

BUSINESS PLAN

SUR 3 EXERCICES DE 06/2022 À 12/2024

S.A.S ADVERTISING

VENTE D'OBJETS PUBLICITAIRES

Madame O. Nora

59 RUE DE PONTHEIU

75008 PARIS
0780743354

E-mail : o.nora@gmail.com



● SOMMAIRE

- INTRODUCTION	4
1 NOTE DE L'EXPERT	
2 PRÉSENTATION DU PROJET	
3 STRUCTURE JURIDIQUE	
- DESCRIPTION DU PROJET	6
- MON MARKETING	12
- MON ORGANISATION	15
- INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENTS.....	16
- CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL.....	16
- SALAIRES ET CHARGES SOCIALES.....	18
- FRAIS GÉNÉRAUX PRÉVISIONNELS.....	19
- COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL.....	20
- SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION.....	22
- CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	22
- RATIOS D'EXPLOITATION	23
- SEUIL DE RENTABILITÉ	24
- BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT	25
- PLAN DE FINANCEMENT.....	26
- ETAT DE TRÉSORERIE.....	26
- BILAN PRÉVISIONNEL.....	27
- RATIOS DE STRUCTURE.....	27

● INTRODUCTION

1| NOTE DE L'EXPERT

Conformément à cette Création de l'activité de l'entreprise S.A.S ADVERTISING, nous avons examiné les prévisions budgétaires portant sur 3 exercices pour la période de 06/2022 à 12/2024, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Ces prévisions et les hypothèses présentées, relèvent de la responsabilité de la direction. Il nous appartient, sur la base de notre examen, d'exprimer notre conclusion sur ces prévisions.

Les hypothèses retenues pour établir ces prévisions budgétaires appellent de notre part les observations suivantes, étant précisé que nous ne pouvons pas apporter d'assurance sur leur réalisation.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la traduction chiffrée de ces hypothèses, sur le respect des principes d'établissement et de présentation applicables à ces prévisions et sur la conformité des méthodes comptables utilisées avec celles suivies pour l'établissement des comptes annuels (*ou consolidés*).

Enfin, nous rappelons que s'agissant de prévisions présentant par nature un caractère incertain, les réalisations différeront, parfois de manière significative des informations prévisionnelles présentées.

A Paris, le 11/03/2022

2| PRÉSENTATION DU PROJET

Le projet

Madame O. Nora envisage de créer la société S.A.S ADVERTISING, à compter de 06/2022.
L'activité principale de ce projet sera VENTE D'OBJETS PUBLICITAIRES.
Le siège social est situé au 59 rue de Ponthieu – 75008 PARIS.

Le porteur de projet

Madame O. Nora dispose d'ores et déjà :

- d'un téléphone : 0780743354,
- d'une adresse mail : o.nora@gmail.com.

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

3| STRUCTURE JURIDIQUE

La structure juridique choisie est : **Société (IS) - Dirigeant salarié.**
Madame O. Nora aura le statut de Présidente.

● DESCRIPTION DU PROJET

ADVERTISING Group est une société libanaise créée en 1995, spécialisée dans la promotion de toutes les catégories de produits personnalisés pour tous les types d'entreprises. Sa mission est d'offrir des produits de la meilleure qualité à des prix très compétitifs, d'une manière efficace et professionnelle.

ADVERTISING Group a travaillé avec des entreprises nationales et internationales pour sélectionner, personnaliser et fournir des articles promotionnels pour la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord : Liban, Maroc, EAU, Arabie Saoudite, Jordanie, Irak, Koweït, etc). Quelques projets et clients sont mentionnés ci-dessous :



Foulards spéciaux pour les événements, costumes de marathon de plus de 5 ans & portefeuilles en cuir



Portefeuilles en cuir personnalisés, porte-cartes de crédit, parapluies pour la banque internationale HSBC



Une image de marque complète de Backgammon a été créée pour Tinol Paints International pour les clients VVIP



Logo imprimé sur des T-shirts et des combinaisons pour les stations-service Hypco



Conception d'agendas et de carnets de notes personnalisés pour les compagnies aériennes du Moyen-Orient

Nora O, PDG de ADVERTISING Group, a pour objectif d'élargir son activité actuel et de s'installer en France. Nora O. compte investir plus que 130 000 Euros afin de démarrer son activité en France. Avec ses 27 ans d'expérience et son réseau de fournisseurs et de clients, Nora O. prévoit un premier recrutement courant les premiers 12 mois et une augmentation de 40% du chiffre d'affaires sur les 3 premières années.

Stratégie et mise en oeuvre

Les objectifs ci-dessous vont constituer les clés de notre succès pour l'année à venir :

- Mettre en œuvre notre nouvelle stratégie marketing
- Construire le pipeline d'opportunités, en particulier en France et en Europe
- Initier les premières ventes pour ADVERTISING Group après son installation en France

Notre objectif est de fournir un niveau de service extraordinairement tout en développant et en entretenant des liens forts avec nos clients. Les opportunités seront maintenues grâce à un engagement structuré, rigoureux et continu. Notre stratégie de service est la suivante :

Notre modèle commercial est basé sur la diminution du temps client passé sur la préparation et le choix de ces articles promotionnels. Tous les projets sont entièrement pris en charge par l'entreprise, et lorsque la participation du client est requise pour un avis et/ou une évaluation, des réunions seront organisées sur le site du client.

Nous faisons bon usage de notre temps et du temps du client. L'entreprise est capable de gérer et de livrer des articles promotionnels en respectant les délais des projets. Nous proposons souvent des délais qui sont plus courts que la norme de l'industrie. Ceci est rendu possible par notre relation étroite avec nos fournisseurs et notre communication continue avec les clients et, par conséquent, notre connaissance de leurs demandes à venir, ce qui nous permet une "gestion de crise" améliorée dans un secteur où un fonctionnement à pleine capacité peut être rapidement atteint.

- Chaque projet est géré avec soin. Nous supervisons chaque étape du processus afin de nous assurer que le travail se déroule comme prévu et qu'il répond ou dépasse les attentes de nos clients. Nous collaborons étroitement avec nos fournisseurs. Nous sommes très fiers de livrer un produit final impeccable à un client satisfait.

Pourquoi choisir d'investir en France

La France a un marché de 65 millions de consommateurs. En outre, la France a accès au marché unique de l'Union européenne, qui compte plus de 500 millions de consommateurs. Par ailleurs, le marché français dispose d'un pouvoir d'achat élevé : c'est la deuxième économie d'Europe et la sixième économie du monde.

