

Dossier Prévisionnel

Sur 3 exercices
De 09/2011 à 08/2014

Boucle d'Art & Velours

Bijoux et prêt à porter féminin

Madame Exemple
Rue de la création
44000 NANTES
01 23 45 67 89
06 12 34 56 78
dossier-exemple@exemple.fr



LACOMPTA EXPERTISE

Lacompta Expertise
Rue de la Finance
44000 NANTES
02 40 41 42 44
www.lacomptaexpertise.fr

Sommaire

1. Introduction.....	3
2. Résumé.....	4
3. Présentation du projet.....	4
4. Investissements et financements.....	11
5. Le compte de résultat.....	13
6. Le budget mensuel de la première année.....	14
7. Les principaux indicateurs.....	15
8. Le seuil de rentabilité.....	16
9. La structure financière.....	17



1. Note de l'expert-comptable

Compte tenu des informations reçues par Madame Exemple et des hypothèses retenues, nous avons élaboré ce dossier prévisionnel dans le respect des obligations fiscales et sociales en vigueur à ce jour.

Cette étude prévisionnelle fait suite à notre lettre de mission préalable dont l'objet est le suivant :
Création de l'activité de l'entreprise Boucle d'Art & Velours.

Le dossier prévisionnel ci-joint porte sur 3 exercices pour la période de 09/2011 à 08/2014.

2. Présentation du projet

1. Le projet

Madame Exemple envisage de créer la société Boucle d'Art & Velours, à compter de 09/2011.
L'activité principale de ce projet sera Bijoux et prêt à porter féminin.
Le siège social est situé Rue de la création, , 44000 NANTES.

2. Le porteur de projet

Madame Exemple dispose d'ores et déjà :

- d'un téléphone : 01 23 45 67 89,
- d'un fax : 06 12 34 56 78,
- d'une adresse mail : dossier-exemple@exemple.fr.

Vous trouverez ci-après dans la description du projet, le détail du profil de Madame Exemple.

3. Structure juridique

La structure juridique choisie est : Société (IR) - Gérant majoritaire.
Madame Exemple aura le statut de Chef d'entreprise.



Résumé

Je suis créatrice de bijoux depuis quelques années et commercialise mes créations via un site d'E-commerce, 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 2011.

Présentation du projet

I. Le profil du porteur de projet :

1. Situation professionnelle

Créatrice de bijoux en activité.

2. CV

Cf document en annexe joint.

II. Description du projet :

1. La 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 leurs 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 : écoute, 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. Plv sous forme de peintures. 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.

- Site d'e-commerce : 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 zone de chalandise estimée 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 (35mns), 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 voiture 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).

Le local

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

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 disponibles via ce lien : [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, la 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

Les principaux concurrents identifiés sur notre activité et leurs caractéristiques sont :
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 par rapport aux 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 (Marque A, impression de tissus et déclinaison de collections à partir de toiles de peintres contemporains),
- une marque italienne de belle qualité (Marque B), couleurs et formes en cohérence avec mon univers de bijoux,
- une marque de créatrice française totalement made in France (Marque C),
- 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.

Saisonnalité

La saisonnalité de l'activité n'est pas encore connue. Par défaut, elle est considérée comme répartie de manière mensuelle et linéaire sur l'année.



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 3 pour les accessoires.
- un coefficient de 4 à 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'éditerons 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 aventure 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.



4. 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 ou bureaux, situés place de la mairie 85620 Rocheserviere.
Le coût de ces locaux s'élève à 0 HT par mois.

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 BANQUIER, Place de la banque, 44000 NANTES, Tel : 09 87 65 43 21 et mail : franck.banquier@credit-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. Stéphane LACOMPTA, du cabinet Lacompta Expertise, Rue de la Finance, 44000 NANTES, Tél : 02 40 41 42 44 et mail expert.lacompta@gmail.com.



