

Projet GE15 : Initiation à la création d'entreprise innovante

Business Plan

AL JAWICH Karen - BRICHA Mehdi - DE PASQUALE Daniele
LU Biao - RODRIGUEZ MORENO Jose - ZHU Chengchen



BRAILMAG

SOMMAIRE

I. L'idée du projet.....	3
II. L'homme du projet	4
III. Le Marché.....	5
1. Le produit	6
2. Le prix.....	6
3. Placing ou La distribution.....	7
4. Promotion ou La communication	8
IV. La création de la société.....	9
V. LA PRODUCTION	10
1. Introduction de braille:	10
2. Les matières premières	11
3. La traduction.....	12
4. La Relecture	12
5. Faire le maître	12
6. L'impression	12
7. Assemblage et montage	13
VI. Les Ressources humaines	13
1. Besoin de personnel	13
2. Formation des associés de BrailMag	17
VII. Le financement du projet.....	18
Annexe : Devis de l'association Valentin Haüy	34

I. L'idée du projet

Au jour d'aujourd'hui, on compte près de 65000 aveugles et 1 200 000 malvoyants profonds et moyens en France. Nous remarquons qu'il y a beaucoup de choses à améliorer pour intégrer plus facilement ces personnes-là dans la société dans laquelle nous vivons. Les améliorations peuvent être dans une infinité de domaines, que ce soit dans les rues, chez eux...

Nous avons eu l'idée de créer un magazine mensuel en braille et non des moindres. Les magazines en braille existent déjà, mais sont très spécialisés et ce ne serait pas une vraie partie de plaisir à le lire à moins que l'on en soit fan. Le but de notre magazine serait de toucher un maximum de personnes et que l'on rende plus courante la lecture en braille étant donné que seuls 25% des non-voyants arrivent à le lire. Nous voudrions, créer un magazine dont les articles seraient donnés gratuitement par nos partenaires qui seraient des magazines d'univers totalement différents :

- La mode : Vogue
- La science : Science et vie
- L'automobile : Auto-plus
- L'économie : L'Expansion
- La politique : Le Monde, Le Figaro, La Libération
- Le cinéma : Studio Magazine
- L'actualité People : Paris Match, Closer
- Etc...

Ainsi, nous aurions l'avantage de ne pas à avoir à embaucher des journalistes avec tous les frais que cela engendre et le stress de boucler tous les articles en temps et en heures. Mais aussi, nous envisageons de sous-traiter la traduction, révision, impression et distribution aux imprimeries qui s'occuperont de toutes ces étapes-là et qui ont déjà en leur possession le matériel et l'expérience nécessaires. L'effectif nécessaire serait donc très restreint.

D'un autre côté, non seulement, il y aura tous les domaines cités au-dessus, mais nous tâcherons aussi d'innover en y ajoutant des jeux adaptés à ces personnes-là comme le Sudoku, les mots-croisés ou autres mais ce de manière à ce qu'ils puissent y jouer en toute facilité.

Par ailleurs, nous voudrions ajouter un CD à ce magazine. Ce disque comportera tous les articles que contiendra le magazine mais en version sonore. Il contiendra aussi une partie qui permettra aux non-voyants d'apprendre le braille en toute facilité.

Certes, notre idée ne peut être brevetée car les magazines en braille existent déjà. Notre valeur ajoutée serait d'avoir des exclusivités de la part de nos partenaires les plus prestigieux et ainsi grâce à leurs réputations qui les précèdent chacun dans son domaine, la notoriété de notre magazine se fera ainsi toute seule.

Il ne faudra pas oublier bien sur la campagne de promotion qu'il faudrait faire au sein des associations pour non et malvoyants, auprès des ophtalmologues et des magasins spécialisés dans le matériel approprié pour ces personnes-là. Cette campagne consisterait à distribuer des prospectus, affiches et quelques magazines gratuits pour se faire connaître.

De plus, ces associations et magasins pourraient se promouvoir dans notre magazine, ce qui nous ferait une source de profits en supplémentaires. Le prix de la publicité évoluera bien évidemment en fonction de la notoriété de notre produit.

Le magazine d'une cinquantaine de pages (pour qu'il ne soit pas trop lourd à transporter) sera vendu à un prix très raisonnable (nous en parlerons plus en détail par la suite) et nous proposerons des abonnements annuels à des prix plus avantageux pour permettre à nos lecteurs de se faire livrer le magazine directement chez eux. Il sera aussi disponible dans les librairies les plus prestigieuses de France, ainsi que dans les associations désirant le vendre dans leurs locaux.

Tout cela sera fait en sorte de suivre notre philosophie de base : « Améliorer la qualité de vie des non et malvoyants », cela restera notre préoccupation première.

II. L'homme du projet

Karen Al Jawich, jeune femme originaire du Liban, intelligente, franche, sérieuse, dotée d'éthique, travailleuse et visionnaire, elle réunit les traits dont **BrailMag** a besoin. Karen, étudiante en 4ème année de Génie des Procédés à l'Université Technologique de Compiègne, est venue avec l'idée de faire un magazine pour les non et malvoyants, cherchant aider ceux qui n'ont pas la capacité visuelle nécessaire pour lire un magazine normal et contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de ces personnes-là.

Comme une personne avec le goût du travail en équipe, Karen aidera l'équipe de **BrailMag** à se développer comme un des plus importants magazines pour aveugles en France. C'est elle qui fait l'organisation, elle aide à progresser, à communiquer et répartir le travail en attribuant un rôle à chacun des membres.

Après avoir fait une étude détaillée, à travers une série de questions sur la personnalité de Karen, on a défini sa capacité pour créer une entreprise. Les résultats de l'étude ont conclu qu'elle était une entrepreneuse née. Elle se pose peut-être encore des questions sur l'opportunité ou la faisabilité de son projet. L'important est de savoir s'il s'agit d'hésitation, de doutes ou de simples réflexions de prudence quant à son organisation personnelle.

Son tempérament est celui d'un décideur. Les questions qu'elle se pose sont certainement plus de questions d'organisation que d'expression d'un doute sur elle-même.

- Pourcentage des sites où les personnes aveugles peuvent entendre les nouvelles, présence d'une version audio ?
- Chercher une maison d'édition polyvalente : Avoir des articles scientifiques et Artistique
- Frais des articles gratuits ou non ?
- Comment la traduction se fait ?
-

III. Le Marché



Notre point de départ est ce schéma qui montre les principales variables de l'action marketing. Nous avons pris chaque critère et nous l'avons décortiqué afin d'améliorer le marketing du produit.

Ce tableau résume toutes les caractéristiques qu'on a visées lors de notre étude :

<u>Produit</u>	<u>Prix</u>	<u>Place</u> (distribution)	<u>Promotion</u> (communication)
Caractéristiques du magazine	Tarif	Canaux de distribution	Publicité
Classification du magazine	Conditions de paiement	Points de vente	Promotion des ventes
Gestion de la qualité			Force de vente
			Marketing direct

Les actions marketing doivent se traduire en avantage et donc les 4P deviennent alors les 4C.

4 P		4 C
<u>Produit</u>	---	Client
<u>Prix</u>	---	Coût
<u>Place</u>	---	Commodité
<u>Promotion</u>	---	Communication

1. Le produit

Nous avons étudié les différentes caractéristiques de notre produit. Ces caractéristiques se basent sur 3 différentes dimensions : la dimension technique, d'usage et psychologique.

La dimension technique comporte les caractéristiques physiques du produit. Notre magazine en braille aura des dimensions de longueur, de largeur et un poids normaux par rapport aux autres magazines. Il sera plus épais puisque l'écriture en braille prend beaucoup de place. Concernant la couleur, nous n'avons pas accordé une grande importance puisqu'elle ne va pas jouer un rôle essentiel dans les caractéristiques du produit.

L'intérêt que va porter notre clientèle pour ce magazine, est basé sur les dimensions d'usage, psychologique et sociologique. Les lecteurs vont avoir une grande satisfaction due à l'absence de tel type de magazine sur le marché.

Notre produit sera classé comme un bien de consommation finale destiné aux consommateurs ; c'est un bien anormal et semi-durable. Il est un produit marchand et indépendant.

