

Description de votre projet

Une création d'activité

Démarrage de l'activité prévue en Septembre 2010

EURL Boucle d'Art & Velours
Bijoux et prêt à porter féminin
Secteur(s) d'activité : Artisanat, Commerce
Rue de la création
44000 - NANTES
Tel : 01 23 45 67 89
Portable : 06 12 34 56 78

Note liminaire :

Cette restitution tient compte des informations que vous avez remplies d'après le questionnaire standard mis à votre disposition. Toutes ces informations doivent être validées et ne peuvent être retenues en l'état.

Mon Profil

1 - Données personnelles

Civilité : Madame

Prénom : Dossier

Nom : Exemple

Adresse :

Rue de la création

44000 NANTES

Tél fixe : 01 23 45 67 89

Tél port. : 06 12 34 56 78

E-mail : dossier-exemple@exemple.fr

2 - Situation professionnelle

Créatrice de bijoux en activité.

3 - CV

Cf pièce jointe.

Pièce jointe associée : [CV-Exemple.pdf](#)

Mon Projet

4 - Description

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.

Description :

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).*

5 - Faits marquants

* *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

6 - Nom de l'entreprise

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

7 - Franchise / Concession

L'activité ne sera pas exercée sous la forme d'une franchise.

Mon marché

8 - Produits / Services

Site d'e-commerce : www.boucle-et-bijoux.fr (pour la partie bijoux)

- Bijoux de création, artisanat d'art. Fabrication sur place.
- 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).

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.

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.

=> Zone d'intervention (locale, départementale, nationale...)/implantation :

- je conserve mon site Internet, vente au niveau national voire européen + japon
- 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).

=> clientèle visée :

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

Gamme enfants également en bijoux.

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.

=> Le local :

Très beau local du 17^e 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. Marché bio le samedi.

9 - Etude de marché

Les principaux résultats de l'étude de marché sont :

Cf annexe en pièce jointe

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). Pendant 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.

Pièce jointe associée : [Etude-Marche-Exemple.pdf](#)

10 - Concurrence

Les principaux concurrents identifiés sur notre activité et leurs caractéristiques sont :

Seule une boutique de Montaigne 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.

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.*

Donc des créations qu'on ne trouve pas ailleurs.

11 - Réglementation

L'exercice de cette activité n'est pas réglementé.

12 - Fournisseurs

Les fournisseurs pouvant être considérés comme stratégiques en matière d'approvisionnement n'ont pas encore été identifiés à ce jour.

13 - 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.

Mon marketing

14 - Politique de prix

La politique de prix envisagée se caractérise par :

Pour les trois grandes marques, coefficient suggéré par les fournisseurs à 2.7, avec des ajustements selon les pièces.

Coeff 3 pour les accessoires.

Sur mes bijoux, le coeff est de l'ordre de 4 à 5 puisqu'il s'agit de création.

15 - Circuit de distribution

L'entreprise envisage d'utiliser un circuit direct de distribution avec :

- Votre (ou vos) propre(s) Magasin(s)

Et la force commerciale sera constituée par :

- Moi-même
- Un site Internet d'e-commerce

16 - Communication

En termes d'actions promotionnelles ou publicitaires, il est prévu :

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.

Supports commerciaux (cartes de visites, flyers, catalogues, site Internet,...).

Le site a son identité et fonctionne déjà. Un blog va y être intégré, qui parlera de la boutique, et sans doute une page vitrine sur la boutique. Pas de catalogue, le site suffit.

Actions promotionnelles ou publicitaires envisagées (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.

Budget prévu sur les 3 premières années :

- Année 1 : 4000
- Année 2 : 2500
- Année 3 : 2500

- Autres éléments commerciaux : Contacts établis, partenaires commerciaux, fichiers clients.

Déjà plus de 400 clientes bijoux sur Nantes et la Vendée.

17 - Prospection

Les moyens de prospection à mettre en place pour le lancement de l'activité n'ont pas encore été formalisés à ce jour.

18 - Clients potentiels

Les clients potentiels d'ores et déjà identifiés sont :

- Réseaux sociaux
- Prescripteurs
- Clients actuels bijoux

Mon organisation

19 - Forme juridique

La société est retenue comme structure juridique. La forme "EURL" est envisagée comme forme juridique.

Les raisons de ce choix sont les suivantes :

Séparation des biens personnels et professionnels.

Sortir de l'imbroglie profession libérale.

20 - 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.

21 - 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.

