

COULIARD Zoé

DUFOUR Clémentine

FAISAN Camille

LUCHINI Anaëlle

Groupe D



Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

REMERCIEMENTS

Pour commencer, nous remercions Monsieur LAMBELIN pour l'encadrement et l'apprentissage de ce projet. En effet, il nous a apporté des compétences théoriques et pratiques. Sa disponibilité et son sens de l'écoute nous ont permis de mener à terme notre projet. Les conseils apportés ont été décisifs pour l'avancée de chaque étape. Cet enseignement a été très enrichissant pour le futur de chacune d'entre nous.

D'autre part, nous tenons à remercier l'expert-comptable Guillaume COQUERELLE qui nous a été d'une précieuse aide grâce à son professionnalisme.

De plus, nous adressons nos remerciements aux 132 consommateurs et aux quelques concurrents qui ont pris du temps pour répondre à nos questionnaires afin de nous aider pour notre étude de marché. Les informations recensées nous ont aiguillé sur leurs besoins et leurs habitudes.

Nous tenons à remercier notre professeure Madame FASANG pour la rédaction de notre lettre de recommandation et sa gentillesse. (cf. Annexe D)

Nous souhaitons remercier nos familles respectives pour la relecture et la correction de notre dossier.

Pour finir, nous sommes très reconnaissantes de l'investissement de chacune d'entre nous. Nous avons eu un réel travail d'équipe avec une forte cohésion tout au long du projet. Cela nous a permis de gérer le temps de travail grâce à notre organisation assidue.

SOMMAIRE

Introduction	1
Résumé	2
Partie I : Présentation des porteurs du projet	3
1) Curriculum vitae	3
2) Lettres de motivation	8
Partie II : Présentation générale du projet	12
1) Présentation des produits	12
2) Présentation des moyens	14
3) Choix du statut juridique	16
4) Choix de notre statut social	19
5) Les aides choisies	20
6) L'étude de marché	21
7) La stratégie commerciale	34
8) Notre site internet	36
9) Démarches d'immatriculation	40
Partie III : Dossier financier	42
1) Le plan de financement initial	42
2) Le compte de résultat	44
3) Le plan de trésorerie	49
4) Le seuil de rentabilité	52
5) Analyse du dossier financier	53
Conclusion	54

INTRODUCTION

Nous sommes quatre étudiantes : Anaëlle Luchini, Clémentine Dufour, Camille Faisan et Zoé Couliard. Nous effectuons notre deuxième année en GACO (Gestion Administrative et Commerciale des Organisations) à l'IUT de Saint-Etienne. Dans notre cursus, nous avons étudié des matières assez variées comme le marketing, la comptabilité, l'informatique, le droit, ou encore le management et sommes désormais capables d'effectuer des tâches aux compétences diverses. GACO est donc une filière polyvalente qui nous a permis en deuxième année, de créer notre propre entreprise. Voici notre projet :

Après avoir discuté de nos centres d'intérêt, nous avons trouvé deux thèmes communs : la décoration et le bien-être. Par la suite, la préservation de l'environnement, aujourd'hui devenue primordiale, a retenu notre attention. Nous avons décidé de la prendre en compte dans les valeurs principales de notre entreprise pour sensibiliser nos clients.

Nous voulons commercialiser plusieurs produits comme des cotons réutilisables, des savons naturels, des bougies ou encore du thé sous forme de box par abonnement. En effet, le principe est le suivant : les abonnés commandent en ligne leur box (à offrir ou à s'offrir) dans laquelle se trouvent plusieurs produits, sélectionnés suivant leur profil. La durée d'abonnement est très variable car nous proposons plusieurs formules. Celles-ci s'étendent d'un mois (afin de tester la box) à 1 an avec engagement.

Le contenu de la boîte est gardé secret jusqu'à sa livraison et permet ainsi de garder cet effet de surprise qui plaît tant au destinataire et qu'on appelle le discovery shopping. Pour nous distinguer, nous avons soigneusement sélectionné des produits innovants et écologiques afin de séduire un maximum de consommateurs, mais aussi la planète.

Lucette & Co sera le nom de notre enseigne puisqu'il représente à la fois douceur et l'esprit d'équipe. La douceur symbolise la bienveillance que nous apporterons aux box. D'autre part, ce qui nous caractérise est notre esprit d'équipe.

Ce projet nous tient donc beaucoup à cœur et nous espérons le mener à terme. Nous vous invitons à découvrir plus amplement notre dossier, pour mieux comprendre notre enthousiasme et pourquoi pas se laisser séduire par le concept...

RESUME

Nous sommes un groupe de quatre entrepreneuses : Camille FAISAN, Clémentine DUFOUR, Anaëlle LUCHINI et Zoé COULIARD. Nous avons décidé de créer notre propre entreprise sous la forme d'une SARL qui s'intitule Lucette&Co. Nous sommes toutes les quatre gérantes et associées de l'entreprise. Chacune détient 25% des parts. Afin de financer ce projet, nous apportons chacune un capital de 2 000 euros soit un montant total de 8 000 euros.

En ce qui concerne notre position géographique, le siège social se situe à Saint-Etienne, 5 rue Emile Combes près de la place Jean Jaurès. C'est à cette adresse que se situent nos bureaux et que nous stockons nos produits. (cf Annexe F)

Notre activité consiste en la commercialisation de box en ligne sur le thème de la maison et du bien-être. Pour commander, c'est facile. Dans un premier temps, nos clients se rendent sur notre site www.lucetteandco.com et choisissent la durée de leur abonnement (un, trois, six mois ou à durée indéterminée) pour ainsi recevoir ou offrir une box. Pour la livraison, Mondial Relay et Colissimo se chargent de livrer les box en point relais et à domicile.

Chaque mois, le contenu de la box est différent et comprend trois ou quatre produits en fonction de leur valeur. Ces produits sont soigneusement choisis en adéquation avec le profil de nos clients. En amont, les consommateurs répondent à un questionnaire qui nous aiguillent sur leurs besoins et leurs envies. Ainsi, chaque commande est unique, à l'image de nos clients. De plus, nous tenons à proposer des produits éthiques, écologiques, naturels et produisant le moins de déchets possible. Tous les matériaux que nous utilisons sont écoresponsables comme le packaging qui est en carton recyclé, de même pour la petite carte de présentation des produits que l'on retrouve dans chaque box. Pour remplacer le plastique qui protège les biens, nous avons décidé de mettre du papier de soie qui est rattaché par un petit autocollant.

En ce qui concerne les tarifs, la box est à 24,90 euros. Il ne comprend pas les frais d'expédition, qui seront indiqués avant l'enregistrement de la commande de l'acheteur.

PARTIE I : PRESENTATION DES PORTEURS DU PROJET

Vous trouverez ci-après nos CV et nos lettres de motivation. Vous constaterez que nous avons des compétences différentes ce qui nous a permis de participer de façon unique au projet.

1) Curriculum vitae

LUCHINI ANAËLLE



25 NOVEMBRE 2000

624 ROUTE DES COUVETTES
74370 CHARVONNEX



06 87 19 81 43



anaelle.luchini@gmail.com

COMPÉTENCES

Anglais ●●●●

Espagnol ●●●

Bureautique ●●●●

Titulaire du permis B

AMBITIEUSE

- ✓ Organisée et méthodique
 - ✓ Rigoureuse et assidue
 - ✓ Sens des responsabilités
-

EXPÉRIENCES

JUIN - JUILLET 2019

Vendeuse / hôtesse de caisse au sein de l'enseigne d'ameublement et de décoration Maison du Monde à Annecy

MAI - JUIN 2019

Stage de fin de première année de DUT GACO au secrétariat d'un cabinet d'architecte à Annecy

DEPUIS 2016

Garde d'enfants en journée et en soirée.

2014-2015

Stage d'observation d'une semaine à la Clinique Vétérinaire de Groisy, en Haute-Savoie.

FORMATIONS

2018-2020

DUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations à l'IUT de Saint-Etienne.

2017-2018

Baccalauréat Littéraire option Arts Plastiques avec mention Assez Bien au Lycée Gabriel Fauré à Annecy.

CENTRES D'INTÉRÊT

- Art : photographie, dessin, architecture
- Voyage : 2 voyages linguistiques en Angleterre et de très nombreux voyages en famille (États-Unis, Cuba, Vietnam, Costa Rica, Guadeloupe, Myanmar, Mexique)
- Sport : musculation, vélo, marche, course à pied

FAISAN CAMILLE



19 MAI 2000

35 PROMENADE DE LA
CHAPELLE
42740 SAINT PAUL EN JAREZ



07 85 57 97 50



c.faisan@gmail.com

COMPÉTENCES

Anglais ●●●
Espagnol ●●●●
Bureautique ●●●
Titulaire du permis B

- ✓ Polyvalente
 - ✓ Volontaire
 - ✓ Digne de confiance
 - ✓ Soucieuse du détail
-

EXPÉRIENCES

JUIN 2019 – AUJOURD’HUI

Hôtesse de caisse en contrat étudiant le samedi. Accueil, renseignements, conseils, encaissement des clients.

MAI - JUIN 2019

Stage de fin de première année de DUT GACO dans l'entreprise MARGOTE CERAMISTE au service communication et marketing.

2018-2019

Vendeuse en contrat étudiant à MAISON DU MONDE, Givors (69).

FORMATIONS

2018-2020

DUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations à l'IUT de Saint-Etienne.

2017-2018

Baccalauréat Economique et Social option Mathématiques avec mention Bien au Lycée Sainte Marie la Grand'grange à St Chamond.

CENTRES D'INTÉRÊT

- Voyage : Belgique, Etats-Unis, Espagne, Baléares, Italie, La Réunion, Danemark, Portugal.
- Sport : pratique du pilates depuis 4 ans et du Strong by Zumba.

COULIARD ZOE



16 MARS 2000

7 ROUTE DE ST GENEST LERPT
LA FOUILLOUSE 42480



06 81 50 25 97



zoe_couliard@orange.fr

COMPÉTENCES

Anglais ●●●●

Espagnol ●●●

Bureautique ●●●

Titulaire du permis B

-
- ✓ Ouverte d'esprit
 - ✓ Curieuse
 - ✓ Créative
 - ✓ Esprit d'équipe
-

EXPÉRIENCES

AOÛT 2019

Vendeuse / hôtesse de caisse chez Esprit et Pantashop à Firminy.

MAI - JUIN 2019

Stage de fin de première année de DUT GACO au sein du Comité Départemental de Course d'Orientation de la Loire (Evènementiel sportif)

DEPUIS 2017

Garde d'enfants en journée, soirée et pendant une semaine.

2015

Stage à Biocoop Forezbio à Savigneux.

FORMATIONS

2018-2020

DUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations à l'IUT de Saint-Etienne.

2017-2018

Baccalauréat Economique et Social avec mention Assez Bien au Lycée Beauregard à Montbrison.

CENTRES D'INTÉRÊT

- Art : peinture, dessin
- Voyage : Danemark, Norvège, Guadeloupe, Tunisie, Portugal, Espagne, Italie, La Réunion, Irlande et Etats-Unis (un mois en immersion dans une famille en Californie)
- Sport : basket (depuis 13 ans, niveau inter-régional), escalade, ski, surf, course à pied, vélo.

DUFOUR CLÉMENTINE



24 FEVRIER 2000

17 ALLEE DES PLAGNEUSES
42600 CHAMPDIEU



06 10 96 88 41



clementined00@hotmail.f

COMPÉTENCES

Anglais ●●●
Espagnol ●●●●
Italien ●●●
Bureautique ●●●●●
Titulaire du permis B
Motorisée

- ✓ Dynamique
 - ✓ Organisée
 - ✓ Sérieuse et appliquée
 - ✓ Autonome
-

EXPÉRIENCES

JUILLET 2019

Création du site internet de la société Foro Faure Outils à Champdieu

MAI - JUIN 2019

Stage à la pharmacie de Champdieu
Missions : merchandising, livraison, préparation de commandes, responsable de la parapharmacie (cosmétique, soin...)

JUILLET 2018 A AUJOURD'HUI

Vendeuse chez Nature & Découvertes
Missions : vendre, animer les rayons et les produits

DECEMBRE 2015

Stage de photographe à l'Atelier de l'Image
Missions : adapter son point de vue, être créative et artistique

FORMATIONS

2018-2020

DUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations à l'IUT de Saint-Etienne.

2017-2018

Baccalauréat Economique et Social option Mathématiques et Italien avec mention Assez Bien au Lycée de Beauregard à Montbrison.

CENTRES D'INTÉRÊT

- Art : photographie, musique, danse
- Voyage : Angleterre, Italie, Espagne, République-Tchèque
- Association : vice-présidente de la classe 2020.
Missions : organiser des événements, trouver des sponsors, faire de la publicité, vendre, animer

2) Lettres de motivation

LUCHINI Anaëlle
6 rue P et Dominique Ponchardier
42100 SAINT-ETIENNE
06 87 19 81 43

CAISSE D'EPARGNE
10 rue Marguerite Fournier
42600 MONTBRISON

À Saint-Etienne, le 14 janvier 2020

Objet : Demande de financement

Madame, Monsieur,

Dans l'optique de créer et de développer une startup de box par abonnement dans le domaine du bien-être et de la maison, mon équipe et moi avons décidé de nous diriger vers votre entreprise pour obtenir un certain soutien financier.

Notre projet se caractérise par le lancement d'un nouveau genre de box mensuelles qui contiendraient des produits bien-être et de la maison. Pour un cadeau ou pour un abonnement, le client est invité à découvrir notre site internet et à y voir quels types de produits nous proposons dans nos box, en fonction du profil du client.

Étant conscientes des enjeux écologiques actuels, nous avons décidé de mettre à disposition dans nos box des produits éthiques et respectueux de l'environnement. Effectivement, nous utilisons uniquement des produits faisant le moins de déchets possible, réutilisables et utiles pour le consommateur. Notre but n'est pas de pousser le client à consommer mais à l'inverse de lui montrer comment consommer mieux.

Afin de cibler au maximum le profil du client et d'éviter l'envoi de produits qui ne sont pas en adéquation avec ses besoins, un questionnaire doit être rempli au moment de l'inscription à la box.

Mon équipe et moi avons les moyens et sommes déterminés à faire aboutir ce projet conséquent. Apportant chacune notre pierre à l'édifice, notre complémentarité nous permet d'avancer considérablement et d'être efficace dans toutes nos tâches.

Dans ce projet, je m'occupe majoritairement des domaines du marketing et de la communication car ce sont deux fonctions dans lesquelles je suis à l'aise et expérimentée.

Les tâches que je dois effectuer se traduisent par l'étude du marché, l'étude des comportements du consommateur, les politiques de prix, les politiques de distribution ainsi que toute la communication publicitaire avec la gestion des réseaux sociaux, le service après-vente et surtout la gestion du site internet.

LUCHINI Anaëlle

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

FAISAN Camille
35 promenade de la chapelle
42740 Saint-Paul- en-Jarez
c.faisan@gmail.com

CAISSE D'EPARGNE
10 rue Marguerite Fournier
42600 MONTBRISON

A Saint-Paul-en Jarez, le 15/01/20

Objet : Demande de financement

Madame, Monsieur,

Nous sommes un groupe de quatre jeunes femmes passionnées de bien-être et de décoration. Nous avons pour projet de créer notre entreprise avec une idée, celle de commercialiser des box mensuelles sur le thème du bien-être et de la maison.

Ce projet de création d'entreprise est né de notre imagination. En effet, c'est ainsi que nous est venu à l'idée de créer une box mensuelle autour du bien-être et de la maison. Le principe est simple : un(e) client(e) passera commande sur notre site web et recevra sa box une fois par mois et ce pendant la durée choisie. Par ailleurs, dans un souci de satisfaire au mieux notre clientèle, nous ferons remplir un questionnaire au préalable sur les goûts et habitudes de vie de la personne. Il s'agira d'une box personnalisée et respectueuse de l'environnement. En effet, la cause environnementale nous tient particulièrement à cœur car nous nous sentons toutes concernées par les problèmes environnementaux actuels. A travers la vente de ces box, nos objectifs sont de rendre des produits respectueux de l'environnement plus accessibles au grand public et d'impliquer notre clientèle dans le respect de l'environnement. Consommer moins, mais consommer mieux.

Notre équipe est très complémentaire, nous avons toutes des domaines de prédilection. En effet, pour ma part il s'agit du domaine juridique. J'ai étudié le droit de l'entreprise et m'y suis fortement intéressée durant plusieurs années. J'ai pu réaliser de nombreux stages dans des entreprises au service juridique et cela m'a apporté de solides connaissances. C'est pourquoi dans notre projet de création d'entreprise je serai apte à m'occuper du choix du statut juridique et résoudre les éventuelles difficultés rencontrées au fur et à mesure de la création qui relèvent du domaine juridique.

Je vous prie d'agréer Madame, Monsieur, l'expression de mes sincères salutations.

Camille FAISAN

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Zoé COULIARD
7 route de Saint-Genest-Lerpt
LA FOUILLOUSE, 42480
06 81 50 25 97
zoe_couliard@orange.fr

CAISSE D'EPARGNE
10 rue Marguerite Fournier
42600 MONTBRISON

A La Fouillouse, le 16 janvier 2020

Objet : Demande de financement pour la création d'une entreprise

Madame, Monsieur,

Membre d'un groupe de 4 entrepreneuses complémentaires, je vous sollicite aujourd'hui pour une demande de financement pour la création de notre entreprise. Notre projet a pour finalité la vente de box en ligne sur le thème de la maison, avec des produits en accord avec la nature. Notre but est de faire découvrir à nos clients de nouveaux articles, de décoration, mais aussi de bien-être, tout en agissant pour la planète. Ce projet est né d'une passion commune : la décoration. En discutant plus amplement de ce projet, nous nous sommes rendues compte que chacune d'entre nous mettait un point d'honneur à la préservation de l'environnement. Par la suite nous avons décidé de choisir le système de vente de box en ligne. En effet, c'est le concept le plus approprié pour faire découvrir et tester à nos clients des produits qu'ils n'auraient pas forcément eu l'idée d'acheter.

Créative et surtout motivée, ce projet représente pour moi une réelle opportunité. J'aimerais mettre en application les différentes compétences que j'ai acquises lors de mes études en dut GACO (Gestion Administrative et Commerciale des Organisations) et aussi dans ma vie personnelle. Cette formation très polyvalente m'a fait découvrir de nombreux domaines comme le marketing, la communication mais aussi la comptabilité. Lors de mon stage en première année au sein d'une association sportive, j'ai pu appliquer mes connaissances dans ces domaines (réalisation de flyers, teasers, communication sur les réseaux sociaux...) Rigoureuse quel que soit mon travail, j'apporterai mes compétences au profit de notre groupe. De plus, mon esprit d'équipe développé me permet de travailler efficacement. Joueuse de basket depuis 13 ans j'ai appris la coopération, le dynamisme et la patience. Je saurai mettre ces qualités en application pour le bon déroulement de notre start-up.

