

*Une boulangerie éthique, localement équitable
et respectueuse de l'environnement, peut-elle
être financièrement rentable aujourd'hui
en France ?*

Projet tuteuré L3 EG Eco-FI 2019

GROUPE F

CYNDA FALAH

IVANNA SAVONIK

LISA FOUNEAU

SOMMAIRE

- **INTRODUCTION**
- **PARTIE 1 : L'ÉTUDE DE MARCHÉ**
 - 1. Les tendances du marché du « bio » en France et l'environnement juridique
 - 2. L'analyse sectorielle : Marseille
 - A. Les consommateurs
 - B. Les prix
 - C. Les concurrents directs et indirects
- **PARTIE 2 : LE COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL**
 - 1. LES PRODUITS D'EXPLOITATION
 - A. Estimation du prix de vente unitaire et des quantités vendues
 - B. Chiffre d'affaires prévisionnel hors taxe
 - 2. LES CHARGES
 - A. Les charges d'exploitation
 - a). Achats de marchandises et matières premières
 - b). Autres charges et charges externes
 - c). Impôts/taxes, salaires, charges sociales, dotations aux amortissements
 - B. Les charges financières
 - C. L'impôt société
 - 3. LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL
- **PARTIE 3 : ANALYSE ET RENTABILITÉ**
 - 1. LES SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION
 - 2. CALCULS DE RENTABILITÉ
- **CONCLUSION**
- **BIBLIOGRAPHIE**
- **ANNEXES (TABLEURS EXCEL)**

INTRODUCTION

Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement indique que « *les menaces les plus graves pour la planète, notamment le changement climatique, le taux d'extinction des espèces et le défi consistant à alimenter une population croissante, figurent parmi les nombreux problèmes qui n'ont pas été résolus et qui mettent l'humanité en danger* »¹. Cela renvoie forcément à la nécessité de changer les bases de production et de consommation. L'affirmation d'un autre monde est possible et interpelle de plus en plus de citoyens.

Compte tenu de ce contexte environnemental et dans l'idée de soutenir des modes de consommation plus responsables, nous avons eu la curiosité d'étudier la rentabilité financière d'une boulangerie éthique, localement équitable et respectueuse de l'environnement en France. L'objectif était de concevoir un commerce alimentaire qui, premièrement, minimisait son empreinte carbone. Nous avons ainsi favorisé l'emploi de l'énergie biomasse avec l'utilisation d'un four à bois plutôt qu'électrique, et naturelle en réalisant les livraisons à vélo plutôt qu'à voiture. Ensuite, il était essentiel de solliciter les fournisseurs et producteurs locaux. Le Moulin Saint-Joseph à Grans (13) propose des farines de boulanger biologiques et le four à bois a été entièrement conçu en France. Enfin, tous les produits nécessaires à la réalisation des pains et à l'entretien de l'établissement sont issus de l'agriculture biologique et/ou réutilisables (farines, levures, produits d'entretien). Ce type de commerce ne comptabilise pas les mêmes montants de charges et de produits qu'une boulangerie traditionnelle. Ainsi, la finalité de notre projet était d'analyser sa santé financière afin de déterminer sa rentabilité économique et financière pour juger sa conception viable ou non.

Dans un premier temps, Cynda a réalisé une étude de marché. Elle est indispensable et permet de connaître les tendances à l'échelle nationale et locale du « bio », de cibler les futurs consommateurs et d'identifier les principaux concurrents et leurs prix. Afin de fournir l'analyse la plus complète et juste du marché des boulangeries biologiques à Marseille, elle les a dans un premier temps référencés, à l'aide des pages jaunes, elle les a contactées par téléphone afin de leur adresser une série de questions : quels sont les produits que vous utilisez ? Utilisez-vous uniquement des produits issus de l'agriculture biologique ? Quelles sont vos spécialités ? Quels produits mettez-vous en avant ? Cette première étape a permis d'identifier les principales boulangeries concurrentes à la nôtre où Cynda s'est ensuite rendue afin de référencer les prix, les spécialités et de comprendre les stratégies de différenciation de chacune. Elle a également pu identifier les caractéristiques de la clientèle de ce type de boulangerie et leurs attentes.

Une deuxième partie est ensuite consacrée à la réalisation du compte de résultat prévisionnel essentiel à l'examen de la santé économique et financière de la boulangerie. Il nécessite de comptabiliser les différentes charges ainsi que les produits. Il s'agissait du travail d'Ivanna et Lisa.

Un chiffre d'affaire prévisionnel doit être défini afin de connaître le montant des produits d'exploitation. Celui-ci est obtenu en multipliant le prix par les quantités (et en divisant par $(1+i)$ où i est le taux de TVA pour avoir

¹ D'après le rapport du PNUE Global Environment Outlook : l'environnement pour le développement, <https://www.unenvironment.org/fr>

le chiffre d'affaires prévisionnel hors taxe). Nous avons réalisé une enquête avec un questionnaire qu'Ivanna a pu adresser à des consommateurs de pains réguliers puisqu'elle travaille dans une boulangerie traditionnelle le week-end. De plus, Lisa s'est rendue dans des magasins tels que Naturalia et Bio c Bon afin de les questionner sur leurs livraisons quotidiennes de pains bio. Les résultats nous ont permis d'estimer le prix de vente et les quantités vendues à l'aide de calculs de moyennes et de pourcentages. Le chiffre d'affaires prévisionnel a alors été établi à partir d'estimations réalisées grâce à l'enquête.

Du côté des charges, de nombreuses recherches ont été réalisées afin de comptabiliser toutes les dépenses nécessaires à la conception de la boulangerie. Les charges d'exploitation (matières premières et marchandises) ont été calculées en fonction des quantités vendues estimées (et donc à produire) et du prix et des quantités d'ingrédients et matières premières nécessaires (bois, farine, levure, sel). Les autres charges et charges externes (loyer, fournitures, eau, salaires et traitements, charges salariales...) se rajoutent au montant total des dépenses. Ils ne restaient plus que les charges financières (montant de l'emprunt, taux d'intérêt, annuités versées) et les éventuelles aides financières (crédit d'impôt). Nous avons finalement établi le compte de résultat prévisionnel regroupant produits et charges de l'année 1.

