitifs (faire savoir) : L'objectif est de créer une marque qui sera populaire, connue en République tchèque et aussi à l'étranger.

Objectifs affectifs (faire aimer) : L'objectif est de susciter l'émotion, créer la marque qui sera préférable, de meilleure qualité et avoir des clients satisfaits.

Objectifs conatifs (faire agir) : L'objectif est d'essayer le produit, nous voudrions que les gens essaient nos produits et les achètent régulièrement.

Quelques principes de communication

Nous voulons démontrer les opinions préexistantes du récepteur tels qu'il est important de maintenir la meilleure santé possible des chevaux ! Et grâce aux nos selles flexibles nous apportons un meilleur confort pour le dos et la santé du cheval. Est-ce que vous savez que le confort et la santé d'un cheval peuvent influencer ses résultats sportifs ? Nos selles sont également recommandées par Aleš Opatrný, le célèbre champion de saut d'obstacles de République tchèque, qui a testé nos selles et les recommande vivement. Nos produits sont évalués positivement par d'autres cavaliers équestres bien connus. Vous pourriez également lire l'évaluation de nos produits par le client sur notre site Web.

Les leviers de persuasion

Attentionnel : nous publierons régulièrement des annonces sur notre marque afin d'attirer plusieurs fois l'attention de clients potentiels.

Rationnel : un des témoignages de la qualité et l'efficacité de nos selles est le championnat équestre tchèque Aleš Opatrný.

Émotionnel : Chaque cavalier veut sûrement obtenir les meilleurs résultats, n'est-ce pas ? Et chaque cavalier veut sûrement la meilleure santé pour son cheval afin qu'il puisse obtenir les meilleurs résultats et qu'il soit satisfait.

Nous pensons que vous aurez envie de tout faire pour le bien-être du cheval. Parce que lorsque votre cheval est satisfait, vous serez également satisfait. Lorsque votre cheval est sain, vous serez heureux.

Comporte- mental : Afin de mieux vous motiver, nous vous offrons votre premier achat avec une remise de 30%. Et pour les clients réguliers, nous offrirons des coupons de réduction supplémentaires pour des achats supplémentaires et d'autres promotions de réduction.

Relationnel : Nous sommes avec vous. Nous voulons contribuer à de meilleurs résultats et à une meilleure santé pour tous les chevaux. Nous voulons contribuer à une meilleure santé des chevaux et améliorer le sport équestre.

Comment capter l'attention ?

Nous voulons capter l'attention principalement par l'influence sociale. Cela signifie que nous voulons que nos produits soient recommandés par nos clients à partir de leurs propres expériences. Car nous pensons qu'une recommandation personnelle est la meilleure recommandation qui puisse être.

Comment convaincre ?

Par le conditionnement nous présenterons les avantages de nos produits tel qu'une meilleure qualité, les selles flexibles pour le meilleur confort des chevaux, les meilleurs prix.

Par la persuasion logique nous convaincront par la comparaison avec la concurrence, nous avons les meilleurs prix, nous avons d'autres innovations et aussi une conception unique.

Par l'imitation, nos produits sont préférés par les cavaliers très connus en République tchèque.

Comment laisser une trace durable ?

Par la répétition nous voulons promouvoir notre marque régulièrement, notamment sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook), pour que les gens n'oublient pas notre marque mais voient ses innovations même dans le futur.

En facilitant la mémorisation nous voulons maintenir la simplicité et clarté de nos produits. Nous voulons créer une conception simple et claire de nos produits et aussi de notre marque, facile à retenir et non compliquée.

SWOT analyse

L'analyse SWOT sera utilisée pour évaluer les facteurs internes et externes de l'entreprise FURIOSO s.r.o.

Les principaux précurseurs de l'entreprise FURIOSO :

- l'emplacement est situé dans la grande ville d'Olomouc, où il n'y a qu'un seul magasin de pierre concurrent,
- le propriétaire a de l'expérience dans le domaine des affaires,
- nous proposerons des produits à de meilleurs prix que mes concurrents,
- nous préparerons diverses remises et promotions pour les clients réguliers.

Les désavantages de l'entreprise FURIOSO :

- une concurrence déjà opérationnelle et bien établie sur le marché,
- incertitude de succès,
- incertitude de bon emplacement pour magasin de pierre,
- grandes dépenses initiales.

Opportunités de l'entreprise FURIOSO :

- obtenir nôtres propres clients,
- avoir succès en affaires,
- capacité à être meilleur que la concurrence,
- créer un nouveau meilleur produit.