Investissements et financements

Investissements	2011-2012	2012-2013	2013-2014
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>		
Total des investissements à réaliser	30 500		
Immobilisations existantes		30 500	30 500
Total des immobilisations	30 500	30 500	30 500

Financements des investissements	2011-2012	2012-2013	2013-2014
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>		
Total des financements	48 106		
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 mobiliers 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 :

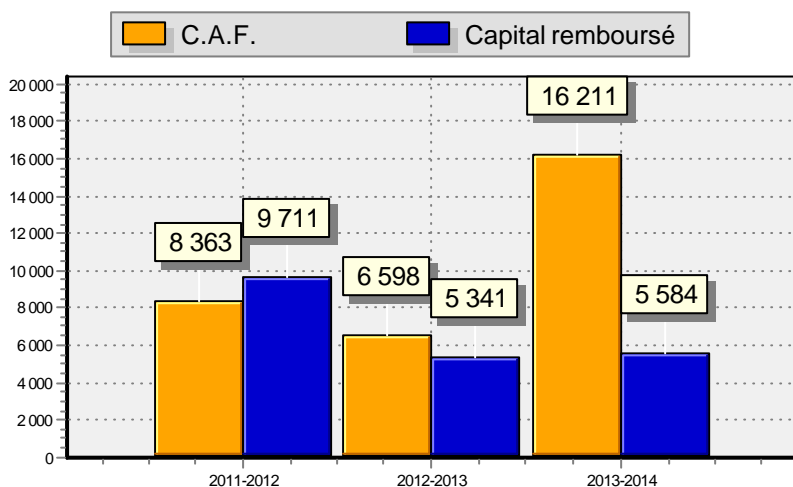
- La constitution du stock de départ,
- Le financement de la TVA sur les investissements,
- Le financement du fonds de roulement.



Le détail des remboursements d'emprunts :

Remboursements des emprunts	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Capital remboursé	9 711	5 341	5 584
<i>TVA sur investissements</i>	<i>4 606</i>		
<i>Investissements</i>	<i>2 738</i>	<i>2 865</i>	<i>2 995</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>2 367</i>	<i>2 476</i>	<i>2 589</i>
Charges d'intérêts	1 597	1 235	992
<i>TVA sur investissements</i>	<i>126</i>		
<i>Investissements</i>	<i>934</i>	<i>807</i>	<i>677</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>537</i>	<i>428</i>	<i>315</i>
Echéances d'emprunts	11 308	6 576	6 576
<i>TVA sur investissements</i>	<i>4 732</i>		
<i>Investissements</i>	<i>3 672</i>	<i>3 672</i>	<i>3 672</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>2 904</i>	<i>2 904</i>	<i>2 904</i>
Capital restant dû	29 895	24 554	18 970
<i>Investissements</i>	<i>19 262</i>	<i>16 397</i>	<i>13 402</i>
<i>Stock / Fonds de roulement</i>	<i>10 633</i>	<i>8 157</i>	<i>5 568</i>

Capacité à rembourser les emprunts



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.



Le compte de résultat

Évolution du compte de résultat :

Soldes intermédiaires de gestion	2011-2012	%	2012-2013	%	2013-2014	%
Chiffre d'affaires	82 700	100%	96 105	100%	111 721	100%
Ventes + Production réelle	82 700	100%	96 105	100%	111 721	100%
Achats consommés	33 080	40%	38 442	40%	44 688	40%
Marge globale	49 620	60%	57 663	60%	67 033	60%
Charges externes	25 550	31%	25 550	27%	25 550	23%
Valeur ajoutée	24 070	29%	32 113	33%	41 483	37%
Impôts et taxes	910	1%	976	1%	976	1%
Charges de personnel	13 200	16%	23 304	24%	23 304	21%
Excédent brut d'exploitation	9 960	12%	7 833	8%	17 203	15%
Dotations aux amortissements	4 650	6%	4 650	5%	4 650	4%
Résultat d'exploitation	5 310	6%	3 183	3%	12 553	11%
Charges financières	1 597	2%	1 235	1%	992	1%
Résultat financier	-1 597	-2%	-1 235	-1%	-992	-1%
Résultat courant	3 713	4%	1 948	2%	11 561	10%
Résultat de l'exercice	3 713	4%	1 948	2%	11 561	10%
Capacité d'autofinancement	8 363	10%	6 598	7%	16 211	15%

Capacité d'autofinancement	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Résultat de l'exercice	3 713	1 948	11 561
+ Dotations aux amortissements	4 650	4 650	4 650
Capacité d'autofinancement	8 363	6 598	16 211
- Remboursement des emprunts	9 711	5 341	5 584
Autofinancement net	-1 348	1 257	10 627

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.