Durant la phase de lancement, nous allons adapter notre produit aux premières remarques des clients et des technico-commerciaux.

Pour identifier notre magazine nous avons attribué le nom de « BrailMag ». Cette marque va nous aider à identifier notre produit directement, le différencier de la concurrence qui se présente sur le marché et faciliter son repérage.

2. Le prix

Notre choix de la stratégie de prix s'est basé sur les caractéristiques de notre produit et sur le type de consommateurs. Dans la partie financière, nous avons détaillé tous les coûts de production et nous avons estimé la demande. Suite aux résultats obtenus, nous avons décidé d'attaquer le marché par une stratégie d'alignement ; donc nous avons fixé un prix sensiblement égal au prix moyen du marché qui est de **5€ par magazine**.

3. Placing ou La distribution

Nous nous sommes basés pour la stratégie de distribution sur plusieurs critères, comme la quantité de magazines produite par mois, le rayonnement géographique visé et les moyens financiers que notre entreprise dispose pour la distribution. Donc, nous avons trouvé la meilleure solution est la stratégie intensive. Cette stratégie se caractérise par un grand nombre de canaux de distribution. Donc notre produit sera acheminé au consommateur se trouvant partout dans la France. Grâce à la collaboration avec un grand distributeur qui existe déjà cette stratégie pourra être réalisée.

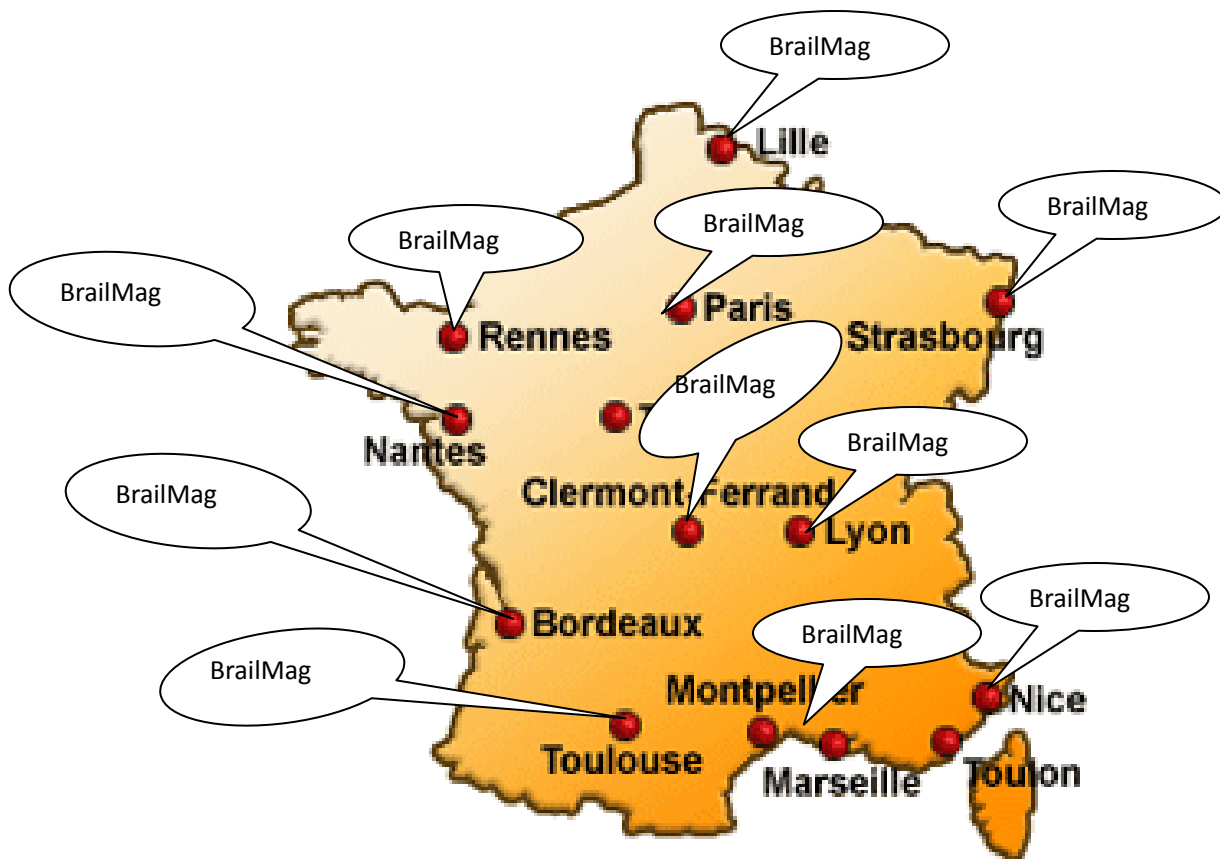
Le bureau de notre entreprise sera situé dans la ville de Compiègne. Cette ville est à proximité de Paris et de Lille qui sont considérées comme les plus grandes villes de la France (voir carte ci-dessous).



Carte de la France représentant la localisation du bureau de notre entreprise par rapport aux grandes villes.

4. Promotion ou La communication

Les principaux outils de la communication d'entreprise sont la publicité, les promotions, le marketing direct et les relations publics. En vu de notre produit qui est un magazine dédié pour un seul type de clientèle « les mal et non-voyants », nous avons adopté des outils promotionnels bien spécifiques. La promotion va être réalisée en collaborant avec toutes les associations pour aveugles et une parties des hôpitaux se trouvant en France. Pour la phase de démarrage, l'objectif est de viser les grandes villes de la France (voir carte ci-dessous). Cette étape est très importante puisque elle va nous permettre d'ouvrir une porte entre notre entreprise et les associations pour aveugles, ce qui présentera de nombreux avantages.



Carte de la France représentant les réseaux de distribution de « Braille Mag » dans les grandes villes.

Nous allons nous baser sur plusieurs outils de communication. Premièrement, nous allons distribuer des exemplaires gratuits à toutes les associations et les hôpitaux. Dans le cas des hôpitaux qui s'occupent des malvoyants, les exemplaires seront à disposition de toutes personnes dans les salles d'attente. De cette manière, la promotion sera plus large, elle touchera les personnes malvoyants ainsi que les personnes qui n'ont pas aucun problème de vision. Ensuite pour les associations, cette collaboration va nous permettre d'avoir une aide externe pour la

promotion. Les personnes en charge rentreront en contact direct avec les personnes malvoyants et vont leur faire une démonstration de ce nouvel magazine. Cependant, si ces personnes ont vraiment apprécié ce nouveau type de magazine, elles peuvent faire un abonnement. Notre objectif est de pouvoir attirer le plus grand nombre de personnes malvoyants se trouvant dans les associations et par suite avoir plus de personnes abonnées.

Vu la taille de notre entreprise et le budget commercial, il sera difficile que nos deux commerciaux se déplacent dans toutes les villes de la France. Donc, durant la phase de lancement, les commerciaux seront dans les villes de Paris, Lyon et Toulouse, pour faire une promotion pour le magazine, faire des démonstrations sur place pour les associations et les hôpitaux introduisant notre nouveau produit.

IV. La création de la société

Après avoir défini le produit, on va créer notre entreprise pour mettre en œuvre l'activité. Tout à bord, nous avons besoin de choisir la structure juridique par rapport certains critères. Selon les différents types, il y a des différentes fonctions. On doit trouver le type qui est plus adapté.

Par rapport notre situation, nous allons travailler ensemble. Par contre, nous n'avons pas la capacité et l'expérience suffisante pour l'instant. Alors, nous avons besoin d'une formation systématique pour l'activité surtout la formation de l'édition comme notre produit est un magazine. Sur notre capacité, nous pensons que l'activité envisagera des risques importants. C'est un donc primordial pour nous que de choisir le type de la structure.

Comme on s'associe dans l'entreprise, on aura besoin d'organiser un contrôle rigoureux de la gestion et de la direction. Selon notre business plan, on ne demande pas beaucoup de fonds pour commencer l'activité. Donc on a un capital plus petit. Nous décidons de ne pas nous verser de salaire. Par rapport ça, on doit choisir l'impôt sur les sociétés.