Les menaces de l'entreprise FURIOSO :

- résiliation de la société,
- impopularité de l'entreprise,
- lutter contre la concurrence,
- incapacité de produire le bénéfice.

Grace à l'analyse SWOT nous pouvons voir que l'entreprise a plus de points forts, ce qui est important pour le profit de l'entreprise. De cette découverte, nous arrivons à la conclusion que notre entreprise pourrait réussir sur le marché tchèque. Toutefois nous pouvons voir aussi les menaces ou les désavantages qui peuvent apporter des obstacles à la création d'une entreprise, mais ces problèmes sont normaux et nécessaires pour atteindre l'objectif.

PESTEL analyse

PESTEL est l'acronyme des six types de facteurs formant un cadre d'analyse de l'environnement externe tel que les opportunités et menaces qui peuvent avoir un impact, positif ou négatif, sur notre entreprise. Il fournit un point de vue global sur l'environnement de notre entreprise.

POLITIQUE : La politique nationale est stable. Il peut y avoir des problèmes avec la monnaie.

ÉCONOMIE : Notre pays vit dans la richesse. Le taux d'intérêt et le taux d'inflation sont les plus bas. Le pouvoir d'achat augmente ce qui est positif.

SOCIAL : Nous avons un grand pourcentage des gens à la classe riche et la classe moyenne. Les gens veulent de plus en plus les produits de la meilleure qualité. Les gens souhaitent la meilleure santé pour eux-mêmes et pour les chevaux aussi. Maintenant il y a une mode des produits plus sains.

TÉCHNOLOGIE : Nos produits sont de nouvelle technologie alors nous pouvons dire que c'est quelque chose de la spécialité. C'est une innovation des produits.

ÉCOLOGIE : Nos produits sont durables ce qui signifie que les produits usés sont réopérés à nouveau.

LÉGISLATION : Nous avons une propriété industrielle. Nous respectons toutes les normes et toutes les droites.

Grace à l'analyse PESTEL nous pouvons voir qu'il y a beaucoup d'aspects positifs sur la création de notre entreprise. Notre République vit dans la prospérité et les gens sont prêts à payer pour des produits de qualité.

Analyse : 5 + 1 forces de Porter

Le modèle des 5 forces de Porter est un outil qui permet d'analyser la concurrence sur le marché. Pour bien analyser la concurrence sur le marché tchèque nous présentons notre analyse de cinq forces de Porter suivante.

Pouvoir de négociation des fournisseurs

- nous avons des fournisseurs qui nous fabriquent les produits avec les prix les plus bas
- pour avoir un avantage contre la concurrence nous devons négocier les prix les plus bas à long terme

Menaces des produits de substitution

- nous avons une grande menace des produits de substitution parce que les gens achètent plus les selles classiques parce qu'ils sont moins chers et ils sont les plus utilisés

Pouvoir de négociation des acheteurs

- nous devons: maintenir la qualité, l'originalité du design, améliorer les produits, les innover, avoir une bonne publicité, maintenir de meilleurs prix, créer des améliorations pour toujours attirer l'attention des acheteurs

Intensité concurrentielle

- nous n'avons pas beaucoup de concurrence, juste une seule entreprise en République tchèque qui fait les selles flexibles
- c'est une concurrence fondée sur le prix et l'innovation

Les pouvoirs publics

- nous devons respecter toutes les normes et toutes les lois de la société

Menace des nouveaux entrants

- les dépenses d'entrée sont plus hautes chez les selles flexibles que chez les selles classiques alors la menace est plus petite

Grace à l'analyse des cinq forces de Porter nous avons analysé la concurrence possible sur le marché tchèque. Maintenant nous pouvons dire que notre entreprise pourrait être compétitif grâce aux nombreux aspects positifs et grâce à la concurrence faible.

La copy-stratégie

La définition en 4 points clés de la Copy Strategy détermine le cadre du processus créatif. Notre copy stratégie est suivante.