La France est un marché ouvert et moderne qui bénéficie d'une démographie dynamique.

Elle est l'une des principales puissances économiques mondiales.

Membre fondateur de l'Union européenne et de la zone Euro, avec une position géographique au cœur de l'Europe, la France propose un accès privilégié au marché unique européen et aux partenaires de l'Union européenne.

Elle dispose d'une main-d'œuvre qualifiée capable de s'adapter et de maîtriser les nouvelles technologies, indispensables à la croissance de la productivité.

La France affiche une forte productivité du travail ainsi que des coûts d'exploitation pour les entreprises étrangères avantageux, en comparaison par exemple avec les États-Unis, dans tous les secteurs d'activité, et plus particulièrement dans la R&D.

Le Rapprochement géographique des clients et des fournisseurs en Europe et au Sud de L'Afrique.

Rapprochement du Maghreb pour conquérir des clients potentiels et création d'un réseau stratégique en Afrique (Nord et Sud).

La France en tant qu'un des leaders des innovations en marketing et en publicité.

Le potentiel de conquérir des clients de grandes marques françaises.

Le profil du porteur de projet

CV en annexe.

Nom de l'entreprise

La dénomination commerciale de l'entreprise est " ADVERTISING ".

Franchise / Concession

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

Produits / Services

On propose une large gamme d'objets publicitaires comme :

Produits

- Sets de maison

Bouteilles, thermos, mugs, sets de cuisine, sets à vin, sets beauté, articles de sport et loisirs

- Technologie

Banques d'alimentation, chargeurs sans fil, accessoires automobiles, appareils audio, câbles USB, USB, gadgets

- Bureautique

Fournitures de bureau, fournitures scolaires, horloges, porte-cartes de visite, portefeuilles, stands et banderoles publicitaires

- Stylos

Stylos en plastique, stylos en métal, crayons, sets de stylos, étuis à stylos

- Porte-clés et outils

Porte-clés en métal, en bois et en plastique, instruments de mesure, outillage à main, matériel de reconnaissance, lampes de poche

- Sacs et voyages

Sacs de sport, sacs à dos, accessoires de voyage, cabas et parapluies

- Textile

Vêtements de travail, vestes, gilets, coupe-vent, vêtements de sport, costumes personnalisés, serviettes, T-shirts, polos, chemises et casquettes

- Agenda et carnets de notes

Lany books, carnets de notes à spirales, agendas, carnets de notes, agenda recyclable, organisateurs, agendas spécialement conçus

- Paquets faits maison

Produits faits maison et artisanaux dans un coffret de présentation en bois (confitures, olives, miel, fruits secs, huile d'olive, sirops, vinaigre, fruits à coque) produits dans les campagnes locales.

- Articles VIP

Articles en cuir recyclé, articles en vrai cuir, articles de marque

(Hugo Boss, Cerruti, Caran d'Ache, Pininfarina...)

Services

Tous types d'impressions. (sérigraphie, offset, sublimation, transfert...)

Broderie

Gravure laser, défonceuse.

Étude de marché

TENDANCES DU SECTEUR

Quelles sont les tendances que l'on observe dans ce marché ?

Des études ont prouvé que les objets publicitaires (cadeaux d'affaires, goodies, textile personnalisé,...) intéressent fortement les clients, par rapport aux autres techniques de publicité. Longtemps en évolution, le marché français est aujourd'hui assez stable depuis 2016 et représente plus de **1,3 milliard** d'euros de chiffre d'affaires. Ce marché à part entière se porte donc plutôt bien face à l'augmentation du web et la baisse de performance des médias traditionnels. Il représente le 3ème support média.

Les annonceurs apprécient beaucoup ce moyen de communication dans le but de surprendre ses clients/prospects et de leur faire plaisir grâce à l'offre d'objets publicitaires tendances ou textiles personnalisés. C'est même **56%** des annonceurs qui ont utilisés des objets cadeaux pour communiquer en 2017.

64% des annonceurs qui offrent des objets cadeaux le font lors d'évènement, **18%** le font pour promouvoir leurs produits/services, et **18%** dans le but de stimuler/remercier leurs collaborateurs.

En ce qui concerne les principaux modes de distribution des objets publicitaires, le principal est l'évènementiel (60%), suivi des différentes opérations promotionnelles (30%) et des catalogues (10%).

Ce n'est pas moins de 500 entreprises qui proposent ces services, avec une amélioration constante de la qualité de l'offre et du conseil client.

L'objet publicitaire est donc un réel marché dans le domaine de la communication, et possède même sa propre fédération : la 2FPCO (Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet).

Les principaux produits vendus en tant qu'objets publicitaires sont les goodies, les cadeaux d'affaires, produits high tech et produits textiles. Une étude de la 2FPCO a révélé le top 3 des produits les plus vendus :

1er : Tee-shirt 58,8%

2ème : Instrument d'écriture 43,1%

3ème : High-Tech 40,8%

La communication par l'objet n'est absolument pas délaissée par les entreprises. Au contraire, c'est un élément qui est très apprécié et qui vient en complément de la publicité traditionnelle. Avec l'essor du digital, c'est un excellent moyen de toucher sa cible physiquement et de diversifier les points de contacts.