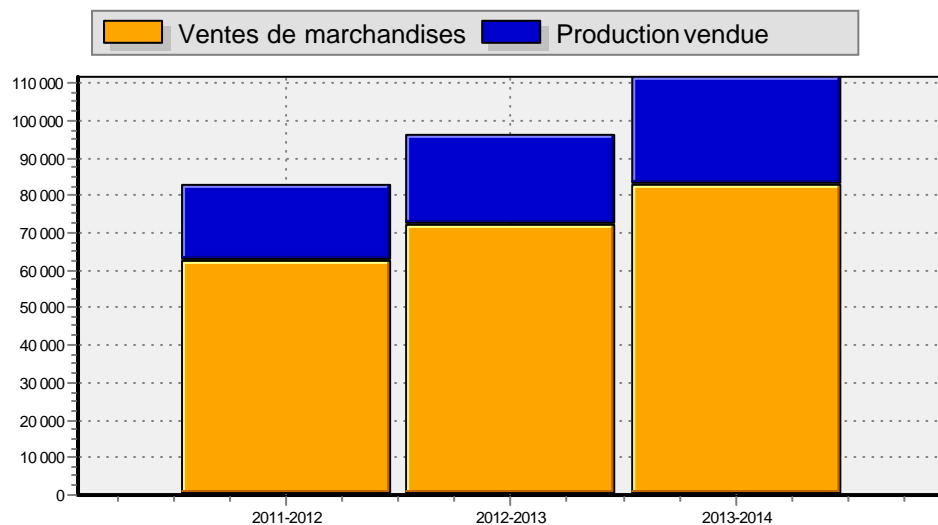
Le budget mensuel de la première année

Budget	Sep 2011	Oct 2011	Nov 2011	Déc 2011	Jan 2012	Fév 2012	Mar 2012	Avr 2012	Mai 2012	Jun 2012	Jul 2012	Aoû 2012	Total
Ventes de marchandises	3 637	7 486	6 063	6 866	3 179	2 232	2 232	3 354	8 320	9 267	8 797	1 267	62 700
Achats effectués de marchandises	15 706	1 453	1 177	1 333	617	433	433	651	1 615	1 799	1 707	246	27 170
Stock initial de marchandises		14 251	12 709	11 461	10 048	9 393	8 933	8 473	7 782	6 069	4 161	2 349	95 629
Stock final de marchandises	14 251	12 709	11 461	10 048	9 393	8 933	8 473	7 782	6 069	4 161	2 349	2 088	97 717
Achats consommés de marchandises	1 455	2 995	2 425	2 746	1 272	893	893	1 342	3 328	3 707	3 519	507	25 082
Marge commerciale	2 182	4 491	3 638	4 120	1 907	1 339	1 339	2 012	4 992	5 560	5 278	760	37 618
Production vendue	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 663	20 000
Production de l'exercice	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 667	1 663	20 000
Achats effectués de matières	722	722	722	722	722	722	722	722	722	722	722	725	8 667
Stock initial de matières		55	110	165	220	275	330	385	440	495	550	605	3 630
Stock final de matières	55	110	165	220	275	330	385	440	495	550	605	667	4 297
Achats consommés de matières	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	663	8 000
Marge sur production	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
Chiffre d'affaires	5 304	9 153	7 730	8 533	4 846	3 899	3 899	5 021	9 987	10 934	10 464	2 930	82 700
Ventes + Production réelle	5 304	9 153	7 730	8 533	4 846	3 899	3 899	5 021	9 987	10 934	10 464	2 930	82 700
Achats consommés	2 122	3 662	3 092	3 413	1 939	1 560	1 560	2 009	3 995	4 374	4 186	1 170	33 082
Marge globale	3 182	5 491	4 638	5 120	2 907	2 339	2 339	3 012	5 992	6 560	6 278	1 760	49 618
Fournitures consommables	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	211	2 400
Services extérieurs	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 927	1 953	23 150
Charges externes	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 126	2 164	25 550
Valeur ajoutée	1 056	3 365	2 512	2 994	781	213	213	886	3 866	4 434	4 152	-404	24 068
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	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4 800
Charges de personnel	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	13 200
Excédent brut d'exploitation	-120	2 189	1 336	1 818	-395	-963	-963	-290	2 690	3 258	2 976	-1 578	9 958
Dotations aux amortissements	388	388	388	388	388	388	388	388	388	388	388	382	4 650
Résultat d'exploitation	-508	1 801	948	1 430	-783	-1 351	-1 351	-678	2 302	2 870	2 588	-1 960	5 308
Charges financières	150	148	144	141	138	134	131	129	126	122	118	116	1 597
Résultat financier	-150	-148	-144	-141	-138	-134	-131	-129	-126	-122	-118	-116	-1 597
Résultat courant	-658	1 653	804	1 289	-921	-1 485	-1 482	-807	2 176	2 748	2 470	-2 076	3 711
Résultat de l'exercice	-658	1 653	804	1 289	-921	-1 485	-1 482	-807	2 176	2 748	2 470	-2 076	3 711



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€.