Pour finir, sensible aux valeurs telles que l'écologie, je veille à avoir un mode de vie sain et à le partager autour de moi. Notamment car j'ai effectué un stage chez Biocoop à Savigneux. J'ai découvert une grande variété de produits bio, ainsi la transparence et l'équité des relations commerciales m'ont séduit.

Je reste à votre disposition pour un rendez-vous durant lequel je pourrais vous expliquer plus amplement ce projet. Dans l'attente d'une réponse de votre part, je vous prie d'agréer, madame, monsieur, l'expression de mes sincères salutations.

Zoé COULIARD

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Clémentine DUFOUR
17 allée des plagneuses sud
42600 CHAMPDIEU
06 10 96 88 41
clementined00@hotmail.fr

CAISSE D'EPARGNE
10 rue Marguerite Fournier
42600 MONTBRISON

Le 15 janvier 2020

Objet : demande de financement pour une création d'entreprise

Madame, Monsieur,

Agée de 20 ans, je suis actuellement en 2^{ème} année de DUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations à Saint-Etienne. Avec mon équipe de 3 autres étudiantes, nous souhaitons mettre en place un projet de création d'entreprise qui nous tient à cœur. En effet, nous voulons créer une box par abonnement sur le thème de la maison et du bien-être. Ces box auront pour objectif de créer un effet de surprise et permettre aux clientes de tester des produits de qualité. Nous voulons que chaque produit réponde aux besoins de nos clients afin de les satisfaire. De plus, nos box seront totalement éco-responsables car la préservation de l'environnement est un de nos enjeux majeurs.

Dynamique et travailleuse, je vais mettre toutes mes compétences et mes connaissances à profit pour mener à bien notre projet. D'une part, durant mon stage d'un mois en pharmacie, je me suis occupée des rayons de la parapharmacie (soin du visage, soin du corps, maquillage, thés, plantes...). Les produits de la parapharmacie sont des produits de qualité avec un prix parfois élevé. Grâce à ce stage, je peux donc ajouter dans la box des produits que je connais et que j'ai eu l'occasion de tester. Mon rôle de vendeuse chez Nature & Découvertes a également diversifié mes connaissances en termes de décoration et de produits respectueux de l'environnement. D'autre part, je suis rigoureuse et j'aime m'impliquer dans mon travail. En effet, je me suis engagée dans une association de mon village en tant que vice-présidente où j'ai organisé des évènements. Cette association m'a permis de développer mon esprit d'équipe. Pour finir, mon DUT GACO a approfondi mes compétences en informatique qui est un domaine que j'aime exploiter. J'ai une bonne maîtrise du Pack office, de HTML, Wordpress, Movie Maker et Access. Cela est indispensable pour la mise en place de notre site internet des box par abonnement. Je pense pouvoir apporter beaucoup à notre projet.

Je reste à votre disposition pour un prochain entretien au cours duquel je peux vous exposer plus amplement mes motivations pour créer cette entreprise. Dans l'attente d'une réponse positive de votre part, je vous en remercie vivement et vous prie de recevoir, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Clémentine DUFOUR

PARTIE II : PRESENTATION GENERALE DU PROJET

1) Présentation des produits

Photo	Descriptif	Prix d'achat HT	Fournisseur
 120ml	<p><u>Brume de fruits fraîcheur à la figue bio</u> Une brume-sérum anti-rides à la figue BIO, qui hydrate, apaise, et tonifie votre peau ! Elle prévient efficacement des 1ers signes de l'âge grâce aux pouvoirs réparateurs et intensément hydratants de la figue BIO. Elle lisse et hydrate intensément, car enrichie en acide hyaluronique.</p>	4,45€	PULPE DE VIE
 30ml	<p><u>Sérum lumière hydratant visage éclat & énergie au kiwi bio</u> Ce sérum, conçu pour raviver les teints ternes, va devenir votre nouveau rayon de soleil. Grâce à ses actifs naturels revitalisants, tonifiants, et protecteurs, ce condensé de lumière compte bien révéler tout le potentiel de votre natural glow !</p>	6,50€	PULPE DE VIE
 145ml	<p><u>Huile lactée démaquillante à la rose nectar de roses</u> L'huile lactée démaquillante à la rose bio contribue à éliminer instantanément les impuretés et les traces de maquillage les plus tenaces.</p>	9€	MELVITA
 40ml	<p><u>Soins de jour hydratation intense nectar de roses</u> Indispensable pour les peaux déshydratées, le soin de jour bio Nectar de Roses contribue à hydrater en profondeur pour rendre la peau plus douce et plus confortable. Enrichi d'une infusion de roses concentrée en sucres hydratants et d'eau florale de rose, ce soin de jour bio diffuse son pouvoir hydratant jusqu'à 12 couches minimum dans la peau.</p>	12,75€	MELVITA
	<p><u>Cotons tiges biodégradables</u> Boîte de 100 cotons tiges biodégradables en bambou et coton naturel. Pour remplacer les cotons tiges en plastique dans sa salle de bain zéro déchet. Ces cotons tiges se jettent directement dans le compost après utilisation.</p>	1,15€	ECOBAMBOO
	<p><u>Brosse à dents en bambou</u> Fabrication française Poils souples infusés au charbon végétal ; végan ; biodégradable dans le compost ; sans BPA ; sans toxines Ses poils souples sont infusés au charbon végétal activé reconnu pour ses propriétés : absorption des toxines, lutte contre la mauvaise haleine, léger blanchiment naturel des dents...</p>	2,5€	SMILOH
	<p><u>6 carrés démaquillants lavables en coton bio</u> Les carrés en coton bio sont extras doux et idéals pour les peaux allergiques et sensibles. Fabriqués en France, vous profiterez d'une qualité et d'un confort absolu. Réutilisables 300 fois et utilisables avec toutes vos lotions démaquillantes.</p>	9,95€	LE PETIT CARRÉ FRANÇAIS
	<p><u>Pailles en inox acier inoxydable</u> Fabriqué en France Respectueuses de l'environnement, découvrez notre lot de 4 pailles en acier inoxydable pour siroter vos boissons préférées. Lavez-les avec notre goupillon pour les réutiliser à l'infini !</p>	7,45€	LE PETIT CARRÉ FRANÇAIS

 <p>10 x 15 cm</p>	<p><u>Sachet de thé made in France</u> 100% mousseline de coton biologique certifié GOTS et lien en lin bio Composé de mousseline de coton biologique, ce sac étamine grand format est lavable et réutilisable. Il sert à faire infuser thés et autres plantes et racines séchées mais aussi à filtrer des laits végétaux faits maison : amandes, noisettes...</p>	<p>1,65€</p>	<p>HAKUNA MATA</p>
 <p>24 x 30 cm</p>	<p><u>Sac à vrac en coton biologique</u> Fabriqué en France 100% coton biologique certifié GOTS Ce sac à vrac, lavable et réutilisable, est un moyen de remplacer les sacs à usage unique pour vos courses zéro déchet : achats en vrac, sans emballages et à la coupe. Ce grand format adapté pour les achats en grande quantité de pâtes, riz, céréales, farines, légumineuses, graines...</p>	<p>3,75€</p>	<p>HAKUNA MATA</p>
	<p><u>Pack de 3 bee wrap</u> Le Bee Wrap est un emballage alimentaire réutilisable et écologique. Il remplace parfaitement le film alimentaire plastique à usage unique dans votre cuisine. Il est réutilisable plus de 100 fois, soit environ un an d'utilisation. Il est 100% naturel et écologique. Côté ingrédients ? Du coton biologique certifié GOTS et Oeko Tex 100, de la cire d'abeille, de l'huile de tournesol bio & de la résine de pin bio, elle aussi.</p>	<p>8€</p>	<p>HAKUNA MATA</p>
	<p><u>Éponge de Konjac 100% naturelle</u> Fabriqué en France L'éponge de Konjac élimine parfaitement le maquillage, les cellules mortes et l'excès de sébum, pour une peau plus lisse, plus douce et lumineuse. L'éponge de Konjac est d'origine 100% naturelle et testée dermatologiquement. Elle convient à tous les types de peau. Son cordon permet de la suspendre après utilisation.</p>	<p>2,95€</p>	<p>LE PETIT CARRE FRANÇAIS</p>
 <p>100g</p>	<p><u>Savon à froid pour bébé à l'amande douce fabriqué en France</u> Fabriqué en France Un savon doux & surgras pour bébé, enfant, femme enceinte et peaux très sensibles. Sans huile essentielle et à l'huile d'amande douce bio, ce savon à froid surgras crée pour les bébés, nourrissons, enfants, femmes enceintes et peaux très sensibles est un véritable soin douceur.</p>	<p>6,58€</p>	<p>LE PETIT CARRE FRANÇAIS</p>
 <p>50g</p>	<p><u>Thé noir pêche-framboise-acérola bio</u> Mélange équilibré de 3 thés biologiques aromatisés à la pêche et à la framboise biologique, pour des saveurs très agréables dès la 1ère dégustation. Antioxydant / Sculptant / Hydratant / Stimulant</p>	<p>4,67€</p>	<p>MON THE BIO</p>
	<p><u>BOUGIE PARFUMEE CIRE VEGETALE COUVERCLE BOIS VANILLE YLANG fabriquée en France</u> A base de cire 100% végétale, sans paraffine ni colorant, cette bougie florale s'appuie sur la qualité du savoir-faire français. Enrichie en huiles essentielles naturelles, cette bougie de cire végétale vous offre une expérience olfactive unique : la douceur du parfum des îles.</p>	<p>5,38€</p>	<p>LA BOUGIE FRANÇAISE</p>

(cf. Annexe E pour voir nos fournisseurs)

2) Présentation des moyens

a) Moyens humains (cf. Annexe C)

Au niveau de nos moyens de production et de la répartition du travail de chacune, nous avons opté pour une technique particulière. Nous considérons que mettre la responsabilité d'une tâche sur une seule personne est synonyme de stress. C'est donc la raison pour laquelle nous avons décidé de travailler par paire.

Camille et Zoé sont chargées de s'occuper de toute la gestion d'entreprise à travers la comptabilité et l'administration. Grâce au logiciel SevDesk, elles effectuent toutes les factures d'achats auprès des fournisseurs, les factures des clients, les saisies des écritures, la gestion des commandes de fournitures... Les tâches financières leurs sont également données comme les rapprochements bancaires et les déclarations de TVA.

Au niveau administratif, elles ont la mission d'organiser, de trier et d'archiver l'ensemble des papiers et photocopies en fonction de différents critères de classement. Camille et Zoé doivent également réceptionner le courrier, le trier et y répondre si nécessaire.

L'organisation du planning leurs est aussi confiée. Le planning est notre plus gros outil de travail car c'est grâce à lui que l'on arrive à s'organiser et à ne pas être débordé. Étant une structure récente, nous participons à beaucoup d'événements afin de faire connaître notre site internet, un planning nous est donc indispensable.

Clémentine et Anaëlle, quant à elles, sont à la charge de toute la communication de la société. En commençant par l'accueil téléphonique, elles s'occupent du service après-vente, de la relation clients et de la relation fournisseurs.

Ayant toutes les deux des diplômes dans le e-marketing et la communication, ce sont elles qui font vivre le site internet. Grâce à leur créativité, elles ont également imaginé la box en elle-même avec des matériaux biodégradables et respectueux de l'environnement.

Au niveau de la communication, Anaëlle et Clémentine gèrent l'ensemble des réseaux sociaux de l'entreprise. Le plus utilisé étant Instagram, elles ont créé un réel univers à travers leurs photographies travaillées et sophistiquées, rien de mieux pour faire une bonne promotion auprès de nos jeunes clientes.

b) Moyens matériels

Concernant les moyens de production matériels, nous en avons peu. En effet, notre activité est basée essentiellement sur internet et nous n'avons pas de boutiques physiques. Nous possédons seulement des bureaux, où nous avons quatre ordinateurs, une imprimante et du mobilier de bureau. Pour nos envois de box, nous utilisons des colis en carton dans lesquels se trouvent les box. A l'intérieur d'une box, nous disposons un papier de soie qui entoure les produits, fermé par un petit autocollant avec le logo de l'entreprise. Nous sommes soucieuses de l'esthétique de nos emballages.

3) Choix du statut juridique

Nous avons choisi de créer notre entreprise sous forme d'une SARL. La SARL est une société à responsabilité limitée, il s'agit d'une forme de société commerciale qui permet aux associés de limiter leur responsabilité au montant de leurs apports.

Une SARL doit être constituée par au moins 2 associés (ou un seul associé en cas de création d'une SARL unipersonnelle ou EURL), qui peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales. Une SARL a obligatoirement un gérant, chargé de la représenter légalement. Il est également possible de nommer plusieurs gérants. Le gérant d'une SARL est obligatoirement une personne physique, associée ou non au sein de la société.

Le capital social est obligatoire mais aucun minimum n'est fixé par la loi. Le capital social est réparti en parts sociales entre les associés, en proportion de leurs apports.

Pour créer une SARL, il est nécessaire de rédiger des statuts et d'accomplir toutes les démarches d'immatriculation. Pour créer une SARL, il est nécessaire :

- De rédiger des statuts qui ont pour objectif d'organiser le fonctionnement et l'organisation de la société. Ils doivent être rédigés par écrit et être signés par tous les associés.
- De nommer les dirigeants. Lorsqu'ils ne sont pas désignés directement dans les statuts, les gérants de la société (ou le gérant) doivent être nommés après la signature des statuts dans les plus brefs délais.
- De réaliser les apports. Chaque associé doit réaliser les apports qu'il s'est engagé à effectuer à la SARL. Ces apports peuvent correspondre à des apports en numéraire ou en nature qu'il convient d'évaluer et d'en transférer la propriété à la société. Parfois, un commissaire aux apports doit intervenir.
- De publier un avis de constitution au journal des annonces légales. Cette formalité de publicité est obligatoire.
- De demander l'immatriculation de la SARL au registre du commerce et des sociétés.

Les modalités de fonctionnement du poste de gérant sont largement définies par les associés de la SARL. Il en est notamment ainsi :

- En matière de rémunération : le gérant peut percevoir une rémunération, composée d'un fixe et/ou d'un variable. Il n'existe aucune rémunération minimum, il est même possible de ne prévoir aucune rémunération.
- En matière de durée du mandat : le mandat du gérant de SARL peut être à durée déterminée ou indéterminée.
- En matière de pouvoirs (dans certaines limites) : à l'égard des tiers, le gérant représente légalement la société. Par contre, vis-à-vis des associés, des limitations de pouvoir peuvent être prévues. Par exemple, une procédure d'autorisation peut être mise en place pour les décisions importantes.

Au niveau de sa protection sociale, le gérant de SARL est :

- Affilié à la sécurité sociale des indépendants lorsqu'il est gérant associé majoritaire.
- Affilié au régime général de la sécurité sociale dans les autres cas (gérant non associé, gérant associé minoritaire ou égalitaire).

Les bénéfices réalisés par une SARL sont en principe soumis à l'impôt sur les sociétés, sauf lorsque les associés décident d'opter pour le régime des sociétés de personnes (imposition des bénéfices directement au nom des associés).

Au régime de l'impôt sur les sociétés, les associés d'une SARL peuvent décider de distribuer des dividendes en présence de bénéfices distribuables. Les gérants majoritaires paient des cotisations sociales sur une partie de leurs dividendes. Les associés de SARL disposent de plusieurs droits : politiques, d'information et financiers.

Les décisions du ressort des associés sont prises collectivement. Les associés d'une SARL doivent être convoqués dans les 6 mois qui suivent la clôture de chaque exercice pour délibérer à propos de l'approbation des comptes de l'exercice et de l'affectation du résultat. Pour toute modification des statuts de la société, tel qu'un changement de dénomination sociale, une augmentation de capital ou un changement d'objet social par exemple, une décision des associés est nécessaire (sauf exceptions).

Lorsqu'un associé envisage de céder ses parts sociales à un tiers, il doit obligatoirement obtenir l'agrément des associés pour réaliser la cession.

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Nous avons choisi une SARL comme statut juridique de notre entreprise pour plusieurs raisons. Tout d'abord, l'entreprise peut être créée avec peu de capitaux. C'est un critère important car, étant toutes débutantes dans le monde de l'entrepreneuriat, nous sommes toutes dans l'impossibilité d'apporter une grosse somme d'argent à la création de l'entreprise.

La responsabilité des associés est limitée au montant de nos apports ce qui permet de faire une distribution équitable au niveau des responsabilités étant donné que nous avons toutes apporté 25% à la société.

De plus, la SARL est une forme juridique qui permet aux associés de protéger leur patrimoine personnel. Le fonctionnement des SARL est largement encadré par la loi, ce qui procure un cadre juridique sécurisant pour les associés.

4) Choix de notre statut social

Au niveau du statut social, nous avons décidé d'être toutes gérantes et associées de la société. De plus, nous avons opté pour le statut de TNS (travailleurs non-salariés). Chaque associée à 25% des parts, soit une somme totale des parts des gérants de 100%.

Avantages TNS :

- Une protection sociale peu coûteuse. Pour un même revenu net, le poids des cotisations sociales correspond à peu près à la moitié de ce que vous aurez payé en étant affilié au régime général de la sécurité sociale.
- Un régime maladie de base aligné sur celui des salariés. Les TNS bénéficient des mêmes taux de remboursement que les salariés affiliés au régime général.
- Une possibilité de se constituer une protection complémentaire à la carte par contrats d'assurance complémentaires, grâce au coût plus faible supporté au niveau des cotisations sociales de base.
- Un faible montant de cotisations sociales à payer en début d'activité.

Inconvénients TNS :

- Un système de cotisation complexe avec des régularisations différées, ce qui peut causer des problèmes de trésorerie si elles ne sont pas bien provisionnées.
- Un dispositif réduit en cas d'arrêt maternité.
- Un délai de carence plus long pour l'indemnisation journalière de la maladie; accident: pas d'indemnisation pour les 7 premiers jours.
- Une absence de couverture contre les accidents de travail et les maladies professionnelles. Pour ce type de risque, le TNS est indemnisé comme s'il était en arrêt maladie.
- Un assujettissement aux cotisations sociales d'une partie des dividendes perçus par le dirigeant TNS.

<https://www.economie.gouv.fr>

5) Les aides choisies

En France, il existe de nombreuses aides pour la création d'entreprise. Le congé et temps partiel pour la création d'entreprise, les exonérations de charges, l'ACRE (Aide aux créateurs et repreneurs d'entreprises), l'ARCE (Aide à la reprise et à la création d'entreprise), le NACRE (Nouvel accompagnement pour la création et reprise d'une entreprise), la garantie création BPIFRANCE, la garantie égalité femmes et encore de nombreuses aides...