PROMESSE : La haute qualité de selles flexibles

PREUVE : Le comparatif à la concurrence

BENEFICE : La meilleure santé pour les chevaux, le meilleur confort

TON : La conception unique, la rationalité de prix

En ce qui concerne la distribution notre société se concentrera principalement sur la boutique en ligne où nous proposerons toute la gamme de nos produits. Nous proposerons également nos produits dans notre magasin de pierre où tout sera également disponible. Cependant, afin de rendre l'achat de nos produits disponible dans toute la République tchèque, nous proposerons également nos produits via notre boutique en ligne. Tous les produits commandés sur notre site Web seront expédiés dans les deux jours ouvrables. À l'avenir, nous aimerions établir une coopération avec des entreprises Zásilkovna ou Česká pošta afin que nous ayons de meilleurs prix pour l'envoi d'envois. Les marchandises commandées seront emballées et envoyées par le propriétaire de l'entreprise ou, s'il y a une plus grande quantité de marchandises commandées à l'avenir, ce sera un travail pour un autre employé. Toutes les marchandises seront envoyées dans nos propres boîtes avec notre logo. La distribution sera possible dans toute la République tchèque, mais il sera également possible d'envoyer des marchandises en Slovaquie.

La publicité et la promotion des ventes sera importante pour notre entreprise surtout au début. Avant l'ouverture de notre nouveau magasin, il est très important d'informer les clients potentiels de la création d'un nouveau magasin FURIOSO ainsi que de nouveaux produits.

Le propriétaire fera la promotion de sa nouvelle entreprise principalement à l'aide des réseaux sociaux. Les informations sur l'ouverture du nouveau magasin seront partagées et promues dans les groupes de cavaliers sur les pages Facebook et également sur Instagram où ils recevront de la publicité payante pour atteindre les clients potentiels intéressés par les sports équestres.

Nous voulons également créer une courte vidéo publicitaire décrivant nos produits et nos magasins et aussi comment nous travaillons dans notre entreprise sous forme de publicité qui sera disponible sur notre site Web et à la télévision ou sous forme de vidéo promotionnelle sur les réseaux sociaux tels qu'Instagram et Facebook.

Nous imprimerons également une annonce sur l'ouverture d'un nouveau magasin avec l'aide de la presse et accrochera des affiches dans la ville d'Olomouc afin que nous puissions attirer même les personnes âgées qui ne sont pas si actives sur les réseaux sociaux. Nous ferons également des affiches de nos produits afin de pouvoir les accrocher et ainsi mieux attirer les clients potentiels.

Le prix est important pour le succès de l'entreprise. La fréquentation de notre entreprise dépend aussi des prix et surtout le profit dépendent aussi des prix. Le propriétaire de l'entreprise créera des prix en tenant compte des coûts, des clients et de la concurrence. Les coûts seront pris en compte lors de la fixation des prix. L'entreprise doit produire le profit, il sera donc préférable de recalculer le coût des produits. Cependant, nous voulons avoir des produits divisés en plusieurs catégories de prix afin que les produits soient financièrement accessibles au plus grand nombre de clients.

3.10 Plan d'organisation

Le propriétaire de l'entreprise dirigera l'entreprise, il aura également la charge de créer les structures organisationnelles de l'entreprise et déterminera la rémunération de l'employé.

La haute directrice sera la propriétaire de l'entreprise qui est Elisabeth Kartlová et elle représentera les postes suivants dans l'entreprise : le dirigeant d'entreprise, le chef

des opérations, de la promotion, du marketing et du personnel et le formateur de nouveaux employés ou intérimaires.

La nouvelle start-up a besoin de dépenser ses ressources financières pour pouvoir rembourser régulièrement et autant que possible les prêts aux investisseurs.

Lors du recrutement de nouveaux employés, un conseil aura lieu.

La formation comprendra les étapes suivantes : liste introductive, exigences liées aux activités de travail : accès aux clients, service à la clientèle, tenue vestimentaire, moral, etc., des questions, conclusion.

Lors de la formation, les employés recevront un plan clair des produits offerts, incluant leurs spécifications pour d'éventuelles explications, ainsi que les prix des produits.

La rémunération des clients s'effectuera sur la base de mensualités indicatives. D'autres systèmes de récompense seront des bonus. Des bonus seront attribués à ceux qui pourront vendre plus de biens avec leurs capacités que ce qui sera fixé en moyenne. Plus il y a de produits vendus par quart de travail, plus les primes sont élevées pour une meilleure motivation. Pendant les heures de travail, les employés pourront consommer du café ou du thé gratuitement.

3.11 Les intentions financières

Dans cette partie, nous montrerons les dépenses individuelles associées à la création d'une nouvelle entreprise.

Le plan du frais

Nous présentons les frais nécessaires à la création de notre entreprise afin que nous puissions construire un prévisionnel cohérent et calculer précisément le besoin de financement de notre projet.

