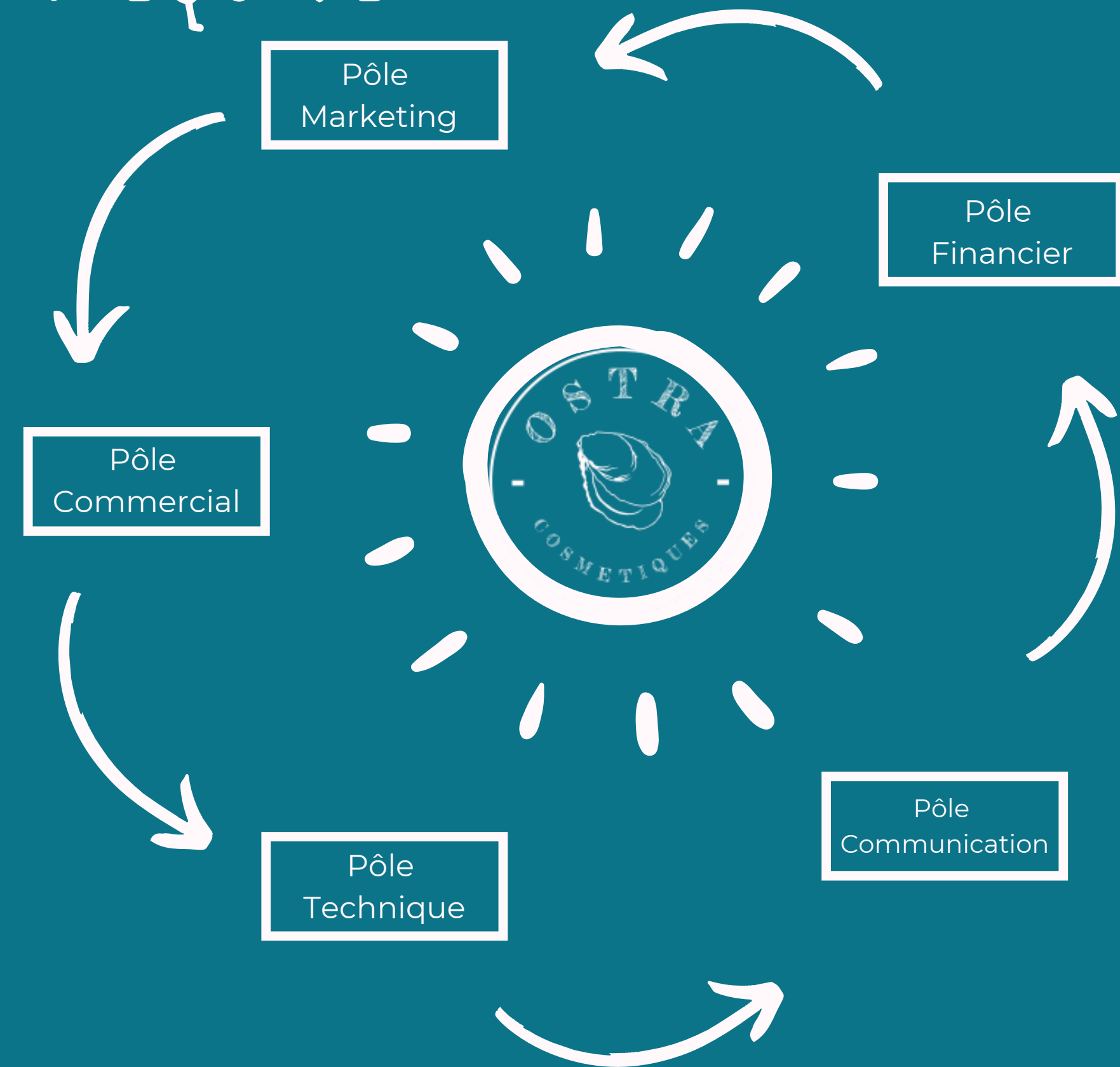


Ostra Cosmétiques

La beauté qui vous veut du bien!



