

BUSINESS PLAN

dans le cadre Concours Alsace Tech
Année 2015/2016

Coach : Amandine Mazenc

Participants

Mélodie Galvez
Aude-Héloïse Bonardi
Matthieu Dumoulin

Axel-Ange Zingraff
Fabien Roussel

Sommaire

1. La présentation du projet.....	2
1.1 Présentation des créateurs	2
1.2 Le projet.....	3
1.3 Forme sociétaire.....	4
1.4 Objectifs et motivations	4
1.5 Avancées du projet.....	6
2. Le produit et son marché	7
2.1 Le service	7
2.2 Le marché.....	8
3. La stratégie commerciale	12
3.1 La stratégie de l'entreprise.....	12
3.2 Situation et caractéristiques du local commercial	13
3.3 Le Marketing-Mix	13
3.4 Estimation du chiffre d'affaires	15
3.5 La démarche opérationnelle ou plan d'actions commerciales	16
IV. Les étapes de développement	16
4.1 Les réalisations	16
4.2 Les étapes du développement	17
4.3 Le plan de développement.....	19
V. les moyens nécessaires	20
5.1 Les moyens techniques.	20
5.2 Les moyens incorporels et humains.....	21
5.3 Fournisseurs et sous-traitants.....	21
5.4 Les partenaires	23
VI. Les prévisions financières	24
1) Compte de résultat prévisionnel.....	24
2) Plan de financement à trois ans	25
3) Plan de trésorerie	25

1. La présentation du projet

1.1 Présentation des créateurs

Coach projet :

Amandine MAZENC, chargée de mission à Chambre de Commerce et de l'Industrie de Colmar.

Créateurs :

- **Mélodie GALVEZ**, élève ingénieur en 2^{ème} année (M1) à l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Mulhouse (ENSCMu)
- **Aude-Héloïse BONARDI**, élève ingénieur en 2^{ème} année (M1) à l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Mulhouse (ENSCMu)
- **Matthieu DUMOULIN**, étudiant en Master 1 Ingénierie de Projets en Economie Sociale et Solidaire à l'Université de Haute Alsace (UHA)
- **Fabien ROUSSEL**, élève ingénieur en 2^{ème} année (M1) à l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Mulhouse (ENSCMu)
- **Axel-Ange ZINGRAFF**, étudiant en Licence 3 Electronique, Electrotechnique et automatique à l'Université de Haute Alsace (UHA)

Fonction des associés dans l'entreprise :

- **Matthieu DUMOULIN, chargé de la gestion et de la communication de l'entreprise (comptabilité et administration).** Il est le plus compétent dans ce domaine grâce à sa formation en économie mais aussi, et surtout, grâce à sa position dans le pôle qualité de la Junior-Entreprise Eucor.
- **Axel-Ange ZINGRAFF, chargé de la communication (site internet, flyers...) et de l'assemblage des filtres.** Il dirigera aussi le **pôle développement automatisme** (en commençant par la création de l'application). Il a acquis ses compétences au fil de ses études en électronique, électrotechnique et automatique et suite à sa participation au sein de la Junior-Entreprise IARISS.
- **Fabien ROUSSEL, chef du pôle commercial de l'entreprise.** Fort de son implication de la Junior-Entreprise HAC, il possède les compétences scientifiques et orales nécessaires pour la promotion du produit tout renseignant les futurs clients sur ses spécificités et avantages comparés aux autres produits disponibles sur le marché.
- **Mélodie GALVEZ et Aude-Héloïse BONARDI, intégrées au pôle commercial (démarchage). Elles sont, de plus, en charge de la livraison, de la certification du produit ainsi que du pôle recherche et développement relatif aux matériaux.** En effet, leur profil d'ingénieure chimiste spécialisé en environnement (pour Mélodie GALVEZ) et en matériaux (pour Aude-Héloïse BONARDI) leur permettra d'assurer la recherche et développement de l'amélioration et des déclinaisons des produits proposées ainsi que les tests sur les produits. Aux vues de leur connaissance du produit, elles seront à même d'expliquer aux acheteurs potentiels son utilité et ses caractéristiques.

1.2 Le projet

Clean Protect propose, aux particuliers et communautés et collectivités territoriales, d'acquérir son **filtre à particules fines électrostatique**, permettant une **réduction significative de la pollution urbaine liée au chauffage au bois**.

S'inspirant de filtres existants déjà en Suisse et en Allemagne, Clean Protect innove par les fonctionnalités supplémentaires apportées comme :

- un **détecteur de dépôt de suie** pour lutter activement contre les feux de conduit,
- un **thermocouple/papillon connecté à un Smartphone** pour optimiser la combustion de votre feu en permanence,
- un **analyseur de qualité d'air** connecté aussi à un Smartphone via un partenariat avec la start-up parisienne Airboxlab.

De plus, à la demande du client, le filtre pourra être **construit à partir de pièces recyclées** provenant d'anciennes télévisions cathodiques pour une action **plus écologique** et un **coût moindre**. Enfin, Clean Protect propose aussi ses services concernant l'**entretien** des cheminées équipées de filtre. En effet, le ramonage s'avère plus compliqué puisqu'il nécessite de démonter entièrement le filtre. Différents packs sont disponibles avec **installation et livraison incluses**.

Dans un premier temps, Clean Protect va cibler les **collectivités**, les **communes** et les **bailleurs sociaux** pour qu'ils **équipent à l'avenir leurs logements sociaux de cheminées avec nos filtres**. Comme le chauffage au bois est très économique et écologique, il serait plus adapté aux personnes à revenus modérés et faibles. L'entretien et l'installation seront réalisés par une société de ramonage partenaire, formée au ramonage des cheminées équipées d'un filtre à particules fines.

Dans un deuxième temps, Clean Protect proposera ses filtres aux **personnes CSP+ en commençant par la région alsacienne** ; suite à l'établissement de **partenariats**, comme par exemple, **avec des sociétés de ramonage et des magasins de cheminée ou de bricolage**. Une liste exhaustive pourra être trouvée sur notre **site internet** ainsi qu'une description complète de nos produits.

Dans un troisième temps, Clean Protect élargira sa clientèle aux **personnes CSP-** en **intégrant les filtres aux subventions déjà existantes**, comme à hauteur de 30% pour le Fonds Air Bois visant à réduire les émissions issues du chauffage résidentiel.

La forte probabilité d'une législation obligeant les particuliers se chauffant au bois à s'équiper dans les années à venir d'un tel dispositif offre des perspectives économiques très intéressantes.

1.3 Forme sociétaire

La forme sociétaire choisie est la **société par actions simplifiées (SAS)** qui offre une grande souplesse de fonctionnement aux associés comme :

- ✓ un **montant du capital social minimum libre**,
- ✓ une très **grande liberté statutaire** pour permettre de définir les attributions du représentant de la SAS (personne physique ou morale, associé ou non) comme soumettre ses décisions à l'approbation des autres associés,
- ✓ une **grande liberté de fonctionnement et de la répartition du pouvoir** dans l'entreprise puisque les prérogatives d'un associé ne sont pas forcément corrélées à la part de capital qu'il détient,
- ✓ commissaire aux comptes facultatif pour valider le bilan et le compte de résultat,
- ✓ une **bonne protection des fondateurs lors de levées de fonds** car possible de prévoir dans les statuts des clauses protectrices des fondateurs qui leur évitent de perdre leur pouvoir,
- ✓ un **régime social protecteur du dirigeant** puisque le dirigeant relève du régime "assimilé-salarié". Il bénéficie du régime de sécurité sociale et de retraite des salariés même s'il ne bénéficie pas du régime d'assurance chômage. Il peut cependant cumuler ses fonctions de président avec un contrat de travail relatif à des fonctions techniques distinctes,
- ✓ en résumé, un cadre adapté à toutes sortes de projets.

1.4 Objectifs et motivations

a) Historique du projet

Actuellement, la France connaît un **problème croissant de pollution de l'air dû aux particules fines** ; sous-estimé par les autorités, méconnu de la population mais fondé sur une réalité puisque la **France est en contentieux avec l'Europe depuis 2010** pour non-respect des valeurs limites sur les particules fines PM10. En effet, des **pics de pollutions aux particules fines sont observés régulièrement** en région parisienne (jusqu'à 6 millions de particules fines par litre d'air en décembre 2013) mais certaines les régions telles que les Landes, le Centre, le Doubs, la Haute-Saône et la Franche-Comté sont aussi concernées par ce phénomène. Concrètement, environ **30% de la pollution particulaire** proviendrait du **chauffage au bois**. Les **effets de cette pollution sur la santé** sont réels et seraient du même ordre que ceux dus au **tabagisme passif** puisque ils favorisent **l'apparition et l'accentuation de maladies respiratoires et cardio-vasculaires**, à court ou à long terme et en particulier chez les personnes à risque. Elles **réduiraient l'espérance de vie** des personnes de **6 à 9 mois en moyenne** et **écourteraient la vie de 1400 parisiens par an**.

Notre projet a initialement été créé **en réponse à l'interdiction des feux de cheminée en "foyers ouverts" en région parisienne qui devait entrer en vigueur le 1^{er} décembre 2015**, en vertu d'un arrêté préfectoral de mars 2013 pris dans le cadre du plan de protection de l'atmosphère (PPA). Suivant l'exemple de la Suisse et l'Allemagne, précurseurs dans le domaine de l'environnement en Europe où les filtres à particules sont déjà une alternative en place, la **France** a abandonné cette mesure mais prône **l'utilisation d'appareils de chauffage plus performants**, pour **réduire la pollution due au chauffage résidentielle**, via des subventions et des exonérations d'impôts. **L'idée du projet est donc de faire découvrir**

et de démocratiser cette alternative en France où le marché est quasiment inexistant. De plus, nous apportons **quelques réelles innovations** permettant également aux consommateurs de **mieux gérer sa consommation en bois**; ceci dans un contexte où l'environnement et la qualité de l'air sont des enjeux de plus en plus importants.

