

Les Pelotes

Plan d'affaires

NOM

Sommaire

I.	Fiche de présentation et synthèse du projet.....	4
	Fiche de présentation.....	4
	Synthèse.....	5
II.	La créatrice.....	6
	Profil.....	6
	Objectifs du projet :	6
	Premier réseau.....	9
III.	L'offre	10
	Périmètre de mon marché	10
	Caractéristiques principales et détaillées du produit et des services	10
	Description du cycle de production ou de l'organisation du service	11
	Les « plus ».....	11
IV.	Le marché	11
	Les chiffres clés du secteur d'activité	11
	Les clients :	12
	Les principaux fournisseurs :	13
	Prescripteurs :	13
	Les salons :	13
	Evolution du marché	13
	Analyse macro-économique	14
	Le marché	14
	Qui est installé sur ce marché et depuis combien de temps ?	15
	Les entreprises	15
	Evolution du secteur.....	16
	Analyse micro-économique	17
	Etude de la zone de chalandise ou d'intervention	17
	Le 14 ^{ème} en chiffres (Source Insee) :	19
	Etude des concurrents.....	20
	Etude des fournisseurs	21
	Etude des prescripteurs.....	21
V.	La stratégie.....	23
	Analyse	23
	Ma décision	23
	Stratégie commerciale.....	24
	Stratégie d'entrée sur le marché	24
	Stratégie de développement	24
	Choix d'une cible prioritaire pour assurer la pérennité du projet.....	24
	Choix d'un positionnement	24

Le plan d'action opérationnel.....	25
P1 = PRODUIT	25
P2 = PRIX HT	25
P3 = DISTRIBUTION = distribuer c'est mettre le produit à portée de la main du client	25
P4 = PROMOTION et Communication, Promotion des ventes	25
VI. Les prévisions financières	26
Plan de financement prévisionnel.....	26
Compte de résultat prévisionnel	27
Seuil de rentabilité prévisionnel	29
Besoin en fonds de roulement prévisionnel (BFR).....	30
Plan de trésorerie prévisionnel	31
Eléments pour le financeur	33
VII. Les aspects juridiques.....	33
Réglementation de l'activité.....	33
Forme juridique choisie pour l'entreprise	34
Protection de la marque	34
Conditions générales de vente	34
VIII. Retro planning et prochaines étapes	34
IX. Annexes	35
CV.....	35
Poste actuel : Responsable Affaires Réglementaires Cosmétiques.....	35
Compétences	35
Expérience professionnelle	35
Formation	35
Le marché des loisirs créatifs. Dossier professionnel AFE. 2015.....	35

I. Fiche de présentation et synthèse du projet

Fiche de présentation

Les Pelotes

Boutique de vente de fils à tricoter, d'accessoires de customisation et de chaussettes, bas, collants aux acheteurs locaux et aux passionnés de « tous poils »

Profil du ou des créateurs

- 36 ans d'expertise en tricot
- Ancienne responsable réglementaire cosmétique
- Après 20 ans passés dans la réglementation cosmétique, je veux aujourd'hui vivre de ma passion, le tricot, et la faire partager au plus grand nombre
- Tricote depuis l'âge de 9 ans
- Aime le contact avec la clientèle
- Rigoureuse grâce aux métiers précédemment exercés

Le projet dans ses grandes lignes

- Commerce de proximité
- Fils à tricoter
- Boutons
- Accessoires de customisation
- Collants, chaussettes, bas
- Clientèle locale ou passionnés de tricot et de customisation
- Mes atouts différenciants : Conseil, accueil et expertise
- Localisation : 5 rue Mouton-Duvernet 75014 PARIS
- Développement futur : Augmenter la surface du magasin pour diversifier l'offre

Principales données chiffrées

- Chiffre d'Affaires 1^{ère} année : 131 500 €
- Fonds de commerce : 60 000 €
- Aménagements et mobiliers : 13 000 €
- Apport personnel : 26 000 €
- Emprunts demandés
 - 8 000 € en prêt d'honneur via Initiative France
 - 70 000 € en prêt bancaire

Les caractéristiques

- SARL à associé unique
- La boutique physique
- Gérant majoritaire
- Impôt sur les sociétés

Synthèse

Le projet : Les pelotes, boutique de fils à tricoter, de boutons, d'accessoires de customisation et d'accessoires de prêt-à-porter.

La gérante : Ancienne responsable réglementaire dans l'industrie cosmétique, j'ai ressenti le besoin, après 20 ans dans ce métier passionnant mais solitaire, de retrouver le contact humain. J'en profite pour allier ce plaisir à la passion du tricot que j'ai depuis toute petite.

La boutique : Local de 20m² sis 5 rue Mouton-Duvernet dans le 14^{ème} à Paris.

L'étude de marché a montré une grande appétence des français pour les travaux manuels, dont 58% pour les travaux d'aiguille (couture, broderie et tricot). Le marché n'a pas encore atteint sa pleine maturité et il manque de points de vente, en particulier à Paris. La clientèle peut se répartir en deux segments : les passionnés d'une part qui peuvent faire de nombreux kilomètres pour trouver leur bonheur, et la population locale d'autre part. Une quinzaine de concurrents ont été dénombrés sur la commune qui peuvent être à la fois des concurrents et des partenaires. Cela représente une moyenne de moins d'un point de vente par arrondissement. Toutes les études réalisées sur ce sujet (Xerfi, AFE, Etudes privées) ont leurs voyants au vert.

Les besoins :

- un fonds de commerce et des frais d'établissement pour un montant de 65 000 €
- Des travaux et du mobilier pour un total de 13 000 €
- Des marchandises à hauteur de 13 000 € pour le 1^{er} achat
- De la trésorerie et des charges diverses pour un montant de 13 500 €

Couverts par :

- Un apport en fonds propres de 26 000 € (dont capital de 5 000 €)
- Un prêt d'honneur de 8 000 €
- Un prêt bancaire de 70 000 € sur 84 mois (les deux prêts étant cautionnés par une garantie FGIF (Fonds de Garantie à l'Initiative des Femmes), BGE (Boutique de Gestion des Entrepreneurs) ou AGEFIPH)

Prévisions :

Chiffre d'affaires la 1^{ère} année : 131 500 €

Progression de 20% entre les années 1 et 2, puis de 5% les années suivantes.

Les moyens de communication :

- Réseaux internet et site vitrine
- Carte de fidélité dématérialisée
- Partenariats avec les clubs, associations et Bar à tricot de Paris
- Publicités chez les commerçants du quartier
- Politique de retour des pelotes non entamées (avoirs)

Les dates clés :

- Janvier 2018 : Blocage de la vente
- Février 2018 : Création du site internet et de la page Facebook
- Mars 2018 : Achat définitif et travaux d'aménagement
- 1^{er} avril 2018 : Ouverture du magasin
- 15 avril 2018 : Inauguration invitant les commerçants du quartier, les anciennes clientes, les journalistes, les officiels de la mairie du 14^{ème}
- Octobre 2018 : Vente privée réservée aux meilleures clientes avec présentation des nouveautés

II. La créatrice

Profil

Ce projet est né il y a 6 ans lors d'une première période de chômage. Un magasin de laines que je connaissais fermait boutique pour raison de retraite et de cession avantageuse de bail. C'est en regardant ma grand-mère réaliser des merveilles pour mon père que le virus m'a pris et ne m'a plus jamais quitté. J'ai donc suivi la semaine entrepreneuriale de la CCI et fait un stage dans un magasin de laines de Paimpol afin de vérifier l'adéquation motivation et réalité du terrain.

Mais à l'époque, ayant la possibilité de retrouver un métier salarié, je l'avais mis de côté.

Ma dernière expérience professionnelle m'a fait comprendre que j'avais besoin de plus de relations humaines. J'ai donc profité de mon licenciement économique pour reprendre ce projet qui ne m'a jamais quitté. Je crois également qu'il est temps pour moi d'être mon propre patron dans une activité que j'aime et où je pourrai apporter aide et conseils à ma clientèle.

J'ai grandi en regardant ma grand-mère tricoter et surtout en entendant mon père réclamer à sa mère des pulls faits main, bien plus chauds et solides, selon lui, que les tricotés industriels. J'ai attrapé le virus de tricoteuse vers l'âge de 9 – 10 ans et depuis je ne me suis jamais arrêtée, fournissant les demandes de la famille et des amis. Mes ouvrages sont très appréciés tant pour leurs qualités visuelles que leur technicité. Je suis donc parfaitement compétente pour aider et conseiller les clientes qui le souhaitent.

Mon expérience de 20 ans dans le réglementaire cosmétique m'a apporté la rigueur, compétence très importante dans la gestion d'un commerce, et savoir trouver des solutions approuvées par le client en restant réglementairement conforme.

Objectifs du projet :

L'objectif est d'ouvrir un magasin de fils à tricoter et d'accessoires de customisation qui doit me permettre de gagner ma vie et de m'épanouir dans ma vie professionnelle.

Ce magasin sera situé à Paris, dans le 14^{ème}, au 5 rue Mouton-Duvernet. C'est un rachat de fond de commerce.

	<i>Le porteur du projet</i>
Coordonnées complètes Nom et prénom Date et lieu de naissance Adresse, code postal, ville téléphone, fax, adresse e-mail Situation familiale nombre d'enfants à charge :	. LE . 4 mai 1971 à Paris 16 ^{ème} 64 boulevard de Port-Royal 75005 PARIS 06 XX XX XX XX ..le..@gmail.com 0

	<i>Le porteur du projet</i>
Statut marital : Age :	Célibataire sans enfants 46 ans
Formations : Initiale Complémentaires	Licence en Bioexpérimentation Industrielle <ul style="list-style-type: none"> • Formation à l'entrepreneuriat de 5 jours à la CCI de Lannion en octobre 2011 • Formation d'Attachée de Recherche Clinique chez ForDrugConsulting en janvier – février 2012 • DU Evaluator de la sécurité toxicologique pour les produits chimiques et cosmétiques - Spécialité toxicologie - évaluation des risques. Octobre 2016 • Formation Créactifs de 5 mois (septembre 2017 à janvier 2018) en vue d'obtenir l'équivalent du BTS de Responsable de petite et moyenne structure.
Stages suivis dans la perspective du projet	Stage de 10 jours dans un magasin de laines en novembre 2011
Expériences liées au projet	Experte en tricot. A déjà eu des contacts avec des clients dans ses différents postes en réglementaire et lors du stage en immersion
Motivations pour ce projet	Etre indépendante et travailler pour moi, que mes efforts me rapportent à moi et pas aux autres. Partager mes compétences Faire ce que j'aime et aimer me lever le matin pour aller travailler Rencontrer des gens d'horizons très divers et échanger.
Compétences techniques	Tricoteuse depuis 37 ans. Gestionnaire rigoureuse.
Compétences commerciales	Bon relationnel client. Sait conseiller et former les autres. Sait écouter le besoin de la clientèle afin de le satisfaire parfaitement
Compétences humaines	Aimable À l'écoute Volonté d'aider à résoudre les problèmes des autres
Rôle dans le projet	Décideur
Contributions non	

	<i>Le porteur du projet</i>
financières prévues dans la création de l'entreprise Contributions financières prévues et échéances Contributions prévues dans dans le développement de l'entreprise (non financières) Contributions financières prévues et échéances	A la création du projet : Responsable du choix des fournisseurs Responsable du choix des partenaires Responsable du choix de l'ambiance et du décor de la boutique Choix et suivi des ouvriers pour les travaux Supervision des travaux Apport du capital et tout au long de la vie de l'entreprise : Choix des fournisseurs (ne seront jamais figés pour rester au plus près de la satisfaction clients) Choix du logo et de l'illustration de la boutique Choix des offres commerciales Responsable du site internet et de la page Facebook Comptabilité de base (le bilan sera réalisé par un comptable professionnel et validé par un expert comptable) Responsable des remboursements de prêts d'honneur sur 5 ans et bancaire sur 7 ans
Points forts	Rigoureuse Bon relationnel Experte en tricot Acquisition des connaissances pour être Responsable de Petite et Moyenne Structure
Points faibles	Méconnaissance du commerce de proximité
Objectif du créateur dans ce projet Attentes vis-à-vis du projet (rémunération, ...)	Me lever le matin en étant contente d'aller travailler. Travailler pour moi-même. Me rémunérer (entre 2500 et 3000 € nets à terme) Préparer ma retraite.
Notre ambition commune à moyen terme	Augmenter le chiffre d'affaires pour être le leader de la vente de laines sur le 14 ^{ème} arrondissement. Faire aimer le tricot à des personnes qui n'auraient pas eu l'idée ou le profil au départ.

Premier réseau

Coordonnées	Description en quelques lignes	Quel sera le type de soutien ?
Marie-Agnès et Maurice LE . 9 rue de Gralange La Roche Jaune 22220 Plouguiel	Mes parents et mes premiers soutiens	Financier et moral
Anny Blatt – Bouton d’or 33, route de Sainte Cécile B.P. 19 84830 Sérignan du Comtat	Producteur de laine français	Fournisseur et partenaire
Fonty – Plassard	Producteur de laine français	Fournisseur
Berthe aux grands pieds	Producteur de prêt-à-porter français	Fournisseur
CréActifs 24 rue de Turin 75009 PARIS	Centre de formation et de conseil aux créateurs et repreneurs d’entreprises	Réseau de créateurs de tous horizons Formation à la création d’entreprise Formation à la création et à la gestion du site internet
Captain contrat PARIS	Société d’accompagnement juridique aux créateurs d’entreprise	Accompagnement administratif pour l’enregistrement de la société. Mise en relation avec des professionnels spécialisés dans la cession de fonds de commerce
Maître Alexandre RIOU Cabinet Gondran de Robert Avocats	Avocat spécialisé en droit des affaires, en droit des sociétés et en fusion, acquisitions	Accompagnement juridique dans l’achat du fonds de commerce

III. L'offre

Le projet est de reprendre un commerce de fils à tricoter à Paris dans le 14^{ème}, 5 rue Mouton-Duvernet.

Périmètre de mon marché

- Local,
- Personnes spécialisées en tricot et en customisation de vêtements et accessoires.

Caractéristiques principales et détaillées du produit et des services

→ 3 types de produits :

- Fils à tricoter naturels français, de bonne qualité, c'est-à-dire une laine sans additifs tels que de la paille, des fils mal ou non teints, des pelotes pleines de nœuds au lieu d'avoir un fil unique par pelote. Les marques distribuées seront Anny Blatt en priorité, ainsi que Plassard et Fonty. Il y aura également des présentations provisoires de petits producteurs français à forte valeur ajoutée ainsi que des offres saisonnières de Kits à offrir. Ces kits seront composés du nombre de pelotes nécessaires à la réalisation du tricot, des accessoires (boutons, fermeture éclair,



strass, ...). Les aiguilles seront en plus.

Des catalogues et des fiches de tricot seront en vente également.

- Boutons basiques et originaux, et accessoires de customisation tels que des plumes, des strass, des perles...
- Produits finis : Collants, bas et chaussettes de la marque « Berthe aux grands pieds ».

→ Moyens (humains, techniques...) :

- Le créateur de la boutique, c'est-à-dire moi-même.
- Un architecte d'intérieur pour m'aider à rénover la boutique. Il est prévu un style neutre (beige, ocre, ou jaune pâle) afin de mettre en valeur les pelotes qui seront elles-mêmes très colorées. Elles seront rangées dans des casiers en bois type cagette à fruits peints en gris métal). Les boutons quant à eux seront classés soit dans des bocaux, soit dans un meuble à tiroirs.
- Une visual merchandiser pour m'aider à créer les vitrines.
- Un expert-comptable.
- Un local de 20 m² situé 5 rue Mouton-Duvernet, 75014 PARIS.
- L'ancienne propriétaire de la boutique qui viendra en soutien quelques après-midis par semaine dans les mois suivants l'achat pour me permettre une meilleure intégration auprès des anciennes clientes.
- Une remise de 3m² à aménager.

- Une cave de 6m² à rénover pour servir de réserve.
- Un ordinateur contenant un logiciel de CRM (Customer Relationship Management), de gestion des stocks et de comptabilité (il devra être compatible avec le logiciel de l'expert-comptable), relié à une imprimante de ticket de caisse et un pistolet laser pour la gestion des stocks.
- Un tiroir caisse pour le cash.
- Un terminal CB.
- Un logiciel de gestion (stock, caisse, clients)
- Des casiers pour la laine.
- Des boccas et des tiroirs pour les boutons et les accessoires de customisation.
- Des paniers pour les chaussettes, collants et bas.

Description du cycle de production ou de l'organisation du service

→ Carte de fidélité :

- Carte dématérialisée
- 5% de remise au dixième achat.
- Validité de la carte : 2 ans.

Les « plus »

C'est un commerce local qui est actuellement seul sur le 14^{ème} arrondissement à proposer ces marques de laine. Il existe deux autres magasins de laines dans l'arrondissement nommés :

1. « **C'Tendance** » situé au 51 rue Daguerre, qui vend les marques Lang Yarns et Phildar mais ce magasin est surtout positionné vente de vêtements. Pas de blogs ni de site internet.
2. et « **L'atelier** » 13bis et 27 rue des plantes qui vend exclusivement la marque « Drops » qui n'a pas le même positionnement en terme de prix et de conseil. « Drops » est une marque de laines à bas prix et le magasin « **L'atelier** » est grand et se positionne en magasin discount, donc surtout la vente et pas de conseils. Pas de blogs ni de site internet.

Ce commerce existe déjà et son actuelle propriétaire est très appréciée par ses clientes et clients qui lui sont très fidèles.

L'accueil et le conseil sont primordiaux dans ce type de commerce et seront chaleureux et avisés comme ils le sont à l'heure actuelle.

Une politique de retours des pelotes non entamées est déjà en place et sera conservée après le rachat car c'est également très important dans la relation clientèle.

Une carte de fidélité dématérialisée sera mise en place à l'ouverture de mon commerce ainsi qu'un fichier clients et un site internet pour informer ma clientèle des nouveautés.

IV. Le marché

Les chiffres clés du secteur d'activité

Le marché du tricot a été très malmené il y a une quinzaine d'années en raison de l'arrivée massive des produits tout fait chinois à faible prix.

On s'aperçoit depuis 10 ans d'un retour en force des travaux de tricot boostés par l'explosion du Do It Yourself (Dossier professionnel AFE 2015 sur les loisirs créatifs), ainsi que la volonté de nombreuses catégories socio-professionnelles de revenir aux produits naturels et de qualité, que

l'on peut conserver longtemps. Le dossier professionnel AFE donne entre autre les éléments suivants :

- Les loisirs créatifs arrivent en 4^{ème} position après le cinéma, la musique et le sport (*Source : les français et la musique*)
- Selon l'étude réalisée par Côté clients et DiaMart pour le syndicat Créaplus en 2010, 33% des Français sont des consommateurs réguliers des loisirs créatifs. Ces pratiquants exercent en moyenne 2,4 activités, sans opérer de distinction de noblesse d'une activité à l'autre, activités qui sont pour :
 - 58 % de la broderie, couture, tricot
 - 37 % du dessin
 - 29 % de la carterie créative
 - 26 % de la peinture et de la décoration
 - 14 % du scrapbooking

(Sources : Les dossiers de Nice-Premium, 20 janvier 2011)

La raison de ce renouveau ? L'envie de faire de belles choses soi-même. Le tricot est revenu à la mode aussi parce que c'est accessible à tous, qu'on soit femme ou homme, jeune ou vieux. C'est un loisir facile à apprendre, accessible à toutes les bourses et à tous les temps libres. Même si on n'a que 5 minutes, on peut prendre son tricot et l'avancer. On peut se tromper, il suffit de défaire et de refaire.

Il existe de plus en plus de clubs et de cours de tricot, localisation en cours de recherche, pour un envoi ciblé informant du changement de propriétaire et au moment de l'ouverture de la nouvelle boutique.

Les bars à tricots, souvent nommés des tricots-thés, et qui proposent de tricoter et de papoter autour d'une boisson ont un succès grandissant. Ce sont des cibles privilégiées pour moi puisque ces bars ne proposent pas de matériel.

Quelques adresses à Paris :

- L'oisiv'thé 10 rue de la Butte aux Cailles & 1 rue Jean-Marie Jégo 75013 Paris
- La créative Gaelle de Knit Spirit organise un mardi par mois un TTG (TricoThé Géant). Ils se déroulent à la Brasserie Le Carrefour, au 118 boulevard Diderot (75012 Paris)
- Le Tugalik Paris rive gauche

Les clients :

Le vêtement tricoté est de nouveau à la mode. Il a longtemps eu une image vieillotte et Has been, ce qui a entraîné une forte baisse du nombre de tricoteurs. Ce n'est plus vrai aujourd'hui, et avoir un pull tricoté est ultra tendance, surtout si on peut dire qu'on l'a fait soi-même. Il suffit de regarder et lire les nombreux reportages et articles sur le sujet (cf. lien vers les reportages en annexe).

J'identifie 2 cibles distinctes :

- La clientèle locale qui vient soit par passion soit pour un achat coup de cœur, ou pour une commande, car on achète aussi pour faire tricoter une autre personne. La population du 14^{ème} arrondissement, d'un nombre supérieur à 140 000 en 2011 (plus 134 000 en 2006), est aisée, très bobo, avec une grande mixité en terme d'âges et de composition familiale. C'est une très bonne clientèle potentielle qui adore le naturel, et de pouvoir dire « je l'ai fait moi-même ». Elle est très attentive à l'environnement, et recherche des produits qui vont rester beaux et en bon état pendant longtemps (*Sources : interview des commerçants du quartier, Wikipedia.fr*).

- Les passionnés : Les fans de la marque Anny Blatt qui sont capables de faire des centaines de kms pour trouver leur marque préférée. Lors du questionnaire, plusieurs personnes de province disent venir faire leurs courses de laine lors de leurs voyages à Paris. Deux amies et voisines de mes parents, habitant Plouguiel dans les Côtes-d'Armor, viennent trois à quatre fois par an à Paris et en profitent pour faire leurs courses de laine.

Les principaux fournisseurs :

- Anny Blatt – Bouton d'Or
- Plassard
- Fonty
- Berthe aux grands pieds

Selon la saison, d'autres fournisseurs seront contactés pour proposer leurs produits de façon éphémère (environ 3 mois)

Prescripteurs :

- Clubs de tricot
- Cours
- Bars
- Magazines spécialisés
- Bloggeuses et blogueurs
- Les clients eux-mêmes.

Les salons :

Il existe de nombreux salons sur Paris où fournisseurs et distributeurs peuvent se rencontrer :

- « L'aiguille en fête » en Février : regroupe aujourd'hui à la fois le grand public et l'ancien SMAC, salon tourné vers les professionnels. Ce salon est très apprécié et il faut y aller, voire même y avoir un stand dans les années à venir.
- Le « salon du Made in France » en novembre : regroupe tous les types de production, tant l'alimentaire que le vestimentaire. Il est intéressant pour trouver des petits producteurs avec de petites gammes de produits.
- Le « salon de la création et du savoir-faire » en novembre : Le plus gros salon du loisir créatif. Y aller impérativement, voire même y avoir un stand dans les années à venir.

Evolution du marché

C'est aujourd'hui un marché qui n'a pas encore atteint sa pleine maturité et peut être encore investi.

Le dossier professionnel de l'AFE dit les choses suivantes :

- Selon une étude commanditée par le syndicat professionnel Créaplust en 2010 et publiée en 2011*, le marché des loisirs créatifs bénéficie d'une démocratisation harmonieuse et maîtrisée, il peut encore progresser en volume de 50 %, ce qui le placerait à un niveau d'environ 1,250 milliards d'euros en France. *Source : étude Côté clients et Diamart pour Créaplust, synthèse dans les dossiers de Nice-Premium

C'est un marché qui se porte plutôt bien; en début 2015, alors que le contexte économique général est plutôt difficile, le marché des loisirs créatifs résiste à la crise. Et tous les acteurs du secteur semblent

optimistes pour les mois à venir. Source : Le Papetier de France - "Les beaux jours des loisirs créatifs" Mars 2015

Le questionnaire d'étude de marché réalisé et envoyé dans les clubs et les associations de tricot de Paris a démontré que toutes les clientes potentielles sont à la recherche de boutiques car elles considèrent que l'offre est encore insuffisante.

Analyse macro-économique

Que dit le dossier professionnel AFE ? :

Le marché

Avertissement : le marché des loisirs créatifs est très évolutif, il compte de nombreux acteurs et un nombre indéfini d'activités créatives.

Ce dossier donne des éléments de cadrage sans entrer dans le détail de chaque activité sectorielle.

Par ailleurs, il existe peu d'études récentes pour ce marché. La plupart des données disponibles datent de 2008-2009, elles traduisent néanmoins la tendance du marché.

Le marché des loisirs créatifs est assez hétérogène, il englobe :

- le secteur de la fabrication des produits en loisirs créatifs ainsi que le commerce inter-entreprises
- le secteur du commerce de détail : magasins spécialisés dans la vente de produits dédiés aux Beaux-Arts et aux loisirs créatifs (assortis parfois de services annexes, tels que des ateliers de loisirs créatifs), ces magasins sont exploités par des grandes enseignes, des réseaux de franchise ou des indépendants
- le secteur des activités manuelles et artistiques : qui comprend les métiers de la conception manuelle (couture, tapisserie...) et un nombre important d'activités liées à la création (scrapbooking, cuisine créative...), les oeuvres sont généralement revendues via Internet ou en boutique
- le secteur de la formation (arts plastiques, couture, art florale...) : qui comptabilise notamment, des professionnels en freelance proposant des ateliers aux particuliers
- le secteur de l'édition et de la presse spécialisée (revues et ouvrages de loisirs créatifs). A titre d'exemple, les Editions de Saxe

Le marché des activités manuelles et artistiques est en effervescence depuis une dizaine d'années, il y existe de nombreuses niches plutôt conviviales.

