

# Editions Prévision Flash

Exemple de dossier prévisionnel généré directement  
par **PREVISION FLASH**  
grâce à son propre traitement de texte



**RCA, Réalisations pour la Comptabilité et l'Audit**

Exapole - Bâtiment I - 275, Boulevard Marcel Paul

BP 10374 - 44816 Saint-Herblain (Nantes)

Téléphone : 02 40 95 87 30 | Télécopie : 02 28 03 59 32

[www.rca.fr](http://www.rca.fr)



**CABINET** *LACONTA*

## Étude prévisionnelle

Sur 3 exercices de 09/2010 au 08/2013

---

### **Boucle d'Art & Velours**

Bijoux et prêt-à-porter féminin

Madame Exemple

Rue de la création

44000 NANTES

Tel : 01 23 45 67 89

Fax : 06 12 34 56 78

Mail : [dossier-exemple@exemple.fr](mailto:dossier-exemple@exemple.fr)

---

## Sommaire

1 - Résumé .....	2
2 - Présentation du projet .....	3
3 - Investissements et financements .....	8
4 - Le compte de résultat .....	10
5 - Le budget mensuel de la première année.....	11
6 - Les principaux indicateurs .....	12
7 - Le seuil de rentabilité .....	13
8 - La structure financière .....	14

## 1 - Résumé

*Je suis créatrice de bijoux depuis quelques années et commercialise mes créations via un site d'E-commerce, [www.boucle-et-bijoux.fr](http://www.boucle-et-bijoux.fr), sous le régime d'autoentrepreneur.*

*Pour promouvoir mon activité, j'ai exposé en boutique, à plein temps, pendant la saison d'été 2009 à Sallertaine, un village d'artisans d'art en Vendée.*

*Cette expérience forte enrichissante et très concluante en termes de vente m'incite à ouvrir une boutique permanente et y adjoindre une seconde activité : Le prêt à porter féminin sur le créneau moyen / haut de gamme.*

*Ce projet consiste donc à créer une boutique de vêtements, accessoires de mode et bijoux d'artisanat d'art tout en étant un lieu "d'expo d'art". L'idée est de créer une ambiance autour de mes créations et développer le conseil que je pratique déjà sur l'activité bijoux. Il participe au succès et la fidélisation des clientes ; ne pas forcer la vente, mais bien répondre au besoin ou à l'envie de la cliente, en l'ayant soigneusement écoutée et comprise.*

*Ce dossier complet vous donnera toutes les informations utiles et nécessaires à vous forger une opinion.*

*Il regroupe tant la présentation générale du projet que les résultats de l'étude de marché menée sur la zone d'achalandage de la boutique et propose les moyens et l'organisation prévus pour la réussite du lancement de la boutique en septembre 2010.*

## 2 - Présentation du projet

### I - Mon Profil

#### 1 : Situation professionnelle

Créatrice de bijoux en activité.

#### 2 : CV

Cf document en annexe joint.

### II - Mon Projet

#### 1 : Le genèse du projet

L'idée est née du souhait d'exposer en boutique à plein temps mes créations de bijoux. J'ai expérimenté la tenue d'une boutique durant la saison d'été 2009 à Sallertaine, village d'artisans d'art en Vendée. J'ai vraiment apprécié cette expérience, qui a été tout à fait concluante sur le plan des ventes. A la suite de cette saison, j'ai cherché quelle petite ville de caractère proche de mon domicile pouvait correspondre à mes attentes, et Rocheservière s'est imposé naturellement. Je savais dans le même temps que la Mairie souhaitait promouvoir les artistes de Rocheservière, peut-être sous forme d'une galerie d'art.

Cependant les bijoux seuls ne m'ont pas paru suffisants pour créer un commerce véritablement attractif, d'où l'idée d'y adjoindre du prêt-à-porter féminin, plutôt moyen+ / haut de gamme. Je me suis interrogée sur le fait d'ajouter un petit rayon filles et petit rayon chaussures et accessoires de mode. Aujourd'hui, l'idée des accessoires de mode est conservée, celle des vêtements filles est abandonnée, et celle des chaussures à examiner à moyen terme, mais pas en démarrage.

#### 2 : Description du projet

Il s'agit donc de créer une boutique de vêtements, accessoires de mode et de bijoux d'artisanat d'art, la boutique étant en même temps un lieu « d'expo d'art ». L'idée est de créer une ambiance mais aussi de renvoyer vers un cheminement d'artistes présents sur Rocheservière. Au-delà, je souhaite pouvoir organiser des expositions ponctuelles d'artisanat d'art de personnes extérieures à Rocheservière (sculpteur sur bois, créatrice de produits en linge ancien...). Je souhaite aussi appuyer énormément sur la dimension conseil. Je pratique déjà ainsi en bijoux et cela participe au succès et à la fidélisation des clientes. Ne pas forcer la vente, mais bien répondre au besoin ou à l'envie de la cliente, en l'ayant soigneusement écoutée et comprise.