Coûts	Prix en CZK
Location	25.000, -
Eau	3.500, -
Électricité	5.500, -
Gaz	1.000, -
Téléphone, connexion internet	2.000, -
Total	37.000, -

Tableau 2 : les frais mensuels pour le fonctionnement du magasin (Source : auteur)

Le tableau des frais mensuels pour le fonctionnement du magasin nous montre que les frais totaux seront 37 000 CZK. Le louer coûtera le plus, le prix est 25 000 CZK par le mois. Ensuite ce sont les énergies qui coûteront 10 000 CZK par le mois et enfin le téléphone et l'internet qui coûteront le moins, ça fait 2 000 CZK par le mois.

Coûts	Prix en CZK
Un employé	25.000, -
Prélèvements pour les employeurs	3.000, -
Total	28.000, -

Tableau 3 : les frais de personnel mensuels (Source : auteur)

Le tableau des frais de personnel mensuels nous montre que les frais pour les employés nous coûteront 28 000 CZK par le mois.

Coûts	Prix en CZK
Création de sites internet	2.300, -
Publicité imprimée	1.500, -
Total	3.800, -

Tableau 4 : Coûts initiaux de la promotion (Source : auteur)

Le tableau des coûts initiaux de la promotion nous montre que la création de sites internet pour la vente des produits à l'internet nous coute le plus, ça fait 2 300 CZK par le mois. Ensuite la publicité imprimée alors l'annoncé, le catalogue, etc., couteront 1 500 CZK par le mois. Au total ça fait 3 800 CZK par le mois.

Coûts	Prix en CZK
La création de s.r.o.	10.000, -
Total	10.000, -

Tableau 5 : les coûts initiaux de création d'une nouvelle société à responsabilité limitée (Source : auteur)

Le tableau des coûts initiaux de la création d'une nouvelle société à responsabilité limitée nous montre que les frais pour la création de la société à responsabilité limitée nous couteront au total 10 000 CZK.

Coûts	Prix en CZK
Le paiement mensuel	11.600, -
Total	11.600, -

Tableau 6 : Le remboursement mensuel du prêt par l'investisseur (Source : auteur)

Le tableau de remboursement mensuel du prêt par l'investisseur nous montre que le paiement mensuel sera mis à 11 600 CZK par le mois.

Le prêt de l'investisseur sera de 600 000 CZK. Le prêt sera remboursé sur 5 ans avec un taux d'intérêt de 6 %. Le paiement mensuel sera de 11 600 CZK. Dans ce cas, nous le propriétaire sera augmenté de 95 980 CZK, il paiera donc un total de 695 980 CZK.

Coûts	Prix en CZK
Équipement de l'établissement	200.000, -
Stocks de produits	150.000, -
Total	350.000, -

Tableau 7 : Les frais du démarrage d'un magasin au cours du premier mois d'activité (Source : auteur)

Le tableau des frais du démarrage d'un magasin au cours du premier mois d'activité nous montre que les frais pour l'équipement de l'établissement seront assez élevés. Nous payerons 200 000 CZK. Ensuite les frais pour le stock de produit nous coûteront 150 000 CZK pour le premier mois d'activité.

Le bilan comptable d'entreprise

Le bilan comptable d'une entreprise est une photographie de la situation financière d'une entreprise à un instant. C'est un tableau qui montre ce que l'entreprise possède (actif) et ce qu'elle doit (passif). Il s'agit des ressources mobilisées pour financer son actif (emprunts, capital social, etc.). Le bilan de l'entreprise montre ce que l'entreprise possède et sur ce qu'elle doit posséder en avenir. Il permet de donner une valeur financière à la structure.

Le bilan d'ouverture

ACTIF DU BILAN		PASSIF DU BILAN	
Actifs immobilisés	800 000 CZK	Capitaux propres	600 000 CZK
Immobilisations incorporelles		Capital social	600 000 CZK
Immobilisations corporelles	800 000 CZK	Réserves	
Immobilisations financières		Résultat de l'exercice	
Actifs circulants	400 000 CZK	Dettes	600 000 CZK
Stocks	205 000 CZK	Dettes bancaires (investisseurs)	600 000 CZK
Créances clients		Dettes fournisseurs	
Autres créances		Dettes fiscales et sociales	
Disponibilités	195 000 CZK		
TOTAL :	1 200 000 CZK	TOTAL :	1 200 000 CZK

Tableau 8 : Le bilan d'ouverture (Source : auteur)

Le tableau de bilan d'ouverture nous montre les actifs et les passifs de l'entreprise en temps initial. Nous pouvons voir que les actifs immobilisés sont au total en valeur de 800 000 CZK et les actifs circulants sont au total en valeur de 400 000 CZK. Ça fait ensemble 1 200 000 CZK. Nous pouvons aussi voir que notre capital propre est en valeur de 600 000 CZK et les dettes font du 600 000 Kč. Ça fait ensemble 1 200 000 CZK comme les actifs.