Ce projet nous paraît particulièrement intéressant parce qu'il **répond à un besoin de la société actuelle concernant l'éthique environnementale.** En effet, les conséquences dues à la pollution et au réchauffement climatique sont de plus en plus visibles, notamment celles sur la santé. Ce problème tend à impacter de manière de plus en plus forte notre quotidien et nous pousse à remettre en cause notre mode de vie et nos habitudes de consommation.

Enfin, comme **l'Allemagne** est souvent **moteur de changements** (environnementaux) en Europe, il est **fort probable de voir la réglementation environnementale française se renforcer** dans un futur proche.

b) Motivations

A l'origine de ce projet de création d'entreprise se trouve un **simple projet étudiant** dans le cadre du **concours Alsace Tech**. Nous ne concrétiserons sûrement jamais notre projet mais cela nous a permis :

- d'acquérir la méthodologie et les connaissances nécessaires pour monter un projet,
- de gérer toutes les étapes d'un projet de création d'entreprise de sa conception à sa réalisation,
- de réaliser un business plan,
- d'apprendre à valoriser et vendre son idée,
- de développer sa créativité et son esprit d'innovation,
- de travailler au sein d'une équipe pluridisciplinaire,
- d'élargir son réseau de connaissances,
- et de valoriser ses compétences.

c) Objectifs

Nos objectifs in fine, seraient multiples :

- élargir notre marché à la France pour démocratiser notre produit
- devenir rentable rapidement
- se faire racheter (notamment si la réglementation sur la pollution particulière venait à se renforcer)

d) Dimension de votre entreprise

Pour se faire remarquer et racheter par une autre entreprise, il faut que notre société soit de **taille moyenne** permettant une **expansion rapide au besoin** (si la réglementation sur la pollution particulière venait à se renforcer). En effet, une PME est nécessaire pour pouvoir **proposer notre produit dans la France entière**; que cela soit aux collectivités ou aux particuliers.

1.5 Avancées du projet

Si nous devons réellement créer notre entreprise, nous pourrions démarrer d'ici quelques mois seulement puisque l'ensemble de la parité théorique est claire et précis. Il resterait donc à mettre en place un certain nombre d'actions qui concrétiseraient la création de notre entreprise comme :

- Créer l'application mobile d'après le prototype
- Déposer nos statuts et notre siret
- Contacter le reste des fournisseurs et sous-traitants
- Trouver une société de ramonage qui serait notre partenaire 0
- Trouver un ferrailleur/récupérateur de matériel électronique via l'organisation "écosystème" pour obtenir seulement les pièces recyclées nécessaires d'anciennes télévisions cathodiques
- Enclencher les démarches de prêt les démarches avec les institutions quelles soient régionales, nationales, publiques ou environnementales
- Contracter un prêt
- Commencer une grande campagne pour faire connaître notre produit

2. Le produit et son marché

2.1 Le service

Clean Protect propose un **filtre à particules fines électrostatique**, pour épurer les fumées des feux de cheminées à l'issue du conduit, des particules fines et très fines présentes et dangereuses pour la santé. Il se caractérise par une "**partie de filtration**" contenant un circuit de transformation haute tension reliée d'une part à un insert métallique se plaçant dans le foyer et d'autre part à une électrode de décharge suspendue le long de l'axe de l'insert permettant **la libération d'électrons** qui entraîne **l'ionisation des particules le long du conduit de la cheminée**. Du fait des forces électrostatiques qui s'exercent, **électrons et particules fines ionisées sont projetés** vers la **paroi du filtre** (électrode de décharge) et **éliminés** lors du ramonage.

a) Utilités :

- **Réduction de 90% des émissions de particules fines PM10** et très fines présentes dans les fumées des feux de cheminées à l'issue du conduit et dangereuses pour la santé,
- **Aucune perte** au niveau de la **pression**,
- **Optimisation du tirage**,
- **Faible coût d'entretien**,
- **Faible coût de fonctionnement** (actif seulement lorsqu'un feu de cheminée est fait),
- **Pas d'usure du système**.

b) Fonctionnalités supplémentaires proposées :

- un **thermocouple connecté** qui **mesure en temps réel la température du foyer** et permet d'en afficher le suivi sur le Smartphone de l'utilisateur couplé à une **valve papillon prévenant l'utilisateur si la combustion de son bois est bien adaptée, s'il faut rajouter du bois ou augmenter le tirage de la cheminée**. L'ensemble permettrait donc une consommation plus écologique et économique.

Le système est donc constitué d'un insert venant se glisser dans le conduit au-dessus du foyer et abritant une valve papillon dont le degré d'ouverture est contrôlé par le biais d'un servomoteur commandé par un circuit intégré arduino. On pourra ainsi réguler le tirage en fonction de la température du foyer mesurée par le thermocouple et donc en fonction de l'apport en oxygène ; d'où un contrôle relatif de la combustion. Un détecteur de flamme permettra également d'éviter la combustion incomplète en recueillant des données sur le rayonnement des flammes et des braises. L'ajout d'un module wifi à ce système permettra à ce circuit de commande de communiquer, à un ordinateur ou téléphone à proximité, les données recueillies (à savoir la position de la valve et l'évolution de la température au sein du foyer). Ces données seront ensuite représentées graphiquement et permettront de conseiller l'utilisateur afin d'optimiser sa consommation de combustible. Le thermocouple est un produit proposé par la société Oméga. Cette société propose également un émetteur qui relie ce thermocouple à un logiciel de traitement de données informatiques. Une application, créée par nos soins, permettra de mettre en relation le traitement des données et le client.

- un **détecteur d'encrassement de suie** pour **éviter tout problème** de feux de conduit malgré un ramonage annuel.

Il se compose de détecteurs de flamme (à infrarouge) disposés dans le conduit, entre la valve papillon et le filtre à particules, sur la surface intérieure d'un insert en aluminium poli. Les niveaux de

rayonnement infrarouge émis par le foyer qui se refléteront sur les parois de l'insert pourront alors être enregistrés par les détecteurs de flammes. La quantité de rayonnement réfléchi diminuera avec le dépôt progressif de suie sur la paroi de l'insert jusqu'à un seuil critique, prévenant l'utilisateur qu'il sera temps de faire ramoner son conduit par un professionnel formé à l'entretien de notre matériel. Ce dispositif, actif au cours de la seconde phase de combustion (braises) sera également capable de détecter d'éventuels feux de cheminée par leur propre rayonnement.

- un **analyseur de qualité de l'air** mesurant la qualité de l'air en continu, via des capteurs high-tech, connecté pour **optimiser la qualité de son air intérieur via des conseils astucieux** et améliorer certaines mauvaises habitudes des utilisateurs.

Le boîtier de contrôle de la qualité de l'air intérieur Footbot, connecté à un Smartphone, a été imaginé par la start-up Airboxlab, basée en France (au sein de l'incubateur parisien "Respirer dans la ville" du Paris Région Lab et d'Air Liquide). Il permet de régler la bonne température et le bon pourcentage d'humidité dans votre pièce pour combattre les germes et la pollution et partager des moments agréables avec votre famille en toute sérénité. A l'aide de multiples capteurs high-tech et d'algorithmes, Foobot scanne l'air de la pièce en permanence et vous alarme quand les taux de pollutions sont trop élevés. Il vous indique ainsi quand il devient nécessaire d'aérer, lorsque vous utilisez des produits nettoyants trop puissants qui sont susceptibles de dégager des vapeurs irritantes ou bien si vous cuisez trop vos aliments. Foobot, en plus de surveiller la qualité de l'air intérieur, tient aussi compte de sa qualité dans le passé pour mieux vous servir dans le futur et vous donner des conseils utiles par rapport à vos habitudes et ainsi améliorer de façon durable la qualité de votre air.

2.2 Le marché

a) Le marché

Notre produit permet la satisfaction d'un **besoin social, économique et éthique** chez les personnes disposant d'une cheminée.

- ✓ économique car le **bois est un moyen de chauffage moins cher** comparé à l'électricité, au fioul et au gaz (article France Info, janvier 2014).
- ✓ social et éthique par la volonté de **mieux respecter notre environnement** tout en gardant un certain **confort**.

La **région parisienne** est régulièrement touchée par cette pollution particulière mais d'autres **régions** comme **la Vallée de l'Arve ou le territoire de Haute-Savoie**, où le chauffage au bois est prépondérant, sont fortement soumises à cette pollution et seraient aussi intéressées. In fine, le marché visé est donc **national**.

b) Analyse de la demande

→ Chiffres potentiels et tendances

Selon des **enquêtes sur le chauffage domestique au bois** publiées en juillet 2013 et novembre 2014 par l'**Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie** (Ademe):

- **7,4 millions de foyers se chauffent au bois en 2012** (contre 5,9 millions en 1999)
- **55 millions de m³ par an consommé**
- **1 maison individuelle sur 3 utilise le bois comme chauffage principal ou d'appoint**
- **1^{ère} énergie renouvelable en France**

Le gouvernement français prône depuis plus d'une dizaine d'années l'utilisation du bois comme système de chauffage pour protéger les ressources en énergies fossiles comme le fioul. De nombreuses aides de l'état (subventions, crédit 0%, ...) sont toujours en place et motivent de nombreux particuliers à changer leur appareil de chauffage pour un au bois.