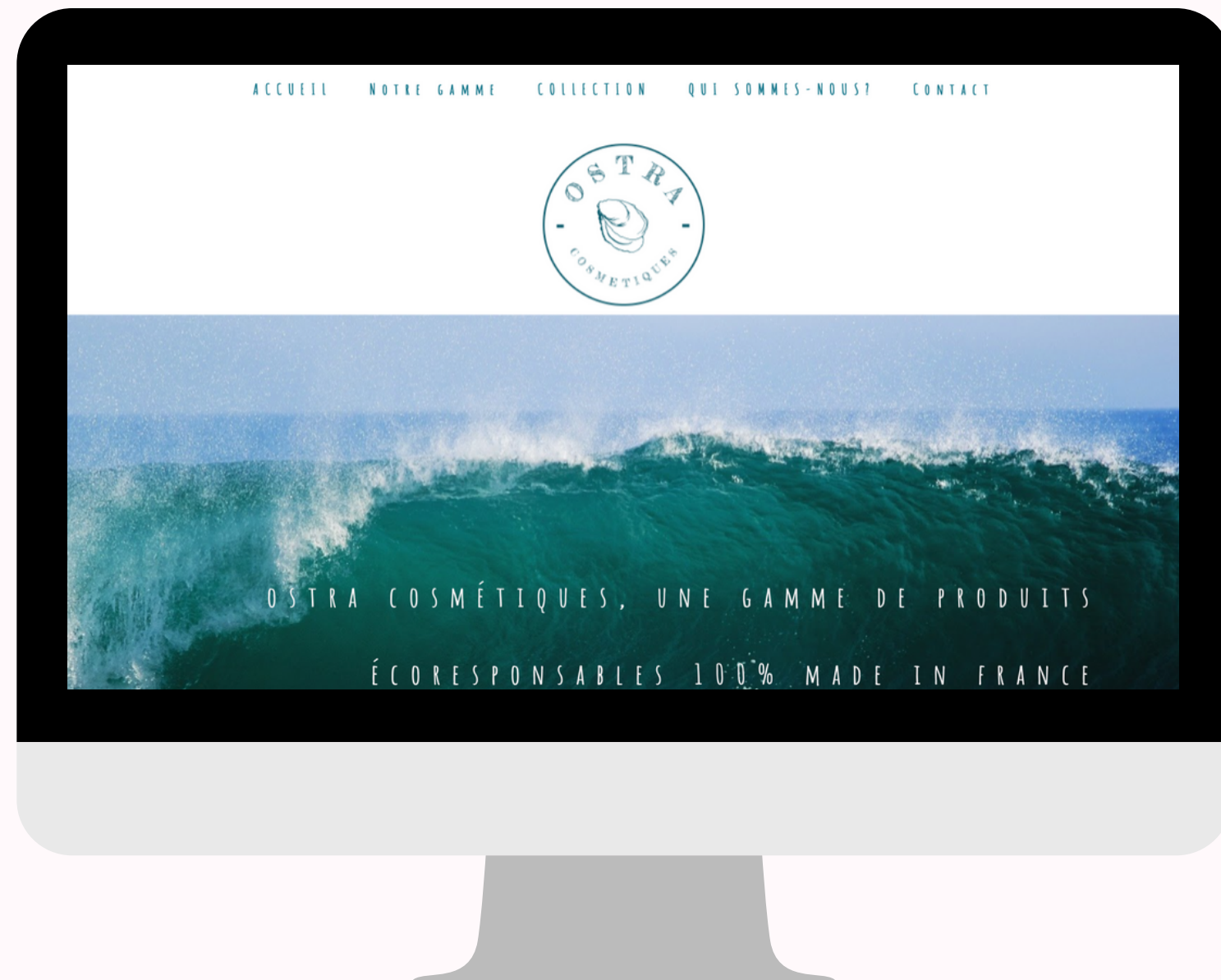
L'ÉQUIPE



Ostra Cosmétiques c'est l'association de 9 étudiants de l'Université de Limoges aux valeurs communes. Notre équipe est composée de 4 étudiantes de l'IAE et de 5 étudiants de l'ENSIL-ENSCI. L'innovation en termes de santé et d'environnement est un thème qui nous tient particulièrement à cœur, raison pour laquelle nous avons décidé d'associer nos compétences pour créer une marque avec une équipe efficace et pluridisciplinaire. Nous sommes à l'écoute les uns des autres et arrivons parfaitement à nous organiser, communiquer et faire fusionner nos idées. Dans le but de bénéficier des compétences de chacun, nous avons divisé notre équipe en cinq pôles : marketing, communication, finances, commerce et technique. Salomé et Hortense sont spécialisées en marketing, Léa notre commerciale, Manon chargée de la communication et de notre partie financière. Nous avons la chance d'avoir des étudiants ingénieurs, Badr, Emmie, Claire, Gabriel et Paul, spécialisés en céramique, électronique, eau et environnement, le cocktail parfait pour réussir. Nous n'avons pas hésité à nous tourner vers toutes les personnes possibles pour vous proposer des cosmétiques innovants qui vous ressemblent.