Le bilan de clôture en 2027

ACTIF DU BILAN		PASSIF DU BILAN	
Actifs immobilisés	800 000 CZK	Capitaux propres	5 600 000 CZK
Immobilisations incorporelles		Capital social	600 000 CZK
Immobilisations corporelles	800 000 CZK	Réserves	
Immobilisations financières		Résultat de l'exercice	5 000 000 CZK
Actifs circulants	7 800 000 CZK	Dettes	3 000 000 CZK
Stocks	2 605 000 CZK	Dettes bancaires (investisseurs)	
Créances clients	5 000 000 CZK	Dettes fournisseurs	3 000 000 CZK
Autres créances		Dettes fiscales et sociales	
Disponibilités	195 000 CZK		
TOTAL :	8 600 000 CZK	TOTAL :	8 600 000 CZK

Tableau 9 : Le bilan de clôture en 2027 (Source : auteur)

Le tableau de bilan de clôture en 2027 nous montre les actifs et les passifs de l'entreprise dans l'année 2027. Nous pouvons voir que le stock s'agrandissait en valeur de 2 605 000 CZK et nous pouvons voir au nouveau la créance client en valeur de 5 000 000 CZK. Ça fait ensemble 8 600 000 CZK. Nous pouvons aussi voir que le résultat de l'exercice était créé en valeur de 5 000 000 CZK et les dettes fournisseurs s'agrandissaient en valeur de 3 000 000 CZK. Ça fait ensemble 8 600 000 CZK comme les actifs. Nous pouvons donc estimer que dans l'année 2027 les actifs et les passifs mettront en valeur 8 600 000 CZK.

Le plan de vente

Le plan de vente nous aidera à établir des objectifs de vente et de marketing réalisables pour l'année à venir.

L'année civile	2022	2023	2024	2025	2026
Les ventes en CZK	7 500 000	7 900 000	8 200 000	8 500 000	8 800 000

Tableau 10 : Les ventes présumées pour une période de 5 ans (Source : auteur)

Le tableau des ventes présumées pour une période de 5 ans nous montre qu'au cours des prochaines années, le magasin prévoit une augmentation progressive des ventes en termes de popularité, en gagnant des clients existants et en attirant de nouveaux clients. Nous supposons que les ventes ne feront qu'augmenter dans les années à venir.

3.12 Les risques

« La gestion des risques met l'accent sur l'identification de ce qui pourrait mal tourner, l'évaluation de quels risques devraient être traités et la mise en œuvre de stratégies pour faire face à ces risques. Les entreprises ayant identifié les risques seront mieux préparées et auront une façon plus rentable de les traiter ». (Info Entrepreneurs)

Nous devons faire face aux nombreux risques qui pourraient empêcher notre entreprise de réussir. Nous devons les présenter et être prêt de travailler avec des situations problématiques à l'avenir. Nous présentons les risques non seulement pour nous, mais aussi pour la banque ou pour les investisseurs potentiels.

On distingue plusieurs types de risques, par exemples : les risques liés à la concurrence, les risques liés à la réglementation, les risques technologiques, les risques humains, les risques liés à la taille du projet, les risques liés au secteur d'activité.

Quand nous voulons analyser les risques il est bon premièrement identifier le risque, après quelle est la probabilité que le problème survienne, présenter l'impact possible

et enfin décrire quel est le plan pour éviter les problèmes ou quelles sont les solutions des problèmes. (My business plan, 2012)

Les risques internes peuvent être pour notre entreprise, par exemple : les dommages aux produits causés dans les magasins, les dommages à l'équipement du magasin, le manque de produit dû au retard du fournisseur, etc.

Les risques externes peuvent être pour notre entreprise, par exemple : la faible fréquentation de vente des produits ou la faible fréquentation de visite du magasin, par exemple en raison de la concurrence ou de l'insatisfaction des clients, etc.

Dans tous les cas nous essayerons de faire tout pour la satisfaction des clients. Nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour le bon fonctionnement de l'entreprise et pour éviter tous les problèmes qui peuvent survenir. S'il y a un problème, nous essaierons de le résoudre de la meilleure façon pour une satisfaction mutuelle parce que votre satisfaction est notre joie.

