

N° DOSSIER



19 rue de Metz  
BP 50006  
54150 BRIEY

# DOSSIER DE PRESENTATION



*(Nom de la personne ou de la structure et intitulé du projet)*

# ***SOMMAIRE***

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. PRESENTATION DU OU DES PORTEURS DE PROJET .....</b> | <b>2</b>  |
| <b>2. PRESENTATION DU PROJET.....</b>                     | <b>4</b>  |
| HISTORIQUE.....   | 4         |
| LA FICHE SIGNALETIQUE.....                                | 8         |
| <b>3. LE PRODUIT OU PRESTATION ET SON MARCHÉ .....</b>    | <b>10</b> |
| LE PRODUIT OU PRESTATION.....                             | 10        |
| LE MARCHÉ.....  | 10        |
| <b>4. VOTRE CHIFFRE D’AFFAIRES .....</b>                  | <b>16</b> |
| PART DU MARCHÉ .....                                      | 16        |
| LE CHIFFRE D’AFFAIRES.....                                | 16        |
| <b>5. STRATEGIE .....</b>                                 | <b>18</b> |
| <b>6. VOS MOYENS COMMERCIAUX.....</b>                     | <b>20</b> |
| POLITIQUE DE PRODUIT.....                                 | 20        |
| POLITIQUE DE PRIX .....                                   | 20        |
| POLITIQUE DE DISTRIBUTION .....                           | 20        |
| POLITIQUE DE COMMUNICATION.....                           | 20        |
| AUTRES ELEMENTS DE LA POLITIQUE COMMERCIALE .....         | 20        |
| PLANNING COMMERCIAL .....                                 | 21        |
| <b>7. VOS MOYENS DE PRODUCTION .....</b>                  | <b>26</b> |
| LES MOYENS EN MATERIEL .....                              | 26        |
| LES MOYENS HUMAIN .....                                   | 26        |
| LES FOURNISSEURS ET LES SOUS-TRAITANTS .....              | 27        |
| <b>8. VOTRE DOSSIER FINANCIER .....</b>                   | <b>35</b> |
| COMPTE DE RESULTAT ET BILAN PREVISIONNEL.....             | 35        |
| BESOIN EN FOND DE ROULEMENT (BFR).....                    | 35        |
| PLAN DE FINANCEMENT .....                                 | 35        |
| PLAN DE TRESORERIE.....                                   | 35        |
| RENTABILITE .....   | 35        |
| SEUIL DE RENTABILITE OU POINT MORT .....                  | 35        |

## 1. Présentation du ou des porteurs de projet

Vous prendrez soin d'établir sous forme de Curriculum Vitae à l'aide des éléments ci-dessous un exemplaire par personne si votre projet est collectif.

Les éléments qui doivent composer votre Curriculum Vitae :

*Nom :*

*Prénom(s) :*

*Age :*

*Adresse :*

*Ville :*

*Code Postal :*

*Téléphone fixe :*

*Fax :*

*Adresse mail :*

*Situation de famille :*

*Formation : diplôme(s) :*

*Expérience professionnelle :*

*Activités extra ou para-professionnelles (en rapport ou non avec le projet)*

Il faut impérativement mettre en évidence la cohérence du projet par rapport à sa personnalité, son potentiel, ses compétences, sa situation familiale et ses contraintes personnelles.

Nous nous permettons de vous rappeler l'importance de ce document tant dans la présentation de votre candidature au comité de sélection que dans la recherche d'une couverture lors de la phase de test en responsabilité civile professionnelle.

## ***CURRICULUM VITAE***

**Nom :**

**Prénom (s) :**

**Age :**

**Adresse :**

**Ville :**

**Téléphone fixe :**

**Adresse mail :**

**Situation de famille :**

**Code Postal :**

**Portable :**

**Fax :**

**Formation : diplôme(s) :**

**Expérience professionnelle :**

**Activités extra ou para-professionnelles (en rapport ou non avec le projet)**

## 2. Présentation du projet

### Historique

- Origine de l'idée

Cette partie est destinée à permettre d'appréhender les origines et mobiles de votre projet de création d'activité ou d'entreprise.

