

# PLAN D'AFFAIRES

## LAURIER



NGUWA NTONGI AURÉLIE.  
KINSHASA/GOMBE  
+243 822 865 254/ +243 997 846 482.  
[aurelientonginguwa@gmail.com](mailto:aurelientonginguwa@gmail.com)

# I. SYNTHESE

## A. PROMOTEUR

- Nom ou Raison social : NGUWA PRODUCT
- Promotrice : NGUWA NTONGI Aurélie
- Qualification : licence en Economie Monétaire
- Adresse : 50, avenue KWILU C/Ngiri-ngiri
- Téléphone : (+243) 822865254
- Adresse électronique : [aurelientonginguwa@gmail.com](mailto:aurelientonginguwa@gmail.com)

## B. PROJET

- ☐ Type: Expansion ☒ Reprise ☐
- ☐ Nature du projet : Industrielle
- ☐ Secteur d'activité : Industrie légère
- ☐ Branche : Cosmétique
- ☐ Filière : Savonnerie et huilerie
- ☐ Coût total du projet : **38 478,10 \$**

## C. IMPLANTATION

- ☐ Lieu d'implantation : KINSHASA

## D. PRODUCTION ET MARCHE

### Produits :

- Savon laurier
- Savon noire
- Macérât réparateur
- Huile palmiste raffinée.

### Marché cible :

- KINSHASA

## II. DESCRIPTION DU PROJET

### A. PRESENTATION DU PROJET

Dans le souci de contribuer à la sécurité sanitaire de la population face à la pollution de l'air à laquelle elle est exposée d'une part, et surtout de répondre au problème d'insuffisance de produits cosmétiques locaux de qualité d'autre part, nous avons apporté une solution qui est *la MARQUE LAURIER*.

*La marque LAURIER* est une ligne des produits cosmétiques purement organiques composés des savons et des huiles, tous naturels, bien conditionnés et sans aucun autre mélange chimique ou autres composantes synthétiques. Des produits de grande qualité, fabriqué à partir des richesses et biodiversités du sol, appréciés par les petits et les grands.

Les produits *LAURIER* sont fabriqués essentiellement à base des fruits et plantes du terroir congolais, prêts à l'utilisation, conçus suivant les normes et conditions d'hygiène, afin d'offrir à la population la possibilité de nourrir et nettoyer la peau naturellement et sainement tout en protégeant la mélanine sans pour autant la dépigmenter, car la pollution de l'air qui l'expose à différentes infections cutanées, met cette dernière dans des situations qui pousse certains à l'utilisation des produits de qualité douteuse et dont on ne maîtrise pas toujours la composition, les conduisant ainsi à la dépigmentation ou à l'éclaircissement de la peau.

Les statistiques prouvent donc que plus de 60% des produits cosmétiques éclaircissants contiennent des matières très dangereuses pour la peau, qui exposent les consommateurs à des maladies telles que le cancer de sang, le cancer de la peau, la dépression immunitaire, la dépigmentation en confetti..., qui, comme nous le savons, comporte des risques parfois irréparables.

Tout ceci, manœuvré expressément par les producteurs des cosmétiques pour des intérêts égoïstes, au détriment du bien-être des consommateurs.

### B. NOTRE VISION

Contribuer à la sécurité sanitaire de la population en lui offrant des produits de toilette purs et organiques.

### C. NOTRE MISSION

Révolutionner la cosmétique biologique, en mettant le bien-être de nos consommateurs au centre.

## D. NOS OBJECTIFS

Les objectifs de l'entreprise sont repris dans le tableau ci-dessous :

|                   |                                                                                                                                                    |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJECTIF 1</b> | D'ici 2043, Positionner stratégiquement la <i>MARQUE LAURIER</i> pour en faire une référence et le premier choix dans le marché cosmétique mondial |
| <b>OBJECTIF 2</b> | D'ici 5 ans, contribuer visiblement au développement socioéconomique de la RDC en créant une centaine d'emplois directs.                           |
| <b>OBJECTIF 3</b> | Accroître sensiblement le chiffre d'affaire, élargir la gamme de produits d'ici l'année 2024 et se lancer dans la culture des matières premières.  |

## E. APPORT ET INNOVATION

Notre apport dans l'économie congolaise est l'industrialisation du secteur cosmétique congolais afin de le niveler et le rendre compétitif à la concurrence rude et déloyale à laquelle nous faisons face.

Le marché est donc inondé par des produits importés, très souvent de mauvaise qualité, qui sont proposés à la population à des prix très bas, de manière à défier la production locale.

## F. OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Les objectifs de développement durable également nommés (ODD) sont un appel mondial à agir pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité. Ils sont au nombre de 17.

Concernant le projet *LAURIER* le choix a été porté sur trois ODD :

**a. Objectif 1 : Pas de pauvreté**

Eliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde.

**b. Objectif 3 : Bonne santé et bien-être**

Donner les moyens de mener une vie saine et promouvoir le bien-être de tous à tous les âges.

**c. Objectif 8 : Travail décent et croissance économique**

Créer des opportunités d'emplois pour les jeunes ; promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable. Le plein emploi productif est un travail décent pour tous.

## G. FACTEURS CLE DU SUCCES

Les facteurs clé du succès sont :

- Le prix,
- La promotion,
- La qualité,
- Le packaging.