Le marché concernerait donc **potentiellement près de 7,4 millions de foyers avec un taux de croissance d'environ 20%** au cours des 15 dernières années.

Type de clientèle	Part du chiffre d'affaire
Logements collectifs sociaux	30 %
Logement individuels	60 %
Organismes privées et commerces	10 %

Nos clients sont potentiellement nombreux si Clean Protect arrive à se faire connaître et à faire connaître le filtre à particules fines au grand public. Nous n'aurons donc pas de dépendance vis-à-vis d'un seul client.

→ Caractéristiques de la consommation

Notre produit ne sera **acheté qu'une fois par les particuliers** puisqu'il ne s'utilise quasiment pas. Une fois que la majorité des particuliers seront équipés de filtre, les possibilités de marché restantes en France seront faibles vu qu'elles ne concerneront que les **nouvelles constructions de maisons/immeubles** avec des appareils de chauffage au bois et l'**entretien des filtres déjà installés**.

De plus, il est **possible d'avoir une demande plus grande en hiver**, juste avant le pic d'utilisation des cheminées par les particuliers.

→ Zone géographique couverte

A **court terme**, la zone géographique couverte sera **régionale** et concernera principalement **l'Alsace**, étant donné les coûts de transports.

A **moyen voire long terme**, elle sera **nationale** puisque des partenariats avec des magasins de cheminées, de bricolage et des sociétés de ramonage prenant en charge l'installation et la livraison des filtres sont prévus.

c) Analyse de l'offre / analyse concurrentielle

→ Généralités

Actuellement, il existe **seulement 2 points de vente en France** offrant ce produit. Les deux sociétés ont un **partenariat** avec la **société suisse OekoSolve** commercialisant des **filtres à particules électrostatique dont la base est similaire** au produit que l'on propose. Il y a :

- filtre Oekotube par la société Philtec Système dans les Deux-Sèvres (79)
- électrofiltre TopClean intégrant le système Oekotube commercialisé par la société Cheminées POUJOULAT en Isère (38)

Ces distributeurs proposent ce produit dans la France entière via des livraisons depuis leur local sur le territoire national.

D'autres sociétés vendent des **filtres catalytiques**, généralement **très efficace**, mais qui doivent être **remplacés régulièrement (2 à 6 ans)** comme :

- Filtre Zero Co par la société FONDIS
- Filtre O2RING par la société PALAZZETTI
- Filtre catalytique par la société POUJOULAT

→ La Concurrence

Entreprise	Philtex Système (SARL)	Cheminées POUJOLAT (SA)
Année de création	Décembre 2011	1950
Taille	PME 0 salarié	ETI (Entreprise de taille intermédiaire) 700 à 799 salariés
Chiffre d'affaires	30 988€ (2012)	223 000 000 € (2013)
Pourcentage de l'activité du groupe par produit	100 % filtres à particules et produits/services en découlant	70% conduits de cheminées 15% cheminées industrielles 15% bois, énergie renouvelable % filtre Top Clean négligeable
Stratégie	Commerce de gros (commerce inter-entreprise)	Particuliers (pour l'écofiltre Top Clean)
Vente	25 filtres à 10 000€ (2014)	Quelques dizaines de filtres de 2 000 à 3 000€ HT (2014)
Capital	10 000€	12 000 000 €
Part de marché	35%	65%
Points forts	Service personnalisé	Prix corrects Différents points de vente possibles
Points faibles	Produit très cher Un seul point de vente Aucune autre fonctionnalité	Aucune autre fonctionnalité

Remarque :

OekoSolve vend, en Suisse, ces mêmes filtres à particules fines entre **1 500 et 2000€**.

La société Rüegg Cheminées a proposé des filtres à particules électrostatiques à 1 700€ (HT) il y a quelques années. Devant la faible rentabilité de ce produit sur le marché français à l'époque, la commercialisation fut arrêtée depuis un peu plus de 3 ans.

Il existe donc une réelle opportunité de marché à saisir puisque cette installation est moins coûteuse qu'un nouvel appareil de chauffage.

d) Environnement

→ Contexte réglementaire : Particules fines de diamètre < 10 µm (PM10)

Valeurs limites françaises et européennes (depuis le 001/01/2015)	Niveau d'exposition recommandé par l'OMS	Objectif de qualité	Seuil de recommandation	Seuil d'alerte
En moyenne annuelle 40 µg/m ³ En moyenne journalière 50 µg/m ³ à ne pas dépasser plus de 35 jours par an.	En moyenne annuelle 20 µg/m ³ En moyenne journalière 50 µg/m ³ à ne pas dépasser plus de 3 jours.	En moyenne annuelle 30 µg/m ³	En moyenne journalière 50 µg/m ³	En moyenne journalière 80 µg/m ³

* fixée par la directive européenne (2008/50/CE) du 21 mai 2008 et sur la directive n°2004/107/CE du 15 décembre 2004

→ Contexte politique

Notre projet fait fasse à **l'annulation l'interdiction des feux de cheminée en "foyers ouverts"** en région parisienne, devant entrer en vigueur le 1er décembre 2015 (en vertu d'un arrêté préfectoral de mars 2013 pris dans le cadre du plan de protection de l'atmosphère (PPA)) qui aurait pu être un argument de vente non négligeable.

Une opportunité subsiste puisque la France présidera la **21ème Conférence des Parties de la Convention cadre des Nations Unies sur les changements climatiques** de décembre 2015, l'une des plus grandes conférences internationales sur le climat jamais organisée. L'enjeu majeur est de contenir le dérèglement climatique qui menace nos sociétés et nos économies. La conférence Paris 2015 doit **conduire à l'adoption d'un accord international**, qui entrera en vigueur en 2020, et qui posera le cadre d'une transition vers des sociétés et des économies résilientes et sobres en carbone.

De plus, la **France encourage les français à se chauffer au bois** depuis plus d'une dizaine d'années. Récemment, elle les encourage de plus à se munir d'appareils de chauffage au bois plus performants pour **réduire la pollution due au chauffage résidentiel**. Notre filtre pourrait donc entrer dans ce projet et **être subventionné à hauteur de 30%** pour les foyers de classe moyenne.

Il pourrait aussi être intéressant d'entrer dans le **Syndicat des Énergies Renouvelables** pour faire connaître au gouvernement notre filtre comme alternative au changement des appareils de chauffage.

→ Contexte sociologique

Intérêt des français grandissant pour la qualité de l'air, découlant de la prise de conscience due la pollution en général et récemment à la pollution particulaire (dans une moindre partie). En effet, de plus en plus de personnes sont sensibles aux particules fines et on constate le développement et l'apparition de maladies/problèmes respiratoires récurrents dans les pays développés et touchés par la pollution particulaire.

→ Contexte économique

Aujourd'hui, les préoccupations écologiques vont grandissantes d'où un marché en plein essor en Europe et en France. En effet, les notions « écologique », « naturel », « vert », « bio », « durable » sont devenus des arguments marketing de poids, de plus en plus recherchés par les consommateurs qui espèrent ainsi avoir une consommation plus responsable. Les entreprises « vertes » voient leurs ventes et embauches croître, + 6% d'embauches annuelles dans ce secteur selon l'ADEME, même dans un contexte de crise économique. Le gouvernement est, par conséquent, sensible à ce type de produit et des aides (sous diverses formes : crédits à taux 0, crédits d'impôts...) sont mises en place pour encourager les particuliers à remplacer leur matériel vétuste et peu « éco-performant ».

→ Réglementation de notre activité

Dans un premier temps, il sera possible de s'auto-certifier pour la vente sur le territoire français. Le recours à un organisme de test et de certification tel que l'Apave sera envisagé dans le cas où nous déciderions d'étendre notre marché à l'échelle européenne (Allemagne par exemple grâce à notre proximité directe) pour un coût estimé à 6000€, afin d'obtenir les certifications et les normes européennes de sécurité électrique et anti-incendie.

3. La stratégie commerciale

3.1 La stratégie de l'entreprise

L'avantage concurrentiel

La pollution particulaire est donc belle et bien une réalité à laquelle la France est confrontée. C'est pourquoi le **gouvernement français** encourage l'utilisation d'appareils de chauffage plus performants via des **programmes d'aide comme le Fonds Air Bois** offrant des **subventions jusqu'à 30%, exonérations d'impôts,...** De plus, il est probable que ces **mesures "préventives"** précèdent d'autres **mesures obligeant les particuliers à se mettre en règle** ou à ne plus utiliser leur appareil de chauffage au bois. Notre filtre serait ainsi une **alternative plus économique** par rapport au changement du système de chauffage ou un **complément** permettant une réduction des émissions de particules par le foyer.

Il existe donc une réelle opportunité de marché à saisir actuellement et surtout dans les prochaines années.