COMMUNICATION

SITE INTERNET

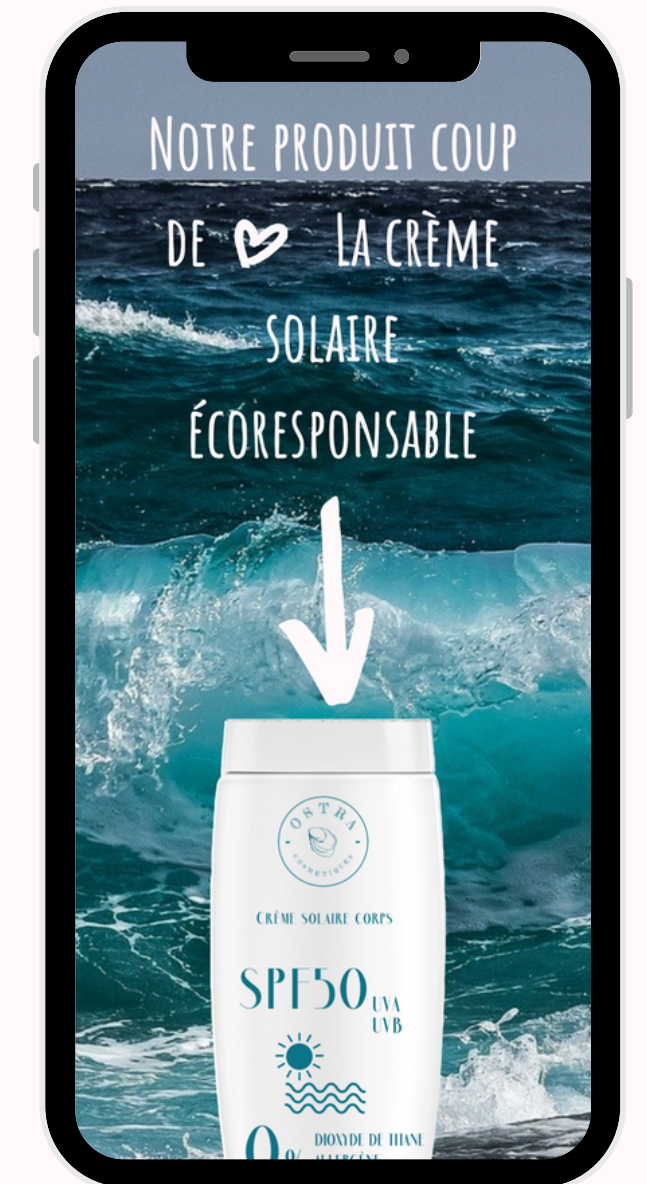


www.im-creator.com/free/salomec/ostra

AFFICHE



PUBLICITÉ



RÉSEAUX SOCIAUX



VIDÉO PROMOTIONNELLE

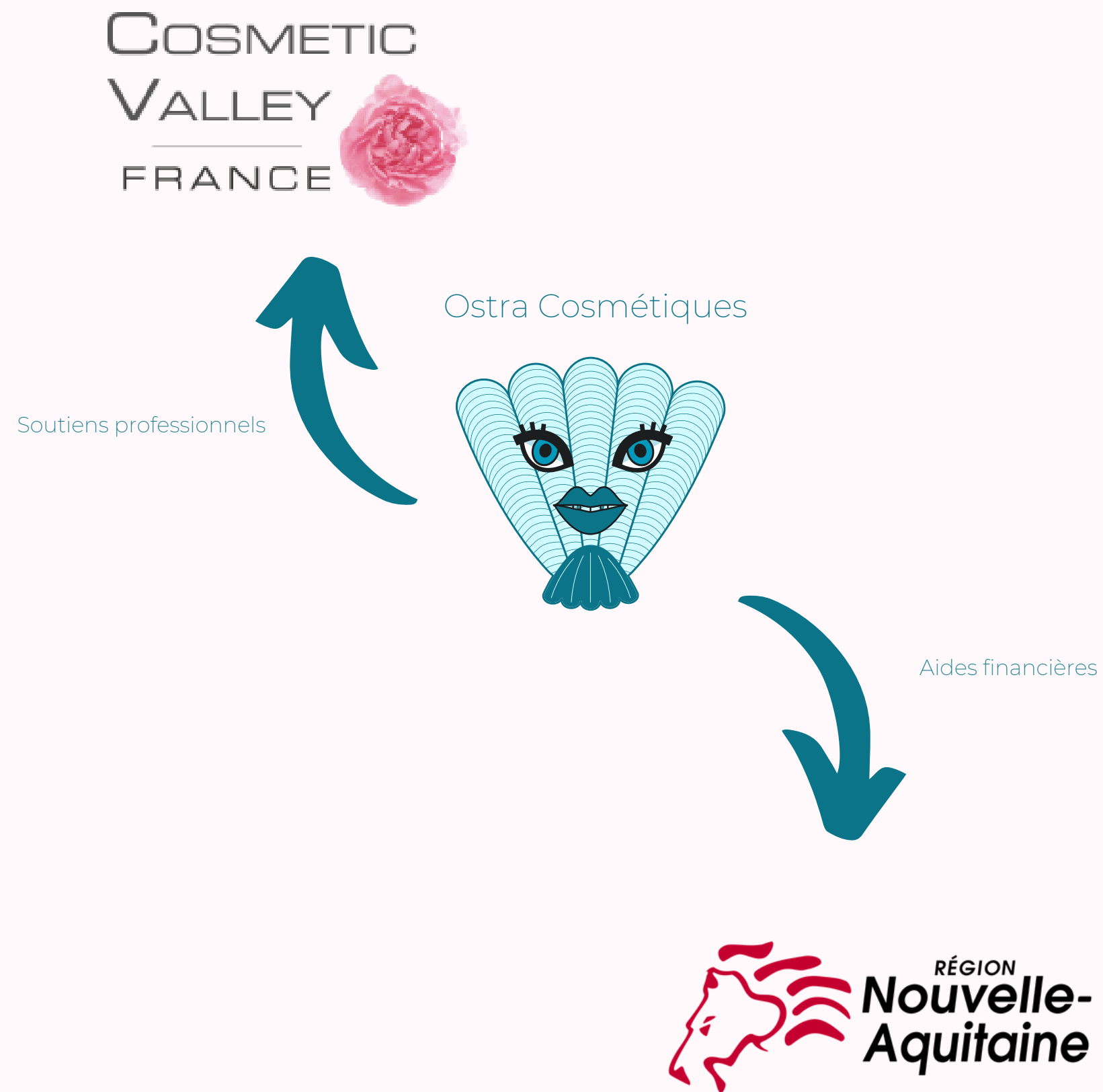


<https://youtu.be/MbmIsF3OjN4>

L'ÉCOSYSTÈME

DES PARTENAIRES ESSENTIELS

Ostra Cosmétiques est basée à Limoges et son activité s'étend sur la côte ouest de la France en Nouvelle-Aquitaine. Nous sommes dans une région pleine de ressources et nous avons à cœur de préserver notre économie territoriale en créant une marque locale et durable. Notre démarche écoresponsable est un plus et nous permettrait de bénéficier d'aides financières à plusieurs niveaux. En effet, la région Nouvelle-Aquitaine soutiens la création d'entreprises qui tendent vers un fonctionnement basé sur le recyclage, la revalorisation des déchets et le développement durable. Il nous paraît donc logique d'intégrer la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) à Ostra Cosmétiques. De plus, depuis septembre 2018 le pôle de compétitivité « Cosmetic Valley » a ouvert un bureau en Nouvelle-Aquitaine et souhaite accompagner les entreprises cosmétiques dans leurs démarches en innovation. L'Agence de Développement et d'Innovation de Nouvelle-Aquitaine (ADI-NA) nous permettrait de mettre en avant notre formulation innovante et d'être accompagnés tout au long de notre projet de crème solaire. Notons que le marché de la protection solaire est un marché mature, c'est-à-dire que les marques ont déjà fait leurs preuves et y sont installées.



OSTRA COSMÉTIQUES

LA BEAUTÉ QUI VOUS VEUT DU BIEN!



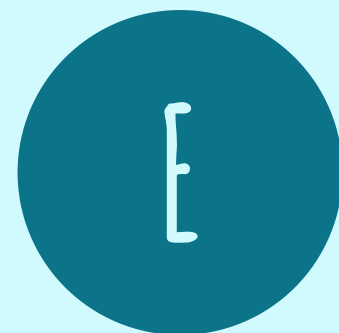
POLITIQUE

Opportunités:

- Interdiction du dioxyde de titane dans les produits alimentaires

Menaces:

- Baisse du tourisme mondial



ÉCONOMIQUE

Opportunités:

- Valorisation des entreprises ayant une démarche écoresponsable
- La France, leader sur le marché des cosmétiques

Menaces:

- Faible pouvoir d'achat
- Taux de chômage important



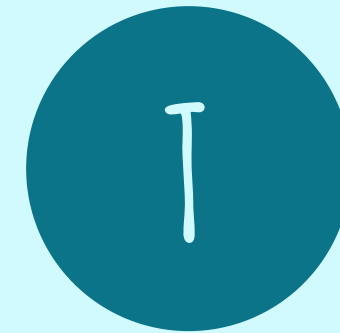
SOCIAL

Opportunités:

- Intérêt particulier des Français pour les cosmétiques de qualité
- Valorisation des cosmétiques non testés sur les animaux
- Augmentation des campagnes de prévention contre les cancers de la peau
- Recherche de produits innovants

Menaces:

- Mise en avant de la composition des produits cosmétiques



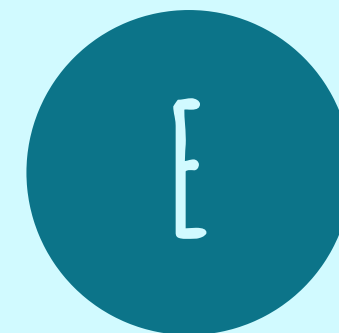
TECHNOLOGIQUE

Opportunités:

- Innovations de formulation et de composition pour les cosmétiques
- Importantes découvertes en R&D
- Le développement d'internet et des réseaux sociaux

Menaces:

- Augmentation des avis clients sur les sites qui peuvent décrédibiliser une marque



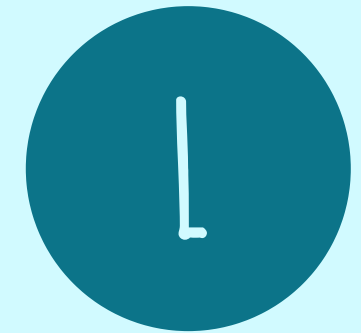
ENVIRONNEMENTAL

Opportunités:

- Valorisation des produits écoresponsables
- Réchauffement climatique
- Valorisation des packaging recyclés

Menaces:

- La crème solaire menace les océans, les coraux et la faune
- Vérification des techniques de fabrication
- Tests de tolérance des cosmétiques obligatoire avant la vente



LÉGAL

Opportunités:

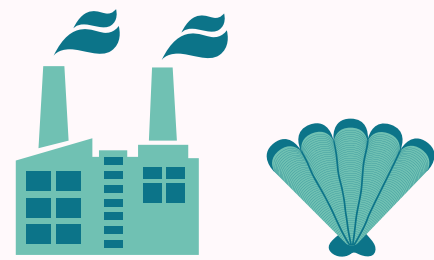
- Aides et subventions pour l'innovation

Menaces:

- Mise en place de loi concernant la protection des écosystèmes marins au niveau national mais aussi européen
- Transparence avec les consommateurs sur la composition des produits