*D'où vient l'idée ?*

*Pourquoi celle-ci et pas une autre ?*

*Cherchez-vous à profiter d'une expérience, d'un hasard, d'une connaissance, etc... ?*

*Motivations : nous vous suggérons d'expliquer comment vous êtes arrivé à envisager de monter, puis développer votre projet de création d'activité ou d'entreprise. Qu'est-ce qui vous pousse à vouloir lancer cette affaire ?*

- De l'idée au projet

*Quels objectifs poursuivez-vous à travers votre projet ?*

*- On a l'habitude de dire que trois objectifs orientent généralement les décisions d'un chef d'entreprise : l'expansion, la rentabilité, l'autonomie*

*- Quel est celui ou ceux qui vous paraissent orienter vos efforts ?*

*- Y en a-t-il d'autres que vous recherchez ? Pourquoi ?*

*Taille de votre activité*

*- Indiquez quelle dimension vous cherchez à donner à votre activité. Vous pouvez pour cela utiliser l'indicateur qui vous paraît le plus représentatif (effectif, chiffre d'affaires, capitaux propres, part du marché, ...)*

*- Y a-t-il selon vous une taille maximale à atteindre ou, à l'inverse, une dimension à ne pas dépasser ?*

*Votre activité dans 10 ans*

*- Comment la voyez-vous ? Que fera-t-elle ?*

*- Comment se situera-t-elle sur le marché ?*

*- Quelle sera sa structure et qu'y ferez-vous ?*

- Motiver la demande d'utilisation du dispositif couveuse

*Ce qui vous a décidé à postuler*

*Vos attentes du dispositif*

## PRESENTATION DU PROJET

### HISTORIQUE

– **Origine de l'idée**

• **D'où vient l'idée**

• **Pourquoi celle-ci et pas une autre**

• **Cherchez-vous à profiter d'une expérience, d'un hasard, d'une connaissance, ...**

• **Motivations : nous vous suggérons d'expliquer comment vous êtes arrivé à envisager de monter, puis développer votre projet de création d'activité ou d'entreprise. Qu'est-ce qui vous pousse à vouloir lancer cette affaire**