22 - Gestion administrative

Dossier Exemple a une expérience personnelle de la gestion administrative :

Mon activité de créatrice de bijoux.

23 - Banques

Nous souhaitons développer un partenariat bancaire avec :

Crédit MUTUEL

Conseiller : Franck LEUTUM

Place de la banque

44000 NANTES

Tel : 09 87 65 43 21

Mail : franck.leutum@crédit-mutuel.fr

24 - Conseils

En termes de conseils spécialisés pour le développement de l'activité, nous travaillerons avec :

Cabinet DURAND

Expert-Comptable

Contact : M. Pascal DURAND

Rue de la comptabilité

44000 NANTES

Tel : 02 98 76 54 32

Mail : pascal@cab.durand.com

Mes données chiffrées

25 - Investissements

Voici la liste détaillée des investissements nécessaires au développement de notre activité :

| Libellé | Catégorie | Type | Mois | Année | Montant | Financement |
|----------------------------|------------|---------|-----------|-------|---------|-------------|
| Aménagement de la boutique | Agencement | Nouveau | Septembre | 2010 | 22000 € | Emprunt |
| Total | | | | | 22000 € | |

26 - Apports personnels

Voici le détail des apports et la répartition de chacun des associés au démarrage de l'activité :

| Associés | Apports | % Detention |
|-----------------|---------|-------------|
| Dossier Exemple | 7000 € | 100 % |
| Total | 7000 € | 100 % |

Mon EURL est valorisée à 7000 euros par apport en industrie.

27 - Financements

Voici le détail des financements envisagés pour couvrir les investissements :

| Libellé | Montant | Taux | Durée |
|---------|---------|-------|---------|
| Emprunt | 35000 € | 3.4 % | 84 mois |
| Total | 35000 € | | |

28 - Aides / Subventions

Compte tenu de nos recherches, nous ne pensons pas bénéficier d'aides.

29 - Chiffre d'affaires

Pour l'activité de négoce :

| Libellé | Montant | Taux marge | Coef. | Délai règl. |
|-----------|---------|------------|-------|-------------|
| Vêtements | 62000 € | 52.38 % | 2.1 | Comptant |
| Total | 62000 € | | | |

Pour l'activité de production (biens et services) :

| Libellé | Montant | Achat Conso. | Délai règl. |
|---------|---------|--------------|-------------|
| Bijoux | 20000 € | 20 % | Comptant |
| Total | 20000 € | | |

Synthèse :

| Libellé | N |
|---------------|---------|
| Négoce | 62000 € |
| Production | 20000 € |
| Total CA | 82000 € |
| Marge Brute | 48240 € |
| % Marge Brute | 59 % |

Les achats seront réglés à : 15 jours

Pièce jointe associée : [Annexe-pdts-ch-Exemple.pdf](#)

30 - Stock de départ

Pour démarrer l'activité, nous constituerons du stock de départ :

Nature : **Vêtements**
 Montant : 15000 €
 Financement : Par emprunt

31 - Charges

Pour les fournitures consommables :

| Libellé | Montant |
|-----------------------------|---------------|
| Electricité | 1500 € |
| Eau | 150 € |
| Petit équipement | 500 € |
| Produits d'entretien | 150 € |
| Fournitures administratives | 100 € |
| Total | 2400 € |

Pour les services extérieurs :

| Libellé | Montant |
|------------------------------------|----------------|
| Location immobilière | 6600 € |
| Location de matériels | 300 € |
| Charges locatives | 150 € |
| Primes d'assurances | 700 € |
| Documentation, séminaires | 100 € |
| Rémunération d'intermédiaires | 1000 € |
| Honoraires comptables / juridiques | 2500 € |
| Honoraires techniques | 100 € |
| Publicité, publications | 4000 € |
| Déplacements | 1000 € |
| Missions, réceptions | 1000 € |
| Frais postaux | 1500 € |
| Frais télécommunications | 2000 € |
| Services bancaires | 200 € |
| Total | 21150 € |

Le délai règlement des charges sera de : 15 jours

Pièce jointe associée : [Annexe-pdts-ch-Exemple.pdf](#)

32 - Embauches

L'embauche de personnel n'a pas été étudiée pour le moment.

33 - Rémunération dirigeant

Voici la liste des rémunérations et minima pour les dirigeants :

| Dirigeant | Salaire net mensuel | Minimum vital |
|-----------------|---------------------|---------------|
| Exemple Dossier | 1500 € | 1200 € |