Mes motivations :

- Pouvoir développer davantage la création de bijoux nécessite de passer à une étape supérieure. Je ne peux me contenter de multiplier les salons et marchés. Avoir une boutique à plein temps me permettra ce développement. J'ai pu tester la tenue d'une boutique à temps plein l'été 2009, en village d'artisan d'art à Sallertaine,
- Mais pour cela l'association de prêt-à-porter féminin est nécessaire, du fait de l'emplacement de la boutique (petite commune) mais aussi et surtout pour la dynamique qui se créera entre les vêtements et les bijoux. Le choix des vêtements en cohérence avec mon univers de créatrice devrait trouver un écho favorable auprès de mes clientes. Je serai aussi en mesure de leur proposer des créations de bijoux totalement assorties aux vêtements,
- La boutique de mode indépendante correspond à mon souhait d'être libre dans mon organisation (jours fermeture / horaires) et dans mon projet (animation culturelle, puisque la boutique servira aussi de lieu d'exposition d'art ou d'artisanat d'art, et j'y organiserai des événements ponctuels).

#### 3 : Faits marquants de mon expérience

##### *Conseil en ressources humaines et organisation : 1997 - 2009*

Maîtrise du pilotage des activités : tenue de budgets, de plannings, gestion de projet, élaboration d'indicateurs et de tableau de bord de suivi..., Compétences informatiques : maîtrise des outils bureautiques, Pratique des questionnaires et techniques d'entretien, Qualités relationnelles : écoute, analyse, synthèse, Qualités rédactionnelles.

## **Créatrice de bijoux d'artisanat d'art : depuis 2005 ; gestion d'un site de e-commerce**

Compétences en matière de communication : Gestion presse, Newsletter, Labellisation..., Qualités relationnelles : relation client, réactivité, proximité, Maîtrise de la photographie des bijoux, Gestion de la logistique : emballage, expédition..., Gestion comptable (logiciel CIEL), Gestion de salons et marchés.

## **Gérante d'une boutique saisonnière à Sallertaine village d'artisans d'art (85)**

Gestion du TPE, Relations clients : Ecoute, conseil, réalisation de sur-mesure, décoration et aménagement d'une boutique.

### **4 : Nom de l'entreprise**

La dénomination commerciale de l'entreprise est "Boucle d'Art & Velours".

## **III - Mon marché**

### **1 : Produits / Services**

#### **Vêtements**

Vêtements féminins : marques choisies pour leur qualité et leur cohérence avec mon univers de créatrice :

- Marque A = Vêtements fait à partir de tableaux imprimés sur tissus. Colorés et modernes. Locomotive cohérente avec le concept de la boutique,
- Marque B = Marque italienne très prisée de belle qualité, univers coloré, 90% stock vendu avant solde,
- Marque C = Créatrice française, tout made in France, femme actuelle. Très belle qualité,
- Accessoires de mode : Réseau de créateurs métiers d'art, certains locaux, d'autre du Sud (Dordogne).

#### **Bijoux**

Bijoux de création, artisanat d'art :

- Fabrication sur place,
- Continuité du site d'e-commerce [www.boucle-et-bijoux.fr](http://www.boucle-et-bijoux.fr)

#### **Services complémentaires**

Une dimension conseil très forte (déjà pratiquée avec le bijou ; formation en morphologie prévue), pour proposer un vrai service.

Exposition d'oeuvres artistiques en dépôt vente.

D'une manière générale, il s'agit de :

- proposer une offre de vêtements dans une zone où il en existe peu, axée sur le made in France ou la dimension artistique,
- permettre au public de voir le processus de création des bijoux (très apprécié) ; pouvoir créer à la demande, du sur-mesure,
- Valoriser les artistes locaux fortement présents sur Rocheservière.

### **2 : Zone d'intervention (locale, départementale, nationale...)/implantation**

Je conserve mon site Internet, vente au niveau national voire européen + Japon

Je vise une zone de chalandise à 25 kms autour de Rocheservière (l'étude de marché montre que 36% des gens sont prêts à faire entre 15 et 25 kms, 34% plus de 25 kms).

Rocheservière est un chef lieu de canton qui se situe à 33 kms de Nantes (35 mns), 31 kms de Challans (31 mns), 16 kms de Montaigu (15 mns) et 33 kms de la Roche sur Yon (37 mns). Il n'y a plus de commerces non alimentaires, mais on y trouve un intermarché, une gendarmerie, une pharmacie, une poste, deux écoles, un collège... 63% des personnes interrogées par la CCI ont une image positive de Rocheservière. Les points faibles sont l'animation, l'éclairage des rues, la circulation, la signalétique.

### Les éléments positifs

- Une dynamique démographique avec l'arrivée de jeunes couples avec enfants : la croissance de la population est de 21% entre 1999 et 2007) ; idem pour les communes avoisinantes. Le nombre de lotissements est en hausse. 80% de la population habite dans le bourg. La ville se caractérise par un tissu associatif dense,
- La fréquentation du centre ville : 77% des ménages enquêtés y vont au moins 1 fois par semaine, 44% tous les jours. A noter qu'il a existé une boutique de vêtements il y a une quinzaine d'années,
- Beaucoup de trafic de voitures sur le grand pont : 5000 veh/j, 6000 l'été et pointe à 11000.