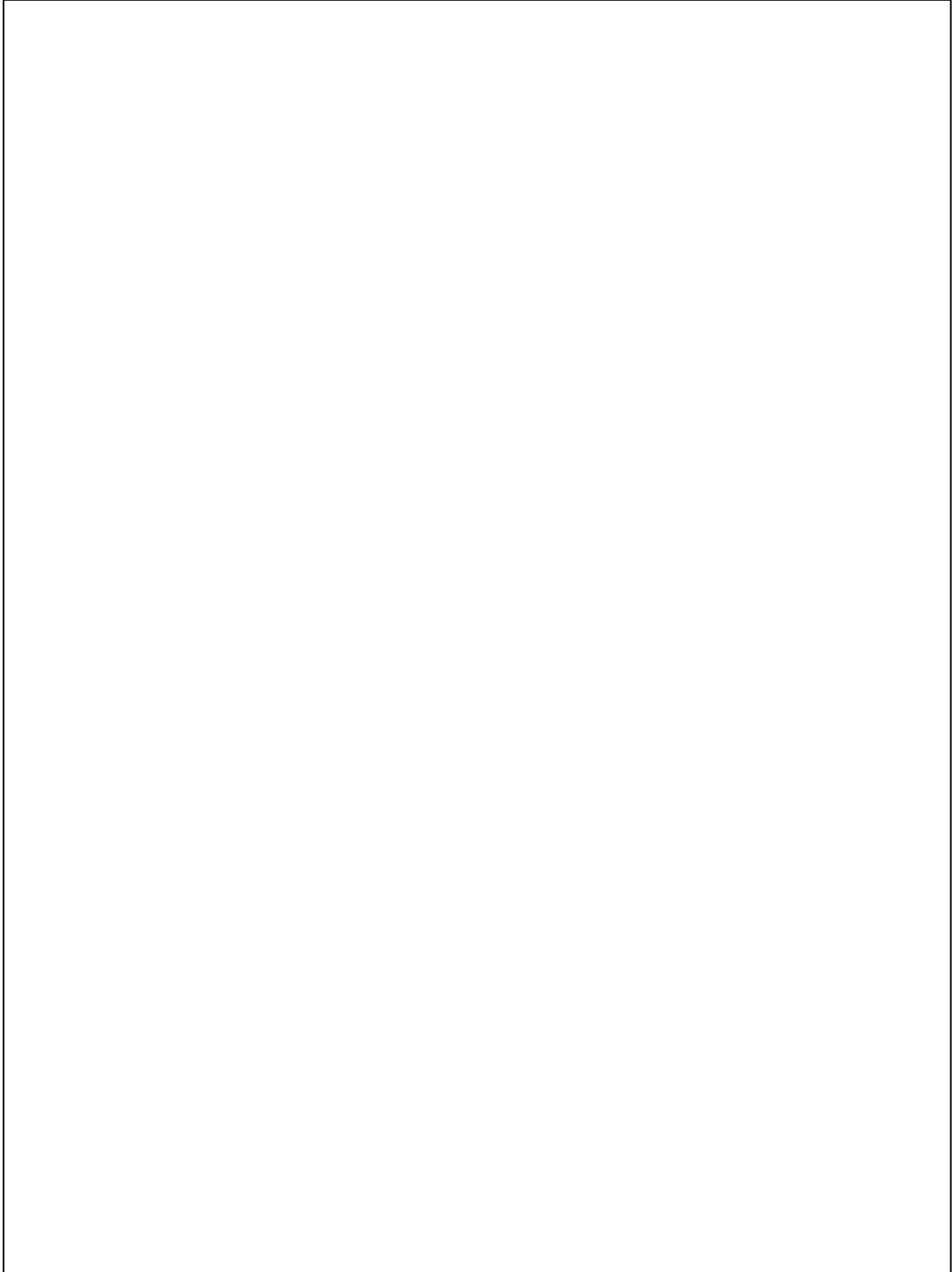
– De l'idée au projet

- Quels objectifs poursuivez-vous à travers votre projet

- Taille de votre activité

- Votre activité dans 10 ans

- **Motiver votre demande d'utilisation du dispositif couveuse**





## **La fiche signalétique**

- Nom, raison sociale, dénomination sociale
- Logo (si existant)
- Localisation souhaitée pendant la phase de test si différente de votre domicile
- Forme juridique envisagée à la sortie du dispositif
- Taux de TVA applicable à votre activité

## LA FICHE SIGNALÉTIQUE DE VOTRE ACTIVITÉ

- **Nom, raison sociale, dénomination sociale**

- **Logo**

- **Localisation souhaitée pendant la phase de test**

- **Forme juridique envisagée**

- **Taux de TVA applicable à votre activité**

### 3. Le produit ou prestation et son marché

#### Le produit ou prestation

*Description :*

Il s'agit de faire apparaître les différentes caractéristiques de votre produit ou de votre prestation et de faire en sorte que le lecteur du dossier saisisse à la fois ce qu'il est et ce à quoi il sert.

Indiquez donc sa description physique, ses caractéristiques techniques, ses performances et surtout son utilité (à quel besoin répond-il ?)

*Usages secondaires :*

En dehors du besoin primordial auquel répond votre produit, a-t-il ou peut-il avoir d'autres utilisations différentes qui accroîtraient son intérêt et son marché ?

*Pour les personnes qui disposent déjà de réalisation, annexer en fin de dossier un press-book (les images ou articles de presse peuvent être plus parlant que du texte)*

#### Le marché

Il s'agit dans cette partie d'extraire les conclusions principales de l'étude de marché que vous avez menée de manière plus ou moins approfondie.

*Quel est votre marché ?*

A quels besoins comptez-vous répondre et, en conséquence, sur quel marché vous situez-vous (exemple : le marché du loisir) ? Précisez obligatoirement si le marché que vous visez est local, régional, national ou international et, par la suite, ne raisonnez que sur le marché choisi.

*Caractéristiques de la demande (consommation)*

Volume et évolution de la demande

- Avez-vous des indications sur le volume général (en chiffre d'affaires ou nombre de produits) de votre marché (celui que vous visez précisément).
- Quelle a été l'évolution ces dernières années du volume de ce marché ?
- Quelle est l'évolution prévisible ?
- S'agit-il d'un marché en déclin, en stagnation, en progression ?
- Quel est le taux de croissance annuel en % (précisez s'il s'agit d'une croissance en quantité ou en euros).

Type de clientèle

- Quelle est la clientèle de ce marché : consommateurs individuels, collectivités, grossistes, détaillants, industriels, etc.
- Précisez ce que chaque type de clientèle représente dans le marché en % des ventes et, si possible, en nombre de clients.
- Aurez-vous dans la cible de clientèle beaucoup ou peu de clients, des gros ou des petits ?

#### Autres points importants sur la consommation

- Indiquez ici et détaillez les points clés de ce marché sur le plan de la consommation. Exemples : saisonnalité de la demande (précisez), type de distribution obligatoire, chaîne de consommation, motivations clés des acheteurs, ...

#### *Caractéristiques de l'offre*

##### Généralités

- Avant de détailler vos plus gros concurrents, indiquez quelles sont les caractéristiques générales de l'offre sur ce marché. Exemples : concentration ou, au contraire, multitude de concurrents, intensité concurrentielle, type de distribution généralement choisi, évolution technologique, ...
- Précisez ensuite quels sont vos principaux concurrents et indiquez pour chacun : ancienneté, taille, chiffre d'affaires, part de marché, caractéristiques de leurs produits, réputation, politique commerciale, etc...