## H. CALENDRIER DE REALISATION

| Activité                                                       | Période |        |     |    |    |    |
|----------------------------------------------------------------|---------|--------|-----|----|----|----|
|                                                                | Mois 1  | Mois 2 | M 3 | M4 | M5 | M6 |
| Contact fournisseurs, achat d'équipements                      |         |        |     |    |    |    |
| Installation, contact fournisseurs et achat matières premières |         |        |     |    |    |    |
| Phase de démarrage de la production définitive                 |         |        |     |    |    |    |
| Contrôle des produits, Marketing et distribution               |         |        |     |    |    |    |

## I. MODELE ECONOMIQUE

Le modèle économique choisi par le projet est le *B2B* et le *B2C*

## A. PROFIL DU PROMOTEUR

|                                        |                                 |
|----------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Nom de l'entreprise</b>             | NGUWA PRODUCT SARLU             |
| <b>Nom de l' (des) entrepreneur(s)</b> | NGUWA NTONGI AURÉLIE            |
| <b>Adresse</b>                         | 50, Avenue KWILU, C/NGIRI-NGIRI |
| <b>Téléphone</b>                       | 0822865254 / 0997846482         |
| <b>Courriel</b>                        | aurelientonginguwa@gmail.com    |

|                                       |                                     |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Date d'ouverture</b>               | Janvier 2022                        |
| <b>Forme juridique</b>                | SARLU                               |
| <b>Secteur d'activité</b>             | Industrie légère                    |
| <b>Nom de la marque</b>               | LAURIER                             |
| <b>Marché visé</b>                    | La République Démocratique du Congo |
| <b>Marché cible</b>                   | KINSHASA                            |
| <b>Chiffre d'affaire prévisionnel</b> | Première année : 1 583 210 \$       |
| <b>Bénéfice net prévisionnel</b>      | Première année : 904 538,23 \$      |
| <b>Financement recherché</b>          | 25 158,10 \$                        |
| <b>Investissement personnel</b>       | 8 000\$                             |
| <b>Création d'emplois directs</b>     | 8 emplois                           |
| <b>Création d'emplois indirects</b>   | 20 emplois                          |

## B. RESEAU UTILE

| RESEAU                                | Contact                           |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| Kin Startup Academy                   | Mr Shola Deen, +243 999 633 444   |
| Silikin Village et Ovation (K-Impact) | Mme Emilie +32 474 10 74 93       |
| Pullup (FEC)                          | Mme Joelle Nyota +243 810 637 844 |
| Orange Corner et Ingenious City       | Mme Shary +243 818 112 298        |
| Ishango Startup Center                | Mr Felix M. +243 810 032 273      |
| TONY ELUMELU FOUNDATION (TEF)         |                                   |

### III. ANALYSE STRATEGIQUE DU MARCHE

#### A. PRESENTATION DU SECTEUR

##### 1. L'ANALYSE PESTEL DE L'ENVIRONNEMENT

| Catégories            | Opportunités                                                                                                                                                                                                           | Menaces                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Politique</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>- la mise en place d'un système d'accompagnement des PME par le gouvernement,</li><li>- l'existence du guichet unique de création d'entreprise</li></ul>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>- le faible contrôle des producteurs étrangers qui occupent la grosse part du marché avec des produits cosmétiques de qualité douteuse.</li></ul>   |
| <b>Economique</b>     | <ul style="list-style-type: none"><li>- l'évolution de la croissance économique</li><li>- l'évolution du pouvoir d'achat des consommateurs des produits cosmétiques</li></ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>- l'instabilité du taux de change sur le marché</li><li>- l'augmentation des prix des biens de consommation et des services sur le marché</li></ul> |
| <b>Socio-culturel</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- la croissance démographique</li><li>- la tendance à la consommation des produits cosmétiques naturels</li></ul>                                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>- l'apparition du covid-19</li></ul>                                                                                                                |
| <b>Ecologique</b>     | <ul style="list-style-type: none"><li>- le climat et le sol favorisant la culture des fruits et plantes</li><li>- l'existence des entités de recyclages des déchets</li><li>- l'abondance d'arbres fruitiers</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- l'utilisation des produits saisonniers</li></ul>                                                                                                  |
| <b>Légal</b>          | <ul style="list-style-type: none"><li>- l'existence du code de travail</li><li>- l'existence d'une ordonnance loi relative à la promotion de l'entrepreneuriat et des startups</li></ul>                               | <ul style="list-style-type: none"><li>- la fragilisation des règlements</li><li>- la prolifération des taxes en défaveur du développement des PME</li></ul>                               |

#### B. MARCHE CIBLE

Notre marché cible est la ville de *Kinshasa*.

## C. MARCHE POTENTIEL

Suivant notre modèle économique, nos clients potentiels sont :

- Toutes les personnes amoureuses des produits cosmétiques locaux de qualité,
- Les femmes dont l'âge varie entre 15 et 55 ans, soucieuses de leur bien-être,
- Les enfants et les grands qui sont très souvent sujets à des problèmes cutanés,
- Les supermarchés,
- Les salons de beauté/spa,
- Les pharmacies.