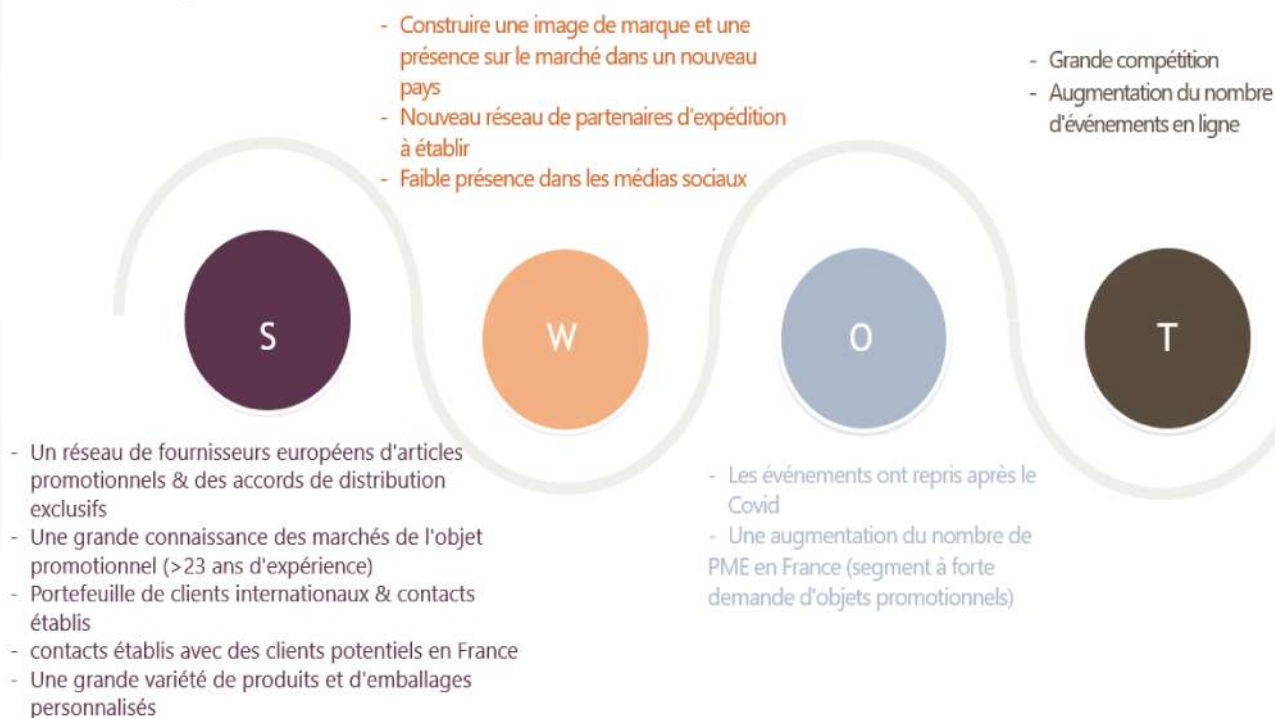
La 2FPCO a réalisé une étude très intéressante sur l'objet publicitaire en France. Celle-ci nous prouve que la publicité par les produits personnalisés est extrêmement performante et très appréciée par les français. Pour vous donner une idée des résultats de l'étude, nous vous avons sélectionné quelques chiffres intéressants :



- 75% des français mémorisent la marque associée à un objet publicitaire
- 95% des français gardent ou donnent un objet publicitaire reçu
- 69% des personnes ont une bonne opinion de la marque associée à un objet publicitaire reçu
- 89% des français ont une opinion positive d'un objet publicitaire reçu
- 66% des français utilisent les objets publicitaires au moins une fois par semaine
- 85% des français conservent et utilisent les objets publicitaires

Pour conclure, nous retiendrons donc que l'objet média est un marché à part entière, qui ne cesse d'évoluer avec l'ère du temps. Et qui ne s'essouffle pas, contrairement à certains moyens de communication qui sont plus ou moins remplacé par le digital.

Analyse SWOT



Concurrence

Les principaux concurrents :

CCAG, PUISSANCE COM 33, CPCOM EUROPE, IGO PROMO, WILOO, POP FRANCE, PROMO CADEAUX, COMMUNIC.

Réglementation

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

Fournisseurs

Il n'y a pas de fournisseur jugé stratégique en matière d'approvisionnement sur cette activité.

Saisonnalité

L'activité n'est pas saisonnière.

● **MON MARKETING**

Politique de prix

Nous voulons être compétitifs grâce à nos offres de qualité, nos idées innovantes, nos services personnalisés et nos prix compétitifs. Notre stratégie est d'être moins cher que nos principaux concurrents de 5% à 10%.

Circuit de distribution

L'entreprise envisage d'utiliser les types de circuits de distribution suivants :

- Un circuit direct (directement au client final)

Les circuits de distribution seront constitués par :

- Site internet

Communication

En termes d'actions promotionnelles ou publicitaires :

Cible : les entreprises

Support : Compagne Web et réseaux sociaux.

Prospection

Le plan de prospection commerciale déjà formalisé met en oeuvre les moyens suivants :

- Publicité numérique
- Bouche à oreille
- Démarchages, visite
- Événements
- E-mailing

Mise en oeuvre de ces moyens est déjà parfaitement maîtrisée.

Clients potentiels

Les clients potentiels d'ores et déjà identifiés sont :

- Contacts sérieux - Prescripteur - Commandes fermes

Quel est votre cœur de cible ?

Au départ, nous prévoyons d'être présents sur le segment des petites et moyennes entreprises, que nous définissons comme comptant de 10 à 200 employés. Les industries englobent les secteurs de la construction, la gestion immobilière, la santé, la fabrication, les chaînes de magasins, les cabinets médicaux, comptables et juridiques, les petites et grandes entreprises, les autorités locales et les organisateurs d'événements.

Principales secteurs qui utilisent des objets publicitaires pour le marketing :

1. Éducation
2. Finance
3. Construction
4. Soins de santé
5. Organismes à but non

Analyse persona :



Qui :

- Nom: Joseph Lilas
- Age: 36
- Ville: Paris
- Poste: Directeur Marketing dans une PME

Contexte : Joseph est marié et a deux enfants en maternelle. Il est originaire de Nantes et a déménagé à Paris pour travailler dans son entreprise actuelle. Il a deux MBA et a atteint le poste de CMO après sept ans dans des postes aspirants.

Objectifs : Joseph souhaite apporter une valeur ajoutée à l'entreprise en tant que directeur marketing. Parmi ses responsabilités figure l'achat d'articles promotionnels susceptibles d'améliorer les stratégies de marketing et de vente.

Frustrations : Joseph a peu de temps dans sa journée chargée pour rechercher des fournisseurs d'articles promotionnels abordables et innovants sur le marché.

Comment pouvons-nous résoudre ce problème ? Notre équipe de vente a identifié que les efforts de Joseph en tant que directeur marketing bénéficieront grandement de nos articles promotionnels. Nous avons préparé une présentation rapide de notre portefeuille et nous lui offrirons une remise spéciale dès qu'il aura manifesté son intérêt.



Qui :

- Nom: Ramanda Milly
- Age: 28
- Ville: Paris
- Poste: Responsable marque

Contexte : Ramanda s'est retrouvée à travailler dans une ONG qui contribue à améliorer l'éducation dans les régions reculées. Elle est fiancée à un photographe indépendant qui travaille principalement à domicile et a suffisamment de temps libre pour faire de l'exercice au parc et sortir boire un verre.

Objectifs : Ramanda souhaite apporter quelque chose de valable à son entreprise pour être remarquée. Bien qu'elle soit à l'aise dans son travail, elle souhaite graver les échelons de l'entreprise.