#### *L'environnement*

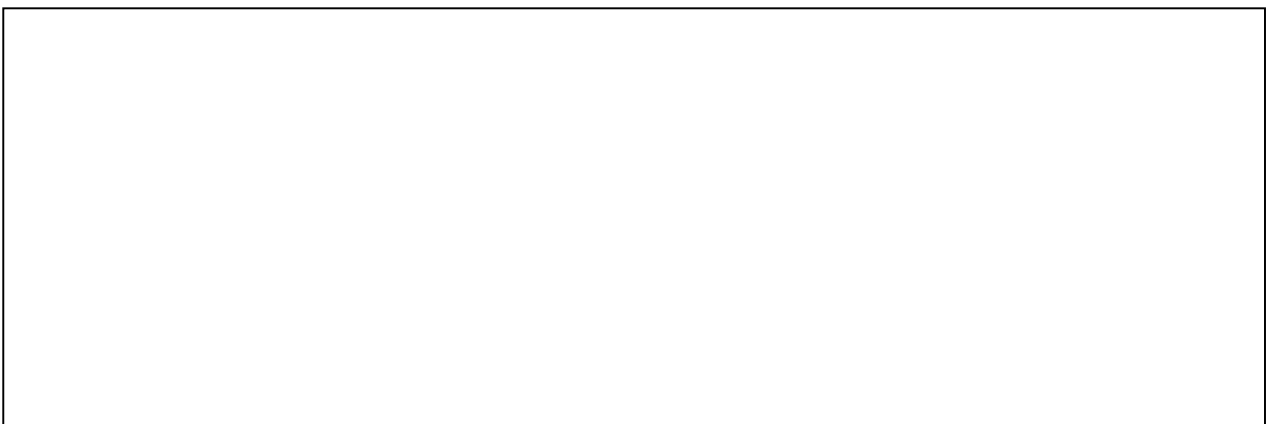
Il s'agit d'indiquer que dans l'environnement économique-juridico-sociologique actuel il n'y a rien, par rapport à votre projet, qui présente un danger certain, une menace potentielle, ou au contraire que vous avez détecté, une opportunité, une potentialité particulière. (par exemple : un changement prévu de réglementation, une modification annoncée d'un plan d'urbanisme, une évolution rapide et perceptible des comportements, des mentalités, d'un mode de consommation, etc...)

## LE PRODUIT OU PRESTATION

### Description

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for a detailed description of the product or service.

### Usages secondaires

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for listing secondary uses or applications of the product or service.

## LE MARCHE

Quel est votre marché

|  |
|--|
|  |
|--|

Caractéristiques de la demande

Volume général

| Éléments | Chiffre d'affaires | Nombre de Produits |
|----------|--------------------|--------------------|
|          |                    |                    |
|          |                    |                    |
|          |                    |                    |

|  |
|--|
|  |
|--|

**Type de clientèle**

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for handwritten notes or a diagram related to the 'Type de clientèle' section.

**Autres points importants sur la consommation**

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for handwritten notes or a diagram related to the 'Autres points importants sur la consommation' section.

**Caractéristiques de l'offre**

## Généralités

|  |
|--|
|  |
|--|

| Concurrents | Ancienneté | Taille | CA | Part de marché | Caractéristiques |
|-------------|------------|--------|----|----------------|------------------|
|             |            |        |    |                |                  |
|             |            |        |    |                |                  |
|             |            |        |    |                |                  |
|             |            |        |    |                |                  |

## L'environnement

|  |
|--|
|  |
|--|



## 4. Votre chiffre d'affaires

### Part du marché

Avant de calculer votre chiffre d'affaires, il faudrait, dans le marché que vous visez (local, régional,...) savoir quelle est la part que vous fixez comme objectif. Indiquez-la en % et précisez l'évolution sur les trois premières années d'exploitation.

Existe-t-il d'après vous une part de marché minimum à atteindre ? Pourquoi ?

Que représentera votre (ou vos) principal(aux) client(s) dans votre chiffre d'affaires ?

Avez-vous déjà des contacts avec vos clients ? Si oui, où en sont ces contacts ?

### Le chiffre d'affaires

Pour évaluer le montant du chiffre d'affaires, il suffit de multiplier la quantité de marchandises vendues (activité commerciale) ou la production vendue par leurs prix de vente respectifs.

Schématiquement, on peut distinguer trois types d'approche dans le calcul du chiffre d'affaires :

- Définition du chiffre d'affaires prévisionnel par imitation

Le créateur base ses prévisions sur le chiffre d'affaires moyen réalisé habituellement par les entreprises qui travaillent dans la même branche d'activité.

- Définition du chiffre d'affaires prévisionnel par les charges

Le créateur définit comme chiffre d'affaires prévisionnel le montant des ventes qu'il faut réaliser pour couvrir les charges d'exploitation (notion de seuil de rentabilité – point mort)

- Définition du chiffre d'affaires prévisionnel par les produits

Le créateur a testé ou a fait tester son produit auprès de la clientèle potentielle en recueillant des promesses d'achat conditionnelles ou fermes. Ce sont ces dernières qui font l'objet du calcul du chiffre d'affaires.