### Les éléments négatifs

- Une signalétique de la commune à améliorer (c'est en cours),
- Un sens de circulation qui pose problème pour le bas du bourg (la mairie étudie une modification pour obliger les véhicules à passer dans le bas du bourg).

## 3 : Clientèle visée

### Vêtements

Femme 30-50 ans. Je ne compte pas sur une clientèle strictement locale. Je peux m'appuyer déjà sur mes clientes bijoux (plus de 400 sur Nantes et la Vendée). J'ai ensuite tous mes réseaux de communication, avec notamment Internet.

L'objectif est d'arriver à faire venir les personnes une première fois (communication + événements + réseaux), puis qu'elles adhèrent pour revenir.

### Bijoux

Clientèle féminine avec un coeur 30-50 ans, mais je touche en réalité tous les âges en bijoux. Gamme enfants également en bijoux.

## 4 - Etude de marché

Les principaux résultats de l'étude de marché sont : [Etude-Marche-Exemple.pdf](#)

### Contexte global

Le marché du vêtement a souffert de la crise. Après une hausse des dépenses en vêtements en France de 1.7% en 2007, le printemps 2008 a marqué une rupture et la baisse des dépenses sur l'année 2008 a été de 3%. Au premier trimestre 2009, les dépenses ont baissé de 2.5% (source : Boutiques de mode, réalisé par l'IFM pour la FNH). Cependant au salon du prêt-à-porter de janvier les fournisseurs évoquaient tous des frémissements positifs.

Pour autant, les sondages montrent qu'il existe de multiples attitudes de consommation, avec une tendance en particulier à acheter moins mais à acheter mieux, le réflexe vers le prix bas n'étant pas du tout un réflexe systématique.

Les modes de consommation changent : les ventes de vêtements sont en difficulté dans la grande distribution, et pour la première fois, les chaînes spécialisées (Camaïeu, Etam...) ont vu leurs parts de marché diminuer en 2008.

Selon la FNH les boutiques de mode indépendantes et multimarques ont donc toute leur place, sachant qu'elles concentrent 57% des achats des consommateurs de mode. Elles correspondent notamment à un besoin fort du consommateur de proposer un éventail de créations et non une offre standardisée. De plus les consommateurs s'attendent à y trouver un bon rapport qualité-prix, à travers les marques proposées. La mode bio monte en puissance. Même si je ne suis pas directement sur ce créneau, le fait de présenter des créateurs français pour certains de mes produits, et du tout made in France va dans le sens de la responsabilité citoyenne et du développement local.

### Concurrence

Seule une boutique de Montaigu diffuse la marque B, mais le choix des références est tellement large que le fournisseur fait en sorte que ce ne soit pas les mêmes références. Cette boutique manque par ailleurs fortement de cohérence dans les produits proposés.

Il n'y a donc pas de concurrence similaire dans un rayon de 25 kms. A la fois sur le concept : pas de boutique proposant le même concept. Pas de boutique disposant non plus d'un aussi beau local chargé d'histoire. Enfin la marque C n'est pas encore diffusée dans l'Ouest, et la marque A a une diffusion sélective. Je vais donc être sur des produits qui sortent du lot.

Différenciation vis à vis des concurrents :

- des marques qui se démarquent de ce que l'on trouve ailleurs, pour être en cohérence avec la création de bijoux, et le lieu. Souci d'authenticité,
- une marque dont le concept est totalement en cohérence avec la boutique (impression de tissus et déclinaison de collections à partir de toiles de peintres contemporains),
- une marque italienne de belle qualité, couleurs et formes en cohérence avec mon univers de bijoux,
- une marque de créatrice française totalement made in France,
- Des accessoires de mode avec plusieurs créateurs issus de mon réseau métier d'art.

***Je proposerai donc des créations qu'on ne trouve pas ailleurs.***

## **IV - Mon marketing**

### **1 - Politique de prix**

La politique de prix envisagée se caractérise par :

- un coefficient suggéré par les fournisseurs à 2.7, avec des ajustements selon les pièces, pour les trois grandes marques.
- un coefficient de 3 pour les accessoires.
- un coefficient de 4 ou 5 sur les bijoux puisqu'il s'agit de création.

### **2 - Circuit de distribution et force commerciale**

Nous utiliserons un circuit de distribution direct avec le magasin principalement et la force commerciale sera constituée par moi-même et le site Internet d'e-commerce.

### **3 - Communication**

En termes d'actions promotionnelles ou publicitaires, il est prévu de créer rapidement une identité de l'entreprise :

- Nom commercial,
- Marque,
- Logo,
- Slogan,...

La marque Boucle et Bijoux, d'où est décliné le nom de la boutique, existe depuis 3 ans. Un travail est en cours avec des graphistes pour créer une identité visuelle forte et décliner tous les supports y compris la signalétique façade.

Le site a son identité et fonctionne déjà. Un blog va y être intégré. Il parlera de la boutique, avec une home-page vitrine de la boutique.