La troisième partie, dont Lisa avait la charge, concerne l'analyse de la situation financière et de la rentabilité de la boulangerie. Les soldes intermédiaires de gestion ont été calculés à partir du compte de résultat et leurs interprétations ont permis de tirer plusieurs conclusions. De plus, elle a déterminé le seuil de rentabilité à l'aide de la marge sur coûts variables, des charges fixes et du chiffre d'affaires hors taxe ainsi que son point mort. Une réponse à notre problématique a alors pu être apportée.

Finalement, nous avons conclu ensemble et réfléchi à d'éventuelles solutions et ouvertures.

PARTIE 1 : L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La réalisation d'une étude de marché est indispensable afin de s'assurer que notre projet est cohérent d'un point de vue commercial et qu'il y a une réelle opportunité à saisir. Connaître les tendances du marché et l'environnement des « boulangeries bio » permettra d'identifier la concurrence, leurs prix ainsi que les futurs clients et leurs attentes.

1. LES TENDANCES DU MARCHÉ DU BIO EN FRANCE ET L'ENVIRONNEMENT JURIDIQUE

Dans un contexte de mutation des habitudes, la boulangerie résiste. Commerce du quotidien par excellence pour 85 % des français, la boulangerie qu'elle soit biologique ou pas reste un passage incontournable. Suite à des prises de conscience grandissantes quant aux mauvaises habitudes alimentaires, aux préoccupations environnementales ainsi qu'à l'épuisement des ressources non-renouvelables, les comportements des consommateurs se modifient. Nous veillons davantage à la qualité de notre alimentation, à la provenance des produits que nous consommons ainsi qu'à la manière dont ils sont conçus. Ainsi, le « bio » apparaît comme la conjugaison parfaite entre d'exigence individuelle et le respect de la planète.

En 2018, le secteur des produits alimentaires d'origine biologique a généré plus de 8,373 milliards ² d'euros soit une croissance de près de 17% par rapport à 2017 dont sept-huitième de consommation à domicile, ce qui représente une hausse de 4,4% de consommation générale des produits alimentaires biologiques. Ces chiffres ne cessent d'augmenter : les achats de produits biologiques ont plus que doublé en sept ans (2012-2019). L'année 2016 marque un véritable point d'ancrage pour le « bio ». Cela s'explique par l'arrivée des grandes enseignes de la distribution sur le marché. Les acteurs de la grande distribution tel que Carrefour, Auchan ou Monoprix développent des enseignements spécifiquement dédiés aux produits issus de l'agriculture biologique (Carrefour bio, Auchanbio, Naturalia pour monoprix...) afin de toucher une partie des consommateurs particulièrement consciencieux et avertis, qu'ils ne ciblaient pas auparavant. L'enseigne Monoprix, a également fait le choix depuis 2016 de proposer à la vente des baguettes uniquement d'agriculture biologique, posant un nouveau standard industriel. Porté par l'émergence massive les grandes surfaces bio qui ont su en très peu de temps s'imposer sur le marché, le bio est plus accessible et touche un public plus large. Près de 9 français sur 10 consomment du « bio », quelle que soit la fréquence³. La part des consommateurs réguliers est en hausse constante, et une grande partie d'entre eux tendent à consommer uniquement des produits d'origine biologique.

Comme pour tous les secteurs, celui de la boulangerie a son environnement juridique spécifique. Le marché est entouré de règles et de juridictions relatives à son développement et son bon fonctionnement. Parmi ces lois et juridictions nous retrouvons :

- Des règles liées aux prix de vente : l'application de l'article L. 113-3 du code de la consommation « Tout vendeur de produit ou tout prestataire de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou

² D'après l'étude menée par l'agence du bio en 2018, <https://www.agencebio.org>

³ D'après l'étude menée par l'agence du bio en 2018, https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2019/02/Rapport_Barometre_Agence-Bio_fevrier2019.pdf

par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix et les conditions particulières de la vente et de l'exécution des services, selon des modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation. »

- Une juridiction liée à la protection de certaines appellations : Des appellations sont protégées comme : " pain maison ", " pain de tradition française ", " pain au biologique " ou d'autre dénomination équivalente ; elles doivent par conséquent respecter les conditions relatives à leurs applications, aux textes réglementaires ainsi qu'à la jurisprudence.
- Un décret concernant la qualification de « boulanger » : Le décret n° 98-246 en vigueur exige pour la pratique de la profession : « seules les personnes titulaires d'un CAP ou d'un BEP ou d'un diplôme ou d'un titre homologué de niveau égal ou supérieur au CAP peuvent exercer l'activité de boulanger. A défaut de diplôme ou de titre homologué, les professionnels doivent justifier d'une expérience de trois ans dans le métier »

Convergence de cet engouement qui s'est traduit à Marseille par l'ouverture de quatre boulangeries « bio » en 2016. En l'espace de deux ans seulement, pas moins de sept boulangeries d'appellation biologique ont vu le jour à Marseille.

2. L'ANALYSE SECTORIELLE : MARSEILLE

A. LES CONSOMMATEURS

Cette étude a montré que les femmes sont majoritairement plus intéressées par une boulangerie biologique que les hommes. La tendance contemporaine va dans ce sens car elles se sentent généralement plus concernées et sont mieux averties de la provenance ainsi que la qualité des produits qu'elles consomment que les hommes.

De la même manière l'âge est une variable non négligeable, les personnes plus âgées semblent être plus intéressées que les jeunes. Ainsi, on constate que les plus de 65 ans sont particulièrement intéressés par notre projet de boulangerie verte. En effet 80% des personnes interrogées se déclarent favorable à la consommation de pain uniquement d'origine biologique. Cette population est très sensible aux bienfaits sur la santé de la consommation de produits biologiques : concernée par l'actualité et le fait que selon certains chercheurs manger des produits d'origine biologique diminuerait les risques de certains cancers surtout chez les 65 ans et plus.