En conclusion, indiquez ici les chiffres d'affaires que vous prévoyez pour les trois premières années d'activité, et décomposez par mois le chiffre d'affaires de la première année selon le critère qui vous paraît le plus significatif (exemple : par produit, par canal de distribution, par pays ou région).

Attention ! par chiffre d'affaires, il faut entendre chiffre d'affaires facturé et non commandes reçues ou chiffre d'affaires encaissé. Si vous avez déjà entrepris quelques actions commerciales, vous pouvez également préciser le montant du chiffre d'affaires à encaisser ou le montant des commandes déjà signées.

## VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

### Part de marché

|  |
|--|
|  |
|--|

### Le chiffre d'affaires

| CA HT décomposé | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
|                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |

### Remarques :

|  |
|--|
|  |
|--|

## 5. Stratégie

Les éléments recueillis tant sur le besoin des clients (la demande) que sur la concurrence (l'offre) et sur l'environnement doivent vous permettre de définir votre stratégie. C'est-à-dire de viser telle(s) cible(s) plutôt que telle(s) autre(s) et « l'habillage de votre offre » afin de conquérir ces clients-là.

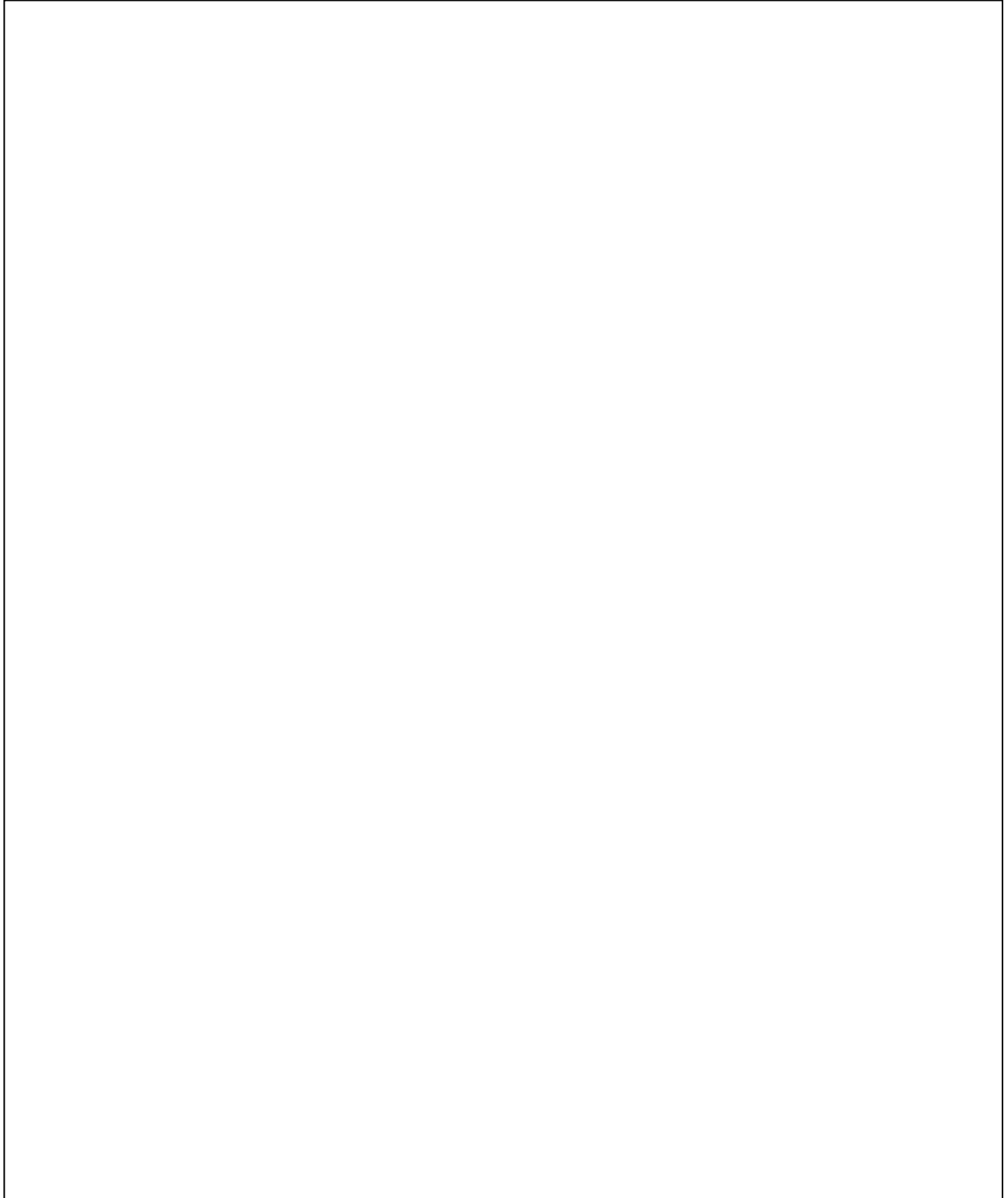
Présentez la segmentation de votre clientèle potentielle (les critères que vous avez retenus pour déterminer les différents types de clients possibles).