LA FABRICATION DE LA VALEUR

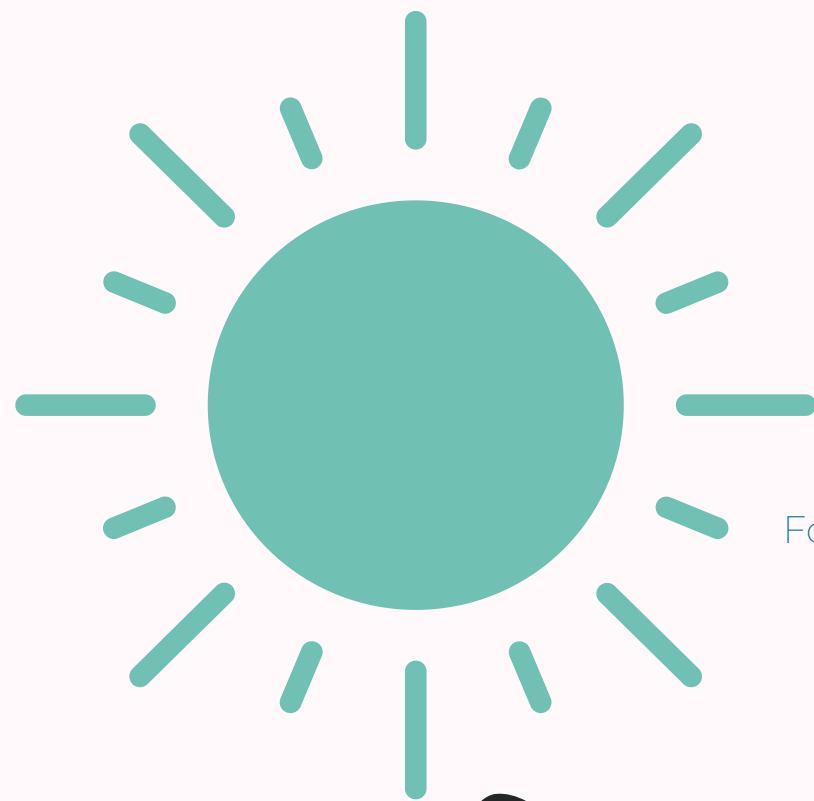
DES PRODUITS CONÇUS POUR TOUS



Revalorisation des déchets



Des employés impliqués et polyvalents



Formulation cosmétique innovante
Tests dermatologiques



Protection de l'environnement



Sensibilisation sur l'utilisation de produits naturels

Ostra Cosmétiques se positionne dans une démarche écocorporelle. Nos produits sont fabriqués à partir de poudre de coquilles d'huîtres que nous avons décidé d'acheter directement à l'entreprise OVIVE à La Rochelle, tout en veillant à la manière dont les coquilles sont blanchies. Par la suite, notre poudre sera acheminée vers notre laboratoire partenaire pour fabriquer notre gamme de produits et réaliser les tests cliniques avant la mise en vente. L'objectif pour nous est de sensibiliser le plus de monde possible à l'importance d'utiliser des produits naturels et respectueux de l'environnement. Nous récupérerons les produits finis que nous stockerons dans notre local, et nous nous chargerons nous-mêmes de la préparation des commandes. Pour les envois nous prévoyons de mettre en place un contrat avec La Poste. En tant que start-up, il est important pour nous qu'il y ait une cohésion de groupe et que notre organigramme reste le plus horizontal possible. Nous souhaitons mettre en place un management participatif pour créer un climat de confiance et que chaque voix compte.

LES ÉCHANGES AVEC LES PARTIES PRENANTES

DES COLLABORATEURS CHOISIS AVEC SOIN

Ostra Cosmétiques s'engage dans une démarche écoresponsable donc à la réduction de son empreinte écologique en créant des cosmétiques éthiques et durables. Cet engagement passe par le choix de nos collaborateurs et fournisseurs. Nous allons apporter nos compétences et nos connaissances en gestion d'entreprise, management, marketing, communication, commerce, finances et comptabilité. Nos produits seront acheminés dans des véhicules verts utilisant du BioGNV une énergie renouvelable et non fossile. En ce qui concerne les fonctions techniques, elles seront gérées à 90% par des sous- traitants. L'entreprise OVIVE s'occupera de la collecte des coquilles d'huîtres au niveau de La Rochelle et du bassin d'Arcachon, aussi bien les déchets des professionnels que des particuliers et nous délivrera la poudre. C'est ensuite le laboratoire qui s'occupera de créer nos produits dans le respect des conventions cosmétiques qui sont très strictes. Dans un souci de ne pas briser la chaîne de fabrication nous nous occuperons de l'interaction entre les parties. Évidemment, toutes les personnes travaillant avec nous devront partager nos valeurs.



OVIVE collecte les coquilles et les réduit en poudre



Notre transporteur livre la poudre sans polluer la planète



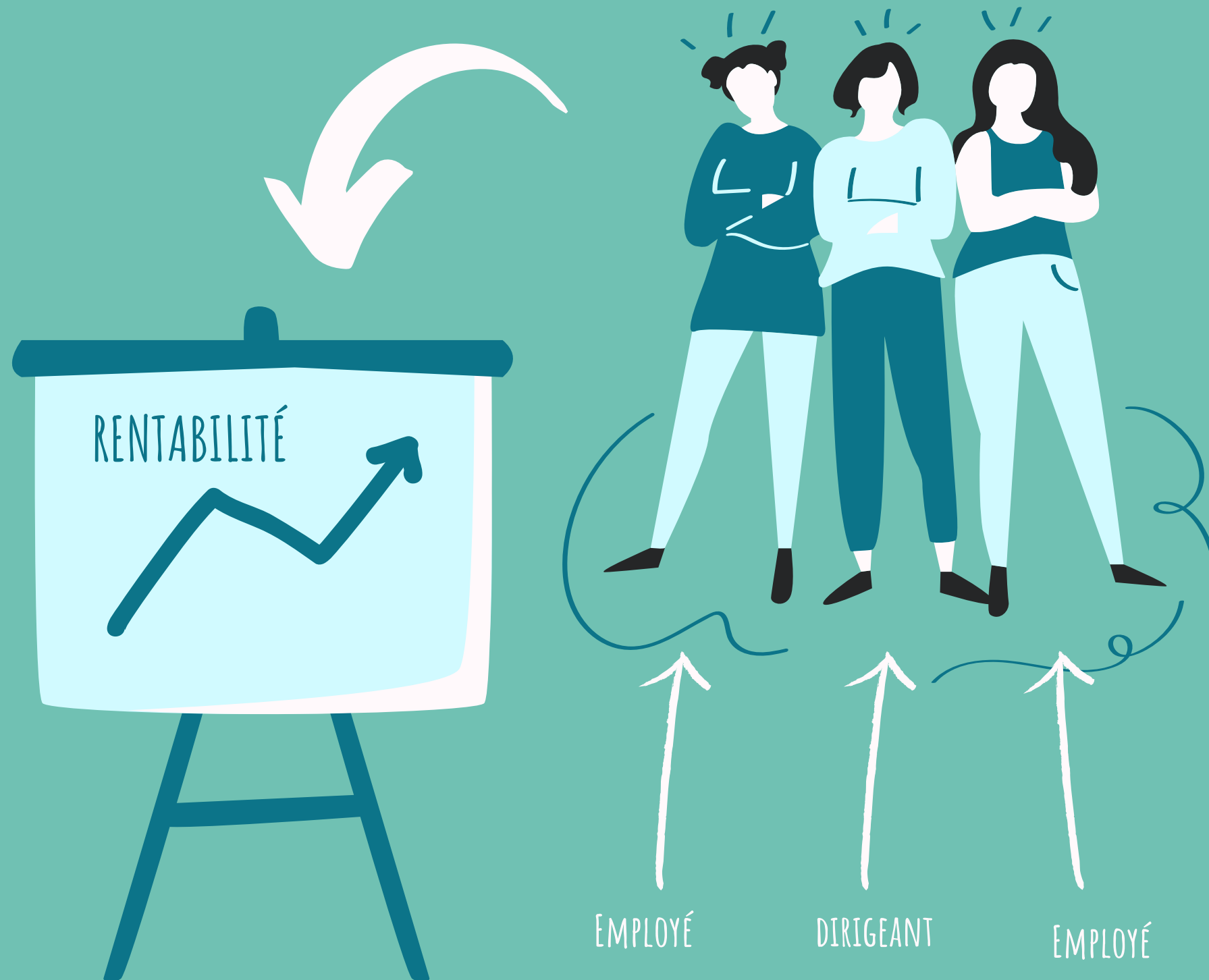
Le laboratoire confectionne notre gamme de produits



Nous récupérons et stockons les produits pour la vente

LA CAPTURE DE LA VALEUR

UNE RENTABILITÉ POSSIBLE



Notre activité se base sur la vente de produits cosmétiques. La confection de produits de qualité prend du temps. Dans le but d'être rentables le plus vite possible, nous avons décidé de proposer un savon exfoliant pour le corps et un shampooing solide tout deux disponibles sous forme de produit finis mais aussi sous forme de kit de fabrication à domicile. Ces deux produits nécessitent peu d'ingrédients et ont une fabrication simple. Notre produit vedette est notre crème solaire à la formulation innovante, @nous pouvons donc bénéficier d'une aide financière de la région Nouvelle-Aquitaine, aide qui pourra servir de levier à d'autres aides comme les fonds européens FEDER ou encore les aides BPI. Notre principal objectif financier est que nous soyons rentables pour pouvoir faire évoluer notre gamme le plus rapidement possible. Pour faciliter cet objectif, nous serons 9 investisseurs pour commencer mais seulement 3 complètement impliqués, 2 employés et un dirigeant. Nous partons du principe que la bonne santé de l'entreprise est primordiale et donc le dirigeant ne se rémunérera pas la première année.