Frustrations : Ramanda comprend l'intérêt de faire de la publicité pour l'organisation en utilisant des articles promotionnels. Elle n'a pas la moindre idée du type de produits qui pourraient l'aider.

Comment pouvons-nous résoudre ce problème ? Notre société offrira à Ramanda exactement ce dont elle a besoin, c'est-à-dire un moyen de diffuser une image de valeur à son public cible.

● MON ORGANISATION

Forme juridique

La société est retenue comme structure juridique. La forme "**Société par actions**" est envisagée comme forme juridique.

Lieu de travail

Le lieu de travail n'est pas encore déterminé.

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 Décembre.

● INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENTS

Investissements	2022	2023	2024
Immobilisations incorporelles	13 500		
<i>Frais d'établissement</i>	2 500		
<i>Dépôt de garantie</i>	6 000		
<i>Site internet</i>	5 000		
Immobilisations corporelles	20 000		
<i>Matériels informatiques</i>	5 500		
<i>Matériel de transport</i>	10 000		
<i>Mobilier de bureau</i>	4 500		
Total des investissements à réaliser	33 500		
Immobilisations existantes		33 500	33 500
Total des immobilisations	33 500	33 500	33 500

Le financement des investissements :

Financements des investissements	2022	2023	2024
Apports en capital	30 000		
<i>ADVERTISING GROUP SA</i>	12 000		
<i>O. Nora</i>	18 000		
Apports en comptes courants	120 000		
<i>O. Nora</i>	120 000		
Total des financements	150 000		
Écart de financement	116 500		

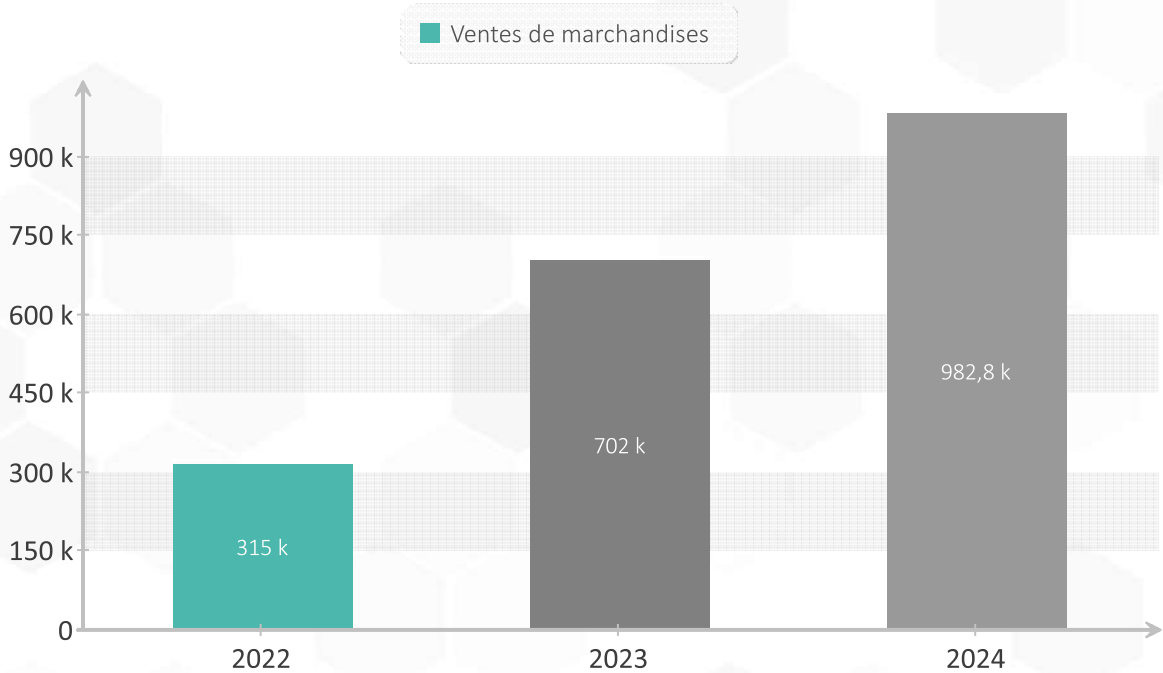
● CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL

Le chiffre d'affaires prévu :

Chiffre d'affaires	Secteur	2022	%	2023	%	2024	Marge	Stocks	TVA Ventes	TVA Achats
Vente d'objets publicitaires	Négoce	315 000	30%	702 000	40%	982 800	60%	0 jour	20%	20%
Total		315 000	122,86%	702 000	40%	982 800				

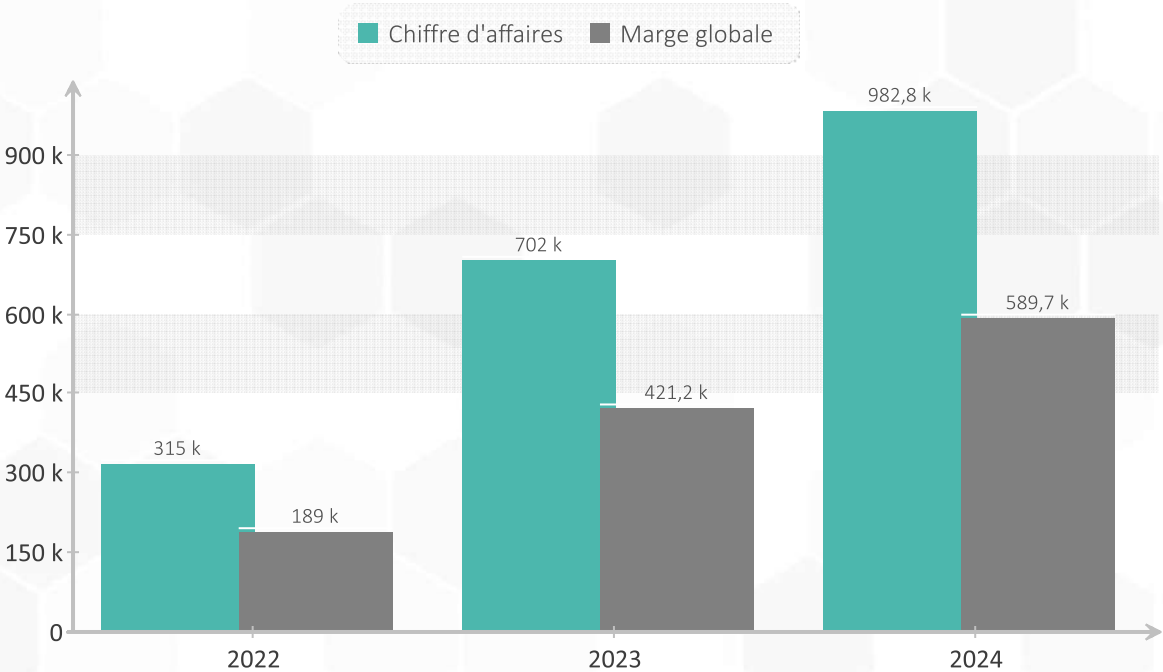
Évolution du chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires global