Selon les critères cités auparavant, on peut choisir la structure S.A.R.L (Société à responsabilité limitée) et E.U.R.L (Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée). Nous sommes plusieurs personnes. Alors on choisit SARL.

Les avantages de ce type pour nous est :

Premièrement, le capital minimum est de 1 euro. On n'a pas besoin de disposer beaucoup de fonds pour notre activité.

Ensuite, il est plus simple et le fonctionnement d'une SARL est connu d'un grand nombre.

Enfin, il y a des apports en industrie autorisés.

En revanche il y a certains inconvénients :

Il y a une limite de nombre des effectifs. Mais notre nombre est très loin de la limite.

La crédibilité est inférieure à une SA vis à vis des banques. Comme nous n'avons pas beaucoup de capital.

Il y a des interdictions de s'introduire en bourse. Sur ça, nous n'avons pas besoin de considérer

ce problème.

Pendant la création d'entreprise, on peut aussi trouver certaines aides à la création d'entreprise. Par exemple :

Les aides à favoriser une meilleure répartition géographique des entreprises

Les aides pour l'émergence et le financement des projets innovants

Etc. ...

Pour créer une entreprise, il y a aussi le choix de la domiciliation de l'entreprise. Selon notre business plan, nous choisissons la location d'un local pour notre entreprise. On pense que c'est la solution la plus économique à notre projet pour le moment.

V. LA PRODUCTION

1. Introduction de braille:

Les aveugles lisent le braille par le sentiment des lettres avec leurs doigts. Les lettres en braille sont formées par des points en relief disposés à des endroits précis dans une période de six positions sur la matrice. La matrice est constituée de deux lignes verticales de trois points chacun. Diverses combinaisons de points soulevés dans le stand de matrice pour chaque lettre de l'alphabet romain.

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
k	l	m	n	o	p	q	r	s	t
u	v	w	x	y	z				

Les caractères brailles sont plus larges que leurs équivalents « noirs ». Cela a pour conséquence une augmentation importante du volume du document braille par rapport au document « noir » lorsque ce document est transcrit en caractères braille. Aussi, a-t-on créé une forme contractée : le braille abrégé. C'est en 1880 que Maurice de La Sizeranne constitua l'Abrégé Orthographique Français, qui fut depuis complété par de nombreux partenaires. La

norme actuellement en vigueur est l'Abrégé orthographique étendu de 1955. Dans un texte en braille abrégé, on trouve trois types de mots :

- 1) des mots contenant une ou plusieurs contractions ;
- 2) des mots ayant un symbole;
- 3) des mots écrits en intégral (braille classique).

Par exemple, dans le mot « (re)(pr)és(en)té(es) » les lettres entre parenthèses sont abrégées par un sigle propre. Dans le cas des symboles, les mots sont représentés comme une lettre isolée. Ainsi, quand la lettre « ê » est lue sans être intégrée à un mot, elle signifie « même ». Un même caractère peut, suivant son contexte (employé dans un mot, en début, milieu ou fin, devant une voyelle ou une consonne ou encore seul), avoir plusieurs significations différentes. Ainsi, le « î » peut être lu tel quel, mais peut aussi être :

- 1) le symbole du mot « cet » lorsqu'il est employé seul,
- 2) la contraction des lettres « cl » dans un mot,
- 3) la contraction de la syllabe « ait » en terminaison de verbe.

Les mots écrits en braille intégral (dans un texte en braille abrégé) sont soit :

- 1) des mots n'ayant pas de symbole ou n'ayant pas de contraction rentrant dans leur composition,
- 2) des noms propres (jamais abrégés sauf en cas de noms de peuples),
- 3) des noms que l'utilisation d'une contraction rendrait confus ou incompréhensibles.

Les ressources des articles

Les ressources d'information est l'âme d'un magazine. Pour garantir la qualité d'un magazine, il faut tous d'abord trouver un directeur qui est familier avec les non et malvoyants. Le directeur doit faire attention aux nouvelles concernant la vie les aveugles pour savoir quoi publier, et quand le faire afin de ne pas blesser ces personnes-là. Il collectera les articles auprès des magazines partenaires qui nous font part de leurs articles gracieusement, les triera et choisira avec minutie, puis rédigera un éditorial pour présenter le magazine mensuellement.

Surveillance de la qualité du produit

2. Les matières premières

Des matières premières pour une publication en braille ne sont pas significativement différentes de celles utilisées dans d'autres publications. Papier de format standard pour les livres en braille est de 11 x 11,5 en (28 x 29,21 cm), et le poids est plus lourd que pour les autres livres. Certains ouvrages Braille sont imprimés sur du papier plus spécialisé, tels que le papier houle, un papier sensible à la chaleur qui monte. Le zinc est une matière première importante pour les livres en braille, parce que le Master d'un texte en braille est poinçonné sur une plaque de zinc. Parce que des livres en braille sont de grand format, ils sont souvent liés à reliures à anneaux en plastique plutôt que dans le format papier ou à couverture souple de livres classiques.

3. La traduction

Cela se fait généralement dans l'une des trois façons. A l'aide d'une dactylo machine spéciale de six clés tapant peut retaper le manuscrit en braille. Transcriptionneurs braille sont spécialement formés et certifiés. Professionnels dactylographes braille doivent suivre un cours de formation de quelques années et passer un examen d'accréditation. Donc, si cette méthode est généralement plus laborieuse que la plus récente, des solutions de rechange sur ordinateur, dactylographes braille apportent leurs connaissances et leur expérience au travail pour assurer un niveau élevé de qualité. Les deux autres méthodes utilisent des logiciels pour faire la traduction. Texte en français peuvent être introduits dans un programme d'ordinateur par le biais d'un scanner, qui lit le texte électronique et les stocke sous la forme Braille. De cette façon, du matériel déjà publié peut être converti en Braille. Dans le cas d'une nouvelle publication, comme un journal publié simultanément en braille et en format conventionnel, le texte peut être déjà stocké sur l'ordinateur. Un logiciel spécial mis au point à cet effet convertit le texte sur le disque en braille. La technologie de conversion en braille est de plus en plus sophistiquée et rapide. Des livres entiers peuvent être convertis en quelques secondes.

4. La Relecture

Si le manuscrit a été tapé par un transcrivoteur braille, il est maintenant prêt pour la relecture. Si le manuscrit a été converti en utilisant un logiciel informatique, il doit être imprimé. Imprimantes Braille similaire à d'autres imprimantes de produire le manuscrit. Ensuite, le manuscrit est relu afin que les erreurs soient corrigées avant la publication. A ce stade, un lecteur de blindage et un côté lecteur aperçu du travail de l'autre, comparant le texte original avec la version en braille.

5. Faire le maître

Quand le manuscrit est totalement insonorisé et corrigé, une copie maîtresse de celui-ci est faite pour l'imprimerie. Le maître est coulé sur une plaque de zinc. Une machine spéciale, distincte de l'imprimerie réelle, est utilisée pour les impressions de timbre en braille dans le métal. Chaque page du manuscrit a son maître de zinc propre. La plaque de zinc est courbée au milieu. Elle s'adapte à un barillet rotatif sur la presse.

6. L'impression

Après les plaques de zinc sont montées sur la presse, un travailleur exécutant la presse se nourrit de papier dans la machine. La presse n'est pas significativement différente d'une presse d'impression classique, sauf que les lettres sont en relief. Il n'y a pas d'encre. Le papier est pressé contre le maître de zinc de la rotation du barillet, et les impressions des points en relief, sont transférées sur le papier. Ensuite, la feuille de papier est éjectée.