En ce qui nous concerne, nous avons choisi l'ACRE (Aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise) et le NACRE (Nouvel accompagnement pour la création et reprise d'une entreprise) car il s'agit des aides les plus répandues pour les créations d'entreprises et pour le NACRE, les juristes sont compétents pour nous aider dans notre projet.

L'Aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise (ACRE)

Depuis le 1er janvier 2019 elle remplace l'ACCRE (aide aux chômeurs créant et reprenant une entreprise). L'ACRE consiste en une exonération de charges sociales (hors CSG/CRDS). La durée est d'un an (et jusqu'à 3 ans pour les travailleurs indépendants TNS relevant du régime de la micro-entreprise). En tant que moins de 26 ans, nous avons le droit à cette aide.

Voici le détail des exonérations :

- Elle est totale si le revenu professionnel est inférieur à 30 852€
- Elle est dégressive si le revenu professionnel est compris entre 30 852€ et 41 136€
- Aucune exonération si le revenu annuel dépasse 41 136€

Aucune demande n'est à faire. La seule condition est de ne pas avoir bénéficié de l'ACCRE dans les 3 années précédentes.

Le nouvel accompagnement pour la création et reprise d'une entreprise (NACRE)

Cela consiste en une aide au montage du projet et au développement de l'activité. Cet accompagnement se poursuit jusqu'à 3 ans après la création de l'entreprise.

Un prêt à taux zéro est également compris, allant de 1 000€ à 8 000€, sur une durée maximale de 5 ans. Il doit être couplé avec un prêt bancaire dont le montant et la durée doivent lui être supérieurs ou égaux.

Cette aide s'adresse aux personnes remplissant les mêmes critères que pour l'ACRE.

6) L'étude de marché

Pour mener à bien notre projet de box maison et bien-être, nous avons effectué une étude de marché dans ce secteur. Tout d'abord, cette analyse nous a permis de nous renseigner sur nos concurrents et de cerner leurs méthodes de commercialisation. De plus, nous avons pu mesurer nos risques et diminuer nos incertitudes avant de se lancer sur ce projet. La satisfaction de nos clients étant notre principal objectif, nous avons créé un questionnaire afin de cerner leurs besoins et leurs attentes. En effet, chaque box sera personnalisée en fonction de notre client grâce à un historique des produits envoyés.

a) Informations théoriques

Aujourd'hui, on compte en France 387 box par abonnement (contre 250 en 2016). Elles sont en majorité à dominante alimentaire, lifestyle (style de vie) et beauté / bien-être. Les offres sont donc nombreuses sur le marché, et les consommateurs ont l'embarras du choix.

Sur les 387 box existantes, peu peuvent se targuer d'avoir plus de 10 000 abonnés et de nombreuses restent à quelques dizaines de clients. La communication est essentielle pour ces acteurs, qui survivent sans vraiment se développer. On dénombre toutefois plusieurs centaines de milliers de clients, ce qui laisse de la place pour de nouveaux acteurs, encore faut-il que l'offre soit suffisamment attrayante.

Le principal problème des acteurs en place se situe dans la fidélisation de leurs clients. Si les nouveaux abonnés sont fréquents, les résiliations le sont tout autant. Ainsi on observait en 2016 un taux d'attrition moyen (il correspond au ratio entre le nombre de clients perdus et le nombre de clients total sur une période donnée) de 31% pour une durée de vie moyenne d'un client égale à 116 jours et un prix moyen mensuel de 23€.

Du fait de la multitude d'acteurs, les nouveaux entrants souhaitant pénétrer le marché sont dans l'obligation de proposer de la nouveauté, que ce soit en termes d'offre et/ou de positionnement. Pour cela, les nouvelles habitudes et attentes des consommateurs de ce type de service sont à étudier de près, dans la mesure où des niches prometteuses existent encore.

Source : <https://imbrikation.fr>

C'est le concept des « box » par abonnement, un segment d'e-commerce qui a commencé à se développer en France avec l'arrivée, il y a quelques années, de la box de beauté américaine Birchbox. Un marché à distinguer d'ailleurs de celui des coffrets cadeaux qui n'a cessé de se développer depuis.

Après l'arrivée des premières box dans le secteur de la beauté, «très vite, de nombreux entrepreneurs se sont intéressés au secteur et ont lancé leur box dans des domaines très variés», relate Michaël Maarek, créateur des sites touteslesbox.fr et laboxdumois.fr. Si, « à une époque, on ajoutait entre 10 et 15 box par semaine » sur les sites, aujourd'hui il en voit arriver de trois à quatre nouvelles par mois. Certains disparaissent. Son site en a comptabilisé une vingtaine dans ce cas rien que cette année. Néanmoins, « les créations sont plus nombreuses que les disparitions », dit-il.

Les leaders en France étant notamment les box beauté Birchbox et l'allemande Glossybox, mais aussi Le Petit Ballon, une box française spécialisée dans le vin. Si toutes ces box ne deviennent pas leaders, « nous avons des clients qui affichent quelques milliers d'abonnés, ont des effectifs réduits, fonctionnent très bien et sont rentables », précise David Azoulay.

Le développement passe par l'international. Certaines box françaises ont d'ores et déjà franchi les frontières, à l'instar d'Emma & Chloé, une box de bijoux de créateurs qui s'exporte aux Etats-Unis. Quant à celles qui s'appêtent à tenter l'aventure, David Azoulay prévient : il ne suffit pas de traduire un site en anglais. Encore faut-il intégrer la culture du pays et ses habitudes de consommation.

Pour David Azoulay, « sans avoir un minimum de 30 % de marge sur la box qu'on va expédier, c'est dur de survivre ». Pour lui, les ingrédients essentiels de la recette gagnante sont « un bon prix d'acquisition du produit, une bonne stratégie de communication, un bon service client. Et un produit 'cool', avec un bon positionnement... »

Enfin, si, selon certaines études, la saturation de l'offre guette déjà le secteur, Michael Maarek et David Azoulay semblent, eux, plutôt optimistes. Ils estiment que, pour l'heure, le pourcentage de la population en France qui connaît l'existence des box par abonnement est encore restreint. De quoi parier sur un potentiel certain...

Source : <https://www.bpifrance.fr>

Aujourd'hui Birchbox reste le leader incontesté sur le marché des box beauté avec plus d'1 million d'abonnés et 800 marques partenaires dans 6 pays.

En France ils sont plusieurs centaines de milliers à être abonnés à une, voire plusieurs box. C'est souvent après avoir acheté une box, pour l'offrir à l'un de ses proches, ou l'avoir reçu en cadeau que se déclenche l'irrésistible envie d'entrer dans le « club ». La majorité sont des femmes entre 25 et 35 ans, vivant à Paris (45%). Ces consommateurs sont souvent ancrés de longue date dans l'achat sur Internet.

Source : <https://www.welcometothejungle.com>

Selon les acteurs, l'abonnement coûte entre 15 et 30€ pour recevoir des produits équivalents au double du prix. Un tarif que la majeure partie des consommateurs peut se permettre de dépenser chaque mois, surtout qu'il y a un côté « bonne affaire » non négligeable dans cette période. Le but est d'offrir des produits qui conviendront parfaitement aux abonnés, pour les inciter à renouveler régulièrement leur inscription.

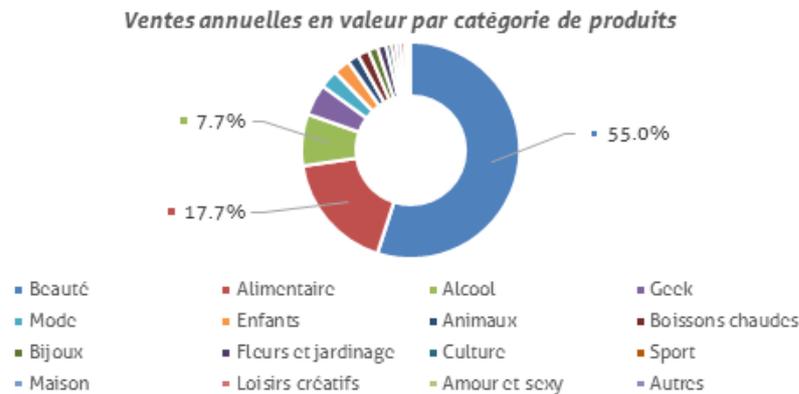
Source : <https://www.upmybiz.com>

L'explosion de ce mode particulier d'expérience accompagne les nouvelles attentes des consommateurs dans leur parcours d'achat. La demande continue par ailleurs d'évoluer et l'offre se diversifie donc pour répondre à ces nouveaux besoins.

Aujourd'hui le parcours d'achat se doit d'être ludique. Nous voyons donc les magasins se transformer peu à peu pour évoluer du simple rayonnage à la création d'un véritable univers in-store avec peut-être moins de produits mais davantage d'exclusivités, de produits qui sortent du rang.

La box par abonnement s'inscrit parfaitement dans ces nouvelles tendances. Elle répond au besoin de découverte, d'exclusivité et de variété des consommateurs. Chacun choisira la box qui correspondra le plus à ses affinités et pourra ainsi profiter d'une variété de produits en accord avec sa personnalité et ses habitudes de consommation.

Bien qu'encore très jeune, le marché de la box a rapidement évolué. D'abord principalement occupé par le secteur des cosmétiques il s'est très vite diversifié pour se développer dans une kyrielle de marchés. Si les cosmétiques occupent encore une large part du marché, nous voyons sa part dans le marché des box diminuer petit à petit, probablement causé par un début de saturation de l'offre dans ce domaine.



Une autre évolution notable est celle d'un début de fidélisation des consommateurs. La durée moyenne d'abonnement oscille actuellement entre 3 et 4 mois. Nous commençons donc à sortir de la phase de test ou de la logique événementielle de la consommation de box. Certains secteurs se prêtent davantage à une consommation sur le long terme, notamment tout ce qui concerne l'alimentaire comme proposer chaque mois des produits de saison à ses abonnés.

En visitant les sites de la plupart des box présentes sur le marché, vous vous apercevrez rapidement qu'elles se situent dans des marchés de niche et disposent d'une image de marque assez forte.

Source : www.ecommerce-nation.fr

Il est possible que dans les années futures, le marché des box se resserre. Seules seront pérennes, les marques qui continueront à proposer une offre ciblée, de qualité avec des services annexes et qui sauront se renouveler. En effet, la multiplicité des box risque à terme de générer un effet de lassitude de la part des e-consumers. Mais si la box est aujourd'hui un marché de «niche», elle a encore de beaux jours devant elle. Surtout si on prend en considération que, en 2016, seuls 26% des Français connaissent leur existence. Une marge d'évolution qui ne demande qu'à exploser dans les années futures.

Source : <https://www.welcometothejungle.com>

b) L'analyse des informations théoriques

Histoire des box :

Le marché des box par abonnement (mensuel, trimestriel, semestriel, annuel) est un secteur en pleine expansion. Il a émergé à partir de 2010 grâce à deux étudiantes d'Harvard qui ont créé la Birchbox. Cette box est composée de miniatures de plusieurs marques et permettent aux clientes de tester de nouveaux produits à domicile. Un an plus tard, Mathilde Lacombe s'est inspirée de Birchbox et a créé la Jolie Box. Ces deux start-up ont donc décidé de faire qu'une sous le nom de Birchbox. Désormais, elle compte plus de 4 millions d'abonnés et de clientes à travers le monde. En constatant l'ampleur de son succès, l'entreprise a ouvert deux boutiques, à Paris et à New-York. Depuis cette innovation, beaucoup de box sont apparues sur le marché, majoritairement dans le domaine de la beauté. Cependant, d'autres secteurs se sont développés comme la gastronomie, les bijoux, les thés, le vin, et même les objets pour chats et chiens et les produits pour geeks... Aujourd'hui, en France, il existe 387 box par abonnement alors qu'en 2016 il y en avait 250. Au départ, on pouvait compter entre 10 et 15 nouvelles box par semaine. Néanmoins, maintenant il y a 3 à 4 nouvelles box par mois. En effet, malgré la disparition de certaines box, on constate qu'il y en a plus qui se créent.

Parmi toutes ces box, les plus grandes comptent entre 10 000 et jusqu'à plus de 100 000 abonnés. Néanmoins, elles sont minoritaires, et beaucoup restent inférieures à 10 000 abonnés. Quelques petits entrepreneurs ont uniquement 15 ou 20 abonnés. Le marché des box est occupé par divers acteurs : des auto-entrepreneurs, des start-up et des grandes entreprises comme L'Oréal ou aufeminin.com avec la Beautiful Box.

Les leaders :

Le marché de la box par abonnement en France comporte des leaders comme dans tout domaine. On retrouve les box beauté Birchbox (américaine) et Glossybox (allemande) mais aussi Le Petit Ballon qui est une box française spécialisée dans le vin. Le marché de la box ne cesse de se développer. C'est pour cette raison que le succès n'est pas forcément acquis sur du long terme. Afin de se faire une place sur ce marché, il faut être innovant et proposer une offre attractive.

La clientèle :

L'effet de surprise est la principale raison pour laquelle la clientèle s'abonne à des box. De plus, dans cette box, les clients recherchent des produits nouveaux et de qualité. Ils souhaitent tester des produits sans les avoir directement choisis. Pour les satisfaire, il faut que les produits soient adaptés à leurs attentes et à leurs besoins. Pour les box beauté, les clientes sont surtout comprises entre 25 et 35 ans.

Il y a régulièrement de nouveaux abonnés mais également autant de résiliations. En moyenne, le client s'abonne pendant 3 ou 4 mois puis il résilie. Les abonnements sur le long terme sont beaucoup plus rares. On les trouve surtout dans l'alimentaire avec des produits en fonction des saisons.

Le futur des box :

Dans le futur, le marché des box peut se restreindre. En effet, la mentalité des consommateurs évolue en raison des conséquences écologiques sur la planète. Ils prennent conscience qu'il est nécessaire de réduire considérablement notre consommation ainsi que nos déchets. Néanmoins, ce sera grâce au renouvellement de leur offre que certaines marques pourront se maintenir sur le marché. On peut cependant espérer une croissance dans le futur car en 2016, uniquement 26% des Français avaient connaissance de ce marché.

c) La concurrence

Entreprise	Date de création	Capital	Salariés	N°SIRET	Adresse
BIRCHBOX	09/06/11	14 585.50€	100 à 199	53283220100067	10 rue du Faubourg Montmartre 75009 PARIS
POUSSE POUSSE	22/06/17	100€		83053037400016	705 tra de château Roussillon 66000 PERPIGNAN
BELLE AU NATUREL	02/06/14	30 000€		80264429400026	261 avenue du Logis de Bonneau 06270 VILLENEUVE-LOUBET
NUOO (HACO SAS)	23/04/15	91 705€	3 à 5	81099025900030	5 rue Claude Lewy 45100 ORLEANS
BEAUTIFUL BOX	01/06/12	1 828 680.40€	100 à 199	42378011300050	8 rue Saint-Fiacre 75002 PARIS
COLORS OF TEA	15/02/17	5000€		82772744700027	1 cours Aristide Briand 33000 BORDEAUX
MA FRENCH BOX	21/02/17	100€	1	82785337500018	110 chemin de la gare 30150 SAUVETERRE
PRESCRIPTION LAB	20/11/12	12 241€	20 à 49	78953108400042	Rue Paul Vaillant Couturier 92300 LEVALLOIS-PERRET
LA BANDIT BOX	01/10/16	5000€	1 à 2	82352168700017	21 rue Le Peletier 75009 PARIS
EMMA ET CHLOE	01/11/11	5000€	50 à 99	53516567400024	5 rue Pierre Chausson 75010 PARIS
LA PETITE ATTENTION	01/10/12	8000€		75386672200022	99 avenue Henri Ginoux 92120 MONTRouGE
MY CRAZY BOX	01/11/16	5000€	1 à 2	82352168700017	21 rue Le Peletier 75009 PARIS
EVIDENCE BOX	02/05/11	40 000€		53205823700019	6 Che de l'Isère bon conseil 73210 LA PLAGNE TARENTEISE
GINA	01/07/08	83 567€	100 à 199	50507584600020	13 bd de Rochechouart 75009 PARIS
LA BOX MADMOIZELLE	20/07/05	2 000€	10 à 19	48334410700022	188 rue de l'abbé bonpain 59800 LILLE
UP BOX	15/02/19		1 entrepreneur individuel	84837666100015	38 rue Henri de Sahuque 31400 TOULOUSE
NATURO BOX	08/06/18	10 000€		84021658400010	1 rue de la Corvette 33990 HOURTIN
SILEX	07/05/18	23 000€		83940977800017	31 rue Waldeck Rousseau 49130 LES PONTS-DE-CE

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Depuis quand proposez-vous ce système de box ?

- Moins de 6 mois
- Entre 1 à 2 ans
- Plus de 2 ans

Comment avez-vous géré votre communication au départ ?

Combien de temps en moyenne vos clients s'abonnent-ils ?

- Un mois
- Pendant 3 mois
- Pendant 6 mois
- Sans durée déterminée

Comment fidélisez-vous vos clients ?

Se renouvellent-ils ?

- Oui
- Non

Peuvent-ils choisir le contenu de leur box ou restent-elles secrètes ?

- Oui
- Non

Si non, essayez-vous de vous adapter au profil du client et comment ?

Est-ce que vous vous consacrez uniquement sur les box ?

- Oui
- Non

Comment avez-vous fait dès le départ pour négocier avec vos fournisseurs les prix en sachant que la quantité n'est pas très grosse pour commencer ?

Avez-vous une bonne marge ?

- Oui
- Non

Quels sont vos plus gros fournisseurs ?

Quel est le prix de vos box en moyenne ?

- Moins de 15 euros
- Entre 15 et 25 euros
- Entre 26 et 40 euros
- Plus de 40 euros

Tout d'abord, nous avons réalisé un questionnaire pour les concurrents. Ensuite, nous l'avons partagé aux concurrents par mail, par message direct sur leur site internet et par téléphone. Au départ, nous n'avons eu aucune réponse de leur part. Nous avons donc décidé de relancer au moins deux fois chaque concurrent par différents moyens de communication. Au final, nous avons réussi à toucher seulement trois concurrents sur dix-huit.

En revanche, l'un de nos principaux concurrents « Pousse Pousse », une box zéro déchet pour devenir écoresponsable a répondu à notre questionnaire. Ce que nous retenons de cet échange, c'est principalement que les concurrents sont frileux de donner des informations jugées trop « confidentielles ». Par exemple, les questions concernant la fidélité et les fournisseurs.