Clean Protect se différencie de ses concurrents par rapport :

1. Aux **fonctionnalités annexes proposées** :
 - a. un **thermocouple/papillon connecté à un Smartphone** permettant une **optimisation de la combustion du bois** en continu
 - b. un **dispositif de détection de suie** diminuant les risques de feux de conduit
 - c. un **boîtier de contrôle de la qualité de l'air intérieur**, grâce à un partenariat avec la société Airboxlab analysant en permanence la qualité de votre air intérieur
2. Un **filtre construit à partir de pièces recyclées** (anciens écrans cathodiques) pour une démarche toujours plus écologique
3. Des **prix (beaucoup) plus avantageux** que ceux de nos concurrents
4. La **labellisation du filtre** pour souligner son efficacité et sa qualité (mise en place d'une auto-certification à moyen terme)
5. Clean Protect proposera une assistance par mail via notre site internet pour répondre à toute question relative au filtre à particules, à son entretien et à la mise en relation avec des professionnels formés par nos soins pour ramoner votre appareil de chauffage équipé de notre filtre.

e) Le positionnement de l'entreprise

Au travers de nos pratiques et de nos engagements, nous voulons être reconnus comme une entreprise proposant des **produits fiables**, de **très bonne qualité** à des **coûts moindres**. Nous nous efforcerons **d'être à l'écoute de nos clients, respectueux de l'environnement** et **sécuritaire**. Différents packs contenant le filtre à particules et les modules cités précédemment seront proposés pour répondre aux attentes du client selon son budget.

La segmentation

Collectivités, communes et bailleurs sociaux	- disposent de ressources financières suffisantes - impact écologique maximale puisqu'il serait question de quartier entier
Particuliers CSP+ *	- disposent de moyens financiers corrects - sensibles au respect de l'environnement
Particuliers CSP-	- via des subventions nationales et régionales - sensibles au respect de l'environnement

*type particuliers aisés avec des préoccupations environnementales, propriétaires de châteaux, de bâtiments administratifs et entreprises disposant de cheminées (exemple : hôtels particuliers).

3.2 Situation et caractéristiques du local commercial

L'emplacement n'est pas primordial pour nous, puisque nos locaux ne serviront qu'à l'assemblage, au stockage et aux activités administratives. Il nous faudra donc beaucoup d'espace à un prix raisonnable mais à proximité d'une grande ville pour plus de rapidité lors des livraisons. Il se situera à **Illzach, zone industrielle à proximité de Mulhouse, bien desservie par les axes routiers ainsi qu'à proximité du Rhin** (export possible par péniches).

3.3 Le Marketing-Mix

a) L'offre commerciale

Nous proposons une gamme de 3 packs :

Pack	Filtre à particules électrostatique	Détecteur de suie	Thermocouple/papillon	Analyseur de qualité de l'air
Classique	√	√		
Amélioré	√	√	√	
Complet	√	√	√	√

Remarques

1. *Tous les détails sur le filtre à particules, le détecteur de suie, le thermocouple/papillon et l'analyseur de qualité de l'air se trouvent dans la partie 2.1 Le Service.*
2. La livraison et l'installation du produit, l'assistance par mail et la mise en relation avec des entreprises partenaires sont incluses.
3. Seul le pack classique sera proposé aux collectivités, communes et bailleurs sociaux.
4. Possible à tout moment se munir d'autres modules complémentaires puisque les différents éléments sont indépendants et peuvent être achetés séparément.

b) Politique de prix

Pack	Classique	Amélioré	Complet
Prix (sans pièces recyclées)	2 000 €	3 000 €	3 167 €
Prix (avec pièces recyclées)	600 €	1 000 €	1 167 €

c) Stratégie de distribution

Notre stratégie de distribution est divisée en 3 axes principaux.

Dans un premier temps, notre équipe **démarchera** elle-même les collectivités, communes et bailleurs sociaux.

Dans un second temps, dans le cadre de **partenariats avec des magasins de cheminées, de bricolage**, nous disposerons de "**stands**" et proposerons nos produits contre une commission de 10 % pour chaque transaction effectuée.

Dans un troisième temps, nous réserverons des **stands dans les salons spécialisés** sur les thématiques de **l'environnement, de l'énergie, du bois ou du bâtiment** pour être directement en contact de nos clients cibles. En effet, nous pourrions y rencontrer des personnes soucieuses de l'environnement ainsi des personnes qui souhaitent réaliser des travaux que cela soit pour construire ou bien rénover des bâtiments, maisons,... et avoir une chance de les convaincre.

Concernant notre **force de vente**, elle sera représentée par le **pôle commercial** en charge de démarcher les clients et entreprises ciblés soit 3 personnes.

Puis dès que nos **bénéfices seront suffisants et/ou si une loi venait à passer** pour réduire les émissions à particules en France, nous engagerons **un à trois commerciaux supplémentaires** pour réaliser une **large campagne de démarchage** visant à agrandir la liste de nos points de vente en France. Ils seraient rémunérés sur une base fixe de 500 €, avec voiture et téléphone de fonction, complétée d'un nombre de primes (10 % de commission à chaque vente) proportionnelles au nombre de partenariats signés et à leur rentabilité.*

d) Stratégie de communication

Elle passera par :

- le **démarchage des communautés, collectivités et bailleurs sociaux** afin de louer les mérites du chauffage au bois, lors de la construction de logements sociaux, qui allié à notre dispositif prodigue un mode de chauffage économique et respectueux de l'environnement,
- la **mise en place d'un site internet vitrine** pour détailler notre gamme de produits et lister tous nos distributeurs partenaires,
- une **campagne d'emailing et de télémarketing** afin d'alerter rapidement une clientèle potentielle de la mise sur le marché de nos produits.

Une **entreprise spécialisée telle que Marketing Connect** est en mesure de contacter en moyenne **1000 personnes par semaine** en se basant sur une liste de contacts ciblés. Un suivi téléphonique accompagné de textes message (SMS) est ensuite mené auprès des clients potentiels, puis les données recueillies nous sont finalement retournées afin d'adapter nos offres et notre développement aux nouvelles demandes.

Nous tablons ainsi sur l'achat d'une **liste de 3000 contacts par an avec un objectif estimé à 1% de contacts effectifs, soit en moyenne 30 nouveaux clients** pour une campagne se déroulant sur trois semaines. Le payement s'effectue dès le passage de la commande.

- la **réalisation de flyers** pour **faire découvrir nos offres**; indiquant les impacts sur la santé des particules fines, les solutions que nous proposons en rappelant que des aides de l'état sont disponibles pour entreprendre ces démarches.

Ces flyers seront **disposés sur les différents stands** (salons spécialisés & magasins partenaires) **données aux clients de notre réseau de tubistes, fumistes et ramoneurs** pour leur **introduire nos produits** (en l'échange d'une commission sur toute vente).

e) Autres éléments de la stratégie commerciale

Nous souhaitons aussi faire connaître notre produit :

- auprès du **Syndicat des Énergies Renouvelables**, représentant un interlocuteur privilégié des pouvoirs publics et force de proposition pour l'ensemble du secteur, des énergies, pour faire découvrir notre filtre comme alternative à la pollution particulaire,
- auprès des **associations/communautés de personnes concernées par l'environnement** disposant de revenus moyens à élevés. Ce type de personnes serait susceptible d'acheter nos produits puisque notre entreprise vise à répondre à un besoin "d'éthique environnementale", de vivre dans des meilleures conditions.

3.4 Estimation du chiffre d'affaires

a) Part de marché et volume de vente et chiffre d'affaires potentiel

Ventes globales du marché = 25 (Philtec Systèmes) + 40 (Cheminées POUJOLAT) =65 filtres

	Année 1	Année 2	Année 3
Volume potentiel de vente	200	600	1 510
Volume potentiel de vente du pack classique	50	204	490
Prix de vente du pack classique	600 €	600 €	500 €
Volume potentiel de vente du pack amélioré	150	396	1 020
Prix de vente du pack amélioré	1 000 €	1 000 €	900 €
Chiffre d'affaires potentiel HT	180 000 €	518 400 €	1 163 000 €

La part du marché visé ne correspond donc pas au marché actuel puisqu'une vaste campagne sera enclenchée pour faire connaître notre produit aux collectivités et particuliers; notamment pour notre filtre à particules construit à partir de pièces recyclées pour son faible coût et son respect de l'environnement (en recyclant de vieux écrans cathodiques).

b) Marge

Pack	Classique	Amélioré
Prix de revient du pack	300 €	500 €
Prix de vente du pack	600 €	1 000€
Marge moyenne	300 €	500 €

Si le filtre est construit à partir de pièces recyclés, sinon il faut ajouter 1450 € supplémentaire pour le boîtier de commande. Aucune marge n'est réalisée sur ce boîtier.

c) Comparaison avec les 2 entreprises françaises commercialisant un filtre similaire

Philtex Systèmes réalise des marges importantes (environ 8 000 €) avec des prix exorbitants. Cheminées Poujoulat (environ 500€) mais les filtres ne constituent pas son activité première.

3.5 La démarche opérationnelle ou plan d'actions commerciales

Le calendrier

Actions	Année 1	Année 2	Année 3
Prospection (frais de déplacement, cartes de visite, ...)	500 €	5 800 €	5 800 €
Emailing/Téléphone/SMS	4 000 €	4 000 €	3 000 €
Flyers/Tracts	400 €	500 €	500 €
Salons spécialisés			1 180 €

IV. Les étapes de développement

4.1 Les réalisations

Notre projet découle principalement d'une opportunité de marché en France par rapport à la réglementation environnementale qui se durcit. De plus, nous avons souhaité y ajouter quelques innovations et fonctionnalités pour le rendre plus attrayants et intéressants aux yeux de nos futurs acheteurs. C'est pour cela que nous avons :

- **visité le salon « créer sa boîte en Alsace »** afin de se renseigner auprès d'avocats sur la mise en place de l'entreprise mais aussi après de la chambre du commerce et de l'industrie de Colmar pour avoir plus d'informations sur les spécificités du marché en Alsace. Nous avons également rencontré l'INPI pour se renseigner sur les caractéristiques du brevet que nous souhaitons adapté,
- **étudié le brevet du filtre à particules** fines électrostatique OekoTube déposé par la société suisse OekoSolve au Liechtenstein, disposant d'une certification européenne en Allemagne, qui est le filtre le moins cher et le plus performant du marché,

⇒ **Complexe puisque le brevet a été rédigé en allemand soutenu.**

Pour l'instant, aucun brevet n'a été déposé en France puisque les seules sociétés à en vendre sont partenaires d'OekoSolve.