Conclusion

Dans la première partie nous avons expliqué les définitions fondamentales du plan d'affaires comme : qu'est-ce qu'un plan d'affaire, qu'est-ce qu'une entreprise, la différence entre la personne physique et morale, les types des entreprises en forme juridique, la structure du plan d'affaires etc.

Dans la deuxième partie nous nous sommes intéressés au sport équestre pour mieux comprendre la situation équestre en République tchèque et en France. Nous avons présenté les informations fondamentales du sport des cavaliers, nous avons présenté les marque tchèque et mondiales les plus connus, nous avons décrit quelque chose de l'histoire et enfin nous avons décrit quelques informations sur le sport équestre en France.

Dans la dernière partie nous nous sommes concentrés à l'élaboration de notre propre plan d'affaires pour la nouvelle entreprise FURIOSO s.r.o. Nous avons préparé toute la structure du plan, nous avons développé les analyses différentes pour analyser le marché, la concurrence, etc. Nous avons montré quelques chiffres et les plans financiers possibles. Et enfin nous avons aussi comparé les avantages et les risques possibles qui pourraient survenir.

Lors de l'élaboration du plan d'affaires, nous avons tenté de présenter les informations de manière concise et succincte, et d'inclure toutes les informations pertinentes pour évaluer le plan d'affaires.

Serons-nous donc capables de créer une entreprise qui saura conquérir le marché tchèque ? Notre entreprise pourrait-elle apporter des profits ? Notre entreprise sera-t-elle compétitive ?

Selon l'évaluation du plan d'affaires, nous pouvons dire que l'entreprise a un grand potentiel pour réussir et s'établir sur le marché tchèque surtout en raison de la faible concurrence. Dans ce cas-là nous pouvons constater qu'il est une grande probabilité que notre entreprise sera réussite sur le marché thèque et qu'il sera compétitif.

Notre entreprise sera unique parce qu'elle portera les innovations, les nouveaux produits de la nouvelle conception et surtout les produits qui soutiendra la santé des chevaux. Nous espérons que ces produits seront préférables pour les clients du sport équestre.

Nous sommes convaincus que le nouveau magasin FURIOSO résistera très bien sur le marché et sera compétitif. Nos nouveaux produits que nous proposons et nos innovations originales seront une nouveauté pour le marché et la ville d'Olomouc.

Nous croyons que chaque client aimera notre entreprise afin que nous ayons de plus en plus de clients satisfaits à l'avenir. Nous espérons aussi que notre entreprise grandira, s'améliora au futur et aidera les gens dans le sport équestre de diverses manières.

Liste des tableaux

Tableau 1 : Comparaison des prix avec les magasins équestres concurrents

Tableau 2 : les frais mensuels pour le fonctionnement du magasin

Tableau 3 : les frais de personnel mensuels

Tableau 4 : Coûts initiaux de la promotion

Tableau 5 : les coûts initiaux de création d'une nouvelle société à responsabilité limitée

Tableau 6 : Le remboursement mensuel du prêt par l'investisseur

Tableau 7 : Les frais du démarrage d'un magasin au cours du premier mois d'activité

Tableau 8 : Le bilan d'ouverture

Tableau 9 : Le bilan de clôture en 2027

Tableau 10 : Les ventes présumées pour une période de 5 ans

Table des symboles

SWOT = Strengths, weaknesses, opportunities and threats

FET = La Fédération équestre tchèque

CZK = Czech koruna / Česká koruna

S.R.O. = Společnost s ručením omezeným / Société à responsabilité limitée

Résumé

Bakalářská práce se zabývá studiem a vytvořením podnikatelského plánu pro založení nové firmy, která bude prodávat jezdecké potřeby. V první kapitole se věnujeme teoretické části, a to konkrétně tím, co vše má obsahovat podnikatelský plán, jaká je jeho struktura, a vysvětlujeme základní pojmy. V druhé kapitole nastiňujeme základní informace o jezdeckém sportu, jako například různé disciplíny, historii jezdeckého sportu v České republice a ve Francii, nebo dále i české a světově známé jezdecké značky. V poslední kapitole již zpracováváme náš konkrétní podnikatelský plán pro novou firmu FURIOSO s.r.o. kde analyzujeme trh, konkurenci a další. Srovnáváme výhody a nevýhody založení a vyhodnocujeme celkovou efektivnost firmy. Na konci se dostáváme k shrnutí a vyhodnocení celého plánu, zda by byla naše firma konkurenceschopná, zda by se uchytila na trhu a zda by dokázala produkovat zisk.