7. Assemblage et montage

Les pages d'une publication en braille, doivent être regroupés à la main. Bien que ce soit un travail colossal, des assembleurs mécaniques ne sont pas suffisants pour les livres en braille. Comme une assembleuse mécanique saurait tenir et manipuler des piles de pages, il a tendance à écraser les points, détruisant ainsi le texte. Au lieu de cela les pages sont soigneusement placés dans l'ordre à la main. Ensuite, le livre peut être fini dans un certain nombre de façons. Certains livres sont dans un classeur à trois anneaux, et pour ceux-ci, les pages doivent être perforées. D'autres publications sont cousues et relié au format d'un livre dur-back classique. Les versions finales peuvent alors être emballées et expédiées aux clients ou aux centres de distribution. Le contrôle de la qualité

Un des aspects de contrôle de la qualité dans la publication en braille est la formation des dactylographes braille. Bien que certains dactylographes braille sont des bénévoles, souvent la production de livres pour un membre de la famille ayant une déficience visuelle, transcripteurs professionnels passent par une formation rigoureuse. Ensuite, ils doivent passer un examen national. Un autre aspect de contrôle de la qualité pour le texte en braille est le respect des normes d'édition courantes. Considérant que dans le texte imprimé conventionnel, il y a un certain nombre de façons pour que le texte soit embelli, avec caractères gras, italiques, taille de marge, l'utilisation des en-têtes et les encadrés, les différentes polices de caractères, etc. En braille il n'y a que quelques possibilités. Par exemple, une ligne blanche dans le texte en braille est utilisée pour séparer les blocs distincts du texte, et n'est jamais simplement décorative. La taille du texte et la largeur des empreintes sont assez standardisées. La disposition du texte non-standard peut être source de confusion pour les lecteurs braille, ou peut rendre le processus de la lecture plus difficile. Prendre soin de problèmes de mise peut être fait au stade de la relecture. De nouveaux programmes informatiques sont également en cours de développement qui peuvent convertir de manière fiable largement manuscrits d'impression différents dans des formats normalisés Braille.

VI. Les Ressources humaines

1. Besoin de personnel

➤ **Rédacteur en chef**

À la tête de l'équipe, le rédacteur en chef est responsable du contenu et de la cohérence des différents articles. Son rôle essentiel est de choisir les sujets et les articles appropriés pour le magazine en prenant en compte le calibrage (nombre de pages par article). Toujours sur la brèche, il cherche sans cesse de nouvelles idées d'articles ou de rubriques en vue des prochaines parutions.

En outre, toutes les questions d'ordre pratique et technique lui incombent complètement : le rédacteur en chef représente l'image du journal pour lequel il travaille et doit respecter son positionnement éditorial : il devra faire preuve de solides qualités rédactionnelles, et également avoir une aisance relationnelle, de la rigueur et de l'organisation, donc il doit avoir la capacité de

diriger une équipe.

- **Salaires / revenus**

Le salaire mensuel d'un rédacteur en chef dans la presse nationale ou dans le secteur public de l'audiovisuel oscille entre 3 500 € et 5 000 € brut par mois.

- **Etudes / formations**

12 écoles de journalisme, publiques et privées, sont reconnues par la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels.

Public :

- CUEJ Centre universitaire d'enseignement du journalisme de Strasbourg <http://cuej.u-strabg.fr>
- CELSA Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication rattachée à Paris 4 www.celsa.fr
- IFP Institut français de presse rattaché à Paris 2
- ICM Institut de la communication des médias rattaché à Grenoble 3 www.u-grenoble3.fr
- EJCME Ecole de journalisme et de communication rattachée à Aix-Marseille 2 www.ejcm.univ-mrs.fr
- IJBA Institut de journalisme de Bordeaux Aquitaine rattaché à Bordeaux 3
- IUT de Tours www.iut.univ-tours.fr
- IUT de Lannion www.iut-lannion.fr

Privé :

- CFJ Centre de formation des journalistes www.cfj.com
- ESJ Ecole supérieure de journalisme de Lille www.esj-lille.fr
- EJT Ecole de journalisme de Toulouse www.ejt.fr
- IPJ Institut pratique de journalisme de Paris www.ipjparis.org

Se renseigner auprès des écoles pour les modalités d'accès (concours, master, dossiers ...)

Il existe d'autres écoles non reconnues par la Commission de la carte : IEP Paris, écoles privées (ESCPA, Studio école de France...)

➤ **Directeur général**

Il aura la mission de diriger et de coordonner l'ensemble des activités et des actions de l'entreprise : la gestion, la politique commerciale, la production et les ressources humaines. Il jouera un rôle important pour la définition de la stratégie de modernisation et de développement de l'entreprise, ainsi qu'à sa mise en œuvre. Pour la gestion de l'entreprise, il suit l'évolution des principaux ratios de rentabilité technique, commerciale et financière, dans l'optique d'améliorer les profits de l'entreprise. Du point de vue commercial, il établit les grands axes des politiques commerciales, d'après-vente et de distribution, négocie les contrats importants, supervise la stratégie de pénétration de nouveaux marchés dans l'optique de diversifier l'activité de

l'entreprise.

Le Directeur général définit la politique sociale et contribue au maintien d'un bon climat social dans l'entreprise, fédère et motive les ressources humaines autour de l'activité de l'entreprise. Il est aussi chargé de développer l'entreprise tout en gardant sa spécificité. Il doit promouvoir l'image de marque de l'entreprise et mettre en œuvre la politique de communication interne.

➤ **Deux commerciaux**

Ils seront les véritables liaisons entre le magazine et la clientèle (associations et individus), en proposant le produit qui sera adapté au besoin du public aveugle/malvoyant. Ils devront aussi rencontrer régulièrement les clients, analyser leurs problèmes et leurs besoins en termes de produit, de prix et de services.

« Bien connaître son produit est donc indispensable, on ne vend bien que ce qu'on aime. »

Les principales missions des commerciaux seront de rencontrer la clientèle et d'établir une bonne communication. Les commerciaux de BrailMag doivent forcément être disponibles à chaque moment et avoir une grande mobilité. Un très bon relationnel est bien sûr indispensable.

○ **Salaires / revenus**

Le salaire des commerciaux d'une petite entreprise comme BrailMag dépend des résultats, puisque celui-ci touche un salaire fixe auquel s'ajoute des commissions et des primes. Le salaire brut mensuel, (hors primes et commissions) démarre environ à 1 400 €. En salaire net mensuel on estime qu'il peut toucher entre 2 000 et 4 000 €

○ **Evolution professionnelle**

En fonction de leurs résultats, les commerciaux peuvent accéder à un statut de cadres en devenant responsables d'un secteur géographique.

○ **Etudes / formations**

La formation des commerciaux (ex VRP) s'appuie sur 4 axes : vendre, gérer, entreprendre, techniques de vente, produits, relation client.

- Les bacs pro commerce, bac pro vente, bac pro prospection et suivi de clientèle forment des vendeurs et des commerciaux.

Parmi les bacs technologies de la gestion (STG) existe une spécialité mercatique (Marketing) qui permet de préparer ensuite un BTS.

- Le BTS négociation et relation client (2 ans après un bac général ou STG, un bac économique et social (ES) ou un bac pro commerce)

- Le DUT techniques de commercialisation (2 ans après le bac)

De nombreuses écoles commerciales ou de vente délivrent également des diplômes spécifiques ou ciblés sur un ou des produits particuliers.

➤ **Un Comptable**

Il devra vérifier l'enregistrement des données financières afin d'établir le compte d'exploitation nécessaire à la bonne gestion de l'entreprise. Dans une petite entreprise comme Brailmag, le comptable prépare le bilan et le compte de résultat de l'entreprise. Ces documents sont importants notamment pour les services fiscaux.

○ **Salaires / revenus**

Les salaires mensuels de début de carrière varient selon la taille de l'entreprise. Dans les petites entreprises, l'indemnité moyenne est de 2 000 € brut par mois.

○ **Evolution professionnelle**

Le comptable confirmé peut accéder à un poste de contrôleur de gestion puis de chef comptable après plusieurs années d'expérience professionnelle.

○ **Etudes / formations**

Les diplômes professionnels sont nombreux, ils vont du bac à bac + 4 et peuvent se préparer en formation initiale ou en alternance.

- Les titulaires du bac pro comptabilité obtiennent un emploi assez rapidement et directement en rapport avec leur formation.

- Le baccalauréat technologique sciences et technologie de la gestion, (STG) option comptabilité et finance d'entreprise débouche sur la préparation d'un BTS ou d'un DUT de la spécialité. Ce sont les titulaires d'un diplôme d'études supérieures, BTS ou DUT par exemple, qui ont le plus de facilité à entrer sur le marché du travail.