- **recherché des alternatives et innovations** par rapport à ce produit (fabrication à partir de pièces recyclées, thermocouple/papillon connecté à un Smartphone, dispositif de détection de suie),
- ⇒ **Long et complexe. Réalisé en parallèle de rendez-vous avec notamment le laboratoire du Gestion des Risques et Environnement de Mulhouse**, spécialiste de l'analyse des émissions et libération de particules due à la combustion et qui a déjà analysé une partie des filtres présents sur le marché français.
- **réalisé des plans détaillés du produit** dans le but de créer un prototype ultérieurement,
 - **trouvé l'ensemble des fournisseurs de matières premières et sous-traitants** et contactés une partie d'entre eux,
 - **cherché de solutions pour rendre accessible notre filtre** au plus grand nombre en **communiquant avec l'ADEME** sur la possibilité **d'inclure le filtre aux subventions** existantes ayant pour but de réduire la pollution particulaire (Fonds Air Bois),
 - **contacté des organisations certifiantes** pour connaître les normes européennes et françaises et se renseigner sur les spécificités des normes (prix, critères, acteurs auprès desquels on peut se faire certifier...),
 - **contacté nos concurrents** pour avoir une idée du marché existant actuellement en France pour notre produit,
 - **contacté des assurances et banques** afin d'avoir une idée des démarches à mettre en place pour la création de notre entreprise ainsi que des coûts,
 - **réalisé une maquette de l'application** afin de présenter ses fonctionnalités et son interface dans les grandes lignes.

4.2 Les étapes du développement

A ce stade, nous avons une idée claire et précise de ce que va être notre produit final même si un prototype pourrait encore être nécessaire. Les plans de fonctionnement ont été réalisés et nous nous sommes assurés du bon fonctionnement (théorique) de notre produit auprès de professionnels du métier. Il reste maintenant à créer “physiquement” l’entreprise selon les étapes suivantes :

Etape 0 : Démarche administrative

- dépôt et définition des statuts

Etape 1 : Mise en place financière

Notre **capital initial s'élève à 10 000€** soit 2 000€ par associé (en fonds propres). Cela nous permet de financer la définition et le dépôt des statuts.

Cependant, cette somme reste faible donc il nous faut **rechercher des financements supplémentaires**. Pour cela, nous allons :

- **demander des subventions de l'État, de l'Union Européenne ou de certains organismes** puisque notre produit a une visée écologique (réduction du dégagement du CO₂, récupération de composant sur des déchets électroniques...) comme :

*répondre à l'appel d'offres de l'état pour améliorer la qualité de l'air, dans le cadre d'un partenariat avec une commune et un laboratoire de recherche, **subventionné à hauteur de 100 000€**. D'après l'Ademe, nous serions **potentiellement éligibles**.*

- demander une **aide à la formation**. En effet, nous allons former nos installateurs et les ramoneurs qui assureront l'entretien des filtres. L'état français offre des aides aux entreprises qui font des formations comme celles-ci.
- demander un **prêt bancaire** afin de financer la mise en place matériel de l'entreprise, de fabriquer les premières pièces ainsi que d'avoir un fond de roulement les premiers temps de l'entreprise.
- **souscrire une assurance**

Recherche de client 0

Avant de rassembler les premières pièces, il est nécessaire de trouver les clients 0. Pour cela, notre équipe commerciale procédera au **démarchage des clients 0** qui sont les collectivités locales par exemple, les bailleurs sociaux, les promoteurs immobiliers, etc. Le but est d'avoir un carnet de commande et des **engagements d'achat** des premières pièces.

Recherche de partenaires :

- **Société de ramonage locale** qui sera formée par nos soins à l'installation et l'entretien de notre système.
- **Ferrailleur et récupérateur de matériel électronique** via l'organisation "éco-système" pour les pièces recyclées provenant d'écrans cathodiques

Etape 2 : Mise en place matérielle

Il s'agit de l'**installation à proprement parler de l'entreprise**, c'est à dire :

- la location de l'entrepôt
- la connexion au réseau électrique, téléphonique...
- l'ameublement et l'agencement de l'entrepôt
- l'achat des différents outils
- l'approvisionnement en « matières premières » (ainsi nous pourrons faire de suite nos premiers stocks)

Mais également un deuxième aspect très important qui est la mise en place des **outils de communication** :

- design et impression des cartes de visites, des brochures... (tous les outils commerciaux « papiers »)
- mise en ligne du site internet « vitrine »
- mise en place du service après-vente
- démarchage d'une nouvelle clientèle

À l'issue de cette étape, les premières pièces seront fabriquées et l'entreprise sera prête pour la vente.

Etape 3 : Vente et mise en place des partenariats

Mise en vente

- prise de contact avec les magasins (de cheminées, de bricolage...) qui sont intéressés par notre produit
- formation à l'installation des partenaires
- formation des ramoneurs
- développement de la communication
- extension de la clientèle (démarchage des particuliers)

Mise en place des partenariats

avec AirBoxLab (pour le système de mesure de la qualité de l'air et de conseils via une application connectée)

Etape 4 : Amélioration du produit

Retour Client

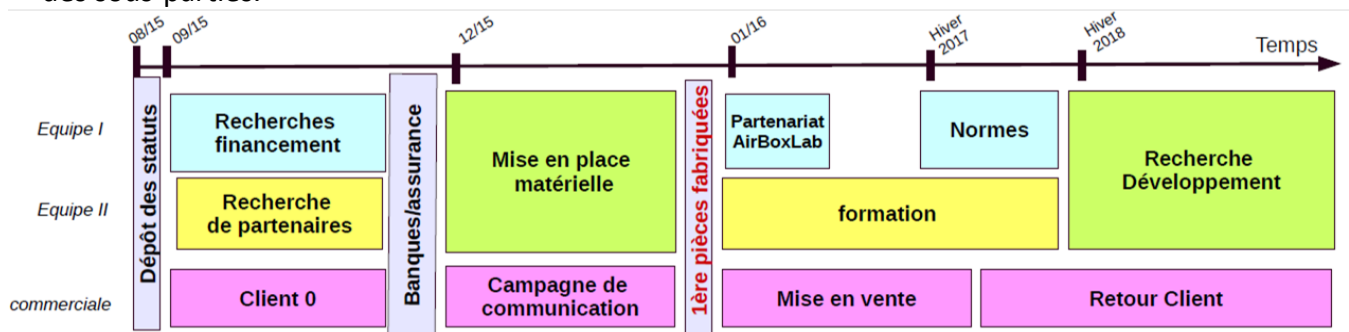
- certification du produit : reconnaissance du produit pour sa bonne fabrication, reconnaissance de la qualité des pièces utilisées...
- vérification des pièces recyclées afin de s'assurer que tous les clients aient du matériel performant et résistant au temps
- mise en place d'un système d'enquête de satisfaction auprès des anciens clients afin d'améliorer notre produit en conséquence (→ retour client)
- agrandissement des locaux

Recherche et développement

- élargissement de la clientèle (sur toute la France) via de nouveaux partenariats
- élargissement de la gamme (pour permettre de couvrir également les systèmes de chauffage au gaz, au fioul... mais aussi des installations plus grandes comme les cheminées des professionnels type pizzaïolo, boulangers...)
- Recherche de sous-traitance pour l'expédition et la distribution
- présentation de nos produits dans des salons spécialisés

4.3 Le plan de développement

Le diagramme de Gantt (ci-dessous) a été réalisé en concordance avec les étapes de développement décrites dans la partie 4.2. Les noms des blocs se réfèrent donc aux titres des sous-parties.



V. les moyens nécessaires

5.1 Les moyens techniques.

→ le local :

Nous allons louer un local dans la **zone industrielle d'Illzach (68110)** facile d'accès dans la périphérie de Mulhouse. En se basant sur une prévision de vente de 200 systèmes la première année et le besoin d'un espace de formation pour certains de nos sous-traitants, la **location d'un espace de 100 m²** sera suffisante pour stocker notre produit sous forme de pièces détachées et prévoir un espace pour l'assemblage ainsi que pour un bureau.

→ les moyens d'exploitations :

Pour l'assemblage de nos produits et pour assurer le fonctionnement interne, nous avons besoin du matériel suivant :

- Stock et atelier

- Un multimètre afin de tester les composants assemblés et récupérés
- Un kit d'outillage comprenant du matériel de soudure de précision
- Petites pièces diverses (vis, écrous, étain...)
- Ameublement (étagère et établi)

- Bureau et fonctionnement interne

- Ameublement
- Fournitures de bureau
- Connexion internet
- Un ordinateur
- Une imprimante-scanner d'occasion
- Électricité et eau
- Un téléphone
- Essence et déplacements

- Communication

- Compétences internes pour la communication visuelle et web
- Participation aux salons
- Emailing et télémarketing

Récapitulatif des dépenses en moyens techniques

Dépenses		Initiales	Par mois
Local			875 €
Moyens d'exploitation	Stock et atelier	380 €	
	Bureau/ fonctionnement interne	615 €	150 €
	Communication	4 900 €	

5.2 Les moyens incorporels et humains

Moyens humains

Il est nécessaire de souligner ici qu'**aucun brevet n'a été déposé en France** pour cette technologie, nous épargnant ainsi des coûts pour les droits d'exploitation. Le **dépôt de notre nom et l'obtention d'un numéro SIRET** avoisinera **450 euros**.