Nous n'éditionnerons pas de catalogue car le site suffit.

Nous envisageons plusieurs actions promotionnelles ou publicitaires (mailings, salons, inauguration, presse, radio,...) :

- inauguration boutique,
- flyers dans les boîtes aux lettres dans un rayon de 15 kms (20800 boîtes - 2600 euros environ),
- plan média avec articles à la fois sur la dynamique village / sur la partie koh lanta (une aventurière à Rocheservière...),
- abonnement pub dans ouest France (37 euros mois),
- site internet en support de communication,
- appui sur tous les réseaux (Viadeo en premier), dans leurs différentes typologies (réseaux pro, réseaux métiers d'art, réseaux artistiques, réseaux féminins...),
- l'étude de marché a suscité un buzz intéressant et des attentes,
- été 2010 en boutique saisonnière en village d'artisan d'art de Sallertaine, beaucoup de clients vendéens, lieu de communication évident.

Le budget prévu sur les 3 premières années est estimé à 4000 euros la première année et 2500 euros ensuite.

## Clients potentiels

Les clients potentiels d'ores et déjà identifiés sont :

- Réseaux sociaux
- Prescripteurs
- Clients actuels bijoux

Boucle et bijoux a d'ores et déjà qualifié plus de 400 clientes bijoux sur Nantes et la Vendée.

## V - Mon organisation

### 1 - Forme juridique

La société est retenue comme structure juridique.

La forme "EURL" est envisagée comme forme juridique afin de séparer des biens personnels et professionnels et sortir de l'imbroglio "profession libérale".

### 2 - Lieu de travail

L'activité sera exercée dans les locaux situés place de la mairie à Rocheserviere (85620).

Il s'agit d'un très beau local du 17° siècle en poutres torchis et pierres apparentes, entièrement rénové par la Mairie. Il se situe à côté d'un coiffeur (même cible), à côté d'une très bonne boulangerie réputée (200 clients / j), à côté d'équipements publics : mairie, cms, bibliothèque.

### 3 - Clôture d'exercice

Compte tenu de l'activité, il semble que le moment le plus approprié à la clôture de l'exercice comptable serait en Août.

### 4 - Partenaires

Nous souhaitons développer un partenariat bancaire avec le Crédit MUTUEL, conseillé par Franck LEUTUM, Place de la banque, 44000 NANTES, Tel : 09 87 65 43 21 et mail : franck.leutum@crédit-mutuel.fr.

En termes de conseils spécialisés pour le développement de l'activité, nous travaillerons avec le Cabinet d'expertise comptable LACONTA, représenté par M. Pascal LACONTA, Rue de la comptabilité, 44000 NANTES, Tel : 02 98 76 54 32 et mail : pascal@laconta.com.

### 3 - Investissements et financements

Investissements	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Immobilisations incorporelles	8 500		
<i>Fonds de commerce Bijoux</i>	<i>7 000</i>		
<i>Constitution société</i>	<i>1 500</i>		
Immobilisations corporelles	22 000		
<i>Agencement mobilier équipement</i>	<i>22 000</i>		
<b>Total des investissements à réaliser</b>	<b>30 500</b>		
Immobilisations existantes		30 500	30 500
<b>Total des immobilisations</b>	<b>30 500</b>	<b>30 500</b>	<b>30 500</b>

Financements des investissements	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Apports en capital	7 000		
<i>Apport en capital</i>	<i>7 000</i>		
Apports en comptes courants	1 500		
<i>Apport personnel</i>	<i>1 500</i>		
Emprunts	39 606		
<i>TVA sur investissements</i>	<i>4 606</i>		
<i>Investissements</i>	<i>22 000</i>		
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>13 000</i>		
<b>Total des financements</b>	<b>48 106</b>		
Ecart de financement	17 606		

#### Commentaires :

Le fonds de commerce de l'activité de bijoux, valorisé à 7 K€, constitue l'apport en capital de l'EURL.

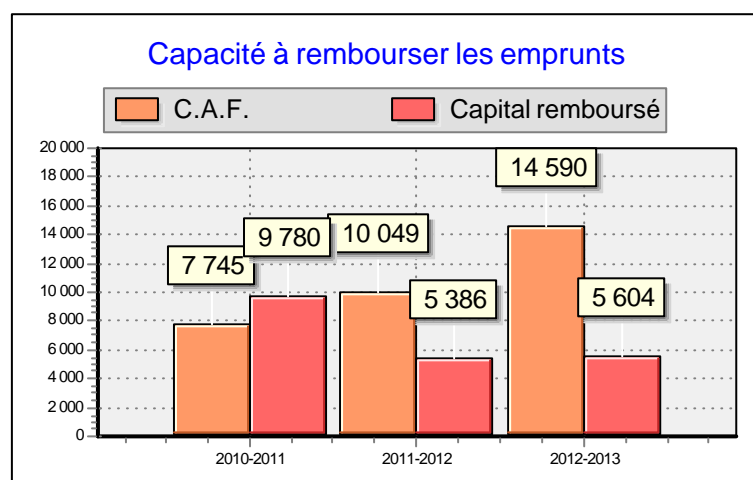
Les aménagements mobilier de la boutique sont les seuls investissements nécessaires au démarrage de l'activité. Ils sont évalués globalement à 22 K€ et seront intégralement financés par emprunt.