- Le BTS comptabilité et gestion des organisations est préparé dans les sections de technicien supérieur en deux ans après le baccalauréat. Pour suivre cette formation, il faut avoir un bon niveau en maths. La formation est très professionnelle afin de favoriser l'entrée dans la vie active et comprend des stages en entreprise.

- Le DUT gestion des entreprises et des administrations, option finances-comptabilité se prépare dans les instituts universitaires de technologie en deux ans pour les bacheliers. Le DUT donne une formation généraliste suffisamment développée pour envisager une poursuite d'études ce qui n'est pas vraiment le cas du BTS.

Il existe des formations universitaires qui apportent des approfondissements (certificats, diplômes d'université). A titre d'exemples : DU d'audit PME à Nancy 2, certificat de perfectionnement en comptabilité à Toulouse 1, DU finance- comptabilité à Limoges, licence professionnelle d'assistant comptable à Montpellier 1, de comptabilité-finances à Clermont-Ferrand 1 ... (cf. les SCUIO des universités).

➤ **Contrat de travail**

Le contrat de travail pour tous les travailleurs dans Brailmag sera sous forme de Contrat à Durée Indéterminée (CDI), en considérant le fait qu'ils seront les associés de l'entreprise. Pour les commerciaux il y aura aussi une indemnité pour le transport, ou il sera proposé l'utilisation d'une voiture de service, de propriété de l'entreprise Brailmag.

2. Formation des associés de BrailMag

Pour la formation des associés pour les différents postes, on a sélectionné les parcours suivants :

- Rédacteur en chef : - CELSA Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication rattachée à Paris 4 www.celsa.fr
- Comptable : BTS comptabilité et gestion des organisations est préparé dans les sections de technicien supérieur
- Commerciaux : BTS négociation et relation client (2 ans après un bac général ou STG, un bac économique et social (ES) ou un bac pro commerce)
- Deux des associés de BrailMag auront déjà toute les compétences nécessaires pour les postes de Commercial et de Directeur General.

Le coût calculé pour le parcours de formation pré-démarrage de l'activité est de 24 000 euros.

Le parcours de formation devra forcément être terminé avant le démarrage de l'activité éditoriale et donc, de la rédaction du magazine. En suite, il y aura des formations continues, avec des réunions fréquentes pour suivre l'évolution des compétences techniques et managériales, et éventuellement définit d'autres buts à atteindre. En cette perspective, l'évolution et le développement du magazine sera géré par tout le personnel de l'entreprise.

VII. Le financement du projet



GE15

Société Anonyme au capital de : 3,500.00 €
BrailMAG

Rue Roger Couttolenc
60200 Compiègne

FINANCEMENT DU PROJET

DOSSIER PRESENTE PAR :

Al Jawich Karen
Bricha Mehdi
De Pasquale Daniele
Lu Biao
Rodriguez Moreno Jose
Zhu Chengchen

CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNEL ET BUDGET PUBLICITAIRE

Marché potentiel :	1,200,000	individus
Consommation par an et par individu :	52	produits
Production théorique de la première année :	62,400,000	produits
Pourcentage de pondération du marché :	2.50	%
Production de la première année :	1,560,000	produits

Prix de vente en rayon TTC	5.00	€
Taux de T.V.A. applicable :	5.50	%
Prix H.T. du produit en rayon :	4.74	€
Marge du distributeur :	0.00	%
Prix de vente HT au distributeur :	4.74	€
C.A. prévisionnel de la première année :	7,393,364.93	€

Pourcentage du C.A. consacré à la publicité	5.00	%
Budget publicitaire de la première année :	369,668.25	€
Solde du budget publicitaire sera payable à :	60	jours

IMMOBILISATIONS

Immobilisations	Type	Valeur H.T	Délai de règlement	Durée de vie	Amortissements
Ordinateurs de bureau	Corporelle	4,000.00 €	60 jours	3	1,333.33 €
Mobilier	Corporelle	1,000.00 €	60 jours	15	66.67 €

Total des immobilisations corporelles :	5,000.00 €
Total des immobilisations incorporelles :	0.00 €
Amortissements Immobilisations corporelles :	1,400.00 €
Amortissements Immobilisations incorporelles :	0.00 €

Paiements des immobilisations	
Traites à 30 jours	0.00 €
Traites à 60 jours	5,000.00 €
Traites à 90 jours	0.00 €

Charges mensuelles hors achat des matières premières	Montant
Assurances	120.00 €
Edf-Gdf	100.00 €
Entretien	0.00 €
Loyer	2,000.00 €
Salaires	0.00 €
Charges sociales	0.00 €
Téléphone	500.00 €
Charges fixes diverses	100.00 €
Charges variables diverses	2,000.00 €
Total charges par mois	4,820.00 €
Total charges par an	57,840.00 €

Nombre de mois avant premiers encaissements :	1
---	---

Total pour 1 mois d'exploitation :	4,820.00 €
------------------------------------	------------

Vous devez emprunter la somme de : 4,820.00 €

EMPRUNT

Montant à emprunter : 4,820.00 €

Taux de l'emprunt : 6 %

Durée de l'emprunt : 5 ans

Tableau de remboursement d'emprunt

Montant: 4,820.00 €

Taux : 6.00%

Durée en mois : 60

Date de l'emprunt 1/1/2011

Échéances	Capital restant dû	Intérêts	Amortissement du capital	Mensualités
1	4,820.00 €	24.10 €	69.08 €	93.18 €
2	4,750.92 €	23.75 €	69.43 €	93.18 €
3	4,681.49 €	23.41 €	69.78 €	93.18 €
4	4,611.71 €	23.06 €	70.13 €	93.18 €
5	4,541.58 €	22.71 €	70.48 €	93.18 €
6	4,471.11 €	22.36 €	70.83 €	93.18 €
7	4,400.28 €	22.00 €	71.18 €	93.18 €
8	4,329.10 €	21.65 €	71.54 €	93.18 €
9	4,257.56 €	21.29 €	71.90 €	93.18 €
10	4,185.66 €	20.93 €	72.26 €	93.18 €
11	4,113.41 €	20.57 €	72.62 €	93.18 €
12	4,040.79 €	20.20 €	72.98 €	93.18 €
Total		266.02	852.19	1,118.21 €

STOCKS

Nombre de jours d'activité par an :			230	
Achats de matières premières pour réaliser la production vendue				
M o i s	Janvier	440,000.00 €	Juillet	440,000.00 €
	Février	440,000.00 €	Août	440,000.00 €
	Mars	440,000.00 €	Septembre	440,000.00 €
	Avril	440,000.00 €	Octobre	440,000.00 €
	Mai	440,000.00 €	Novembre	440,000.00 €
	Juin	440,000.00 €	Décembre	440,000.00 €
Achats de matières premières pour production vendue :			5,280,000.00 €	
Consommation de matières premières par jour :			22,956.52	
Nombre de mois avant règlement des achats :			2	

Il est conseillé de constituer un stock de matières premières	
Nombre de jours de stockage pour les matières premières :	5
Valeur du stock de matières premières :	114,782.61 €
Total 1 des achats de matières premières :	5,394,782.61 €

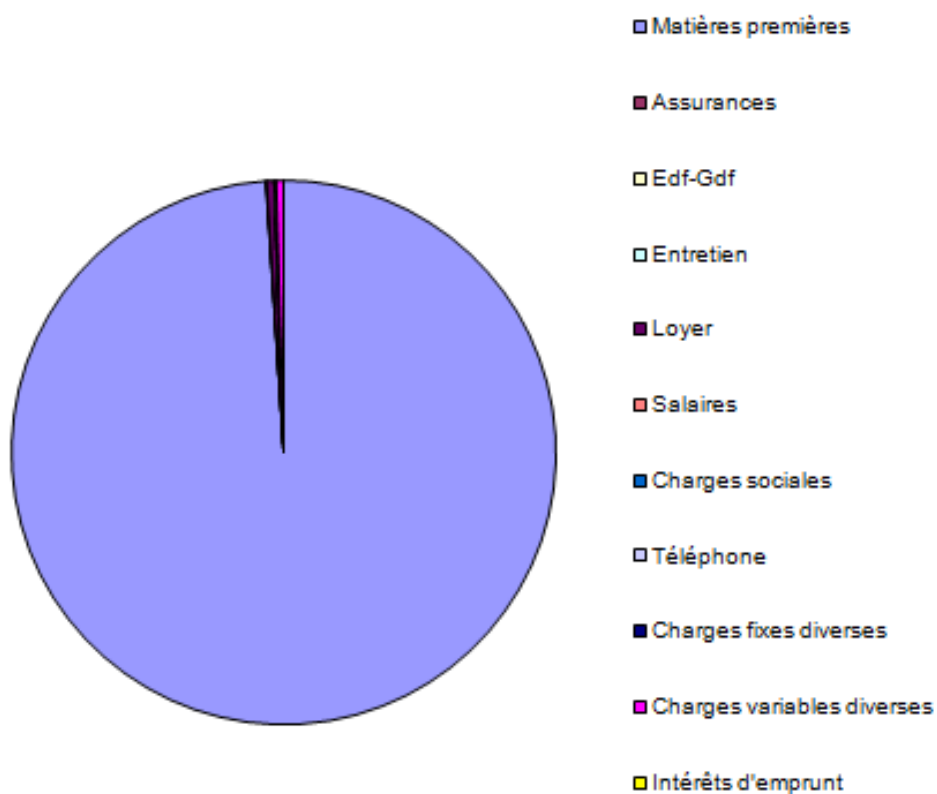
Stocks de produits finis		
Vous devez produire et vendre 1,560,000 unités pour réaliser votre chiffre d'affaires la première année.		
Votre production journalière est de : 6,783 unités par jour.		

Il est conseillé de constituer un stock de produits finis.		
Nombre de jours de production stockée :	3	
Le stock de produits finis est constitué de :	20,348	unités
Production totale :	1,580,348	unités.

En constituant un stock de 3 jours	
Vous devez acheter un complément de matières premières :	68,869.57 €
Valeur du stock de produits finis :	75,873.30 €
Total 2 des achats de matières premières :	5,463,652.17 €

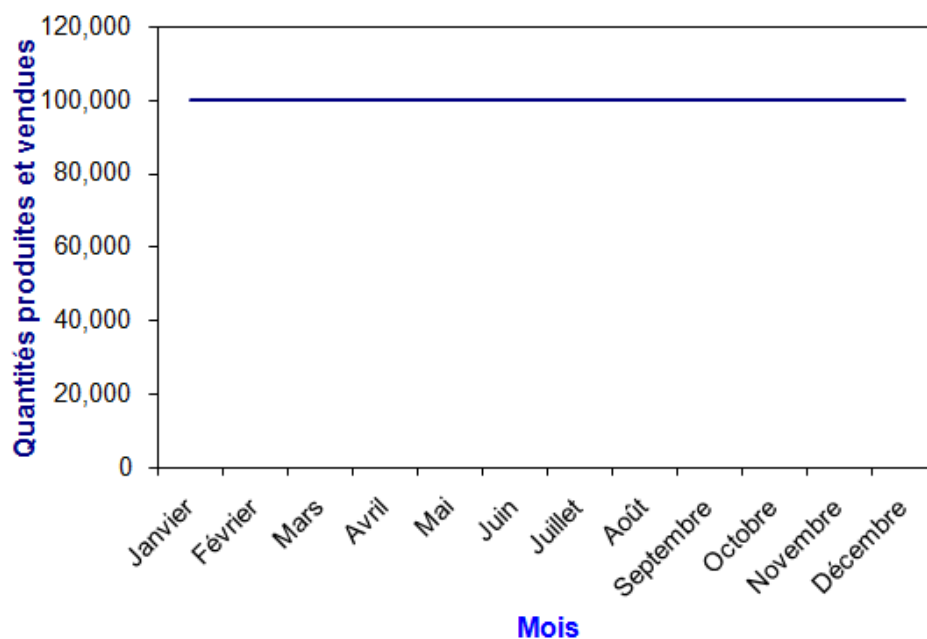
Coût de production de la production vendue :	5,816,953.14 €
Coût de production de la production stockée :	75,873.30 €
Coût de production de la production totale :	5,892,826.44 €

REPARTITION DES CHARGES DECAISSABLES



REPARTITION DE LA PRODUCTION VENDUE

Mois	Nombre d'unités produites et vendues	Production cumulée	Montant par mois	Montant cumulé
Janvier	100,000	100,000	473,933.65 €	473,933.65 €
Février	100,000	200,000	473,933.65 €	947,867.30 €
Mars	100,000	300,000	473,933.65 €	1,421,800.95 €
Avril	100,000	400,000	473,933.65 €	1,895,734.60 €
Mai	100,000	500,000	473,933.65 €	2,369,668.25 €
Juin	100,000	600,000	473,933.65 €	2,843,601.90 €
Juillet	100,000	700,000	473,933.65 €	3,317,535.55 €
Août	100,000	800,000	473,933.65 €	3,791,469.19 €
Septembre	100,000	900,000	473,933.65 €	4,265,402.84 €
Octobre	100,000	1,000,000	473,933.65 €	4,739,336.49 €
Novembre	100,000	1,100,000	473,933.65 €	5,213,270.14 €
Décembre	100,000	1,200,000	473,933.65 €	5,687,203.79 €



SYNTHESE

Capital de la société	
Apport des associés pour compte bancaire	3,500.00 €

Immobilisations incorporelles	
Montant des immobilisations incorporelles	0.00 €
Amortissements par an	0.00 €

Immobilisations corporelles	
Montant des immobilisations corporelles	5,000.00 €
Amortissements par an	1,400.00 €

Emprunt	
Montant à emprunter	4,820.00 €
Taux d'intérêt de l'emprunt	6.00%
Durée de l'emprunt (mois)	60
Montant de l'annuité	1,118.21 €
Montant des intérêts	266.02 €
Montant de la mensualité	93.18 €
Capital restant dû	3,967.81 €

Stocks	
Matières premières (Coût d'achat)	114,782.61 €
Stock produits finis valorisé au coût de production	75,873.30 €

Charges mensuelles		
Assurances	120.00 €	par mois
Edf-Gdf	100.00 €	par mois
Entretien	- €	par mois
Loyer	2,000.00 €	par mois
Salaires	- €	par mois
Charges sociales	- €	par mois
Téléphone	500.00 €	par mois
Charges fixes diverses	100.00 €	par mois
Charges variables diverses	2,000.00 €	par mois
Total des charges	4,820.00 €	par mois

Budget publicitaire	369,668.25 €
---------------------	--------------

ACHATS ET VENTES

Bilan d'ouverture (1)			
Actif		Passif	
Banque	3,500.00 €	Capital	3,500.00 €
Total	3,500.00 €	Total	3,500.00 €

Bilan d'ouverture (2)			
Actif		Passif	
Immobilisations	5,000.00 €	Capital	3,500.00 €
Banque	8,320.00 €	Emprunt	4,820.00 €
		Fournisseurs Immo	5,000.00 €
Total	13,320.00 €	Total	13,320.00 €

Chiffre d'affaires et achats de matières premières	
Chiffres d'affaires	7,393,364.93 €
Achats de matières premières	5,394,782.61 €

Recettes et Dépenses pour réalisation du chiffre d'affaires				
	Trésorerie Début de mois	Recettes du mois	Dépenses du mois	Trésorerie fin de mois
Janvier	8,320.00 €	473,933.65 €	440,000.00 €	42,253.65 €
Février	42,253.65 €	473,933.65 €	440,000.00 €	76,187.30 €
Mars	76,187.30 €	473,933.65 €	440,000.00 €	110,120.95 €
Avril	110,120.95 €	473,933.65 €	440,000.00 €	144,054.60 €
Mai	144,054.60 €	473,933.65 €	440,000.00 €	177,988.25 €
Juin	177,988.25 €	473,933.65 €	440,000.00 €	211,921.90 €
Juillet	211,921.90 €	473,933.65 €	440,000.00 €	245,855.55 €
Août	245,855.55 €	473,933.65 €	440,000.00 €	279,789.19 €
Septembre	279,789.19 €	473,933.65 €	440,000.00 €	313,722.84 €
Octobre	313,722.84 €	473,933.65 €	440,000.00 €	347,656.49 €
Novembre	347,656.49 €	473,933.65 €	440,000.00 €	381,590.14 €
Décembre	381,590.14 €	473,933.65 €	440,000.00 €	415,523.79 €
Total		5,687,203.79 F	5,280,000.00 F	

BUDGET DE TRESORERIE

	Janvier	Février	Mars	Avril
Trésorerie début de mois	8,320.00 €	- 107,493.66 €	361,526.81 €	111,475.15 €
Ventes	- €	473,933.65 €	473,933.65 €	473,933.65 €
Achats Matières premières	- €	- €	455,304.35 €	455,304.35 €
Immobilisations	- €	- €	5,000.00 €	- €
Assurances	120.00 €	120.00 €	120.00 €	120.00 €
Publicité	110,900.47 €	- €	258,767.77 €	- €
EdF-GdF	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
Entretien	- €	- €	- €	- €
Loyer	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
Salaires	- €	- €	- €	- €
Charges sur salaires	- €	- €	- €	- €
Téléphone	500.00 €	500.00 €	500.00 €	500.00 €
Emprunt	93.18 €	93.18 €	93.18 €	93.18 €
Charges fixes diverses	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
Charges variables diverses	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
Trésorerie fin de mois	- 107,493.66 €	361,526.81 €	111,475.15 €	125,191.27 €

	Mai	Juin	Juillet	Août
Trésorerie début de mois	125,191.27 €	138,907.39 €	152,623.50 €	166,339.62 €
Ventes	473,933.65 €	473,933.65 €	473,933.65 €	473,933.65 €
Achats Matières premières	455,304.35 €	455,304.35 €	455,304.35 €	455,304.35 €
Assurances	120.00 €	120.00 €	120.00 €	120.00 €
EdF-GdF	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
Entretien	- €	- €	- €	- €
Loyer	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
Salaires	- €	- €	- €	- €
Charges sur salaires	- €	- €	- €	- €
Téléphone	500.00 €	500.00 €	500.00 €	500.00 €
Emprunt	93.18 €	93.18 €	93.18 €	93.18 €
Charges fixes diverses	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
Charges variables diverses	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
Trésorerie fin de mois	138,907.39 €	152,623.50 €	166,339.62 €	180,055.74 €

	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Trésorerie début de mois	180,055.74 €	193,771.86 €	207,487.97 €	221,204.09 €
Ventes	473,933.65 €	473,933.65 €	473,933.65 €	473,933.65 €
Achats Matières premières	455,304.35 €	455,304.35 €	455,304.35 €	455,304.35 €
Assurances	120.00 €	120.00 €	120.00 €	120.00 €
EdF-GdF	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
Entretien	- €	- €	- €	- €
Loyer	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
Salaires	- €	- €	- €	- €
Charges sur salaires	- €	- €	- €	- €
Téléphone	500.00 €	500.00 €	500.00 €	500.00 €
Emprunt	93.18 €	93.18 €	93.18 €	93.18 €
Charges fixes diverses	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
Charges variables diverses	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
Trésorerie fin de mois	193,771.86 €	207,487.97 €	221,204.09 €	234,920.21 €

Créances clients	473,933.65 €
Dettes fournisseurs	910,608.70 €
Dettes sociales	- €

COMPTE DE RESULTAT

Charges		Produits	
Charges d'exploitation		Produits d'exploitation	
Achat de marchandises		Ventes marchandises	7,393,364.93 €
Variation de stocks marchandises		Production vendue	75,873.30 €
Achat de matières premières et autres approvisionnements	5,463,652.17 €	Production stockée	
Variation de stocks matières premières et approvisionnements	-114,782.61 €	Production immobilisée	
Autres charges externes	427,508.25 €	Subventions d'exploitation	
Impôts et taxes			
Salaires et traitements	0.00 €		
Charges sociales	0.00 €		
Dotations aux amortissements et aux provisions	1,400.00 €		
Autres charges			
Total 1	5,777,777.81 €	Total 1	7,469,238.23 €
Charges financières		Produits financiers	
Intérêts et charges assimilées	266.02 €	de participation	
		Autres intérêts assimilés	
Total 2	266.02 €	Total 2	0.00 €
Charges exceptionnelles		Produits exceptionnels	
Sur opérations de gestion		Sur opérations de gestion	
Dont Valeur Nette Comptable éléments d'actif cédés		Dont produits de cession des éléments d'actif	
Sur opérations de capital		Sur opérations de capital	
Total 3	0.00 €	Total 3	0.00 €
Impôt sur les bénéfices			
Total des charges	5,778,043.83 €	Total des produits	7,469,238.23 €
Bénéfice	1,691,194.40 €	Perte	
Total général	7,469,238.23 €	Total général	7,469,238.23 €

SIG et CAF

SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION	
Ventes de marchandises	0.00 €
- Achats de marchandises	0.00 €
+ / - variations de stocks	0.00 €
= coût des marchandises vendues	0.00 €
Marge commerciale	0.00 €
Production vendue	7,393,364.93 €
+ Production stockée	75,873.30 €
+ Production immobilisée	
= Production de l'exercice	7,469,238.23 €
Marge commerciale + production de l'exercice	7,469,238.23 €
- Achat de matières et autres approvisionnements	5,463,652.17 €
+ / - variations de stocks matières et autres approvisionnements	-114,782.61 €
+ Autres charges externes	427,508.25 €
= Consommation en provenance des tiers	5,776,377.81 €
= Valeur ajoutée	1,692,860.42 €
+ Subventions d'exploitation	
- Impôts et taxes	
- Charges du personnel	0.00 €
= Excédent Brut d'Exploitation	1,692,860.42 €
- Dotations aux amortissements et aux provisions	1,400.00 €
- Autres charges	
= Résultat d'exploitation (avant charges financières)	1,691,460.42 €
+ Produits financiers	0.00 €
- Charges financières	266.02 €
= Résultat courant avant impôts	1,691,194.40 €
Produits exceptionnels	0.00 €
- Charges exceptionnelles	0.00 €
= Résultat exceptionnel	0.00 €
Impôt sur les bénéfices	
= Résultat de l'exercice	1,691,194.40 €

CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT A PARTIR DU RESULTAT	
Résultat de l'exercice	1,691,194.40 €
+ Dotations aux amortissements et provisions	1,400.00 €
- Reprises sur amortissements et provisions	
+ Valeur comptable des actifs cédés	
- Produit de cession des éléments d'actifs	
= Capacité d'autofinancement	1,692,594.40 €

CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT A PARTIR DE L'EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	
Excédent Brut d'Exploitation	1,692,860.42 €
+ Autres Produits d'exploitation	
+ Produits financiers	0.00 €
+ Produits exceptionnels (sauf reprises et produits de cession)	0.00 €
- Autres charges	
- Charges financières (sauf dotations aux provisions)	266.02 €
- Charges exceptionnelles (sauf dotations et valeur comptable actifs cédés)	
- Impôt sur les sociétés	
- Participation des salariés	
= Capacité d'autofinancement	1,692,594.40 €

BILAN DE CLOTURE - ACTIF

ACTIF		Exercice N		
		Brut	Amort et Prov	Net
A C T I F I M M O B I L I S E	Immobilisations incorporelles			
	Frais d'établissement			
	Frais de recherche et de développement			
	Concessions, brevets, licences, marques...			
	Fonds commercial			
	Autres			
	Immobilisations corporelles en cours			
	Avances et acomptes			
	Immobilisations corporelles			
	Terrains			
	Constructions			
	Installations techniques, matériels et outils industriels	5,000.00 €	1,400.00 €	3,600.00 €
	Autres			
	Immobilisations corporelles en cours			
	Avances et acomptes			
	Immobilisations financières			
	Participations			
	Créances rattachées à des participations			
	Titres Immobilisé de l'Activité de Portefeuille			
	Autres titres immobilisés			
	Prêts			
	Autres			
	Total I	5,000.00 €	1,400.00 €	3,600.00 €
A C T I F	Stocks en cours			
	Matières premières et autres approvisionnements	114,782.61 €		114,782.61 €
	En-cours de production (biens et services)			
	Produits intermédiaires et finis	75,873.30 €		75,873.30 €
	Marchandises			
	Avances et acomptes versés sur commandes			
	Créances			
	Créances clients et comptes rattachés	473,933.65 €		473,933.65 €
	Créances diverses			
	Capital souscrit - appelé, non versé			
	Valeurs mobilières de placement			
	Actions propres			
	Autres titres			
C I R C U L A N T	Instruments de trésorerie			
	Disponibilités	234,920.21 €		234,920.21 €
	Charges constatées d'avance			
	Total II	899,509.77 €		899,509.77 €
	Charges à répartir sur plusieurs exercices III			
	Primes de remboursement des obligations IV			
	Ecart de conversion actif V			
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV + V)		904,509.77 €	1,400.00 €	903,109.77 €

BILAN DE CLOTURE - PASSIF

	PASSIF	Exercice N
CAPITAUX PROPRES	Capitaux propres	
	Capital	3,500.00 €
	dont versé	
	Primes d'émission, de fusion, d'apport	
	Ecart de réévaluation	
	Ecart d'équivalence	
	Réserves	
	Réserve légale	
	Réserves statutaires ou contractuelles	
	Réserves réglementées	
NS	Autres	
	Report à nouveau	
	Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	1,691,194.40 €
	Subventions d'investissement	
	Provisions réglementées	
PROVISIO	Total I	1,694,694.40 €
	Autres fonds propres	
	Produits des émissions de titres participatifs	
	Avances conditionnées	
DETTES	Autres	
	Total I (bis)	
	Provisions pour risques et charges	
REGULARISATIO	Provisions pour risques	
	Provisions pour charges	
DETTES	Total II	
	Dettes	
	Emprunts obligataires convertibles	
	Autres emprunts obligataires	
	Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	3,967.81 €
	Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	
	Dettes fournisseurs et comptes rattachés	910,608.70 €
	Dettes fiscales et sociales	0.00 €
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	
	Autres dettes	
REGULARISATIO	Instruments de trésorerie	
	Produits constatés d'avance	
	Total III	914,576.50 €
REGULARISATIO	Ecart de conversion passif (IV)	
	TOTAL GENERAL (I + I(bis) + II + III + IV	2,609,270.91 €

**FONDS DE ROULEMENT
BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT**

ACTIF		PASSIF	
Immobilisations brutes	5,000.00 €	Capitaux propres	1,694,694.40 €
+ Charges à répartir	€ -	+ Provisions pour risques et charges	
= Actif stable	5,000.00 €	+ Amortissements et provisions	€ 1,400.00
		+ Dettes financières	€ 3,967.81
		= Passif stable	1,700,062.21 €
Stocks	190,655.91 €	Fournisseurs	910,608.70 €
+ Clients	473,933.65 €	+ Dettes fiscales et sociales	€ -
+ Charges constatées d'avance	€ -	+ Produits constatés d'avance	€ -
+ Autres		= Dettes d'exploitation	€ 910,608.70
= Créances d'exploitation	664,589.56 €	Fournisseurs d'immobilisations	€ -
VMP	€ -	+ Autres dettes	€ -
+ Créances diverses	€ -	= Dettes hors exploitation	€ -
= Créances hors exploitation	€ -		
Trésorerie Actif	234,920.21 €		€ -
Actif circulant	899,509.77 €	Passif circulant	€ 910,608.70
Total	904,509.77 €	Total	2,610,670.91 €

Fonds de Roulement Net Global	
Passif stable	1,700,062.21 €
- Actif stable	5,000.00 €
= FRNG	1,695,062.21 €

Besoin Fonds de Roulement d'Exploitation	
Créances d'exploitation	664,589.56 €
- Dettes d'exploitation	910,608.70 €
= BFRE	- 246,019.14 €

Besoin Fonds de Roulement d'Exploitation	
Créances hors exploitation	- €
- Dettes hors exploitation	- €
= BFRHE	- €

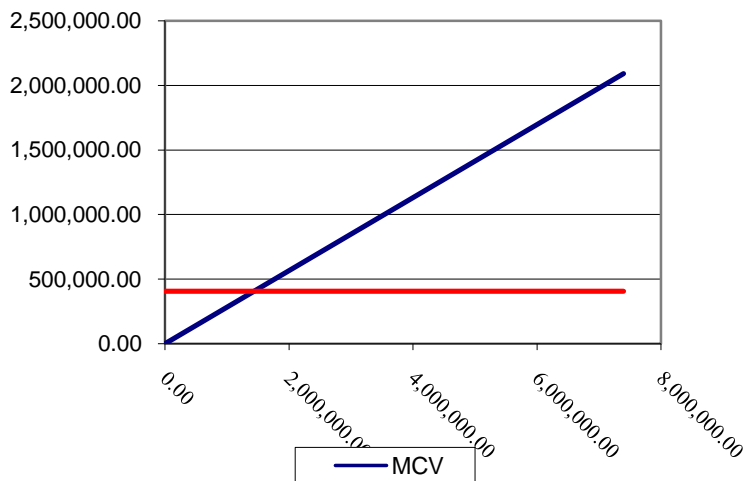
Besoin Fonds de Roulement	
BFRE	- 246,019.14 €
+ BFRHE	- €
= BFR	- 246,019.14 €

Trésorerie Nette	
FRNG	1,695,062.21 €
- BFR	- 246,019.14 €
= TN	1,941,081.35 €

Compte de résultat différentiel	
Chiffre d'affaires	7,393,364.93 €
- Coût variable	5,304,000.00 €
= Marge sur Coût Variable	2,089,364.93 €
Taux de marge	28.26%
- Coût Fixe	405,174.26 €
= Résultat	1,684,190.66 €
Seuil de rentabilité	1,433,737.67 €
Nombre de mois d'activité pour atteindre le point mort	2

Marge de sécurité	5,959,627.26 €
--------------------------	-----------------------

Marge de sécurité relative	80.61%
-----------------------------------	---------------



Annexe : Devis de l'association Valentin Haüy



Au service des aveugles et des malvoyants

Reconnue d'utilité publique en 1891

L'imprimerie braille

Siège : 5 rue Duroc 75343 PARIS CEDEX 07
 01 44 49 27 27 poste 2338 • Fax: 01 44 49 27 39
 imprimerie@avh.asso.fr • www.avh.asso.fr

Agrément de tourisme n° AG 075 02 0002
 BNP Paris Duroc 0010016702
 Siret 775 666 548 000 18
 CCP 283 14 G Paris
 APE 853 K



Code client : C56996
 BRICHA MEHDI

N° intracommunautaire :

Lieu de livraison :
 BRICHA MEHDI

DEVIS N°: IMDE2517		Références : KH		DATE : 19/05/11		
Code article	Désignation	Quantité	Px Unit. TTC	Remise	TOTAL TTC	
IMFORF_12P	FORFAIT EMBOSSEMENT 12 POUCHES	1,00	525,00		525,00	
IMFORF_NOR	FORFAIT MISE AUX NORMES	1,00	140,00		140,00	
IMFORF_RCO	FORFAITS RELIURES COUVERTURES	1,00	170,00		170,00	
IMFORF_CON	FORFAIT CONDITIONNEMENT	1,00	48,00		48,00	
	Devis pour la transcription et impression d'un magazine en braille intégral. 100 exemplaires format A4 avec reliure couverture.					
	Devis estimatif sous réserve de réception du document final.					
	Frais de port non compris dans ce devis.					

Validité de l'offre :

3 mois

Total TTC. 883,00 €

Délai de livraison (en jours ouvrés)

20 jours ouvrés à réception de votre commande

Frais de port si autres que franchise postale braille : selon les tarifs en vigueur

POUR TOUTS RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES
 TEL : 01 44 49 27 27
 POSTE 2275 - 2500

Frédéric PERROT
 Responsable du Service Imprimerie

Bon pour accord

ASSOCIATION LOI 1901 NON ASSUJETTIE A LA TVA

(date et signature)