En termes de communication visuelle et web, les compétences internes de l'équipe épargneront également les frais dû à la conception d'un logo ou de supports matériel ou virtuel.

En ce qui concerne les **moyens humains**, une seule personne sera suffisante pour faire tourner l'atelier, sans que la charge de travail ne l'empêche de s'occuper des tâches inhérentes au bureau, du moins pour la première année d'exploitation. Nous prévoyons donc de rémunérer nos 5 salariés au SMIC, à savoir **1457,52€ brut par mois**.

Assurances

Il nous sera nécessaire d'assurer le véhicule de l'entreprise, ainsi que de nous assurer pour notre responsabilité civile professionnelle et en cas de problème de santé liés à notre activité des membres de la société, comme l'exige la loi pour un total de **100€/mois**.

5.3 Fournisseurs et sous-traitants

→ Les fournisseurs

Pour chacune des pièces du système, nous avons établi un contact avec un fournisseur. Les contacts se font, à l'exception de Philtec, via leur site internet et des **devis ont été établis pour l'ensemble des pièces**. Les fournisseurs sont :

- **Gotronic** : grossiste de **matériel électronique** (vente aux particuliers et aux professionnels). Achat des composants nécessaires pour la mise en œuvre de l'automatisation de notre système de filtrage. La réception des pièces se fait sous quelques jours (l'envoi est fait par colissimo le jour de la commande et le paiement est réalisé immédiatement sur internet de façon sécurisée).

- **Oméga** : grossiste de **matériel de mesure et de contrôle de procédé**. Ce fournisseur propose toute une gamme de thermocouples et de matériels dédiés à la mesure de la température. L'achat des produits se fait via internet et le fournisseur nous livre les produits à l'entrepôt. Le paiement se fait de suite par paiement sécurisé via internet.

- **Philtec Service** : pour les clients ne souhaitant pas avoir un produit dont certaines pièces sont issues du recyclage, on traite avec Philtec Service pour **la commande des boîtiers neufs de contrôle de système**. Cependant, il ne constitue **pas pour nous un fournisseur essentiel** car nous avons pour objectif d'inciter au maximum les clients à l'achat d'un boîtier de commande recyclé (plus économique et plus écologique).

→ Les sous-traitants

- **Usineur.fr** : Ce site est une **plateforme mettant en relation les PME (ou particuliers) et les usineurs**. Ce site ne constitue, en réalité, pas un fournisseur mais des fournisseurs potentiels. Au vue du peu de nombres de pièce que l'on fait, en particulier dans les premiers mois voire les premières années de la création de l'entreprise, ce site paraît la meilleure opportunité pour **avoir des pièces de manière rapide et à des coûts relativement abordables**. Les pièces sont ensuite directement **livrées à notre entrepôt** et le paiement se fait à la réception après validation de la conformité des pièces (nous avons donc ici un gage de qualité).

Récapitulatifs des dépenses en fournitures et sous-traitance

	Nature des éléments fournis	Montant achat HT par filtre		Délai de paiement
		Pack Classique	Pack Amélioré	
Gotronic	- circuit époxy (pour boîtier de commande) - carte arduino UNO - module wifi - servomoteur - détecteur de flamme	85,04 €	110,94 €	Non
Usineurs.fr	- parties métalliques du filtre (structure métallique, électrode et boîtier de commande), de la valve papillon et du détecteur de suie	140 €	180 €	À la réception des pièces
Oméga	- Thermocouple - logiciel d'acquisition de donnée		141 €	Non
Philtec Service	Seulement si le client ne veut pas de pièces recyclées - boîtier de commande non recyclé	1 450 €	1 450 €	Non
Total si pièces recyclées		225,04 €	431,94 €	
Total si pièces neuves		1675,04 €	1881,94 €	

5.4 Les partenaires

- **Airboxlab** est une start-up (basée au sein de l'incubateur parisien "Respirer dans la ville" du Paris Région Lab et d'Air Liquide), qui a imaginé un **boîtier de contrôle de la qualité de l'air intérieur appelé Footbot, connecté à un smartphone**.

Intérêt : optimisation de la température et de l'humidité de la pièce afin de combattre l'apparition des germes et la pollution.

Fonctionnement : De multiples capteurs high-tech et algorithmes scannent l'air de la pièce en permanence et vous alertent quand les taux de pollutions sont trop élevés. Il vous donne donc des conseils par rapport à certaines de vos habitudes comme la cuisson des plats ou bien le manque d'aération d'une pièce. Notre partenariat est simple puisque les boîtiers de contrôle de la qualité de l'air, compris dans le pack Complet, seraient fournis par la start-up ; à qui nous donnerons l'argent récolté lors de chaque vente de ce dit pack.

- **Les ramoneurs** : Le système que nous mettons en place est soumis à l'encrassement au même titre qu'une cheminée. Le nettoyage est, comme pour la cheminée, nécessaire au bon fonctionnement et permet de limiter les risques d'incendie.

→ mise en place d'une sous-traitance de ce nettoyage par des ramoneurs professionnels : cela nous permet de nous assurer que les clients vont bien faire nettoyer le système en même temps qu'ils font ramoner leur cheminée. Pratique pour le client, cela nous évite aussi de nous déplacer pour l'entretien des filtres (c'est un avantage par rapport à un de nos concurrents en France qui facture en plus de l'entretien, des frais de déplacement allant jusqu'à 500€ suivant les régions). Pour que le ramonage se fasse efficacement et conformément au besoin de notre produit, nous souhaitons mettre en place **une formation au sein de notre entrepôt** (qui pourra être à notre charge, avec des aides de l'État ou bien à la charge du ramoneur qui pourra ensuite faire facturer lui-même l'entretien du filtre).

- **Magasins de bricolage et vendeurs de cheminée** : Nous ne souhaitons pas vendre nous-mêmes nos filtres à des particuliers mais plutôt faire un accord avec des magasins de bricolage et plus particulièrement des vendeurs de cheminée. Pour cela, un contrat sera spécifiquement mis en place avec chacun des vendeurs qui accepterait de vendre notre produit (contre commission). Dans certains magasins, il n'est possible de ne déposer qu'un système de flyers. Le but principal est de faire en sorte que le client achète son système en même temps qu'il achète son poêle ou sa cheminée. L'installation du système de filtration se fera également par le vendeur de cheminée ou un membre de notre équipe puisqu'il est préférable qu'un technicien qualifié réalise ce type d'installation. **Les installateurs de cheminée qui s'occuperont de l'installation du filtre seront également formés.**

Exemple de partenariat possible : avec Ehrhardt Cheminée « Artisan de la Pierre et du Feu » qui fabrique des cheminées Alsaciennes haut de gamme et installe lui-même ses cheminées. Il possède deux shows room (un dans le Haut-Rhin vers Colmar et un dans le Bas-Rhin dans le secteur de Strasbourg). Leur secteur de clientèle rejoint le nôtre et serait tout à fait susceptible d'accepter ce genre de partenariat.

VI. Les prévisions financières

Tout d'abord, quelques précisions par rapport aux prévisions financières réalisées.

- Les employés : la première année, il n'y aura que les membres de l'équipe (donc 5 personnes payées au SMIC) et les années suivantes, un commercial sera chargé de nos ventes. Il sera payé un fixe de 500 € et recevra 10 % de commission à chaque vente.
- Les partenaires revendeurs auront une commission de 10 % sur la vente des filtres. On considère qu'environ 80 % des filtres seront vendus par ce biais dès la deuxième année.
- L'expédition : les deux premières années, nous ne visons qu'un marché local. Nous acheminerons donc nous même avec la camionnette de la société les particuliers. La troisième année, nous visons un marché national et notre expédition sera sous traitée par une entreprise compétente en la matière.
- Nous ne ferons de la recherche et du développement que la troisième année. Les frais correspondent à environ une dizaine de filtres qui serviront pour les tests.
- Les subventions correspondent aux subventions données par la région pour les entreprises innovantes ainsi que des subventions à l'innovation et des subventions de l'ADEME.