Nous avons prévu un excédent de financement, d'environ 17 K€, pour :

- La constitution du stock de départ,
- Le financement de la TVA sur les investissements,
- Le financement du fonds de roulement.

## Le détail des remboursements d'emprunts :

Remboursements des emprunts	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Capital remboursé	9 780	5 386	5 604
<i>TVA sur investissements</i>	<i>4 606</i>		
<i>Investissements</i>	<i>2 782</i>	<i>2 897</i>	<i>3 014</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>2 392</i>	<i>2 489</i>	<i>2 590</i>
Charges d'intérêts	1 536	1 094	876
<i>TVA sur investissements</i>	<i>230</i>		
<i>Investissements</i>	<i>830</i>	<i>715</i>	<i>598</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>476</i>	<i>379</i>	<i>278</i>
<b>Echéances d'emprunts</b>	<b>11 316</b>	<b>6 480</b>	<b>6 480</b>
<i>TVA sur investissements</i>	<i>4 836</i>		
<i>Investissements</i>	<i>3 612</i>	<i>3 612</i>	<i>3 612</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>2 868</i>	<i>2 868</i>	<i>2 868</i>
Capital restant dû	29 826	24 440	18 836
<i>Investissements</i>	<i>19 218</i>	<i>16 321</i>	<i>13 307</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>10 608</i>	<i>8 119</i>	<i>5 529</i>



## Commentaires :

Hormis la première année, la CAF générée chaque année est supérieure au capital de l'emprunt à rembourser.

L'entreprise dispose donc d'une capacité d'endettement satisfaisante eu égard à ses besoins..

## 4 - Le compte de résultat

### Évolution du compte de résultat :

Soldes intermédiaires de gestion	2010-2011	%	2011-2012	%	2012-2013	%
Chiffre d'affaires	82 797	100%	93 760	100%	104 615	100%
Ventes + Production réelle	82 797	100%	93 760	100%	104 615	100%
Achats consommés	34 000	41%	39 080	42%	44 162	42%
<b>Marge globale</b>	<b>48 797</b>	<b>59%</b>	<b>54 680</b>	<b>58%</b>	<b>60 453</b>	<b>58%</b>
Charges externes	25 000	30%	23 435	25%	23 747	23%
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>23 797</b>	<b>29%</b>	<b>31 245</b>	<b>33%</b>	<b>36 706</b>	<b>35%</b>
Impôts et taxes	910	1%	920	1%	930	1%
Charges de personnel	13 059	16%	17 963	19%	18 290	17%
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>9 828</b>	<b>12%</b>	<b>12 362</b>	<b>13%</b>	<b>17 486</b>	<b>17%</b>
Dotations aux amortissements	4 643	6%	3 143	3%	3 143	3%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>5 185</b>	<b>6%</b>	<b>9 219</b>	<b>10%</b>	<b>14 343</b>	<b>14%</b>
Charges financières	1 536	2%	1 094	1%	876	1%
<b>Résultat financier</b>	<b>-1 536</b>	<b>-2%</b>	<b>-1 094</b>	<b>-1%</b>	<b>-876</b>	<b>-1%</b>
<b>Résultat courant</b>	<b>3 649</b>	<b>4%</b>	<b>8 125</b>	<b>9%</b>	<b>13 467</b>	<b>13%</b>
Impôt sur les bénéfices	547	1%	1 219	1%	2 020	2%
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>3 102</b>	<b>4%</b>	<b>6 906</b>	<b>7%</b>	<b>11 447</b>	<b>11%</b>
Capacité d'autofinancement	7 745	9%	10 049	11%	14 590	14%

Capacité d'autofinancement	2010-2011	2011-2012	2012-2013
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>3 102</b>	<b>6 906</b>	<b>11 447</b>
+ Dotations aux amortissements	4 643	3 143	3 143
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>7 745</b>	<b>10 049</b>	<b>14 590</b>
- Remboursement des emprunts	9 780	5 386	5 604
<b>Autofinancement net</b>	<b>-2 035</b>	<b>4 663</b>	<b>8 986</b>

### Commentaires :

Les hypothèses raisonnables retenues permettent de dégager un bénéfice net dès la première année de 3K€.

Dans ces conditions, l'activité générerait une rentabilité très satisfaisante de l'ordre de 5% en moyenne.

La CAF nette négative de la première année s'explique par l'amortissement des frais d'installation intégralement amortis sur la première année.