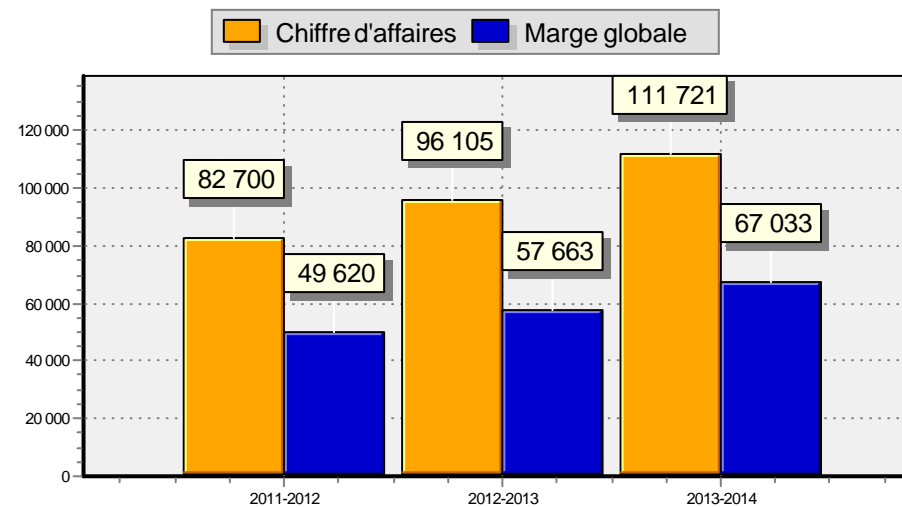
Commentaires :

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

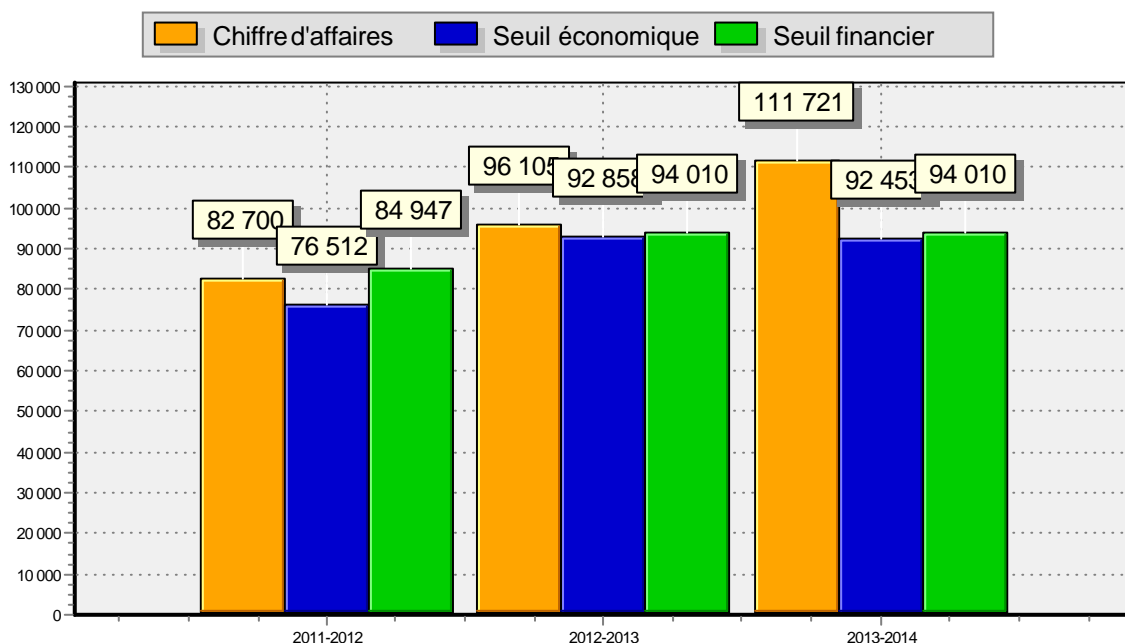


Le seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité économique :