RETOURS À LA SOCIÉTÉ

DES CONSOMMATEURS RESPONSABLES

La protection de l'environnement et l'intérêt qu'il suscite est au cœur de tous les débats. Il en est de même pour les cosmétiques, les consommateurs veulent savoir ce qu'ils mettent sur leur peau et l'origine de ces produits. On peut également noter que le made in France et les produits locaux possèdent un avantage concurrentiel sur le marché. L'activité d'Ostra Cosmétiques aura, bien évidemment, un impact positif sur la société et la région dans différents domaines. Le recours à des acteurs extérieurs dans le processus de création de la crème solaire permettra de créer un certain nombre d'emplois. Notamment une personne employée à plein temps dans le laboratoire pour nos produits. Effectivement, nous souhaitons faire appel à des acteurs locaux pour faire fonctionner l'économie locale. La création de nos produits s'inscrit dans une démarche écologique respectueuse de l'environnement au niveau régional puisque l'extrait de poudre de coquille d'huîtres s'effectue grâce à des déchets huîtres collectées sur la côte Atlantique. Cela réduit donc le nombre de déchets rejetés dans la nature et contribue à protéger l'environnement en revalorisant les déchets.

Je me sens plus concernée par la planète, l'économie locale et la qualité de mes produits. J'utilise Ostra Cosmétiques!



L'OFFRE

Depuis janvier 2020, le Dioxyde de Titane est interdit dans l'alimentaire uniquement. Nous avons donc décidé de proposer une gamme de produits cosmétiques eco-friendly innovants en retirant cette particule cancérigène de nos cosmétiques.

LA PROTECTION SOLAIRE

Le marché de la protection solaire représente 9,1 milliards d'euros dans le monde, et croît près de 4% chaque année. C'est un marché très saisonnier. Selon Pascal Fontaine, directeur commercial des pharmacies Lafayette, la météo est un facteur d'influence donc près de 70% des ventes de protection solaire sont réalisées entre avril et septembre.

LES NOUVEAUX ENTRANTS

Aujourd'hui, aucune entreprise ne propose une protection solaire naturelle aussi innovante. Après avoir protégé juridiquement notre formule nous serons les seuls sur le marché à proposer une crème solaire aussi innovante. Nous n'auront donc aucun nouvel entrant proposant le même produit.

LES FOURNISSEURS

Nous souhaitons faire appel à un fournisseur et sous-traiter la production. Pour nous fournir la poudre de coquilles d'huîtres nous allons faire appel à l'entreprise OVIVE à La Rochelle qui est habilitée à faire de la poudre pour cosmétiques et qui utilise aussi une technique pour extraire la nacre des coquilles. Pour les packaging, nous avons trouvé plusieurs fournisseurs potentiels via Cosmetic Valley.

LES CLIENTS

Nous avons réalisé un premier questionnaire qui nous a révélé notre cible. Notre cœur de cible sont les femmes CSP+ entre 25 et 55 ans. Les femmes avec enfants et soucieuses de l'environnement sont nos cibles principales.

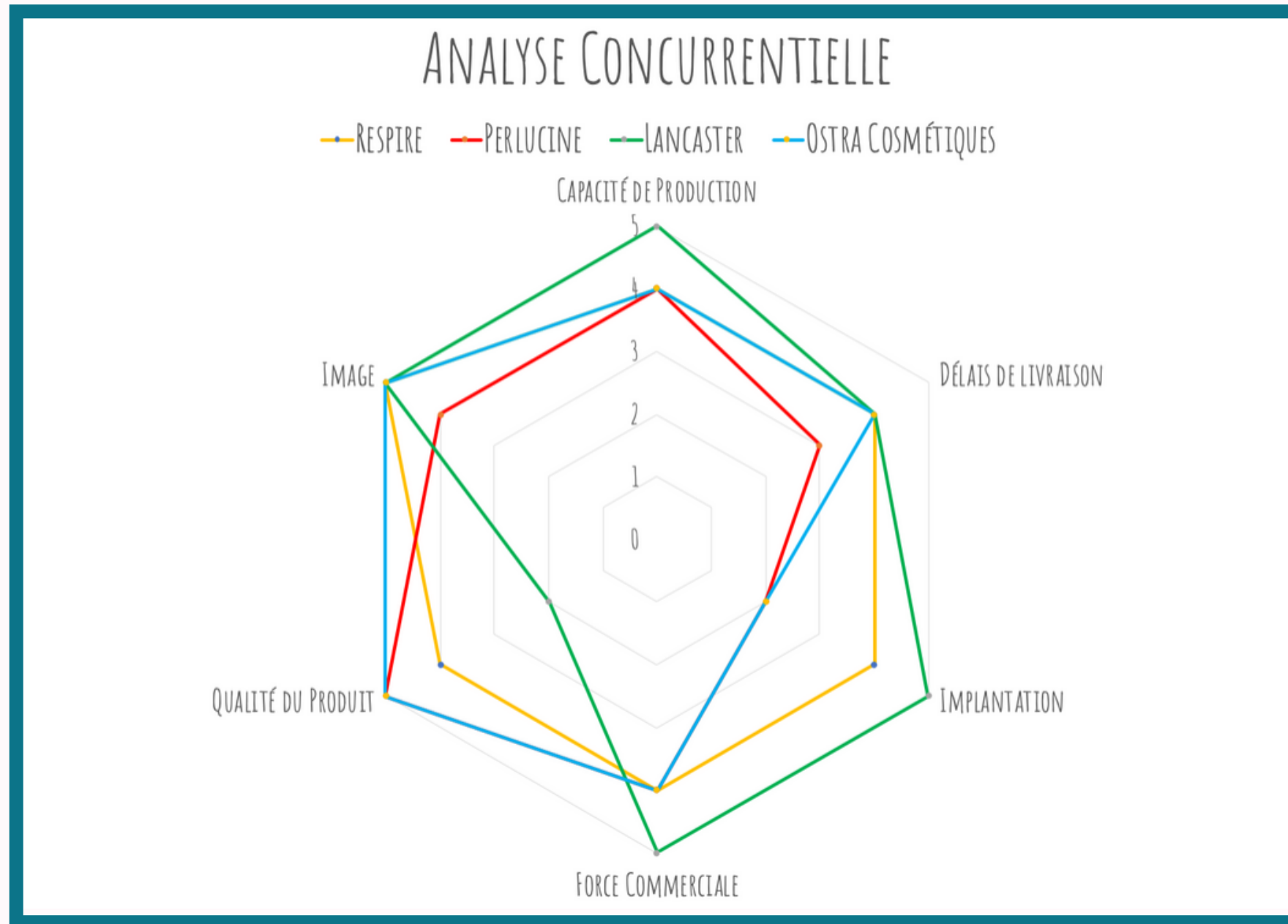
NOTRE DIFFÉRENCIATION

Nos avantages différenciateurs que nous souhaitons particulièrement mettre avant pour notre gamme sont:

- la formulation innovante de notre crème solaire
- montrer que la poudre de coquilles d'huître possède des vertues cosmétiques rares
- nos produits sont écoresponsables



LA CONCURRENCE



Respire est une marque concurrente sérieuse, à la fois pour les produits qu'elle propose mais aussi l'image et les messages qu'elle transmet.

RESPIRE

C'est une marque française qui propose des cosmétiques naturels qui vont du shampoing solide aux vitamines. Ils proposent aussi une gamme solaire respectueuse de l'environnement mais avec du dioxyde de titane.

