

## BUT GEA GAP

### SAE3.01 - PROJET CREA



ALESSIO Pablo

BATITA Elyas

BUCCHIONI Téo

CHEREL Lilian

GRIMAUD Bastien

SANCHEZ Virgile

## SOMMAIRE :

<b>PRESENTATION .....</b>	<b>- 3 -</b>
<b>PRESENTATION DE L'EQUIPE .....</b>	<b>- 4 -</b>
<b>PARTIE 1 : ÉTUDE DE FAISABILITE .....</b>	<b>- 5 -</b>
<b>BUSINESS MODEL.....</b>	<b>- 9 -</b>
<i>Approvisionnement en drêche :.....</i>	<i>- 10 -</i>
<i>Machines nécessaires :.....</i>	<i>- 10 -</i>
<i>Emplacement.....</i>	<i>- 10 -</i>
<i>Rentabilité .....</i>	<i>- 11 -</i>
<b>PARTIE 2 : ÉTUDE DE MARCHÉ.....</b>	<b>- 12 -</b>
<i>Forces : .....</i>	<i>- 12 -</i>
<i>Faiblesses :.....</i>	<i>- 12 -</i>
<i>Opportunités :.....</i>	<i>- 12 -</i>
<i>Menaces : .....</i>	<i>- 12 -</i>
<b>4P : .....</b>	<b>- 13 -</b>
<i>Produit.....</i>	<i>- 13 -</i>
<i>Promotion.....</i>	<i>- 13 -</i>
<i>Distribution.....</i>	<i>- 14 -</i>
<b>PESTEL : .....</b>	<b>- 14 -</b>
<i>Taille du marché : .....</i>	<i>- 18 -</i>
<b>PARTIE 3 : DIMENSIONNEMENT .....</b>	<b>- 19 -</b>
<i>Machines .....</i>	<i>- 19 -</i>
<i>Prix machine .....</i>	<i>- 19 -</i>
<i>Capacité de production .....</i>	<i>- 19 -</i>
<i>Coût de revient .....</i>	<i>- 20 -</i>
<i>Logistique .....</i>	<i>- 23 -</i>
<i>Électricité.....</i>	<i>- 23 -</i>
<i>Eau.....</i>	<i>- 23 -</i>
<i>SAS : .....</i>	<i>- 24 -</i>
<i>Charges fixes : .....</i>	<i>- 24 -</i>
<b>PARTIE 4 : POLITIQUE RH : .....</b>	<b>- 25 -</b>
<i>Répartition des rôles et des responsabilités .....</i>	<i>- 25 -</i>
<i>Formation et développement des compétences.....</i>	<i>- 25 -</i>
<i>Rémunération et charges sociales.....</i>	<i>- 25 -</i>
<i>Assurances et mutuelle.....</i>	<i>- 26 -</i>
<i>Structure de la direction .....</i>	<i>- 26 -</i>
<b>PARTIE 5 : PLAN D'AFFAIRES.....</b>	<b>- 27 -</b>
<i>Rentabilité : .....</i>	<i>- 28 -</i>
<i>Équilibre financier :.....</i>	<i>- 28 -</i>
<i>Liquidité : .....</i>	<i>- 30 -</i>
<b>PRESENCE AUX CONFERENCES.....</b>	<b>- 32 -</b>
<b>PROBLEMES ET REMISE EN QUESTION : .....</b>	<b>- 32 -</b>
<i>Qu'est-ce qu'on ferait différemment ? .....</i>	<i>- 32 -</i>
<b>ANNEXES :.....</b>	<b>- 33 -</b>

## Présentation

Maltea est une entreprise innovante, spécialisée dans la production éco-responsable de barres de céréales. Notre démarche repose sur l'utilisation des drèches, des résidus issus du brassage de la bière, souvent considérés comme un déchet, pour créer des produits céréaliers de haute qualité. Notre projet contribue à la réduction du gaspillage. En effet, les drèches sont fréquemment jetés, mais nous leur offrons une "seconde vie" en les utilisant pour fabriquer nos produits. Nos produits répondent aux attentes des consommateurs que nous avons ciblés, en particulier ceux qui sont sensibles à l'écologie et aux produits alimentaires sains et éco responsables, en leur proposant des produits durables et innovants, aux qualités et aux saveurs inégalables.

C'est une marque de produit alimentaire (barre de céréales), fabriqué à partir de résidus issus du brassage de la bière. Le but est de récupérer ces résidus pour en faire de nouveaux produits alimentaires. Le but est donc de réduire l'utilisation industrielle de matières premières polluantes à fabriquer (comme la farine) en la remplaçant par des matières premières recyclées provenant d'autres industries. Pour rester dans ces valeurs de recyclage et de réduction de déchets, nous utilisons des matières de qualité, et si possible également recyclé d'autres produits (à développer).

Dans notre cas, nous nous adressons en priorité aux personnes adeptes de produits de qualité, recherchant des saveurs uniques et étant sensibles à l'esthétique d'un packaging de haute qualité. En effet, cette cible de consommateurs valorise l'authenticité des produits, mais accorde aussi une importance particulière à l'apparence des produits qu'ils consomment. Ce type de consommateur est en général disposé à investir un prix plus élevé pour s'assurer qu'il s'agit de produits sains, de bonne qualité et conçus avec soin. Ils sont prêts à payer un prix "élevé" pour savourer des produits qui répondent à leurs exigences, que ce soit en matière de saveur, de production et de présentation.

De plus, nous ciblons également les sportifs ainsi que les familles soucieuses de l'alimentation de leurs enfants. Ces profils correspondent parfaitement à notre ciblage visé, car ils représentent des consommateurs exigeants, qui attachent une grande importance à la qualité nutritive et à la composition saine des produits. Les sportifs, souvent à la recherche d'une alimentation équilibrée et énergisante, trouvent dans nos barres un gain d'énergie tout en veillant à leur santé. Quant aux familles, elles sont particulièrement attentives à l'impact des produits sur la santé de leurs enfants. Ces profils de consommateurs se

"complètent" car ils partagent des besoins communs en matière de nutrition : ils veulent des produits bénéfiques pour leur santé (ou pour celle de leurs enfants), sans compromettre le goût ni la qualité. Ils seraient donc prêts à acheter nos barres de céréales pour leurs bienfaits sur la santé.

Par ailleurs, les écologistes et consommateurs responsables représentent une autre clientèle prioritaire que nous ciblons. Ils apprécient les entreprises qui mettent l'accent sur la durabilité, valeurs qui sont au cœur de notre engagement principal. Ces consommateurs adoptent des comportements d'achat plus conscients et cherchent des marques qui partagent leur volonté de minimiser l'impact environnemental. Ils trouvent dans notre démarche écologique une raison supplémentaire de choisir nos produits, car ils savent que leurs achats soutiennent des pratiques responsables et respectueuses de l'environnement.

## Présentation de l'équipe

### **Téo Bucchioni : Directeur Général**

Il met en œuvre les stratégies et politiques définies par le conseil d'administration, supervise les différentes fonctions de l'entreprise comme les finances, les ressources humaines, le marketing et la production.

### **Pablo Alessio : Directeur commercial**

Il définit, anime et supervise une stratégie commerciale en vue d'accroître les ventes de l'entreprise et d'augmenter le chiffre d'affaires.

### **Elyas Batita : Responsable Marketing**

Il développe et améliore les bases de données produits et les fichiers clients. Il est amené à concevoir, réaliser les outils marketing et les actualiser : catalogues, tarifs, fiches produits, descriptifs, dépliants publicitaires, argumentaires, etc.

### **Lilian Cherel : Responsable RH**

Il joue un rôle essentiel dans le recrutement et le développement personnel. Il a pour mission de sélectionner, former, motiver, évaluer et rémunérer le personnel afin de le faire évoluer et de le maintenir compétent et engagé

### **Virgile Sanchez : Directeur financier**

Contrôler la comptabilité de l'entreprise et la bonne gestion de sa trésorerie, soit valider la rentabilité de l'entreprise. Développer des outils d'aide à la prise de décision. Valider la solvabilité de l'entreprise, soit sa capacité à rembourser ses dettes.

### **Bastien Grimaud : responsable contrôle qualité**

Il met en place et anime la politique qualité de l'entreprise. Il supervise la conception et la mise à jour des manuels de qualité ainsi que le respect des procédures. Il est l'interlocuteur des services officiels de contrôle.

## Partie 1 : Étude de faisabilité

### Fiche de positionnement

NOM DU PROJET	MALTEA
<b>Clientèle, utilisateurs, segments visés : ce qu'ils veulent ...</b>	<p>Nous visons les personnes qui sont soucieuses de leur façon de consommer.</p> <p>Ils recherchent des produits sains pour le corps mais également pour la planète.</p> <p>Nous avons donc ciblé trois segments de clientèles qui auraient un intérêt pour nos produits et pour qui Maltea aurait une valeur ajoutée dans leur quotidien.</p> <p>D'une part, les sportifs adultes qui ont des valeurs environnementales suffisamment prononcées pour que cela influence leur manière de consommer.</p> <p>Ils souhaitent un produit qui possède de grandes qualités nutritives pour pouvoir être consommé pendant leur activités sportives. Mais également un produit qui a un faible impact sur l'environnement dans sa composition ainsi que sa fabrication. La praticité du produit est un point important car il doit être facilement consommable pendant les séances de sport.</p> <p>Puis, les ménages qui ont des enfants, et dont les parents sont soucieux de leur manière de consommer.</p>

	<p>Ils veulent que leurs enfants mangent sainement, mais sont également soucieux de leur impact environnemental. Les enfants qui vont consommer les produits cherchent davantage un bon goût</p> <p>Enfin, les actifs qui n'ont pas le temps de prendre une collation, et qui souhaitent un produit rapide à consommer, qui a les apports nutritifs nécessaires à une collation et qui sont également soucieux de leur impact environnemental. Ces personnes travaillent dans des bureaux ou ont un travail qui ne leur permet pas de prendre le temps de préparer une collation.</p> <p>Dans les trois cas, l'impact environnemental et les qualités nutritives de nos produits sont primordiaux.</p> <p>Le goût est également un point très important car les utilisateurs sont certes intéressés par nos produits pour leurs avantages cités plus haut, mais comme c'est un produit alimentaire, s'ils n'aiment pas le goût, il ne sera pas possible de les fidéliser.</p> <p>Nous ciblons des personnes ayant une situation plutôt aisée, et qui peuvent se permettre de consommer des produits qui portent des valeurs avec lesquelles ils sont proches, et qui sont prêts à payer plus cher pour cela.</p>
<p><b>Notre offre produits/services par segment... ce qu'on fait pour eux, la valeur apportée</b></p>	<p>Ce sont des mélanges de céréales en barre ou en sachet fabriqués à partir des résidus issus du brassage de la bière qu'on appelle la <b>drêche</b>. Le but est de récupérer ces résidus pour en faire une nouvelle matière première, base de nos produits. De cette manière, on substitue une matière</p>

	<p>première qui utilise de l'énergie et des ressources à fabriquer en la remplaçant par notre matière première provenant d'une autre industrie. On optimise également au mieux l'énergie utilisée pour sa fabrication pour diminuer au mieux notre impact environnemental.</p> <p>Pour rester dans ces valeurs de recyclage et de réduction de déchets, nous utilisons, pour élaborer nos recettes, et développer nos parfums, des matières premières provenant de petits producteurs qui ont un processus artisanal dans la fabrication de leurs produits.</p> <p>Nous souhaitons également recycler d'autres produits pour proposer une démarche complète d'un produit créé à partir de matières premières recyclées entièrement d'autres industries (à développer dans un second temps).</p> <p>Le recyclage de la drêche possède deux principaux avantages sur le plan nutritif :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Premièrement, les drêches conservent tous leurs avantages nutritifs. Après le brassage. Ils sont riches en fibres, riches en protéines et riches en vitamines.</li><li>• Un autre avantage nutritif de la drêche est qu'elle n'est pas sucrée. En effet la partie la plus importante du sucre est évacuée lors du brassage puisque c'est ce qu'on cherche à obtenir par ce brassage.</li></ul> <p>Ainsi la base de nos barres de céréale est pauvre en sucre et riche d'un point de vue nutritif.</p> <p>Les produits que nous proposons répondent donc complètement aux attentes de nos 3 segments</p>
--	---