Évolution de la marge

Marge globale



● SALAIRES ET CHARGES SOCIALES

Les rémunérations annuelles du personnel :

Personnel	2022	%	2023	%	2024	C.S. Sal.	C.S. Pat.
Cadre commercial	22 400	5%	40 320	5%	42 336	22%	45%
Commercial 1 - JUNIOR (A PARTIR DE 09/2022)	8 000	82,3%	25 000	3%	25 750	22%	45%
APPRENTIE 1 (A PARTIR DE 09/2022)	4 000	75%	12 000		12 000	22%	45%
Commercial 2 - JUNIOR (A PARTIR 01/2023)			25 000	3%	25 750	22%	45%
	20 000	-12,5%	30 000	50%	45 000	22%	45%
Total	54 400		132 320		150 836		

Le détail des salaires bruts et des charges sociales :

Salaires bruts	2022	2023	2024
Salariés	34 400	102 320	105 836
<i>Cadre commercial</i>	<i>22 400</i>	<i>40 320</i>	<i>42 336</i>
<i>Commercial 1 - JUNIOR (A PARTIR DE 09/2022)</i>	<i>8 000</i>	<i>25 000</i>	<i>25 750</i>
<i>APPRENTIE 1 (A PARTIR DE 09/2022)</i>	<i>4 000</i>	<i>12 000</i>	<i>12 000</i>
<i>Commercial 2 - JUNIOR (A PARTIR 01/2023)</i>		<i>25 000</i>	<i>25 750</i>
Dirigeant	20 000	30 000	45 000
	<i>20 000</i>	<i>30 000</i>	<i>45 000</i>

Charges sociales	2022	2023	2024
Salariés	15 476	46 042	47 632
<i>Cadre commercial</i>	<i>10 080</i>	<i>18 144</i>	<i>19 056</i>
<i>Commercial 1 - JUNIOR (A PARTIR DE 09/2022)</i>	<i>3 598</i>	<i>11 252</i>	<i>11 591</i>
<i>APPRENTIE 1 (A PARTIR DE 09/2022)</i>	<i>1 798</i>	<i>5 400</i>	<i>5 400</i>
<i>Commercial 2 - JUNIOR (A PARTIR 01/2023)</i>		<i>11 246</i>	<i>11 585</i>
Dirigeant	9 002	13 500	20 254
	<i>9 002</i>	<i>13 500</i>	<i>20 254</i>

● FRAIS GÉNÉRAUX PRÉVISIONNELS

Les charges externes prévues :

Charges externes	2022	2023	2024
Fournitures consommables	6 410	11 886	15 102
Emballages	3 000	6 686	9 360
Electricité	700	1 200	1 200
Carburant	560	1 200	1 800
Petit équipement	1 300	1 500	1 442
Produits d'entretien	350	600	600
Fournitures administratives	500	700	700
Services extérieurs	91 470	181 740	234 440
Location immobilière	14 000	24 000	24 000
Location de matériels	1 000	1 700	1 700
Charges locatives	700	1 200	1 200
Entretien et réparations	560	600	700
Primes d'assurances	700	1 200	1 440
Etudes et recherches	500	500	500
Personnel extérieur à l'entreprise	1 000	1 200	1 500
Rémunération d'intermédiaires	5 000	6 000	6 000
Honoraires comptables / juridiques	3 360	5 400	5 830
Publicité, publications	56 000	124 800	174 720
Foire expositions	2 100	3 300	3 500
Transport sur ventes	2 800	4 800	5 000
Déplacements	1 400	3 600	4 800
Frais postaux	1 050	1 440	1 500
Frais télécommunications	700	1 200	1 200
Services bancaires	350	500	500
Cotisations, dons...	250	300	350
Total	97 880	193 626	249 542

Les impôts et taxes de la période :

Impôts et taxes	2022	2023	2024
Taxe d'apprentissage	370	900	1 026
Formation professionnelle	299	728	830
Total	669	1 628	1 856

Le détail des amortissements :

Amortissements	2022	2023	2024
Amortissements incorporels	1 264	2 167	2 167
<i>Frais d'établissement</i>	292	500	500
<i>Site internet</i>	972	1 667	1 667
Amortissements corporels	2 334	4 000	4 000
<i>Matériels informatiques</i>	642	1 100	1 100
<i>Matériel de transport</i>	1 167	2 000	2 000
<i>Mobilier de bureau</i>	525	900	900
Total	3 598	6 167	6 167

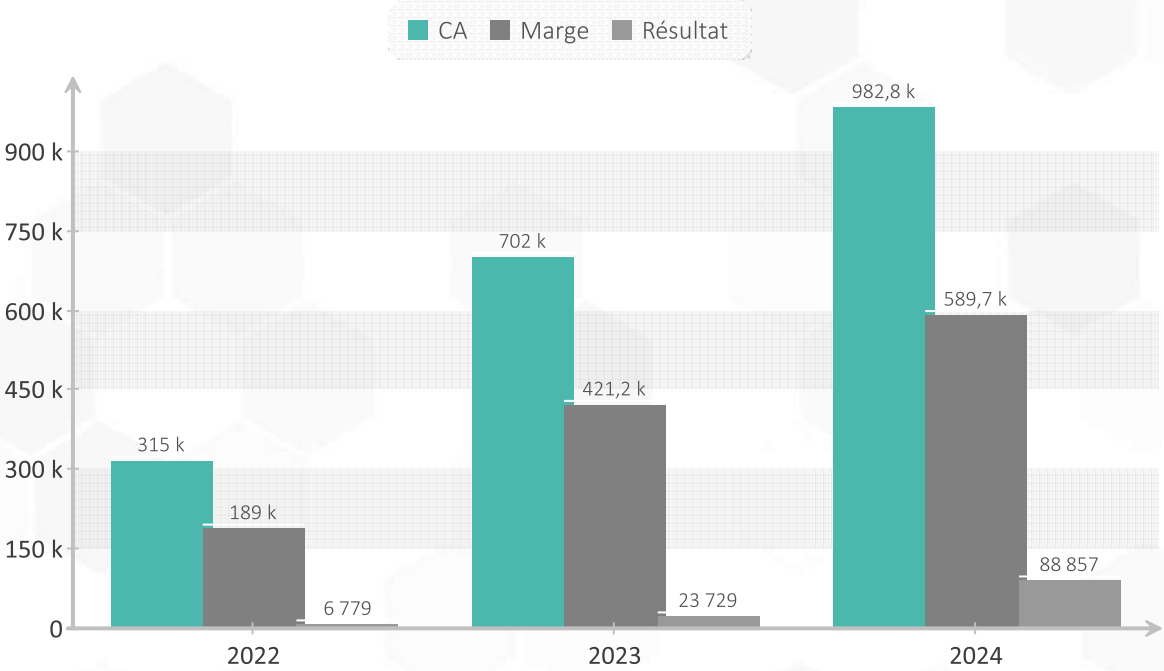
● COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL

Évolution du compte de résultat :

Compte de résultat	2022	%	2023	%	2024	%
Ventes de marchandises	315 000	100%	702 000	100%	982 800	100%
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>315 000</i>	<i>100%</i>	<i>702 000</i>	<i>100%</i>	<i>982 800</i>	<i>100%</i>
Total des produits d'exploitation	315 000	100%	702 000	100%	982 800	100%
Achats effectués de marchandises	126 000	40%	280 800	40%	393 120	40%
Fournitures consommables	6 410	2%	11 886	2%	15 102	2%
Services extérieurs	91 470	29%	181 740	26%	234 440	24%
<i>Charges externes</i>	<i>97 880</i>	<i>31%</i>	<i>193 626</i>	<i>28%</i>	<i>249 542</i>	<i>25%</i>
Impôts et taxes	669	0%	1 628	0%	1 856	0%
Salaires bruts (Salariés)	34 400	11%	102 320	15%	105 836	11%
Charges sociales (Salariés)	15 476	5%	46 042	7%	47 632	5%
Salaires bruts (Dirigeant)	20 000	6%	30 000	4%	45 000	5%
Charges sociales (Dirigeant)	9 002	3%	13 500	2%	20 254	2%
<i>Charges de personnel</i>	<i>78 878</i>	<i>25%</i>	<i>191 862</i>	<i>27%</i>	<i>218 722</i>	<i>22%</i>
Dotations aux amortissements	3 598	1%	6 167	1%	6 167	1%
Total des charges d'exploitation	307 025	97%	674 083	96%	869 407	88%
Résultat d'exploitation	7 975	3%	27 917	4%	113 393	12%
Résultat courant	7 975	3%	27 917	4%	113 393	12%
Impôt sur les bénéfices	1 196	0%	4 188	1%	24 536	3%
Résultat de l'exercice	6 779	2%	23 729	3%	88 857	9%

Analyse de l'activité sur la période

Analyse de l'activité



● SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION

L'évolution des soldes intermédiaires de gestion :

Soldes intermédiaires de gestion	2022	%	2023	%	2024	%
Chiffre d'affaires	315 000	100%	702 000	100%	982 800	100%
Ventes + Production réelle	315 000	100%	702 000	100%	982 800	100%
Achats consommés	126 000	40%	280 800	40%	393 120	40%
Marge globale	189 000	60%	421 200	60%	589 680	60%
Charges externes	97 880	31%	193 626	28%	249 542	25%
Valeur ajoutée	91 120	29%	227 574	32%	340 138	35%
Impôts et taxes	669	0%	1 628	0%	1 856	0%
Charges de personnel	78 878	25%	191 862	27%	218 722	22%
Excédent brut d'exploitation	11 573	4%	34 084	5%	119 560	12%
Dotations aux amortissements	3 598	1%	6 167	1%	6 167	1%
Résultat d'exploitation	7 975	3%	27 917	4%	113 393	12%
Résultat courant	7 975	3%	27 917	4%	113 393	12%
Impôt sur les bénéfices	1 196	0%	4 188	1%	24 536	3%
Résultat de l'exercice	6 779	2%	23 729	3%	88 857	9%
Capacité d'autofinancement	10 377	3%	29 896	4%	95 024	10%

● CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT

La capacité d'autofinancement sur la période :

Capacité d'autofinancement	2022	2023	2024
Résultat de l'exercice	6 779	23 729	88 857
+ Dotations aux amortissements	3 598	6 167	6 167
Capacité d'autofinancement	10 377	29 896	95 024
Autofinancement net	10 377	29 896	95 024

● RATIOS D'EXPLOITATION

Analyse des ratios d'exploitation :

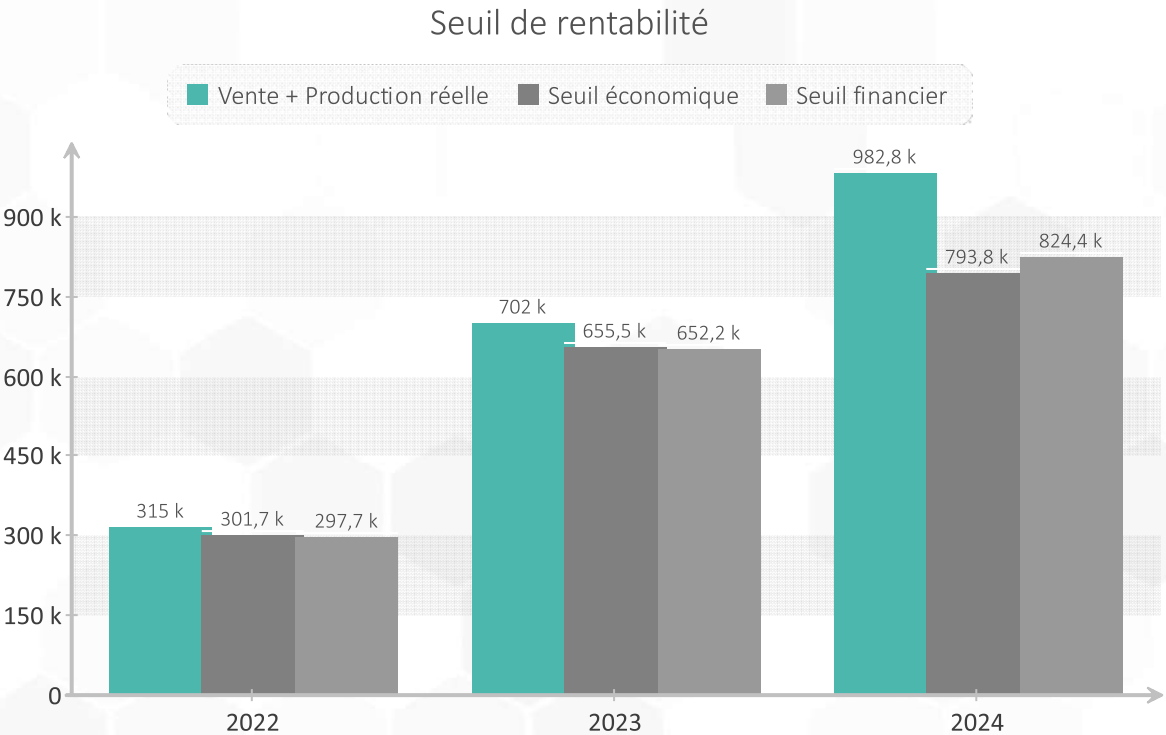
Ratios d'exploitation	2022	2023	2024	Secteur	
Chiffre d'affaires	100%	100%	100%	657 359	98%
Ventes + Production réelle	100%	100%	100%	669 294	100%
Achats consommés	40%	40%	40%	397 737	59%
Marge globale	60%	60%	60%	271 557	40%
Charges externes	31%	28%	25%	143 652	21%
Valeur ajoutée	29%	32%	35%	127 905	19%
Impôts et taxes	0%	0%	0%		
Charges de personnel	25%	27%	22%	86 548	12%
Excédent brut d'exploitation	4%	5%	12%	40 909	6%
Dotations aux amortissements	1%	1%	1%		
Résultat d'exploitation	3%	4%	12%	18 172	2%
Résultat courant	3%	4%	12%	20 855	3%
Impôt sur les bénéfices	0%	1%	3%		
Résultat de l'exercice	2%	3%	9%	20 906	3%

● SEUIL DE RENTABILITÉ

Le seuil de rentabilité économique :

Seuil de rentabilité économique	2022	2023	2024
Ventes + Production réelle	315 000	702 000	982 800
Achats consommés	126 000	280 800	393 120
<i>Total des coûts variables</i>	<i>126 000</i>	<i>280 800</i>	<i>393 120</i>
Marge sur coût variable	189 000	421 200	589 680
Taux de marge sur coût variable (%)	60,00%	60,00%	60,00%
<i>Coûts fixes</i>	<i>181 025</i>	<i>393 283</i>	<i>476 287</i>
Total des charges	307 025	674 083	869 407
Résultat courant avant impôt	7 975	27 917	113 393
Seuil de rentabilité	301 708	655 472	793 812
Excédent / Insuffisance	13 292	46 528	188 988
Point mort (jours)	201 jours	336 jours	291 jours

Évolution du seuil de rentabilité



● **BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT**

Évolution du besoin en fonds de roulement :

Besoin en fonds de roulement	Initial	2022	2023	2024
Autres créances	5 500			
Besoins d'exploitation (Total)	5 500			
Total des besoins	5 500			
Dettes fiscales et sociales		9 481	16 808	36 346
Ressources d'exploitation (Total)		9 481	16 808	36 346
Total des ressources		9 481	16 808	36 346
Variation du B.F.R.	5 500	-9 481	-7 327	-19 538
Besoin en fonds de roulement	5 500	-9 481	-16 808	-36 346

● PLAN DE FINANCEMENT

Le plan de financement sur la période :

Plan de financement	Initial	2022	2023	2024
Immobilisations	33 500	33 500		
Variation du B.F.R.	5 500	-9 481	-7 327	-19 538
Total des besoins	39 000	24 019	-7 327	-19 538
Apports en capital	30 000	30 000		
Apports en comptes courants	120 000	120 000		
Capacité d'autofinancement		10 377	29 896	95 024
Total des ressources	150 000	160 377	29 896	95 024
Variation de trésorerie	111 000	136 358	37 223	114 562
Solde de trésorerie	111 000	136 358	173 581	288 143

● ETAT DE TRÉSORERIE

L'évolution du solde de trésorerie :

Etat de trésorerie	Initial	2022	2023	2024
Fonds de roulement	116 500	126 877	156 773	251 797
Besoin en fonds de roulement	5 500	-9 481	-16 808	-36 346
Solde de trésorerie	111 000	136 358	173 581	288 143

● BILAN PRÉVISIONNEL

Le bilan prévisionnel de la période :

Bilan	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Immobilisations	33 500	33 500	33 500
- Amortissements, Provisions	3 598	9 765	15 932
Immobilisations nettes	29 902	23 735	17 568
Disponibilités	136 358	173 581	288 143
Actif circulant	136 358	173 581	288 143
Total de l'actif	166 260	197 316	305 711
Capital social	30 000	30 000	30 000
Réserves, Report à nouveau		6 779	30 508
Résultat de l'exercice	6 779	23 729	88 857
Capitaux propres	36 779	60 508	149 365
Emprunts et dettes assimilés	120 000	120 000	120 000
Dettes fiscales et sociales	9 481	16 808	36 346
Total des dettes	129 481	136 808	156 346
Total du passif	166 260	197 316	305 711

● RATIOS DE STRUCTURE

Ratios de structure	2022	2023	2024	Secteur
Délai BFR en nombre de jours de CA	-6 jours	-9 jours	-13 jours	136 jours
Autonomie financière à long terme	22,12%	30,67%	48,86%	37,07%
Solvabilité à moyen terme	105,31%	126,88%	184,30%	3,58%
Solvabilité à court terme	105,31%	126,88%	184,30%	2,29%