Expliquez le ciblage des clients que vous avez retenu : « couple(s) produit/marché » dont vous allez vous occuper en priorité pour le commencement du test de votre activité.

Précisez quel positionnement vous avez choisi pour vous démarquer sensiblement des concurrents. (être mieux perçu par les acheteurs potentiels que les concurrents déjà installés ne veut pas forcément dire être moins cher !)

Envisagez-vous de mettre en place des partenariats, si oui, décrivez les et indiquez leur date prévisionnelle de mise en place.

## STRATEGIE



## 6. Vos moyens commerciaux

Maintenant que vous connaissez votre marché, le niveau prévisionnel de votre chiffre d'affaires, il s'agit de déterminer à présent les moyens commerciaux et de production pour atteindre l'objectif de chiffre d'affaires que vous vous êtes fixé.

Nous allons retrouver ci-dessous les principaux éléments de votre politique commerciale.

### Politique de produit

- Quelles sont les caractéristiques de votre produit par rapport à ceux de vos concurrents ?
- Quels en sont les aspects positifs et négatifs au regard des distributeurs, consommateurs, ... (présentation, performances, garantie, simplicité, ...) ?
- Aurez-vous un produit ou une gamme, plusieurs produits ou plusieurs gammes ?

### Politique de prix

- Quel est le niveau de prix de vos produits ? Comment vous situez-vous par rapport à la concurrence ? Pourquoi ?

### Politique de distribution

- Indiquez quel type de canal(aux) de distribution vous comptez utiliser pour la distribution de vos produits.
- Où en sont vos contacts avec ces canaux ?
- Quels sont les délais et modes de règlement de ces canaux ?
- Envisagez-vous de vendre directement ? Si oui, par quels moyens ?
- S'il est prévu une force de vente, indiquez son nombre, sa structure, son type de rémunération.

### Politique de communication

- Allez-vous réaliser des actions promotionnelles ou publicitaires ?
- Si oui, quel message voulez-vous transmettre et par quels moyens ?
- Quel budget avez-vous prévu ?

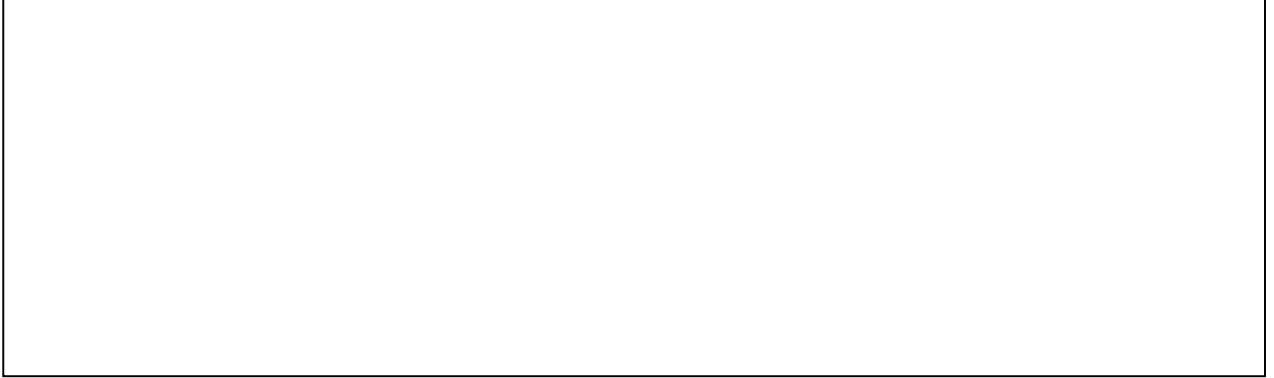
### Autres éléments de la politique commerciale

Indiquez ici tous les éléments de votre politique commerciale qui vous semblent importants et que vous n'auriez pas jusqu'à présent cités.