PERLUCINE

C'est une marque Bretonne qui propose une gamme de produits cosmétiques naturels à base de poudre de coquilles d'huîtres et d'argile marine.

LANCASTER

C'est une marque de soin cosmétiques et solaire premium originaire de Monaco. Lancaster est la marque numéro 1 en innovation solaire notamment au niveau des textures de crèmes.

LA GAMME DE PRODUITS



UNE CRÈME SOLAIRE

39,98€ les 150ml
24,97€ les 50ml



UN SHAMPOING SOLIDE

12€ les 90g



UN SAVON EXFOLIANT POUR LE CORPS

7€ les 100g

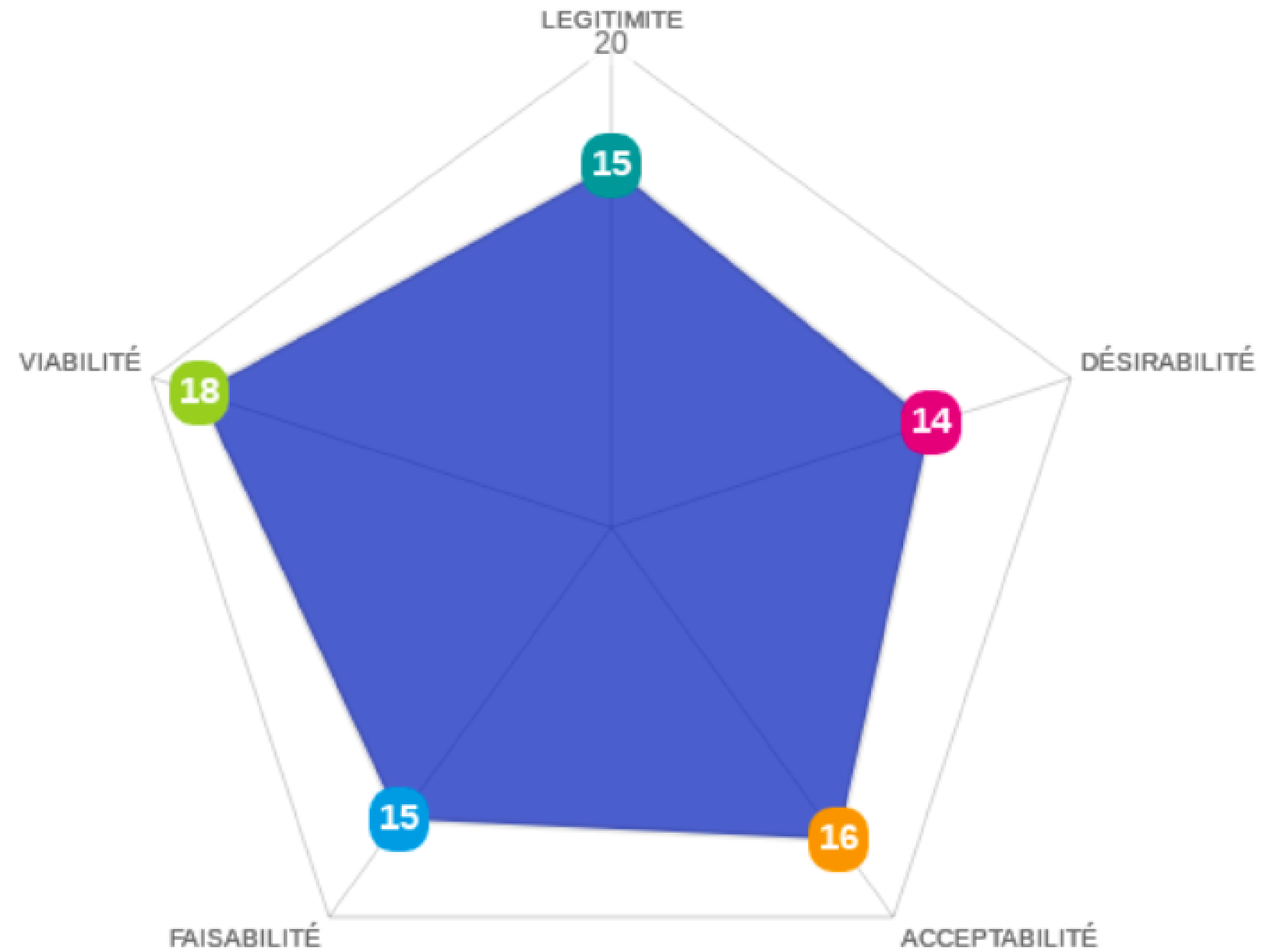


DES KITS DE FABRICATION

10,99€ le kit shampoing
6€ le kit savon

● Synthèse globale

16 / 20



♥ Désirabilité

14 /20

Ancrage du projet dans les usages et les besoins du marché

Nous avons réalisé un premier sondage qui nous a aidé à nous rendre compte de la situation. En effet, les consommateurs se sentent concernés par la protection de l'environnement mais aussi par la compositions des produits qu'ils utilisent. Ce sondage a également mis en avant que nos répondants ne pensent pas forcément à la crème solaire lorsque l'on évoque la composition des produits alors qu'ils en utilisent tous les étés. Il y a une réelle méconnaissance des protections solaires que ce soit leur composition ou leurs indices de protection.

🌐 Acceptabilité

16 /20

Capacité à maitriser les enjeux externes

Nous avons été en capacité de déterminer les principaux acteurs et parties prenantes de notre projet. Mais aussi tous les acteurs favorables à notre innovation. Nous avons une parfaites connaissance de notre marché et continuons de l'étudier plus en profondeur pour chaque produits que nous souhaitons proposer. Nous avons été en capacité de créer du lien avec d'autres entrepreneurs qui nous ont apporté beaucoup d'informations. Nous recherchons activement un laboratoire définitif pour la fabrication de nos produits, tous les laboratoires que nous avons contacté étaient plutôt favorables à notre projet. Le plus intéressant pour nous serait d'être en contact avec un pôle de compétitivité comme Cosmetic Valley.

⚙️ Faisabilité

15 /20

Capacité à développer une offre à valeur ajoutée pour le marché ciblé

Notre produit principal, la crème solaire est toujours en cours de test. Nous savons qu'elle à un réel potentiel mais les mois de confinement ont freiné l'avancement du projet. Avant le confinement une première phase de test devait avoir lieux pour tester sa conformité de protection solaire. Malheureusement, le confinement a stoppé ce test et nous sommes toujours dans l'attente de la reprise de celui-ci.

📊 Viabilité

18 /20

Pertinence et solidité du business model

Notre partie financière a été très longue à réaliser et elle est largement perfectible. Nous devons la faire évoluer avec le projet et nous avons décidé de nous rapprocher d'une expert comptable que nous devons rencontrer le 22/06/2020 pour faire une première analyse de notre travail.

💡 Légimité

15 /20

Solidité et capacité du projet à son point de départ

Notre projet est complètement innovant et la composition de notre crème solaire est unique. Il nous faut cependant protéger juridiquement notre idée et obtenir un prototype de crème le plus rapidement possible. Nous souhaitons développer deux autres produits en attendant notre crème solaire. Un shampoing solide et un savon exfoliant pour le corps. Nous ne possédons toujours pas le nom de marque et le nom de domaine ce sont les prochaines étapes à traiter en priorité.

LEGITIMITE

Solidité et crédibilité du projet et de l'équipe au point de départ

Problème à résoudre

Faire des cosmétiques autrement qui seront à la fois durables et sains.

Nous avons constaté que depuis plusieurs années, la composition des crèmes solaire et leur effet néfaste sur l'environnement est fortement critiqué et mis en avant. Pour aller au-delà, la composition des cosmétiques d'une manière générale est problématique.