Cependant, outre ces questions délicates, en répondant à notre question sur la satisfaction des clients, Pousse Pousse propose à ses clients tous les mois de donner leur avis sur le site « Trustpilot » afin d'avoir leur retour et pouvoir s'adapter si une demande revient régulièrement. En effet, nous avons trouvé cette idée très intéressante à mettre en place dans notre entreprise puisque nous sommes nouveaux sur le marché. En permettant à nos clients d'utiliser ce moyen de communication, nous espérons nous améliorer au fil du temps grâce à leurs retours constructifs.

De plus, nous avons décidé de contacter une entreprise stéphanoise spécialisée dans la vente de cadeaux originaux "Cadeau Maestro" pour avoir des informations sur les moyens de livraison, les délais de livraison des fournisseurs, leur moyen de fidéliser leur clientèle... Notre interlocuteur, Paul MONTSERRET nous a donné des informations essentielles sur leur manière de réduire les frais de livraison pour le client, la mise en place de leur programme fidélité, les délais de livraison variables des fournisseurs et la négociation des prix par les acheteurs.

d) Les consommateurs

Notre projet de création d'entreprise s'articule autour de box beauté avec des produits écologiques. Afin de satisfaire au maximum les besoins de nos futurs clients, nous avons besoin de votre avis. Nous vous demandons donc de bien vouloir consacrer quelques minutes pour répondre à ce questionnaire.

1) Connaissez-vous le système des box par abonnement ?

- Oui
- Non

2) Si oui, en avez-vous déjà acheté ?

- Oui
- Non

3) Pourquoi l'avez-vous acheté ?

- Pour offrir
- Pour vous

4) Pendant combien de temps vous êtes-vous abonnés ?

- Un mois
- Pendant 3 mois
- Pendant 6 mois
- Sans durée déterminée

5) Quel domaine de box vous intéresse ?

- Beauté
- Alimentaire
- Alcool
- Animaux
- Enfants
- Autre, précisez :

6) Pour quelle(s) raison(s) vous abonneriez-vous à ce service ?

- Pour découvrir des nouveautés
- Pour tester des produits
- Pour créer un effet de surprise chaque mois
- Pour la facilité d'achat et de livraison
- Autre, précisez :

7) Qu'est-ce qui vous freinerait à souscrire à ce service ?

- Un coût trop élevé
- D'accumuler des produits que je n'utiliserai pas
- Recevoir des produits qui ne me correspondent pas
- De ne pas connaître le contenu de la box
- Vous avez déjà souscrit à d'autres box
- Autre, précisez :

8) Combien seriez-vous prêt à dépenser pour une box ?

- Moins de 15 euros
- Entre 15 et 25 euros
- Plus de 25 euros
- Le prix ne m'importe peu

9) Avez-vous des remarques ou idées à nous soumettre ? Des idées de contenu ?

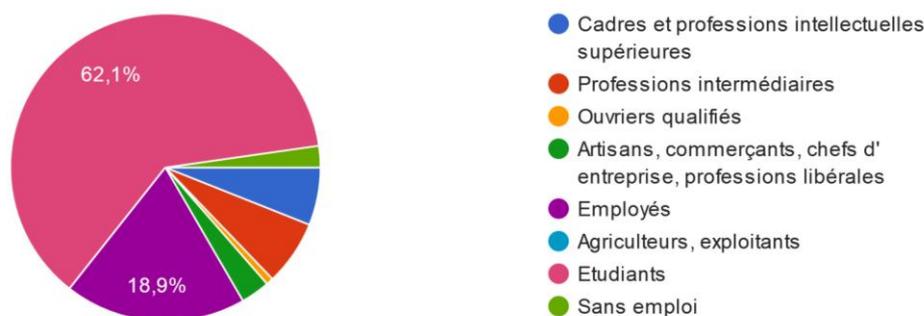
10) Vous êtes :

- Une femme
- Un homme

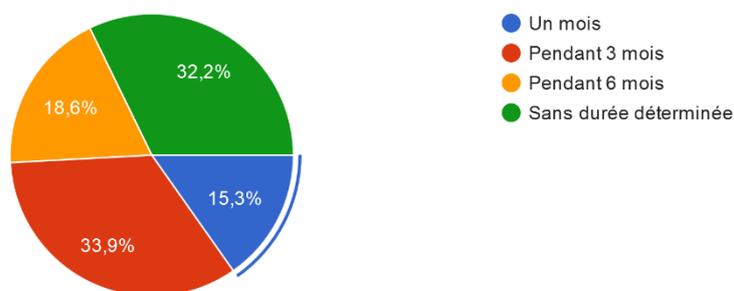
11) Sur quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- De 19 à 25 ans
- De 25 à 34 ans
- De 35 à 50 ans
- Plus de 50 ans

A travers un questionnaire où 132 individus ont répondu, nous avons pu cibler les attentes des consommateurs pour les box par abonnement. Cette étude a été rempli par 114 femmes et 18 hommes. 69.7 % ont entre 19 et 25 ans mais nous avons aussi eu des réponses de tout âge allant même jusqu'à plus de 50 ans. La plupart sont des étudiants (82) mais toute catégorie socio-professionnelle a été représenté avec 25 employés et 8 cadres et professions intellectuelles supérieures.

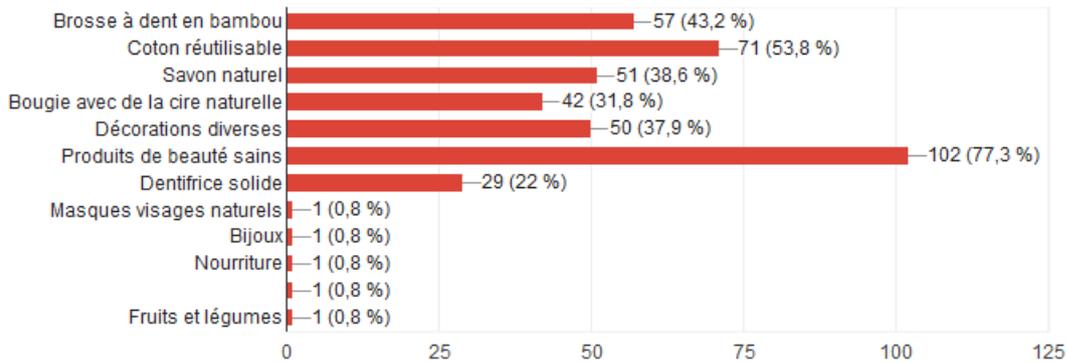


12.9 % ne connaissent pas le système des box par abonnement donc on peut penser que ce domaine n'a pas fini de croître. Parmi les 115 personnes qui connaissent ce système, 81 en ont déjà acheté dont 24 pour offrir et 37 pour eux-mêmes. La durée d'abonnement est très variable mais on remarque que la majorité des abonnements est soit de 3 mois soit sans durée déterminée. Seulement 15.3% se sont abonnés pour une box d'un mois.

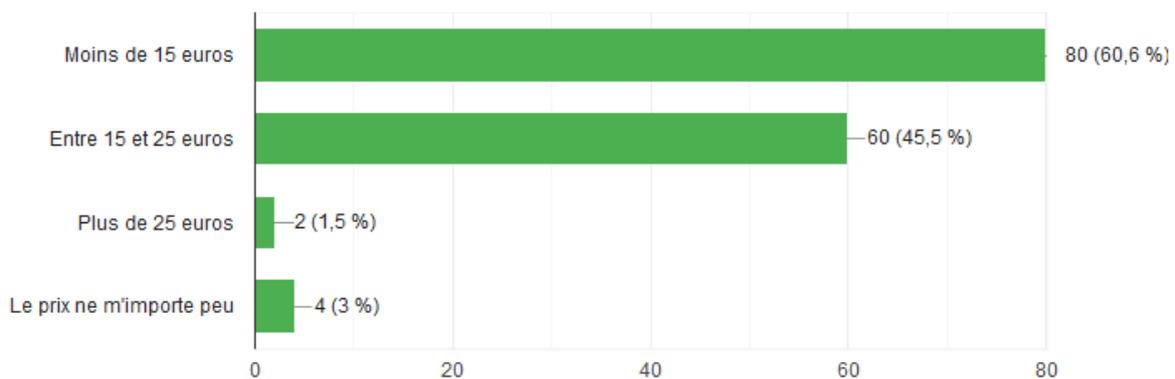


Les box qui intéressent le plus les consommateurs sont les box beauté (81.1%) suivi de l'alimentaire (42.4%). Puis on peut retrouver des box d'alcool, des box pour les animaux ou les enfants. Les box pour vêtements sont une proposition revenue plusieurs fois. La raison principale d'abonnement est pour tester de nouveaux produits (68.2%) puis pour découvrir des nouveautés et dans une moindre mesure pour créer un effet de surprise chaque mois. Un coût trop élevé est le frein majeur pour 91 personnes de ne pas souscrire à un abonnement de box. De plus, ils ont peur de recevoir des produits qui ne leur correspondent pas et d'accumuler des produits dont ils ne se serviraient pas. Ne pas connaître le contenu de la box n'est pas une contrainte importante puisque uniquement 14.4% seraient freinés.

Concernant le contenu de nos box, 77.3% sont favorables à l'idée de recevoir des produits de beauté sains mais également du coton réutilisable, une brosse à dent en bambou, des savons naturels, des bougies. 37.9% aimeraient y voir des décorations diverses. Dans les remarques, on retrouve aussi des idées de contenu tels que : des manuels avec techniques de bien-être ou pour fabriquer des produits, des gourdes en matière inoxydable.



On remarque grâce à cette étude que les consommateurs sont sensibles au prix des box. En effet, 60.6% dépenseraient moins de 15€ pour acheter une box. 45.5% seraient prêt à dépenser entre 15 et 25€. De plus, il n'y a que 2 personnes qui mettraient plus de 25€ par mois.



e) Conclusion

Pour conclure sur notre étude, nous pouvons dire que le marché de la box par abonnement est nouveau et en pleine expansion. Les box beauté s'imposent tout en laissant une place à d'autres domaines comme l'alimentation, le vin ou encore les bijoux.

Aujourd'hui, le leader des box est Birchbox qui compte un grand nombre d'abonnés en comparaison à d'autres concurrents qui possèdent seulement quelques dizaines d'abonnés. Nous avons contacté plusieurs de nos concurrents mais le taux de réponse a été faible et nous a peu aidé. Cependant, Cadeau Maestro a délivré quelques informations utiles sur la livraison des colis, une étape essentielle de notre activité.

Les clients potentiels sont majoritairement âgés entre 25 et 35 ans et plus précisément les femmes avec un certain pouvoir d'achat. Les facteurs qui poussent les clientes à s'abonner sont l'effet de surprise et la volonté de tester de nouveaux produits tout en respectant l'écologie. La majorité de ces dernières ne dépenseraient pas plus de 25€ pour ce plaisir mensuel ce qui nous a guidé pour la fixation du prix.

Au niveau du contenu, notre questionnaire nous a permis de voir les besoins des consommateurs et leurs propositions nous ont aidé à avoir de nouvelles idées.

Finalement, cette analyse du marché a été un réel soutien pour avancer notre projet car nous nous sommes appuyées sur ses données pour cibler notre clientèle et ses attentes.

7) La stratégie commerciale

a) La politique de prix

Le prix est l'une des principales composantes du marketing-mix. C'est l'un des 4P (Produit, Prix, Place, Promotion) qui caractérisent le positionnement de l'entreprise sur son marché.

Le prix de notre box s'élève à **24,90 euros**. Pour fixer nos prix, nous avons pris en compte plusieurs paramètres. Tout d'abord nous avons considéré le coût moyen acceptable de nos clients en fonction de leur pouvoir d'achat et de leur psychologie. Par la suite, nous avons tenu compte de notre rentabilité au sein de l'entreprise. Enfin, pour fixer nos prix, il a également fallu analyser la politique prix-produit de la concurrence qui est primordiale.

Tout d'abord, pour connaître le coût acceptable de nos clients, nous avons analysé le sondage auquel 132 personnes ont répondu. C'est le prix psychologique. Il est fondamental et nous devons le prendre en compte pour fixer le prix de vente de notre box. Ce prix peut varier en fonction de l'image que le client a du produit (qualité perçue) ou encore de la connaissance qu'il a déjà du produit (qualité intrinsèque). Le sondage nous apprend qu'environ 45% d'entre eux seraient prêt à dépenser entre 15 et 25 euros. Le reste serait prêt à dépenser moins de 15 euros. Dans l'ensemble, nos potentiels clients sont sensibles au prix. Nous avons donc décidé de fixer nos box à 24,90 euros en adéquation avec notre sondage et les produits que l'on propose.

Ensuite, pour fixer le prix, il ne faut pas négliger la structure économique de l'entreprise. Pour pouvoir vivre nous avons besoin de générer un niveau suffisant de revenus afin de couvrir les achats et les charges fixes. De plus, pour être rentable nous devons penser à percevoir une marge de 20% minimum. En général, notre marge varie entre 30 et 40%. Nous avons décidé de fixer nos prix à 24,90 euros. Nous avons choisi de commercialiser des produits respectueux de l'environnement et ceux-ci sont d'une qualité supérieure.

Pour bien fixer le prix de vente d'un produit, il faut connaître les prix de la concurrence. En effet le prix est un élément important du positionnement concurrentiel. Finalement, en analysant la concurrence, on remarque que les prix varient entre 15 et 30 euros par mois. Nous avons décidé de nous aligner à la concurrence. Cela nécessite donc une pratique de veille tarifaire des concurrents. Le prix que nous avons attribué est justifié puisque nous nous trouvons au-dessus de la moyenne, mais en dessous des box les plus chères.

b) La politique de distribution

La politique de distribution est un autre élément du marketing mix. Il s'agit de l'ensemble des moyens et opérations qui permettent de rendre un produit accessible au client final à l'endroit qu'il désire et dans un délai convenable.

Il existe différents canaux de distribution : direct, court, long.

Nous concernant, notre canal de distribution est un canal court. Il s'agit d'un canal dans lequel il n'y a qu'un seul intermédiaire entre le fabricant et le consommateur. En effet, nous travaillons avec des fournisseurs qui produisent eux-mêmes les produits. Nous leur achetons ces produits que nous revendrons nous-mêmes dans nos box. Nous sommes un intermédiaire entre le fabricant et le consommateur.

De plus, concernant les circuits de distribution on distingue :

- La grande distribution
- Le commerce de gros
- Le commerce de détail
- Le e-commerce, vente à domicile

Notre circuit de distribution est le e-commerce. En effet, nos box sont vendues sur notre site internet www.lucetteandco.fr.

8) Notre site internet

Notre site internet représente notre outil de travail principal. En effet, nous ne commercialisons pas nos box en magasin, uniquement via notre boutique en ligne. Nous avons donc trouvé préférable de le faire faire par une agence afin d'être le plus professionnel et sérieux possible. Après avoir reçu plusieurs devis pour la création d'un site E-commerce, nous avons sélectionné le plus intéressant. C'est l'entreprise Ordiclic qui s'occupera de la création de notre site internet.

Valoriser, crédibiliser l'image de notre entreprise et vendre nos produits sont les raisons pour lesquelles créer un site internet est indispensable. Lorsque nos clients vont visiter notre site, ils vont remarquer trois choses : le contenu, le design et l'ergonomie du site. Dans un premier temps, il est important que le contenu de notre site ressorte, et qu'il soit animé par des photos et des vidéos. C'est le noyau du site et il doit être visible. De plus, le design que nous choisissons doit refléter nos valeurs, à travers les couleurs et le logo. Le graphisme du site représente le « look » et l'identité de notre marque, d'où son importance. Enfin, l'ergonomie est importante, en effet, c'est la capacité de trouver l'information qu'on veut et qu'on cherche pour que les visiteurs ne perdent pas de temps. Le site doit être structuré et les pages organisées.

Ainsi, nous vous présentons ce à quoi le site ressemblera. Dans un premier temps, les clients vont se retrouver sur la page d'accueil ci-dessous :

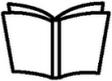
f t in

 **Lucette & Co**
Une nouvelle forme d'émerveillement

Accueil Formules et tarifs Nos box **Contact**



Lucette & Co vous souhaite la bienvenue

«     »

Notre histoire

Chez Lucette & Co, nous croyons qu'il n'y a rien n'égale la joie de recevoir un paquet rempli de surprises, livré directement chez vous. Nous avons souhaité mettre ce sentiment de joie dans notre box, et l'envoyer directement à nos clients.

Nous aimerions que vous aussi, vous connaissiez la même joie qu'ont nos clients en ouvrant leur box Lucette & Co mensuelle. Parcourez notre vaste sélection de formules et découvrez toutes nos offres, avant de vous abonner aujourd'hui et commencer à recevoir votre propre box personnalisée.

S'abonner maintenant

Contact

5 rue Emile Combes, 42000 Saint-Étienne
lucetteandco@gmail.com
01 45 37 07 59
f t in

Nom	E-mail
Téléphone	Adresse
Objet	
Rédigez votre message ici...	
Envoyer	

Merci pour votre envoi !

Formulaire d'abonnement

Adresse e-mail

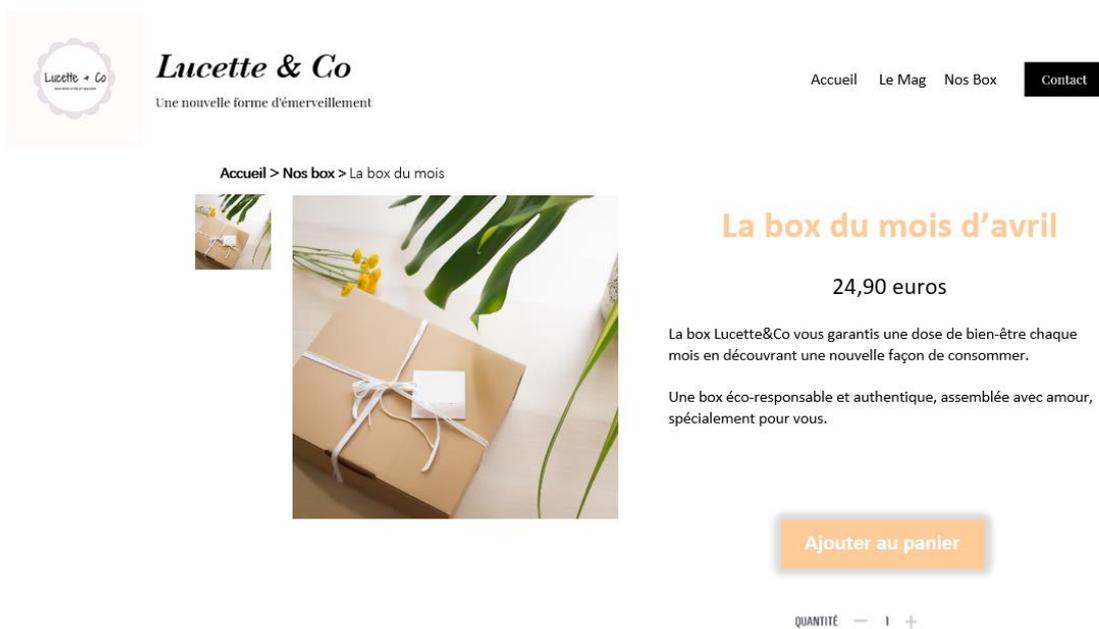
OK

f t in

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Pour la page d'accueil du site, nous avons choisi de présenter un menu avec différentes pages. Sur la page principale nous avons mis en place une bannière déroulante pour chaque catégorie de produits. En un clic, les clients peuvent donc découvrir la sélection du mois. En dessous, nous nous adressons directement aux nouveaux visiteurs en leurs souhaitant la bienvenue et en leur proposant de s'abonner. En effet, on retrouve à plusieurs endroits du site le bouton « s'abonner » afin d'inciter nos clients à s'engager.