La classe majoritaire est celle des 40-65 ans qui représente 97% des personnes séduites. Les femmes plus particulièrement puisque toutes les femmes de cette tranche d'âge y sont favorables. C'est dans cette catégorie que l'on note la différence la moins significative entre les hommes et les femmes. Hommes et femmes sont intéressés dans la même proportion.

L'étude a également mis-en-lumière que les jeunes sont le moins sensibles à notre projet, et plus particulièrement les jeunes hommes. Plus la personne est jeune, moins elle consomme de pain et plus spécifiquement du pain bio.

Ces chiffres démontrent que les adultes actifs représentent la part la plus importante du secteur. La catégorie socioprofessionnelle, n'est pas une variable déterminante dans la variation de la consommation de pain. Tous les français, peu importe leur classe sociale, sont fidèles au pain. Cependant la consommation de pain semble être conditionnée par l'âge et le sexe du consommateur.

Certains hôtels et restaurants peuvent également être des clients majeurs de boulangeries bio. Un double avantage est alors possible

Caractéristiques de l'échantillon intéressé par le projet

Age	Sexe	Femme	Homme	Moyenne par âge
18 - 24 ans		87 %	10 %	48,5 %
25 -40 ans		83 %	65 %	74 %
40-65ans		100 %	94 %	97 %
Plus de 65 ans		80 %	83 %	81,5 %
Moyenne par sexe		87,5 %	63 %	75,25 %

B. LES PRIX

Pour 98% des consommateurs sondés, « un pain bio » est un pain plus cher : un prix supérieur reflète une qualité supérieure. Pour cet accroissement de qualité, ils sont prêts à payer plus.

Le prix psychologique d'une baguette tradition est de 0,80 € à Marseille, mais 24% des sondés se disent prêts à payer entre 1,2 € et 1,50 € pour une baguette de qualité supérieure d'origine biologique. C'est dans cet intervalle de prix que se situe le prix moyen d'une baguette de pain dans les neuf boulangeries concurrentes. La limite supérieure de prix d'acceptabilité est de 1,5 € pour une baguette. Au-delà de ce prix, les consommateurs n'achètent pas et se retournent vers une boulangerie traditionnelle.

Prix en euros	0,8 - 1	1- 1,2	1,2 -1,5	Plus de 1,5	Total
Proportions des consommateurs	20%	53,6%	24%	2,4%	100%

Le tableau ci-dessous référence les prix des produits les plus consommés dans une boulangerie bio.

On constate une certaine harmonisation des prix entre les boulangeries biologiques marseillaises pour des produits de qualité comparable. Certaines boulangeries pratiquent des prix radicalement supérieurs à la moyenne pour des produits de qualités identiques. Il est donc possible pour certaines boulangeries, particulièrement bien implantées de pratiquer des marges importantes sur les produits vendus.

	Maison Saint honoré	Hat's pain bio	Le bar à pain	Le pain naturel	Les mains libres	Dame farine	Le pain des Collines	Pains cakes & cie	La pepite	Moyenne
Baguette classique	1,15 €/p	2€/p	1,2€/p	1,3€/p	1,1€/p	1,2€/p	1,5€/p	1,5€/p	1,2€/p	1,35€/p
Pains céréales	6€/kg	8,75€/kg	8,2€/kg	8,5€/kg	6,3€/kg	8,6€/kg	7€/kg	8,7€/kg	8,6€/kg	7,85€/kg
Pains d'épautre	9€/kg	11,9€/kg	7,6€/kg	7,4€/kg	7,2€/kg	9€/kg	7,6€/kg	8,6€/kg	8,4€/kg	8,52€/kg
Pains spéciaux	12€/kg	7€/kg	8€/kg	22€/kg	8€/kg	8,7€/kg	8€/kg	8,6€/kg	9€/kg	10,4€/kg

C. LES CONCURRENTS DIRECTS ET INDIRECTS

Dans le marché de la boulangerie biologique il est possible d'identifier deux types de concurrence :

- **La concurrence directe :**

Nom de la boulangerie	Localisation	Horaire	Spécialités	Ouverture
Pains cakes & compagnies	8ieme	Mardi-Samedi 7h30 - 20h	Pain + Pâtisserie	2006
Le Pain des Collines	12ieme	Mardi - Samedi 07h - 20h	Pain + Pâtisserie + sandwich + café	2012
Le bar à pain	1er	Mardi-Samedi 08h-20h	Pain + sandwich + pizza	2014
Dame farine	7ieme	Mardi- Samedi 8h-13h 16h-20h	Pain+ Pâtisserie	2014

Maison Saint honoré par pierre Rajot	6ieme	Lundi-Samedi 07h -19h30	Pain + patisserie+ sandwich + café	2015
Le pain au naturel	9ieme	Lundi 6h30-19h Mercredi-dimanche 06h30- 19h30	Pain + Patisserie	2016
La pepite	7ieme	Mardi-Samedi 8h-18h	Pain + patisserie+ sandwich + café SANS GLUTEN	2016
Les mains libres	5ieme	Mardi- Samedi 7h30-13h 16h-19h30	Pain uniquement	2016
Hat's pain bio	8ieme	Lundi - dimanche 07h - 20h	Pain + Patisserie + salade + sandwich + café	2016

On souligne que sur les quatre ouvertures en 2016, aucune d'entre elles ne sont effectuées dans le même arrondissement.

Notre enquête a révélé que 90% des sondés intéressés par le projet d'une boulangerie biologique ne se disent pas prêt à parcourir plus de 5 km (à partir de leurs domiciles ou lieux de travail) pour accéder à la boulangerie. Cela expliquerait notamment que les boulangeries biologiques choisissent un secteur différent pour s'implanter. Et cette stratégie semble être efficace puisque jusqu'à présent aucune des boulangeries biologiques marseillaises qui ont vu le jour ces dernières années n'a déposé le bilan (durée de vie moyenne d'une boulangerie en France est de 10 ans).