1) Compte de résultat prévisionnel

	2016	2017	2018
Vente produit	180 000,00 €	518 400,00 €	1 163 000,00 €
Licences			
Chiffre d'affaires	180 000,00 €	518 400,00 €	1 163 000,00 €
Production stockée (stock final - stock initial)	3 705,00 €	9 750,00 €	19 887,00 €
Production immobilisée (prototype - usage interne)	432,94 €	865,88 €	4 329,40 €
Produits d'exploitation (A)	184 137,94 €	529 015,88 €	1 187 216,40 €
Consommables ou matière première	42 043,00 €	117 116,40 €	298 648,40 €
Production sous-traitée	34 000,00 €	99 840,00 €	252 200,00 €
Logistique			45 300,00 €
Autres achats et prestations			
COUTS DIRECTS D'EXPLOITATION (B)	76 043,00 €	216 956,40 €	596 148,40 €
Salaires bruts	87 451,20 €	109 003,20 €	128 341,20 €
Charges patronales	36 729,80 €	15 260,45 €	17 967,77 €
Frais de fonctionnement	22 904,00 €	22 584,00 €	30 384,00 €
Marketing - Commercial	4 900,00 €	51 844,00 €	104 592,00 €
Prestations externes	490,00 €		
Dépenses R&D (hors investissements)			8 000,00 €
Propriété intellectuelle, frais juridiques associés	450,00 €		6 000,00 €
Dotation amortissements			
Charges d'exploitation (C)	152 925,00 €	198 691,65 €	295 284,97 €
Résultat d'exploitation (D = A - B - C)	- 44 830,06 €	113 367,83 €	295 783,03 €
Subventions d'exploitation			
Produits financiers	390 000,00 €	530 400,00 €	1 175 000,00 €
Frais financiers (intérêts et autres frais bancaires)	1 270,52 €	1 270,52 €	1 270,52 €
Résultat avant impôts (E)	- 44 830,06 €	112 097,31 €	294 512,51 €
impôts sur les sociétés		37 362,03 €	98 161,02 €
Résultat net	- 44 830,06 €	74 735,28 €	196 351,49 €

2) Plan de financement à trois ans

	2016	2017	2018
BESOINS			
Total charges fixes	127 498 €	198 692 €	281 285 €
Total charges variables	76 043 €	216 956 €	596 148 €
Total autres dépenses	2 650 €	1 480 €	15 480 €
Remboursements + frais financiers	18 000 €	18 000 €	18 000 €
TOTAL BESOINS	18 000 €	18 000 €	18 000 €
RESSOURCES			
Marge brute	103 957 €	301 444 €	566 852 €
Variation BFR		28 200 €	53 717 €
Apports successifs en capital (fondateurs et investisseurs)	10 000 €		
Compte Courant associés			
Fonds d'investissement privé			
Prêt bancaire	100 000 €		
Aides publiques (Subventions)		12 000 €	12 000 €
Aides publiques (Avances remboursables)	100 000 €		
TOTAL RESSOURCES	313 957 €	341 644 €	632 568 €
Mouvement de trésorerie de la période	295 957 €	323 644 €	614 568 €
Report à nouveau			
CUMULS SOLDES	295 957 €	619 601 €	1 234 169 €
Variation du BFR (besoin en fond de roulement)			
Délai de paiement des clients	1 mois		
Ventes	180 000 €	518 400 €	1 163 000 €
BFR	15 000 €	43 200 €	96 917 €
Variation du BFR		28 200 €	53 717 €

3) Plan de trésorerie

Voir Annexe.

	janv-16	févr-16	mars-16	avr-16	mai-16	juin-16	juil-16	août-16	sept-16	oct-16	nov-16	déc-16	Total 2016
Prévision de vente de pack classique (en nombre de pièce)	1	1	1	3	3	5	5	5	6	6	7	7	50
Prévision de vente de pack amélioré (en nombre de pièce)	4	5	5	5	10	12	15	16	18	20	20	20	150
VENTES (Chiffre d'affaire:CA)													
Produit ou service	4 600	5 600	5 600	6 800	11 800	15 000	18 000	19 000	21 600	23 600	24 200	24 200	180 000
Total Revenus	4 600	5 600	5 600	6 800	11 800	15 000	18 000	19 000	21 600	23 600	24 200	24 200	180 000
COUTS DIRECTS D'EXPLOITATION													
Consommables ou matière première	1 093	1 345	1 345	1 515	2 775	3 448	4 204	4 456	5 045	5 549	5 634	5 634	42 043
Production sous-traitée	860	1 040	1 040	1 320	2 220	2 860	3 400	3 580	4 080	4 440	4 580	4 580	34 000
Logistique (expéditions)													
Total CHARGES DIRECTES (variables / activité)	1 953	2 385	2 385	2 835	4 995	6 308	7 604	8 036	9 125	9 989	10 214	10 214	76 043
MARGE BRUTE	2 647	3 215	3 215	3 965	6 805	8 692	10 396	10 964	12 475	13 611	13 986	13 986	103 957
CHARGES FIXES D'EXPLOITATION													
Salaires bruts	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	7 288	87 451
Axel-Ange Zingraff	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Matthieu Dumoulin	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Mélodie Galvez	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Aude-Héloïse Bonardi	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Fabien Roussel	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Commercial - Marketing													
Charges patronales	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	1 020	36 730
Frais de fonctionnement	7 042	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	1 442	22 904
Frais de déplacement / hébergement	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Voiture de société/location (le)	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	2 748
Loyer /charges	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	10 500
Assurances	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Petit materiel/ Fournitures administratives	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Services bancaires	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Comptable / CAC	5 600												5 600
Accès Internet - boîtes mail - téléphone	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Hébergements sites et services web	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Frais postaux	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	780
Autres													
Commercial - Marketing	4 900												4 900
Frais de déplacement / hébergement													
Voiture de société/location													
Salons													
Frais de communication (pub, plaquette, site web, ...)	4 900												4 900
Commission partenaire													
TOTAL CHARGES FIXES	20 250	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	9 750	127 498
AUTRES DEPENSES													
Prestations externes	490												490
Conseils juridiques	490												490
R&D													
Consommables													
Investissements / équipements													
Investissements / prototypes													
Sous traitance													
Autres													
Propriété intellectuelle, frais juridiques associés	450												450
SIRET	450												450
Certification													
Autres investissements (hors R&D)	830	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	1 710
Terrains, fonds de commerce, bâtiments													
Matériels de production	180												180
Mobiliers et matériels de bureau	250	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	800
Matériels informatiques et logiciels	400	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	730
Autres													
TOTAL AUTRES DEPENSES	1 770	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	2 650
Remboursemet de dettes	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	16 732
Remboursements prêts bancaire	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	16 732
Autres dettes													
Frais financiers	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1 271
Intérêts sur emprunts bancaires	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1 271
Autres frais													
TOTAL remboursements + frais financiers	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 003
Total Recettes	4 600	5 600	5 600	6 800	11 800	15 000	18 000	19 000	21 600	23 600	24 200	24 200	180 000
Total dépenses	25 473	13 715	13 715	14 165	16 325	17 639	18 934	19 366	20 455	21 319	21 544	21 544	224 194
Cash-flow d'exploitation	-20 873	-8 115	-8 115	-7 365	-4 525	-2 639	-934	-366	1 145	2 281	2 656	2 656	-44 194
FINANCEMENTS EXTERIEURS													
Apports successifs en capital (fondateurs et investisseurs)	10 000												10 000
Compte courant associés													
Fonds d'investissement privés													
Prêt bancaire	100 000												100 000
Aides publiques (Subventions formations)													
Aides publiques (Avances remboursables)				100 000									100 000
Autres													
Total Financements extérieurs	110 000			100 000									210 000
CASH FLOW MENSUEL	89 127	-8 115	-8 115	92 635	-4 525	-2 639	-934	-366	1 145	2 281	2 656	2 656	165 806
- €													
TRESORERIE DISPONIBLE HT	89 127	81 012	72 897	165 533	161 008	158 369	157 435	157 069	158 213	160 494	163 150	165 806	
TVA Collectée	920	1 120	1 120	1 360	2 360	3 000	3 600	3 800	4 320	4 720	4 840	4 840	36 000
TVA Dépensée	4 795	2 443	2 443	2 533	2 965	3 228	3 487	3 573	3 791	3 964	4 009	4 009	41 238
TRESORERIE DISPONIBLE TTC	85 253	75814,9084	66377,0136	157839,3928	152709,762	149843,3792	149022,3824	148882,6876	150556,2888	153593,604	157080,5012	160567,3984	