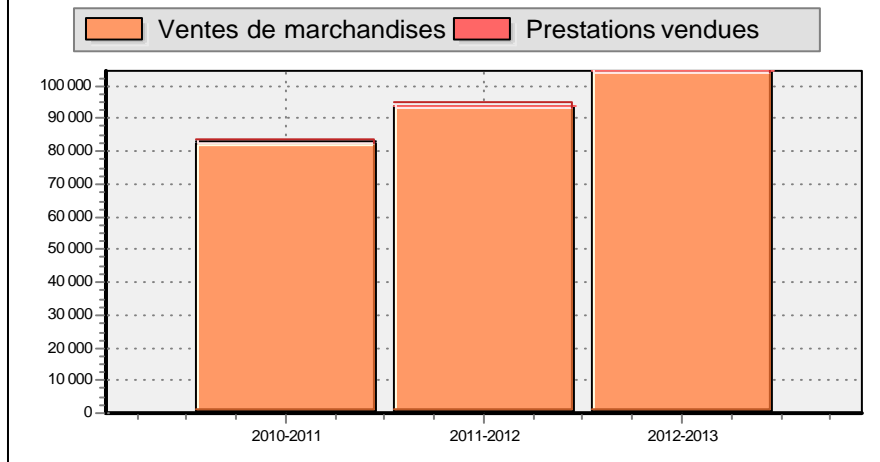
## 5 - Le budget mensuel de la première année

### Détail mensuel du budget de la première année :

Budget	Sep 2010	Oct 2010	Nov 2010	Déc 2010	Jan 2011	Fév 2011	Mar 2011	Avr 2011	Mai 2011	Jun 2011	Jul 2011	Aoû 2011	Total
Ventes de marchandises	4 796	9 875	7 994	9 053	4 194	2 940	2 940	4 427	10 972	12 226	11 599	1 684	82 700
Achats effectués de marchandises	15 260	434	434	543	109	15 109	109	325	868	868	868	17 608	52 535
Stock initial de marchandises		13 253	9 442	6 531	3 343	1 566	15 389	14 212	12 779	9 357	5 335	1 613	92 820
Stock final de marchandises	13 253	9 442	6 531	3 343	1 566	15 389	14 212	12 779	9 357	5 335	1 613	18 535	111 355
Achats consommés de marchandises	2 007	4 245	3 345	3 731	1 886	1 286	1 286	1 758	4 290	4 890	4 590	686	34 000
<b>Marge commerciale</b>	<b>2 789</b>	<b>5 630</b>	<b>4 649</b>	<b>5 322</b>	<b>2 308</b>	<b>1 654</b>	<b>1 654</b>	<b>2 669</b>	<b>6 682</b>	<b>7 336</b>	<b>7 009</b>	<b>998</b>	<b>48 700</b>
Prestations vendues	5	8	8	10	2	2	2	6	17	17	17	2	96
Production de l'exercice	5	8	8	10	2	2	2	6	17	17	17	2	96
<b>Marge sur production</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>96</b>
Chiffre d'affaires	4 801	9 883	8 002	9 063	4 196	2 942	2 942	4 433	10 989	12 243	11 616	1 686	82 796
Ventes + Production réelle	4 801	9 883	8 002	9 063	4 196	2 942	2 942	4 433	10 989	12 243	11 616	1 686	82 796
Achats consommés	2 007	4 245	3 345	3 731	1 886	1 286	1 286	1 758	4 290	4 890	4 590	686	34 000
<b>Marge globale</b>	<b>2 794</b>	<b>5 638</b>	<b>4 657</b>	<b>5 332</b>	<b>2 310</b>	<b>1 656</b>	<b>1 656</b>	<b>2 675</b>	<b>6 699</b>	<b>7 353</b>	<b>7 026</b>	<b>1 000</b>	<b>48 796</b>
Fournitures consommables	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	280	3 250
Services extérieurs	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 811	1 829	21 750
Charges externes	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 081	2 109	25 000
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>713</b>	<b>3 557</b>	<b>2 576</b>	<b>3 251</b>	<b>229</b>	<b>-425</b>	<b>-425</b>	<b>594</b>	<b>4 618</b>	<b>5 272</b>	<b>4 945</b>	<b>-1 109</b>	<b>23 796</b>
Impôts et taxes	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	74	910
Salaire brut (Dirigeant)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8 400
Cotisations TNS	388	388	388	388	388	388	388	388	388	388	388	391	4 659
Charges de personnel	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 088	1 091	13 059
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>-451</b>	<b>2 393</b>	<b>1 412</b>	<b>2 087</b>	<b>-935</b>	<b>-1 589</b>	<b>-1 589</b>	<b>-570</b>	<b>3 454</b>	<b>4 108</b>	<b>3 781</b>	<b>-2 274</b>	<b>9 827</b>
Dotations aux amortissements	387	387	387	387	387	387	387	387	387	387	387	386	4 643
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-838</b>	<b>2 006</b>	<b>1 025</b>	<b>1 700</b>	<b>-1 322</b>	<b>-1 976</b>	<b>-1 976</b>	<b>-957</b>	<b>3 067</b>	<b>3 721</b>	<b>3 394</b>	<b>-2 660</b>	<b>5 184</b>
Charges financières	135	135	133	131	130	129	127	126	124	122	122	122	1 536
Résultat financier	-135	-135	-133	-131	-130	-129	-127	-126	-124	-122	-122	-122	-1 536
<b>Résultat courant</b>	<b>-973</b>	<b>1 871</b>	<b>892</b>	<b>1 569</b>	<b>-1 452</b>	<b>-2 105</b>	<b>-2 103</b>	<b>-1 083</b>	<b>2 943</b>	<b>3 599</b>	<b>3 272</b>	<b>-2 782</b>	<b>3 648</b>
Impôt sur les bénéfices	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	41	547
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>-1 019</b>	<b>1 825</b>	<b>846</b>	<b>1 523</b>	<b>-1 498</b>	<b>-2 151</b>	<b>-2 149</b>	<b>-1 129</b>	<b>2 897</b>	<b>3 553</b>	<b>3 226</b>	<b>-2 823</b>	<b>3 101</b>
Capacité d'autofinancement	-632	2 212	1 233	1 910	-1 111	-1 764	-1 762	-742	3 284	3 940	3 613	-2 437	7 744