Dans le cas où deux boulangeries biologiques sont situées dans le même secteur, on différencie deux situations :

- *Hats's pain bio et Pains cakes& cie toutes les deux dans le huitième de Marseille* : on souligne une différenciation par les produits vendus, les deux boulangeries ne sont de parfaitement substituables étant donné que l'une d'entre elle propose des services que l'autre ne propose pas. On souligne également une différenciation par les horaires d'ouvertures. On peut conclure que les boulangeries sont autant complémentaires que concurrentes.
- *La pepite et Dame Farine dans le septième* : l'une des deux boulangerie a fait le choix de produire uniquement des produits sans gluten, clientèle qui n'est pas ciblée par la première boulangerie. Leurs clients ne sont donc pas identiques. Les personnes intéressées par les produits biologiques ne sont pas toujours sensibles aux produits sans gluten et inversement.

• **La concurrence indirecte :**

Les grandes et moyennes surfaces s'imposent incontestablement comme le lieu d'achat privilégié des consommateurs bio : les magasins spécialisés dans le bio (Bio c Bon, Biocoop, Naturalia) et les grandes chaînes de boulangerie qui proposent toutes des gammes bio (Paul, Marie, Banette...).

Finalement, nous pouvons en déduire que le secteur des produits issus de l'agriculture biologique en France est un marché en constante hausse et porteur de l'économie. Il est potentiellement rentable de développer une nouvelle boulangerie bio et respectueuse de l'environnement (afin de se différencier) à Marseille. Plusieurs aspects en ressortent. Les raisons de consommation de produits biologiques sont duales : une recherche de produits de qualité pour une meilleure santé et pour préserver notre planète. Le prix reste cependant le frein le plus important à une consommation plus soutenue.

PARTIE 2 : LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

La création d'un compte de résultat prévisionnel est essentielle afin d'anticiper la performance future de notre boulangerie. Il nous permettra d'analyser sa santé économique et financière ainsi que sa rentabilité. La comptabilité des produits et des charges est alors nécessaire. Dans une première partie, nous utiliserons les résultats de l'enquête et de l'analyse de la concurrence afin d'établir le chiffre d'affaires hors taxe prévisionnel et définir le montant total des produits d'exploitation. Dans un second temps, toutes les charges seront comptabilisées ; les charges d'exploitation, les charges financières et l'impôt société. Enfin, le compte de résultat prévisionnel pourra être construit à partir de ces données.

1. LES PRODUITS D'EXPLOITATION

A. ESTIMATION DU PRIX DE VENTE UNITAIRE ET DES QUANTITES VENDUES

Un chiffre d'affaire prévisionnel doit être prédéfini afin d'évaluer le montant des produits d'exploitation du compte de résultat. Il se calcule à partir de la quantité prévue de pains vendus et du prix de vente prévu. Nous avons analysé les chiffres de la concurrence locale et adressé un questionnaire à des consommateurs réguliers marseillais de pain afin d'y parvenir.

1. Vous êtes : a. Homme b. Femme

2. Vous avez entre : a. 18-24 ans b. 25- 40 ans c. 41-65 ans d. plus de 65 ans

3. Seriez-vous intéressé(e) par une boulangerie équitable et respectueuse de l'environnement :
- 0 empreinte carbone (four à bois, pétrissage à la main, livraisons à vélo, emballages réutilisables)

- produits issus de l'agriculture biologiques

- fournisseurs/producteurs locaux

a. Oui b. Non

4. Quel prix seriez-vous prêt(e) à payer pour une baguette provenant de cette boulangerie ?

a. entre 0,80 et 1 euro b. entre 1 et 1,20 euro c. entre 1,20 et 1,50 euro d. plus de 1,50 euro

5. Consommez-vous du pain spécial (complet, seigle, aux céréales) ? a. Oui b. Non

6. Quelle distance seriez-vous prêt(e) à faire pour acheter ce pain ? a. 0 - 5 km b. 5 - 10 km c. 10 – 20 km

A partir des résultats, nous avons réalisé de nombreux calculs afin d'estimer le prix de vente et les quantités vendues, et donc à produire.

Caractéristiques de l'échantillon				
Age	Sexe	Femme	Homme	Total
18 - 24 ans		23	10	33
25 - 40 ans		24	18	42
40 - 65 ans		29	32	61
Plus de 65 ans		5	6	11
Total		81	66	147

Nombres d'intéressés par ce type de boulangerie	
Oui	125
Non	22
Total	147

Calcul du nombre de clients et de pains vendus par jour :

$125/147 = 85\%$: 85% de la population serait cliente (sans prise en compte du prix).

Prix qu'ils sont prêts à payer en fonction de l'âge						
Age	Prix	0,80 - 1 e	1 - 1,20 e	1,20 - 1,50 e	Plus de 1,50 e	Total
18 - 24 ans		7	9	4	1	21
25 - 40 ans		5	21	9	0	35
40 - 65 ans		10	31	17	2	60
Plus de 65 ans		3	6	0	0	9
Total		25	67	30	3	125

Calcul du prix moyen de vente pour une baguette :

Moyenne : $((51 \times 0.9) + (40 \times 1.1) + (31 \times 1.35) + (3 \times 1.7)) / 125 = 1.10$

On décide alors de fixer le prix de vente d'une baguette à 1.10 euro (correspondant également au prix du marché étudié en partie 1).

Le prix des farines de blé, complètes et de seigle sont les mêmes (défini dans la partie des charges d'exploitation). De plus, le poids moyen d'un pain est de 250 grammes. On fixe alors les prix d'un pain de 250 grammes blanc, complet et de seigle à 1.10 euro l'unité.

En revanche, le coût des farines aux 5 céréales et de sarrasin est plus élevé ; on décide ainsi de fixer le prix d'un pain de 250 gammes aux céréales et au sarrasin à 1.60 euro (correspondant également au prix du marché).