	janv-17	févr-17	mars-17	avr-17	mai-17	juin-17	juil-17	août-17	sept-17	oct-17	nov-17	déc-17	Total 2017
Prévision de vente de pack classique (en nombre de pièce)	9	9	12	12	15	16	20	20	21	22	23	25	204
Prévision de vente de pack amélioré (en nombre de pièce)	22	25	25	28	29	32	35	36	38	40	42	44	396
VENTES (Chiffre d'affaire:CA)													
Produit ou service	27 400	30 400	32 200	35 200	38 000	41 600	47 000	48 000	50 600	53 200	55 800	59 000	518 400
Total Revenus	27 400	30 400	32 200	35 200	38 000	41 600	47 000	48 000	50 600	53 200	55 800	59 000	518 400
COUTS DIRECTS D'EXPLOITATION													
Consommables ou matière première	6 308	7 064	7 319	8 075	8 582	9 423	10 519	10 771	11 360	11 948	12 537	13 211	117 116
Production sous-traitée	5 220	5 760	6 180	6 720	7 320	8 000	9 100	9 280	9 780	10 280	10 780	11 420	99 840
Logistique (expéditions)													
Total CHARGES DIRECTES (variables / activité)	11 528	12 824	13 499	14 795	15 902	17 423	19 619	20 051	21 140	22 228	23 317	24 631	216 956
MARGE BRUTE	15 872	17 576	18 701	20 405	22 098	24 177	27 381	27 949	29 460	30 972	32 483	34 369	301 444
CHARGES FIXES D'EXPLOITATION													
Salaire s bruts	8 610	8 700	8 754	8 844	8 928	9 036	9 198	9 228	9 306	9 384	9 462	9 558	109 003
Axel-Ange Zingraff	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Matthieu Dumoulin	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Mélodie Galvez	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Aude-Héloïse Bonardi	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Fabien Roussel	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Commercial - Marketing	1 322	1 412	1 466	1 556	1 640	1 748	1 910	1 940	2 018	2 096	2 174	2 270	21 552
Charges patronales	1 205	1 218	1 226	1 238	1 250	1 265	1 288	1 292	1 303	1 314	1 325	1 338	15 260
Frais de fonctionnement	6 282	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	1 482	22 584
Frais de déplacement / hébergement	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Voiture de société/location (le)	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	2 748
Loyer /charges	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	10 500
Assurances	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Petit materiel/ Fournitures administratives	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Services bancaires	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Comptable / CAC	4 800												4 800
Accès Internet - boîtes mail - téléphone	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Hébergements sites et services web	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Frais postaux	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	780
Autres													
Commercial - Marketing	7 548	2 888	3 032	3 272	3 496	3 784	4 216	4 296	4 504	4 712	4 920	5 176	51 844
Frais de déplacement / hébergement	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Voiture de société/location	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	1 872
Salons													
Frais de communication (pub, plaquette, site web, ...)	4 900												4 900
Commission partenaire	2 192	2 432	2 576	2 816	3 040	3 328	3 760	3 840	4 048	4 256	4 464	4 720	41 472
TOTAL CHARGES FIXES	23 645	14 288	14 493	14 836	15 155	15 567	16 183	16 297	16 594	16 891	17 188	17 554	198 692
AUTRES DEPENSES													
Prestations externes													
Conseils juridiques													
R&D													
Consommables													
Investissements / équipements													
Investissements / prototypes													
Sous traitance													
Autres													
Propriété intellectuelle, frais juridiques associés													
SIRET													
Certification													
Autres investissements (hors R&D)	600	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	1 480
Terrains, fonds de commerce, bâtiments													
Matériels de production	100												100
Mobiliers et matériels de bureau	200	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	750
Matériels informatiques et logiciels	300	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	630
Autres													
TOTAL AUTRES DEPENSES	600	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	1 480
Remboursemet de dettes	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	16 732
Remboursements prêts bancaire	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	16 732
Autres dettes													
Frais financiers	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1 271
Intérêts sur emprunts bancaires	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1 271
Autres frais													
TOTAL remboursements + frais financiers	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 003
Total Recettes	27 400	30 400	32 200	35 200	38 000	41 600	47 000	48 000	50 600	53 200	55 800	59 000	518 400
Total dépenses	37 273	28 692	29 572	31 211	32 638	34 570	37 382	37 928	39 314	40 700	42 086	43 765	435 131
Cash-flow d'exploitation	-9 873	1 708	2 628	3 989	5 362	7 030	9 618	10 072	11 286	12 500	13 714	15 235	83 269
FINANCEMENTS EXTERIEURS													
Apports successifs en capital (fondateurs et investisseurs)													
Compte courant associés													
Fonds d'investissement privés													
Prêt bancaire													
Aides publiques (Subventions formations)	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
Aides publiques (Avances remboursables)													
Autres													
Total Financements extérieurs	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
CASH FLOW MENSUEL	-8 873	2 708	3 628	4 989	6 362	8 030	10 618	11 072	12 286	13 500	14 714	16 235	95 269
- €													
TRESORERIE DISPONIBLE HT	156 933	159 641	163 268	168 258	174 620	182 651	193 269	204 340	216 626	230 126	244 840	261 075	

TABLEAU DE TRESORERIE PREVISIONNELLE HT

TABLEAU DE TRESORERIE PREVISIONNELLE HT													10
	janv-18	févr-18	mars-18	avr-18	mai-18	juin-18	juil-18	août-18	sept-18	oct-18	nov-18	déc-18	Total 2018
Prévision de vente de pack classique (en nombre de pièce)	25	25	30	30	35	35	40	45	50	55	60	60	490
Prévision de vente de pack amélioré (en nombre de pièce)	45	55	65	75	80	85	90	95	100	105	110	115	1020
VENTES (Chiffre d'affaire:CA)													
Produit ou service	53 000	62 000	73 500	82 500	89 500	94 000	101 000	108 000	115 000	122 000	129 000	133 500	1 163 000
Total Revenus	53 000	62 000	73 500	82 500	89 500	94 000	101 000	108 000	115 000	122 000	129 000	133 500	1 163 000
COUTS DIRECTS D'EXPLOITATION													
Consommables ou matière première	13 463	15 983	18 927	21 447	23 132	24 391	26 076	27 761	29 446	31 131	32 816	34 076	298 648
Production sous-traitée	11 600	13 400	15 900	17 700	19 300	20 200	21 800	23 400	25 000	26 600	28 200	29 100	252 200
Logistique (expéditions)	2 100	2 400	2 850	3 150	3 450	3 600	3 900	4 200	4 500	4 800	5 100	5 250	45 300
Total CHARGES DIRECTES (variables / activité)	27 163	31 783	37 677	42 297	45 882	48 191	51 776	55 361	58 946	62 531	66 116	68 426	596 148
MARGE BRUTE	25 837	30 217	35 823	40 203	43 618	45 809	49 224	52 639	56 054	59 469	62 884	65 075	566 852
CHARGES FIXES D'EXPLOITATION													
Salaires bruts	9 378	9 648	9 993	10 263	10 473	10 608	10 818	11 028	11 238	11 448	11 658	11 793	128 341
Axel-Ange Zingraff	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Matthieu Dumoulin	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Mélodie Galvez	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Aude-Héloïse Bonardi	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Fabien Roussel	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	1457,52	17 490
Commercial - Marketing	2 090	2 360	2 705	2 975	3 185	3 320	3 530	3 740	3 950	4 160	4 370	4 505	40 890
Charges patronales	1 313	1 351	1 399	1 437	1 466	1 485	1 514	1 544	1 573	1 603	1 632	1 651	17 968
Frais de fonctionnement	6 932	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	2 132	30 384
Frais de déplacement / hébergement	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Voiture de société/location (le)	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	229	2 748
Loyer /charges	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	18 300
Assurances	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Petit materiel/ Fournitures administratives	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Services bancaires	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Comptable / CAC	4 800												4 800
Accès Internet - boîtes mail - téléphone	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Hébergements sites et services web	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Frais postaux	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	780
Autres	SER 3213.60												
Commercial - Marketing	9 596	5 416	6 336	8 236	7 616	7 976	8 536	9 096	9 656	10 216	10 776	11 136	104 592
Frais de déplacement / hébergement	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600
Voiture de société/location	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	1 872
Salons				1 180									1 180
Frais de communication (pub, plaquette, site web, ...)	4 900												3 500
Commission partenaire	4 240	4 960	5 880	6 600	7 160	7 520	8 080	8 640	9 200	9 760	10 320	10 680	93 040
TOTAL CHARGES FIXES	27 218	18 546	19 860	22 067	21 687	22 201	23 000	23 799	24 599	25 398	26 198	26 712	281 285
AUTRES DEPENSES													
Prestations externes													
Conseils juridiques													
R&D	8 000												8 000
Consommables	5 000												5 000
Investissements / équipements	1 000												1 000
Investissements / prototypes	1 000												1 000
Sous traitance	1 000												1 000
Autres													
Propriété intellectuelle, frais juridiques associés	6 000												6 000
SIRET													
Certification	6 000												
Autres investissements (hors R&D)	600	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	1 480
Terrains, fonds de commerce, bâtiments													
Matériels de production	100												100
Mobiliers et matériels de bureau	200	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	750
Matériels informatiques et logiciels	300	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	630
Autres													
TOTAL AUTRES DEPENSES	14 600	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	15 480
Remboursemet de dettes	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	16 732
Remboursements prêts bancaire	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	1 394	16 732
Autres dettes													
Frais financiers	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1 271
Intérêts sur emprunts bancaires	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1 271
Autres frais													
TOTAL remboursements + frais financiers	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	18 003
Total Recettes	53 000	62 000	73 500	82 500	89 500	94 000	101 000	108 000	115 000	122 000	129 000	133 500	1 163 000
Total dépenses	70 482	51 909	59 117	65 944	69 149	71 972	76 356	80 741	85 125	89 509	93 894	96 717	910 916
Cash-flow d'exploitation	-17 482	10 091	14 383	16 556	20 351	22 028	24 644	27 259	29 875	32 491	35 106	36 783	252 084
FINANCEMENTS EXTERIEURS													
Apports successifs en capital (fondateurs et investisseurs)													
Compte courant associés													
Fonds d'investissement privés													
Prêt bancaire													
Aides publiques (Subventions formations)	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
Aides publiques (Avances remboursables)													
Autres													
Total Financements extérieurs	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
CASH FLOW MENSUEL	-16 482	11 091	15 383	17 556	21 351	23 028	25 644	28 259	30 875	33 491	36 106	37 783	264 084
- €													
TRESORERIE DISPONIBLE HT	244 593	255 684	271 066	288 622	309 974	333 001	358 645	386 904	417 779	451 270	487 376	525 158	4 330 071
TVA Collectée	10 600	12 400	14 700	16 500	17 900	18 800	20 200	21 600	23 000	24 400	25 800	26 700	232 600
TVA Dépensée	13 796	10 082	11 523	12 889	13 530	14 094	14 971	15 848	16 725	17 602	18 479	19 043	178 583
TRESORERIE DISPONIBLE TTC	256 413	269821,5372	288380,9304	309548,0536	335269,6468	363002,92	393875,4032	427886,3564	465036,1496	505325,1528	548752,626	594191,7792	