En ce qui concerne notre design, nous l'avons pensé de manière à ce qu'il soit épuré et simple. En effet, les clients doivent reconnaître les valeurs que nous avons pour objectif de diffuser, dès leur arrivée sur notre site. C'est pourquoi nous avons décidé de choisir des couleurs neutres et pastel qui rappellent la nature.



The screenshot displays the website's header with the logo 'Lucette & Co' and the tagline 'Une nouvelle forme d'émerveillement'. The navigation menu includes 'Accueil', 'Le Mag', 'Nos Box', and 'Contact'. The main content area features a breadcrumb trail 'Accueil > Nos box > La box du mois' and a large image of a brown cardboard box tied with a white ribbon, set against a background of green leaves and yellow flowers. The product title 'La box du mois d'avril' is displayed in orange, followed by the price '24,90 euros'. Below the price, there are two lines of descriptive text: 'La box Lucette&Co vous garantis une dose de bien-être chaque mois en découvrant une nouvelle façon de consommer.' and 'Une box éco-responsable et authentique, assemblée avec amour, spécialement pour vous.' At the bottom of the product section, there is an orange 'Ajouter au panier' button and a quantity selector showing 'QUANTITÉ - 1 +'.

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

La page ci-dessus présente notre box du mois. Afin de procéder à l'achat, les clients cliquent sur la rubrique : « Nos box » et se retrouvent sur la page ci-dessus. Ils découvrent alors la box du mois, dont le contenu est tenu secret jusqu'à la livraison. Après l'avoir ajouté au panier, les clients auront le choix. Dans un premier temps ils pourront « découvrir la box du mois ». Ils ne s'engagent pas sur la durée et cela leur permet de découvrir le fonctionnement de notre site de box en ligne. D'autre part, les clients pourront décider de s'abonner. Dans ce cas, ils choisiront la durée de leur abonnement : 3 mois, 6 mois ou un an. Enfin, la dernière option que nous proposons à nos clients est celle d'offrir, pour faire plaisir à tous les coups. Là aussi, la durée de l'abonnement va pouvoir être déterminée : 3 mois 6 mois ou un an. L'offreur pourra alors imprimer la carte cadeau après l'achat et depuis notre site. Sur cette carte cadeau se trouvera un code, que le destinataire pourra directement activer sur notre site.

De plus, nous tenons à rappeler que la box que recevra le destinataire est unique et à son image. En effet, avant de procéder au paiement, nos clients répondront à un questionnaire qui nous guidera par la suite pour faire correspondre nos produits avec le profil du destinataire.

Pour procéder à l'achat, tous nos paiements sont fiables et sécurisés. Notre box s'élève à 24,90 euros mensuel, sans compter la livraison.

D'autre part, nous possédons un blog qui s'intitule « LE MAG ». Nous partageons avec nos clients tous nos tutos et astuces afin de devenir experts et les guider dans une démarche écologique plus globale. Nous alimentons notre Mag une fois par semaine avec différents supports. De plus, nous informons nos abonnés des nouveautés directement sur leur boîte mail. En tant qu'abonnés, ils bénéficient de code promo comme pour leur anniversaire par exemple.

Enfin, si besoin, nous mettons à disposition des clients des moyens pour nous contacter (adresse, adresse mail, numéro de téléphone et réseaux sociaux). Notre site est donc complet, efficace et simple d'utilisation pour permettre à tous d'y trouver son compte.

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

9) Démarches d'immatriculation

Nous avons récupéré le formulaire d'inscription de la SARL auprès du Centre de Formalité des Entreprises : le formulaire d'inscription et le formulaire TNS (cf. Annexe B) et la déclaration sur l'honneur de non-condamnation ci-dessous.

DÉCLARATION DE NON-CONDAMNATION

Je soussigné(e), FAISAN Camille
Demeurant à SAINT PAUL EN JAREZ
Né(e) le 19/05/2000 à SAINT PRIEST EN JAREZ

Fille de : FAISAN Pierre

Et de : BOSSU Anne

Déclare sur l'honneur, conformément à l'article 17 de l'arrêté du 9 février 1988 relatif au Registre du Commerce et des Sociétés, n'avoir fait l'objet d'aucune condamnation pénale, ni de sanction civile ou administrative de nature à m'interdire de gérer, d'administrer ou de diriger une personne morale ou d'exercer une activité commerciale ou artisanale.

Fait à SAINT ETIENNE
Le 17/20/2020

Signature



RAPPEL :

Ordonnance n° 58-1352 du 27 décembre 1958 réprimant certaines infractions en matière de Registre du Commerce et des Sociétés (journal officiel du 29 décembre 1958) :

Article 2 :

“ Quiconque donne de mauvaise foi des indications inexactes ou incomplètes en vue d'une immatriculation, d'une radiation, ou d'une mention complémentaire ou rectificative au Registre du Commerce et des Sociétés, est puni d'une amende de 76,22 à 4573,47 euros et d'un emprisonnement de 10 jours à 6 mois ou de l'une de ces 2 peines seulement ”.

CFE/APF/FO/49/AC

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Après avoir fait la démarche auprès du CFE, nous avons accompli 4 autres tâches :

Tout d'abord, nous avons réunis le capital de 8 000€ que nous avons déposé à la Caisse d'Epargne de Montbrison qui a, par la suite été bloqué.

Ensuite, une annonce légale de constitution de la société a été publiée et nous avons remis l'attestation de publication au CFE.

Nous avons rédigé nous-même les statuts de notre SARL (cf. Annexe A) puis nous avons procédé à l'enregistrement au centre des impôts.

Pour finir, nous avons fait parapher les livres comptables auprès du Greffe du Tribunal de Commerce qui se trouve 36 rue de la Résistance à Saint-Etienne.

PARTIE III : DOSSIER FINANCIER

Dans cette partie, nous allons détailler notre dossier financier qui est un élément très important à réaliser. Au départ, nous avons établi ce dossier toutes les quatre grâce à nos compétences en comptabilité. Néanmoins, nous envisageons à terme de recourir à un comptable afin de nous alléger la quantité de travail et de pouvoir nous concentrer sur d'autres tâches.

Tout d'abord, nous verrons le plan de financement initial avec nos besoins et nos ressources. Puis, nous analyserons notre compte de résultat sur 3 années consécutives avec les produits et les charges. Pour finir, nous montrerons notre plan de trésorerie sur 12 mois avec nos encaissements et nos décaissements. En conclusion, nous analyserons tout ce dossier financier et nous verrons si nous sommes rentables ou non.

1) Le plan de financement initial

BESOINS		RESSOURCES	
Frais d'établissement	1 000	Capital	8 000
Investissements HT :		Comptes courants d'associés	12 000
Aménagements et installations	720		
Matériels et machines	4 422		
Autres	4 000		
Besoin en fonds de roulement	1 000		
Trésorerie	8 858		
TOTAL DES BESOINS	20 000	TOTAL DES RESSOURCES	20 000

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Du côté des besoins, nous avons mis 1 000€ dans une enveloppe globale de frais d'établissement afin d'être un peu plus prévoyant.

Les aménagements et installations correspondent au loyer de notre local qui s'élève à 720€ par mois.

Notre activité s'effectue sur internet donc nous n'avons pas besoin de beaucoup de matériel. Nous avons besoin d'acheter 4 ordinateurs performants, un smartphone, une grosse étagère accompagnée de cubes en toile pour ranger nos produits par type, d'une table pour faire nos box et de rangements pour la papeterie. Nous apportons nous-même nos bureaux et une imprimante. Ces achats s'élèvent à 4422€.

Dans la catégorie « Autres », on retrouve le prix pour la création de notre site internet de 3 000€ (création et référencement) et le budget communication consacré au lancement de 1 000€.

Notre besoin en fonds de roulement correspond à notre stock puisque nous n'avons pas de dette et de créance. Nous avons décidé de garder un stock minimum de 1 000€. Ce stock est faible puisque notre activité demande peu de stockage hormis pour nos emballages.

Au niveau des ressources, nous apportons chacune 2 000€ en capital donc le capital s'élève à 8000€. Quant aux comptes courants d'associés, ils représentent 12 000€.

Au total, nos ressources s'élèvent à 20 000€ tout comme nos besoins puisque nous équilibrons avec une trésorerie de 8 858€.

2) Le compte de résultat

Charges	An 1	An 2	An 3	Produits	An 1	An 2	An 3
Charges d'exploitation				Produits d'exploitation			
-Approvisionnements	25130	30800	39130	-Chiffre d'affaires	46221	56650	71971
-Sous-traitance ¹	3000	1000	1000				
Achats de fournitures							
-Eau ²	162	162	162				
-Electricité/Gaz ³	1080	1080	1080				
-Fournitures d'entretien	150	70	70				
Charges externes							
-Loyers	7200	7200	7200				
-Assurances ⁴	787	787	787				
Autres charges externes							
-Honoraires ⁵	1500	2000	3500				
-Affranchissements	8975	11000	13975				
-Téléphone/Internet ⁶	257	227	227				
-Publicité	7395	5665	5775				
Impôts et taxes							
Contribution économique territoriale (CET)	1200	1300	1500				
Frais de personnel							
Traitements de gérance	0	0	0				
Charges sociales	2040	2040	2040				
Dotations aux amortissements	1000	1000	1000				
Bénéfice				Perte	13655	7681	5475
Impôt sur les bénéfices							
Total	59876	64331	77446	Total	59876	64331	77446

¹ Cf. Annexe J² Cf. Annexe G³ Cf. Annexe H⁴ Cf. Annexe L⁵ Cf. Annexe K⁶ Cf. Annexe I

Le chiffre d'affaires :

Tout d'abord, au niveau des produits de notre compte de résultat, nous avons calculé un chiffre d'affaires prévisionnel sur 3 années consécutives. La première année, nous allons essayer de vendre environ 1 795 box avec des ventes qui vont fluctuer en fonction de la période. En effet, il y a 4 mois durant lesquels les ventes vont augmenter :

- En février pour la Saint Valentin
- En mars pour la fête des grands-mères
- En juin pour la fête des mères
- En décembre pour Noël

En prenant en compte l'affranchissement, le chiffre d'affaires de la première année est de 46 221€ HT. Ce résultat est dû à un budget communication important puisque nous avons consacré 16% de notre CA à celui-ci soit 7395€. Puisque notre activité est intégralement sur internet, nous trouvions cela primordial de bien lancer notre projet et de le faire connaître.

D'autre part, en proposant aux clientes de tester nos box sans engagement sur un mois nous avons réussi à augmenter nos ventes. Ce test est généralement un succès puisqu'il pousse environ 80% des consommatrices à s'abonner sur une plus longue durée.

A partir de la deuxième année, nous avons mis en place Trustpilot qui permet de laisser un avis sur l'achat et ainsi conseiller nos box à d'autres individus. C'est une plateforme où les consommateurs recherchent l'entreprise et notent le service que l'on a apporté. Ces notes sont visibles par tout le monde. Cela a été une réussite et nous a permis de favoriser nos ventes avec 2 200 box et ainsi augmenter notre CA jusqu'à 56 650€ HT soit une hausse d'environ 10 000€.

La troisième année notre chiffre d'affaires a augmenté de 15 000€ puisqu'il a atteint 71 971€ HT avec 2 795 ventes et autant d'affranchissements. Cette hausse résulte d'une communication de départ performante qui porte ses fruits au bout de 3 ans.

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Charges d'exploitation :

Nos approvisionnements varient en fonction des périodes tout comme nos ventes. Ils correspondent à nos marchandises achetées. Nous achetons en moyenne pour 14€ HT de produits pour une box. Ainsi, la première année, nous avons dépensé 25 130€ HT pour approvisionner puis 30 800€ et 39 130€.

Nous utilisons la sous-traitance à travers la création et la maintenance de notre site internet. La création de notre site nous coûte 1 700€ HT et il faut également compter 1 300€ pour le référencement. Le site internet est notre outil de travail principal, il se doit d'être performant et de toujours fonctionner. Il est donc important d'avoir des professionnels qui se chargent de la maintenance. De plus, il faut que la charte graphique plaise à l'utilisateur pour l'inciter à naviguer et s'abonner.

Achats de fournitures :

Nos achats de fournitures sont quasiment toujours similaires d'une année à l'autre. Ceux-ci correspondent aux dépenses d'eau (162€ HT par an), d'électricité et gaz (1 080€ HT) et aux fournitures d'entretien qui sont un peu plus élevés la première année pour l'achat du matériel nécessaire (150€ puis 70€ les années suivantes).

Charges externes :

Au niveau des charges externes, on retrouve les loyers (7 200€ par an) et l'assurance (787€) qui sont identiques chaque année.

D'autre part, les frais annuels des honoraires de l'expert-comptable s'élèvent à 4 200€ mais la première année ce dernier nous fait un geste commercial de 50% afin de nous aider à lancer notre activité ce qui revient à un coût de 1 500€. La deuxième année nous payerons 70% soit 2000€ environ puis 100% au bout de 3 ans (3 500€ HT).

Du côté des affranchissements, nous avons beaucoup de frais puisque tous nos produits sont envoyés par Mondial Relay ou Colissimo. En moyenne la livraison est de 5€ donc en multipliant ce tarif par le nombre de ventes on dépense environ 9 000€ la première année puis 11 000€ et 14 000€. On paye ces affranchissements chaque année mais finalement on les retrouve en produits dans notre chiffre d'affaires.

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Les frais liés au téléphone et à internet avec Bouygues Telecom sont de 257€ HT la première année car on compte les 29€ d'activation. Puis les deux autres années, les dépenses par an s'élèvent à 227€ HT. L'abonnement est de 19.99€ TTC par mois.

Une grosse partie de nos dépenses se trouvent dans la publicité. En effet, nous avons décidé d'y consacrer 16% de notre CA la première année (7 395€), puis 10% (5 665€) et enfin 8% (5 775€). Nous utilisons plusieurs moyens de communication. Notre principal canal correspond aux réseaux sociaux : Facebook et Instagram. C'est un choix stratégique puisqu'on veut toucher un maximum de consommateurs, les plus jeunes sont sur Instagram tandis que les plus anciens utilisent majoritairement Facebook. Sur ces réseaux, nous présentons les box, nous organisons des concours, et présentons parfois plus en détail des produits phares. Nous faisons également la promotion de nos partenaires et inversement. Sur Facebook, nous faisons du sponsoring c'est-à-dire que nous allouons une certaine somme d'argent par mois en installant des mots-clés (bien-être, maison, box, nature, écologie...). Ainsi, les utilisateurs Facebook qui recherchent ces mots voient apparaître nos publicités en tête de gondole ce qui élargit notre visibilité. Nous utilisons aussi beaucoup les influenceurs pour faire connaître nos box. Les influenceurs sont sélectionnés en fonction de leur profil et de leurs convictions pour être en adéquation avec notre image. Notre site internet est aussi un outil essentiel pour communiquer sur l'actualité de notre entreprise grâce à des articles hebdomadaires (tutos, DIY⁷...). En rapport avec notre site, lorsque les consommateurs s'abonnent, ils reçoivent des newsletters avec des codes promos, des actualités, des offres, des liens sur notre site.

Impôts et taxes :

La Contribution Economique Territoriale remplace la taxe professionnelle sur les équipements et biens mobiliers, à laquelle étaient soumises les entreprises et les personnes physiques ou morales qui exercent une activité professionnelle non salariée. La CET est composée de la cotisation foncière des entreprises (CFE) et la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE). Il est compliqué de trouver une taxe exacte, ainsi nous avons trouvé des fourchettes. Notre CA sur les trois années est compris entre 32 601€ et 100 000€ alors la CET sera comprise entre 221€ et 2 207€.

⁷ Do It Yourself

Frais de personnel :

Au niveau de nos traitements de gérance, nous avons décidé de ne pas en dégager sur les trois années car nous sommes en perte même si celle-ci diminue. Nous sommes conscientes que cette activité de box en ligne ne demande pas un travail très conséquent. Ainsi, nous serons toutes les quatre en temps partiel et nous ne travaillerons pas tous les jours. On ne pourra concrètement pas vivre de notre activité.

Grâce à l'Aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise, nous avons pu bénéficier de l'exonération de charges sociales hormis la CSG (9.2%) et la CRDS (0.5%). Celles-ci se sont élevées à 2 040€ sur les trois années.

Dotations aux amortissements :

Nous n'avons pas de grosses machines, donc le seul matériel que l'on pourrait amortir sont nos ordinateurs. C'est pour cette raison que nous consacrons environ 1000€ par an à l'amortissement.

3) Le plan de trésorerie

	Janv	Fev	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
Solde en début de mois	20000	27264	27725	27655	26672	25850	25850	25022	24194	23688	22752	21570
Encaissements												
<i>Exploitation</i>												
Ventes encaissées	4485	6578	5083	2542	2990	6279	2990	2990	3887	2691	2691	10465
<i>Hors-exploitation</i>												
Apport en capital	8000											
TOTAL	12485	6578	5083	2542	2990	6279	2990	2990	3887	2691	2691	10465
Décaissements												
<i>Exploitation</i>												
Paiement marchandises	2550	3740	2890	1445	1700	3570	1700	1700	2210	1530	1530	5950
Fournitures	530					360					246	
Eau		20	13	13	13	13	19	19	19	19	19	19
Energie		95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Autres charges externes	1648	1619	1619	1619	1619	1619	1619	1619	1619	1619	1619	1619
Traitements de gérance												
Charges sociales	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
Impôt sur les bénéfiques												
TVA versée	323	473	366	183	215	452	215	215	280	194	194	753
TOTAL	5221	6117	5153	3525	3812	6279	3818	3818	4393	3627	3873	8606
Solde du mois	7264	461	-70	-983	-822	0	-828	-828	-506	-936	-1182	1859
Solde fin de mois	27264	27725	27655	26672	25850	25850	25022	24194	23688	22752	21570	23429

Les encaissements :

Nos ventes varient en fonction des périodes. Sur la 1^{ère} année, nous comptabilisons 1795 ventes de box donc la majorité se sont effectués en décembre (Noël). Voici le détail de nos ventes par mois lors de la première année :

Janvier : 150	Juillet : 100
Février : 220 (Saint-Valentin)	Août : 100
Mars : 170 (Fête des grands-mères)	Septembre : 130
Avril : 85	Octobre : 90
Mai : 100	Novembre : 90
Juin : 210 (Fête des mères)	Décembre : 350 (Noël)

Ainsi, nous encaissons 1795 box à 24.90€ soit 37 246€ HT la première année.