## D. ANALYSE DE L'OFFRE ET DE LA CONCURRENCE

| <b>ENTREPRISES</b>        | <b>FORCES</b>                                                                                                                                                                                               | <b>FAIBLESSE</b>                                                            | <b>REMARQUE</b>                                                                  |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Angel cosmetics           | Production industrielle,<br>Prix bas,<br>En exploitation depuis<br>plusieurs années,<br>Solides relations<br>professionnelles avec<br>les intermédiaires sur<br>les marchés,<br>Connaissance du<br>secteur. | Mauvaise qualité des<br>produits                                            | Compte sur sa<br>notoriété et donc ne<br>fait pas plus attention<br>à la qualité |
| Les producteurs<br>locaux |                                                                                                                                                                                                             | Indisponibilité des produits<br><br>Recourt à des compositions<br>chimiques |                                                                                  |



## E. ANALYSE FFOM (SWOT)

| <b>Forces</b>                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Faiblesses</b>                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Produit naturel</li><li>- Équipement artisanal</li><li>- Pas besoin d'une main d'œuvre très qualifiée</li><li>- La matière première non encore exploitée par les concurrents</li><li>- Matières premières abondantes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Faible production à défaut d'industrialisation</li><li>- Disponibilité saisonnière des matières premières</li></ul>                                                                                                                     |
| <b>Opportunités</b>                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Menaces</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Secteur cosmétique en pleine croissance</li><li>- Grande population et donc un marché très vaste</li><li>- Nécessité de nettoyer le corps régulièrement avec un savon efficace à cause de la pollution de l'air.</li></ul>     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Concurrents indirects et producteurs de produits de substitution très expérimentés occupant une grande part du marché avec les prix bas.</li><li>- Concurrents directs expérimentés</li><li>- Les clients souvent versatiles.</li></ul> |

## **IV. STRATEGIE DE COMMERCIALISATION**

### **A. OBJECTIFS PART DE MARCHE - PREVISIONS DE VENTES**

Le projet vise une part de marché de 10% de la population de la ville province de Kinshasa (10% de 17 000 000 = 1 700 000) avec une prévision de vente annuelle de 6 800 000\$ (1 700 000 x 4) de C.A. d'ici 5 ans.

### **B. STRATEGIES DE MARKETING**

#### **1. Politique des produits (Savon laurier, savon noire, macérât réparateur, huile palmiste)**

Nous offrons les savons et les huiles de qualité, une solution pour satisfaire le besoin de nos clients et garantir sa sécurité sanitaire afin de réduire les risques découlant de l'utilisation des produits cosmétiques de mauvaise qualité et d'augmenter la chaîne de production.

La croissance et la maturité des produits, d'après les phases de leur cycle de vie fera l'objet de la technicité des acteurs en jeu. Les packagings en sac toilette pour le savon laurier, la bouteille plastique pour les huiles et le carton pour le savon noir, serviront de conditionnement des produits.

#### **2. Politique du Prix**

Pour notre meilleur positionnement, les prix des produits sont fixés respectivement en fonction de toutes les charges liées à la production et de leurs grammages.

- Savon laurier (130gr) 5\$
- Savon noire (90gr) 5\$
- Macérât réparateur (100ml) 5\$
- Huile palmiste raffinée (100ml) 2,5\$

Les prix fluctuent selon le traitement et les ingrédients utilisés dans la fabrication des produits. Étant donné que notre produit ne fait entrer dans sa fabrication que des composantes naturelles et pures, ce prix va nous permettre, toute chose restant égale par ailleurs, de récupérer une marge acceptable.

Les produits LAURIER sont exclusivement congolais, fabriqués à partir d'ingrédients locaux de bonne qualité, dont la conservation s'effectue de manière naturelle et qui sont utilisés en toute confiance.

### **3. Politique de Distribution (place)**

Concernant la distribution, elle se fait dans la ville province de Kinshasa suivant les coins les plus fréquentés par les femmes pour leur mise en beauté. Nous utilisons également les pharmacies, les supermarchés et les marchés phares comme points de vente dans l'optique de rendre les produits plus accessibles.

Le site internet qui est en pleine construction nous servira de vitrine pour attirer plus de clients et partenaires.

Nous avons également mis en place le système des livraisons à domicile pour les commandes enregistrées en ligne.

### **4. Politique de promotion**

La politique de promotion est un outil efficace pour atteindre le résultat fixé. De ce fait nous faisons du marketing digital via les réseaux sociaux avec des postes réguliers et les annonces nous permettant d'avoir une forte visibilité et générer du trafic.

Nous prenons également part aux différents événements tels que les foires, les salons, les expositions et présentations pour construire un réseau des clients et trouver davantage de partenaires grâce au réseautage.

En outre, nous procéderons par :

La mise en exergue des traits du produit (emballages, valeurs du traitement, origine, méthode de fabrication...)

La création de marque et de label (logo, emballage, charte graphique...)

Les indications géographiques (origine du produit pour encourager la production locale par rapport aux produits importés).

La fixation d'un prix attrayant préférentiel sur des commissions pour les clients grossistes.

## V. PLAN DE PRODUCTION ET D'ORGANISATION

### A. PROCESSUS DE PRODUCTION- DE PRESTATION DE SERVICE & IMMOBILISATION

#### 1. DESCRIPTION DU SECTEUR

La RDC offre plusieurs opportunités d'investissement dans tous les secteurs allant de la production à la commercialisation afin de créer une chaîne de valeur compétitive dans la sous-région.

Kinshasa compte plus de 17 000 000 d'habitants avec une forte concentration dans les quartiers populaires. Certains ont un revenu qui est consommé à 60% par les dépenses alimentaires et cosmétiques. Cela étant, lorsqu'il en est question, leur priorité est la quantité et très rarement la qualité.