Le portait robot de l'entrepreneur créatif, c'est une personne férue d'art manuel et artistique, qui transforme le plus souvent son savoir-faire testé auprès d'un cercle d'amis en une petite activité déclarée, rarement très rémunératrice. Son profil est plutôt féminin, jeune (moins de 25 ans), provincial voire rural, issu des catégories populaires et dont les revenus du foyer sont inférieurs à 1000 € mensuel. Source : opinionLab by opinionWay janvier 2014

L'entrepreneur créatif pourra se rendre aux nombreuses foires ou expositions réservées aux revendeurs professionnels pour sonder le marché et exercer ses capacités commerciales avant d'ouvrir une boutique ou un atelier. Il n'est pas toujours aisé de passer du statut d'amateur à celui de professionnel, une étude de la concurrence s'impose.

Le marché des loisirs créatifs a connu une croissance à deux chiffres pendant plusieurs années, ce qui a conduit les enseignes à multiplier le nombre de leurs points de vente, avant la rupture de 2008 : beaucoup ont dû alors fermer leurs portes.

En 2010, l'activité a doucement redémarré, mais a profité essentiellement aux grandes surfaces spécialisées.

D'après les derniers chiffres rassemblés en 2013 par le syndicat professionnel, Créaplus, le marché des loisirs créatifs, au sens large, pèse 900 millions d'euros. Source : Les Echos n°21913 – PME & Régions – avril 2015

Qui est installé sur ce marché et depuis combien de temps ?

Les Etats-Unis donnent le ton avec un marché estimé à 11 milliards d'euros et 80 % d'adeptes parmi la population.

En France, le marché des loisirs créatifs est estimé à près de 900 millions d'euros, c'est un marché qui s'est beaucoup développé en pleine période de crise, le "DIY" est une solution qui fait chaque jours de nouveaux adeptes. Pour 88 % des Français, s'accomplir, affirmer son désir d'entreprendre par soi-même permet de développer une fierté de soi et de garder une certaine confiance en ses capacités.

L'activité est rythmée par de nombreux temps forts tout au long de l'année (saint valentin, pâques, mardi gras, Noël, etc...), ils permettent aux ventes de ne pas être saisonnières.

Un autre facteur expliquerait également l'extension du marché des loisirs créatifs, c'est le changement des rythmes scolaires, qui placerait les loisirs créatifs comme incontournables lors des activités extra-scolaire

Source : Le Papetier de France "C'est moi qui l'ai fait" - mars 2014

C'est un marché constitué de multiples niches plus ou moins porteuses, selon la tendance du moment.

Les familles de produits

Le marché des activités manuelles artistiques comprend neuf familles de produits :

1. Beaux-arts
2. Encadrement et cartonnage
3. Activités manuelles et décoratives
4. Ecriture, dessin, graphisme
5. Tissus pour ameublement, patchwork et passementerie
6. Travaux d'aiguille
7. Mercerie
8. Art floral
9. Livres, éditions

Source : DGCCRF

Les entreprises

22 750 points de vente sont potentiellement distributeurs de fournitures pour le secteur dans son ensemble. 13 000 d'entre eux emploient 15 990 salariés avec une surface moyenne de 36 m² par emplacement.

Il existe également des entreprises qui n'ont pas pignon sur rue : ainsi en est-il des cours de loisirs créatifs, que l'on peut donner chez soi, autour d'une tasse de thé à partager. Au programme : tricot, boîtes en carton, faïence, broderie, création de personnages en mousse... Tout est possible !

Le "Do it yourself" est également une source potentielle de revenus pour les amateurs. Selon la 2^{de} étude menée par OpinionWay pour le Salon Créations & savoir-faire, parmi les 61 % qui pratiquent le "DIY", 32 % vendent ou sont prêts à vendre leurs créations.

"Cette nouvelle tendance a donné naissance à un phénomène de nouveaux professionnels des loisirs créatifs, qui se nourrit des nouvelles pratiques liées à Internet : tout le monde peut aujourd'hui ouvrir sa propre boutique en ligne ou son blog". Source : Communiqué de presse, novembre 2013 créations & savoir-faire

Par ailleurs, certains sites en ligne permettent à ces créateurs de vendre leurs oeuvres sur la market place. C'est le cas d'Etsy, leader américain, qui est un site de vente en ligne de produits uniques (vintages et fait mains) : tous les individus du monde entier peuvent acheter ou vendre sur la plateforme.

Selon Etsy, en août 2013, 30 millions d'utilisateurs étaient déjà enregistrés sur le site.

Des projections d'un million de ventes et plus d'un milliard de dollars dans les transactions totales annuelles ont été annoncées. Source : Scoop.it ! "loisirs créatifs, fait-main et communication (tendance du "Do It Yourself")"

En France, le relais est fait par "A Little Market" qui a le même principe.

"A Little Market" en chiffres :

- 180 000 membres
- 25 000 artisans
- 560 000 produits en vente
- 1,5 million de visites par mois
- 20 employés en 2012

Source : www.creations-savoir-faire.com

Evolution du secteur

Les entreprises

Le nombre d'entreprises de la distribution a cru fortement ces dix dernières années, trop vite sans doute, compte-tenu de ce que pouvait absorber le marché : en 2008, avec le retournement de la conjoncture, on a assisté à un phénomène de "bulle", de nombreuses boutiques ont dû fermer, même chez les leaders (les Couleurs du Temps, Omer de serres/ArtaCréa...).

Le marché des loisirs créatifs continue à croître, avec l'émergence de magasins spécialisés tels que Loisirs et Créations ou encore Cultura, les loisirs créatifs représenteront bientôt 50 % du marché des loisirs en général. Source : Le Papetier de France – Mars 2014

Les ventes on-line se développent aussi à grand train, beaucoup de créateurs et créatrices de magasin emboîtent le pas et s'installent sur le Net. A titre d'exemple, la mercerie Sajou marie, patrimoine du XIXe siècle, située au cœur du Sentier, à Paris, a opté également pour la vente en ligne. Source libération « Broderie : génération faire, fil, ciseaux » juillet 2014

Conjoncture

Le marché subit une double tendance favorable :

- Le retour de l'esprit créatif, du savoir-faire manuel, associé à un moment de détente, le "Do It Yourself",
- La customisation qui permet de personnaliser des objets dans tous les domaines : jean, téléphone portable, bijoux, cuisine, salon, bottes, agendas, ...

Quelques chiffres sur les loisirs créatifs :

- 2/3 des Français pratiquent une activité de loisirs créatifs,
- 2 % d'augmentation annuelle de ces activités,
- 18 % de la population exerce cette activité plus de 6 heures par mois,
- 80 % des amateurs pratiquent chez eux par manque de structure d'accueil,
- 500 € de budget annuel,
- Un marché en pleine expansion : + 60 % depuis 2005,
- 70 % des pratiquants de loisirs créatifs sont des femmes. Cette clientèle est tournée vers la décoration et la mode, aime suivre les tendances tout en cultivant un goût pour l'originalité, la différence. Source : Dossier de presse 2012- Lézard créatif

Perspectives

Selon une étude commanditée par le syndicat professionnel Créaplus en 2010 et publiée en 2011*, le marché des loisirs créatifs bénéficie d'une démocratisation harmonieuse et maîtrisée, il peut encore progresser en volume de 50 %, ce qui le placerait à un niveau d'environ 1,250 milliards d'euros en France.

Le marché comporterait un vrai potentiel, alors qu'il est encore fermé, l'enjeu n'est pas tant l'innovation que l'ouverture et la démocratisation, à l'image de ce qui s'est passé dans le secteur du bricolage. Mais qui peut bénéficier de ce potentiel ? Il semble que le consommateur soit surtout à la recherche de grandes surfaces disposant d'un large choix de produits.

*Source : étude Côté clients et Diamart pour Créaplus, synthèse dans les dossiers de Nice-Premium

En 2013, les loisirs créatifs continuent de séduire petits et grands, tous milieux sociaux confondus, selon un sondage Opinion Way réalisé à la veille du salon Créations et savoir-faire de novembre 2013. C'est un marché qui se porte plutôt bien; en début 2015, alors que le contexte économique général est plutôt difficile, le marché des loisirs créatifs résiste à la crise. Et tous les acteurs du secteur semblent optimistes pour les mois à venir. Source : Le Papetier de France - "Les beaux jours des loisirs créatifs" Mars 2015

Analyse micro-économique

Etude de la zone de chalandise ou d'intervention

Boutique sise 5 rue Mouton-Duvernet Paris et située entre la place Denfert-Rochereau et la place Alésia, 2 pôles commerciaux importants du 14^{ème} arrondissement.

C'est un local de 20m² à peu près carré, avec deux belles vitrines et une porte vitrée donnant une très belle vue sur la boutique elle-même :



Aujourd'hui, la boutique se présente comme ceci :



Des travaux sont prévus avant la réouverture de la boutique début avril 2018.

Je voudrais donner une atmosphère plus chic avec un design industriel tel que celui-ci-dessous :



La place Denfert-Rochereau est une plate-forme de transports en commun très importante avec plusieurs lignes de métro (dont les lignes 4 et 6), le RER B, départ de l'Orlybus, desservie par les lignes de bus 38, 68 et 88.

De plus, la ligne de bus 59 (nouvelle ligne) va passer rue Mouton-Duvernet et aura un arrêt presque en face du magasin.

Ces deux places sont reliées l'une à l'autre par l'avenue du Général Leclerc, elle-même longée de nombreuses enseignes commerciales (Caroll, H&M, Poste, Mephisto, Muji, Jacqueline Riu, etc...)

On peut compter également comme zone attractive la rue Daguerre, rue piétonne commerciale, mais qui contient surtout des commerces de bouche (fromager, traiteur, boucher, primeur, etc...).

La rue Daguerre est parallèle à la rue Mouton Duvernet et se situe à 25m en allant vers la place Denfert-Rochereau



Le 14^{ème} en chiffres (Source Insee) :

Paris 14e Arrondissement (75114)

Population	
Population en 2014	141 230
Densité de la population (nombre d'habitants au km ²) en 2014	25 040,8
Superficie (en km ²)	5,6
Variation de la population : taux annuel moyen entre 2009 et 2014, en %	0,6
• dont variation due au solde naturel : taux annuel moyen entre 2009 et 2014, en %	0,5
• dont variation due au solde apparent des entrées sorties : taux annuel moyen entre 2009 et 2014, en %	0,1
Nombre de ménages en 2014	71 832

Sources : Insee, RP2009 et RP2014 exploitations principales en géographie au 01/01/2016

Naissances domiciliées en 2016	1 602
Décès domiciliés en 2016	1 006

Source : Insee, état civil en géographie au 01/01/2017

Logement	
Nombre total de logements en 2014	83 065
Part des résidences principales en 2014, en %	86,5
Part des ménages propriétaires de leur résidence principale en 2014, en %	30

Source : Insee, RP2014 exploitation principale en géographie au 01/01/2016

Revenus	
Nombre de ménages fiscaux en 2014	63 571
Part des ménages fiscaux imposés en 2014, en %	73,6
Médiane du revenu disponible par unité de consommation en 2014, en euros	27 047,3
Taux de pauvreté en 2014, en %	13

Avertissement : Pour des raisons de secret statistique, certains indicateurs peuvent ne pas être renseignés.

Sources : Insee-DGFiP-Cnaf-Cnav-Ccmsa, Fichier localisé social et fiscal en géographie au 01/01/2015

Emploi - Chômage	
Emploi total (salarié et non salarié) au lieu de travail en 2014	86 123
dont part de l'emploi salarié au lieu de travail en 2014, en %	87,4
Variation de l'emploi total au lieu de travail : taux annuel moyen entre 2009 et 2014, en %	-0,6
Taux d'activité des 15 à 64 ans en 2014	74,7
Taux de chômage des 15 à 64 ans en 2014	11,5

Sources : Insee, RP2009 et RP2014 exploitations principales en géographie au 01/01/2016

Établissements	
Nombre d'établissements actifs au 31 décembre 2015	22 561
Part de l'agriculture, en %	0,1
Part de l'industrie, en %	2,3
Part de la construction, en %	4
Part du commerce, transports et services divers, en %	79,5
dont commerce et réparation automobile, en %	9,8

Part de l'administration publique, enseignement, santé et action sociale, en %	14,1
Part des établissements de 1 à 9 salariés, en %	21,2
Part des établissements de 10 salariés ou plus, en %	4

Champ : ensemble des activités

Source : Insee, CLAP (connaissance locale de l'appareil productif) en géographie au 01/01/2015

Ces données montrent que cet arrondissement possède une population très variée, composée autant de personnes âgées que de familles. Cette population a de l'argent qu'elle est prête à dépenser (plus de 27 000€ de revenu disponible annuel). Ce sont principalement des résidences principales ce qui indique que les ménages habitent l'arrondissement à l'année. Il faut toutefois prévoir une baisse de l'activité pendant les mois de juillet et août malgré la proximité des catacombes.

Etude des concurrents

Sur Paris, j'ai recensé environ une quinzaine de boutiques de laine auxquelles viennent s'ajouter quelques merceries et magasins de prêt à porter proposant quelques articles de laine, mais dont ce n'est pas l'activité principale.

Les principaux concurrents sont :

- Boutique Anny Blatt – Bouton d'Or 2 rue de la pépinière 75009 PARIS : Principale concurrente en terme de cible puisque je veux vendre cette marque, et en terme de conseil. Mais elle sera aussi ma principale partenaire puisqu'elle sera mon premier fournisseur en termes de choix de gamme et de couleurs proposées. De plus, nous sommes, au regard de Paris, très éloignées l'une de l'autre. Mais cette boutique ne vend que de la laine, étant située au-dessus d'une mercerie. Elle ne propose pas non plus de produits Berthe aux grands pieds.
- « L'atelier » 13bis et 27 rue des plantes qui vend exclusivement la marque Drops qui n'a pas le même positionnement en terme de prix et de conseil. Drops est une marque de laines à bas prix et le magasin L'atelier est grand et se positionne en magasin discount (prix de la pelote compris entre 2 et 7 €), donc surtout de la vente et pas de conseils. Pas de blogs ni de site internet.
- « C'Tendance » situé au 51 rue Daguerre, qui vend les marques Lang Yarns et Phildar mais ce magasin est surtout positionné vente de vêtements. Pas de blogs ni de site internet.
- « Une maille à l'endroit » 57 rue Monge 75005 PARIS : D'après les retours clients et fournisseurs que j'ai eu, ce magasin fonctionne bien. Les commentaires sur les réseaux sociaux sont moins élogieux car trouvent ce magasin souvent fermé. Elle est actuellement à la recherche d'un(e) gérant(e) et d'un(e) vendeur – vendeuse.
- « Une maille à l'endroit » 12 place Adolphe Chérix 75015 PARIS : Aucune donnée sur ce magasin car il vient de s'installer et personne ne le connaît.
- « La Droguerie » 2 rue du jour 75001 PARIS : Ce magasin vend de la laine, mais ce n'est pas son activité principale. Il est plus axé sur la couture. Il a sa propre marque de fils à tricoter et ne se place donc pas sur la même offre que moi.
- « Au fil des jours » 2 rue Frémicourt 75015 PARIS. Ce magasin propose surtout de la mercerie et est en cours de reprise pour une activité totalement autre que le fil à tricoter.
- La concurrence Internet : Son atout : pouvoir passer commande n'importe quand, de nuit comme de jour, des prix plus faibles qu'en boutique. Pour la marque Anny Blatt, le seul site de vente est le site officiel et les prix sont identiques en boutique et sur internet. Ses faiblesses : L'absence de conseil, l'attente pour recevoir le produit, les frais de port, ne pas pouvoir voir et toucher le produit.

Etude des fournisseurs

Anny Blatt – Bouton d'or

- Fabricant de laine
- Représentera au plus 55% du Chiffre d'Affaires de la boutique Les pelotes
- France
- cf. premier réseau

Produits proposés

- Ouvert du lundi au vendredi de 8h à 17h. Livraison gratuite à partir de 250 €.
- Conditions négociées, durée d'application des tarifs...
- Paiement à 30 jours fin de mois
- Tous les signes sont officiellement bons, mais des rumeurs font état de problèmes internes à l'entreprise
- Les laines proposées sont de très haute qualité, avec des modèles très beaux mais assez classique, malgré une volonté de conquérir les jeunes
- Il n'existe pas de syndicat de la laine
- Principal fournisseur

Principal fournisseur et partenaire privilégié, je dois cependant être vigilante sur la véracité des rumeurs.

Plassard – Fonty

- Fabricant de laine
- Fabrication française

Produits proposés

- Commande possible par mail ou par téléphone. Livraison gratuite à partir de 330 €.
- LCR-NA à 60 jours nets, date de facture (15 jours pour les factures inférieures à 80 €),
- Un escompte de 2% sera accordé si règlement à réception de facture.
- Livraison sous 24 à 48h

Berthe aux grands pieds

- Fabricant de produits de prêt à porter : collants, bas, chaussettes
- Fabrication française

Produits proposés

En cours de recherche

Etude des prescripteurs

- ★ Bouche à oreille

La clientèle satisfaite sera mon premier prescripteur pour faire connaître ma boutique.

Pas d'intérêt direct sur la vente, mais volonté de conserver un magasin de proximité.

Les clients peuvent faire partie de groupes de discussion sur internet qui peuvent faire la différence entre deux magasins.

★ Bloggeuse, blogueur

Premier partenaire pour me faire connaître sur internet.

Pas d'intérêt direct sur la vente, mais en attente de cadeaux.

Je compte peu sur les retombées de ce réseau même s'il est incontournable de nos jours, car c'est un milieu que je connais peu et que je ne maîtrise pas du tout.

★ Club, association de tricot, cours et bar à tricot

Comme le bouche à oreille, c'est un réseau pour se faire connaître très important. Leurs membres ont un intérêt à venir, dans la mesure où je leur propose des remises automatiques.

★ Articles de presse

Ce moyen de communication peut être très gratifiant, mais il est également très cher en temps et en argent à mettre en place. Il faudra que je le fasse, mais pas au début de l'activité.

V. La stratégie

Analyse

<p>Externe</p> <p>Vu du marché et de l'extérieur de mon projet</p>	<p>Opportunités</p> <p>Commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'attrait du made in France - Les français sont prêt à dépenser plus pour de la qualité - Les français recherchent des produits originaux <p>Stratégie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas de créances clients pour un délai de paiement de 30 jours à fin de mois - Utilisation des réseaux modernes de communication 	<p>Menaces</p> <p>Commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concurrence internet - Concurrence grandes surfaces spécialisées (Loisirs & Créations, Cultura) <p>Financière :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nouvelle crise mondiale - Réchauffement climatique (les chèvres qui produisent du cachemire ne peuvent plus faire de laine s'il fait trop chaud) <p>Stratégie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas de retour de développement sur la communication
<p>Interne</p> <p>Vu de l'intérieur de mon projet</p>	<p>Forces</p> <p>Commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bon relationnel - Expertise tricot - Emplacement propice à la clientèle ciblée <p>Financières :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autonomie financière - Indépendance financière - Capacité de remboursement de l'emprunt - BFR faible 	<p>Faiblesses</p> <p>Commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expérience faible en vente - Principal fournisseur = principal concurrent <p>Financières :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poids de l'annuité de l'emprunt sur les ressources internes - CAF en 2019 - Dettes totales / capitaux propres les 3 premières années

Ma décision

→ Je peux créer ma boutique car, malgré une montée de la concurrence sur internet, ma clientèle n'est pas la même et c'est un marché en croissance

Stratégie commerciale

Stratégie d'entrée sur le marché

- ★ *Avant l'ouverture du magasin :*
 - Création du Blog / site internet pour permettre aux internautes connaissant l'ancien magasin de suivre son lifting au fur et à mesure des travaux.
 - Création d'une page Facebook reprenant quelques infos du site avec un lien vers le site
 - Je vais me présenter auprès des commerçants du quartier
- ★ *A l'ouverture :*
 - Distribution de flyers auprès des commerçants du quartier
 - Lien avant/après changement de propriétaire par madame Lafon, l'ancienne propriétaire qui viendra pendant quelques mois 2 à 3 après-midis par semaine faire la passation et donner des conseils
 - Inauguration du magasin en invitant les commerçants et habitants du quartier, bons clients environ 10 jours après l'ouverture.
 - Mise en place d'un fichier clients
 - Mise en place d'une carte de fidélité

Stratégie de développement

- ★ *La première année :*
 - Inauguration
 - Vente privée avec mini présentation des modèles en septembre/octobre
- ★ *Tout le temps :*
 - Carte de fidélité dématérialisée
 - Changement des vitrines toutes les 3 à 4 semaines
 - Réduction spéciale aux membres des clubs et bars à tricot (géré par le logiciel de caisse)
 - 2 événements au printemps et à l'automne pour présenter les nouveautés
 - Mise en avant d'un petit producteur français 3 fois par an.
 - Politique de retour des pelotes non entamées dans un délai d'un mois contre un avoir.
 - Veille concurrentielle
 - Salons pour découvrir les nouveautés :
 - Salon créations et savoir-faire en novembre
 - Salon Aiguilles en fête pro en février

Choix d'une cible prioritaire pour assurer la pérennité du projet.

Ma cible prioritaire est la fidélisation de la clientèle locale.

Choix d'un positionnement

- ★ Produits de qualité.
- ★ Conseil.
- ★ Boutique chic et originale.

Le plan d'action opérationnel

Plan d'action commerciale = les 4P de la méthode du marketing mixt

P1 = PRODUIT

- Large gamme de qualités et de couleurs de laine (plus de 200 références)
- Large gamme de boutons (500 références)
- Produits prêt-à-porter en fonction de la saison
- Politique de retour des pelotes non entamées dans le mois suivant l'achat.
Remboursement par avoir
- Conseils en tricot tout au long de l'élaboration du travail.

P2 = PRIX HT

- Pelotes de laine allant de 3 à 20 € HT, prix conseillés par les marques
- Remise de 5% au 10^{ème} achat, et pour les membres de clubs et associations de tricot
- Paiement comptant

P3 = DISTRIBUTION = distribuer c'est mettre le produit à portée de la main du client

- Boutique de 20m² avec remise de 3m² et cave non aménagée.
- Mise en place d'un fichier clients
- Vente au consommateur final
- Création d'un site internet et d'une page facebook
- Bouche à oreille
- Pas de livraison sauf exception non facturée au client

P4 = PROMOTION et Communication, Promotion des ventes

- 2 événements annuels de présentation des nouveautés dans la boutique ou à proximité
- Contact clientèle permanent via le site internet sur lequel il y aura les promotions, mais également des astuces, des informations nouveautés
- Budget de 100€/mois
- Résultat : Augmentation de 10% du CA pendant 5 jours après la campagne promotionnelle

VI. Les prévisions financières

Plan de financement prévisionnel

en Euros	Départ	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
BESOINS					
Immobilisations incorporelles					
<i>Frais de premier établissement</i>	4 000	0	0	0	0
<i>Fonds de commerce</i>	60 000	0	0	0	0
<i>Droit au bail</i>	0	0	0	0	0
<i>Site et logiciels</i>	819	16	16	16	16
Immobilisations corporelles (investissements)					
<i>Terrains</i>	0	0	0	0	0
<i>Construction</i>	0	0	0	0	0
<i>Installations, aménagements</i>	10 000	0	0	0	0
<i>Véhicule professionnel</i>	0	0	0	0	0
<i>Matériel informatique</i>	1 500	0	0	0	0
<i>Matériel de bureau</i>	0	0	0	0	0
<i>Mobilier</i>	3 000	0	0	0	0
<i>Autres</i>	0	0	0	0	0
Immobilisations financières					
<i>Dépôt de garantie</i>	4 000	0	0	0	0
Remboursement annuel du capital de l'emprunt		8 589	11 208	11 500	11 801
Prélèvement de l'exploitant ou des associés		0	0	0	0
Variation du BFR	21 115	-37 440	-8 214	-1 268	-3 435
TOTAL	104 434	-28 835	3 010	10 248	8 382
	Départ	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
RESSOURCES					
Fonds propres					
<i>Capital</i>	5 000	0	0	0	0
<i>Comptes-courants des associés</i>	26 000	0	0	0	0
<i>Prêt d'honneur (en c/c associés)</i>	8 000				
Emprunts					
<i>Prêt bancaire 1</i>	70 000	0	0	0	0
<i>Prêt bancaire 2</i>		0	0	0	0
<i>Autre prêt</i>		0	0	0	0
Capacité d'autofinancement		30 064	10 445	13 034	16 983
TOTAL	109 000	30 064	10 445	13 034	16 983
Ecart Ressources - Besoins	4 566	58 899	7 435	2 786	8 601
Ecart cumulé Ressources - Besoins	4 566	63 465	70 900	73 686	82 287

**REPARTITION DES FONDS PROPRES
AU DEMARRAGE**

	Capital	c/ courants	p/honneur	Total	%
Associé n°1	5 000	26 000	8 000	31 000	100%
Associé n°2	0	0		0	
Associé n°3	0	0		0	
Associé n°4	0	0		0	
Associé n°5	0	0		0	
Totaux	5 000	26 000	8 000	31 000	100%
Montant total du capital et C/C	5 000	26 000			

Les frais de premier établissement comprennent les frais d'enregistrement ainsi que les honoraires de l'avocat consécutifs à l'achat du fonds de commerce.

L'écart ressources-besoins montre une faiblesse du plan de financement sur l'année 2019/2020 en raison d'une Capacité d'AutoFinancement inférieure à la capacité de remboursement. Cependant, l'écart cumulé ressources-besoins montre que le projet est viable.

Compte de résultat prévisionnel

en Euros	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Chiffre d'affaires	131 500	158 935	166 727	177 606
Ventes de produits finis				
Prestations de services	0	0	0	0
Ventes de marchandises	131 500	158 935	166 727	177 606
Autres produits de l'exercice	0	0	0	0
Subventions d'exploitation				
Produits financiers				
Total des PRODUITS (A)	131 500	158 935	166 727	177 606
Achats	72 925	88 023	92 318	98 311
Fournitures non stockées	600	609	618	627
Achats de marchandises	68 000	84 000	92 040	94 800
Variation de marchandises	4 325	3 414	-340	2 883
Charges externes	19 816	19 981	20 149	20 451
Sous-traitance	0	0	0	0
Crédit-bail	0	0	0	0
Locations immobilières	8 000	8 000	8 000	8 120
Charges locatives	800	800	800	812
Entretiens et réparations	240	244	247	251
Assurances	1 372	1 393	1 413	1 435
Frais de documentation	120	122	124	125
Frais de formation	0	0	0	0
Commissions	0	0	0	0
Honoraires	2 000	2 030	2 060	2 091
Publicité	1 200	1 218	1 236	1 255
Transport et dédouanement	0	0	0	0
Déplacements, missions, réceptions	1 860	1 888	1 916	1 945
Frais postaux et de télécom	756	767	779	791
Frais divers	3 468	3 520	3 573	3 626
Impôts et taxes	0	610	970	970
Contribution économique territoriale	0	610	970	970
Autres taxes et droits	0	0	0	0
Charges de personnel	1 045	35 280	35 280	35 280

Salaires bruts net + part salariale)	0	0	0	0
Charges sociales patronales	0	0	0	0
Rémunération du gérant majoritaire	0	24 000	24 000	24 000
Cotisations sociales dirigeant (TNS)	1 045	11 280	11 280	11 280
Cotisations sociales EI	0	0	0	0
Cotisations sociales Autoentrepreneur	0	0	0	0
Charges financières	3 275	3 261	3 043	2 847
Int s/emprunts moyen et long terme	2 013	1 735	1 443	1 142
Agios s/dettes court terme	0	0	0	0
Commissions sur CB	1 262	1 526	1 601	1 705
Dotations aux amortissements (1)	5 274	2 879	2 085	1 315
TOTAL DES CHARGES (B)	102 335	150 034	153 845	159 174
RESULTAT AVANT IMPÔT (A)-(B)	29 165	8 900	12 882	18 432
Impôt sur les bénéfices	4 375	1 335	1 932	2 765
RESULTAT NET COMPTABLE (2)	24 790	7 565	10 950	15 668
CAF (1) + (2)	30 064	10 445	13 034	16 983

Comme dans le plan de financement, la Capacité d'Auto-Financement ne couvre pas les remboursements de l'emprunt en 2019/2020. Cela est dû à la rémunération prise par le dirigeant la deuxième année non prise l'année 1.

La rémunération n'est pas prise en année 1 car prise en charge par les Allocations de Retour à l'Emploi.

Les charges varient peu d'une année à l'autre (à partir de l'année deux), et elles augmentent moins que le chiffre d'affaires estimé.

Le Chiffre d'Affaires (CA) est basé sur une estimation du nombre de paniers moyens vendus par mois. Le panier moyen est estimé à 50 € HT sachant que pour un pull femme de taille 40, il faut en moyenne 10 pelotes. Une pelote coûte en moyenne 8 €, ce qui fait un panier à 80 €. Cela permet de penser qu'une estimation d'un panier moyen à 50 € est raisonnable.

QUANTITES

2018/19

	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janvier	février	mars
Ensemble 1	140	105	180	144	104	200	250	320	299	324	300	264
Panier moyen	140	105	180	144	104	200	250	320	299	324	300	264
Total	140	105	180	144	104	200	250	320	299	324	300	264

CHIFFRE D'AFFAIRES en EUR

2018/19

	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janvier	février	mars
Ensemble 1	7 000	5 250	9 000	7 200	5 200	10 000	12 500	16 000	14 950	16 200	15 000	13 200
Panier moyen	7 000	5 250	9 000	7 200	5 200	10 000	12 500	16 000	14 950	16 200	15 000	13 200
Total	7 000	5 250	9 000	7 200	5 200	10 000	12 500	16 000	14 950	16 200	15 000	13 200

CALCUL DES BESOINS D'ACHATS

2018/19

	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janvier	février	mars
Ensemble 1	3 850	2 888	4 950	3 960	2 860	5 500	6 875	8 800	8 223	8 910	8 250	7 260
Panier moyen	3 850	2 888	4 950	3 960	2 860	5 500	6 875	8 800	8 223	8 910	8 250	7 260
Total	3 850	2 888	4 950	3 960	2 860	5 500	6 875	8 800	8 223	8 910	8 250	7 260

STOCK DE MARCHANDISES

2018/19

	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janvier	février	mars
	9 150	11 263	11 313	12 353	14 493	13 993	12 118	8 318	5 095	1 185	-2 065	-4 325

Seuil de rentabilité prévisionnel

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Charges variables	73 587	88940	93300	99388
Coût de la sous-traitance	0	0	0	0
Coût d'achat des marchandises vendues	72 325	87 414	91 700	97 683
Commissions Commercial	0	0	0	0
Commissions sur CB	1 262	1 526	1 601	1 705
Charges fixes (solde des charges)	28 748	61 094	60 544	59 785
TOTAUX	102335	150034	153845	159174

Récapitulatif				
	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Chiffre d'Affaires HT (CA)	131 500	158 935	166 727	177 606
Charges variables (CV)	73 587	88 940	93 300	99 388
Marge sur coûts variables (MsCV)	57 913	69 995	73 427	78 218
Taux de marge sur coûts variables	0	0	0	0
Charges fixes (CF)	28 748	61 094	60 544	59 785
Résultat	29 165	8 900	12 882	18 432

Seuil de rentabilité	65 276	138 725	137 476	135 752
Point mort (en jours)	179	314	297	275

Calcul des ratios de rentabilité

en Euros		2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Performance économique (Marge bénéficiaire)	Résultat d'exploitation/CA HT x 100	24,67%	7,65%	9,55%	11,98%
Rentabilité financière	Résultat net/capitaux propres x 100	39,36%	10,97%	13,98%	16,96%
Rentabilité économique	(Résultat net + intérêt des emprunts)/(Capitaux propres + dettes financières) x 100	22,42%	8,91%	11,56%	14,83%
Valeur ajoutée	Valeur ajoutée/CA de l'exercice x 100	29,47%	32,04%	32,54%	33,13%
Capacité d'autofinancement	Capacité d'autofinancement/capitaux propres x 100	47,73%	15,15%	16,65%	18,38%
Marge globale	Marge globale/CA HT x 100	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%
Frais financiers/CA	Frais financiers/CA x 100	2,49%	2,05%	1,83%	1,60%

La marge globale est basée sur celle habituellement utilisée par les fabricants de laine qui fixent les prix vente publics.

La valeur ajoutée calculée est légèrement supérieure à celle donnée par le dossier professionnel de l'AFE (24%), cependant les chiffres donnés sont pour le commerce de fournitures de papèterie, et on peut penser que les chiffres pour le tricot sont plus importants.

Besoin en fonds de roulement prévisionnel (BFR)

<i>en Euros</i>	Plan initial	Jours	Fin année 2018/19	Jours	Fin année 2019/20	Jours	Fin année 2020/21	Jours	Fin année 2021/22	Jours
Stocks de matières premières										
Stocks de marchandises	13 000	66	-17 325	-22	-3 414	-32	340	-29	-2 883	-38
Produits finis										
Encours sur clients	0		0	0	0	0	0	0	0	0
Charges payées d'avance :										
Charges externes	1 651		-1 651							
Autres créances										
TVA déductible sur immobilisations	3 864		-3 864							
TVA déductible sur achat stocks	2 600		-2 600							
Sous-total	21 115		-25 440		-3 414		340		-2 883	
<i>Déduire : crédit fournisseurs</i>	0		12 000	54	4 800	61	1 608	61	552	61
<i>Déduire : acomptes clients</i>										
Besoin en fonds de roulement	21 115		-37 440		-8 214		-1 268		-3 435	

Le BFR est négatif ce qui est normal dans la mesure où les créances clients sont nulles.

Plan de trésorerie prévisionnel

		2018/19											
RECETTES		avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janvier	février	mars
	Recettes hors exploitation												
	Capital	5 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Comptes courants	34 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Emprunts MLT	70 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Autres aides et ressources	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	TOTAL (1)	109 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Recettes d'exploitation												
	Chiffre d'affaires TTC marchandises	8 400	6 300	10 800	8 640	6 240	12 000	15 000	19 200	17 940	19 440	18 000	15 840
	Remboursement crédits de TVA		0	0	0	0	0	0	3 500	0	0	0	0
	TOTAL (2)	8 400	6 300	10 800	8 640	6 240	12 000	15 000	22 700	17 940	19 440	18 000	15 840
	Total recettes	117 400	6 300	10 800	8 640	6 240	12 000	15 000	22 700	17 940	19 440	18 000	15 840

[illegible]

Cotisations sociales Autoentrepreneur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges financières												
Agios s/dettes à court-terme ou CB	67	50	86	69	50	96	120	154	144	156	144	127
TVA à payer	0	0	0	0	0	0	0	0	1 744	1 650	1 900	1 657
IS												
TOTAL (2)	2 109	2 092	17 728	8 468	8 449	8 495	8 519	8 553	10 287	10 205	10 443	10 183
Total dépenses	89 467	2 267	18 673	9 414	9 395	9 441	9 598	9 632	11 366	11 283	11 541	11 261
Recettes - dépenses du mois	27 933	4 033	-7 873	-774	-3 155	2 559	5 402	13 068	6 574	8 157	6 459	4 579
Recettes - dépenses cumul	27 933	31 966	24 093	23 319	20 165	22 724	28 126	41 195	47 769	55 926	62 385	66 964

Le plan de trésorerie prévoit une baisse d'exploitation les 3 mois d'été, en raison des hausses des températures et le départ en vacances de la population locale. C'est aussi la raison pour laquelle des congés en août ont été prévus, prévenant une activité quasi-nulle à cette période. Malgré un afflux de visiteurs aux catacombes de Denfert-Rochereau, cela aura peu de retombées sur ce type de commerce.

Toutefois, cette baisse de l'activité avec une trésorerie négative est compensée par l'activité des mois précédents.

Eléments pour le financeur

Le plan de financement prévoit un besoin pour lancer l'activité de 104 434 €, réparti en :

- ★ 60 000 € de fonds de roulement + 4 000 € de frais de première installation + 4 000 € de caution financière + 10 000 € de travaux + 3 000 € de mobilier soit un total de 81 000 € d'immobilisations corporelles
- ★ 23 434 € de besoin en fonds de roulement et achats de matériel informatique.

Ces besoins sont couverts par :

- ★ 26 000 € d'apport personnel en compte courant d'associés
- ★ 5 000 € de capital
- ★ 8 000 € de prêt sur l'honneur
- ★ 70 000 € de prêt bancaire

L'écart ressources – besoins est de 4 566 €.

Une garantie BPI ou FGIF est prévue pour la caution du prêt bancaire.

VII. Les aspects juridiques

Réglementation de l'activité

Le dossier professionnel de l'AFE dit :

Il n'y a pas de réglementation particulière sauf celles relatives au commerce et à l'artisanat.

Il est recommandé de respecter les règles suivantes :

- les conditions pour être commerçant, pour exercer en France,
- la sécurité,
- les règlements sanitaires, d'hygiène,
- les conditions d'ouverture et de fermeture hebdomadaire,
- la protection du consommateur/loyauté :
 - affichage des prix et autres informations obligatoires de l'étiquetage,
 - dispositions sur la concurrence loyale,
 - les reventes à perte,
 - la publicité mensongère,
 - les pratiques déloyales et discriminatoires,
 - le refus de vente au consommateur,
- qualité des produits vendus,
- les contrats avec les fournisseurs,
- les obligations comptables,
- la sécurité des moyens de paiement, chèques impayés, les délais de paiement,
- les règles d'urbanisme commercial,
- etc...

Consulter les organismes :

- 🇫🇷 Chambre de commerce et d'industrie,
- 🇫🇷 Chambres de métiers et de l'artisanat,
- 🇫🇷 DGCCRF, Direction Générale de la Concurrence et de la Consommation et de la Répression des Fraudes,
- 🇫🇷 et Direccte.

Forme juridique choisie pour l'entreprise

Les 3 formes envisagées étaient la micro-entreprise, la SARL à associé unique et la SASU. La micro-entreprise étant trop limitée en termes de chiffre d'affaires, le choix se limite à la SARL à associé unique ou à la SASU

Après avoir fait des simulations avec les deux formes de société, et parce que cotiser à la caisse des cadres ne m'apporte rien, j'ai décidé d'opter pour la SARL à associé unique. Je passerai en SASU quand je serai à la retraite.

Protection de la marque

Mon magasin ne fait que de la revente et n'est pas une marque. C'est pourquoi j'ai choisi de ne pas le protéger.

Conditions générales de vente

Les produits sont vendus au comptant au client final sans possibilité de crédit.

Les pelotes non entamées sont reprises contre un avoir dans un délai d'un mois après achat en apportant une preuve d'achat.

VIII. Retro planning et prochaines étapes

1. 19 décembre 2017 : Acceptation du devis Captain contrat pour prise en charge complète de l'achat du fonds de commerce et enregistrement de la société par maître Alexandre Riou.
2. 27 décembre 2017 : Rendez-vous avec ma conseillère personnelle du Crédit Mutuel de Ramonville qui pourra me donner un contact pro sur Paris
3. Janvier 2018 : Négociation de la vente du fonds de commerce et blocage de la vente.
4. Février 2018 : création du site internet pour permettre aux internautes dès mars 2018 de suivre les travaux de rénovation de leur boutique préférée.
5. 8 au 11 Février 2018 : Salon pro Aiguilles en Fête porte de Versailles à Paris.
6. 15 Mars 2018 : Vente définitive du fonds de commerce et travaux de rénovation de la boutique
7. 1^{er} avril 2018 : Ouverture de la boutique Les pelotes.
8. 15 avril 2018 : Inauguration du magasin.
9. Juillet 2018 : soldes.
10. Octobre 2018 : Présentation privée des nouveautés.

Et toutes les 3 semaines à partir d'avril 2018 : changement des vitrines.

IX. Annexes

CV

. LE .

64 Boulevard de Port Royal
75005 PARIS

Tél : XX XX XX XX XX

e-mail : ..le..@gmail.com

Poste actuel : Responsable Affaires Réglementaires Cosmétiques

Compétences

- Conseil aux professionnels de la cosmétique sur leurs allégations.
- Montage des Dossiers d'Information Produit selon le règlement européen n°1223/2009.
- Vérification de la conformité et du statut des produits selon les différentes réglementations internationales.
- Envoi des documents nécessaires aux autorités compétentes ou aux partenaires des pays de commercialisation pour enregistrement des produits selon réglementation en vigueur.
- Cosmétovigilance.
- Formation.
- Veille réglementaire internationale.

Expérience professionnelle

Mai 2012 à mars 2017 : Responsable Affaires réglementaires société Qualiwell – Boulogne-Billancourt

Février à mai 2011 : Responsable réglementaire Produits finis / Export Société L'Occitane – Manosque

Janvier 1997 à janvier 2011 : Laboratoires Pierre FABRE Dermo-Cosmétique - Toulouse

De 2006 à aujourd'hui : Assistante réglementaire Allégations

De 1997 à 2006 : Assistante réglementaire dossier Produit fini

1995 – 1996 : Assistante Affaires Réglementaires Vétérinaires aux Laboratoires Roussel-Uclaf – Romainville (selon la directive européenne des médicaments vétérinaires).

Formation

Septembre 2017 à janvier 2018 : Formation RPMS au centre de formation CréActifs

2016 : DU **Evaluation de la sécurité toxicologique** des produits chimiques et cosmétiques à la Faculté de Pharmacie Paris-Descartes

Janvier – février 2012 : Formation **d'Attaché de Recherche Clinique** chez For Drug Consulting (Malakoff)

1993 – 1994 : **Licence en Bio-expérimentation industrielle** à l'E.S.T.B.A (Paris) en alternance au Commissariat à l'Energie Atomique (CEA - Fontenay) en tant que technicienne supérieure de laboratoire

1991 – 1993 : **BTS Analyses Biologiques** à l'E.S.T.B.A (Paris)

Le marché des loisirs créatifs. Dossier professionnel AFE. 2015