Retour sur le calcul de nombre de clients et de pains vendus par jour :

Le prix étant fixé à 1.10 euro l'unité, on soustrait les 25 personnes ne souhaitant pas mettre plus de 1 euro aux 125 intéressés. $125 - 25 = 100$

$100/147 = 68\%$: 68% de la population est réellement cliente si on décide de vendre à un prix de baguette de 1.10 euro. Le nombre de clients moyens d'une boulangerie traditionnelle par jour est de 150.

$68\% \text{ de } 150 = 102$

D'après cette enquête, notre boulangerie accueillerait environ 102 clients par jour avec un prix de baguette de 1.10 euro. Il est cependant très fréquent que les acheteurs en consomment plus qu'une. On porte ainsi notre estimation à 150 pains vendus par jour.

De plus, des livraisons sont prévues pour des petits commerces bio tels que *Naturalia* et *Bio c bon*, estimées à 40 pains par jour. Nous sommes ainsi sur un total de pains vendus par jour égal à 190.

Calcul du nombre de pains spéciaux vendus :

96 personnes sur les 125 intéressées par la boulangerie consomment des pains spéciaux.

$96/125 = 77\%$ des intéressés consomment des pains spéciaux.

On décide également d'utiliser les ventes moyennes de pains spéciaux d'une boulangerie traditionnelle et posons l'hypothèse suivante : 120 baguettes et 70 pains spéciaux (20 complet, 20 céréales, 15 au seigle et 15 au sarrasin) seront vendus chaque jour.

B. CHIFFRE D'AFFAIRE PREVISIONNEL HORS TAXE

Grâce aux résultats calculés ci-dessus, il est enfin possible de définir le chiffre d'affaire prévisionnel en multipliant les prix de vente unitaires par les quantités vendues. La Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) concernant la vente de pains est de 5.5%. Il est essentiel de la déduire du chiffre d'affaire et d'utiliser un chiffre d'affaire hors taxe dans le compte de résultat. Le chiffre d'affaires hors taxe de l'année est alors estimé à 78 126 euros.

	Pain blanc	Pai complet	Pain de seigle	Pain 5 céréales	Pain de sarrasin
Prix	1,10	1,10	1,10	1,60	1,60
Quantité/jour	120,00	20,00	15,00	20,00	15,00
Recette/an	48 180,00	8 030,00	6 022,50	11 680,00	8 760,00
CA HT / an	45 530,10	7 588,35	5 691,26	11 037,60	8 278,20
				Total CA HT	78 125,51

2. LES CHARGES

A. LES CHARGES D'EXPLOITATION

a). Achat de marchandises et matières premières

Les 4 ingrédients nécessaires à la préparation de pain sont l'eau, le sel, la levure de boulanger et la farine. Il existe plusieurs types de farine permettant la réalisation de différentes catégories de pain.

Afin de respecter l'éthique de notre boulangerie, nous passerons nos commandes auprès d'un fournisseur local de farines issues de l'agriculture biologique. Il s'agit du *Moulin Saint-Joseph* à Grans (situé à 40 minutes de Marseille). Les prix sont communiqués sur son site internet :

Farine de blé T65 bio (pain blanc) : 35 euros le sac de 25kg

Farine de blé T110 (pain complet) : 35 euros le sac de 25kg

Farine complète de seigle bio : 35 euros le sac de 25kg

Farine 5 céréales bio : 60 euros le sac de 25kg

Farine de sarrasin bio : 60euros le sac de 25kg

Concernant la levure de boulanger, nous achèterons celle provenant de la marque *Rapunzel*. Bio et équitable, son sachet de 9 grammes coûte 0.9 euro.

Enfin, 1 kg de sel nous coûtera 1 euro (sel de mer La Baleine).

La recette pour 1 kg de pain est la suivante : 750 gr de farine, 10 gr de levure de boulanger, 16 gr de sel et 525 gr d'eau. Nous décidons de réaliser des pains de 250 grammes chacun. Les quantités d'ingrédients par unité (pour 1 pain de 250 gr) deviennent ainsi : 187.5 gr de farine, 2.5 gr de levure, 4gr de sel et 130 gr d'eau.

Une fois les prix et les quantités de chaque ingrédient connus, nous réalisons 5 tableaux correspondant aux 5 catégories de pain afin de déterminer le coût total des ingrédients par an.

	Quantité par pain (gr)	Prix / gr	Nombre de pains / jour	TOTAL PRIX
Farine	187,5	0,0014	120	31,5
Levure	2,5	0,1		30
Sel	4	0,001		0,48
COUTS PAINS BLANCS / JOUR				61,98

	Quantité par pain (gr)	Prix / gr	Nombre de pains / jour	TOTAL PRIX
Farine	187,5	0,0014	20	5,25
Levure	2,5	0,1		5
Sel	4	0,001		0,08
COUT DES PAINS COMPLETS / JOUR				10,33

	Quantité par pain (gr)	Prix / gr	Nombre de pains / jour	TOTAL PRIX
Farine	187,5	0,0014	15	3,9375
Levure	2,5	0,1		3,75
Sel	4	0,001		0,06
COUT DES PAINS DE SEIGLE / JOUR				7,7475

	Quantité par pain (gr)	Prix / gr	Nombre de pains	TOTAL PRIX
Farine	187,5	0,0024	20	9
Levure	2,5	0,1		5
Sel	4	0,001		0,08
COUTS PAINS AUX CEREALES / JOUR				14,08

	Quantité par pain (gr)	Prix / gr	Nombre de pains	TOTAL PRIX
Farine	187,5	0,0024	15	6,75
Levure	2,5	0,1		3,75
Sel	4	0,001		0,06
COUTS PAINS DE SARRASIN / JOUR				10,56

COUT TOTAL DES 5 CATEGORIES / JOUR	104,70
COUT INGREDIENTS / AN	38 214,59

38 214.59 euros seront dépensés par an dans l'achat d'ingrédients pour une production de 190 pains par jour.

Les charges concernant le bois nécessaire au fonctionnement du four à bois (détaillé dans la partie autres achats et charges externes) doivent également être comptabilisées dans les achats de matières premières. 10 kilogrammes de bois sont utilisés par chauffe; on estime deux chauffes par jour (une le matin et une le soir) et donc un total de 20 kilogrammes de bois par jour. Chaque année, 7 300 kilogrammes de bois seront consommés. La stère de buches de 50cm comportant 500kg de bois coûte 70 euros.