On observe une tendance croissante de consommateurs des produits naturels et plus soucieux de leur santé qui choisissent des aliments peu chimiques, surtout particulièrement dans le domaine des produits cosmétiques et de bien-être. Cette situation nous permet de nous créer une place dans le marché cosmétique, et ce, même si il est couvert par une multitude de grandes industries.

Le secteur des produits cosmétiques dans l'ensemble poursuit sa croissance. En fait, l'industrie voit s'ouvrir des usines de transformation des produits dans la région qui utilisent des technologies avancées pour être concurrentielles. Cette technologie contribue à l'augmentation des prix dans une société à revenu faible.

*Cependant, le marché étant très vaste, la faible industrialisation va être un frein à une production qui doit correspondre à toute la demande estimée. D'où le souhait d'acquérir des équipements industriels plus modernes et plus performants.*

## 2. DESCRIPTION DE LA GAMME

- **Le SAVON LAURIER**



Un antibactérien très efficace fabriqué à base de la poudre des feuilles de laurier et d'huile palmiste, mis dans un emballage de tissu organza, auquel est attaché une étiquette pendante reprenant toutes les informations nécessaires.

Purement naturel et sain de par sa composition, il contient des propriétés antibactériennes et antifongiques.

Poids net : 130gr.

Le SAVON LAURIER est gommant et exfoliant, il lutte efficacement contre les infections primaires de la peau, les vergetures, les points noirs et élimine également le masque de grossesse.

Il adoucit la peau et procure un beau teint grâce à la combinaison des huiles naturelles qu'il contient.

- **Le SAVON NOIR** by laurier :



Un savon réparateur fabriqué à base du bambou et d'huile palmiste, emballé dans un carton kaki et d'un autocollant enroulé autour, reprenant toutes les informations nécessaires.

Poids net : 90gr ;

- **L'HUILE PALMISTE RAFFINEE** by laurier :



Extraite à partir des noix de palme, riche en vitamine E, aux propriétés rajeunissantes.

Elle traite les infections de la peau, booste la pousse de cheveux, traite les rougeurs fessiers chez les bébés. Elle est contenue dans une bouteille en plastique transparente.

Poids net : 100ml

- **LE MACERAT REPARATEUR :**



Une huile faite à base des fruits qui nourrit et hydrate la peau naturellement, estompe les tâches, unifie le teint et donne de l'éclat.

Il est contenu dans une bouteille en plastique transparente.

Poids net : 100ml

## 1. Procédé artisanale

Les équipements de transformation sont constitués de matériels d'usage courant sans aucune spécificité, ils s'agissent de :

- Moule à savon (en bois)
- Boîte de coupe de savon (en bois)
- Doseurs pour la soude, de l'eau et d'huile
- Récipient pour le mélange soude – eau
- Conteneurs pour le mélange de la pâte à savon
- Cuillères et spatules en plastique ou silicone
- Gants, lunettes et masques respiratoire
- Mélangeur (malaxeur)
- Balance de précision

- Mixeur pour les fruits
- Récipient pour filtrer l'huile

## **2. Procédé Semi industrielle**

Les équipements de transformation sont constitués de matériel électroménagers suivants :

- Moule semi-industriel
- Mixeur plongeur
- Blender
- Filtres à huile
- Remplisseuse automatique

L'Industrie utilise les ressources locales partant des équipements à la main d'œuvre. Ainsi, son personnel n'est pas nécessairement très qualifié étant donné que la matière à produire est facile à utiliser et les matériels faciles à manipuler.

Ainsi, l'entreprise offre de l'emploi aux personnes instruites et non.

### **Production et Contrôle**

#### **La production**

Tout le processus de fabrication de nos savons est méticuleusement suivi par des habitués à la manipulation et à l'utilisation du produit.

Il consiste à :

- Mesurer les huiles
- Mesurer la soude
- Mesurer l'eau
- Mélanger les ingrédients
- Mouler les savons
- Couper les savons
- Laisser place à la saponification
- Enfin intervient la mise en emballage

#### **Contrôle**

Pour le contrôle de qualité nous faisons appel à un dermatologue et une chimiste, tous indépendants, pour certifier la conformité des produits aux normes.

## B. CAPACITE DE PRODUCTION

Nous avons une capacité de production artisanale mensuelle de :

- 4000 savons laurier
- 2000 savons noirs
- 2000 macérât réparateurs
- 2000 huiles palmistes raffinées

Le projet vise une installation d'une entité semi industrielle de production des savons et huiles d'une capacité de production de 530 400 tonnes par an en raison de 340 000 pièces par mois.

## C. MAIN D'OEUVRE

| N°           | Description           | Statut du poste | Nombre de personnel | Enveloppe salarial/mois | Total annuel     |
|--------------|-----------------------|-----------------|---------------------|-------------------------|------------------|
| <b>01</b>    | <b>Administration</b> |                 |                     |                         |                  |
| -            | Gérant                | Temps plein     | 1                   | 350,00                  | 4 200,00         |
| -            | Secrétaire-comptable  | Temps plein     | 1                   | 250,00                  | 3 000,00         |
| -            | Responsable Marketing | Temps plein     | 1                   | 250,00                  | 3 000,00         |
| <b>02</b>    | <b>Technique</b>      |                 |                     |                         |                  |
| -            | Ouvriers qualifiées   | Temps plein     | 5                   | 750,00                  | 9 000,00         |
| <b>TOTAL</b> |                       |                 | <b>8</b>            | <b>1 600,00</b>         | <b>19 200,00</b> |