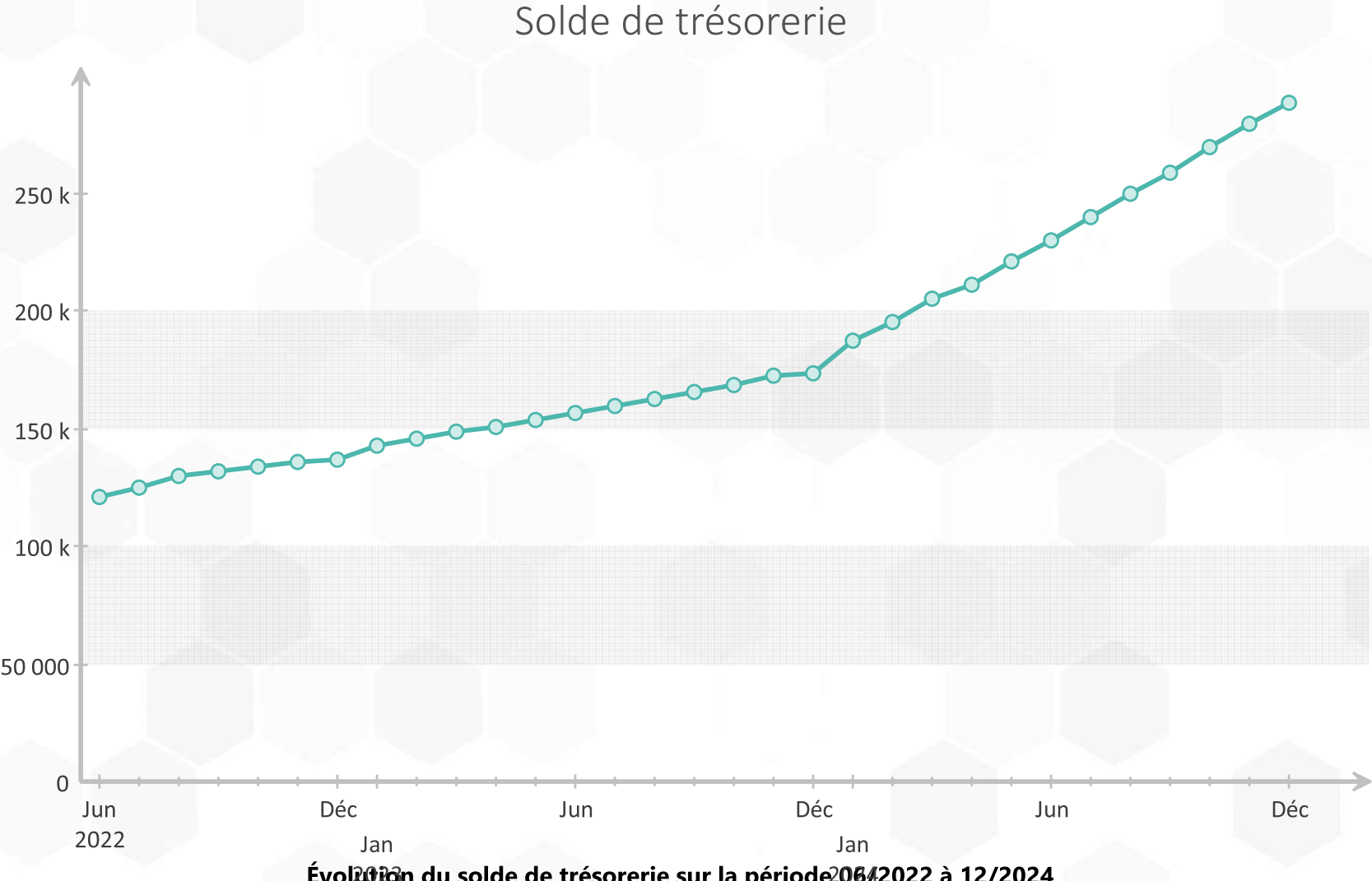
ANNEXES

Analyse de l'évolution du solde de trésorerie sur la période :

Trésorerie (N)	Jun 2022	Jul 2022	Aoû 2022	Sep 2022	Oct 2022	Nov 2022	Déc 2022	Total
Encaissements	204 017	54 017	54 017	54 017	53 978	53 978	53 976	528 000
Décaissements	83 471	49 378	49 372	51 833	52 026	52 022	53 539	391 641
Solde précédent		120 546	125 185	129 830	132 014	133 966	135 922	
Variation de la trésorerie	120 546	4 639	4 645	2 184	1 952	1 956	437	
Solde de trésorerie	120 546	125 185	129 830	132 014	133 966	135 922	136 359	

Trésorerie (N+1)	Jan 2023	Fév 2023	Mar 2023	Avr 2023	Mai 2023	Jun 2023	Jul 2023	Aoû 2023	Sep 2023	Oct 2023	Nov 2023	Déc 2023	Total
Encaissements	70 256	70 256	70 256	70 256	70 172	70 172	70 172	70 172	70 172	70 172	70 172	70 168	842 396
Décaissements	63 552	67 830	67 161	68 357	67 127	67 479	67 059	66 757	67 179	67 117	67 119	68 440	805 177
Solde précédent	136 359	143 063	145 489	148 584	150 483	153 528	156 221	159 334	162 749	165 742	168 797	171 850	
Variation de la trésorerie	6 704	2 426	3 095	1 899	3 045	2 693	3 113	3 415	2 993	3 055	3 053	1 728	
Solde de trésorerie	143 063	145 489	148 584	150 483	153 528	156 221	159 334	162 749	165 742	168 797	171 850	173 578	

Trésorerie (N+2)	Jan 2024	Fév 2024	Mar 2024	Avr 2024	Mai 2024	Jun 2024	Jul 2024	Aoû 2024	Sep 2024	Oct 2024	Nov 2024	Déc 2024	Total
Encaissements	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280	1 179 360
Décaissements	85 001	89 758	89 177	92 318	88 130	89 597	88 060	88 130	89 177	88 130	88 130	89 190	1 064 798
Solde précédent	173 578	186 857	195 379	204 482	210 444	220 594	229 277	239 497	249 647	258 750	268 900	279 050	
Variation de la trésorerie	13 279	8 522	9 103	5 962	10 150	8 683	10 220	10 150	9 103	10 150	10 150	9 090	
Solde de trésorerie	186 857	195 379	204 482	210 444	220 594	229 277	239 497	249 647	258 750	268 900	279 050	288 140	



Détail du tableau de TVA sur la période :

TVA (N)	Jun 2022	Jul 2022	Aoû 2022	Sep 2022	Oct 2022	Nov 2022	Déc 2022	Total
TVA collectée	9 003	9 003	9 003	9 003	8 996	8 996	8 996	63 000
TVA sur ventes	9 003	9 003	9 003	9 003	8 996	8 996	8 996	63 000
TVA déductible	11 885	6 335	6 334	6 335	6 332	6 332	6 585	50 138
TVA sur immobilisations	5 500							5 500
TVA sur achats de marchandises	3 601	3 601	3 601	3 601	3 599	3 599	3 599	25 201
TVA sur frais	2 784	2 734	2 733	2 734	2 733	2 733	2 986	19 437
TVA due		2 668	2 669	2 668	2 664	2 664	2 411	15 744
Crédit à reporter		2 882	214					
Crédit de TVA	2 882	214						
TVA à payer			2 455	2 668	2 664	2 664	2 411	12 862