## 6 - Les principaux indicateurs

### Chiffre d'affaires global



### Commentaires :

Les hypothèses de chiffre d'affaires retenues se décomposent ainsi :

- Vêtements : 80%
- Bijoux : 20%

Le taux d'évolution retenu pour chaque activité :

- Vêtements : 15%
- Bijoux : 20%

Le chiffre d'affaires de la première année est estimé à 83 K€.

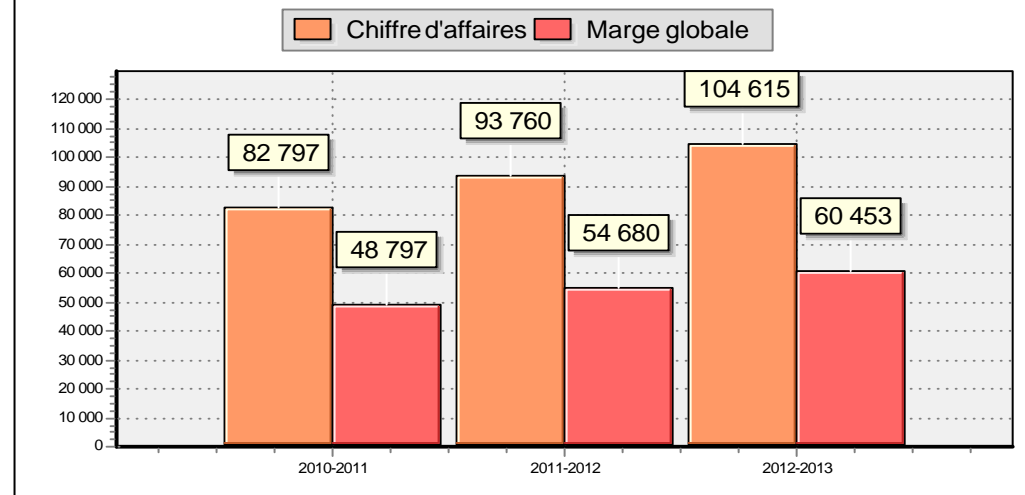
### Commentaires :

Les taux de marge retenus sont :

- Vêtements : 60%
- Bijoux : 80%

Compte tenu du volume de chaque activité, la marge globale moyenne s'élève à 58%.

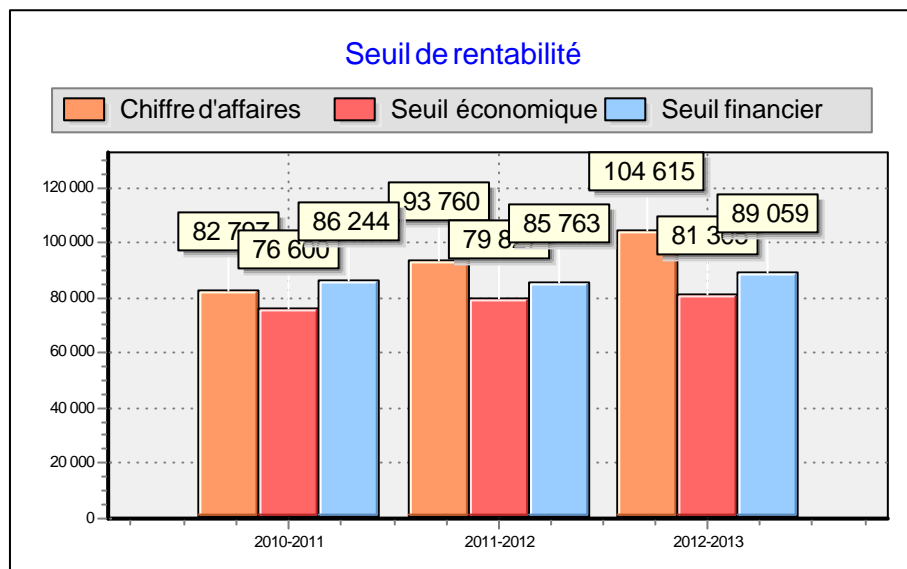
### Marge globale



## 7 - Le seuil de rentabilité

### Le seuil de rentabilité économique :

Seuil de rentabilité économique	2010-2011	2011-2012	2012-2013
<b>Ventes + Production réelle</b>	82 797	93 760	104 615
Achats consommés	34 000	39 080	44 162
Total des coûts variables	34 000	39 080	44 162
Marge sur coût variable	48 797	54 680	60 453
<b>Taux de marge sur coût variable (%)</b>	58,94%	58,32%	57,79%
Coûts fixes	45 148	46 555	46 986
<b>Total des charges</b>	79 148	85 635	91 148
Résultat courant avant impôt	3 649	8 125	13 467
<b>Seuil de rentabilité</b>	76 600	79 827	81 305
Excédent / Insuffisance	6 197	13 933	23 310
Point mort (jours)	333 jours	307 jours	280 jours