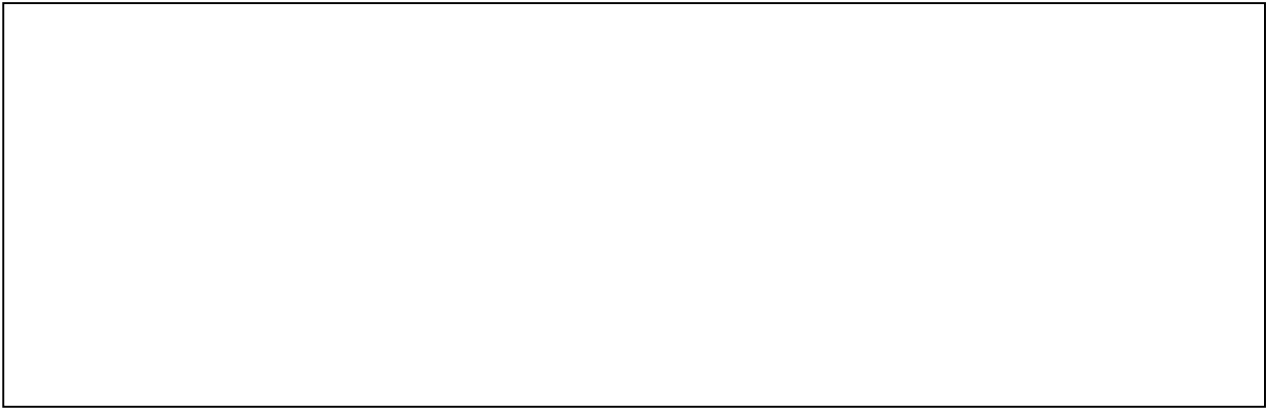
Exemples : le créateur connaît déjà les clients, il a dans son équipe de départ un représentant bien introduit, une entreprise importante l'aide dans son démarrage commercial, il possède un fichier à jour de la clientèle, le chiffre d'affaires prévu à l'exportation est de... sur tel pays ...