Périmètre d'application

L'utilisation de produits coresponsables

Nous proposons des produits innovants avec une revalorisation des déchets d'huîtres.

Moyens à disposition

Moyens Humains

4 étudiantes en management, marketing et communication

Hortense, Léa, Manon et Salomé possèdent un Master 1 en management de l'innovation

5 étudiants ingénieurs

Gabriel est spécialisé en électronique Badr et Paul en céramique Emmie et Claire en eau et environnement

Moyens Physiques et intellectuels

Notre idée est en cours de test dans un laboratoire

Nous testons la protection UV de notre ingrédient principal pour pouvoir poursuivre les autres tests.

Nous ne disposons toujours pas de laboratoire officiel - Les tests sont réalisés dans un laboratoire universitaire gratuitement pour le moment

Moyens Financiers

Concours/appeal à projet

Nous participons au concours Pépite qui à lieu prochainement

Apport des fondateurs /Associés

Nous allons tous participer financièrement dans le projet. Nous n'avons pas fixé de montant pour le moment

Avantage déloyal

Aucune crème solaire avec notre formulation n'existe sur le marché. Sa composition est très innovante et répond à beaucoup de critères désirés par les consommateurs.

DESIRABILITE

Besoins exprimés par nos potentiels utilisateurs

Demandeurs

- Toutes les personnes qui s'exposent au soleil
- Les mères de famille
- Les femmes aux problèmes de peau
- Les femmes avec des rides
- Les femmes avec des tâches brunes liées à une grossesse ou au soleil
- Les peau sensibles et fragiles
- Les femmes avec de l'eczéma
- Les personnes qui pratiquent une activité à l'extérieur

Besoins

- Se protéger des UVA et UVB
- Limiter le risque de cancer de la peau
- Utiliser des cosmétiques éthiques et durables
- La protection des océans
- Une transparence des marques sur les compositions

Solutions existantes

- Les crèmes solaire classiques
- Les huiles solaire
- Aucune protection
- Chapeau
- Lunettes de soleil
- T-shirt ou combinaison

ACCEPTABILITE

Compréhension de l'écosystème actuel et des rapports de force

Acteurs

- Les ingénieurs
- Les laboratoires

Influenceurs

- Ministère de la santé
- Greenpeace
- Association WWF

FAISABILITE

Capacité à développer une offre innovante qui répond aux besoins

Partenaires techniques

- Laboratoires
- Fabricants de poudre de coquilles d'huîtres
- Comptable

Fonctionnalités

- Une nouvelle façon de faire des cosmétiques
- Nous portons un intérêt particulier à la compositions des cosmétiques.
- Nous nous engageons à réduire notre empreinte

? Les revendeurs de coquilles d'huître

- Association Cosmébio

- Banques
- Web Designer

écologique - Nous voulons sensibiliser les consommateurs à l'importance des protections solaires pour lutter contre les cancers de la peau

VIABILITE

Capacité du projet à générer une activité, un business viable et pérenne

Clients	Produits / Services	Proposition de valeur	Modèle de revenus
- Les consommateurs de produits solaire - Les Dermathologues - Les centres de beauté - Les clubs de vacances	- Crème solaire éco-responsable	- Nous proposons des cosmétiques coresponsables, cruelty free, 100% made in France avec une formulation naturelle et innovante.	- En vendant notre crème solaire - En proposant des shampoings solides - En proposant des savons exfoliants pour le corps - En faisant de la promotion de notre marque - En bénéficiants d'aides financières

MARKETING MIX

CRÈME SOLAIRE

POLITIQUE PRODUIT

La crème solaire

Notre crème solaire a de nombreux attributs que nous souhaitons mettre en avant:

L'innovation : la formulation à base de coquilles d'huîtres qui protège des UVA et UVB.

La fabrication naturelle : notre produit est fabriqué à partir de produits naturels et n'est pas nocif pour la santé.

L'écoresponsabilité : notre produit est écoresponsable. Il respecte l'environnement et ne détruit pas la faune marine.

La gamme

Nous prévoyons de vendre un tube de 150mL pour le corps et un de 50ml pour le visage, un savon exfoliant pour le corps et un shampoing solide. Nous souhaitons développer notre gamme lorsque l'entreprise sera rentable. Nous souhaitons créer d'autres genres de protections solaires, pourquoi pas en différents formats ou bien des sticks à lèvres, protection pour les cheveux, après-soleil... Nous avons de nombreuses idées pour développer notre entreprise et la faire prospérer. Nous avons une stratégie de gamme courte pour pouvoir avoir une image de spécialiste du produit.

La marque

Notre nom de marque est Ostra Cosmétiques. "Ostra" signifie huître en espagnol, ce qui est beaucoup plus musical et facile à prononcer. De plus, ce nom donne un côté "premium" à nos produits. Notre marque est nouvelle sur le marché et le choix de ce nom nous permet de nous différencier.

Le mot "cosmétiques", nous permet de montrer explicitement notre activité, tout en restant large dans l'optique de nous développer. Nous avons opté pour une stratégie de marque gamme, nous pourrons ainsi commercialiser tous nos produits avec l'assurance de garder notre capital marque.

Le packaging:

L'emballage primaire : c'est le premier contenant en contact direct avec le produit. Pour notre crème, ce sera un tube en plastique recyclé et recyclable, dans la lignée de notre démarche écoresponsable. Nous avons opté pour des couleurs simples (blanc et bleu lagon) des couleurs élégantes dans l'univers de la mer en accord avec notre positionnement. Toujours dans une démarche écoresponsable nous n'allons pas emballer notre tube de crème.

L'emballage secondaire : cet emballage sera notre colis. Nous prévoyons d'envoyer nos crèmes dans un carton recyclé, calé par des confettis en maïs biodégradables et solubles dans l'eau. Nous ajoutons à l'envoi une petite carte de remerciement en papier recyclé. Quant à la facture, elle sera envoyée sur la boîte mail, en accord avec notre politique de protection de l'environnement.

POLITIQUE PRIX

Nous avons décidé de mettre en place une politique prix d'alignement.

Nous souhaitons nous aligner aux prix pratiqués sur le marché. Le prix d'une crème solaire à base de composants naturels, ou encore avec une certification BIO ou CosmeBio varie entre 35€ et 45€.

TABLEAU POLITIQUE DE PRIX

PRIX	PAS ASSEZ CHER		% CUMULÉS (A)		TROP CHER		% CUMULÉS (B)		100 - (A+B)
		POURCENTAGE				POURCENTAGE			
	15	38	68%	100%	3	5%	0%	0%	
	20	13	23%	32%	13	23%	2%	66%	
	25	1	2%	9%	16	29%	2%	89%	
	30	2	4%	7%	10	18%	5%	88%	
	35	1	2%	4%	6	11%	14%	82%	
	40	0	0%	2%	5	9%	25%	73%	
	45	1	2%	2%	2	4%	43%	55%	
	50	0	0%	0%	0	0%	71%	29%	
	50	0	0%	0%	1	2%	95%	5%	
TOTAL		56	100%	0%	56	100%	100%		

MARKETING MIX

CRÈME SOLAIRE

POLITIQUE COMMUNICATION

Le but de notre stratégie de communication est faire connaître notre marque mais aussi de faire connaître nos produits. A travers cette stratégie nous souhaitons développer un sentiment d'attachement auprès de notre cible pour faire acheter nos produits. Nous souhaitons aussi utiliser le growth hacking afin d'inciter les clients à acheter.