	<p>clients. Ils ont des propriétés nutritives optimales pour nos consommateurs qui cherchent une alimentation saine pour le sport, un complément à leur alimentation ou qui aide au bon développement de leur enfants.</p> <p>Les deux manières de consommer (barres et sachets) que l'on propose permettent de répondre aux habitudes de nos consommateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les barres pour les personnes qui n'ont pas le temps de se poser pour prendre une collation, ou pendant les activités sportives.</li><li>• Les sachets pour les personnes disposant de plus de temps (pour l'intégrer à des recettes par exemple).</li></ul> <p>Nos différents parfums produits d'usine vont être déclinés en plusieurs produits d'achat (soit en sachet soit en barre) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Des packs de 4, 6 ou 8 barres de céréales</li><li>• Des sachets de céréales de 500g ou 1kg</li><li>• Des coffrets découvertes pour les nouveaux utilisateurs voulant essayer nos produits, qui proposent de découvrir l'étendue de la gamme et savoir ce qui nous plaît le mieux.</li><li>• Des abonnements en fonction de nos goûts préférés et de nos habitudes de consommation pour recevoir la quantité parfaite que l'on va consommer chaque mois.</li></ul> <p>Par rapport à nos différentes déclinaisons de produit. L'objectif est d'inciter le consommateur à prendre un abonnement pour nous assurer un revenu régulier et une fidélisation du client.</p>
--	--



		Dans un second temps, l'objectif est d'ouvrir des "Barre à céréales" où le consommateur qui a plus de temps pour sa collation, peut se déplacer et venir déguster des recettes élaborées à partir de nos produits qui conserve notre valeur ajoutée (propriétés nutritives et faible impact environnemental).
<b>Secteur</b> <b>(faire le lien avec le code NAF - Insee)</b>	<b>d'activité</b>	Notre entreprise opère dans le secteur secondaire, précisément dans l'industrie agroalimentaire, sous le code NAF 10.89Z, dédié à la fabrication d'autres produits alimentaires non classés ailleurs (n.c.a).

## Business Model

### BM Canvas Maltea

8- Partenaires clés	7-Activités clés	2- Propositions de valeur	4- Relations clients	1- Segment client
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producteurs de bière locaux pour récupérer les drèches</li> <li>-Producteurs locaux pour les ingrédients pour créer les parfums des produits</li> <li>-Greenlog pour la logistique et les livraisons en France de manière éco responsable</li> </ul>	<p>Activité de production avec la collecte et la transformation des résidus de bière en farine de drèche, fabrication des céréales, design, promotion et vente des produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Céréale en barre et en sachet, créée à partir des drèches de la bière</li> <li>-Innovation alimentaire avec utilisations de résidus issus du brassage de la bière</li> <li>-Packaging éco responsable</li> <li>-réduction du gaspillage</li> <li>-Produit de qualité</li> <li>-Riche en : fibre protéines, minéraux, acides aminés, anti oxydant</li> <li>-Aucun ingrédient mauvais pour la santé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-one shot (offre appel)</li> <li>-offre personnalisée pour abonnement (fidélisation)</li> <li>-Réseaux sociaux (communauté en ligne)</li> <li>-SAV</li> <li>-Forum d'avis pour développer des produits qui intéressent les consommateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-H/F revenu aisé Sportif pour complément alimentaire</li> <li>-Familles pour alimentation saine et nutritive</li> <li>-Actifs qui manquent de temps pour leur collation</li> <li>-Clientèle à l'échelle nationale</li> <li>-Marché segmenté avec des besoins communs : Propriété nutritive, impact environnemental et goût.</li> </ul>
	<p><b>6- Ressources clés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Personnel</li> <li>-Actifs physiques (usine de production)</li> <li>-Local du "bar à céréale"</li> <li>-Communauté/marque</li> <li>-Brevet sur le processus industriel</li> </ul>		<p><b>3- Canaux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Présence de nos barres sur notre site internet</li> <li>-Distributeurs : Grandes surfaces, magasins spécialisés, salles de sport</li> <li>-Concept "Bar à céréale" (N+2)</li> </ul>	
<b>9- Structure des coûts</b>		<b>5- Flux de revenus</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Coûts variable :</li> <li>-Dépenses administratives avec les factures</li> <li>-Achat des matières premières</li> <li>-Logistique</li> </ul> <p>Coûts fixe :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Loyers</li> <li>-Charges sur le personnel</li> <li>-amortissements (machines)</li> <li>-Intérêts</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Vente de nos produits via notre site internet</li> <li>-Abonnement mensuel pour personnaliser l'offre des consommateurs</li> <li>-Vente en volume à nos distributeurs.</li> </ul>		

Avant de commencer à chiffrer notre projet, il faut déterminer si celui-ci est faisable ou non. Pour cela, il faut déterminer si on arrive à se fournir de la drêche en quantité suffisante. Puis il faut trouver les machines nécessaires à la transformation de celle-ci. Enfin il faut trouver un emplacement pour s'implanter pour commencer à estimer si notre projet pourrait être rentable.

### **Approvisionnement en drêche :**

Après avoir pris contact avec plusieurs brasseries, elles nous ont indiqué que la drêche issue de leur production était jetée. Ils nous ont proposé de nous la donner gratuitement sous couvert que nous venions la récupérer dans leur brasserie à nos frais. (Cf devis en annexe). Notre matière première principale aurait donc comme seul coût le transport de la brasserie jusqu'à notre atelier de fabrication. C'est un premier point majeur à prendre en compte car il nous permettrait potentiellement d'atteindre une bonne rentabilité.

### **Machines nécessaires :**

Pour déterminer les machines nécessaires à notre production, nous avons contacté d'une part des brasseurs pour savoir s'ils connaissaient un moyen de réutiliser la drêche. Et d'autre part l'expérience passée de notre directeur général, qui a effectué un stage dans une entreprise de production de produits alimentaires (produits laitiers) qui lui a permis de se familiariser avec la production industrielle.

Nous avons donc pu déterminer les machines nécessaires à la transformation de drêche en barre de céréale.

<b>Machine</b>
<b>Séchoir à tambour rotatif</b>
<b>Broyeur à marteaux</b>
<b>Mélangeur à vis</b>
<b>Extrudeuse / Presse à barres</b>
<b>Four de cuisson à convection</b>
<b>Refroidisseur à air</b>
<b>Découpe des barres</b>
<b>Machine d'emballage</b>

Grâce à ces machines, la drêche serait séchée, broyée et mélangée avec les autres ingrédients qui composent la barre. Elle serait ensuite pré moulée, dorée au four et mise en forme finale avant d'être emballée pour donner le produit final.

Nous savons donc que la création de barre de céréale à partir de drêche est possible à un niveau industriel.

### **Emplacement**

L'emplacement sera également un point clé dans l'industrialisation de nos barres de céréales. Il devra respecter plusieurs critères clés. Un atelier de fabrication situé à la périphérie d'une ville, un prix au m<sup>2</sup> modéré, Un nombre suffisant de brasseries à proximité pour favoriser l'approvisionnement et un centre logistique également à proximité afin de favoriser la distribution de nos produits finis.

Une usine à proximité de valence respecte tous nos critères car valence est une ville moyenne de 65 000 habitants, qui possède de nombreux brasseurs à proximité, et un gros centre de logistique pour l'envoi de nos produits. Enfin, le prix au m2 est d'environ 953€ en 2024. Ce prix est intéressant par rapport à des plus grandes villes comme Lyon où le prix au m2 est d'environ 2986€ en 2024 (3 fois plus chère environ)

Cet avantage sur le prix au m2 nous permettra de prendre un local plus grand pour implanter notre espace de production.

### **Rentabilité**

Selon nos recherches (article de l'INSEE et du journal le monde), les entreprises de fabrication de produits type snack en France atteignent une marge nette comprise entre 3 et 10% en principalement en fonction de leur coût de production et de leur coût logistique).

Sachant, que nos deux avantages majeurs sont le coût de la matière première principale qui est nulle et notre coût de logistique qui va être optimiser (Cf emplacement), Notre projet pourrait être rentable.

Maintenant que nous savons notre projet faisable, nous allons étudier le marcher afin de déterminer sa taille et une première estimation du chiffre d'affaires que l'on pourrait atteindre en arrivant sur le marché.

## Partie 2 : Étude de marché

### **SWOT :**

#### **Forces :**

- réutilisation de sous-produit réduisant le gaspillage et valorisant un produit peu exploité
- produit innovant et écoresponsable
- marché en croissance car volonté d'avoir une alimentation durable, bio et saine est en expansion
- coût faible en matière première car la drêche est à un faible coût voir gratuite selon nos partenaires
- impact environnemental positif

#### **Faiblesses :**

- Machines pouvant être coûteuses
- Marque nouvelle et donc difficile au début de se faire connaître et prendre des parts de marché
- dépendance envers nos fournisseurs
- coût logistique élevé
- industrie alimentaires très réglementées donc difficile d'obtenir toutes les certifications nécessaires

#### **Opportunités :**

- Marché en croissance pour produits écoresponsable
- Partenariats pour assurer un approvisionnement stable
- Diversification des produits
- Industrie de la bière très importante en France (7,5 à 8 milliards d'euros en 2023 selon l'INSEE)
- De nombreuses aides financières et subventions sont disponibles pour les entreprises axées sur le développement durable
- Expansion à l'internationale si ça marche bien en France
- Possibilité de brevet sur le processus de fabrication

#### **Menaces :**

- Concurrence croissante car marché de produits alimentaires durables attire de plus en plus de monde (sauf si brevet)
- produit à base de drêche est peu connu donc budget marketing nécessaire important nécessaire

-En cas de crise, les consommateurs peuvent se tourner vers des produits peu chers car produit écoresponsable sont plus chères

-Changement de réglementation

-Dépendance à l'industrie de la bière

## 4P :

### Produit

Nous avons créé une barre de céréale éco responsable et innovante à base de drêche (malte et orge), riche en protéines, fibres, minéraux, acides aminés, vitamines et antioxydants. Elle cible les sportifs, les jeunes parents et, indirectement, les enfants, pour des collations saines. La drêche, issue du brassage de la bière, est transformée en matière première, puis mélangée à des ingrédients locaux pour des recettes savoureuses :

- Pistache praliné
- Choco noisette
- Amande miel

Nos barres, naturellement peu sucrées (grâce au brassage), permettent de contrôler ou remplacer le sucre par des ingrédients naturels.

Produits proposés :

- Packs 8 barres
- Coffrets découverte
- Abonnements personnalisés

Nous envisageons aussi un bar à concept (N+2) où les clients pourront découvrir des recettes à base de drêche, composer leurs collations (fromage blanc, toppings, mueslis, cookies...) et acheter des préparations ou un livre de recettes.

### Promotion

Notre communication repose sur :

1. Contenus professionnels mettant en avant goûts et avantages nutritifs.
2. Valeurs écoresponsables (recyclage alimentaire).
3. Contenus organiques sur la vie en entreprise et nos projets.

L'objectif est de créer une communauté partageant nos valeurs. Nous organiserons des campagnes sponsorisées pour des événements sportifs (trail, triathlon, voile...) et utiliserons des supports comme flyers et site web pour renforcer notre visibilité.

Un site bien référencé permettra d'acheter nos produits et de personnaliser des abonnements en ligne.

## Distribution

Canaux :

- Points physiques (grandes surfaces, Biocoop, petits commerces bio, salles/magasins de sport).
- Site internet (packs, recettes, matières premières).
- Bar à (N+2)

Emplacement : valence, Grand charran briffot 26000

Site web :

- Page d'accueil sur la démarche de recyclage.
- Page produit claire et concise.
- Page "à propos" pour présenter l'équipe et nos méthodes.
- Menu simple pour naviguer facilement.

## PESTEL :

	Opportunités	Menaces
Politique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Subventions et aides gouvernementales</b> : Possibilité de bénéficier d'aides ou subventions pour les projets liés à l'innovation alimentaire, à l'économie circulaire ou aux entreprises écoresponsables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Réglementations strictes</b> : Les normes en matière de sécurité alimentaire, d'étiquetage, et d'hygiène sont contraignante</li> </ul>
Economique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Utilisation d'un sous-produit (drêche)</b> : La transformation de la drêche réduit les coûts des matières premières,</li> <li>• <b>Croissance de la demande pour les snacks</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Coûts de production élevés</b> : Bien que la drêche soit un sous-produit, la transformation en farine et la production de barres peuvent entraîner des coûts supplémentaires</li> </ul>

	<p><b>énergétiques</b> : Le marché des aliments énergétiques et nutritifs est en pleine croissance (chiffres; donnée), notamment chez les sportifs et les personnes actives.</p>	<p>(énergie, main-d'œuvre; mais ça c'est normal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Compétition accrue</b> : Le secteur des barres énergétiques est concurrentiel (analyse des concurrents).</li> </ul>
Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tendance vers la consommation écoresponsable</b> : Les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact environnemental; cela devient même une « mode » et ils privilégient les produits durables et issus de l'économie circulaire. (Pourcentages des gens qui préfèrent consommer des produits bio; coresponsable)</li> <li>• <b>Mode de vie moderne</b> : Les barres de céréales répondent au besoin croissant de solutions alimentaires pour les sportifs qui ont besoins d'énergie avant un entraînement par exemple</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sensibilité au prix</b> : Bien que les consommateurs soient sensibles à la durabilité, ils peuvent moins apprécier de payer un prix élevé car bio et coût des matières + élevé)</li> <li>• <b>Évolution des préférences alimentaires</b> : Des changements rapides dans les tendances alimentaires (vegan, sans gluten, etc.) pourraient forcer à adapter vos produits plus fréquemment que prévu.</li> </ul>
Technologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Progrès technologiques dans la transformation</b> : L'innovation technologique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Risque de dépendance aux plateformes digitales</b> : Le commerce en ligne implique une forte dépendance à la technologie et aux</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Commerce en ligne et marketing digital</b> : Les plateformes de vente en ligne offrent des canaux efficaces et rapides pour atteindre de nouveaux clients, particulièrement les niches intéressées par les produits énergétiques.</li> </ul>	<p>algorithmes des grandes plateformes (ex. Amazon, réseaux sociaux), ce qui peut rendre difficile la visibilité de notre produit car les consommateurs sont déjà habitués à commander sur les grosses plateformes</p>
Environnemental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Économie circulaire</b> : L'utilisation de la drêche, un sous-produit de l'industrie, est un atout important dans le cadre du développement durable et de la réduction des déchets.</li> <li>• <b>Réduction de l'empreinte carbone</b> : La production locale (réduire les déplacements trop long ou trop coûteux en énergie) et la valorisation des déchets peuvent améliorer notre image environnementale et attirer des consommateurs qui veulent se tourner vers les produits écologiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impact environnemental du processus de production</b> : Même si notre entreprise utilise des sous-produits, le processus de transformation (broyage, transport) peut consommer beaucoup d'énergie, ce qui va toucher notre bilan écologique.</li> <li>• <b>Réglementations environnementales locales</b> : Selon notre localisation, on pourra être soumis à des normes environnementales strictes (gestion des déchets, consommation d'eau, émissions de CO<sub>2</sub>). Il faudra donc adopter toutes les résolutions pour ne pas avoir de problèmes avec ça</li> </ul>



Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Possibilité de protection par brevets</b> : On peut protéger notre processus de transformation ou nos idées ou recettes par des brevets (ca offre un avantage concurrentiel)</li> <li>• <b>Accès aux labels et certifications environnementales</b> : Obtenir des certifications ou labels écologiques peut renforcer la crédibilité et l'image de nos produits sur le marché ou aux yeux des fournisseurs et collaborateurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Réglementations contraignantes sur les aliments innovants</b> : L'utilisation de la drêche comme matière première pourrait soulever des questions juridiques ou réglementaires concernant sa sécurité et le fait qu'elle soit consommable pour l'humain ou non</li> <li>• <b>Concurrence en termes de propriété intellectuelle</b> : Des concurrents pourraient développer des produits similaires et tenter de breveter des procédés proches des nôtres.</li> </ul>
-------	--	--

### **Taille du marché :**

Selon un article du média « le dauphiné », le marché des barres de céréales « bon pour la santé » s'élève à environ 200 millions d'euros en France en 2023.

Grâce au lancement d'un produit nouveau et innovant, et une stratégie marketing optimale notre but serait de récupérer 2% des parts de marchés sur 3 ans

Soit un chiffre d'affaires annuel pouvant atteindre 4 millions d'euros.

Cela nous donne une première valeur référence théorique que l'on précisera dans la partie dimension en estimant notre capacité de production.

La manière de consommer évolue (Cf PESTEL Opportunité/social). Les consommateurs font de plus attention à leur mode consommation. Donc le marché tend à croître d'avantages.

## Partie 3 : Dimensionnement

Maintenant que nous avons estimé la taille du marché, et les parts que l'on peut viser à atteindre, Nous pouvons commencer à chiffrer la taille concrète nécessaire pour notre espace de production.

### Machines

Commençons par chercher des références pour les machines afin d'obtenir des informations cruciales comme leur prix, leur taille, leur puissance et leur capacité de production, afin de budgétiser les charges qu'elles incombent.

Machine	Prix Estimé (€)	Capacité de Production (kg/h)	Consommation d'Électricité (kW/h)	Consommation d'eau quotidienne	Surface en m2
Séchoir à drêches	25 000,00 €	125	45	67,5	9
Broyeur à marteaux	20 000,00 €	250	146,25	337,5	3
Mélangeur à vis	10 000,00 €	100	23,7	33,75	1,8
Extrudeuse / Presse à barres	30 000,00 €	300	112,5	56,25	30
Four de cuisson à convection	25 000,00 €	60	157,5	157,5	7,5
Refroidisseur à air	15 000,00 €	60	15,75	15,75	9
Découpe des barres	25 000,00 €	288	9	15,75	20
Machine d'emballage (occasion pour réduire coût)	10 000,00 €	216	5,75	15,75	9
<b>Total</b>	<b>160 000,00 €</b>	<b>175</b>	<b>515,45</b>	<b>699,75</b>	<b>89,3</b>

(Liens des sites de vente ou site constructeur en annexe)

### Prix machine

Le budget total au niveau machines pour lancer la ligne de production serait donc de 160 000€. Nous pourrions diminuer ce coût si besoin en achetant d'avantages sur le marché de l'occasion.

Cependant mise à part la machine à d'emballage coûte de 60 000 à des millions d'euros (c'est la plus chère). L'acheter sur le marché de l'occasion nous permettra de diminuer l'achat initial.

### Capacité de production

La difficulté pour estimer la capacité de production, est liée au fait que chaque machine produit à une capacité différente, et que les unités ne sont pas les même selon les machines (barres/minutes, Heures ; Kg/h). Puis nous avons fait une moyenne de chaque capacité de production afin de faciliter notre calcul.

Pour trouver une même unité, nous avons pris en compte le poids unitaire de chaque barre qui est de 60 grammes (détaillé juste après pour notre CA prévisionnel). Nous avons également pris en compte une perte de 5% de matières premières par heures.

Nous pourrons avec ces machines, à leur capacité maximum, produire environ 2769 barres de céréales par heure ( $125/0,06 \times 0,95$ ).

En calculant le coût de revient de chaque barre de céréale, ainsi que le prix de vente, il faut déterminer le prix des matières premières obtenus auprès de nos fournisseurs.

### Coût de revient

Liste des produits	PU
Drêche	- €
Sirop d'agave	4,19 €
Beurre	14,99 €
Épices	15,30 €
Amande	8,29 €
Miel	6,62 €
Chocolat	17,54 €
Noisette	11,22 €
Pistache	49,63 €
Praliné	1,99 €

(Cf devis en annexe)

### Exemple barres amande-miel

Barre amande miel	Q (Kg)	PU (Kg)	Total
Drêche	0,023	- €	- €
Sirop d'agave	0,013	4,19 €	0,05 €
Beurre	0,012	14,99 €	0,18 €
Amande	0,0085	8,29 €	0,07 €
Miel	0,0035	6,62 €	0,02 €
<b>Total</b>	<b>0,06</b>	<b>5,47 €</b>	<b>0,33 €</b>
Packaging barre individuelle	1	0,08	0,08 €
Packaging 8 barres	0,125	0,2	0,025 €
<b>Total</b>			<b>0,43 €</b>

Prix achat kilo	7,22 €
Prix achat portion (60g)	0,43 €
Prix achat pack (8 barres)	3,46 €

	HT	TTC
Prix de vente au kilo	21,65 €	25,98 €
Prix de vente P8	10,39 €	12,47 €
Marge brute	6,93 €	8,31 €
Taux de marge brute	67%	

Fournisseurs à proximité des brasseurs : Jean Louis la bière,  
3 brasseurs Valence, Les Zythonautes

Nous avons calculé le coût de nos barres de céréales, en prenant en compte des prix fournisseurs de toutes les matières premières nécessaires à leurs fabrications.

Nous les avons ajoutés proportionnellement à leur quantité dans la recette de la barre.

Enfin nous avons appliqué un coefficient pour déterminer le prix de vente de nos barres que nous vendons par pack de 8, en se basant sur les marges brutes des entreprises rentables sur le secteur.

Le taux de marge brute pour les industries agro-alimentaire sur un marché haut de gamme, se situe entre 50 et 70%.

En appliquant un Coeff X3, nous arrivons à un prix de vente de 10,39 € HT, pour un taux de marge brute de 67% (permis grâce à la drêche).

Nous avons suivi le même raisonnement pour nos 2 autres parfums, qui nous reviennent à 4,10€ pour les barres choco noisette, et 4,43€ pour les barres pistache praliné. Notre but étant de proposer une gamme de trois parfums au même prix on choisit de diminuer notre marge brute sur les deux derniers et de mettre des prix similaires au premier.

On obtient un coût de revient moyen de 4 €, un prix de vente moyen de 10 €, et un taux de marge brute de 61%.

On peut ainsi estimer notre chiffre d'affaires à capacité de production maximum.

CA annuel = (Nombres de barres max produites par jours/8) \* Prix de vente moyen de packs \* 4,5 \* 24 \* 12

CA annuel = (2769/8) \* 10 \* 4,5 \* 24 \* 12

CA annuel = 4 485 780 €

Ce qui dépasse légèrement la taille de nos parts de marchés envisagés sur 2 ans (Cf étude de marché), donc notre capacité de production est largement suffisante pour répondre à la demande potentiel.

## Bâtiment

La surface totale de nos machines est d'environ 90 m<sup>2</sup>, nous avons décidé de doubler l'espace nécessaire pris par les machines pour faciliter la circulation dans l'usine et le confort de travail de nos salariés. Ce qui donne un espace de production de 180 m<sup>2</sup>.

Nous envisageons un espace de stockage de 150m<sup>2</sup> pour être large au niveau stockage des matières premières et des produits finis. Enfin, Étant 6 associés dans les bureaux, nous avons prévu environ un espace bureau de 10m<sup>2</sup> par personnes ce qui rajoute un espace bureau de 60m<sup>2</sup>.

Cela fait un espace total de 390m<sup>2</sup>

Nous avons trouvé un local de 438m<sup>2</sup>, situé à 600m du centre logistique, et a environ 10 minutes de chaque brasseur.

La partie supplémentaire, permettrait de faire un espace dédié au contrôle qualité, et à la R&D.

Le local se situe Grand Charran Briffaut (quartier), 26000 Valence.

Il coûte 455 000 €, avec un prix au m<sup>2</sup> de 1039€, ce qui est cohérent avec notre étude de faisabilité (955 €/m<sup>2</sup> prévue).



### Local bureaux 438 m<sup>2</sup>


438 m<sup>2</sup> · Valence 26000 · Quartier Briffaut

**455 000 €** ↘ 1 039 €/m<sup>2</sup>

08/01/2025 à 15:05

 Richardson



 Contactez nous



Nous avons prévu de faire une SCI pour acheter les murs, mais c'est un projet différent. Si le montage avec la SCI se fait, nous prévoyons de louer les murs à notre entreprise à hauteur de 54 570 € par ans. Soit 4547,5 € par mois.

## Logistique

Pour Estimer les coûts logistiques, nous avons Contacter l'entreprise Bernard transport logistique situé à côté de Valence. Ils nous ont calculé le trajet que nous paierons pour le trajet exact que l'on compte faire pour se fournir en drêche.

Le coût par trajet serait de 65€.

La drêche se périme en 3 jours, on fera donc 2 trajets par semaines

Ce qui fait un coût hebdomadaire de 130 €, et un coût annuel de 6 240 €.

Concernant le trajet de l'entrepôt jusqu'au centre logistique, nous prévoyons de louer un camion pour 300€ par mois (annonce leboncoin), pour faire le trajet jusqu'au centre de logistique.

Le prix au km pour ce type de camion a été estimé à 1,43€ par kilomètres. Le centre de trouves à 600m, soit un 1,4km pour l'aller-retour, cela 3 fois par semaine, cela fait environ 240,24€.

## Électricité

Consommation d'Électricité (kW/jour de 4,5h)
45
146,25
23,7
112,5
157,5
15,75
9
5,75
Total : $515,45/4,5 = 114,54$ Kw/h

On calcule la consommation annuelle :

Consommation Annuelle =  $Kw/h * 4,5 * 24 * 12 * \text{px du Kw/h}$

Consommation Annuelle =  $515,45 * 4,5 * 24 * 12 * 0,25$

Consommation Annuelle = 37 112,40 €

## Eau

Consommation d'eau quotidienne
67,5
337,5
33,75
56,25
157,5
15,75
15,75
15,75
699,75

Pour estimer les dépenses d'eau, on prend la consommation quotidienne totale, auquel on ajoute 40 litres pour la consommation des bureaux et le nettoyage.

On le multiplie par le prix du m<sup>3</sup> (4,34) et on divise par 1000 pour le prix au litre.

Cela nous donne un prix au litre de ~~3,2€~~  
Et une consommation annuelle de 847,5€

## SAS :

Nous avons choisi de prendre en statut juridique la SAS, déjà pour la responsabilité limitée qu'elle nous donne, Si un jour l'entreprise a de gros problème financier ou de trésorerie, ce sont uniquement les biens de l'entreprise qui pourront être engagés et non notre patrimoine personnel.

De plus les règles en SAS, nous pouvons les fixer nous-même lors de la création de celle-ci, en faisant nos clauses et notre fonctionnement. Grâce à cette flexibilité notre entreprise peut s'adapter pour tout ce qui est d'augmentation de capital d'associées ou de normes.

Aussi pour la fiscalité, nous sommes à l'IS, et ce qui est intéressant c'est que pour les dividendes nous avons le PFU à 30%. Ceux-ci sont les impôts et taxes fixes, nous savons dans quoi nous nous engageons, et cela correspond parfaitement à nos projets et nos intérêts économiques et financier.

## Charges fixes :

Charges Fixes	Montant Année 1	Montant année 2	Montant Année 3
Assurances	14 396,67	18 510	18 510
Téléphone, Internet	1 680	1 680	1 680
Autres abonnements	1 204,12	1 204,12	1 204,12
Eau, électricité, gaz	38 000	38 000	38 000
Mutuelle	4320	4320	4320
Fournitures diverses	300	300	300
Entretien matériel et vêtement	Fait en interne	Fait en interne	Fait en interne
Nettoyage des locaux	Fait en interne	Fait en interne	Fait en interne
Budget publicité et communication	400 000	300 000	200 000
Loyer et charges locatives	54 570	-	-
Expert-comptable, avocat	6 500	6 500	6 500
Frais bancaire et terminal carte bleue	39 000	39 000	39 000
Taxes CFE	-	550,55	550,55
Total	560270,79	410 364,67	310 364,67



## Partie 4 : Politique RH :

Au départ, nous avions planifié l'embauche de 12 salariés dès les premiers mois, car notre capacité de production maximale le permettait. L'objectif initial était d'accroître rapidement notre production pour augmenter notre chiffre d'affaires par une hausse des ventes. Cependant, après avoir observé l'évolution de notre activité, nous avons réalisé que le nombre de salariés prévu était excessif et qu'il n'était pas nécessaire d'embaucher autant dans un premier temps. En effet, en raison de notre faible notoriété et de notre capacité limitée à atteindre les clients, nous avons décidé de réduire la production pour nous adapter à la réalité du marché.

### **Répartition des rôles et des responsabilités**

Pour structurer au mieux l'organisation, nous avons décidé de répartir les 8 salariés dans les différents domaines suivants :

- Production : 4 salariés seront affectés à l'ensemble du processus de production, incluant les ateliers de broyage, de séchage, etc. Parmi eux, un salarié assumera le rôle de chef de production pour superviser les opérations et garantir le bon déroulement des processus.
- Maintenance : Un salarié sera responsable de la maintenance des machines, en charge des réparations et de la gestion des pannes.
- Contrôle qualité : Un salarié sera dédié au contrôle qualité des produits, s'assurant que chaque production respecte les normes biologiques. Ce contrôle inclut la vérification de l'absence de contamination ou de produits allergènes. Ce salarié sera supervisé par un responsable qualité (cadre), afin d'assurer une gestion rigoureuse de la qualité.
- Logistique et transport : Nous avons affecté deux salariés à la logistique et au transport. Le premier se chargera de la coordination avec les entreprises de transport externes, et le second sera responsable du chargement et du déchargement des camions.

### **Formation et développement des compétences**

Nous avons mis en place un programme de formation continue pour nos salariés afin d'optimiser leurs compétences et de les adapter aux exigences de notre secteur. Nous voulons nous assurer que chaque membre de l'équipe puisse évoluer et répondre aux défis de manière efficace.

### **Rémunération et charges sociales**

Pour la première année, afin de limiter les coûts liés à la masse salariale, tous les salariés (y compris les dirigeants) seront rémunérés au SMIC. Cette décision est liée à une gestion rigoureuse de notre trésorerie, qui a été négative pendant une grande partie de l'année.

- La rémunération annuelle des dirigeants sera de 84 000 € au total, et celle des salariés sera de 134 400 €.
- Les charges sociales liées aux dirigeants s'élèveront à 27 720 €, tandis que celles des salariés seront de 96 768 €.

## **Assurances et mutuelle**

L'assurance couvrant à la fois les dirigeants et les salariés est évaluée à 14 396,67 € par an. En parallèle, la contribution à la mutuelle s'élèvera à 4 320 € pour l'ensemble du personnel.

## **Structure de la direction**

Nous comptons 6 cadres dans l'entreprise :

- Le Directeur Général
- Le Responsable qualité
- Le Responsable des Ressources Humaines (RH)
- Le Directeur Commercial
- Le Responsable Marketing
  
- Le Directeur Financier

## Partie 5 : Plan d'affaires

	Montant		
Apport personnel ou familial	100 000,00		
Apports en nature (en valeur)		(saisir taux)	(saisir la durée en mois)
Prêt n°1 BNP	112 000,00	3,70%	120
Prêt n°2 BNP	90 000,00	3,70%	60
Prêt n°3 co Financement Agglo	8 750,00	3,70%	
Subvention n°1 Financement participif	180 000,00		
Subvention n°2 (libellé) business angel	29 250,00		
<b>TOTAL</b>	<b>520 000,00</b>		

Notre besoin de financement s'articule en plusieurs points.

Tout d'abord, un prêt bancaire de 112 000€ pour financer les machines de production.

Ensuite un emprunt de 90 000€ pour le stock de départ.

Puis, un financement de l'agglo de 8750, qui nous permettra d'obtenir le plan leader, développé plus loin.

La subvention leader, obtenu en contactant Ludivine Rosier, animatrice du plan leader à Valence, qui vient compléter le financement des machines.

Nous sommes éligibles, car même si notre entrepôt ne se situe pas dans une ZRR (Zon rurale de revitalisation), Notre projet est profitable aux artisans situés dans des ZRR.

Nous allons emprunter les machines sur 10 ans, sauf celle d'occasion sur 5 ans, et les stocks sur 5 ans.

Nous allons également faire une campagne de financement participatif, car notre besoin de trésorerie, notamment sur le début de l'année un est important.

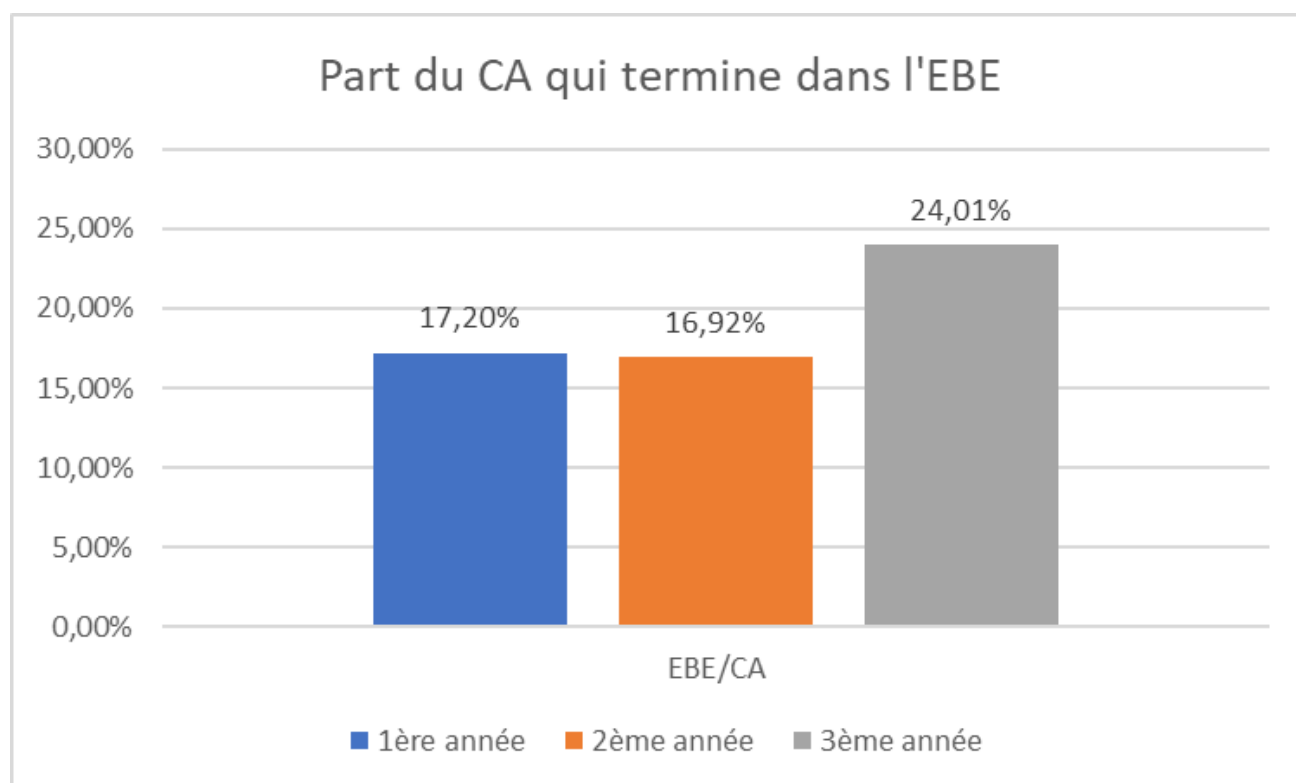
	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5
Apport personnel	100 000,00				
Emprunts	210 750,00				
Subventions	209 250,00				
Autres financements					
Vente de marchandises	-	-	48 000,00	62 400,00	81 120,00
Vente de services	-	-	-	-	-
<b>Chiffre d'affaires (total)</b>	-	-	48 000,00	62 400,00	81 120,00
Immobilisations incorporelles	1 604,00				
Immobilisations corporelles	192 220,98				
<b>Immobilisations (total)</b>	<b>193 824,98</b>				
Acquisition stocks	90 458,47				
Échéances emprunt	2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33
Achats de marchandises	-	-	18 240,00	23 712,00	30 825,60
Charges externes	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23
Impôts et taxes	-	-	-	-	-
Salaires employés	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00
Charges sociales employés	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00
Prélèvement dirigeant(s)	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00
Charges sociales dirigeant(s)	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00
<b>Total charges de personnel</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>
Frais bancaires, charges financières	3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04
<b>Total des décaissements</b>	<b>362 285,06</b>	<b>78 001,61</b>	<b>96 241,61</b>	<b>101 713,61</b>	<b>108 827,21</b>
<b>Total des encaissements</b>	<b>520 000,00</b>	-	48 000,00	62 400,00	81 120,00
Solde précédent	-	157 714,94	79 713,33	31 471,73	- 7 841,88
<b>Solde du mois</b>	<b>157 714,94</b>	<b>- 78 001,61</b>	<b>- 48 241,61</b>	<b>- 39 313,61</b>	<b>- 27 707,21</b>
<b>Solde de trésorerie (cumul)</b>	<b>157 714,94</b>	<b>79 713,33</b>	<b>31 471,73</b>	<b>- 7 841,88</b>	<b>- 35 549,09</b>

	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
								100 000,00
								210 750,00
								209 250,00
								-
105 456,00	137 092,80	178 220,64	231 686,83	301 192,88	391 550,75	391 550,75	391 550,75	1 928 270,65
-	-	-	-	-	-	-	-	-
105 456,00	137 092,80	178 220,64	231 686,83	301 192,88	391 550,75	391 550,75	391 550,75	1 928 270,65
								1 604,00
								192 220,98
								193 824,98
								90 458,47
2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33	2 433,33	29 200,00
40 073,28	52 095,26	67 723,84	88 041,00	114 453,30	148 789,28	148 789,28	148 789,28	732 742,85
43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	520 970,79
-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	134 400,00
8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	96 768,00
7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	84 000,00
2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	27 720,00
28 574,00	28 574,00	28 574,00	28 574,00	28 574,00	28 574,00	28 574,00	28 574,00	342 888,00
3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04	3 580,04	42 960,51
118 074,89	130 096,87	145 725,45	166 042,60	192 454,90	226 790,89	226 790,89	226 790,89	1 953 045,59
105 456,00	137 092,80	178 220,64	231 686,83	301 192,88	391 550,75	391 550,75	391 550,75	2 448 270,65
- 35 549,09	- 48 167,98	- 41 172,05	- 8 676,86	56 967,37	165 705,34	330 465,20		
- 12 618,89	6 995,93	32 495,19	65 644,23	108 737,98	164 759,85	164 759,85		
- 48 167,98	- 41 172,05	- 8 676,86	56 967,37	165 705,34	330 465,20	495 225,05		

## L'étude de la structure financière :

### Rentabilité :

Au niveau de la rentabilité, notre entreprise arrive à dégager des bénéfices importants, environ 10% du chiffre d'affaires de la première année termine dans les bénéfices (et les mises en distributions ne consomment pas trop de d'argent), ce qui est une bonne chose étant donné que ce montant pourra être investi sur les années suivantes dans les différents actifs, où pour soutenir des potentiels problèmes liés à un résultat qui diminuerait sur les autres années. Un élément important des soldes intermédiaires de gestion est l'excédent brut d'exploitation, c'est-à-dire l'argent qui reste à l'entreprise après les charges qui sont liées directement au déroulement de l'activité (après paiement des charges de matières premières, salaires...).



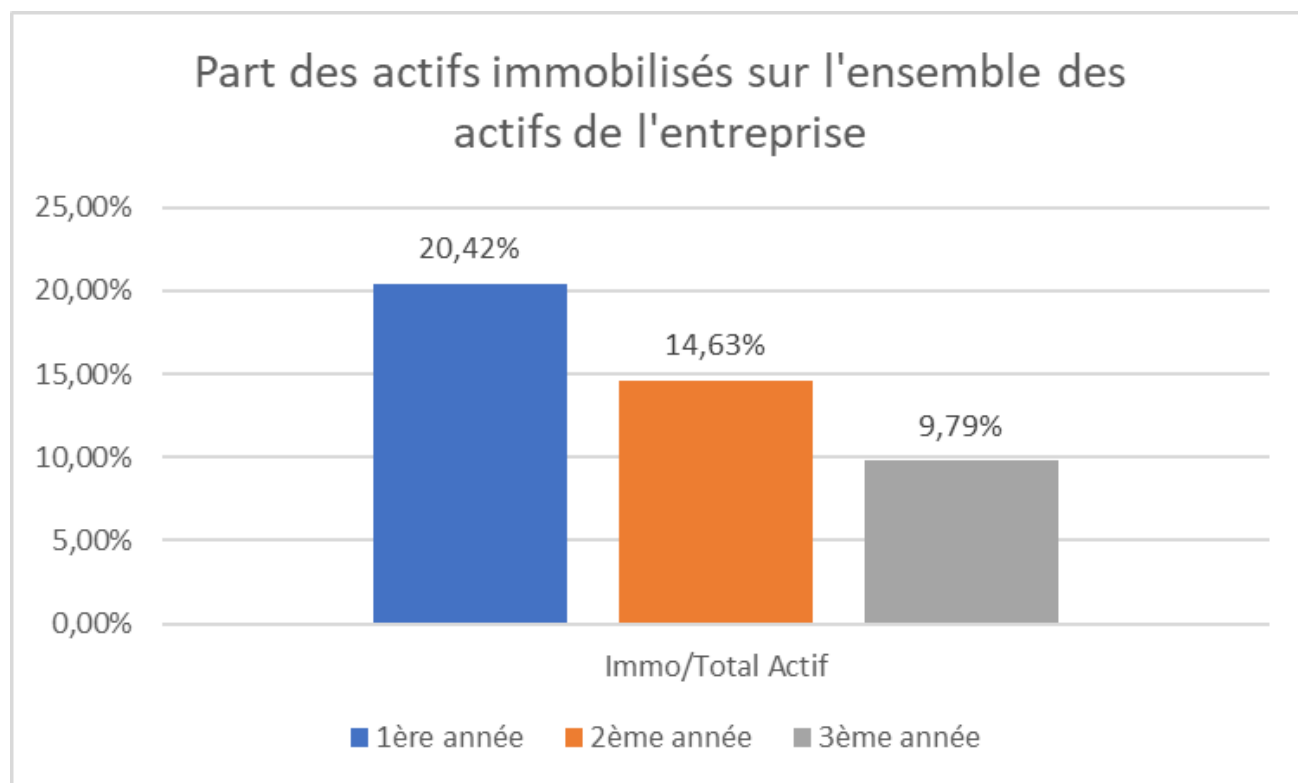
On voit que la part du chiffre d'affaires qui termine dans l'EBE est constante sur les deux premières années, car l'augmentation importante des charges de personnels sur ces deux années est compensée par une baisse des charges externes (liées au budget marketing qui diminue au fur et à mesure). Sur la troisième année, on estime que les charges de personnels seront relativement similaires à l'année précédente, et en plus les charges externes, encore une fois liées au budget marketing, continueront de diminuer. À cela s'ajoute l'augmentation du CA. Le plan de financement prévisionnel montre donc que nous maîtrisons avec soin les différentes charges qui s'imposent au bon développement de l'entreprise.

### Équilibre financier :

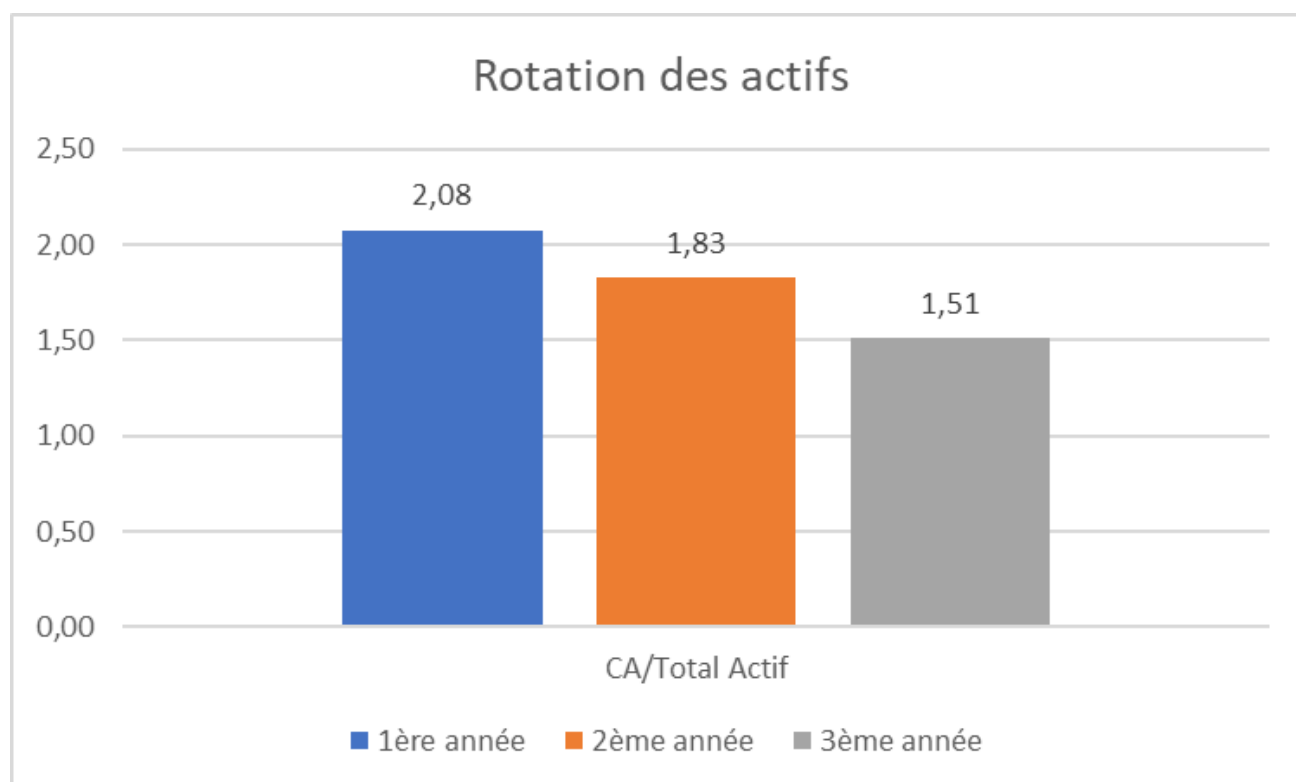
Avec notre ratio d'autonomie financière de 0.57, nous sommes dans la tranche supérieur de la moyenne du secteur agroalimentaire (0.4-0.6). On peut donc dire que notre structure financière est solide par son autonomie financière, on a pas de recours excessif à la dette, c'est rassurant pour nos prochains projets dans l'entreprise. On le voit encore mieux avec le ratio d'endettement financier (Dettes financières / Total Passif) de 27.89%. Forcément, il est un peu plus élevé pour la première année par rapport à la moyenne sectorielle (24% en moyenne), à cause du fait que l'on vient à peine de se lancer. Il est donc normal d'avoir un recours plus important à la dette qu'une entreprise qui est déjà implanté depuis plusieurs années, car il faut financer les machines, le marketing etc... Donc des charges importantes au démarrage mais obligatoire pour par la suite

être rentable. Il faut quand même rappeler que cet endettement reste acceptable au vu du contexte, mais surtout car on arrive à diversifier nos financements, avec un apport et des subventions d'investissement importantes.

On remarque aussi que notre FRNG est élevé car on dégagé assez d'argent à partir de revenus à LT pour investir sur l'activité et donc financer notre cycle d'exploitation.



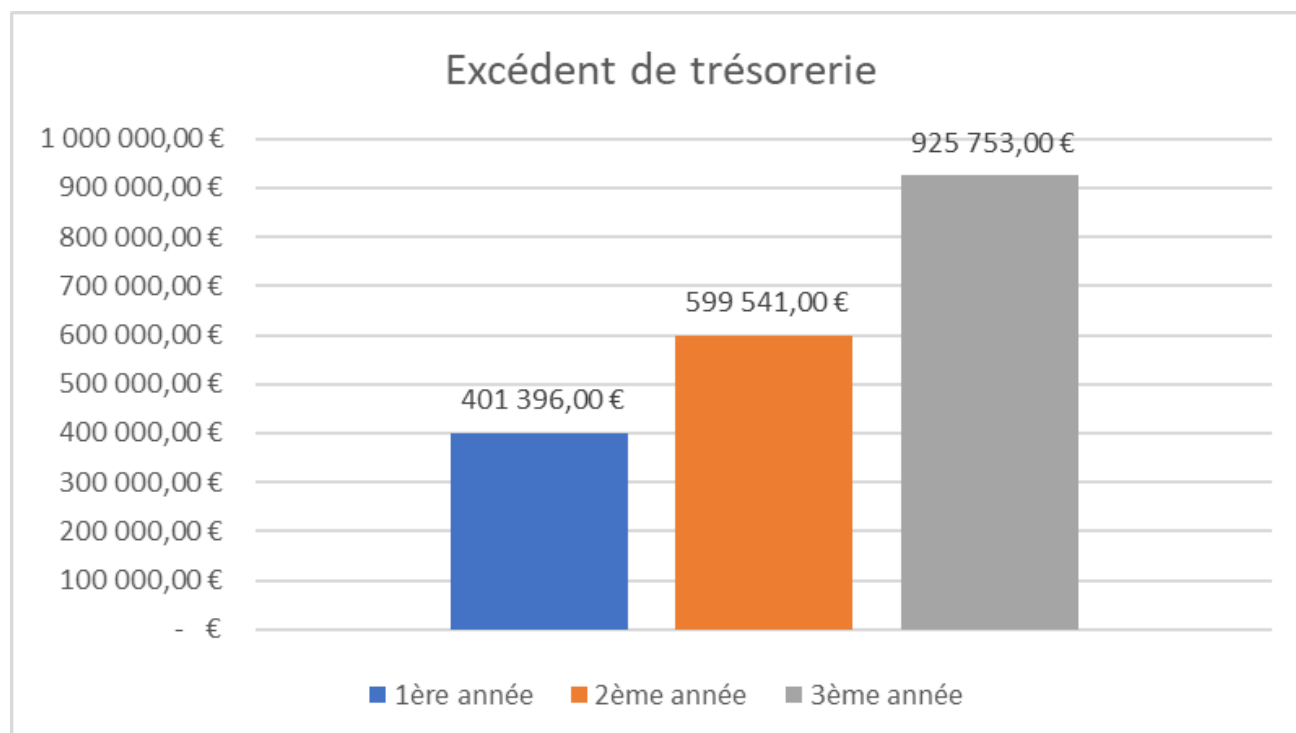
On voit aussi grâce à ce graphique la part des actifs immobilisés par rapport à l'ensemble des actifs de l'entreprise diminue progressivement et de manière plutôt linéaire. Cela est dû au fait que nous ne comptons pas réinvestir sur les années d'après sur de nouvelles machines. Par conséquent, les actifs sont en grande partie constitués de liquidité de la trésorerie. C'est un des aspects négatifs de cette grande trésorerie, à savoir que nous pourrions investir cette trésorerie dans des immobilisations, mais comme nous le développerons après, ce n'est pas la stratégie pour laquelle nous avons opté.



Pour finir, on voit facilement des conséquences de ce qui a été développé juste avant, à savoir que l'argent de chiffre d'affaires que nos actifs génèrent diminue d'année en année. Cela s'explique par le fait que les actifs, et surtout la trésorerie, augmentent plus vite que le chiffre d'affaire de l'entreprise. En résumé nous avons une bonne structure financière dû à une solidité financière avec une bonne capacité à investir.

### Liquidité :

Pour ce qui est de la liquidité et donc de la trésorerie de l'entreprise qui est disponible, il y a une chose qui saute aux yeux dès le début de l'analyse : la trésorerie est trop importante. En effet, dans le plan de financement prévisionnel, notre trésorerie explose, jusqu'à représenter 50% de notre CA, c'est indécemment. Effectivement dans le calcul de la trésorerie n'est pas pris en compte le coût des stocks et de toutes les charges variables. L'outil fourni est donc incomplet et ne nous permet pas de visualiser correctement les encaissements et les décaissements au cours de l'année et des suivantes. Malgré cette imprécision, nous remarquons une évolution croissante de notre trésorerie, dû à notre CAF qui augmente et s'accumule vu que nous ne faisons aucun autre investissement.



En effet, dans cette SAÉ on ne nous demande pas de faire une stratégie financière sur plusieurs années (5 ans au moins). De plus cette trésorerie qui augmente nous permet de lever plus de fonds pour un futur emprunt dans le but de développer notre boîte, car on verra une très bonne capacité d'épargne. Une trésorerie aussi forte pourra être aussi distribuée aux associés ou faire des placements financiers. Cela relève de la politique financière de l'entreprise.

## Présence aux conférences

Duo	Conférence	Date
Lilian-Virgile	Méthodologie	Mardi de 10h à 11h
Elyes-Lilian	Social-Fiscal	Mardi de 14h à 15h
Elyes-Pablo	Structure juridique	Mardi de 15h à 16h
Pablo-Téo	Plan de financement	Mercredi de 9h à 10h
Bastien-Virgile	Rdv Comptable	Mercredi à 14h
Bastien-Téo	Rdv Banque	Mercredi à 16h30

## Problèmes et remise en question :

### **Qu'est-ce qu'on ferait différemment ?**

Pour améliorer le projet de création d'entreprise, voici ce qu'on ferait différemment en tenant compte du manque de temps et d'organisation :

**Gestion du temps** : On précisera les tâches essentielles et fixera des délais précis pour chaque étape, afin d'éviter de revenir sans cesse sur des détails non importants.

**Organisation** : On mettrait en place un plan de travail strict et des outils de gestion de projet pour suivre l'avancement, afin que chaque tâche soit clairement définie et attribuée à chaque membre de l'équipe

**Productivité** : On limiterait les réunions et discussions inutiles en nous concentrant uniquement sur les tâches importantes. On réduirait les moments de rigolade et on définirait des objectifs précis.

**Dynamique d'équipe** : On renforcerait la discipline et instaurerait un suivi régulier pour évaluer les performances et éviter le manque de productivité.



## Annexes :

Investissements et financements	
Investissements	Montant € hors taxe
<b>Immobilisations incorporelles</b>	<b>1604,00</b>
Frais d'établissement	246,00
Frais d'ouverture de compteur	140,00
Logiciels, formations	
Dépôt, marque, brevet, modèle	318,00
Droits d'entrée	Pas besoin
Achat fonds de commerce ou parts	Pas besoin
Droit au bail	Pas besoin
Caution ou dépôt de garantie	Un mois de loyer
Frais de dossier	900,00
Frais de notaire ou avocat	Pas besoin
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>192 220,98</b>
Enseigne et éléments de communication	4 140,00
Achat immobilier	Pas besoin
Travaux et aménagements	10 000,00
Matériel	160 000,00
Matériel de bureau	18 080,98
<b>Stock de matières et produits</b>	<b>90 458,47</b>
<b>Trésorerie de départ</b>	<b>235 716,55</b>
<b>TOTAL BESOINS</b>	<b>520 000,00</b>
	<b>Montant € hors taxe</b>
<b>Apport personnel ou familial</b>	<b>100 000,00</b>
Apport personnel ou familial	100 000,00
Apports en nature	0,00
<b>Emprunt</b> <b>taux :</b> <b>durée mois :</b>	<b>240 000,00</b>
Prêt numéro 1 BNP 3,70% 120	150 000,00
Prêt numéro 2 BNP 3,70% 60	90 000,00
Prêt numéro 3	0,00
<b>Subvention numéro 1 Financement participatif</b>	<b>180 000,00</b>
<b>Subvention numéro 2</b>	<b>0,00</b>
<b>Business angel</b>	-
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>520 000,00</b>

Statut juridique : SAS

Bénéficiaire de l'Acre : Oui

Statut social du (des) dirigeant(s) : Assimilé-salarié

Salaires et charges sociales			
	Année 1	Année 2	Année 3
<b>Rémunération du (des) dirigeant(s)</b>	<b>84 000,00</b>	<b>100 800,00</b>	<b>100 800,00</b>
% augmentation		20%	0%
<b>Charges sociales du (des) dirigeant(s)</b>	<b>27 720,00</b>	<b>70 560,00</b>	<b>70 560,00</b>
<b>Salaires des employés</b>	<b>134 400,00</b>	<b>230 400,00</b>	<b>230 400,00</b>
% augmentation		71%	0%
<b>Charges sociales employés</b>	<b>96 768,00</b>	<b>165 888,00</b>	<b>165 888,00</b>

Détail des amortissements			
	Année 1	Année 2	Année 3
<b>Amortissements incorporels</b>	<b>114,60</b>	<b>114,60</b>	<b>114,60</b>
Frais d'établissement	24,60	24,60	24,60
Logiciels, formations	0,00	0,00	0,00
Droits d'entrée	0,00		
Frais de dossier	90,00	90,00	90,00
Frais de notaire ou avocat	0,00		
<b>Amortissements corporels</b>	<b>19 222,10</b>	<b>19 222,10</b>	<b>19 222,10</b>
Enseigne et éléments de communication	414,00	414,00	414,00
Achat immobilier	0,00		
Travaux et aménagements	1 000,00	1 000,00	1 000,00
Matériel	16 000,00	16 000,00	16 000,00
Matériel de bureau	1 808,10	1 808,10	1 808,10
<b>Total amortissements</b>	<b>19 336,70</b>	<b>19 336,70</b>	<b>19 336,70</b>

Compte de résultats prévisionnel sur 3 ans			
	Année 1	Année 2	Année 3
<b>Produits d'exploitation</b>	<b>1 928 270,65</b>	<b>2 082 532,30</b>	<b>2 207 484,24</b>
Chiffre d'affaire	1 928 270,65	2 082 532,30	2 207 484,24
Chiffre d'affaire	0,00	0,00	0,00
<b>Charges d'exploitations</b>	<b>732 742,85</b>	<b>791 362,27</b>	<b>838 844,01</b>
Achat consom	732 742,85	791 362,27	838 844,01
<b>Marge brute</b>	<b>1 195 527,80</b>	<b>1 291 170,02</b>	<b>1 368 640,23</b>
<b>Charges externes</b>	<b>520 970,79</b>	<b>370 514,12</b>	<b>270 514,12</b>
Assurances	14396,67	18 510,00	18 510,00
Téléphone, inte	1 680,00	1 680,00	1 680,00
Autres abonnes	1 204,12	1 204,12	1 204,12
Carburant, tra	0,00	0,00	0,00
Frais de dépla	0,00	0,00	0,00
Eau, électricité	38 000,00	38 000,00	38 000,00
Mutuelle	4 320,00	4 320,00	4 320,00
Fournitures div	300,00	300,00	300,00
Entretien matér	Fait en interne	Fait en interne	Fait en interne
Nettoyages des	Fait en interne	Fait en interne	Fait en interne
Budget publicité	400 000,00	300 000,00	200 000,00
Loyer et charges locatives	54 570,00	0,00	0,00
Expert comptable, avocats	6 500,00	6 500,00	6 500,00
Libellé autre ch	0,00	0,00	0,00
Libellé autre ch	0,00	0,00	0,00
Libellé autre ch	0,00	0,00	0,00
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>674,557,01</b>	<b>920 655,90</b>	<b>1 098 126,11</b>
<b>Impôts et taxes</b>	<b>0,00</b>	<b>550,55</b>	<b>550,55</b>
<b>Salaires et emplo</b>	<b>134 400,00</b>	<b>230 400,00</b>	<b>230,400</b>

Charges sociale	96 768,00	165 888,00	165 888,00
<b>Prélèvement d</b>	<b>84 000,00</b>	<b>100 800,00</b>	<b>100 800,00</b>
Charges sociales	27 720,00	70 560,00	70 560,00
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>331 669,01</b>	<b>352 457,35</b>	<b>529 927,56</b>
Frais bancaires, charges financières	43 712,55	43 712,55	43 712,55
Dotations aux amortissements	19 36,70	19 336,70	19 336,70
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>268 619,76</b>	<b>289 408,10</b>	<b>466 878,31</b>
Impôt sur les s	70 257,93	76 078,67	125 770,33
<b>Résultat net comptable ( résultat de l'exercice)</b>	<b>198 361,83</b>	<b>213 329,43</b>	<b>341 107,98</b>

Soldes intermédiaires de gestion						
	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%
Chiffre d'affaires	1 929 270,65	100%	2 082 532,30	100%	2 207 484,24	100%
Vente+Prod	1 928 270,65	100%	2 082 532,30	100%	2 207 484,24	100%
Achat conso	732 742,85	38%	791 362,27	38%	838 844, 01	38%
<b>Marge globale</b>	<b>1 195 527,80</b>	<b>62%</b>	<b>1 291 170,02</b>	<b>62%</b>	<b>1 368 640,23</b>	<b>62%</b>
Charges exter	520 970,79	27%	370 514,12	18%	270 514,12	12%
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>674 557,01</b>	<b>35%</b>	<b>920 655,90</b>	<b>44%</b>	<b>1 098 126,11</b>	<b>50%</b>
Impôts et taxes	0,00	0%	550,55	0%	550,55	0%
Charges de personnel	342 888,00	18%	567 648,00	27%	567 648,00	26%
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>331 669,01</b>	<b>17%</b>	<b>352 457,35</b>	<b>17%</b>	<b>529 927,56</b>	<b>24%</b>
Dotation aux am	19 336,70	1%	19 336,70	1%	19 336,70	1%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>312 332,32</b>	<b>16%</b>	<b>333 120,66</b>	<b>16%</b>	<b>510 590,86</b>	<b>23%</b>
Charges financières	43 712,55	2%	43 712,55	2%	43 712,55	2%
Résultat financier	-43 712,55	-2%	-43 712,55	-2%	-43 712,55	-2%
<b>Résultat courant</b>	<b>268 619,76</b>	<b>14%</b>	<b>289 408,10</b>	<b>14%</b>	<b>466 878,31</b>	<b>21%</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>198 361,83</b>	<b>10%</b>	<b>213 329,43</b>	<b>10%</b>	<b>341 107,98</b>	<b>15%</b>
Capacité d'aut	217 698,53	11%	232 666,13	11%	360 444,68	16%

Capacité d'autofinancement			
	Année 1	Année 2	Année 3
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>198 361,83</b>	<b>213 329,43</b>	<b>341 107,98</b>
+Dotation aux amortissements	19 336,70	19 336,70	19 336,70

<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>217 698,53</b>	<b>232 666,13</b>	<b>360 444,68</b>
-Remboursement	33 000,00	33 000,00	33 000,00
<b>Autofinancement net</b>	<b>184 698,53</b>	<b>199 666,13</b>	<b>327 444,68</b>

<b>Seuil de rentabilité économique</b>			
	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>
<b>Vente + production réelle</b>	<b>1 928 270,65</b>	<b>2 082 532,30</b>	<b>2 207 484,24</b>
Achats consom	732 742,85	791 362,27	838 844, 01
Total des coûts	732 742,85	791 362,27	838 844, 01
<b>Marge sur coûts</b>	<b>1 195 527,80</b>	<b>1 291 170,02</b>	<b>1 368 640,23</b>
<b>Taux de marge sur coûts variables</b>	<b>62%</b>	<b>62%</b>	<b>62%</b>
Coûts fixes	926 908,04	1 001 761,92	901 761,92
<b>Total des charges</b>	<b>1 659 650,88</b>	<b>1 793 124,19</b>	<b>1 740 605,93</b>
Résultat courant	268 619,76	289 408,10	466 878,31
<b>Seuil de rentabilité (CA)</b>	<b>1 495 012,96</b>	<b>1 615 745,03</b>	<b>1 454 454,71</b>
Excédent/insu	433 257,68	466 787,26	753 029,52
Point mort en CA par jour ouvré	5 980,05	6 464,98	5 817,82

Analyse clients/fournisseurs :

<b>Besoin en fonds de roulement</b>			
Délai jours	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>
<b>Besoins</b>			
Volume crédit 15	79 244,00	85 583,52	90 718,53
<b>Ressources</b>			
Volume dettes fournisseurs HT 30	60 225,44	65 043,47	68 946,08
<b>Besoin en fonds de roulement</b>	<b>19 018,56</b>	<b>20 540,04</b>	<b>21 772,45</b>

<b>Plan de financement à trois ans</b>			
	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>
Immobilisations	193 824,98		
Acquisition des stocks	90 458,47		
Variation du Besoin en fonds de roulement	19 018,56	1 521,48	1 232,40
Remboursement d'emprunts	33 000,00	33 000,00	33 000,00
<b>Total des besoins</b>	<b>336 302,01</b>	<b>34 521,48</b>	<b>34 232,40</b>
Apport personnel	100 000,00		
Emprunts	240 000,00		
Subventions	180 000,00		

Autres financements			
Capacité d'auto-financement	217 698,53	232 666,13	360 444,68
<b>Total des ressources</b>	<b>737 698,53</b>	<b>232 666,13</b>	<b>360 444,68</b>
Variation de trésorerie	401 396,52	198 144,65	326 212,28
<b>Excédent de trésorerie</b>	<b>401 396,52</b>	<b>599 541,17</b>	<b>925 753,44</b>

## Première année

Budget prévisionnel de trésorerie					
	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5
Apport personnel	100 000,00				
Emprunts	240 000,00				
Subventions	180 000,00				
Autres financements					
Vente de marchandises	-	-	48 000,00	62 400,00	81 120,00
Vente de services	-	-	-	-	-
<b>Chiffre d'affaires (total)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>48 000,00</b>	<b>62 400,00</b>	<b>81 120,00</b>
Immobilisations incorporelles	1 604,00				
Immobilisations corporelles	192 220,98				
<b>Immobilisations (total)</b>	<b>193 824,98</b>				
Acquisition stocks	90 458,47				
Échéances emprunt	2 750,00	2 750,00	2 750,00	2 750,00	2 750,00
Achats de marchandises	-	-	18 240,00	23 712,00	30 825,60
Charges externes	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23
Impôts et taxes	-	-	-	-	-
Salaires employés	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00
Charges sociales employés	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00
Prélèvement dirigeant(s)	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00
Charges sociales dirigeant(s)	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00

<b>Total charges de personnel</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>
Frais bancaires, charges financières	3 642,71	3 642,71	3 642,71	3 642,71	3 642,71
<b>Total des décaissements</b>	<b>362 664,39</b>	<b>78 380,94</b>	<b>96 620,94</b>	<b>102 092,94</b>	<b>109 206,54</b>
<b>Total des encaissements</b>	<b>520 000,00</b>	<b>-</b>	<b>48 000,00</b>	<b>62 400,00</b>	<b>81 120,00</b>
Solde précédent	-	157 335,61	78 954,66	30 333,72	- 9 359,23
<b>Solde du mois</b>	<b>157 335,61</b>	<b>- 78 380,94</b>	<b>- 48 620,94</b>	<b>- 39 692,94</b>	<b>- 28 086,54</b>
<b>Solde de trésorerie (cumul)</b>	<b>157 335,1</b>	<b>78 954,66</b>	<b>30 333,72</b>	<b>- 9 359,23</b>	<b>- 37 445,77</b>

Budget prévisionnel de trésorerie (suite)							
Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
							100 000,00
							240 000,00
							180 000,00
							-
105 456,00	137 092,80	178 220,64	231 686,83	301 192,88	391 550,75	391 550,75	1 928 270,65
-	-	-	-	-	-	-	-
<b>105 456,00</b>	<b>137 092,80</b>	<b>178 220,64</b>	<b>231 686,83</b>	<b>301 192,88</b>	<b>391 550,75</b>	<b>391 550,75</b>	<b>1 928 270,65</b>
							1 604,00
							192 220,98
							193 824,98
							90 458,47
2 750,00	2 750,00	2 750,00	2 750,00	2 750,00	2 750,00	2 750,00	33 000,00
40 073,28	52 095,26	67 723,84	88 041,00	114 453,30	148 789,28	148 789,28	732 742,85
43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	43 414,23	520 970,79
-	-	-	-	-	-	-	-
11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	134 400,00
8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	8 064,00	96 768,00
7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	84 000,00
2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	2 310,00	27 720,00
<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>28 574,00</b>	<b>342 888,00</b>
3 642,71	3 642,71	3 642,71	3 642,71	3 642,71	3 642,71	3 642,71	43 712,55
<b>118 454,22</b>	<b>130 476,21</b>	<b>146 104,79</b>	<b>166 421,94</b>	<b>192 834,24</b>	<b>227 170,23</b>	<b>227 170,23</b>	<b>1 957 597,63</b>
<b>105 456,00</b>	<b>137 092,80</b>	<b>178 220,64</b>	<b>231 686,83</b>	<b>301 192,88</b>	<b>391 550,75</b>	<b>391 550,75</b>	<b>2 448 270,65</b>
-37 445,77	-50 444,00	-43 827,41	-11 711,56	53 553,33	161 911,98	326 292,49	

-12 998,22	6 616,59	32 115,85	65 264,89	108 358,6 4	164 380,5 2	164 380,5 2	
-50 444,00	-43 827,41	-11 711,56	53 553,33	161 911,9 8	326 292,4 9	490 673,0 1	

Amande miel	Qtté (Kg)	PU	Total
Drêche	100	- €	- €
Sirop d'agave	100	4,19 €	419,00 €
Beurre	100	14,99 €	1 499,00 €
Épices	10	15,30 €	153,00 €
Amande	100	8,29 €	829,00 €

Chocolat noisette	Qtté (Kg)	PU	Total
Drêche	100	- €	- €
Sirop d'agave	100	4,19 €	419,00 €
Beurre	100	14,99 €	1 499,00 €
Épices	10	15,30 €	153,00 €
Chocolat	90	17,54 €	1 578,60 €
Noisette	100	11,22 €	1 122,00 €

Pistache praliné	Qtté (Kg)	PU	Total
Drêche	100	- €	- €
Sirop d'agave	100	4,19 €	419,00 €
Beurre	100	14,99 €	1 499,00 €
Épices	10	15,30 €	153,00 €
Pistache	100	49,63 €	4 963,00 €
Praliné	50	1,99 €	99,50 €



594 CHEMIN DES Puits DES GAVOTTES

84300 CAVAILLON  
Tél. 04 32 50 16 16  
SAS de 1.200.500 C  
RC AVIGNON B 812 216 083  
NAF 4638B  
Siret 81221608300020

Contact :



Adresse de livraison  
DEVIS - STOP  
DEVIS  
FR FRANCE

Adresse de facturation  
DEVIS - STOP  
DEVIS  
FR FRANCE

Date	N. pièce	Date de livraison	Client	Votre référence	Devis
07/01/2025	CAV VD 40000557	07/01/2025	C0003868	DEVIS MALTEA	EUR

## Devis

Code produit	Désignation	DDM Mini	Origine Agricole	Nbr Colis	PCB	Nbr unité	Unité Prix	Prix unitaire brut	Remise %	Prix unitaire net	Montant	T V A
AMAMIX25	AMANDE COMPLETE ESPAGNE BIO 25KG	31/10/2025	ESP	4	25,00	100,00	KG	8,290		8,290	829,00	3
PICM10UE	PISTACHES CRUES MONDEES BIO 2X5KG	30/09/2025	ESP	10	10,00	100,00	KG	49,730		49,730	4 973,00	3
NOIS25TRD	NOISETTES DÉCORTIQUÉES CAL. 11-13 SOUS-VIDE TURQUIE 25 KG BIO	17/09/2025	TUR	4	25,00	100,00	KG	11,220		11,220	1 122,00	3
MIEL25EU	MIEL DE FLEURS BIO 25KG	10/09/2026	UE	4	25,00	100,00	KG	6,620		6,620	662,00	3
AGAV25MX	SIROP D'AGAVE MEXIQUE BIO 25,5KG	26/05/2027	MEX	4	25,50	102,00	KG	4,190		4,190	427,38	3
PANO15	PALETS DE CHOCOLAT NOIR (CACAO 70%) FAIRTRADE MB BIO 15KG	22/11/2026	non UE	6	15,00	90,00	KG	17,540		17,540	1 578,60	3
CANO1C	CANNELLE EN POUDRE 1KG BIO	31/05/2026	non UE	10	1,00	10,00	KG	15,300		15,300	153,00	3
SUROECJCF	SUCRE DE CANNE ROUX PARAGUAY FAIRTRADE MB BIO 25KG		PRY	2	25,00	50,00	KG	1,990		1,990	99,50	3
BEUR25B	BEURRE DOUX 25KG BIO	23/02/2025	UE	4	25,00	100,00	KG	14,990		14,990	1 499,00	3
	!!! ATTENTION CHANGÈMENT DE RIB !!! Lors de la passation de cette commande, Le Client déclare que les Conditions Générales de Vente de la SAS KERAMIS lui ont été communiquées, qu'il en a parfaite connaissance et qu'il les accepte sans réserve. Les CGV KERAMIS font partie intégrante de la relation contractuelle. Extraits des CGV : Réserve de Propriété : Le transfert de propriété des Produits est conditionné au complet											

Poids NET (KG) 752,000

Nombre de COLIS 48

certifiés FR-BIO-10

BIO : Produits issus de l'agriculture biologique

FFL : Commerce équitable contrôlé selon

le référentiel Fair for Life

Total HT	Taxes cpl.	Base T.V.A	Taux	Montant T.V.A	T.T.C.
Mode de règlement					
RIB :					Acompte

\*Pour rappel : nous vous conseillons fortement de conserver vos produits selon les conditions de stockage préconisées sur les fiches techniques ou/et les étiquettes afin d'assurer leur bonne conservation et de maîtriser le risque d'infestation\*

Page 1



## Devis

**Nom :** Agence Aplat.  
**Adresse :** 1722 Route de Chabottonnes  
**Numéro de siren :** 987831245  
**Enregistré au RCS de :** Gap  
**Tel :** 06 03 65 58 99

<b>Nom :</b>	Maltea
<b>Adresse :</b>	Valence
<b>Forme juridique :</b>	SAS

**Devis numéro :** A0057B  
**Date :** 27/12/2024

Quantité de produits ou services	Quantité	Prix unitaire HT	Total HT
Logo Maltea	1	450,00 €	450,00 €
Charte Graphique	1	250,00 €	250,00 €
Flyers	1000	0,27 €	270,00 €
Cartes de visite	500	0,34 €	170,00 €
Web Design	1	1 500,00 €	1 500,00 €
Integration Web	1	1 500,00 €	1 500,00 €

<b>Total TTC</b>	<b>4 140,00 €</b>
------------------	-------------------

"TVA non applicable, article 293 B du CGI."

Date de validité de l'offre :	1 mois
Date de signature :	
Acompte à verser : 30%	1 242,00 €

Signature du client précédé de la mention "bon pour accord" :

--

Agence Aplat.

## Devis

**Nom :** Bucchioni Téo El  
**Adresse :** 1722 Route de Chabottonnes  
**Numéro de siren :** 987831245  
**Enregistré au RCS de :** Gap  
**Tel :** 06 03 65 58 99

**Nom :** Maltea  
**Adresse :** Valence 26000  
**Forme juridique :** SAS

**Devis numéro :** A0056  
**Date :** 09/01/2025

Quantité de produits ou services	Quantité	Prix unitaire HT	Total HT
Emballages plastique recyclé barres	13120	0,08 €	1 049,60 €
Emballages packaging barres	1640	0,20 €	328,00 €
Design	1	1 200,00 €	1 200,00 €

<b>Total TTC</b>	<b>2 577,60 €</b>
------------------	-------------------

"TVA non applicable, article 293 B du CGI."

Date de validité de l'offre : 1 mois

Date de signature :

Acompte à verser : 30% 773,28 €

Signature du client précédé de la mention "bon pour accord" :

--

Agence Aplat.

**BRASSERIE VIF**

2 Rue du Presbytère  
21190 Saint-Romain  
France  
Téléphone : 06 87 66 54 26  
Web : [www.boirevif.com](http://www.boirevif.com)  
E-mail : [bonjour@boirevif.com](mailto:bonjour@boirevif.com)  
N° d'entrepôt : FR023004E9165  
N°TVA : FR27894398593

**DEVIS**

Date d'édition : 21/11/2024

**MALTEA**

05000 Gap

**VENTE EN DROITS ACQUITTÉS**

Entièrement des drèches offerte sous réserve de prise en charge par la société MALTEA

N° Devis	Code client	Réf.	Date de validité		
DE24110000052			21/12/2024		
Produit	Désignation	Qté	P.U. HT	% TVA	Total HT
Autre	100 Kg de drèches	1	0.00 €	20.00%	0.00 €
Total HT					0.00 €
Total TVA					0.00 €
Total TTC					0.00 €
<b>Net à payer</b>					<b>0.00 €</b>

Devis gratuit. Les prix TTC sont établis sur la base des taux de TVA en vigueur à la date de remise de l'offre. Toute variation de ces taux sera répercutée sur les prix.

Date et signature

SARL VIF  
Siège : 2 rue du Presbytère – 21190 Saint Romain  
Accueil client et production : 5 rue des Trois Noyers – 21550 Ladoix-Serrigny  
SIRET : 89439859300018 – TVA : FR27894398593  
[www.boirevif.com](http://www.boirevif.com)  
+33(0)6 87 66 54 26

**Ludvine ROSIER**

Rép. : Plan leader projet école

À : Téo Bucchioni

10:01

Bonjour Téo,

Comme évoqué ensemble lors de notre échange téléphonique, voici les éléments que je peux vous fournir:

Au vu des éléments communiqués, vous pourriez être éligible à l'appel à projet n°3 - Développement économique endogène et durable du programme LEADER Drôme entre Rhône et Montagne - sous actions 3.1: encourager les initiatives économiques participant à la mise en œuvre des transitions environnementales et sociales.

Le plafond des dépenses éligibles pour cette sous-action est de 70 000€.

De plus, vous devez obligatoirement bénéficier d'un cofinancement public pour faire appel au fond LEADER.

A noter également que le projet DOIT OBLIGATOIREMENT bénéficier aux territoires ruraux (brasseries dans des communes rurales) ou bien que le siège de l'entreprise se situe dans une commune de moins de 10 000 hab.

**Calcul de l'aide:**

Imaginons que l'agglomération de Valence Romans apporte une aide de 20 000€ sur le projet, voici le calcul de l'aide:

Proratisation du cofinancement sur la base éligible:  $20\,000 \times 70\,000 / 160\,000 = 8\,750$  €

Co financement Agglo: 8 750€

Autofinancement porteur de projet: 32 000€

Part LEADER potentielle: 29 250 €

Espérant avoir pu répondre à vos interrogations,

Je vous souhaite bonne réussite dans vos études et peut-être un jour l'aboutissement de ce projet très intéressant.

Cordialement,

[Afficher la suite de Téo Bucchioni](#)



## VOTRE FICHE D'INFORMATION TARIF

MMA Collective Santé

Référence n° 677e9c0ca418a86bdcfca65d - Ensemble du personnel

	Votre formule à adhésion obligatoire	Le + pour vos salariés, une surcomplémentaire facultative	
	Conseillée	Booster 1	Booster 2
<b>Dentaire</b>			
<b>Dentaire soins et prothèses pris en charge par le RO</b>	Niveau 3		
Soins			
Soins dentaires	150 % BR	-	-
Inlays Onlays	150 % BR	-	-
Couronnes dentaires définitives à prise en charge libre remboursées par le RO chez un Partenaire Santéclair	250 % BR	50 % BR	100 % BR
chez un non Partenaire Santéclair	225 % BR	50 % BR	100 % BR
Autres prothèses dentaires à prise en charge libre, remboursées par le RO chez un Partenaire Santéclair	250 % BR	50 % BR	100 % BR
chez un non Partenaire Santéclair	225 % BR	50 % BR	100 % BR
Soins et prothèses 100 % Santé (1) (selon type de prothèse, localisation de la dent et matériau)	sans reste à charge(2)	-	-
Orthodontie prise en charge par le RO	200 % BR	50 % BR	100 % BR
<b>Dentaire soins et prothèses non pris en charge par le RO</b>	Niveau 3		
Parodontologie non prise en charge par le RO	80 €/an	100 €/an	200 €/an
Prothèses dentaires non prises en charge par le RO	250 €/an	-	-
Implants dentaires (racine et pilier) chez un Partenaire Santéclair	500 €/implant	200 €/implant	400 €/implant
chez un non Partenaire Santéclair	300 €/implant	200 €/implant	400 €/implant
Orthodontie non prise en charge par le RO	200 €/semestre	-	200 €/semestre
<b>Prévention / Médecines douces / Maternité</b>			
<b>Prévention &amp; médecines douces</b>	Niveau 3		
Médecines douces Ostéopathe, chiropracteur, acupuncteur, psychologue, psychomotricien, étio-pathe (et toutes spécialités avec numéro ADELI ou FINESS)	50 €/séance (max 2 séances)	50 €	100 €
Prévention			
Dietéticien, nutritionniste	55 €/an	20 €/an	40 €/an
Vaccins prescrits mais non pris en charge par le RO	70 €/an	20 €/an	40 €/an
Radiologie et biologie non prises en charge par le RO y compris l'ostéodensitométrie	75 €/an	20 €/an	40 €/an
Sevrage tabagique non pris en charge par le RO	75 €/an	20 €/an	40 €/an
Forfait Sport sur ordonnance (sur prescription et sur facture)	65 €/an	20 €/an	40 €/an
Cure thermique, surveillance médicale, transport, hébergement	100 % BR + 150 €	100 €	200 €
<b>Maternité</b>	Niveau 3		
Maternité			
Naissance ou adoption (par enfant)	150 €	100 €	200 €
Insémination artificielle, FIV non prises en charge par le RO	150 €/an	50 €/an	100 €/an

**VOTRE FICHE D'INFORMATION TARIF****MMA Collective Prévoyance**

Référence n° 677e9c0ca418a86bdcfca65d - Personnel non cadre

**FORMULE CONSEILLÉE : VOTRE COTISATION 2025**

	Masse salariale déclarée	Cotisations annuelles TTC Financement total ou partiel par l'entreprise	
		% salaire brut	Euros à titre indicatif
Tranche 1, jusqu'à 1 PASS	360 000 €	0.91 %	3 276 €
Tranche 2, de 1 à 4 PASS inclus	360 000 €	1.98 %	7 128 €

PASS : Plafond Annuel de la Sécurité sociale. Sa valeur est consultable sur [www.ameli.fr](http://www.ameli.fr)

Les cotisations indiquées ci-dessus s'entendent en l'absence de prestations en cours déclarées par l'entreprise pour les risques décès, incapacité, invalidité ou handicap. Dans le cas contraire et sous réserve de l'acceptation de l'adhésion, une majoration pourra être appliquée suite à l'analyse des prestations en cours.