Références bibliographiques

Anonyme. La fédération équestre tchèque. Disponible sur : <http://www.cjf.cz>

Anonyme. Quelles différences entre personne morale et personne physique. Disponible sur : <https://agence-juridique.com/articles/quelles-differences-entre-personne-morale-et-personne-physique#toc-qu-est-ce-qu-une-personne-physique->

Anonyme. (2021). 3 questions à se poser à chaque opportunité commerciale. Disponible sur : <https://atradius.fr/actualites/blog/3-questions-a-se-poser-a-chaque-opportunite-commerciale.html>

Anonyme. (2022). Modèle de Business Plan : définition, exemples et plan. Disponible sur : <https://creactifs.com/blog/comment-rediger-un-business-plan-les-principales-phases-du-business-plan/>

Anonyme. Quels sont les objectifs de l'entreprise. Disponible sur : <https://www.economie.gouv.fr/facileco/quels-sont-objectifs-lentreprise>

Anonyme. Le marché. Guide du business plan. Disponible sur : <https://www.creer-mon-business-plan.fr/guide/le-marche>

Anonyme. L'analyse des risques dans le business plan. Disponible sur : <https://www.my-business-plan.fr/analyse-risque>

Anonyme. Le paturon. Disponible sur : www.lepaturon.com

Anonyme. (2012). Bukefalos. Disponible sur : <https://bukefalos.cz>

Anonyme. Sedlářství Zbořil. Disponible sur : <http://sedlarstvizboril.cz/skokova-sedla/>

Anonyme. (2022). Baloun Flexisaddles. Disponible sur : <https://baloun-flexisaddles.cz/kontakt/>

Anonyme. (2019). Jan Hauzr. Disponible sur : <https://janhauzr.eu>

Anonyme. (2022). Prestige. Disponible sur : https://www.prestigeitaly.com/en/our_history.xhtml

Anonyme. (2022). Kentaur. Disponible sur : <https://www.kentaur.cz/cs/>

Anonyme. (2018). Bruno Delgrange. Disponible sur : <https://www.brunodelgrange.com/en/content/4-our-history>

Anonyme. (2022). Equiross. Disponible sur : <https://www.equiross.cz>

Anonyme. (2022). Equiservis. Disponible sur : <https://www.equiservis.cz>

Anonyme. Devoucoux. Disponible sur : <https://eu.devoucoux.com/gb/content/category/11-our-brand>

Anonyme. (2022). Acavallo. Disponible sur : <https://www.acavallo.com/company/>

Anonyme. CWD. Disponible sur : <https://eu.cwdsellier.com/gb/content/15-history>

Anonyme. Waldhausen. Disponible sur : <https://www.waldhausen.com/en/services/about-us/>

Anonyme. (2018). IFCE. Disponible sur : <https://equipedia.ifce.fr/economie-et-filiere/economie/chiffres-cles-de-la-filiere/les-chiffres-sur-les-activites-equestres>

Anonyme. (2019). NSW gouvernement. What is a company. Disponible sur : <https://www.smallbusiness.nsw.gov.au/get-help/business-basics/what-company>

Groscaux, O. Présentation plan d'affaires. Formation créateur d'entreprise profil. Disponible sur : <https://aide-creation-entreprise.info/Presentation-plan-d-affaires>

Hayes, A. (2021). Investopedia. Business plan. Disponible sur : <https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>

Koníčková, Š. (2013). Notions fondamentales d'économie et de gestion. Olomouc : Univerzita Palacký.

Latour, Ch. (2021). Le plan d'affaires... ce que vous devez savoir avant de le commencer. Disponible sur : <https://www.hrimag.com/Le-plan-d-affaires-ce-que-vous-devez-savoir-avant-de-le-commencer>

Management et Développement d'Entreprise. (2016). 5-facteurs-differencient-hommes-daffaires-entrepreneurs. Disponible sur : <https://www.mde.ci/actualites/5-facteurs-differencient-hommes-daffaires-entrepreneurs/>

Mauguet, C. (2021). Qu'est-ce qu'une entreprise : définition. Gestion – Finances. Disponible sur : <https://agicap.com/fr/article/definition-entreprise/>

Péloquin, L. E. (2014). Les composantes du plan d'affaires. De l'intuition au projet d'entreprise — Une nouvelle approche pour la conception de projet d'affaires (p. 369-376). Montréal : Les Éditions Transcontinental.

Srpová J., Svobodová I., Skopal P et Orlík T. (2011). Podnikatelský plán a strategie. Praha 7 : nakladatelství Grada Publishing.