$7\,300/500 = 14.6$ stères par an sont nécessaires soit $15 \times 70 = 1\,050$ euros de bois par an.

$38\,214.59 + 1\,050 = 39\,264.59$

Le total des achats de marchandises et matières premières revient à **39 264.59 euros / an.**

b). Autres achats et charges externes

Un dernier élément intéressant peut être relevé grâce à l'enquête : la localisation de la boutique.

Distance qu'ils sont prêts à parcourir	
0 - 5 km	111
5 - 10 km	13
10 - 20 km	1
Total	125

$111/125 = 0.888$ soit 89%.

89% des futurs clients ne parcourront pas plus de 5km pour consommer notre pain. Il est essentiel que la boulangerie se situe dans le centre-ville de Marseille ; nous décidons ainsi de louer un local dans le 1^{er} arrondissement où le prix du mètre carré est de 12euros. Une boutique de 30 mètres carré serait suffisante : $30 \times 12 = 360$ euros les 30 mètres carré par mois et donc $360 \times 12 = 4\,320$ euros de loyer par an.

Ensuite, afin de remplir notre engagement concernant le respect de l'environnement, nous optons pour un four à bois 100% naturel en terre cuite réfractaire made in France. Sa durée de vie est estimée à plus de 150 ans et son bilan carbone est nul. Il s'agit de la société *Le Panyol*. Son prix est de 1 596 euros et permet la cuisson de 8kg de pain par fournée de 30 minutes (équivalent à 32 pains). Il nécessite 10 kg de bois par chauffe et donc 20 kg par jour (une chauffe le matin et une le soir).



De plus, un vélo triporteur est essentiel afin de réaliser nos livraisons Naturalia et Bio c Bon. Son prix s'élève à 1 919 euros auquel on ajoute une bâche protectrice de 55 euros. Nous le trouverons à la boutique marseillaise « *Cyclable* ».

Le matériel technique (plan de travail, outils de cuisine, tabliers, torchons) nous reviendra à 1500 euros. Enfin, 1000 euros seront dépensés pour l'aménagement de la boutique (rangements, étagères à pain, caisse, TPE et décoration). Le coût du matériel s'élève à $1\,596 + 1\,919 + 55 + 1\,500 + 1\,000 = 6\,100$ euros arrondis.

Les dépenses d'eau et d'électricité nous coûteront environ 80 euros par mois (50 euros d'eau et 30 euros d'électricité car aucune utilisation de machines électriques). $(50 + 30) \times 12 = 960$ euros/an de dépenses en eau et électricité. Les frais de transport (principalement les farine venant de Grans) sont estimés à 30 euros par mois et donc 360 euros par an ; les honoraires versés aux tiers à 500 euros, de même pour les assurances. Enfin, 30 euros par mois seront déboursés pour l'entretien de la boutique, ce qui équivaut à 600 euros par an.

c). Impôts/taxes, salaires, charges sociales, dotations aux amortissements

De nombreux impôts et taxes existent mais ne sont applicables que selon des caractéristiques bien précises selon les entreprises. Par exemple, la taxe d'apprentissage concerne les sociétés embauchant au moins 11 salariés ou la cotisation sur la valeur ajoutée si le chiffre d'affaire atteint 500 000 euros l'année. Ainsi, notre boulangerie se retrouve exonérée de la majorité des taxes et impôts la première année.

Le salaire moyen d'un boulanger est de 25 200 brut annuel, 2100 euros brut par mois équivalent à 1 600 euros net. Nous souhaitons embaucher 2 boulangers (rémunération moyenne d'un boulanger) et un hôte de caisse (rémunérer au smic : 1170 euros net par mois). $(2 \times 1600 + 1170) \times 12 = 52\,440$ euros de salaires seront versés par an.

Les charges sociales sont constituées des cotisations patronales s'élevant à 40% du salaire brut ainsi que des cotisations salariales représentant 20% du salaires brut. $[(0.4 \times 2100) + (0.2 \times 2100) + (0.2 \times 1500)] \times 12 = 18\,720$ euros par an de charges sociales.

Les dotations aux amortissements apparaissent également comme des charges d'exploitation. Elles permettent de répartir la valeur d'une immobilisation sur sa durée d'utilisation prévue. On estime le matériel, l'outillage et le mobilier à une durée de vie moyenne de 8 ans et nous utilisons la méthode d'amortissement linéaire. Dotations aux amortissements = valeur d'origine * (1 / durée d'utilisation prévue) = $6100 \times (1/8) = 762.5$ euros par an pendant 8 ans.

Total des charges d'exploitation :

$39\,264.59 + 4\,320 + 6\,100 + 960 + 360 + 500 + 500 + 600 + 52\,440 + 18\,720 + 762.5 = 124\,527$ euros la première année.

B. LES CHARGES FINANCIERES

Le financement d'une entreprise passe par deux grandes catégories de capitaux : les fonds propres, fournis par les associés de la société ou l'entrepreneur individuel, et les financements externes, provenant d'organismes financiers comme les banques et les établissements de crédits, si besoin.

Le montant annuel des charges fixes est égal à 84 303 euros. Il y a de forts risques que les premiers mois, les gains apportés par les ventes ne couvrent pas la globalité des charges mensuelles. Nous décidons alors de réaliser un crédit professionnel d'un montant de 50 000 euros à la Caisse d'épargne. Les conditions sont les suivantes : « pour un crédit pro(1) de 50 000 € sur 84 mois au taux annuel fixe de 1,40 %, 84 mensualités de 633,56 € qui inclus le coût de l'assurance(2) de 8,33 €/mois soit 0,20 % du montant emprunté (décès, PTIA). Frais de dossier 170 €. Taux effectif global de 1,88 % ».

Le montant annuel des intérêts s'élèvera alors à $(633,54 \times 84 - 50\,000)/7 = 459,62$ euros.

