

1001 Reptiles

STRICTEMENT CONFIDENTIEL

Tables des Matières

Résumé.....	1
Activité.....	1
Marché.....	1
Chiffres Clés.....	2
Besoin.....	3
Société.....	4
Structure et Actionnariat.....	4
Emplacement.....	4
Equipe.....	4
Produits et Services.....	6
Description.....	6
Etude de Marché.....	7
Démographie et Segmentation.....	7
Marché Cible.....	10
Concurrence.....	10
Réglementation.....	11
Stratégie.....	13
Avantage Concurrentiel.....	13
Prix.....	13
Plan Commercial.....	14
Etapas de Développement.....	15
Risques.....	15
Opérations.....	18
Fonctionnement.....	18
Plan de Personnel.....	18
Ressources Clés.....	18
Fournisseurs.....	18
Plan Financier.....	20
Emplois et Ressources.....	20
Hypothèses.....	20
Prévisionnel de Ventes.....	21
Structure de Coûts.....	22
Prévision de Résultat.....	22
Prévision de Trésorerie.....	23
Bilan Prévisionnel.....	25
Annexes.....	26
Flux de trésorerie.....	26

Résumé

Activité

1001 Reptiles proposera la vente d'animaux et d'accessoires de terrariophilie sur la France entière à partir de son site internet 1001-reptiles.com.

L'entreprise sera installée dans un local industriel à Caen.

La structure juridique retenue est celle de la SAS. La société sera dirigée par 2 des 3 actionnaires qui agiront en tant que cogérants.

Les dirigeants se connaissent depuis plus de 15 ans et possèdent des compétences très complémentaires : M Jean D (30% des parts) sera en charge des approvisionnements, des expéditions, et du service client, et M Rémy Y (30% des parts) sera en charge de l'administratif et du marketing du site internet.

La troisième actionnaire, Mme Laure H (40% des parts) ne sera pas impliquée dans la gestion de l'entreprise.

Marché

Le marché français de la terrariophilie est un marché de niche estimé à 39 m€ en 2015.

Ce marché a bénéficié d'une croissance moyenne annuelle 23% de sur la période 2008 - 2015, période durant laquelle ce segment a vu sa part du marché français de l'animal de compagnie progresser de 0,24% à 0,78%.

En terme de produits, la catégorie dominante du marché de l'animal de compagnie est l'alimentation avec 74% du marché (en valeur), l'achat des animaux en lui-même ne représente que 3% du marché.

L'e-commerce est un canal de distribution en croissance sur le marché des animaux de compagnie (+6% de pénétration depuis 2012). L'e-commerce est également un canal particulièrement adapté à la terrariophilie puisque l'offre pour cette catégorie est actuellement peu développée dans les points de ventes spécialisés qui préfèrent réserver leur surface au sol à des segments de marché plus établis, tels que le chat, le chien, ou l'aquariophilie.

1001 Reptiles entend tirer profit de cette situation en développant une offre de vente à distance proposant une gamme élargie d'animaux, accessoires, produits alimentaires, et soins.

Notre offre visera à la fois les propriétaires de lézards, serpents, tortues, et amphibiens, ainsi que les personnes souhaitant acquérir de tels animaux de compagnie.

Nous serons en concurrence directe avec les autres sites internet proposant la vente de produits liés à terrariophilie, et en concurrence indirecte avec les points de ventes spécialisés.

L'offre sur internet est existante mais la concurrence est relativement faible comparée à d'autres marchés tel que celui du textile, par exemple. Une grande partie des sites concurrents appartiennent à des animaleries locales, et ne possèdent qu'une expertise limitée en matière d'e-commerce. A l'inverse l'essentiel des sites disposant d'un vrai savoir-faire en e-commerce tel qu'amazon.fr ou animaux-market.com ne possèdent qu'une expertise limitée en terrariophilie.

Nous pensons donc être en mesure de proposer sur notre site une expérience d'achat supérieure à celle offerte à l'heure actuelle par nos concurrents, grâce à la maîtrise de l'e-commerce et à la connaissance poussée en terrariophilie de nos fondateurs.

Chiffres Clés

Nous pensons pouvoir réaliser 240 k€ de chiffre d'affaires dans les 12 premiers mois d'exercice, et atteindre un volume de 445 k€ en année 3 suite au développement du trafic naturel du site.

Nous prévoyons que l'entreprise soit rentable dans sa troisième année d'exploitation, une fois que le site aura atteint un niveau de trafic suffisant. Nous pensons pouvoir atteindre un EBE d'environ 26 265 € en année 3 (6% du CA).

L'entreprise bénéficie d'un BFR négatif, en conséquence le flux de trésorerie opérationnel net devrait être positif sur la durée du plan malgré la situation déficitaire sur les deux premières années.

De plus, l'entreprise devrait être suffisamment capitalisée pour nous permettre d'honorer nos remboursements d'emprunt tout en conservant des liquidités suffisantes faire face à d'éventuels imprévus.

Besoin

L'objectif de ce business plan est d'obtenir un financement bancaire de 20 000€ permettant de financer une partie du stock initial et du crédit de TVA lié à l'achat de ce dernier.

Société

Structure et Actionnariat

1001 Reptiles est une SAS au capital social de 50 000€.

La société a été immatriculée auprès du Greffe du Tribunal de Commerce de Caen en novembre 2015.

Le siège social de la société est situé au 4 place du 36ème RI à Caen 14 000.

- Nom : 1001 Reptiles SAS
- Numéro de SIRET : XXXXXXXXXXXXXXXX
- Siège social : 4 place du 36ème RI à Caen 14 000

La société a pour associés :

- Mme Laure H : 40% des parts
- M Jean D : 30% des parts
- M Rémy Y : 30% des parts

La société sera dirigée par Jean D et Rémy Y qui agiront en tant que cogérants.

Les 3 associés se connaissent depuis plus de 15 ans. Les 2 cogérants possèdent des compétences très complémentaires couvrant les domaines suivants : gestion, webmarketing, et terrariophilie.

Emplacement

La société exploitera un local industriel situé au 40 rue de Paris à Caen 14 000 pour lequel un bail a été signé le 6 Novembre 2015.