### Commentaires :

Le seuil de rentabilité de la première année s'élève à 76 K€.

En débutant l'activité en Septembre 2010, l'entreprise atteindra ce chiffre d'affaires nécessaire à la rentabilité en Juillet 2011.

Au cours de la 3ème année, le seuil serait atteint en Mai.

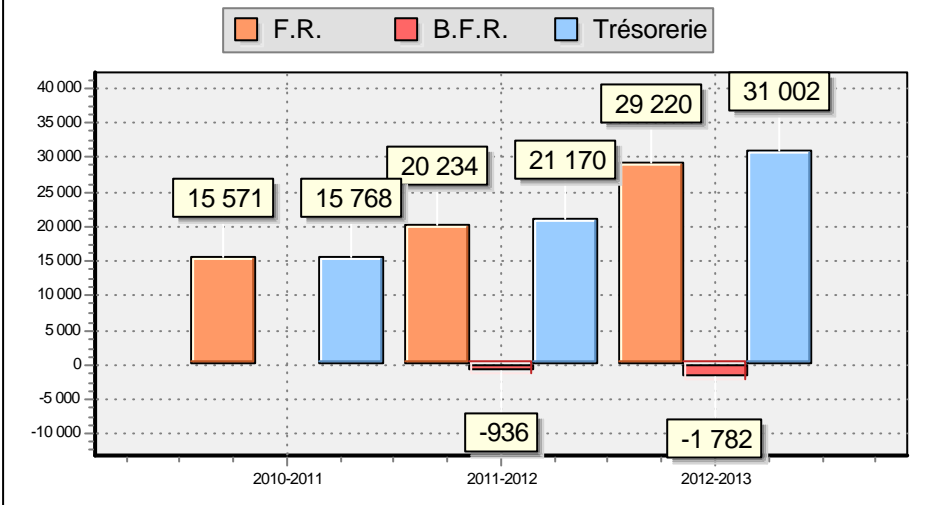
## 8 - La structure financière

### Analyse de la structure financière :

Besoins en fonds de roulement	Initial	31/08/2011	31/08/2012	31/08/2013
Stocks de marchandises	15 000	18 533	21 020	21 040
Autres créances	7 546	3 562	4 021	3 982
<b>Besoins d'exploitation (Total)</b>	<b>22 546</b>	<b>22 095</b>	<b>25 041</b>	<b>25 022</b>
<b>Total des besoins</b>	<b>22 546</b>	<b>22 095</b>	<b>25 041</b>	<b>25 022</b>
Dettes fournisseurs	8 970	20 932	23 920	23 920
Dettes fiscales et sociales		1 360	2 057	2 884
<b>Ressources d'exploitation</b>	<b>8 970</b>	<b>22 292</b>	<b>25 977</b>	<b>26 804</b>
<b>Total des ressources</b>	<b>8 970</b>	<b>22 292</b>	<b>25 977</b>	<b>26 804</b>
Variation du B.F.R.	13 576	-197	-739	-846
<b>Besoins en fonds de roulement</b>	<b>13 576</b>	<b>-197</b>	<b>-936</b>	<b>-1 782</b>

Plan de financement	Initial	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Immobilisations	30 500	30 500		
Variation du B.F.R.	13 576	-197	-739	-846
Remboursements d'emprunts		9 780	5 386	5 604
<b>Total des besoins</b>	<b>44 076</b>	<b>40 083</b>	<b>4 647</b>	<b>4 758</b>
Apports en capital	7 000	7 000		
Apports en comptes courants	1 500	1 500		
Souscription d'emprunts	39 606	39 606		
Capacité d'autofinancement		7 745	10 049	14 590
<b>Total des ressources</b>	<b>48 106</b>	<b>55 851</b>	<b>10 049</b>	<b>14 590</b>
Variation de trésorerie	4 030	15 768	5 402	9 832
<b>Solde de trésorerie</b>	<b>4 030</b>	<b>15 768</b>	<b>21 170</b>	<b>31 002</b>

### Structure financière



### Commentaires :

La courbe de trésorerie confirme cette structure financière dans le temps.

L'entreprise ne présente jamais de trou de trésorerie ou un recours au découvert bancaire.

### Commentaires :

Le stock étant financé par emprunt et les créances clients encaissées comptant, la structure financière de l'entreprise est très positive.

### Solde de trésorerie