Nous avons apporté 8 000€ pour le capital en janvier (2 000€ chacune).

Les décaissements :

Au niveau du paiement de nos marchandises, nous payons en moyenne 17€ TTC pour une box. Ainsi nous avons multiplié ce montant par le nombre de box vendus dans le mois. Les quatre périodes (février, mars, juin et décembre) où l'on vend plus, nous avons plus de frais de marchandises.

Au niveau de nos fournitures qui représentent majoritairement nos boîtes et notre papeterie, nous passons des grosses commandes 3 fois par an afin de bénéficier de tarifs réduits. La boîte est vendue à 0.60€ l'unité à partir de 200 boîtes. Nous réapprovisionnons en juin puis en novembre afin de pallier les fêtes. De plus, nous gardons toujours en stock environ 30 boîtes pour ne pas être en manque.

Concernant les abonnements d'eau et d'énergie, nous payons chaque mois grâce à un échéancier fixé au préalable. Dans les autres charges externes, on y retrouve nos loyers, notre assurance, les honoraires, les affranchissements, le téléphone et internet, et la publicité. En janvier, il y a 29€ de plus pour les frais d'activation internet.

Anaëlle, Zoé, Camille, Clémentine

Nous ne dégageons pas de traitement de gérance la première année, donc nous n'avons pas de frais à ce niveau. D'autre part, la CSG et la CRDS nous reviennent à 2 040€ soit 170€ par mois.

Nous n'avons pas d'impôt sur les bénéfices car nous sommes en perte. La TVA versée est la différence entre la TVA collectée sur nos ventes et la TVA déductible sur nos achats. Pour la première année, nous versons 3 863€ à l'État.

A la fin de la première année, nous avons une trésorerie qui s'élève à 23 429€.

4) Le seuil de rentabilité

Charges variables : affranchissements et fournitures = **10 111€**

Charges fixes : approvisionnements, sous-traitance, eau, électricité/gaz, fournitures d'entretien, loyers, assurances, honoraires, téléphone/internet, publicité, CET, traitements de gérance, charges sociales = **49 901€**

Tableau différentiel :

CA HT	46 221	100%
- Charges variables	10 111	
=M/CV	36 110	78% (Taux M/CV)
- Charges fixes	49 901	
= Résultat	-13 791	-30%

Seuil de rentabilité en valeur = Chiffre d'affaires / taux de marge sur coût variable
49 901 / 78%
63 874€

Pour être rentable il faut qu'on atteigne 63 874€ en chiffre d'affaires donc il nous manque 17 653€.

Seuil de rentabilité en volume = SR en valeur / prix de vente unitaire HT
63 873 / 20,75
3 078 ventes

Pour être rentable il faut qu'on fasse 3 078 ventes donc il faut en effectuer 1 283 de plus.

Taux de marge = Marge / PAHT x 100
6.75 / 20.75 x 100
48.21%

Sur chaque vente, nous effectuons une marge de 6.75€ HT donc de 48.21%.

5) Analyse du dossier financier

Pour lancer notre activité, nous avons apporté 5 000€ chacune soit 20 000€ de ressources. Grâce à ce budget, nous avons pu pallier nos besoins tout en dégageant 8 858€.

D'autre part, notre chiffre d'affaires a augmenté au fil des années. Il a augmenté de 56% entre la première et la troisième année. En effet, nous finissons la première année avec 46 221€ HT de chiffre d'affaires et avec 71 971€ HT la troisième année. En revanche, nous sommes en perte sur les trois années, mais la situation s'améliore avec le temps.

Notre trésorerie était de 20 000€ début janvier et nous avons terminé la première année avec 23429€. Celle-ci a augmenté car nous avons en général plus d'encaissements que de décaissements selon nos ventes.

A propos de notre rentabilité, nous ne sommes pas rentables mais nous nous en approchons. Il faudrait atteindre 63 874€ de chiffre d'affaires et 3 078 ventes pour le devenir. Nous arrivons à dégager 48% de marge sur nos ventes.

CONCLUSION

Pour conclure, nos intérêts communs pour la décoration, l'écologie et le bien-être nous ont amené à créer une SARL de box par abonnement. Nous ne nous sommes pas associées au hasard puisque nous sommes complémentaires et ainsi chacune apporte ses compétences personnelles et professionnelles.

Sur le marché actuel, nous avons réussi à nous démarquer avec cette innovation en termes de contenu qui répond au contexte écologique actuel. S'adapter aux besoins de nos consommateurs est une priorité, c'est pour cela que nous avons réalisé une étude de marché. Celle-ci nous a aidé à affiner nos choix concernant le contenu de notre box.

Au bout de 4 ans, nous souhaitons augmenter encore nos ventes, continuer sur la même lancée que les précédentes années. Nous sommes conscientes que nous ne pouvons, pour l'instant, pas nous dégager de salaire. En effet, notre activité n'est pas rentable au vu de nos calculs mais nous sommes persuadées que notre visibilité et notre notoriété augmenteront au fur et à mesure des années ainsi la situation s'améliora.

Grâce à notre motivation et à notre enthousiasme, nous avons réussi à mener un projet de création d'entreprise de A à Z en restant soudés.

*Chez Lucette & Co, nous sommes persuadées que
consommer moins c'est consommer mieux !*



LISTE DES ANNEXES

Annexe A : Statuts de l'entreprise	B
Annexe B : Immatriculation	N
Annexe C : Justificatif des apports financiers	Q
Annexe D : Lettre de recommandation	R
Annexe E : Nos fournisseurs	S
Annexe F : Notre local commercial	T
Annexe G : Devis eau	U
Annexe H : Devis électricité et gaz	V
Annexe I : Devis internet	W
Annexe J : Devis site internet	X
Annexe K : Honoraires expert-comptable	Y
Annexe L : Devis assurance local	Z

Statuts d'une SARL

LES SOUSSIGNÉS,

- DUFOUR Clémentine
24 février 2000 à Montbrison
Française
17 allée des plagneuses 42600 Champdieu

- LUCHINI Anaëlle
25 novembre 2000 à Annecy
Française
624 route des Couvettes 74370 Charvonnex

- FAISAN Camille
19 mai 2000 à Saint-Priest en Jarez
Française,
35 promenade de la Chapelle 42740 Saint-Paul en Jarez

- COULIARD Zoé
16 mars 2000 à Montbrison,
Française
7 route de St-Genest Lerpt 42480 La Fouillouse

Ont établi ainsi qu'il suit les statuts de la Société à Responsabilité Limitée devant exister entre eux et toute autre personne qui viendrait ultérieurement à acquérir la qualité d'associé.

Les conjoints des associés mariés sous le régime de la communauté ont été dûment avertis conformément aux dispositions de l'article 1832-2 du Code Civil, de l'apport fait par leur conjoint au moyen de deniers appartenant à la communauté.

CHAPITRE I

FORME - OBJET - DÉNOMINATION SOCIALE - SIÈGE SOCIAL - EXERCICE SOCIAL - DURÉE

ARTICLE 1 - FORME

Il est formé entre les propriétaires des parts sociales ci-après créées et de celles qui pourraient l'être ultérieurement, une Société à Responsabilité Limitée, qui sera régie par les lois en vigueur et notamment par les articles L223-1 du Code de commerce, ainsi que par les présents statuts.

ARTICLE 2 - OBJET SOCIAL

La société a pour objet :

Vente de box maison et bien-être par abonnement sur internet. Les produits seront écologiques et respectueux de l'environnement tout comme l'emballage. Chaque box sera composée de trois ou quatre produits.

- Et, plus généralement, toutes opérations industrielles, commerciales, financières, mobilières ou immobilières, se rapportant directement ou indirectement à l'objet social ou susceptibles d'en faciliter l'extension ou le développement.

ARTICLE 3 - DÉNOMINATION SOCIALE

La société a pour nom commercial : Lucette & Co

Et pour raison sociale : ACCZ

Tous les actes et les documents émanant de la société et destinés aux tiers indiqueront la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement des mots "Société à Responsabilité Limitée" ou des initiales "SARL" et de l'énonciation du capital social.

ARTICLE 4 - SIÈGE SOCIAL

Le siège social est fixé à : 5 rue Emile Combes 42000 Saint-Etienne

Il pourra être transféré en tout autre lieu de la même ville ou des départements limitrophes par simple décision de la gérance, et en tout autre endroit par décision extraordinaire de l'assemblée des associés.

ARTICLE 5 - EXERCICE SOCIAL

Chaque exercice social a une durée d'une année qui commence le 1^{er} janvier et finit le 31 décembre de chaque année.

ARTICLE 6 - DURÉE

La durée de la société est fixée à 99 ans à compter de la date de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés, sauf prolongation ou dissolution anticipée.

CHAPITRE II

APPORTS - CAPITAL SOCIAL

ARTICLE 7 - APPORTS

APPORTS EN NUMERAIRE

Les associés apportent à la société la somme de 8000 euros, soit huit mille euros.

Sur ces apports en numéraire, Mme DUFOUR Clémentine apporte la somme de 2000 euros,
Mme LUCHINI Anaëlle apporte la somme de 2000 euros,
Mme FAISAN Camille apporte la somme de 2000 euros,
Mme COULIARD Zoé apporte la somme de 2000 euros,

RÉCAPITULATION DES APPORTS CONCOURANT A LA FORMATION DU CAPITAL SOCIAL

- Apports en numéraire de Mme DUFOUR Clémentine	2000 euros
- Apports en numéraire de Mme LUCHINI Anaëlle	2000 euros
- Apports en numéraire de Mme FAISAN Camille	2000 euros
- Apports en numéraire de Mme COULIARD Zoé	2000 euros

Total des apports formant le capital social de 8000 euros

ARTICLE 8 - CAPITAL SOCIAL

Le capital social est fixé à la somme de : 8000 euros.

Il est divisé en quatre parts de 2000€ chacune, entièrement libérées, souscrites en totalité par les associés et attribuées à chacun d'eux en proportion de leurs apports respectifs, à savoir :

à Madame DUFOUR Clémentine	1 à 4 parts
à Madame LUCHINI Anaëlle	5 à 8 parts
à Madame FAISAN Camille	9 à 12 parts
à Madame COULIARD Zoé	13 à 16 parts

Total des parts formant le capital social 16 parts.

Les soussignés déclarent expressément que ces parts sociales ont été réparties entre eux dans la proportion sus-indiquée.

CHAPITRE III

PARTS SOCIALES - CESSION DE PARTS

ARTICLE 9 - DROITS ET OBLIGATIONS ATTACHES AUX PARTS SOCIALES

Chaque part sociale donne droit à une voix dans tous les votes et délibérations et confère à son propriétaire un droit égal dans les bénéfices de la société et dans tout l'actif social.

La propriété d'une part emporte de plein droit adhésion aux statuts de la société et aux décisions adoptées dans le cadre de ladite société.

ARTICLE 10 - FORME DES CESSIONS DE PARTS

La cession des parts sociales doit être constatée par écrit. Elle n'est opposable à la société qu'après avoir été signifiée à cette dernière au moyen du dépôt d'un original au siège social contre remise par le gérant d'une attestation de ce dépôt.

Pour être opposable aux tiers, un exemplaire des statuts modifiés est déposé au greffe, éventuellement par voie électronique.

ARTICLE 11 - AGRÉMENT DES TIERS

Les parts sociales sont librement cessibles entre :

- Associés

Elles ne peuvent être transmises à des tiers, autres que les catégories visées ci-dessus, qu'avec le consentement de la majorité des associés représentant au moins la moitié des parts sociales.

Ce consentement est sollicité dans les conditions prévues par la loi.

ARTICLE 12 - DÉCÈS D'UN ASSOCIE

En cas de décès d'un associé, la société continuera entre les associés survivants et les héritiers de l'associé décédé, sous condition de leur éventuel agrément tel que prévu à l'article 11 des présents statuts.

ARTICLE 13 - REUNION DE TOUTES LES PARTS EN UNE SEULE MAIN

En cas de pluralité d'associés, la réunion de toutes les parts en une seule main n'entraîne pas la dissolution de la société qui continue d'exister avec un associé unique. Celui-ci exerce alors tous les pouvoirs dévolus à l'Assemblée des associés.

CHAPITRE IV

GESTION ET CONTRÔLE DE LA SOCIÉTÉ

ARTICLE 14 - GÉRANCE

La société est administrée par un ou plusieurs gérants, personnes physiques, choisi(s) parmi les associés ou en dehors d'eux.

Le ou les gérant(s) sont désignés pour la durée de la société ou pour un nombre déterminé d'exercices, par décision :

- des associés représentant plus de la moitié des parts sociales,
- ou de l'associé unique en cas d'EURL,

Ils peuvent être révoqués dans les mêmes conditions.

En rémunération de ses fonctions et en compensation de la responsabilité attachée à la gestion, chaque gérant a droit à une rémunération fixe, proportionnelle ou mixte, dont le montant et les modalités de paiement sont déterminés par décision collective ordinaire des associés.

ARTICLE 15 - POUVOIRS ET RESPONSABILITÉ DE LA GÉRANCE

Dans ses rapports avec les associés, la gérance engage la société par les actes entrant dans l'objet social. Ses pouvoirs peuvent être limités dans l'acte de nomination.

Dans les rapports avec les tiers de bonne foi, la société est engagée, même par les actes du gérant qui ne relèvent pas de l'objet social.

Le gérant ne pourra se porter, au nom de la société, caution solidaire ou aval au profit d'un tiers, sans l'agrément préalable des associés représentant au moins la moitié des parts sociales.

L'opposition formée par un gérant aux actes d'un autre gérant est sans effet à l'égard des tiers à moins qu'il ne soit établi qu'ils en ont eu connaissance.

Le ou les gérants peuvent, sous leur responsabilité, constituer des mandataires pour un ou plusieurs objets déterminés.

Le ou les gérants sont responsables individuellement ou solidairement envers la société ou envers les tiers, soit des infractions aux dispositions législatives ou réglementaires applicables aux sociétés à responsabilité limitée, soit des violations des présents statuts, soit des fautes commises dans leur gestion.

ARTICLE 16 - COMMISSAIRE AUX COMPTES

Dès que la société dépasse deux des trois seuils suivants :

- chiffre d'affaires hors taxes supérieur ou égal à 3 100 000 euros,
- total du bilan supérieur ou égal à 1 550 000 euros,
- nombre moyen de salariés supérieur ou égal à 50,

les associés statuant à la majorité requise pour les décisions collectives ordinaires doivent désigner un ou plusieurs commissaires aux comptes titulaires et suppléants.

Ils exercent leur mission de contrôle conformément à la loi. Les commissaires aux comptes sont désignés pour six exercices.

CHAPITRE V

CONVENTION ENTRE UN GÉRANT OU UN ASSOCIÉ ET LA SOCIÉTÉ

ARTICLE 17 - CONVENTIONS SOUMISES A L'APPROBATION DE L'ASSEMBLEE

Sous réserve des interdictions légales, toute convention conclue entre la société et l'un de ses gérants ou associés, doit être soumise au contrôle de l'assemblée des associés.

Les dispositions du présent article s'étendent aux conventions passées avec une société dont un associé indéfiniment responsable, gérant, administrateur, directeur général, membre du directoire ou membre du conseil de surveillance, est simultanément gérant ou associé de la société à responsabilité limitée.

Ces dispositions ne sont pas applicables aux conventions portant sur des opérations courantes et conclues à des conditions normales.

ARTICLE 18 - CONVENTIONS INTERDITES

A peine de nullité du contrat, il est interdit aux gérants ou associés autres que les personnes morales de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la société, de se faire consentir par elle un découvert, en compte courant ou autrement, ainsi que de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers. Cette interdiction s'applique aux représentants légaux des personnes morales associées.

Cette interdiction s'applique également aux conjoints, ascendants et descendants des personnes visées à l'alinéa 1er du présent article ainsi qu'à toute personne interposée.

ARTICLE 19 - COMPTES COURANTS D'ASSOCIÉS

Chaque associé peut consentir des avances à la société sous forme de versements dans la caisse sociale. Les conditions de rémunération et de retrait de ces comptes courants, notamment, sont fixées par acte séparé entre les intéressés et la gérance en conformité avec les dispositions de l'article 17. Les comptes courants ne peuvent jamais être débiteurs.

CHAPITRE VI

DÉCISIONS COLLECTIVES

ARTICLE 20 - DECISIONS COLLECTIVES

Les décisions collectives statuant sur les comptes sociaux sont obligatoirement prises en Assemblée. Toutes les autres décisions collectives provoquées à l'initiative de la gérance, du Commissaire aux comptes ou d'un mandataire de justice sur demande d'un ou plusieurs associés, en cas de carence de la gérance, sont prises soit par consultation écrite des associés, soit par acte exprimant le consentement de tous les associés, soit en Assemblée, au choix de l'organe de la société ayant provoqué la décision.

Les procès-verbaux d'assemblées générales sont répertoriés dans un registre.

En cas d'associé unique, celui-ci exerce les pouvoirs dévolus à l'assemblée des associés par la loi. Il ne peut déléguer ses pouvoirs. Ses décisions unilatérales, prises aux lieu et place de l'assemblée, sont répertoriées dans un registre.

En cas de décès du gérant, tout associé peut convoquer l'assemblée générale afin de procéder à la nomination d'un nouveau gérant.

ARTICLE 21 - PARTICIPATION DES ASSOCIES AUX DECISIONS

Chaque associé a le droit de participer aux décisions collectives et dispose d'un nombre de voix égal à celui des parts sociales qu'il possède. Chaque associé peut se faire représenter aux Assemblées par un autre associé ou par son conjoint, sauf si les associés sont au nombre de deux ou si la société ne comprend que les deux époux. Dans ces deux derniers cas chaque associé peut se faire représenter par toute personne de son choix.

Les représentants légaux d'associés juridiquement incapables peuvent participer au vote même s'ils ne sont pas eux-mêmes associés.

ARTICLE 22 - APPROBATION DES COMPTES

Chaque année, il doit être réuni dans les six mois de la clôture de l'exercice une Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice écoulé. Ce délai peut être prolongé par décision de justice. Les décisions sont adoptées dans les conditions prévues pour les décisions collectives ordinaires.

ARTICLE 23 - DÉCISIONS COLLECTIVES ORDINAIRES

Sont qualifiées d'ordinaires les décisions des associés ne concernant ni l'agrément de nouveaux associés, ni des modifications statutaires, sous réserve des exceptions prévues par la loi.

Les décisions collectives ordinaires doivent, pour être valables, être adoptées par un ou plusieurs associés représentant plus de la moitié des parts sociales. Si cette majorité n'est pas obtenue, les décisions sont, sur deuxième convocation, prises à la majorité des votes émis, quel que soit le nombre des votants.

Toutefois, la majorité est irréductible, s'il s'agit de voter sur la nomination ou la révocation du gérant.

ARTICLE 24 - DECISIONS COLLECTIVES EXTRAORDINAIRES

Sont qualifiées d'extraordinaires les décisions du ou des associés modifiant les statuts, sous réserve des exceptions prévues par la loi.

Lorsque la société comprend plusieurs associés, les décisions extraordinaires ne peuvent être valablement prises que si les associés présents ou représentés possèdent au moins :

- sur première convocation, le quart des parts,
- sur seconde convocation, le cinquième de celles-ci.

A défaut de ce quorum, la deuxième assemblée peut être convoquée à une date postérieure ne pouvant excéder deux mois à compter de la date initialement prévue.

Dans l'un ou l'autre de ces deux cas, les modifications sont décidées à la majorité des deux tiers des parts détenues par les associés présents ou représentés.

Le changement de nationalité de la société ne peut être décidé qu'à l'unanimité des associés.

ARTICLE 25 - CONSULTATIONS ECRITES - DÉCISIONS PAR ACTE

Les décisions collectives autres que celles ayant pour objet de statuer sur les comptes sociaux peuvent être prises par consultation écrite des associés à l'initiative des gérants ou de l'un d'eux. Les décisions résultent d'un vote formulé par écrit.

Le texte des résolutions proposées, le rapport des gérants ainsi que, le cas échéant, celui du Commissaire aux comptes, sont adressés aux associés par lettre recommandée.

Les associés disposent d'un délai pour émettre leur vote par écrit. Ce délai est fixé par le ou les gérants sans pouvoir être inférieur à quinze jours à compter de la date de réception des projets de résolution.

Pour chaque résolution, le vote est exprimé par oui ou par non. Tout associé qui n'aura pas adressé sa réponse dans le délai ci-dessus sera considéré comme s'étant abstenu. Pendant ledit délai, les associés peuvent exiger de la gérance les explications complémentaires qu'ils jugent utiles.

Les décisions sont adoptées à l'issue de la consultation aux conditions de majorité prévues par les articles 23 et 24 des présents statuts selon l'objet de la consultation.

Ces décisions peuvent également résulter du consentement de tous les associés exprimé dans un acte. La réunion d'une assemblée peut cependant être demandée par un ou plusieurs associés représentant au moins, soit à la fois le quart en nombre des associés et le quart des parts sociales, soit seulement la moitié des parts sociales.

CHAPITRE VII

AFFECTATION DES RÉSULTATS

ARTICLE 26 - AFFECTATION DES RESULTATS

Après approbation des comptes et constatation de l'existence d'un bénéfice distribuable, une fois prélevé 5 % pour constituer le fonds de réserve légale, l'Assemblée Générale détermine, sur proposition de la gérance, toutes les sommes qu'elle juge convenable de prélever sur ce bénéfice pour être reportées à nouveau sur l'exercice suivant ou inscrites à un ou plusieurs fonds de réserves facultatifs ordinaires ou extraordinaires, généraux ou spéciaux, dont elle règle l'affectation ou l'emploi.

Le surplus, s'il en existe, est attribué aux associés sous forme de dividende.

Le prélèvement de 5 % cesse d'être obligatoire lorsque le fonds atteint le dixième du capital social.

L'Assemblée Générale peut décider en outre la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves ; Dans ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués.

Les sommes dont la mise en distribution est décidée sont réparties entre les associés gérants ou non gérants proportionnellement au nombre de leurs parts sociales.

CHAPITRE VIII

TRANSFORMATION - DISSOLUTION

ARTICLE 27 - TRANSFORMATION

La société pourra se transformer en société commerciale de toute autre forme, sans que cette opération n'entraîne la création d'un être moral nouveau.

ARTICLE 28 - DISSOLUTION

A l'expiration de la société, sauf prorogation de celle-ci ou en cas de dissolution anticipée, une décision des associés nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi.

ARTICLE 29 - CAPITAUX PROPRES INFÉRIEURS A LA MOITIÉ DU CAPITAL SOCIAL

Si, du fait des pertes constatées, les capitaux propres de la société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, la gérance doit, dans les quatre mois qui suivent l'approbation des comptes ayant fait apparaître cette perte, consulter les associés afin de décider, s'il y a lieu ou non à dissolution anticipée de la société.

L'Assemblée délibère aux conditions de majorité prévues pour les décisions collectives extraordinaires.

Si la dissolution n'est pas prononcée, le capital doit, avant la fin du second exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue, être réduit d'un montant au moins égal au montant des pertes qui n'ont pu être imputées sur les réserves si, dans ce délai, les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à un montant au moins égal à la moitié du capital social.

A défaut de respect des dispositions ci-dessus, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la société.

ARTICLE 30 - CONTESTATIONS

Toutes contestations pouvant s'élever au cours de la société ou de sa liquidation entre les associés et la société, ou entre associés eux-mêmes concernant les affaires sociales, l'interprétation ou l'application des statuts seront de la compétence exclusive des tribunaux dans le ressort desquels est établi le siège social de la société.

CHAPITRE IX

JOUISSANCE DE LA PERSONNALITÉ MORALE

ARTICLE 31 - JOUISSANCE DE LA PERSONNALITE MORALE

La société jouira de la personnalité morale à dater de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés.

Les associés approuvent les actes accomplis avant ce jour pour le compte de la société en formation, lesquels sont relatés dans un état ci-annexé.

Toutes ces opérations et engagements seront réputés avoir été faits et souscrits dès l'origine par la société qui les reprendra à son compte par le seul fait de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés.

La gérance est par ailleurs expressément habilitée entre la signature des statuts et l'immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés à passer tous actes et à souscrire tous engagements entrant dans l'objet social et conformes aux intérêts de la société.

Ces engagements seront réputés avoir été dès l'origine souscrits par la société après vérification et approbation par l'Assemblée Générale Ordinaire des associés tenue au plus tard lors de l'approbation des comptes du premier exercice social.

ARTICLE 32 - POUVOIRS

Tous pouvoirs sont donnés au gérant ou à son mandataire à l'effet d'accomplir toutes formalités de publicité prescrites par la loi.

Fait à Saint-Etienne

Le 17 février 2020

Camille FAISAN



Clémentine DUFOUR



Anaëlle LUCHINI



Zoé COULIARD



Annexe B : Immatriculation

M0 SAS  13959*06	DECLARATION DE CREATION D'UNE SOCIETE OU AUTRE PERSONNE MORALE	RESERVE AU CFE MGUIDBEFT Déclaration n° _____ Reçue le _____ Transmise le _____
SAS, SA, SNC, SELAFA, SELAS, Commandite et société commerciale étrangère ATTENTION pour la constitution d'une SARL, SELARL, société civile, société ayant une activité principale agricole, GIE/GEIE, prendre un imprimé M0 spécifique ou G0		
POUR FACILITER VOTRE DECLARATION, REPORTEZ-VOUS A LA NOTICE		
<input type="button" value="Imprimer"/> <input type="button" value="Réinitialiser"/>		
1	<input type="checkbox"/> CONSTITUTION D'UNE SOCIETE COMMERCIALE <input type="checkbox"/> LA SOCIETE EST CONSTITUEE SANS EXERCER L'ACTIVITE <input type="checkbox"/> SOCIETE COMMERCIALE ETRANGERE : <input type="checkbox"/> OUVERTURE DU PREMIER ETABLISSEMENT EN FRANCE <input type="checkbox"/> ACTIVITE AMBULANTE d'une société de l'Espace Economique Européen (EEE) <input type="checkbox"/> CONSTITUTION D'UNE AUTRE PERSONNE MORALE DONT L'IMMATRICULATION EST PREVUE PAR UN TEXTE	
DECLARATION RELATIVE A LA PERSONNE		
2	DENOMINATION ACCZ _____ Sigle _____ Forme juridique SARL <input type="checkbox"/> SAS constituée d'un associé unique, l'associé unique en est le président <input type="checkbox"/> oui Durée de la personne morale _____ Capital, montant, unité monétaire : _____ Si capital variable, minimum : _____ <input type="checkbox"/> Adhésion de la société aux principes de l'économie sociale et solidaire (ESS) (cf. notice). Date de clôture de l'exercice social _____ Le cas échéant, du 1 ^{er} exercice : _____	
3	PRINCIPAL(E)S ACTIVITE(S) DE L'OBJET SOCIAL : VENTE DE BOX MAISON ET BIEN-ETRE PAR ABONNEMENT SUR INTERNET	
4	<input type="checkbox"/> La société résulte d'une fusion / scission : indiquer les personnes morales qui ont participé à l'opération sur l'intercalaire M0'	
5	<input type="checkbox"/> AUTRE(S) ETABLISSEMENT(S) SITU(E)S DANS UN ETAT MEMBRE DE L'UNION EUROPEENNE OU DE L'ESPACE ECONOMIQUE EUROPEEN : Indiquer ces établissements sur l'intercalaire M0'	
6	ADRESSE DU SIEGE (Réc., bât., app., étage, n°, voie, lieu-dit) 5 rue Emile Combes Code postal 4 2 0 0 0 Commune SAINT ETIENNE Le cas échéant, ancienne commune _____ Préciser si le siège est fixé : <input type="checkbox"/> Au domicile du représentant légal dans le cadre de la domiciliation provisoire <input type="checkbox"/> Dans une entreprise de domiciliation : N° unique d'identification _____ Nom du domiciliataire _____	
7	SOCIETES COMMERCIALES ETRANGERES Registre public du siège à l'étranger : _____ Lieu et pays _____ N° d'immatriculation _____ Adresse de l'établissement en France : Réc., bât., app., étage, n°, voie, lieu-dit _____ Code postal _____ Commune _____ Marché principal où s'exerce l'activité ambulante (société de l'EEE) : _____ Code postal _____ Commune _____	
DECLARATION RELATIVE A L'ETABLISSEMENT ET A L'ACTIVITE		
8	ADRESSE DE L'ETABLISSEMENT où s'exerce l'activité, si différente du siège et relevant du même greffe sinon remplir imprimé M2 (Réc., bât., app., étage, n°, voie, lieu-dit) _____ Code postal _____ Commune _____ Le cas échéant, ancienne commune _____	
9	NOM COMMERCIAL _____ ENSEIGNE _____	
10	DATE DE DEBUT D'ACTIVITE _____ <input checked="" type="checkbox"/> Permanente <input type="checkbox"/> Saisonnière / <input type="checkbox"/> Ambulant Activité(s) exercée(s) dans l'établissement : VENTE DE BOX MAISON ET BIEN-ETRE PAR ABONNEMENT SUR INTERNET Dans le cas où plusieurs activités sont mentionnées, indiquer l'activité principale _____ Pour l'activité principale, préciser en ne cochant qu'une seule case s'il s'agit de : <input type="checkbox"/> Commerce de détail en magasin (surface : _____ m²) <input type="checkbox"/> Commerce de détail sur marché <input checked="" type="checkbox"/> Commerce de détail sur Internet <input type="checkbox"/> Fabrication, production <input type="checkbox"/> Bâtiment, travaux publics <input type="checkbox"/> Commerce de gros <input type="checkbox"/> Autre précisez _____	
11	ORIGINE DU FONDS OU ORIGINE DE L'ACTIVITE ORIGINE DE L'ACTIVITE LIBERALE <input checked="" type="checkbox"/> Création, passer au cadre 12 <input type="checkbox"/> Reprise Précédent exploitant : N° unique d'identification _____ Nom de naissance / Dénomination _____ Nom d'usage _____ Prénoms _____ ORIGINE DU FONDS DE COMMERCE OU ARTISANAL <input type="checkbox"/> Création passer au cadre 12 <input type="checkbox"/> Achat <input type="checkbox"/> Apport Achat, Apport (sauf pour fonds artisanal et achat dans le cadre d'un plan de cession) Journal d'Annonces Légales : date de parution _____ Nom du journal : _____ Précédent exploitant : N° unique d'identification _____ Nom de naissance / Dénomination _____ Nom d'usage _____ Prénoms _____ <input type="checkbox"/> Location-gérance <input type="checkbox"/> Gérance-mandat <input type="checkbox"/> Autre _____ Dates du contrat : début _____ fin _____ Renouvellement par tacite reconduction <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Loueur du fonds ou Mandant du fonds Nom de naissance / Dénomination _____ Nom d'usage _____ Prénoms _____ Domicile / Siège _____ Code postal _____ Commune _____ Pour la gérance-mandat N° unique d'identification du mandat _____ Greffe d'immatriculation _____	
12	EFFECTIF SALARIE : <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/> oui, nombre _____ dont : _____ apprentis La société embauche un premier salarié <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	

Le bi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux réponses des personnes physiques à ce questionnaire.

**DECLARATION RELATIVE AU REPRESENTANT LEGAL ET AUTRES PERSONNES ASSURANT LE CONTROLE, Y COMPRIS LES ASSOCIES
INDEFINIMENT ET SOLIDAIREMENT RESPONSABLES ET PERSONNES AYANT LE POUVOIR D'ENGAGER LA SOCIETE** Suite sur intercalaire(s) M0'

Pour les personnes morales soumises à l'obligation de désigner un représentant, compléter la rubrique spécifique de l'imprimé M0'
Pour les personnes relevant du régime des travailleurs non salariés, compléter par le volet social TNS (SNC, société en commandite...)

13 QUALITE Gérante

Nom de naissance / Dénomination FAISAN
 Nom d'usage FAISAN Prénom Camille
 Né(e) le 19 05 2000 à SAINT PRIEST EN JAREZ Nationalité Française
 Domicile / Siège 35 promenade de la chapelle
 Code postal 42740 Commune SAINT PAUL EN JAREZ
 POUR UNE PERSONNE MORALE forme juridique
 Lieu et N° d'immatriculation

16 QUALITE

Nom de naissance / Dénomination
 Nom d'usage Prénom
 Né(e) le à Nationalité
 Domicile / Siège
 Code postal Commune
 POUR UNE PERSONNE MORALE forme juridique
 Lieu et N° d'immatriculation

14 QUALITE

Nom de naissance / Dénomination
 Nom d'usage Prénom
 Né(e) le à Nationalité
 Domicile / Siège
 Code postal Commune
 POUR UNE PERSONNE MORALE forme juridique
 Lieu et N° d'immatriculation

17 QUALITE

Nom de naissance / Dénomination
 Nom d'usage Prénom
 Né(e) le à Nationalité
 Domicile / Siège
 Code postal Commune
 POUR UNE PERSONNE MORALE forme juridique
 Lieu et N° d'immatriculation

15 QUALITE

Nom de naissance / Dénomination
 Nom d'usage Prénom
 Né(e) le à Nationalité
 Domicile / Siège
 Code postal Commune
 POUR UNE PERSONNE MORALE forme juridique
 Lieu et N° d'immatriculation

18 QUALITE

Nom de naissance / Dénomination
 Nom d'usage Prénom
 Né(e) le à Nationalité
 Domicile / Siège
 Code postal Commune
 POUR UNE PERSONNE MORALE forme juridique
 Lieu et N° d'immatriculation

OPTION(S) FISCALE(S)

19 Bénéfices Non Commerciaux (BNC) Déclaration contrôlée Bénéfices Industriels et Commerciaux (BIC) Réel simplifié Réel normal Impôt sur les Sociétés (IS) Réel simplifié Réel normal

OPTIONS PARTICULIERES : Assujettissement à l'IS (SNC, commandite simple) Régime des sociétés de personnes (SA, SAS, SELAFA, SELAS)

T.V.A : Franchise en base Assujettissement à la TVA en cas d'opérations imposables sur option
 Réel simplifié Option pour le dépôt d'une déclaration annuelle de régularisation portant sur l'exercice comptable
 Mini-réel Réel normal Option pour le dépôt de déclarations trimestrielles, si TVA estimée inférieure à un plafond de 4 000 € / an

RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

20 OBSERVATIONS :

21 ADRESSE de correspondance Déclarée au cadre n° Autre
 Code postal Commune Tél. Télécopie / courriel

Le présent document constitue une demande d'immatriculation au RCS, au RM, le cas échéant, au RSAC, REB et vaut déclaration aux services fiscaux, aux organismes de sécurité sociale, à l'INSEE et, s'il y a lieu, à l'inspection du travail. Quiconque donne, de mauvaise foi, des indications inexactes ou incomplètes s'expose à des sanctions pénales pouvant aller jusqu'à l'emprisonnement.

22 LE REPRESENTANT LEGAL Déclaré au cadre n°
 LE MANDATAIRE ayant procuration
 nom, prénom / dénomination et adresse

Certifie l'exactitude des renseignements donnés
 Fait à SAINT ETIENNE Le 17 02 2020
 Nombre d'intercalaire(s) M0' : de volet(s) TNS :
 Nombre d'intercalaire JQPA :

SIGNATURE :
 Signer chaque feuille séparément

Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification, pour les données les concernant, auprès des organismes destinataires de ce formulaire.

TNS



11686*07

Intercalaire

RESERVE AU CFE U E F K

Imprimer
Réinitialiser

PERSONNE RELEVANT DU REGIME DES TRAVAILLEURS NON SALARIES

Déclaration n°
Reçue le
Transmise le

1 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES DE L'IMPRIME : M0 SARL, SELARL M0 SNC, Société en commandite M0 Société civile
 M2 M3 M3 SARL, SELARL TNS suite des ayants droits

RAPPEL D'IDENTIFICATION DE LA PERSONNE MORALE

2 DENOMINATION SOCIALE ACCZ
Si la déclaration complète un imprimé M2 Agricole ou M3, rappeler le n° unique d'identification

DECLARATION SOCIALE DU DIRIGEANT OU DE L'ASSOCIE

3 NOM DE NAISSANCE FAISAN
Prénoms Camille
Nom d'usage FAISAN
Qualité Gérante
VOTRE N° DE SECURITE SOCIALE
Votre conjoint collaborateur est-il couvert à titre personnel par un régime obligatoire d'assurance maladie Oui Non
ASSURANCE MALADIE - Régime actuel : Régime général Agricole Non salarié non agricole ENIM Autre
Si exercice antérieur d'une activité non salariée, préciser laquelle :
Date de cessation
Exercice simultané d'une autre activité : oui non
Si oui, serez-vous simultanément : Salarié Salarié agricole Retraité / Pensionné Autre (préciser)
Si vous êtes pharmacien, êtes-vous affilié au régime des praticiens auxiliaires médicaux Oui Non
Si vous êtes biologiste, êtes-vous affilié au régime des praticiens auxiliaires médicaux Oui Non

4 POUR UNE SARL : Pour le conjoint marié pacsé qui a choisi le statut de collaborateur (gérant associé unique ou gérance majoritaire) ou d'associé (gérance majoritaire)
Indiquer son n° de sécurité sociale
Nom d'usage Prénoms Né(e) le à
Nationalité
POUR UNE SARL DONT LE GERANT EST L'ASSOCIE UNIQUE ET OPTÉ POUR LE REGIME DES MICRO-ENTREPRENEURS
Périodicité du versement des cotisations mensuelle trimestrielle

RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

5 OBSERVATIONS :

La présente demande constitue déclaration aux organismes de sécurité sociale.
Quiconque donne, de mauvaise foi, des indications inexactes ou incomplètes s'expose à des sanctions pénales pouvant aller jusqu'à l'emprisonnement.

6 LE DECLARANT Désigné au cadre 3
 LE MANDATAIRE
nom, prénom / dénomination et adresse

Certifie l'exactitude des renseignements donnés
Fait à SAINT ETIENNE
Le 17 0 2 2 0 2 0

SIGNATURE

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux réponses des personnes physiques à ce questionnaire. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification, pour les données les concernant, auprès des organismes destinataires de ce formulaire.

Ces deux déclarations ont été remplies par les 4 gérantes mais nous avons joint uniquement un exemplaire.

Annexe C : Justificatif des apports financiers

Camille a un CDI étudiant dans la grande distribution. En effet, elle travaille tous les samedis en tant qu'hôtesse de caisse à Intermarché à L'Horme (42). Son salaire est de 175 €/mois. De plus, ses parents lui versent 100€/ mois d'argent de poche.

Clémentine a un CDI étudiant dans la boutique « Nature & Découverte » dans la galerie commerçante Géant Casino Monthieux à Saint-Etienne (42). Elle travaille tous les samedis ainsi que quelques jours dans la semaine quand son emploi du temps le permet. Son salaire est d'en moyenne 230€/mois. De plus, ses parents lui versent 50€/mois d'argent de poche.

Zoé a un CDD étudiant dans une boulangerie. En effet, elle travaille tous les week-ends dans la boulangerie « Ange » à La Fouillouse (42). Son salaire est de 300€/mois. De plus, ses parents lui versent 100€/mois d'argent de poche.

Anaëlle a un CDI étudiant dans la grande distribution. En effet, elle travaille tous les week-end (samedi et dimanche matin) en tant qu'hôtesse de caisse à Grand Frais d'Argonay (74). Son salaire est de 300€/mois. De plus, ses parents lui versent 100€/mois d'argent de poche.

Enfin, chacune d'entre nous avons de l'argent de côté.

Annexe D : Lettre de recommandation

Madame Catherine FASANG
Enseignante en TIC - Départ GACO
(Gestion Administrative et Commerciale)
IUT de Saint Etienne

Saint Etienne le 9 mars 2020

Objet : Lettre de recommandation

A qui de droit :

Clémentine DUFOUR, Anaëlle LUCHINI, Zoe COULIARD et Camille FAISAN, toutes les quatre étudiantes en deuxième année, ont suivi avec assiduité et curiosité tous les modules relatifs aux Technologies de l'Information et de la Communication et en particulier le module CSWD (Conception de Sites Web Dynamiques).

Dans le cadre de cet enseignement, elles ont été amenées à réaliser la réalisation d'un site WEB dynamique avec une boutique en ligne (CMS Wordpress).

La réalisation du site WEB en deuxième année l'est conjointement entre les cours de webmarketing et les cours de TIC. Elles ont montré un vif intérêt à sa réalisation tant sur l'aspect qualitatif que technique.

Elles ont pu utiliser de manière importante le gestionnaire de contenus Web qu'est Wordpress, ce qui induit qu'elles maîtrisent l'outil quant à la réalisation et la gestion de leur boutique en ligne, « Lucette & Co ».

Ce sont 4 étudiantes sérieuses, impliquées dans leurs études, motivées par les nouvelles technologies, le numérique.

C'est pourquoi je vous les recommande dans le cadre d'une création d'entreprise (boutique en ligne).

Je suis convaincue qu'elles s'investiront pleinement.

Cordialement,

Catherine FASANG



Annexe E : Nos fournisseurs

Nom	Adresse	Capital	Création	Délai de livraison	Délai de paiement
Pulpe de vie	2 Rue Corneille, 13001 MARSEILLE		2009	7 jours après la réception du paiement	Instantanée
Melvita	Zone industrielle Saint Maurice 04100 MANOSQUE	150 000 €	1983		
Smiloh	21 Rue de Jemmapes, 57100 THIONVILLE				
Le petit carré Français	1 rue de la poste, 63122 SAINT-GENES-CHAMPANELLE	4 000 €	2019	De 1 à 2 semaines en fonction des stocks	
Dans ma culotte	2 rue de la Miséricorde, 14000 CAEN	8 000 €	2015		
Hakuna Taka	14 avenue Jacqueline de Romilly 35000 RENNES	4 000 €	2016		
Mon thé bio	3 rue Dainville 49000 ANGERS	2 000 €	2017	10 jours	A l'envoi de la commande

Annexe F : Notre local commercial

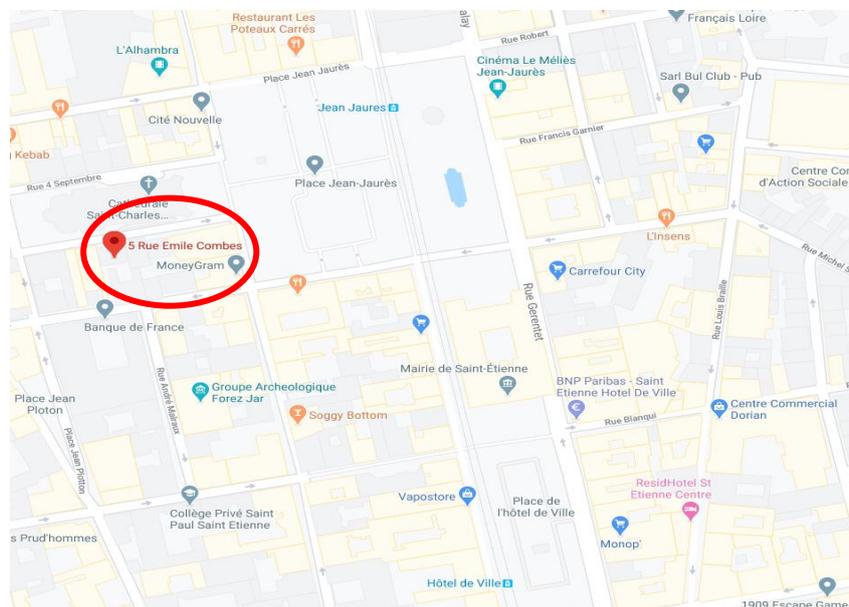
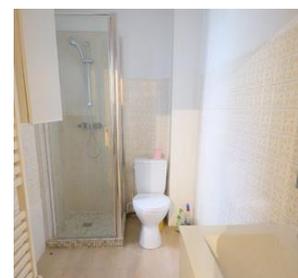
Adresse : 5 rue Emile Combes 42000 Saint-Etienne

Surface : 84m²

Montant du loyer : 720€ charges comprises (20€ par mois)

Description : Local rénové de 84m² en RDC avec accès PMR - rénové peinture refaite, fenêtres DV + volets roulants fenêtres donnant sur cour intérieure. 3 pièces + salle d'attente - bureau - salle d'eau et wc.

Choix du local : Ce local nous a plu pour sa luminosité. La localisation n'a pas un rôle important dans notre activité mais nous avons quand même choisi une rue proche de la place Jean Jaurès, un quartier vivant de Saint-Etienne. La surface de 84m² suffit puisque nous avons une pièce pour nos bureaux et une pièce pour le stock de certains produits.



Annexe G : Devis eau

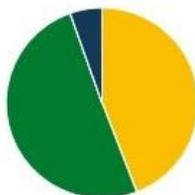
La Stéphanoise des eaux – environ 9.92€ par mois et 162.02€ par an

RÉSULTATS DE L'ESTIMATION DE VOTRE CONSOMMATION

Votre foyer consomme* :

35 m³ par an

*Consommation et prix à titre indicatif.
La simulation de votre facture annuelle est
calculée par rapport au prix moyen national
estimé à 3,40€ (Insee 2012).



Ce qui correspond, à une
dépense mensuelle de

9.92 €

■ Douche & bain ■ Alimentation ■ Extérieur ■ Toilettes ■ Lessive ■ Vaisselle

50%
de votre consommation d'eau annuelle concerne
Les toilettes
La moyenne des français se situe autour de 20% de la
consommation d'eau utilisée pour les sanitaires.

Facture annuelle 2019 (eau + assainissement)

	% TVA	Taux/m3	Coût réel
Eau potable			56.80
Part fixe	5.5		34.50
Part variable pour les 20 premiers m3	5.5	0.001	0.02
Part variable pour les m3 au-delà de 20	5.5	1.322	19.83
Interconnexion de secours	5.5	0.07	2.45
Assainissement			75.14
Part fixe	10		44.72
Part variable	10	0.869	30.42
Redevances pour l'Agence de l'Eau			18.20
Préservation des ressources en eau	5.5	0.10	3.50
Lutte contre la pollution	5.5	0.27	9.45
Modernisation des réseaux	10	0.15	5.25
TOTAL HT			150.14
TOTAL TVA	5.5		3.84
	10		0.04
Votre facture annuelle			162.02

Echéancier 2019 (eau + assainissement)

Mois	Abonnement	Consommation	Total
janvier			Solde de l'année précédente
février	14.26 €	6.05 €	20.31 €
mars	7.13 €	6.05 €	13.18 €
avril	7.13 €	6.05 €	13.18 €
mai	7.13 €	6.05 €	13.18 €
juin	7.13 €	6.05 €	13.18 €
juillet	7.13 €	11.92 €	19.05 €
août	7.13 €	11.92 €	19.05 €
septembre	7.13 €	11.92 €	19.05 €
octobre	7.13 €	11.92 €	19.05 €
total	71.3 €	77.93 €	149.23 €

Annexe H : Devis électricité et gaz

EDF – 90€ HT/mois



Total Direct Energie Pro Élec. + Gaz

Sans frais de résiliation
★★★★★ 96 avis

0.090€ le kWh (élec.)
0.036€ le kWh (gaz)

Choisir

Détails contrat

Avis

Total Direct Energie

Total Direct Energie est le premier fournisseur alternatif d'électricité et de gaz naturel. Il est le troisième fournisseur d'énergie en France et compte plus de 4 millions de clients.

Une offre très compétitive

Le prix au kWh suit l'évolution du prix de l'énergie décidée par le gouvernement avec une réduction de 5%.

Prix du kWh (elec.) (HT)	0.090€
Abonnement élec. (HT/mois)	8€
Prix du kWh (gaz) (HT)	0.036€
Abonnement gaz (HT/mois)	17€
Total estimé (HT/mois)	= 90€

Annexe I : Devis internet

Bouygues Telecom (opérateur avec un très bon débit sur Saint-Etienne) – 19.99€/mois + 29€ de frais d'activation.



Proposition commerciale

fait le Mercredi 26 Février 2020 par SOUMIA L.

POUR CAMILLE FAISAN
Référence : P2002261448824

ST ETIENNE 09 86 01 01 79
9 11 RUE DU GENERAL FOY
42000 SAINT ETIENNE

Notre proposition



Fixe

Offre : **bbox must**

19.99 €/mois

Technologie : **ftth**

Avec Engagement

carte d'identité rfb 29€ frais d'activation

Total par mois

19.99 €/mois TTC

Annexe J : Devis site internet



Tél : 04 77 31 70 28
Email : didier.pitoc@ordidic.fr

Devis
N° : DE001556
Date : 11/03/2020
N° client : CL00848
Devis valable jusqu'au 10/05/2020

Lucette &co
5 rue Emile Combes
42000 SAINT ETIENNE

Libellé	Qté	Unité	PU HT	Montant HT	TVA
AR00010 -Création du site Internet de E-commerce Création d'un site de E-commerce s'appuyant sur la plateforme Prestashop et s'appuyant sur un template (Design du site) de type Responsive.	1,00		1 700,00 €	1 700,00 €	20,00%

Devis gratuit

Détail de la TVA				Total HT	1 700,00 €
Code	Base HT	Taux	Montant	TVA	340,00 €
Normale	1 700,00 €	20,00%	340,00 €	Total TTC	2 040,00 €

Règlement Chèque
Echéance(s)
Bon pour accord
Date et signature

Annexe K : Honoraires expert-comptable

	PROPOSITION DE MISSIONS pour LUCETTE & CO Vienne, le 25 février 2020	
	Honoraires	Commentaires

MISSION COMPTABLE		
Tenue comptable et déclaration de TVA mensuelle Révision et suivi des comptes. Déclarations fiscales : IS, CET, DEB, DAS 2..... Situation comptable intermédiaire. Comptes annuels et déclaration de résultats.	3 600 €	Vous scannez vos pièces comptables tous les mois sur notre outil QUADRABOX. Les relevés bancaires sont intégrés automatiquement via l'outil EBICS.
MISSION SOCIALE		
Gestion et suivi des cotisations TNS	600 €	
MISSION D'ACCOMPAGNEMENT		
Assistance et conseils.	0 €	Les missions proposées intègrent une large disponibilité du responsable de la mission et de GC.
4 200 €		Factures mensuelles, prélèvement à 30 jours

Société d'expertise comptable au capital de 200 000€.

SARL EX ANTE

Tél : 04 74 48 36 20

30 Avenue Général Leclerc Espace St Germain
 Immeuble NEW ORLEANS 38200 VIENNE

Fax : 04 74 20 63 75

Courriel : exante@exante.fr

Annexe L : Devis assurance local

GOMES JOHNNY ET DREVET SANDRINE
Agent Général AVIVA assurances à votre service au :
51 RUE DE LA REPUBLIQUE
42000 ST ETIENNE
Tél : 04 77 21 20 05 Fax : 04 77 37 33 74
cabinet-gomesdrevet@aviva-assurances.com
Immatriculation ORIAS : 11060144 - 18007750
www.orias.fr

SARL LUCETTE AND CO
5 Rue Emile Combe
42100 ST ETIENNE

**Information et conseils préalables à la conclusion du contrat d'assurance
(Articles L.521-2, L.521-4 et R.521-1 du code des assurances)**

Messieurs

Lors de nos échanges du 26 Février 2020, et conformément à l'article L.521-2 du code des assurances, je vous ai informé travailler exclusivement en qualité d'agent général d'assurances de la compagnie AVIVA Assurances, dont le siège social est 13 rue du Moulin Bailly - 92270 Bois-Colombes.

La compagnie AVIVA Assurances et votre agent général d'assurance exercent sous le contrôle de l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution, 4 place de Budapest - CS 92459 - 75436 PARIS Cedex 09 - www.acpr.banque-france.fr.

Recueil des besoins d'assurance et proposition de contrat (L.521-4 du code des assurances) :

A cette occasion, vous m'avez présenté vos besoins d'assurance pour votre entreprise. La description détaillée de ces exigences et besoins est reprise dans le devis personnalisé n° 41501700 joint à la présente.

Après avoir procédé à l'analyse de votre situation, de vos besoins et exigences et, en cohérence avec ces derniers, je vous ai conseillé, parmi les garanties disponibles du contrat AVIVA Multirisque Pro:

Garantie	Souhaitée par le client	Conseillée par l'agent
Incendie - Evénements annexes	Oui	Oui
Dégâts des eaux	Oui	Oui
Domages électriques	Oui	Oui
Vol et détériorations immobilières	Oui	Oui
Bris de glaces et enseignes	Oui	Oui
Bris des matériels d'exploitation	Oui	Oui
Bris des matériels informatiques	Oui	Oui
Frais et pertes	Oui	Oui
Assistance	Oui	Oui
Responsabilité civile exploitation	Oui	Oui
Responsabilité civile après livraison	Oui	Oui
Protection juridique	Oui	Oui



AVIVA ASSURANCES
Siège social : 13 rue du Moulin Bailly - 92270 Bois-Colombes.
Société anonyme d'Assurances Incendie Accidents et Risques Divers.
Entreprise régie par le code des assurances.
Capital social : 176 771 900,30 €.
306 622 665 R.C.S. Nanterre

AVIVA VIE
70, avenue de l'Europe - 92270 Bois-Colombes
Société anonyme d'Assurances Vie et de Capitalisation.
Entreprise régie par le code des assurances.
Capital social : 1 206 620 632,67 €.
732 020 806 R.C.S. Nanterre

COTISATION

Indice à la date du devis : 6206

Cotisation TTC pour un paiement	Annuel :	944,00 euros
	Semestriel :	476,00 euros
	Trimestriel :	241,00 euros
	Mensuel :	78,67 euros

Offre Aviva Créateurs d'entreprise

En tant que créateur d'entreprise, AVIVA vous accompagne pendant les 3 premières années pour vous aider à relever les défis du lancement de votre activité.

Ainsi, pour toute souscription de ce contrat, vous bénéficierez d'une réduction de votre cotisation, répartie de la façon suivante 15%,10%,5% s'appliquant respectivement sur votre 1^{ère}, 2^{ème} et 3^{ème} cotisation annuelle.

Les garanties énoncées et le prix correspondant sont établis à partir des éléments que vous nous avez fournis ce jour, le 26/02/2020. Ils demeurent valables 90 jours à compter de cette date.

Cette fiche d'information ne constitue pas un contrat. Si vous donnez suite à ce projet, pour établir le contrat, je vous demanderai certains justificatifs.

Je vous remercie d'avoir pris contact avec moi et reste à votre disposition.

DOCUMENT REMIS

- Conditions Générales (18558-0418)
- Conventions spéciales (18559-0418)
- Conventions spéciales (18563-0416)
- Fiche information RC (17555-1103)
- Catastrophes naturelles (17780-0706)
- Protection juridique (18561-0416)
- Document d'information (18753-0118)

Fait à ST ETIENNE, le 26 Février 2020

Votre Agent général