Le local dispose d'une surface de stockage de 30 m x 20m x 2m ce qui devrait être suffisant au démarrage du site. Par ailleurs, le local est situé à moins de 200m d'un centre de stockage temporaire pouvant servir d'appoint en cas de besoin (location d'espace au mois).

Equipe

La société sera dirigée par Jean D et Rémy Y qui agiront en tant que cogérants.

Les gérants possèdent des compétences complémentaires couvrant les domaines opérationnels les plus importants pour la société :

- Gestion
- Webmarketing
- Terrariophilie

Rémy Y s'occupera de la gestion et du marketing du site. Avant de rejoindre l'équipe de 1001 Reptiles, Rémy a travaillé pendant 7 ans sur des problématiques webmarketing pour une agence de communication de Caen. Ses spécialités sont le SEM (publicité sur Internet) et le marketing de contenu. Lorsqu'il était en agence, il gérant pour ses clients des budgets publicitaires mensuels allant de 10k€ à 500k€, et il a supervisé la création de plus de 1 000 articles de blogs, pages de contenus, et vidéos.

Il a de plus suivi une formation de 15h à la gestion d'entreprise afin de se familiariser avec les principales démarches administratives.

Jean D sera en charge de la gestion des achats, de l'emballage, de l'expédition, et du suivi des commandes (y.c. SAV). Il possède une véritable expertise du milieu de la terrariophilie acquise en élevage (7 ans dans un élevage de reptiles situé en Côte d'Or) et en animalerie (4 ans en tant que vendeur dans une animalerie en périphérie de Caen).

Les CVs des dirigeants ont été joints en annexe à ce business plan.

Produits et Services

Description

La société proposera au travers de son site internet 1001-reptiles.com la vente d'animaux, de nourriture, de soins et d'accessoires de terrariophilie sur la France entière.

Les principales catégories de produits proposés seront :

- **Animaux** : ophidiens (serpents), sauriens (lézards), chéloniens (tortues), et amphibiens (grenouilles, salamandres, etc.)
- **Accessoires** : terrarium, éclairage, chauffage, appareils de contrôle, produits d'hygiène, etc.
- **Alimentation** : produits alimentaires spécialisés (insectes, rongeurs, granulés, etc.)

Les accessoires tout comme les soins et la nourriture seront sélectionnés auprès de fournisseurs réputés sur le marché et bien connus des adeptes de terrariophilie.

Les animaux quant à eux proviendront d'élevages français.

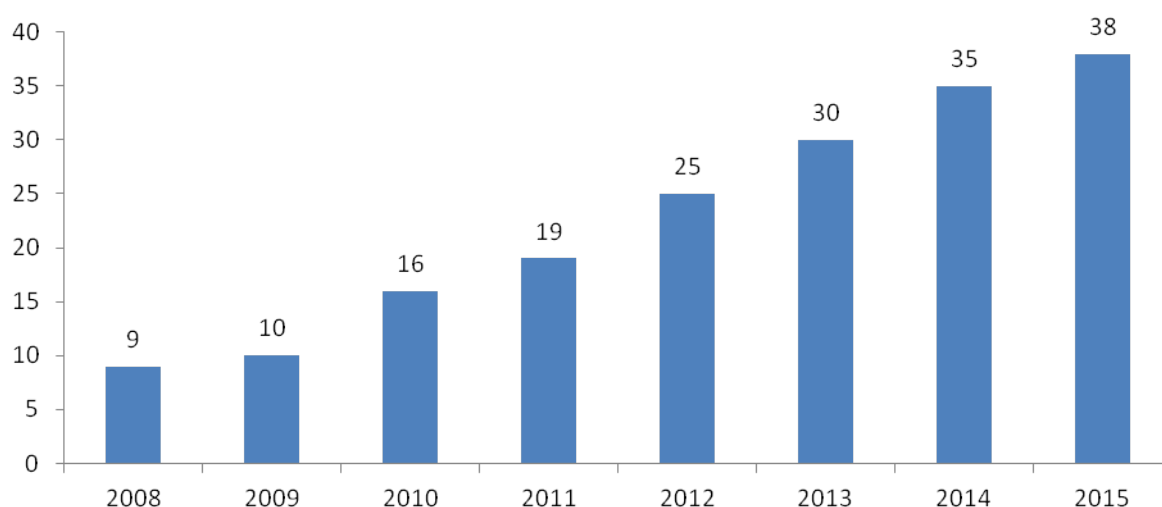
Etude de Marché

Démographie et Segmentation

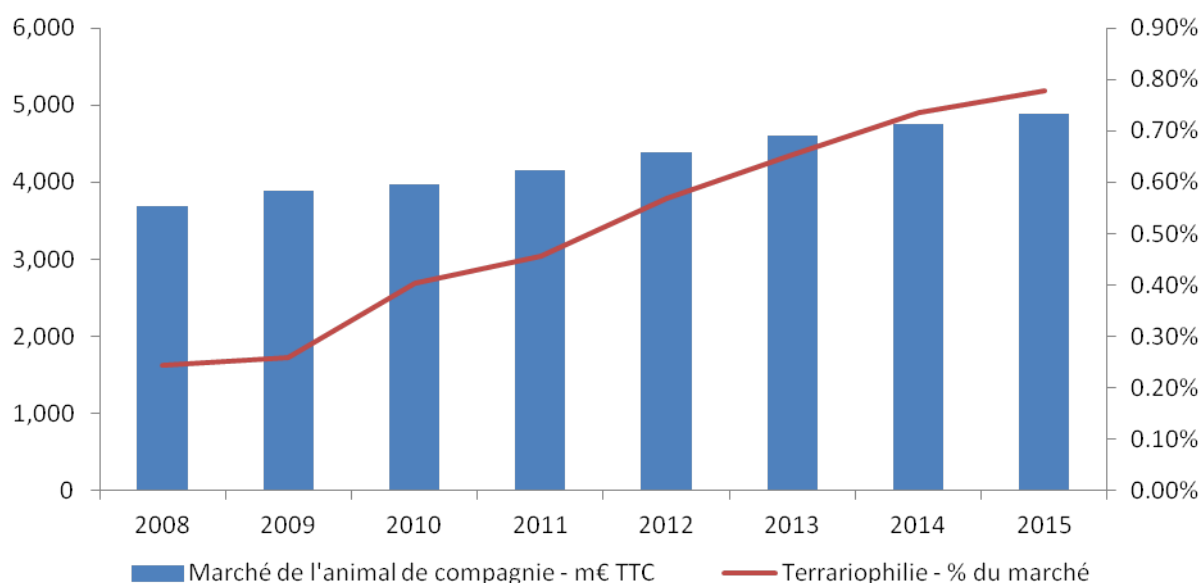
Le marché français de la terrariophilie est un marché de niche estimé à 39 m€ en 2015 ([source](#)).

Le marché bénéficie d'une forte croissance depuis 2008 : 23% de croissance moyenne annuelle sur la période 2008 - 2015.

Ventes TTC - m€

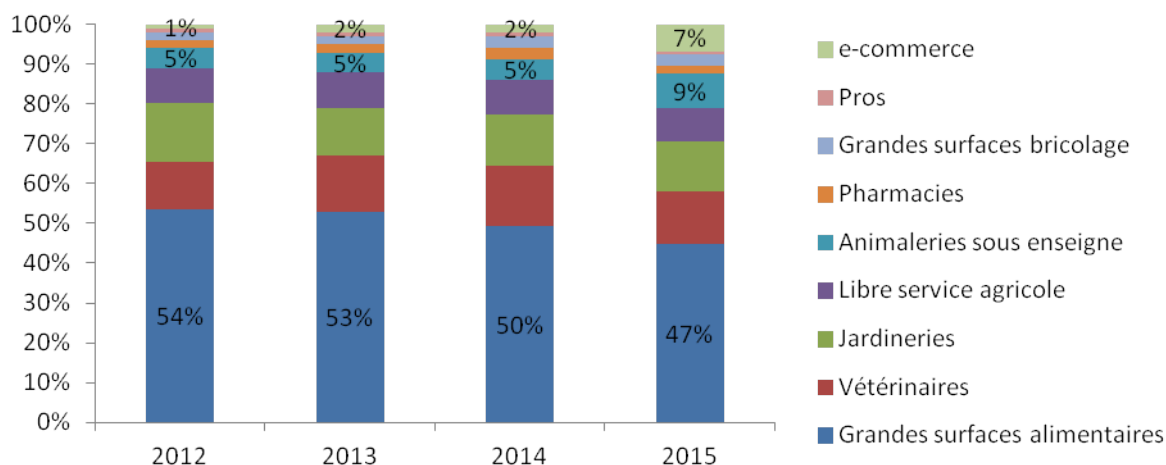


Entre 2008 et 2015 la part de marché du segment de la terrariophilie dans le marché français de l'animal de compagnie est passée de 0,24% à 0,78% :

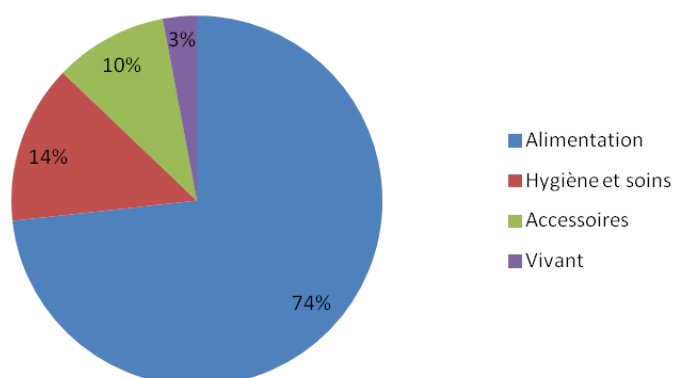


La terrariophilie est donc d'un segment de marché émergent mais prometteur.

Au niveau des canaux de distribution, le marché est dominé par les grandes surfaces alimentaires mais celles-ci sont en perte de vitesse (-7% de part de marché depuis 2012). A l'inverse, les animaleries sous enseigne (+4% depuis 2012) et l'e-commerce (+6% depuis 2012) sont les deux canaux de distribution qui progressent le plus rapidement :



En terme de produits, la catégorie dominante concerne l'alimentation avec 74% du marché (en valeur), l'achat des animaux en lui-même ne représente que 3% du marché ([source](#)) :



Lors de notre étude de marché nous avons effectué des entretiens avec 24 propriétaires d'animaux de compagnie dans la catégorie que nous visons. Nous

avons en complément effectué un sondage sur Internet auprès de 150 personnes propriétaires ou intéressées pour acquérir un animal de compagnie dans la catégorie que nous visons.

Il ressort de ces enquêtes :

- qu'une faible partie des personnes interrogées a déjà acheté des animaux, des accessoires, de la nourriture ou des soins sur Internet (5%)
- un fort intérêt pour l'achat d'animaux sur Internet (25% des sondés)
- un très fort intérêt pour l'achat d'accessoires sur Internet (67% des sondés)
- un très fort intérêt pour l'achat de nourriture et de soins sur Internet (81% des sondés)
- un budget moyen de 236€ pour l'achat d'un nouvel animal (équipement et accessoires compris)

Les principales raisons évoquées pour justifier les intentions d'achat sont :

- **la difficulté à trouver de la nourriture spécialisée dans le commerce** : contrairement à la nourriture pour chiens, chats et poissons qui se trouve facilement en grande surface alimentaire, les rongeurs congelés et insectes nécessaires pour nourrir les animaux du segment de la terrariophilie nécessite de se rendre dans des points de ventes spécialisés qui sont parfois très éloignés du domicile des propriétaires
- **le manque de choix** : la plupart des animaleries et autres points de ventes d'animaux ne disposent généralement que d'un choix limité d'animaux, accessoires et d'équipements pour ce segment. Ceci est compréhensible compte tenu que ce segment est encore marginal comparé aux autres types d'animaux de compagnie
- **le prix** : la plupart des sondés pensent pouvoir trouver leurs produits moins cher sur internet

Les principaux freins à l'achat évoqués par les sondés sont :

- des craintes concernant la provenance, le transport, ou le renvoi des animaux
- l'envie de voir les animaux ou accessoires avant de les acheter
- des craintes vis à vis de la procédure de retour des accessoires (notamment concernant les terrarium : peur qu'ils se cassent lors du retour et que le marchand refuse de les rembourser, et les rongeurs congelés : peur de problèmes liés à la chaîne du froid)

Marché Cible

La société 1001 Reptiles est positionnée à la fois sur le segment et le canal de distribution du marché des animaux de compagnie qui bénéficient de la plus forte croissance.

Le marché visé bénéficie d'un bon ticket d'entrée (achat de l'animal, de l'équipement, et des accessoires) suivi de revenus récurrents tout au long de la vie de l'animal (nourriture et soins).

Sur le segment de la terrariophilie, l'offre en points de ventes spécialisés est à ce jour encore très peu développée. 1001 reptiles entend tirer profit de cette situation en développant une offre de vente à distance proposant une gamme élargie d'animaux, accessoires, produits alimentaires, et soins.

Notre offre visera à la fois les propriétaires de lézards, serpents, tortues, et amphibiens, ainsi que les personnes souhaitant acquérir de tels animaux de compagnie.

Concurrence

Nous serons en concurrence directe avec les autres sites internet proposant la vente de produits liés à terrariophilie, et en concurrence indirecte avec les points de ventes spécialisés.

Concurrence directe

L'offre sur internet est existante mais la concurrence est relativement faible comparée à d'autres marchés tel que celui du textile par exemple.

On dénombre une vingtaine de sites e-commerce proposant la vente d'accessoires de terrariophilie, et moins de dix sites proposant également la vente d'animaux par correspondance.

Les sites proposant la vente d'animaux sont principalement des sites appartenant à des animaleries locales, sans réelle expertise en matière d'e-commerce.

Parmi les sites proposant uniquement la vente d'accessoires, on dénombre quelques sites disposant d'un vrai savoir-faire en e-commerce tel qu'amazon.fr ou animaux-market.com.

Un mapping concurrentiel complet ainsi qu'un profil SEMRush de chaque site sont joints en annexes à ce business plan.

Compte-tenu du nombre limité de sites concurrents et du relative amateurisme de certains, nous pensons être en mesure de nous démarquer de la concurrence en proposant une expérience utilisateur supérieure à la fois :

- **Au niveau de l'ergonomie du site (vitesse de chargement, design, navigation) :** savoir faire e-commerce d'un des fondateurs nous permettant de nous différencier des sites affiliés à des animalerie et de rivaliser avec les sites spécialisés en e-commerce
- **Au niveau de la qualité du contenu et des conseils d'achat disponibles sur le site :** connaissance des produits de l'un des fondateurs nous permettant de nous différencier des sites spécialisés en e-commerce et de rivaliser avec les sites affiliés à des animaleries

Concurrence indirecte

Nous pensons que la concurrence avec les points de ventes spécialisés sera limitée dans la mesure où l'offre en magasin sur le segment de la terrariophilie est à ce jour marginale.

Notre modèle basé sur la vente à distance nous permettra de proposer un choix nettement plus large que celui offert par l'essentiel des points de ventes physiques, et ainsi de nous positionner en tant que spécialiste sur le segment.

En revanche, les points de ventes physiques bénéficient de deux avantages sur notre modèle : la possibilité pour le client de voir le produit avant d'acheter, et une interaction directe avec les clients permettant aux vendeurs en boutique de conseiller et de rassurer le client.

Réglementation

1001 reptiles sera soumis aux règles relative à la vente à distance, à l'exploitation d'un site internet, à la prospection à distance, ainsi qu'à la réglementation relative à la vente d'animaux vivants.

[Les règles concernant la vente à distance et l'exploitation du site internet](#) incluent notamment :

- Une obligation d'affichage de mentions légales
- Des obligations concernant la protection des données personnelles et l'utilisation des données à des fins commerciales

- Des obligations concernant la formation du contrat de vente (procédure du double clic), les moyens de paiement, le délai de livraison (moins de 30 jours), et les droits de retour et de rétractation

La [réglementation concernant la vente d'animaux vivants](#) impose des règles sanitaires strictes ainsi que l'obtention d'un certificat de capacité (CCAD) attestant de ses connaissances relatives aux besoins biologiques, physiologiques, comportementaux et à l'entretien des animaux de compagnie.

1001 Reptiles sera en conformité avec l'ensemble de ces règles.

Sur la partie vente d'animaux vivants, Jean D de par son expérience en animalerie connaît très bien la réglementation en vigueur et dispose d'un CCAD.

Sur la partie e-commerce, la société a fait rédiger des conditions générales de ventes et une charte de confidentialité par un avocat spécialisé en vente à distance, et a effectué les formalités relatives à la déclaration de la base de données à la CNIL. Par ailleurs Rémy Y connaît très bien les règles concernant la publicité et la prospection par email.

Stratégie

Avantage Concurrentiel

Nous pensons que l'expertise des fondateurs en matière d'e-commerce, alliée à leur parfaite connaissance du secteur de la terrariophilie nous permettra de nous différencier efficacement de nos concurrents en proposant une expérience d'achat supérieure.

Les propriétaires de sites e-commerce affiliés à des animaleries disposent d'un contenu pertinent grâce à leur connaissance de la terrariophilie, mais manquent la plupart du temps d'une maîtrise des techniques de webmarketing. Nous pensons donc être en mesure de nous démarquer de ces concurrents en proposant à la fois un marketing plus percutant et un site internet plus rapide et plus facile à naviguer.

A l'inverse, nos concurrents spécialisés en e-commerce disposent de sites efficaces mais généralement pas d'une très bonne connaissance de la terrariophilie. Nous pensons être capable de rivaliser d'un point de vue technique avec ces sites, tout en proposant un contenu qui saura d'avantage raisonner avec les passionnés de terrariophilie.

Prix

Afin de nous assurer de la compétitivité du site, nous avons prévu d'aligner nos prix sur ceux pratiqués par nos principaux concurrents directs :

- Amazon.fr
- Reptiligne.fr
- Lftshop.com

Nous prévoyons de réviser nos prix de façon hebdomadaire en fonction des changements de prix pratiqués par nos concurrents. Lors des ajustement de prix, nous nous assurerons de disposer d'une marge commerciale minimum de 22% sur les coûts d'achat des marchandises vendues.

Nous avons également prévu de mettre en place les actions promotionnelles suivantes :

- frais de port offert dès 100€ d'achat
- mise en place d'un programme de fidélisation permettant d'obtenir un coupon de 10€ tous les 200€ d'achat (5% de remise)
- mise en place d'un programme de cooptation : chaque client disposera d'un lien unique lui permettant de recommander le site. Le lien permettra à la personne

invitée de bénéficier de 5% de remise sur sa première commande, et au client ayant transmis l'invitation de bénéficier d'un coupon de 5€ valable sur son prochain achat

- mise en place d'opération de promotions ponctuelles (black Friday, cyber Monday, soldes estivales, etc.)

Afin de gagner la confiance des nouveaux clients et d'obtenir un taux de satisfaction client élevé nous avons prévu de mettre en place une politique généreuse pour les retours :

- 60 jours pour accessoires et la nourriture
- 30 jours pour les animaux

Plan Commercial

Nous pensons que l'essentiel des revenus du site seront générés sur la partie alimentation et soins qui nécessite des achats récurrents de la part des propriétaires d'animaux.

En conséquence notre stratégie commerciale visera à acquérir un maximum de nouveaux clients avec un objectif de rentabilité négligeable sur la première vente (coût d'acquisition proche de la marge brute moyenne générée par le premier achat).

Nous pensons que cette stratégie agressive nous permettra de construire rapidement une base importante de clients que nous pourrons ensuite fidéliser et monétiser sur leurs achats successifs. Cette stratégie devrait également nous permettre de pénétrer rapidement le marché et de nous imposer comme le site de référence sur la terrariophilie.

Nous avons prévu de promouvoir le site au travers des moyens suivants :

- **Blog** : nous publierons régulièrement des articles de conseils et des guides d'achat à destination des novices en vue de générer un trafic naturel en provenance des moteurs de recherche
- **Réseaux sociaux** : nous avons prévu de relayer la publication des articles du blog sur nos profils, et de mettre en place différentes actions en vue de construire une communauté de passionnés de terrariophilie (organisation de concours photos, séances de questions-réponses avec des vétérinaires, etc.)
- **Publicité sur Internet** : nous avons prévu de mettre en place des campagnes publicitaires sur les moteurs de recherche (Bing Ads et Google Adwords) ainsi que sur Facebook
- **Emailing** : nous prévoyons de mener différentes campagnes de fidélisation par email (newsletter, email promotionnel)

Etapes de Développement

Nous avons identifié les étapes de développement suivantes pour les 12 prochains mois :

- D'ici 1 mois : obtention du financement
- D'ici 2 mois : lancement du site
- D'ici 12 mois : atteinte du point mort

Risques

Sur la base de notre étude de marché et de notre connaissance du marché des animaux de compagnie, nous pensons qu'il existe plusieurs risques à moyen terme susceptibles de mettre en péril la pérennité de notre activité :

Recul du marché de la terrariophilie :

Le segment de la terrariophilie a connu une croissance rapide ces dernières années. Bien qu'il se développe rapidement, le marché est encore aujourd'hui dans son enfance. Un ralentissement de la croissance ou un rétrécissement du marché suite à passage de mode de ce type d'animaux auraient un impact direct sur notre chiffre d'affaires.

Nous voyons ce risque comme très limité dans la mesure où le marché français est encore peu développé par rapport à d'autres marchés européens comme celui du Royaume-Uni par exemple. Selon les derniers chiffres publiés par [Repta](#), le marché britannique de la terrariophilie a connu une croissance continue de 2005 à 2013, et vaut à l'heure actuelle 250 m£ (hors ventes d'animaux). Nous pensons donc que le marché français devrait continuer à croître dans les années à venir.

Développement de l'offre en points de ventes spécialisés :

La concurrence de la part des points de ventes spécialisés est aujourd'hui assez faible car ceux-ci préfèrent consacrer la majeure partie de leur surface au sol à des segments de marché plus matures (chien, chat, aquariophilie, etc.).

Un élargissement de l'offre en point de ventes spécialisés entraînerait une intensification de la concurrence avec ces canaux de distribution.

Nous voyons ce risque comme très limité à court terme dans la mesure où la terrariophilie ne représente à l'heure actuelle que moins de 1% du marché des animaux

de compagnie, ce qui rend l'élargissement de la surface au sol consacrée à la terrariophilie peu attractif pour les animaleries et autres points de ventes spécialisés.

De plus, si une telle offre venait à émerger, nous pensons que l'impact sur notre activité se produirait essentiellement au niveau de la vente d'animaux et de la vente d'accessoires, et non sur la vente de nourriture qui devrait constituer l'essentiel de notre chiffre d'affaires.

En effet, la possibilité de voir les produits en boutique et de pouvoir recevoir des conseils de vive voix présente un intérêt majeur au moment du 1er achat. A l'inverse, nous pensons que les aspects pratiques (pas besoin de se déplacer) et économe de la vente à distance rendent l'achat de nourriture sur Internet plus attractif qu'en boutique.

Risque de réputation :

Un scandale sanitaire vis à vis de la vente ou du transport des animaux, ou une série d'avis clients ou une vague de presse négative pourraient avoir un impact majeur sur la confiance des acheteurs vis à vis de notre site internet.

Afin d'éviter ce risque nous avons prévu de mettre en place les actions suivantes :

- Une réponse aux requêtes reçues au service après vente dans les 24h ouvrées
- Une politique de retour généreuse : 60 jours sur les accessoires et la nourriture, 30 jours sur les animaux
- Un suivi de l'e-réputation : veille préventive des forums et sites d'avis clients, tentative de règlement amiable en cas de problème avéré

Nous pensons que ces actions seront suffisantes pour éviter un problème majeur vis à vis de nos clients et de la presse.

Concernant le risque sanitaire, nous voyons ce risque comme limité dans la mesure où les fournisseurs sélectionnés, comme le transporteur, possèdent un excellent savoir faire et aucun incident historique.

Départ d'un des associés :

L'entreprise est dépendante de la complémentarité des membre de son équipe au niveau des savoir-faire et connaissances (gestion, marketing, terrariophilie).

En conséquence le départ d'un d'entre eux aurait des conséquences négatives sur les performances de l'entreprise.

En particulier, le profil de Jean, expert en terrariophilie, est assez rare sur le marché, lui trouver un remplaçant qualifié sur la région pourrait donc s'avérer long et difficile.

Nous voyons le risque d'un départ comme limité à ce stade dans la mesure où :

- les associés se connaissent de longue date (risque de mésentente faible)
- le pacte d'actionnaires signé entre eux comprend une clause dite de *bad leaver* rendant tout départ anticipé coûteux pour la personne partant

Opérations

Fonctionnement

Les cogérants disposent de compétences complémentaires et ont prévu de se répartir les missions comme suit :

- Jean D sera en charge de la gestion des achats, de l'emballage, de l'expédition, et du suivi des commandes
- Rémy Y s'occupera du marketing du site et de la partie administrative sur laquelle il sera épaulé par un expert comptable du cabinet XXXXXX

Plan de Personnel

Les associés seront rémunérés sur une base 1 500€ brut par mois à temps plein.

Il n'est pas prévu de recrutement à ce stade.

Ressources Clés

Les principaux actifs identifiés par le management comprennent le nom de domaine, le code du site internet, et la base de données clients.

Le nom de domaine a été réservé pour une période de 5 ans, la location peut être renouvelée sans risque de perdre l'accès au nom de domaine.

Le code du site internet est protégé par le droit d'auteur, de plus chaque version du code sera sauvegardée dans un répertoire privé et sécurisé sur GitHub.com.

La base de données clients sera sauvegardée quotidiennement afin d'éviter toute perte de données.

Fournisseurs

Concernant la fourniture d'animaux nous avons sélectionné les partenaires suivants :

- Eleveur 1 : ophidiens (serpents), sauriens (lézards)
- Eleveur 2 : chéloniens (tortues), et amphibiens (grenouilles, salamandres, etc.)

Les deux élevages avec lesquels nous avons prévu de travailler possèdent une excellente réputation au niveau de leur savoir faire et des conditions dans lesquelles les animaux sont élevés.

Les éleveurs s'occuperont directement de l'envoi des animaux au client final. Les animaux seront expédiés par un transporteur express agréé (France Express).

Nous avons négocié avec les deux élevages des tarifs dégressifs en fonction des volumes commandés, ainsi que des délais de règlement de 30 jours.

Concernant les accessoires, la nourriture, et les produits de soin, nous avons prévu de travailler avec les marques suivantes, qui sont des marques bien connues des passionnés de terrariophilie :

- Arcadia
- Habistat
- Herptek
- Komodo
- Repashy
- Solar raptor
- Trixie
- Zoo med

Suivant les marques, l'approvisionnement se fera en direct ou par le biais d'un grossiste. Nous disposerons de marges brutes entre 25 et 45% en fonction des produits et des volumes commandés, et de délais de règlement de 15 à 30 jours.

Concernant les emballages et l'impression des éléments promotionnels contenus dans les colis, nous avons prévu de travailler avec un grossiste et un imprimeur de la région :

- Grossiste emballage 1
- Imprimeur 1

Plan Financier

Emplois et Ressources

Le lancement de l'activité nécessitera des investissements pour un montant H.T. de 1 500 € (mobilier et dépôt de garantie)

Le besoin en fond de roulement initial s'élève à environ 75 780 € (stock et TVA), et nous avons réalisé des dépenses pour un montant hors taxes de 17 400 € (voir ci-dessous).

L'entreprise doit disposer d'une réserve de trésorerie d'environ 35 320 € afin de tenir lors des deux premières années qui seront déficitaires, ce qui résulte en un besoin de financement initial de 130 000 €.

Ce montant sera financé par un mélange de fonds propres et de dette. Les associés ont prévu de contribuer à hauteur de 110 000€ (environ 85% du montant requis), et nous souhaiterions obtenir un financement bancaire couvrant les 20 000 € restants.

Frais	Montant	Taux TVA	TVA	Total
Constitution	400	normal (20,0 %)	80	480
Frais juridiques	2 000	normal (20,0 %)	400	2 400
Design et création site	15 000	normal (20,0 %)	3 000	18 000
Total	17 400		3 480	20 880

Ressources (€)	Emplois (€)
Capital social	50 000 Immobilisations
Prêt actionnaires	60 000 Stock
Subv. investissement	0 Frais de démarrage
Emprunt	20 000 TVA
Découvert	0 Trésorerie
Dettes fournisseurs	0
Total ressources	130 000 Total emplois
	130 000

Hypothèses

Notre prévisionnel de ventes a été construit principalement sur la base de notre étude de marché, et de l'expérience des deux dirigeants :

- l'expérience de Rémy, en agence webmarketing, pour l'estimation du volume de vente (acquisition de trafic et conversion du site en clients)
- l'expérience de Jean, en animalerie, pour l'estimation des paniers moyens de chaque catégorie de produits

Les coûts ont été estimés à l'aide de devis auprès des fournisseurs.

Prévisionnel de Ventes

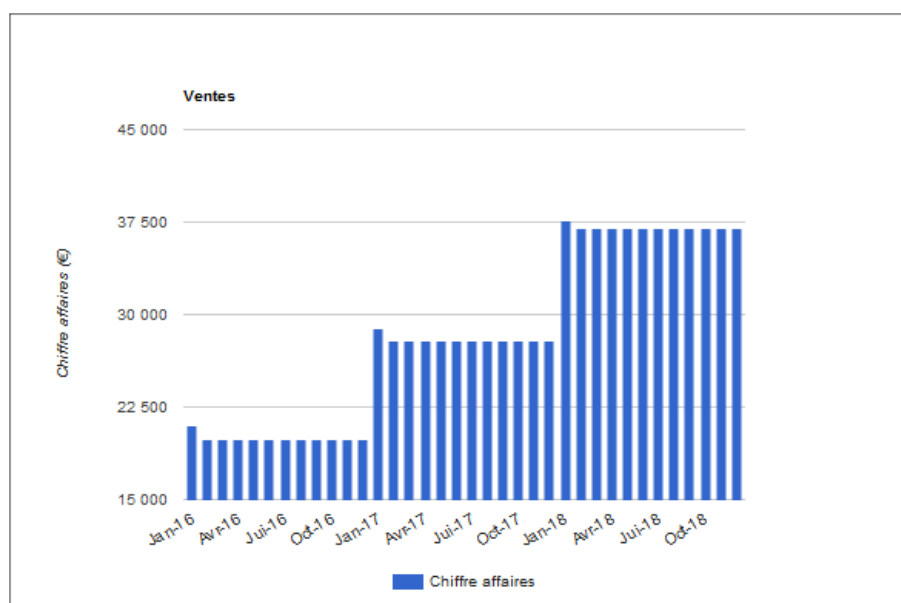
Nos ventes ont été estimées par catégories de produits en multipliant le nombre de transaction par le panier moyen.

Nous pensons pouvoir obtenir les paniers moyens suivants :

- Nourriture non élaborée : 15,00 €
- Nourriture élaborée : 10,00 €
- Accessoires et soins : 30,00 €
- Animaux : 100,00 €

Le nombre de transactions a été évalué en modélisant le trafic du site pour chaque canal d'acquisition (publicité, blog, etc.) et chaque catégorie, puis en multipliant le trafic par un taux de conversion adapté à chaque canal d'acquisition/catégorie.

Au total nous pensons pouvoir réaliser 240 k€ de chiffre d'affaires dans les 12 premiers mois d'exercice, et atteindre un volume de 445 k€ en année 3 suite au développement du trafic naturel du site.



Activités (€)	Dec-2016	Dec-2017	Dec-2018
Nourriture non élaborée	75 000	105 000	135 000
Nourriture élaborée	40 000	50 000	60 000
Accessoires et soins	75 000	105 000	150 000
Animaux	50 000	75 000	100 000
Stock initial	0	0	0
Total	240 000	335 000	445 000

Structure de Coûts

Nous avons identifié les frais généraux suivants :

Frais généraux (€)	Dec-2016	Dec-2017	Dec-2018
Marketing	20 000	24 000	28 000
Hébergement	2 000	2 200	2 400
Honoraires juridiques	0	0	0
Honoraires comptables	1 800	2 000	2 400
Fournitures administratives	360	360	360
Outils en ligne	300	350	400
Taxes	750	800	850
Loyers	5 000	5 000	5 000
Poste et télécom	600	600	600
Eau et électricité	600	600	600
Autres	1 500	1 600	1 700
Assurances	1 800	1 800	1 800
Banque	600	600	600
Paievements en ligne	6 000	8 375	11 125
Expédition	7 200	10 050	13 350
Employés	50 400	50 400	50 400
Total	98 910	108 735	119 585

Les trois principaux postes de dépenses que nous avons identifié sont :

- Les salaires (1 500 € brut par mois pour chacun des cogérants - 21% du CA en année 1)
- Le marketing (8% du CA en année 1)
- Les frais sur les paiements en ligne et l'expédition des produits (environ 5,5% du CA)

Prévision de Résultat

Nous prévoyons que l'entreprise soit rentable dans sa troisième année d'exploitation, une fois que le site aura atteint un niveau de trafic suffisant.

Sur la base du plan actuel, la marge brute devrait représenter 31% du CA en année 1, et nous pensons que la hausse des volumes nous permettra d'obtenir 2% de remise sur les coûts d'achat et ainsi atteindre une marge brute de 33% en année 3.

Nous ne prévoyons pas de hausse significative des frais fixes, hormis le budget marketing qui devrait passer de 20 k€ à 28 k€ sur la période.

Au total nous pensons pouvoir atteindre un EBE d'environ 26 265 € en année 3 (6% du CA).

(€)	Dec-2016	Dec-2017	Dec-2018
Chiffre d'affaires	240 000	335 000	445 000
Coûts des produits vendus	-166 100	-228 550	-299 150
Marge brute	73 900	106 450	145 850
Frais généraux	-98 910	-108 735	-119 585
Loyers crédits bails	0	0	0
EBE	-25 010	-2 285	26 265
Amortissements	-75	-75	-75
Résultat d'exploitation	-25 085	-2 360	26 190
Subv. investissement	0	0	0
Profit (perte) sur cessions	0	0	0
Charges financières	-1 029	-643	-232
Résultat avant impôt	-26 114	-3 003	25 958
Impôt sociétés	0	0	0
Résultat net	-26 114	-3 003	25 958

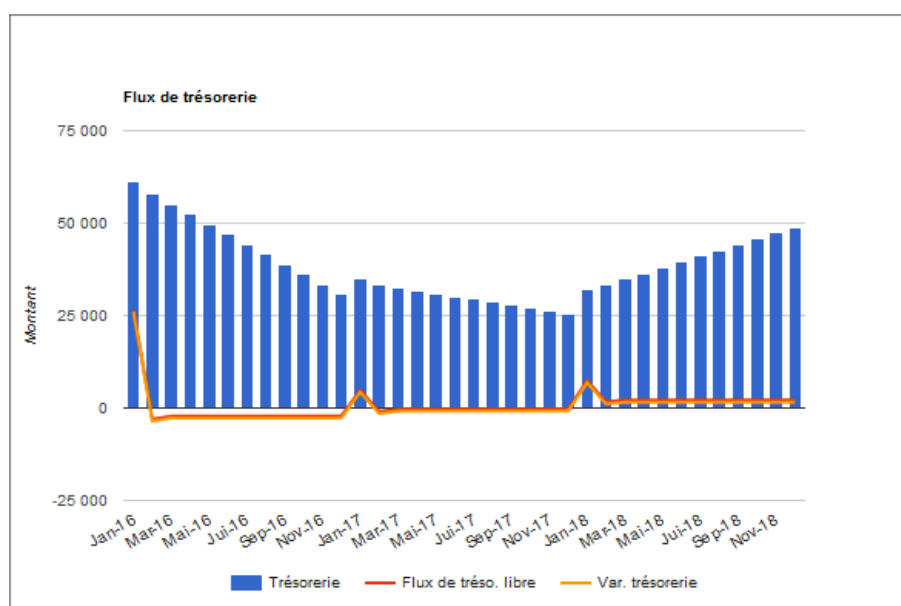
Prévision de Trésorerie

L'entreprise bénéficie d'un BFR négatif, en conséquence le flux de trésorerie opérationnel net devrait être positif sur la durée du plan malgré la situation déficitaire sur les deux premières années.

L'entreprise devrait être suffisamment capitalisée pour nous permettre d'honorer nos remboursements d'emprunt tout en conservant des liquidités suffisantes pour faire face à d'éventuels imprévus.

La variation de trésorerie devrait être positive à partir de l'année 3, suite à l'atteinte du seuil de rentabilité.

(€)	Dec-2016	Dec-2017	Dec-2018
EBE	-25 010	-2 285	26 265
Var. stocks	0	0	0
Var. clients	0	0	0
Var. fournisseurs	9 774	3 889	4 282
Var. dettes fiscales et sociales	17 905	293	386
Flux opérationnel brut	2 669	1 897	30 933
Charges financières	-1 029	-643	-232
impôt sociétés	0	0	0
Flux opérationnel net	1 640	1 254	30 701
Investissements	0	0	0
Cessions	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0
Cessions financières	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0
Remboursements	-6 272	-6 659	-7 069
Var. capital	0	0	0
Dividende	0	0	0
Flux de financement	-6 272	-6 659	-7 069
Var. trésorerie	-4 632	-5 404	23 632
Trésorerie	30 688	25 284	48 915



Bilan Prévisionnel

(€)	Ouverture	Dec-2016	Dec-2017	Dec-2018
ACTIF				
Immo. corporelles	750	675	600	525
Immo. incorporelles	0	0	0	0
Immo. financières	750	750	750	750
Total immobilisations	1 500	1 425	1 350	1 275
Stocks	60 000	60 000	60 000	60 000
Clients	0	0	0	0
Autres créances	0	0	0	0
Trésorerie	35 320	30 688	25 284	48 915
Total actif circulant	95 320	90 688	85 284	108 915
TOTAL ACTIF	96 820	92 113	86 634	110 190
PASSIF				
Fournisseurs	0	9 774	13 663	17 945
Dettes fiscales et sociales	-15 780	2 125	2 418	2 804
Dette financière	20 000	13 728	7 069	-0
Intérêts accrus non échus	0	0	0	0
Total Dettes	4 220	25 627	23 151	20 749
Capital social	50 000	50 000	50 000	50 000
Prêt actionnaires	60 000	60 000	60 000	60 000
Subv. investissement	0	0	0	0
Bénéfices non distribués	-17 400	-43 514	-46 517	-20 559
Total fonds propres	92 600	66 486	63 483	89 441
TOTAL PASSIF	96 820	92 113	86 634	110 190

Annexes

Flux de trésorerie

(€) - Exercice 2016	Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Dec
EBE	-1 839	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106
Var. stocks	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. fournisseurs	10 558	-784	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	17 955	-50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel brut	26 674	-2 940	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106	-2 106
Charges financières	-100	-97	-95	-92	-90	-87	-85	-82	-79	-77	-74	-71
impôt sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel net	26 574	-3 037	-2 201	-2 199	-2 196	-2 194	-2 191	-2 188	-2 186	-2 183	-2 180	-2 178
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remboursements	-508	-511	-514	-516	-519	-521	-524	-527	-529	-532	-534	-537
Var. capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de financement	-508	-511	-514	-516	-519	-521	-524	-527	-529	-532	-534	-537
Var. trésorerie	26 065	-3 548	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715	-2 715
Trésorerie	61 385	57 837	55 122	52 407	49 692	46 977	44 263	41 548	38 833	36 118	33 403	30 688

(€) - Exercice 2017	Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Dec
EBE	42	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212
Var. stocks	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. fournisseurs	4 539	-650	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	341	-49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel brut	4 923	-910	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212	-212
Charges financières	-69	-66	-63	-61	-58	-55	-52	-49	-47	-44	-41	-38
impôt sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel net	4 854	-976	-275	-272	-269	-267	-264	-261	-258	-255	-253	-250
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remboursements	-540	-542	-545	-548	-551	-553	-556	-559	-562	-565	-567	-570
Var. capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de financement	-540	-542	-545	-548	-551	-553	-556	-559	-562	-565	-567	-570
Var. trésorerie	4 314	-1 519	-820	-820	-820	-820	-820	-820	-820	-820	-820	-820
Trésorerie	35 002	33 484	32 664	31 844	31 024	30 204	29 384	28 564	27 744	26 924	26 104	25 284

(€) - Exercice 2018	Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Dec
EBE	2 346	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174
Var. stocks	0	-0	0	-0	0	-0	0	-0	0	-0	0	-0
Var. clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. fournisseurs	4 705	-423	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	420	-34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel brut	7 472	1 717	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174	2 174
Charges financières	-35	-32	-30	-27	-24	-21	-18	-15	-12	-9	-6	-3
impôt sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel net	7 436	1 685	2 145	2 148	2 151	2 154	2 156	2 159	2 162	2 165	2 168	2 171
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remboursements	-573	-576	-579	-582	-585	-588	-591	-593	-596	-599	-602	-605
Var. capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de financement	-573	-576	-579	-582	-585	-588	-591	-593	-596	-599	-602	-605
Var. trésorerie	6 863	1 109	1 566	1 566	1 566	1 566	1 566	1 566	1 566	1 566	1 566	1 566
Trésorerie	32 147	33 255	34 821	36 387	37 953	39 519	41 085	42 651	44 217	45 783	47 349	48 915