**N.B : le salaire est exprimé en dollars américain (\$)**



## VI. PLAN FINANCIER

### BESOINS D'INVESTISSEMENT

| Besoins en immobilisations     | Unité  | Quantité | Prix unitaire    | Montant total    | Durée de vie | Amortissement   |
|--------------------------------|--------|----------|------------------|------------------|--------------|-----------------|
| Mixeur                         | pièces | 2        | 150,00           | 300,00           | 5,00         | 60,00           |
| Groupe Solaire                 | pièces | 1        | 3 000,00         | 3 000,00         | 5,00         | 600,00          |
| Boite de coupe de savon        | pièces | 2        | 35,65            | 71,30            | 5,00         | 14,26           |
| Filtre à huile                 | pièces | 2        | 1 500,00         | 3 000,00         | 5,00         | 600,00          |
| Remplisseuse                   | pièces | 2        | 115,00           | 230,00           | 5,00         | 46,00           |
| Etagère                        | pièces | 3        | 100,00           | 300,00           | 5,00         | 60,00           |
| Moule                          | pièces | 10       | 30,00            | 300,00           | 5,00         | 60,00           |
| <b>S/Total</b>                 |        |          | <b>4 930,65</b>  | <b>7 201,30</b>  | <b>5,00</b>  | <b>1 440,26</b> |
| <b>Besoins d'exploitation</b>  |        |          |                  |                  |              |                 |
| <b>Savon Laurier</b>           |        |          |                  |                  |              |                 |
| Matière première               | kg     | fft      | 5 384,80         | 5 384,80         |              |                 |
| Emballages                     | pièces | 4000     | 0,10             | 400,00           |              |                 |
| <b>Huile Macerat</b>           |        |          |                  |                  |              |                 |
| Matière première               | kg     | fft      | 4 800,00         | 4 800,00         |              |                 |
| Emballages                     | pièces | 4000     | 0,50             | 2 000,00         |              |                 |
| <b>S/Total</b>                 |        |          | <b>5 384,90</b>  | <b>12 584,80</b> |              |                 |
| <b>Besoin Marketing</b>        |        |          |                  |                  |              |                 |
| Marketing, Publicité, etc..... | fft    | fft      | 9 372,00         | 9 372,00         |              |                 |
| <b>S/Total</b>                 |        |          | <b>9 372,00</b>  | <b>9 372,00</b>  |              |                 |
| <b>Total</b>                   |        |          | <b>19 687,55</b> | <b>29 158,10</b> |              |                 |

## Investissements et financements

| INVESTISSEMENTS                              | Montant \$ hors taxes |
|----------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Immobilisations corporelles</b>           | <b>24 893,30</b>      |
| <i>Enseigne et éléments de com</i>           | 9 372,00              |
| <i>Matériel</i>                              | 15 521,30             |
| <b>Stock de matières et produits</b>         | <b>12 584,80</b>      |
| <b>Trésorerie de départ</b>                  | <b>1 000,00</b>       |
| <b>TOTAL BESOINS</b>                         | <b>38 478,10</b>      |
|                                              |                       |
| FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS              | Montant \$ hors taxes |
| <b>Apport personnel</b>                      | <b>8 320,00</b>       |
| <i>Apport personnel ou familial</i>          | 8 320,00              |
| <b>Emprunt</b> <i>taux</i> <i>durée mois</i> | <b>25 158,10</b>      |
| <i>Prêt n°1 (ROI BAUDOUIN)</i>               | 25 158,10             |
| <b>Subvention n°1 TEF FUNDATION</b>          | <b>5 000,00</b>       |
| <b>TOTAL RESSOURCES</b>                      | <b>38 478,10</b>      |

## Salaires et charges sociales

|                                        | Année 1   | Année 2   | Année 3   |
|----------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Rémunération du (des) dirigeants       | 10 200,00 | 15 300,00 | 22 950,00 |
| <i>% augmentation</i>                  |           | 50%       | 50%       |
| Charges sociales du (des) dirigeant(s) | 7 140,00  | 10 710,00 | 16 065,00 |
| Salaires des employés                  | 9 000,00  | 13 500,00 | 20 250,00 |
| <i>% augmentation</i>                  |           | 50%       | 50%       |
| Charges sociales employés              | 720,00    | 1 080,00  | 1 620,00  |

## Détail des amortissements

|                                    | Année 1         | Année 2         | Année 3         |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Amortissements corporels           | 8 297,77        | 8 297,77        | 8 297,77        |
| <i>Enseigne et éléments de com</i> | 3 124,00        | 3 124,00        | 3 124,00        |
| <i>Matériel</i>                    | 5 173,77        | 5 173,77        | 5 173,77        |
| <b>Total<br/>amortissements</b>    | <b>8 297,77</b> | <b>8 297,77</b> | <b>8 297,77</b> |

## Compte de résultats prévisionnel sur 3 ans

|                                                        | Année 1             | Année 2             | Année 3             |
|--------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Produits d'exploitation</b>                         | <b>1 583 210,00</b> | <b>1 899 852,00</b> | <b>2 279 822,40</b> |
| <i>Chiffre d'affaires HT vente de marchandises</i>     | <i>791 605,00</i>   | <i>949 926,00</i>   | <i>1 139 911,20</i> |
| <i>Chiffre d'affaires HT services</i>                  | <i>791 605,00</i>   | <i>949 926,00</i>   | <i>1 139 911,20</i> |
| <b>Charges d'exploitation</b>                          | <b>249 054,77</b>   | <b>298 865,72</b>   | <b>358 638,86</b>   |
| <i>Achats consommés</i>                                | <i>249 054,77</i>   | <i>298 865,72</i>   | <i>358 638,86</i>   |
| <b>Marge brute</b>                                     | <b>1 334 155,23</b> | <b>1 600 986,28</b> | <b>1 921 183,54</b> |
| <b>Charges externes</b>                                | <b>6 600,00</b>     | <b>9 900,00</b>     | <b>14 850,00</b>    |
| <i>Téléphone, internet</i>                             | <i>1 800,00</i>     | <i>2 700,00</i>     | <i>4 050,00</i>     |
| <i>Eau, électricité, gaz</i>                           | <i>1 200,00</i>     | <i>1 800,00</i>     | <i>2 700,00</i>     |
| <i>Fournitures diverses</i>                            | <i>600,00</i>       | <i>900,00</i>       | <i>1 350,00</i>     |
| <i>Entretien matériel et vêtements</i>                 | <i>1 200,00</i>     | <i>1 800,00</i>     | <i>2 700,00</i>     |
| <i>Nettoyage des locaux</i>                            | <i>600,00</i>       | <i>900,00</i>       | <i>1 350,00</i>     |
| <i>Loyer et charges locatives</i>                      | <i>1 200,00</i>     | <i>1 800,00</i>     | <i>2 700,00</i>     |
| <b>Valeur ajoutée</b>                                  | <b>1 327 555,23</b> | <b>1 591 086,28</b> | <b>1 906 333,54</b> |
| <b>Salaires employés</b>                               | <b>9 000,00</b>     | <b>13 500,00</b>    | <b>20 250,00</b>    |
| Charges sociales employés                              | 720,00              | 1 080,00            | 1 620,00            |
| <b>Prélèvement dirigeant(s)</b>                        | <b>10 200,00</b>    | <b>15 300,00</b>    | <b>22 950,00</b>    |
| Charges sociales dirigeant(s)                          | 7 140,00            | 10 710,00           | 16 065,00           |
| <b>Excédent brut d'exploitation</b>                    | <b>1 300 495,23</b> | <b>1 550 496,28</b> | <b>1 845 448,54</b> |
| <b>Dotations aux amortissements</b>                    | <b>8 297,77</b>     | <b>8 297,77</b>     | <b>8 297,77</b>     |
| <b>Résultat avant impôts</b>                           | <b>1 292 197,47</b> | <b>1 542 198,52</b> | <b>1 837 150,77</b> |
| <b>Impôt sur les sociétés</b>                          | <b>387 659,24</b>   | <b>456 941,55</b>   | <b>545 427,23</b>   |
| <b>Résultat net comptable (résultat de l'exercice)</b> | <b>904 538,23</b>   | <b>1 085 256,96</b> | <b>1 291 723,54</b> |
|                                                        |                     |                     |                     |

## Soldes intermédiaires de gestion

|                                     | Année 1             | %          | Année 2             | %          | Année 3             | %          |
|-------------------------------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|
| <b>Chiffre d'affaires</b>           | 1 583 210,00        | 100%       | 1 899 852,00        | 100%       | 2 279 822,40        | 100%       |
| <b>Ventes + production réelle</b>   | 1 583 210,00        | 100%       | 1 899 852,00        | 100%       | 2 279 822,40        | 100%       |
| <b>Achats consommés</b>             | 249 054,77          | 16%        | 298 865,72          | 16%        | 358 638,86          | 16%        |
| <b>Marge globale</b>                | <b>1 334 155,23</b> | <b>84%</b> | <b>1 600 986,28</b> | <b>84%</b> | <b>1 921 183,54</b> | <b>84%</b> |
| <b>Charges externes</b>             | 6 600,00            | 0%         | 9 900,00            | 1%         | 14 850,00           | 1%         |
| <b>Valeur ajoutée</b>               | <b>1 327 555,23</b> | <b>84%</b> | <b>1 591 086,28</b> | <b>84%</b> | <b>1 906 333,54</b> | <b>84%</b> |
| <b>Impôts et taxes</b>              | -                   | 0%         | -                   | 0%         | -                   | 0%         |
| <b>Charges de personnel</b>         | 27 060,00           | 2%         | 40 590,00           | 2%         | 60 885,00           | 3%         |
| <b>Excédent brut d'exploitation</b> | <b>1 300 495,23</b> | <b>82%</b> | <b>1 550 496,28</b> | <b>82%</b> | <b>1 845 448,54</b> | <b>81%</b> |
| <b>Dotation aux amortissements</b>  | 8 297,77            | 1%         | 8 297,77            | 0%         | 8 297,77            | 0%         |
| <b>Résultat d'exploitation</b>      | <b>1 292 197,47</b> | <b>82%</b> | <b>1 542 198,52</b> | <b>81%</b> | <b>1 837 150,77</b> | <b>81%</b> |
| <b>Charges financières</b>          | -                   | 0%         | -                   | 0%         | -                   | 0%         |
| <b>Résultat financier</b>           | -                   | 0%         | -                   | 0%         | -                   | 0%         |
| <b>Résultat courant</b>             | <b>1 292 197,47</b> | <b>82%</b> | <b>1 542 198,52</b> | <b>81%</b> | <b>1 837 150,77</b> | <b>81%</b> |
| <b>Résultat de l'exercice</b>       | <b>904 538,23</b>   | <b>57%</b> | <b>1 085 256,96</b> | <b>57%</b> | <b>1 291 723,54</b> | <b>57%</b> |
| <b>Capacité d'autofinancement</b>   | 912 835,99          | 58%        | 1 093 554,73        | 58%        | 1 300 021,31        | 57%        |

## Capacité d'autofinancement

|                                      | Année 1           | Année 2             | Année 3             |
|--------------------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Résultat de l'exercice</b>        | <b>904 538,23</b> | <b>1 085 256,96</b> | <b>1 291 723,54</b> |
| <b>+ Dotation aux amortissements</b> | 8 297,77          | 8 297,77            | 8 297,77            |
| <b>Capacité d'autofinancement</b>    | <b>912 835,99</b> | <b>1 093 554,73</b> | <b>1 300 021,31</b> |
| <b>Autofinancement net</b>           | <b>912 835,99</b> | <b>1 093 554,73</b> | <b>1 300 021,31</b> |

## Seuil de rentabilité économique

|                                                        | Année 1             | Année 2             | Année 3             |
|--------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Ventes + Production réelle</b>                      | <b>1 583 210,00</b> | <b>1 899 852,00</b> | <b>2 279 822,40</b> |
| Achats consommés                                       | 249 054,77          | 298 865,72          | 358 638,86          |
| Total des coûts variables                              | 249 054,77          | 298 865,72          | 358 638,86          |
| Marge sur coûts variables                              | <b>1 334 155,23</b> | <b>1 600 986,28</b> | <b>1 921 183,54</b> |
| <b>Taux de marge sur coûts variables</b>               | <b>84%</b>          | <b>84%</b>          | <b>84%</b>          |
| Coûts fixes                                            | 41 957,77           | 58 787,77           | 84 032,77           |
| <b>Total des charges</b>                               | <b>291 012,53</b>   | <b>357 653,48</b>   | <b>442 671,63</b>   |
| Résultat courant avant impôts                          | 1 292 197,47        | 1 542 198,52        | 1 837 150,77        |
| <b>Seuil de rentabilité (chiffre d'affaires)</b>       | <b>49 790,27</b>    | <b>69 762,03</b>    | <b>99 719,67</b>    |
| Excédent / insuffisance                                | 1 533 419,73        | 1 830 089,97        | 2 180 102,73        |
| <i>Point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré</i> | <i>199,16</i>       | <i>279,05</i>       | <i>398,88</i>       |

## Besoin en fonds de roulement

### Analyse clients / fournisseurs :

|                                     | délai jours | Année 1          | Année 2          | Année 3          |
|-------------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Besoins</b>                      |             |                  |                  |                  |
| Volume crédit client HT             | 7           | 30 362,93        | 36 435,52        | 43 722,62        |
| <b>Ressources</b>                   |             |                  |                  |                  |
| Volume dettes fournisseurs HT       | 10          | 6 823,42         | 8 188,10         | 9 825,72         |
| <b>Besoin en fonds de roulement</b> |             | <b>23 539,51</b> | <b>28 247,42</b> | <b>33 896,90</b> |

## Plan de financement à trois ans

|                                           | Année 1           | Année 2             | Année 3             |
|-------------------------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Immobilisations                           | 24 893,30         |                     |                     |
| Acquisition des stocks                    | 12 584,80         |                     |                     |
| Variation du Besoin en fonds de roulement | 23 539,51         | 4 707,90            | 5 649,48            |
| Remboursement d'emprunts                  | -                 | -                   | -                   |
| <b>Total des besoins</b>                  | <b>61 017,61</b>  | <b>4 707,90</b>     | <b>5 649,48</b>     |
| Apport personnel                          | 8 320,00          |                     |                     |
| Emprunts                                  | 25 158,10         |                     |                     |
| Subventions                               | 5 000,00          |                     |                     |
| Autres financements                       |                   |                     |                     |
| Capacité d'auto-financement               | 912 835,99        | 1 093 554,73        | 1 300 021,31        |
| <b>Total des ressources</b>               | <b>951 314,09</b> | <b>1 093 554,73</b> | <b>1 300 021,31</b> |
| Variation de trésorerie                   | 890 296,48        | 1 088 846,82        | 1 294 371,82        |
| <b>Excédent de trésorerie</b>             | <b>890 296,48</b> | <b>1 979 143,31</b> | <b>3 273 515,13</b> |