Seuil de rentabilité économique	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Ventes + Production réelle	82 700	96 105	111 721
Achats consommés	33 080	38 442	44 688
Total des coûts variables	33 080	38 442	44 688
Marge sur coût variable	49 620	57 663	67 033
Taux de marge sur coût variable (%)	60,00%	60,00%	60,00%
Coûts fixes	45 907	55 715	55 472
Total des charges	78 987	94 157	100 160
Résultat courant avant impôt	3 713	1 948	11 561
Seuil de rentabilité	76 512	92 858	92 453
Excédent / Insuffisance	6 188	3 247	19 268
Point mort (jours)	333 jours	348 jours	298 jours

Seuil de rentabilité



Commentaires :

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

En débutant l'activité en Septembre 2011, l'entreprise atteindra ce chiffre d'affaires nécessaire à la rentabilité en Juillet 2012.

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



La structure financière

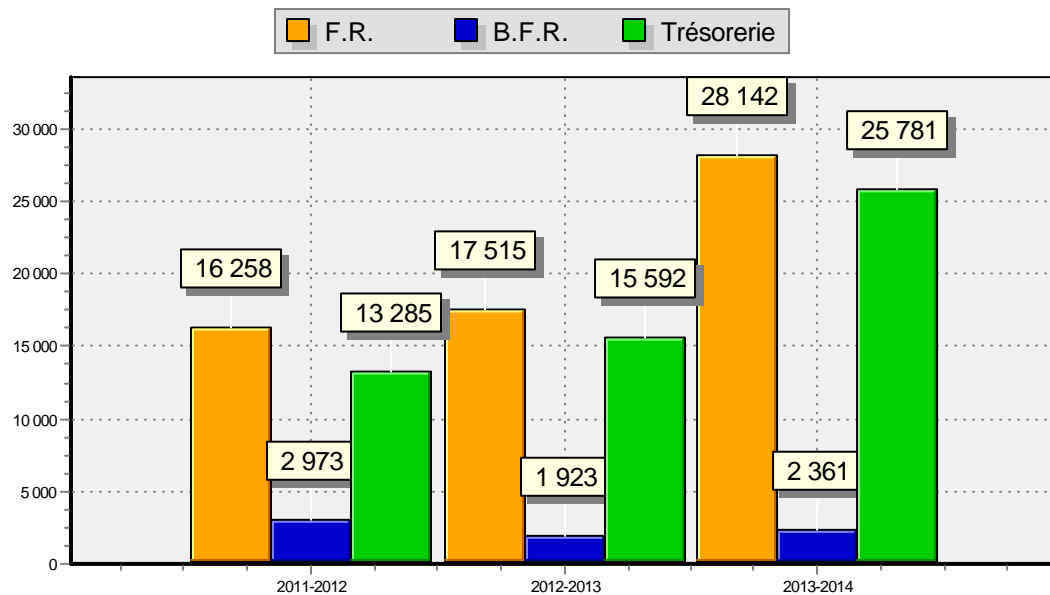
Analyse de la structure financière :

Besoins en fonds de roulement	Initial	31/08/2012	31/08/2013	31/08/2014
Stocks de marchandises	15 000	2 090	2 404	2 764
Stocks de matières		667	800	960
Autres créances	8 624	1 497	12	
Besoins d'exploitation (Total)	23 624	4 254	3 216	3 724
Total des besoins	23 624	4 254	3 216	3 724
Dettes fournisseurs		1 271	1 271	1 271
Dettes fiscales et sociales		10	22	92
Ressources d'exploitation		1 281	1 293	1 363
Total des ressources		1 281	1 293	1 363
Variation du B.F.R.	23 624	2 973	-1 050	438
Besoins en fonds de roulement	23 624	2 973	1 923	2 361

Plan de financement	Initial	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Immobilisations	30 500	30 500		
Variation du B.F.R.	23 624	2 973	-1 050	438
Remboursements d'emprunts		9 711	5 341	5 584
Total des besoins	54 124	43 184	4 291	6 022
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		8 363	6 598	16 211
Total des ressources	48 106	56 469	6 598	16 211
Variation de trésorerie	-6 018	13 285	2 307	10 189
Solde de trésorerie	-6 018	13 285	15 592	25 781



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