Ward, S. (2021). The balance small business. What is a business plan. Disponible sur : <https://www.thebalancesmb.com/business-plan-2947267>

Annexe I

L'équipement équestre de base pour les chevaux :



L'image 1 : Licol cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 2 : Étriers (Source : www.lepaturon.com)



L'image 3 : Masque Anti-Mouche cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 4 : Bonnet cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 5: Tapis de selle (Source : www.lepaturon.com)



© Copyright
www.thehorsegroup.com

L'image 6 : Amortisseur cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 7 : Longes pour le cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 8 : Mors Cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 9 : Bridon cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 10 : Guêtre cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 11 : Protège boulets (Source : www.lepaturon.com)



○ L'image 12 : Cloches pour cheval (Source : www.lepaturon.com)

○



L'image 13 : Sangles pour le cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 14 : Rênes cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 15 : Muserolle cheval (Source : www.lepaturon.com)



L'image 16 : Enrênements équitation (Source : www.lepaturon.com)



L'image 17 : Mousqueton (Source : www.lepaturon.com)



L'image 18 : Couverture hiver (Source : www.lepaturon.com)



L'image 19 : Couverture imperméable (Source : www.lepaturon.com)



L'image 20 : Couverture box et écurie (Source : www.lepaturon.com)



L'image 21 : Sous-couverture (Source : www.lepaturon.com)



L'image 22 : Couvres-cou et camails (Source : www.lepaturon.com)



L'image 23 : Couverture anti-insectes (Source : www.lepaturon.com)



L'image 24 : Couverture extérieure (Source : www.lepaturon.com)



L'image 25 : Couverture séchante (Source : www.lepaturon.com)



L'image 26 : Couvre reins (Source : www.lepaturon.com)

L'équipement équestre de base pour les cavaliers :



L'image 27 : Casque équitation (Source : www.lepaturon.com)



L'image 28 : Chaussettes cavalier (Source : www.lepaturon.com)



L'image 29 : Boots équitation (Source : www.lepaturon.com)



L'image 30 : Gants équitation (Source : www.lepaturon.com)



L'image 31 : Bonnet cavalier (Source : www.lepaturon.com)



L'image 32 : Étrivières (Source : www.lepaturon.com)



L'image 33 : Eperons (Source : www.lepaturon.com)



L'image 34 : Veste équitation (Source : www.lepaturon.com)



L'image 35 : Casquette équitation (Source : www.lepaturon.com)



L'image 36 : Porte-Selle (Source : www.lepaturon.com)



L'image 37 : Chaps/ minichaps équitation (Source : www.lepaturon.com)

Annotation

1. Nom de l'auteur : Ester Mazúchová
2. Nom de l'institution : Département d'Études romanes, Faculté des Lettres, Université Palacký d'Olomouc
3. Nom du mémoire : Le plan d'affaires pour une création de l'entreprise Furioso
4. Directeur du mémoire : Stanislav Pisklák
5. Nombre de caractères : 72 566
6. Nombre de sources : 32
7. Propre texte : 56 pages
8. Mots clés : plan d'affaires, entreprise, produits équestres

Texte d'annotation :

Le mémoire de licence traite de l'étude et l'élaboration d'un plan d'affaires pour la création d'une nouvelle entreprise qui vendra du matériel d'équitation. Dans la première partie, nous abordons la partie théorique, plus précisément ce que doit contenir le business plan. La deuxième partie traite des informations de base sur le sport équestre, telles que diverses disciplines, l'histoire du sport équestre en République tchèque ou des marques équestres bien connues. Dans le dernier chapitre, nous développons déjà un plan d'affaires spécifique pour créer la société FURIOSO s.r.o.

Annotation in English

1. Autor's name:	Ester Mazúchová
2. Faculty and department:	Department of roman languages, Faculty of Arts, Palacký University Olomouc
3. Title of bachelor's thesis:	Business plan for creating of a new company for the sale of riding equipment
4. Leader of bachelor's thesis:	Stanislav Pisklák
5. Number of characters:	72 566
6. Number of supplements:	32
7. Proper text:	56 pages
8. Key words:	business plan, company, equestrian products

Annotation text:

The bachelor's thesis concerns the study and the development of a business plan for the creation of a new company which will sell horse riding equipment. In the first part, we discuss the theoretical part, more precisely what the business plan should contain. The second part deals with basic information about equestrian sport, such as various disciplines, the history of equestrian sport in the Czech Republic or well-known equestrian brands. In the last chapter, we already develop a specific business plan for establishing the company FURIOSO s.r.o.