Nous devons pour celà utiliser différents moyens médias et hors médias qui répondent à tous ces objectifs. Dans notre première année d'activité, notre objectif principal sera de nous faire connaître. Comme nous avons un budget limité nous prévoyons 1/3 de médias et 2/3 de hors médias car les médias de masse permettent de nous faire connaître rapidement, mais ils coûtent extrêmement chers.

Média: les réseaux sociaux - la diffusion de publicités

Hors média: participation à des événements - relations presse - partenariats avec des influenceurs.

POLITIQUE DISTRIBUTION

Nous avons décidé, dans le but de réduire notre impact environnemental d'opter pour un circuit court. Nous avons deux intermédiaires : OVIVE à La Rochelle qui sera notre fournisseur de poudre de coquilles d'huîtres.

Par la suite, la poudre sera acheminée directement à notre laboratoire partenaire, nous réceptionnerons les produits finis pour les mettre directement à la vente.

Pour la vente de nos produits nous avons décidé de les vendre via notre site internet mais aussi de faire les démarches nécessaires pour avoir un corner au niveau des Galeries Lafayette. Il nous semble intéressant de faire appel à des revendeurs notamment les centres de beauté, les dermatologues ou encore les pharmacies. Dans un premier temps nous ne souhaitons pas ouvrir de boutique physique permanente mais plutôt des boutiques éphémères dans les stations balnéaires. Si nos finances nous le permettent nous pourrions penser à ouvrir des boutiques permanentes à partir de la troisième année.

BESOINS PERMANENTS		RESSOURCES DURABLES	
FRAIS D'ÉTABLISSEMENT	9 690,00 €	APPORTS PERSONNELS OU CAPITAL SOCIAL	87 862,00 €
FRAIS D'ENREGISTREMENT	500,00 €	NUMÉRAIRE	75 834,00 €
HONORAIRES	2 000,00 €	NATURE	12 028,00 €
DÉPÔT DE MARQUE INPI	190,00 €		
PUBLICITÉ AU DÉMARRAGE	7 000,00 €	COMPTES COURANTS D'ASSOCIÉS	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	43 979,00 €	SUBVENTION, PRIME	5 569,00 €
RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	40 000,00 €		
BREVET, LICENCES	500,00 €		
LOGICIELS	1 479,00 €	DETTES FINANCIÈRES	
CRÉATION SITE INTERNET	2 000,00 €	PRÊT BANCAIRE	80 308,00 €
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	80 308,00 €		
LOCAL COMMERCIAL	72 650,00 €		
MOBILIER	1 050,00 €		
MATÉRIEL	608,00 €		
UTILITAIRE	6 000,00 €		
STOCK DE MARCHANDISES	25 232,00 €		
TVA SUR ACHATS DE MATIÈRES	4 530,00 €		
TRÉSORERIE	10 000,00 €		
TOTAL	173 739,00 €	TOTAL	173 739,00 €

PLAN DE FINANCEMENT

COMPTE DE RÉSULTAT

COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL	ANNÉE 1	ANNÉE 2	ANNÉE 3
PRODUITS (HT)			
VENTES DE MARCHANDISES	258 567,00 €	363 812,80 €	422 908,55 €
TOTAL PRODUITS	258 567,00 €	363 812,80 €	422 908,55 €
CHARGES D'EXPLOITATION (HT)			
DÉFICIT N-1		7 195,19 €	- €
ACHATS (CHARGES VARIABLES)	97 734,00 €	143 343,28 €	195 468,00 €
ACHAT DE MARCHANDISES	131 567,00 €	161 987,67 €	204 675,34 €
VARIATION DE STOCK			
ACHATS DE FOURNITURES	3 750,00 €	4 600,00 €	5 050,00 €
EAU	400,00 €	400,00 €	400,00 €
GASOIL	3 000,00 €	3 700,00 €	4 000,00 €
FOURNITURES D'ENTRETIEN	200,00 €	300,00 €	400,00 €
FOURNITURES ADMINISTRATIVES	150,00 €	200,00 €	250,00 €
R&D	40 000,00 €	40 000,00 €	40 000,00 €
CHARGES EXTERNES	2 200,00 €	2 500,00 €	2 800,00 €

ASSURANCES RESPONSABILITÉ CIVILE PROF.	400,00 €	500,00 €	600,00 €
ASSURANCE VÉHICULE	1 000,00 €	1 000,00 €	1 000,00 €
ENTRETIEN ET RÉPARATION (LOCAUX, MATÉRIEL)	500,00 €	700,00 €	900,00 €
DOCUMENTATION	300,00 €	300,00 €	300,00 €
AUTRES CHARGES EXTERNES	14 739,00 €	29 789,00 €	44 839,00 €
HONORAIRES EXTERNES	2 000,00 €	2 000,00 €	2 000,00 €
FRAIS D'ACTE ET DE CONTENTIEUX			
LOGICIELS	1 479,00 €	1 479,00 €	1 479,00 €
TÉLÉPHONE / INTERNET	540,00 €	540,00 €	540,00 €
PUBLICITÉ	10 000,00 €	25 000,00 €	40 000,00 €
SERVICES BANCAIRES	720,00 €	770,00 €	820,00 €
FRAIS DE PERSONNEL	43 248,00 €	67 608,00 €	67 908,00 €
RÉMUNÉRATION DU DIRIGEANT	- €	16 800,00 €	16 950,00 €
COTISATIONS SOCIALES DU DIRIGEANT	- €	7 560,00 €	7 710,00 €
SALAIRES ET CHARGES SOCIALES DES SALARIÉS	38 832,00 €	38 832,00 €	38 832,00 €
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS (DAP)	4 416,00 €	4 416,00 €	4 416,00 €
CHARGES FINANCIÈRES			
CHARGES FINANCIÈRES	16 452,19 €	16 238,45 €	16 021,49 €
ANNUITÉ	15 350,92 €	15 350,92 €	15 350,92 €
AGIOS ET INTÉRÊTS PAYÉS	1 101,27 €	887,53 €	670,57 €
CHARGES EXCEPTIONNELLES			
TOTAL CHARGES	218 123,19 €	311 273,92 €	372 086,49 €
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	40 443,81 €	52 538,88 €	50 822,06 €
IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES	6 066,57 €	7 880,83 €	7 623,31 €
RÉSULTAT NET	34 377,24 €	44 658,05 €	43 198,75 €

CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL	ANNÉE 1	ANNÉE 2	ANNÉE 3
CLIENTS / JOUR	30	45	60
CLIENTS / AN	10920	16380	21840
1 TUBE HT	33,3€	33,3€	33,3€
1 TUBE TTC	39,98€	39,98€	39,98€
1 TUBE HT	20,81€	20,81€	20,81€
1 TUBE TTC	24,97€	24,97€	24,97€
1 SAVON HT	5,83€	5,83€	5,83€
1 SAVON TTC	7,00€	7,00€	7,00€
1 SHAMPOING HT	10,00€	10,00€	10,00€
1 SHAMPOING TTC	12,00€	12,00€	12,00€
1 KIT SHAMPOING HT	9,16€	9,16€	9,16€
1 KIT SHAMPOING TTC	10,99€	10,99€	10,99€
1 KIT SAVON HT	5,00€	5,00€	5,00€
1 KIT SAVON TTC	6,00€	6,00€	6,00€
TVA	1,2	1,2	1,2
NOMBRE J / MOIS	30	30	30
NOMBRE MOIS	12	12	12
CA HT	359 856,00 €	539 784,00 €	719 712,00 €
CA TTC	431 827,20 €	647 740,80 €	863 654,40 €
PRIX D'ACHAT HT	195 468,00 €	293 202,00 €	390 936,00 €

CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL