

Chez Paul

STRICTEMENT CONFIDENTIEL

Tables des Matières

| | |
|--|----|
| Résumé | 1 |
| Activité | 1 |
| Marché | 1 |
| Chiffres Clés | 1 |
| Besoin | 2 |
| Société | 3 |
| Structure et Actionariat | 3 |
| Emplacement | 3 |
| Equipe | 3 |
| Produits et Services | 5 |
| Description | 5 |
| Etude de Marché | 6 |
| Démographie et Segmentation | 6 |
| Marché Cible | 6 |
| Besoin | 7 |
| Concurrence | 7 |
| Barrières à l'Entrée | 9 |
| Réglementation | 9 |
| Stratégie | 10 |
| Aperçu | 10 |
| Avantage Concurrentiel | 10 |
| Prix | 10 |
| Plan Commercial | 11 |
| Etapes de Développement | 12 |
| Risques | 12 |
| Opérations | 13 |
| Résumé | 13 |
| Plan de Personnel | 13 |
| Ressources Clés | 14 |
| Fournisseurs | 14 |
| Plan Financier | 15 |
| Emplois et Ressources | 15 |
| Hypothèses | 15 |
| Prévisionnel de Ventes | 16 |
| Prévision de Résultat | 17 |
| Prévision de Trésorerie | 19 |
| Bilan Prévisionnel | 20 |

Résumé

Activité

Chez Paul Ltd. sera un restaurant français situé sur la très fréquentée Restaurant Road dans le nord de Londres.

Le restaurant sera dirigé par M Paul Cunningham et M David Jones. Paul et David partagent une passion pour la cuisine française ainsi qu'une grande expérience de la restauration.

Ils ont travaillé tous les deux plusieurs années dans des établissements similaires à Chez Paul. Ils se sont rencontrés à The Old Oak, un gastro-pub sur Paddington Street, où ils ont travaillé ensemble pendant 3 ans.

Paul et David sont également très complémentaires. Paul a travaillé dans la vente et le marketing avant de se reconvertir dans la restauration en devenant gérant de The Old Oak. David quant à lui a passé toute sa carrière dans la restauration. Son dernier poste était responsable des cuisines à The Old Oak.

Mme Sarah James, une amie de David et Paul, a prévu d'investir dans le restaurant au côté de Paul.

Marché

Le marché local, défini comme le kilomètre carré autour du restaurant, a été évalué à 7,4 m£. Une estimation du trafic dans Restaurant Road a été réalisée par un cabinet d'étude indépendant.

Le trafic journalier est estimé à 6 550 personnes / jour.

Il y a deux autres restaurants dans Restaurant Road, ils proposent de la cuisine italienne et asiatique et bénéficie d'un bon taux d'occupation. Leurs principaux clients sont les employés des bureaux avoisinant à leur du déjeuner en semaine et les habitants du quartier les soirs et weekends.

Chiffres Clés

Le chiffre d'affaires prévu pour la première année est de 509 700 £, nous estimons pouvoir atteindre 581 400 £ en 2015.

Sur la base du plan actuel, l'EBE devrait croître de 12 064 £ en 2013 (2,3% de marge) à 42 616 £ (7,3% de marge) en 2015. L'amélioration de la marge est principalement due à un meilleur remplissage du restaurant à partir de l'année 2 se traduisant par une meilleure absorption des frais fixes.

Le niveau élevé de dotation aux amortissement et d'intérêts nous forcera a reconnaître une perte en année 1.

Le flux de trésorerie opérationnel et le flux de trésorerie devraient être positifs sur toute la durée du plan.

Besoin

Le besoin de financement de Chez Paul a été estimé à 263 k£. Les actionnaires apporteront 100 k£ sous forme de capital social.

L'objectif de ce business plan est d'obtenir un prêt bancaire pour les 163 k£ restant.

Société

Structure et Actionnariat

Chez Paul Ltd est une société à responsabilité limitée de droit anglais enregistrée sous le numéro 00000000.

Le siège social de la société est situé au 143 Restaurant Road London NW6 4PF. Le siège social est également le lieu d'activité principal de la société.

Chez Paul Ltd. a deux actionnaires :

- M Paul Cunningham: 66%
- Mme Sarah James: 34%

Mme James est la gérante de Dgd & Co Limited, elle est également une amie de longue date de Paul et David.

Emplacement

Chez Paul sera un restaurant d'une capacité de 72 couverts situé au 143 Restaurant Road à Londres.

Restaurant Road est une rue très fréquentée dans laquelle se trouvent 10 boutiques et 2 autres restaurants. La rue est entourée de bureaux attirant un trafic de d'employés à l'heure du déjeuner pendant la semaine, la rue attire en soirée et les weekends les familles vivant aux alentours.

Equipe

Le restaurant sera dirigé par M Paul Cunningham qui agira en tant que gérant de la société.

Paul est un restaurateur expérimenté ayant dirigé The Old Oak, un gastro-pub situé sur Paddington Street à Londres, durant les 5 dernières années.

Sous la direction de Paul le chiffres d'affaire et l'EBE de The Old Oak ont progressé respectivement de 345 £k à 432 £k (4.6% TCAC) et de 21 £k à 28 £k (5.9% TCAC).

Avant de rejoindre The Old Oak, Paul a passé 12 ans en dans la direction marketing et commerciale de Abc Food Co où il a développé de solides contacts auprès de plusieurs fournisseurs de produits alimentaires.

Paul a un BSc en Economie et Management de l'université de Bristol.

Paul sera secondé par David Jones qui sera en charge de la cuisine.

David a travaillé toute sa carrière dans la restauration. Il a commencé en tant que serveur en 1987, puis est devenu cuisinier en 1995 et est resté dans la cuisine depuis.

Paul et David ont travaillé ensemble à The Old Oak les 3 dernières années.

Produits et Services

Description

Chez Paul sera un restaurant français à tarifs modérés.

Le restaurant proposera de la cuisine traditionnelle :

- Plats principaux : entrecôte, croque monsieur, blanquette de veau, salade césar, salade niçoise
- Légumes : frites ou salade
- Entrées : oeufs mayonnaises, pâté, assiette de crudités
- Déserts : mousse au chocolat, crème brulée, tarte aux pommes



L'offre comprendra également : une formule déjeuner en semaine (incluant un plats du jour ne figurant pas sur la carte et une entrée ou un dessert) qui devrait satisfaire l'envie de diversité et la contrainte budgétaire des employés des bureaux situés à proximité du restaurant; ainsi qu'un menu rôti du dimanche destiné aux habitants du quartier.

La durée moyenne d'un repas est estimée entre 40 et 60 minutes.

Etude de Marché

Démographie et Segmentation

La direction a engagé Fdv. Consulting pour réaliser une étude de marché du quartier autour de Restaurant Road.

Démographie

Fdv. Consulting rapporte qu'il y a 16 restaurants situés dans le kilomètre carré autour de Chez Paul et estime que ces restaurants ont réalisé un chiffre d'affaires moyen de 463 k£ valorisant ainsi le marché local à 7,4 m£.

D'après le dernier recensement, le nombre d'habitants par kilomètre carré dans le quartier est évalué à 28 075, 36% des ménages se composent d'un adulte uniquement, 48% de plus d'un adulte sans enfant et 16% d'adultes vivant avec des enfants.

Il y a environ 3 000 entreprises situées dans le kilomètre carré autour du restaurant, ces entreprises emploient en moyenne 12 personnes (bien que 83% emploient moins de 10 personnes).

Au niveau de la rue, l'enquête de terrain menée par Fdv. évalue le trafic journalier à environ 6 550 personnes.

Segments

Fdv a identifié 2 segments :

- les employés des bureaux avoisinants actifs au moment du déjeuner en semaine,
- les habitants du quartier plus actifs les soirs et weekends.

Marché Cible

Nous anticipons que Chez Paul attirera à la fois les employés des bureaux avoisinants le midi en semaine et les habitants du quartier les soirs et weekends.

D'après notre enquête de terrain les employés de bureaux présentent les caractéristiques suivantes :

- 40% ont entre 45 - 60 minutes pour déjeuner
- 15% déjeunent régulièrement avec des clients

- 10% fond des déjeuner d'équipe au moins une fois par mois
- leur budget se situe entre 6 et 20 £

Les observations faites sur les deux autres restaurants (capacité totale de 76 couverts) de la rue suggèrent qu'ils servent en moyenne :

Pendant la semaine (par jour):

- 115 clients au déjeuner
- 74 clients au diner

Pendant le weekend (par jour):

- 69 clients au déjeuner
- 92 clients au diner

Besoin

Sur le segment des employés, notre compréhension est que les principaux facteurs influençant la demande sont :

- Service rapide : les employés on en moyenne 40 minutes maximum pour déjeuner afin d'être de retour à l'heure au travail
- Diversité culinaire : ils sont lasses de manger systématiquement la même chose à midi et recherchent donc de la diversité
- Prix : l'étude de terrain suggère in budget de 6 à 13 £ pour le déjeuner

Sur le segment des ménages nous pensons que les principaux facteurs influençant la demande sont :

- L'atmosphère: les consommateurs recherchent avant tout un endroit conviviale où se retrouver en famille ou entre amis
- Prix: l'étude de terrain indique un budget de 12 à 20 £ pour un diner

Concurrence

Nous avons identifié 2 types de concurrences dans notre quartier: les autres restaurants qui représentent une alternative immédiate à notre restaurant, et les vendeurs de sandwiches et plats préparés à emporter qui constituent un moyen de substitution à la restauration.

Il y a 2 autres restaurants dans notre rue et 14 autres dans le kilomètre carré autour du restaurant.

Voici les principales caractéristique des 2 restaurant dans notre rue :

Little Italy:

- Style: Italien
- Capacité: 44 couverts
- Ouvert depuis: mars 1995
- Dernier chiffre d'affaires connu : 552 £k (2006)
- Dernier EBE connu : 32 £k (2006, 5.8% de marge)
- Gamme de prix : 7,5 - 9,7 £ pour les pizza et pates, 12 - 14 £ pour les plats à base de viande
- Vente à emporter : non

China Express:

- Style : Asiatique
- Capacité : 32 couverts
- Ouvert depuis : janvier 2003
- Dernier chiffre d'affaires connu : N/D
- Dernier EBE connu : N/D
- Gamme de prix : 3,5 - 6,5 £ pour les entrées 8,4 - 13,2 £ pour les plats principaux
- Vente à emporter : oui, -10% sur la carte

Little Italy et China Express ciblent la même clientèle que Chez Paul. Etant donné qu'ils proposent un style de cuisine différent du notre, nous ne les voyons pas comme une menace directe à l'activité de Chez Paul mais plutôt comme une offre complémentaire renforçant l'attractivité de la rue.

Parmi les autres restaurants dans le kilomètre carré autour de Chez Paul, un seul offre pour l'instant de la cuisine française laissant l'espace pour un second restaurant sur ce segment :

- Français: 1
- Italien: 4
- Asiatique: 3
- Burger/Pub: 5
- Autre: 1

Barrières à l'Entrée

La principale barrière à l'entrée identifiée par la direction est l'emplacement du restaurant. L'espace commercial dans le quartier où se trouve le restaurant est très rare. De plus très peu d'emplacements sont suffisamment larges pour pouvoir y installer un restaurant réduisant de fait le risque d'un nouvel entrant.

Réglementation

La réglementation principale pour les Restaurants sont les lois relatives à l'hygiène et à la sécurité alimentaire. La Food Standards Agency (FSA) est l'organe gouvernementale en charge de l'application de la réglementation.

Il n'y a pas d'obligation de formation préalable à l'ouverture d'un restaurant au Royaume Uni, en revanche le gérant est responsable légalement de s'assurer que ses employés ont reçu un niveau de formation suffisant.

De part sa longue expérience dans la restauration, la direction de Chez Paul est familière avec l'ensemble des directives de la FSA. La direction a prévu de dédier une section entière du programme de formation des nouveaux employés à l'hygiène et la sécurité alimentaire. La direction s'est également abonné à la lettre d'information de la FSA afin de se tenir au courant des évolutions de la réglementation.

Les restaurateurs sont également requis d'enregistrer leur locaux auprès du département de santé environnementale de leur autorité locale 28 jours avant l'ouverture.

Les locaux de Chez Paul ont obtenu la classification A3 nécessaire pour les restaurant et la direction s'assurera que l'équipement de la cuisine reste conforme aux normes.

La direction a également obtenu la licence nécessaire afin de pouvoir servir de l'alcool.

Stratégie

Aperçu

Chez Paul s'efforcera de fournir un service rapide ainsi qu'une cuisine variée permettant aux employés des bureaux aux alentours de rompre avec leur quotidien alimentaire tout en étant de retour à l'heure au travail.

Nous mettrons également l'accent sur la qualité de service en espérant que les clients satisfaits reviennent le soir ou le weekend en famille ou entre amis.

Nous serons également très présent sur internet afin d'attirer des clients les soirs, le weekends et aux heures creuses. Les principaux média identifiés par la direction pour cela sont Facebook, Foursquare, LaFourchette et Groupon.

Avantage Concurrentiel

Notre principal avantage concurrentiel sera le dépaysement culinaire offert à nos clients.

La cuisine française est relativement populaire à Londres et étant l'un des deux seuls restaurants proposant ce type de cuisine dans le kilomètre carré autour de Restaurant Street devrait faire du restaurant un point d'attraction naturel.

Nous pensons également que notre stratégie de marketing en ligne centrée sur les réseaux sociaux devrait nous donner un avantage sur nos concurrents locaux et nous permettre d'attirer plus de clients (notamment en heures creuses). Parmi les 16 autres restaurants dans le quartier :

- seulement 10 ont un site internet
- seulement 8 ont une page Facebook (dont 3 inactives - aucun messages depuis 2 mois)
- seulement 2 ont blog
- seulement 1 a été aperçu sur les réseaux publicitaires
- aucun n'est présent sur Foursquare

Prix

Les prix de Chez Paul seront modérés. Sur la base de nos hypothèses de volume et de mix produit, nous anticipons les revenus moyens par client suivants :

- Déjeuner - semaine : 12£

- Diner - semaine : 17£
- Déjeuner - weekend : 15£
- Diner - weekend : 20£

Vous trouverez une liste complète de nos tarifs dans le menu joint à ce business plan.

Plan Commercial

La direction de Chez Paul tentera de promouvoir activement le restaurant en utilisant les moyens suivants :

Base de Données Clients :

Nous nous efforcerons de construire une base de données de nos clients. Les clients inclus dans la base de données recevront des promotions ayant pour but d'augmenter leur fidélité.

Promotion sur Internet :

Notre stratégie de promotions en ligne sera centrée sur les éléments suivants :

- **Site transactionnel** : notre site internet affichera des photos du restaurant réalisées par un photographe professionnel, notre menu et nos prix, un plan permettant de nous
- trouver facilement, ainsi que des avis de nos clients. Le site permettra également aux visiteurs de réserver une table ou de souscrire à notre lettre d'information mensuelle
- **Blog** : Paul et David publieront chaque semaine un article sur la cuisine française : recettes, suggestions de vins, etc.
- Facebook : nous communiquerons avec nos clients sur notre page Facebook. Nos clients auront l'opportunité de proposer des améliorations, de voter sur les changements de menu, et d'être informé sur les événements spéciaux à venir
- **Publicité** : nous offrirons régulièrement des menus à prix réduit en dehors des heures creuses sur différents sites (Groupon, LaFourchette). Nous offrirons également une réduction de 5% et un verre de vin aux clients signalant leur présence dans le restaurant sur Foursquare

Communauté :

Paul assistera aux principaux événements organisés aux alentours de la rue afin de construire une bonne relation avec la communauté de Restaurant Road.

Promotion Interne :

Les serveurs seront formés aux différentes techniques de ventes permettant d'augmenter le ticket moyen de leurs tables et s'efforceront d'inciter les clients satisfaits à publier sur internet une critique positive sur le restaurant.

Étapes de Développement

Les principales étapes de développement identifiées par la direction sont les suivantes :

- Obtenir un financement bancaire (d'ici 1 mois)
- Ouverture (d'ici 2 mois)
- Atteinte de la rentabilité au de l'EBE (dans les 6 mois suivant l'ouverture)
- Ancrer le restaurant sur internet : objectif de 100 likes sur Facebook, 30 avis de consommateur et 10 articles sur des blogs dans les 3 mois suivant le démarrage de l'activité

Risques

Les principaux risques identifiés par la direction sont :

1. L'arrivée d'un concurrent dans la rue
2. Un scandale sanitaire
3. Une série de mauvaises critiques dans la presse ou sur internet

Nous pensons que le risque d'un nouvel entrant est limité compte tenu de la rareté des espaces commerciaux pouvant accueillir un restaurant dans le quartier.

La direction de Chez Paul prendra toute les précautions nécessaires afin de s'assurer que le restaurant reste en conformité avec les normes sanitaires. La formation des nouveaux employés aux normes d'hygiène et de sécurité alimentaire sera dirigé par David qui a plus de 18 années d'expérience dans ce domaine.

Chez Paul a pour ambition d'offrir la meilleure expérience possible à ses clients. Si un client insatisfait venait à publier un avis négatif sur le restaurant, la direction prendrait toutes les mesures nécessaires pour identifier et corriger la source du problème, puis offrirai au client insatisfait un repas gratuit afin qu'il puisse se faire une deuxième opinion sur le restaurant.

Opérations

Résumé

La direction de Chez Paul a mis en place un certains nombres de procédures encadrant la conduite des opérations au jour le jour.

Le restaurant sera ouvert 7 jours sur 7 pour le déjeuner et le dîner nécessitant une rotation du personnel. Le gérant sera chargé de la gestion de l'emploi du temps.

Le choix du menu a été volontairement limité afin de faciliter la préparation des plats en cuisine. La plupart des plats peuvent être préparés d'avance ce qui permet de réduire le temps d'attente des clients durant les heures de pointe. La préparation des plats continuera pendant les heures creuses de l'après-midi.

Le responsable de cuisine sera en charge de la gestion des achats et du stockage des ingrédients. Un suivi rigoureux des coûts sera mis en place.

Plan de Personnel

Le restaurant sera ouvert tout les jours de 11h à 23h ce qui nécessitera le personnel suivant :

- Cuisiniers: 3 ETPs
- Serveurs: 6 ETPs
- Plongeurs: 2 ETPs

Les cuisiniers seront embauchés en CDI tandis qu'une combinaison de CDI et de vacataires sera utilisée pour remplir les autres postes.

La direction de Chez Paul a mis en place un processus de recrutement efficace permettant de recruter du personnel expérimenté sur chacun des postes. La majeure partie des recrutements se fera sur recommandation.

La formation du personnel sera effectuée en interne. Le programme comprendra les points suivants:

- service
- interaction avec les clients
- gérer les plaintes
- hygiène et sécurité alimentaire

Ressources Clés

Les principaux actifs identifiés par le management comprennent le contrat location, l'équipement de la cuisine et la base de données client.

Le contrat de location a une durée de 10 ans avec une option de renouvellement pour 10 ans supplémentaires donnant ainsi à la direction un horizon de long terme pour développer et pérenniser l'activité.

L'équipement de la cuisine est garanti 3 ans et sera assuré.

La base de données client sera sauvegardée régulièrement afin d'éviter toute perte de données.

Fournisseurs

Paul a de bonnes relations avec un certain nombre de fournisseurs avec qui il a travaillé lorsqu'il était chez Abc Food Co. Les fournisseurs suivants ont été sélectionnés en fonction de la fréquence de livraison souhaité par la direction :

Epicerie :

- Fournisseur : Good Supplies Ltd (alternative : Fresh Food & Co Ltd)
- Délais de paiement : 15 jours
- Fréquence de livraison : 2 fois par semaine

Viandes et volailles :

- Fournisseur : The North Butcher Ltd. (alternative : Aberdeen Meat Ltd.)
- Délais de paiement : 7 jours
- Fréquence de livraison : 2 fois par semaine

Boisson :

- Fournisseur : Smith Beverage plc (alternative : Camden Drinks Ltd.)
- Délais de paiement : 30 jours
- Fréquence de livraison : 1 fois par semaine

Plan Financier

Emplois et Ressources

L'ouverture du restaurant nécessitera les investissements suivants (montants H.T.) :

- Travaux de rénovation : 90 194£
- Mobilier cuisine : 39 460£
- Mobilier salle : 16 911£
- Equipement : 25 931£
- Dépôt de garantie : 11 000£

Le besoin en fond de roulement initial s'élève à environ 44 311£ (stock et TVA), et nous avons réalisé des dépenses pour un montant de 32 191£ (voir ci-dessous).

Afin de fonctionner correctement, nous estimons que l'entreprise doit également disposer d'une réserve de trésorerie d'environ 13 000£, résultant en un besoin de financement initial de 263k£.

Ce montant sera financé par un mélange de fonds propres et de dette. Les actionnaires ont prévu de contribuer à hauteur de 100k£ (38% du montant requis) et nous souhaiterions obtenir un prêt bancaire couvrant les 163k£ restant.

| Frais | Montant | Taux TVA | TVA | Total |
|-----------------|---------------|-----------------|--------------|---------------|
| Consultant | 4 397 | normal (20,0 %) | 879 | 5 276 |
| Avocat | 3 274 | normal (20,0 %) | 655 | 3 929 |
| Autres services | 24 520 | normal (20,0 %) | 4 904 | 29 424 |
| Total | 32 191 | | 6 438 | 38 629 |

| Ressources (£) | | Emplois (£) | |
|-------------------------|----------------|----------------------|----------------|
| Capital social | 100 000 | Immobilisations | 183 496 |
| Prêt actionnaires | 0 | Stock | 1 200 |
| Subv. investissement | 0 | Frais de démarrage | 32 191 |
| Emprunt | 163 000 | TVA | 33 111 |
| Découvert | 0 | Trésorerie | 13 002 |
| Dettes fournisseurs | 0 | | |
| Total ressources | 263 000 | Total emplois | 263 000 |

Hypothèses

Nous avons utilisé les hypothèses suivantes afin de construire notre prévisionnel financier :

Chiffre d'affaires :

4 segments: déjeuner et diner / semaine et weekend chacun ayant un revenu moyen par client différent :

- Déjeuner - semaine : 12£
- Diner - semaine : 17£
- Déjeuner - weekend : 15£
- Diner - weekend : 20£

Coût de revient :

Nous avons estimé le coût de revient des repas à 30,8% du prix de vente H.T. (en moyenne).

Frais généraux :

Les principales dépenses de fonctionnement que nous avons identifiées en année 1 sont les suivantes (montant annuel H.T.) :

Personnel : 258 098£

Loyers : 36 000£

Marketing : 24 000£

Entretien : 12 000£

Eau et électricité : 4 800£

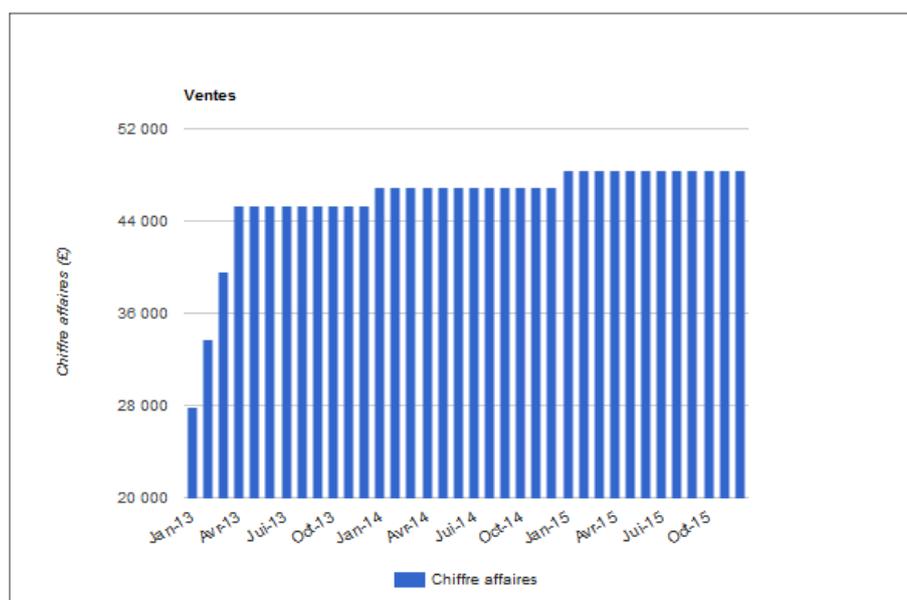
Honoraires comptables : 3 600£

Assurances : 1 500£

Autres : 650£

Prévisionnel de Ventes

Nous anticipons que le chiffre d'affaires augmentera progressivement pour atteindre 45.4k£ / mois en avril 2013. La croissance des années 2 and 3 est principalement liée à l'inflation.



Prévision de Résultat

Les ventes prévisionnelles pour 2013 seront de 509 700£ et nous anticipons une croissance modérée jusqu'à atteindre 581 400£ en 2015.

Sur la base du plan actuel, l'EBE devrait croître de 12 064£ en 2013 (2,3% marge) à 42 616£ (7.3% marge). L'augmentation de l'EBE sur la durée du plan est principalement liée à un meilleur taux de remplissage du restaurant en année 2 et 3, résultant une meilleure absorption des coûts fixes.

Compte tenu du niveau important des dotations aux amortissements, nous anticipons une perte comptable sur l'année 2013.

| (£) | Dec-2013 | Dec-2014 | Dec-2015 |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Chiffre d'affaires | 509 700 | 563 100 | 581 400 |
| Coûts des produits vendus | -156 988 | -173 435 | -179 071 |
| Marge brute | 352 712 | 389 665 | 402 329 |
| Frais généraux | -340 648 | -351 685 | -359 713 |
| Loyers crédits bails | 0 | 0 | 0 |
| EBE | 12 064 | 37 980 | 42 616 |
| Amortissements | -19 843 | -19 843 | -19 843 |
| Résultat d'exploitation | -7 779 | 18 137 | 22 773 |
| Subv. investissement | 0 | 0 | 0 |
| Profit (perte) sur cessions | 0 | 0 | 0 |
| Charges financières | -6 727 | -5 360 | -3 931 |
| Résultat avant impôt | -14 505 | 12 777 | 18 842 |
| Impôt sociétés | 0 | -2 555 | -3 768 |
| Résultat net | -14 505 | 10 222 | 15 074 |

Prévision de Trésorerie

Le flux de trésorerie opérationnel net devrait être positif sur la durée du plan.

| (£) | Dec-2013 | Dec-2014 | Dec-2015 |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| EBE | 12 064 | 37 980 | 42 616 |
| Var. stocks | 0 | 0 | 0 |
| Var. clients | 0 | 0 | 0 |
| Var. fournisseurs | 14 752 | 3 596 | 3 620 |
| Var. dettes fiscales et sociales | 40 222 | 171 | 118 |
| Flux opérationnel brut | 67 038 | 41 746 | 46 353 |
| Charges financières | -6 727 | -5 360 | -3 931 |
| impôt sociétés | 0 | -1 493 | -2 555 |
| Flux opérationnel net | 60 312 | 34 894 | 39 867 |
| 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 | -29 739 | -31 105 | -32 534 |
| Var. capital | 0 | 0 | 0 |
| Dividende | 0 | 0 | 0 |
| Flux de financement | -29 739 | -31 105 | -32 534 |
| Var. trésorerie | 30 573 | 3 788 | 7 332 |
| Trésorerie | 43 574 | 47 362 | 54 695 |

Bilan Prévisionnel

La structure financière de l'entreprise devrait lui permettre de faire face à ses engagements financiers sans difficultés. Nous prévoyons que la trésorerie atteigne 55k £ en 2015

| (£) | Ouverture | Dec-2013 | Dec-2014 | Dec-2015 |
|------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ACTIF | | | | |
| Immo. corporelles | 172 496 | 152 653 | 132 811 | 112 968 |
| Immo. incorporelles | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Immo. financières | 11 000 | 11 000 | 11 000 | 11 000 |
| Total immobilisations | 183 496 | 163 653 | 143 811 | 123 968 |
| Stocks | 1 200 | 1 200 | 1 200 | 1 200 |
| Clients | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres créances | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Trésorerie | 13 002 | 43 574 | 47 362 | 54 695 |
| Total actif circulant | 14 202 | 44 774 | 48 562 | 55 895 |
| TOTAL ACTIF | 197 698 | 208 427 | 192 373 | 179 862 |
| PASSIF | | | | |
| Fournisseurs | 0 | 14 752 | 18 348 | 21 967 |
| Dettes fiscales et sociales | -33 111 | 7 111 | 8 344 | 9 675 |
| Dette financière | 163 000 | 133 261 | 102 156 | 69 621 |
| Intérêts accrus non échus | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Dettes | 129 889 | 155 124 | 128 848 | 101 264 |
| Capital social | 100 000 | 100 000 | 100 000 | 100 000 |
| Prêt actionnaires | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Subv. investissement | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bénéfices non distribués | -32 191 | -46 696 | -36 475 | -21 401 |
| Total fonds propres | 67 809 | 53 304 | 63 525 | 78 599 |
| TOTAL PASSIF | 197 698 | 208 427 | 192 373 | 179 862 |