C. L'IMPOT SOCIÉTÉ

L'impôt sur les sociétés est nul la première année d'une entreprise et s'élève ensuite à 15% du chiffre d'affaire si les bénéfices sont inférieurs à 38 000 euros (28% pour des bénéfices supérieurs). Nous sommes alors exonérés de cette charge l'année 1.

De plus, « l'Etat français avait mis en place un crédit d'impôt Bio en 2006 d'un montant annuel de 2 500 euros qui passera à 3 500 euros à partir de 2019. Il est possible d'en faire la demande même si nous ne sommes pas imposables mais il est nécessaire que 40% du chiffre d'affaire de l'exploitation découle de l'activité de l'agriculture biologique ». Les conditions d'attribution sont respectées dans notre cas, nous pouvons alors être bénéficiaires de cette aide. 3 500 euros apparaissent en négatif dans l'impôts sociétés.

3. COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

Après la comptabilité totale des produits et des charges de la première année, le compte de résultat prévisionnel peut enfin être établi.

	Année 1
Produits d'exploitation	
chiffre d'affaire HT	78 125,00
Total produits d'exploitation	78 125,00
Charges d'exploitation	
achat marchandises/matières premières	- 39 264,59
autres achats et charges externes :	
<i>loyer immobilier et crédit bail</i>	- 4 320,00
<i>eau, électricité, gaz</i>	- 960,00
<i>frais de transport</i>	- 360,00
<i>Matériel</i>	- 6 100,00
<i>dépenses d'entretien</i>	- 600,00
<i>honoraires versés aux tiers (expert-comptable, avocat,...)</i>	- 500,00
<i>Assurance</i>	- 500,00
impôts et taxes	-
salaires employés	- 52 440,00
charges sociales (patronales et salariales)	- 18 720,00
dotations aux amortissements	- 762,50
Total charges d'exploitation	- 124 527,09
RESULTAT D'EXPLOITATION	- 46 402,09
produits financiers	-
charges financières	- 460,00

RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	-	46 862,09
produits exceptionnels	-	
charges exceptionnelles	-	
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-	46 862,09
impôt sur les sociétés	3 500,00	
RESULTAT NET COMPTABLE	-	43 362,09

PARTIE 3 : ANALYSE ET RENTABILITÉ

1. LES SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION

À partir du compte de résultat, nous établissons les Soldes Intermédiaires de Gestion (SIG) permettant d'analyser et interpréter les différents résultats de la boulangerie. Ils permettent une meilleure gestion de l'entreprise grâce à une identification rapide des points forts et des points à améliorer.

SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION	
Chiffre d'affaires hors taxe	78 125,00
Marge brute	38 860,41
Valeur ajoutée	38 860,41
Excédent brut d'exploitation	- 32 299,59
Résultat d'exploitation	- 46 402,09
Résultat courant avant impôts	- 46 862,09
Résultat exceptionnel	- 46 862,09
Résultat net	- 43 362,09

Plus la marge brute est élevée, plus l'entreprise est performante sur le plan de sa politique d'achat. La marge brute représente ici 49,7 % du chiffre d'affaire hors taxe (38 860/78 125). Cela signifie que 50,3 % du chiffre d'affaire est absorbé par les achats.

Ensuite, plus la valeur ajoutée est importante et plus les frais généraux sont maîtrisés. La valeur ajoutée représente ici 49,7 % du chiffre d'affaire hors taxe (38 860 / 78 125). Il y a donc environ 50,3 % du CA qui est absorbé par les frais généraux.

L'excédent brut d'exploitation, quant à lui, représente la part du chiffre d'affaires qu'il reste pour rembourser les emprunts, prévenir la boulangerie face aux risques potentiels, prévoir le remplacement du matériel et garder des fonds en trésorerie pour assurer le financement des investissements et charges. Malheureusement, celui-ci est négatif ; il vaut - 32 299,59 euros. Notre boulangerie n'est pas en bonne santé économique et la suite des résultats risque d'être fortement impactée par cet écart.

En effet, le résultat d'exploitation est encore plus faible, - 46 402 euros. Il mesure la capacité de l'entreprise à générer des ressources avec son activité principale, sans prendre en compte les éléments financiers et exceptionnels. Il met en avant la performance économique de l'entreprise. Dans notre cas, le cycle d'exploitation n'est pas rentable et l'entreprise n'est pas capable de générer les ressources avec son activité principale.

Le résultat courant avant impôt indique si les intérêts des financements pèsent trop lourd ou non sur le résultat et permet d'envisager d'éventuelles alternatives pour le cycle d'exploitation. Il est ici négatif mais cela s'explique par les SIG déjà très faibles.

L'absence de produits et de charges exceptionnels ne modifie pas le résultat exceptionnel qui reste égal au résultat courant avant impôt.

Finalement, le résultat net est de - 43 361,71 euros. Malgré une augmentation par rapport au résultat exceptionnel grâce au crédit d'impôt versé par l'Etat, celui-ci reste très faible et prouve une mauvaise santé économique et financière de notre boulangerie. Aucun bénéfice n'est réalisé et un déficit de plus de 40 000 euros sera dégagé la première année.

2. LA RENTABILITÉ

Le seuil de rentabilité correspond au montant de chiffre d'affaires minimum qu'il faut réaliser pour couvrir les charges et dégager un bénéfice. Sa formule est la suivante : $SR = (CA * Charges\ fixes) / MSCV$ où MSCV est la marge sur coûts variables qui se calcule en diminuant le chiffre d'affaire des charges variables. Ces dernières regroupent toutes les charges du compte de résultat qui varient en fonction de l'activité de la boulangerie. On y retrouve les charges suivantes : matières premières et marchandises, main-d'œuvre intérimaire, consommations d'énergie, heures supplémentaires rémunérées de vos salariés (...). Ici, elles représentent un totale de $39\ 265 + 360 = 39\ 625$ (achat matières premières et marchandises + électricité).

Ensuite, les charges fixes comprennent les charges du compte de résultat qui ne varient pas en fonction de l'activité. Quel que soit le niveau du chiffre d'affaires, le montant du loyer sera toujours le même. Les abonnements EDF, GDF, France Telecom en sont un autre exemple. Ici, leur montant s'élève à **84 303** euros (loyer immobilier + matériel + salaires employés + charges sociales + assurance + honoraires + frais de transport et entretien).

Marge sur coût variable = $CA - Charges\ variables = 78\ 125 - 39\ 625 = 38\ 500$

$SR = (CA * Charges\ fixes) / MSCV = (78\ 125 * 84\ 303) / 38\ 500 = 171\ 069$

La boulangerie devra réaliser un chiffre d'affaires hors taxe de 171 069 euros minimum pour couvrir toutes ses charges fixes et avoir un résultat nul.

Le seuil de rentabilité peut également être exprimé en jours de chiffre d'affaires afin de savoir à quelle date il est atteint. On parle de "point mort".

$(SR * 365) / CA = (171\ 069 * 365) / 78\ 125 = 799.24$

$799.24 / 30 = 26.64$ soit 2 ans 2 mois et 7 jours

Charges variables	39 625,00	
Chiffre d'affaires	78 125,00	
Marges sur coûts variables	38 500,00	
Charges fixes	84 303,00	
Seuil de rentabilité	171 069,40	
Point mort	799,24	26,64 soit 2 ans 2 mois et 7 jours

Le seuil de rentabilité serait atteint au bout de deux ans deux mois et sept jours.

Il est peu probable qu'une telle entreprise double son chiffre d'affaires en si peu de temps. Multiplier par deux le CA signifie doubler les ventes et compte tenu des résultats de l'enquête concernant le nombre potentiel de clients, cela semble peu réaliste.

CONCLUSION

Concevoir ce type de boulangerie n'est financièrement pas envisageable compte tenu de la structure proposée. Un résultat net prévisionnel négatif de – 43 362 euros la première année est beaucoup trop élevé : la prise de risque est énorme et entraînerait de lourdes conséquences.

Il faudrait que les consommateurs acceptent de payer un prix plus de 2 fois supérieur à celui actuel afin d'atteindre le seuil de rentabilité la première année (2.40 euros la baguette à la place de 1.10 euro). Cette modification n'est pas concevable au vu du prix de marché et de l'enquête réalisée, les consommateurs se tourneraient vers d'autres vendeurs.

	Pain blanc	Pai complet	Pain de seigle	Pain 5 céréales	Pain de sarrasin
Prix	2,40	2,40	2,40	3,50	3,50
Quantité/jour	120,00	20,00	15,00	20,00	15,00
Recette/an	105 120,00	17 520,00	13 140,00	25 550,00	19 162,50
TVA 5,5%	5 781,60	963,60	722,70	1 405,25	1 053,94
CA HT / an	99 338,40	16 556,40	12 417,30	24 144,75	18 108,56
				Total CA HT	170 565,41

Néanmoins, une démarche plus poussée concernant l'obtention de subventions supplémentaires et plus importantes, auprès des collectivités territoriales par exemple, pourrait venir alléger nos charges et améliorer la situation financière de la boulangerie.

Des alternatives concernant la structure pourraient également être apportées. L'utilisation des énergies renouvelables semble être intéressante et conserve l'éthique exigée.

Enfin, la région Provence Alpes Côte d'Azur n'est pas une zone agricole céréalière intéressante : peu de producteurs locaux se partagent le marché des farines bio, leurs prix sont donc particulièrement élevés. Implanter ce type de boulangerie dans une région plus céréalière permettrait une réduction des coûts de marchandises, grâce à une concurrence plus importante, et donc une meilleure santé financière de la boulangerie.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

- Frank Olivier Meye , 2007 Evaluation de la rentabilité des projets d'investissement: Méthodologie pratique, ed l'harmattan , Chap 1 pp 25-48
- Bernard Baudry, Virgile Chassagnon, (2014) Les théories économiques de l'entreprise,ed La découverte , Chap 6 pp 81 à 96

Articles :

- Richard Laganier, Bruno Villalba et Bertrand Zuindeau, « Le développement durable face au territoire : éléments pour une recherche pluridisciplinaire », *Développement durable et territoires*, Dossier 1 | 2002
- Madelrieux, Sophie. Buclet, Nicolas. Lescoat, Philippe. Moraine, Marc. (2017) Écologie et économie des interactions entre filières agricoles et territoire : quels concepts et cadre d'analyse ?. *Cahiers Agricultures*, 26.
- La démondialisation pour le développement durable ? Paru dans Développement durable et territoires, Vol. 3, n° 1 | Mai 2012
- Adamiec, Camille. (2018) The supply strategies of health food eaters. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 99.

Sites internet :

- Economie. gouv (2019)
https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/developpement_durable/guide_demarche_dd.pdf
- Legifrance (2019) :
<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000193678>
- Agence du bio (2018) https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2018/10/rapport_marche_bio_2017_AgenceBIO_2017.pdf,
<https://www.agencebio.org>, <https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/>

- Impot.gouv (2019) : <https://www.impots.gouv.fr/portail/international-professionnel/impot-sur-les-societes>
<https://www.impots.gouv.fr/portail/formulaire/2079-bio-sd/credit-dimpot-en-faveur-de-lagriculture-biologique>
https://www.impots.gouv.fr/portail/files/formulaires/2079-bio-sd/2018/2079-bio-sd_2103.pdf
- Moulin Saint Joseph : <https://moulinsaintjoseph.wixsite.com/lemoulin/produits>
- Service public (2019) : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2300>
<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F24013>
<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F22565>
- Compta-facile : <https://www.compta-facile.com/compte-de-resultat/>
<https://www.compta-facile.com/soldes-intermediaires-de-gestion-sig/>
<https://www.compta-facile.com/calcul-du-seuil-de-rentabilite/>
- Caisse d'épargne (2019) : https://www.caisse-epargne.fr/particuliers/grand-est-europe/pic_credit_pro_pp.aspx

ANNEXES