**Rappel trésorerie début année 1 :**

1 000,00

## Budget prévisionnel de trésorerie

### Première année

|                                      | Mois 1           | Mois 2           | Mois 3            | Mois 4            | Mois 5            |
|--------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Apport personnel                     | 8 320,00         |                  |                   |                   |                   |
| Emprunts                             | 25 158,10        |                  |                   |                   |                   |
| Subventions                          | 5 000,00         |                  |                   |                   |                   |
| Autres financements                  |                  |                  |                   |                   |                   |
| Vente de marchandises                | 20 000,00        | 24 000,00        | 28 800,00         | 34 560,00         | 41 470,00         |
| Vente de services                    | 20 000,00        | 24 000,00        | 28 800,00         | 34 560,00         | 41 470,00         |
| <b>Chiffre d'affaires (total)</b>    | <b>40 000,00</b> | <b>48 000,00</b> | <b>57 600,00</b>  | <b>69 120,00</b>  | <b>82 940,00</b>  |
| Immobilisations incorporelles        | -                |                  |                   |                   |                   |
| Immobilisations corporelles          | 24 893,30        |                  |                   |                   |                   |
| <b>Immobilisations (total)</b>       | <b>24 893,30</b> |                  |                   |                   |                   |
| Acquisition stocks                   | 12 584,80        |                  |                   |                   |                   |
| Échéances emprunt                    | -                | -                | -                 | -                 | -                 |
| Achats de marchandises               |                  | 15 101,76        | 18 122,11         | 21 746,53         | 26 094,58         |
| Charges externes                     | 550,00           | 550,00           | 550,00            | 550,00            | 550,00            |
| Impôts et taxes                      | -                | -                | -                 | -                 | -                 |
| Salaires employés                    | 750,00           | 750,00           | 750,00            | 750,00            | 750,00            |
| Charges sociales employés            | 60,00            | 60,00            | 60,00             | 60,00             | 60,00             |
| Prélèvement dirigeant(s)             | 850,00           | 850,00           | 850,00            | 850,00            | 850,00            |
| Charges sociales dirigeant(s)        | 595,00           | 595,00           | 595,00            | 595,00            | 595,00            |
| <b>Total charges de personnel</b>    | <b>2 255,00</b>  | <b>2 255,00</b>  | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   |
| Frais bancaires, charges financières | -                | -                | -                 | -                 | -                 |
| <b>Total des décaissements</b>       | <b>40 283,10</b> | <b>17 906,76</b> | <b>20 927,11</b>  | <b>24 551,53</b>  | <b>28 899,58</b>  |
| <b>Total des encaissements</b>       | <b>78 478,10</b> | <b>48 000,00</b> | <b>57 600,00</b>  | <b>69 120,00</b>  | <b>82 940,00</b>  |
| Solde précédent                      | -                | 38 195,00        | 68 288,24         | 104 961,13        | 149 529,59        |
| <b>Solde du mois</b>                 | <b>38 195,00</b> | <b>30 093,24</b> | <b>36 672,89</b>  | <b>44 568,47</b>  | <b>54 040,42</b>  |
| <b>Solde de trésorerie (cumul)</b>   | <b>38 195,00</b> | <b>68 288,24</b> | <b>104 961,13</b> | <b>149 529,59</b> | <b>203 570,01</b> |
|                                      |                  |                  |                   |                   |                   |



## Budget prévisionnel de trésorerie (suite)

| Mois 6           | Mois 7            | Mois 8            | Mois 9            | Mois 10           | Mois 11           | Mois 12           | TOTAL               |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 8 320,00            |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 25 158,10           |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 5 000,00            |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | -                   |
| 49 765,00        | 59 720,00         | 71 665,00         | 85 995,00         | 103 195,00        | 123 835,00        | 148 600,00        | 791 605,00          |
| 49 765,00        | 59 720,00         | 71 665,00         | 85 995,00         | 103 195,00        | 123 835,00        | 148 600,00        | 791 605,00          |
| <b>99 530,00</b> | <b>119 440,00</b> | <b>143 330,00</b> | <b>171 990,00</b> | <b>206 390,00</b> | <b>247 670,00</b> | <b>297 200,00</b> | <b>1 583 210,00</b> |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | -                   |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 24 893,30           |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 24 893,30           |
|                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 12 584,80           |
| -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| 31 314,13        | 37 578,21         | 45 094,48         | 54 111,49         | 64 934,42         | 77 921,94         | 93 505,06         | 485 524,73          |
| 550,00           | 550,00            | 550,00            | 550,00            | 550,00            | 550,00            | 550,00            | 6 600,00            |
| -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| 750,00           | 750,00            | 750,00            | 750,00            | 750,00            | 750,00            | 750,00            | 9 000,00            |
| 60,00            | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 720,00              |

|                   |                   |                   |                   |                   |                   |                     |                     |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| 850,00            | 850,00            | 850,00            | 850,00            | 850,00            | 850,00            | 850,00              | <b>10 200,00</b>    |
| 595,00            | 595,00            | 595,00            | 595,00            | 595,00            | 595,00            | 595,00              | <b>7 140,00</b>     |
| <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>   | <b>2 255,00</b>     | <b>27 060,00</b>    |
| -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   | -                   |
| <b>34 119,13</b>  | <b>40 383,21</b>  | <b>47 899,48</b>  | <b>56 916,49</b>  | <b>67 739,42</b>  | <b>80 726,94</b>  | <b>96 310,06</b>    | <b>556 662,83</b>   |
| <b>99 530,00</b>  | <b>119 440,00</b> | <b>143 330,00</b> | <b>171 990,00</b> | <b>206 390,00</b> | <b>247 670,00</b> | <b>297 200,00</b>   | <b>1 621 688,10</b> |
| 203 570,01        | 268 980,88        | 348 037,67        | 443 468,18        | 558 541,69        | 697 192,27        | 864 135,33          |                     |
| <b>65 410,87</b>  | <b>79 056,79</b>  | <b>95 430,52</b>  | <b>115 073,51</b> | <b>138 650,58</b> | <b>166 943,06</b> | <b>200 889,94</b>   |                     |
| <b>268 980,88</b> | <b>348 037,67</b> | <b>443 468,18</b> | <b>558 541,69</b> | <b>697 192,27</b> | <b>864 135,33</b> | <b>1 065 025,27</b> |                     |
|                   |                   |                   |                   |                   |                   |                     |                     |