## Vos moyens commerciaux

### Politique de produit



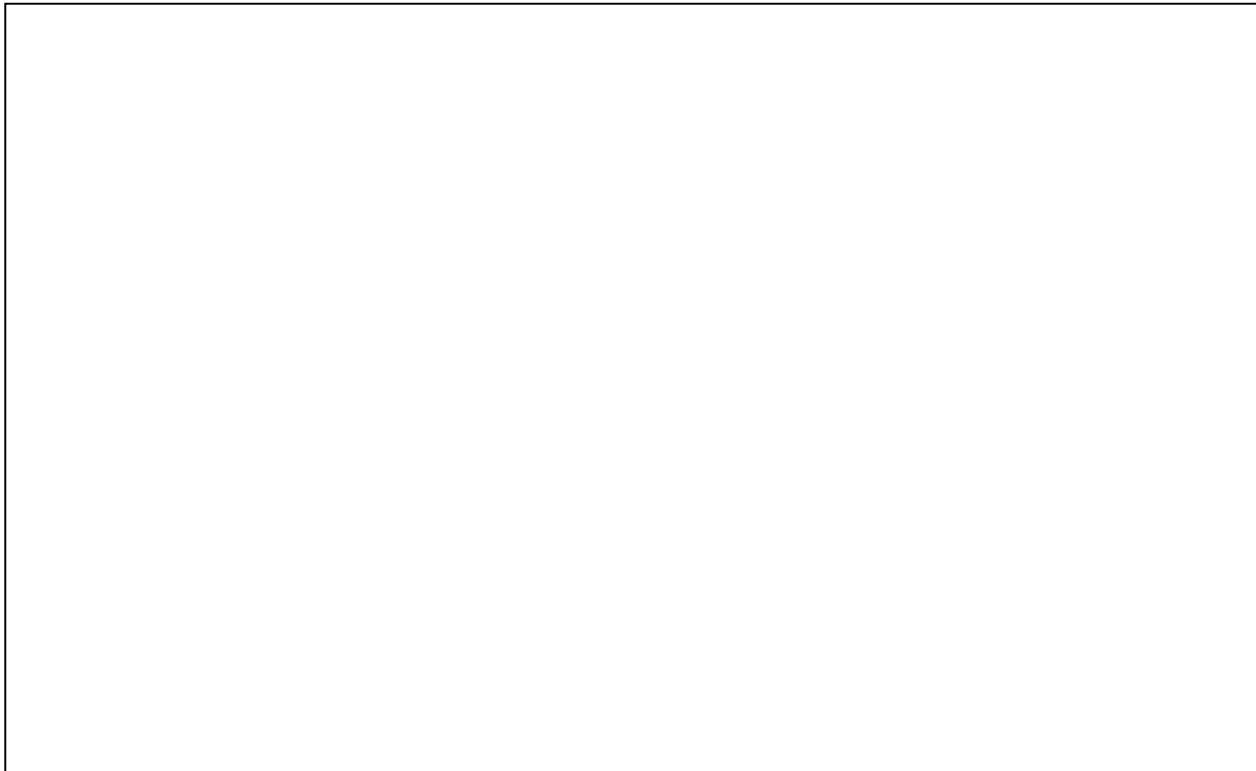
### Politique de prix



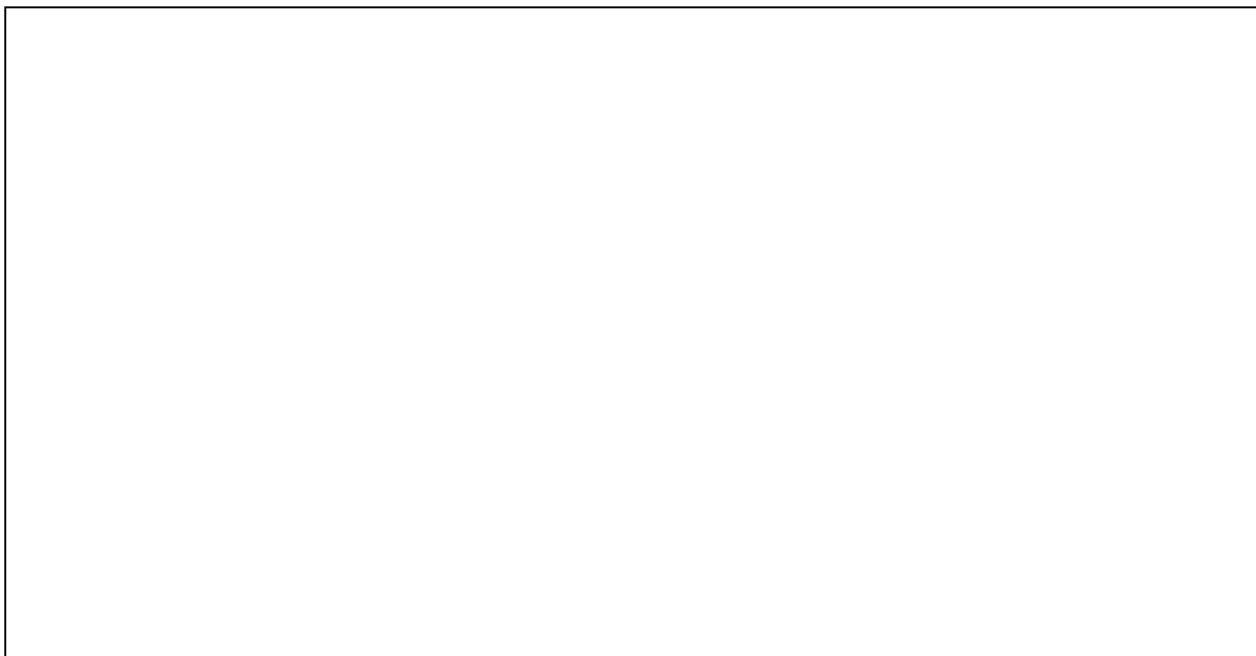
### Politique de distribution



**Politique de distribution**



**Autres éléments de la politique commerciale**



## **Planning commercial**

Dans le cadre d'une efficacité maximale d'utilisation du dispositif couveuse, il est impératif de disposer à l'entrée de quelques outils opérationnels. Dans ce cadre il faut avoir réalisé au minimum deux plannings dans ce domaine.

*Planning de la prospection commerciale sur les trois premiers mois de test*

*Planning des actions commerciales à mener sur les trois premiers mois de test*







## 7. Vos moyens de production

### Les moyens en matériel

- Lister le matériel d'exploitation à disposition

Outillages

Etc ...

- Lister le matériel administratif à disposition

*Informatique*

*Mobilier*

*Communication (téléphone, Fax, ...)*

*Rangement*

- Partie de l'habitation affectée à l'activité

*Surface*

*Descriptif général*

### Les moyens humains

Il est important de réaliser en premier lieu la fiche de poste. Elle devra comporter une définition de la fonction et la liste des tâches liées au poste. (bien indiquer dans ce document le temps de travail alloué par la personne au test de l'activité : exemple de personnes qui sont salariés à mi-temps).

Il sera fait autant de fiche de poste que de porteur de projet. Dans ce cas de figure, il est important d'adjoindre un organigramme hiérarchique théorique.

Dans le cadre de la définition des postes et de l'organisation du travail, le porteur de projet réalisera un tableau d'analyse de la répartition de son temps de travail sur les trois premiers mois d'activité en nombre d'heure par jour et par personne dans les domaines d'activités énoncés ci-dessous.

*Gestion de la structure*

*Administratif/Financier*

*Production*

*Commercial/Communication (prospection, suivi, gestion commerciale, ...)*

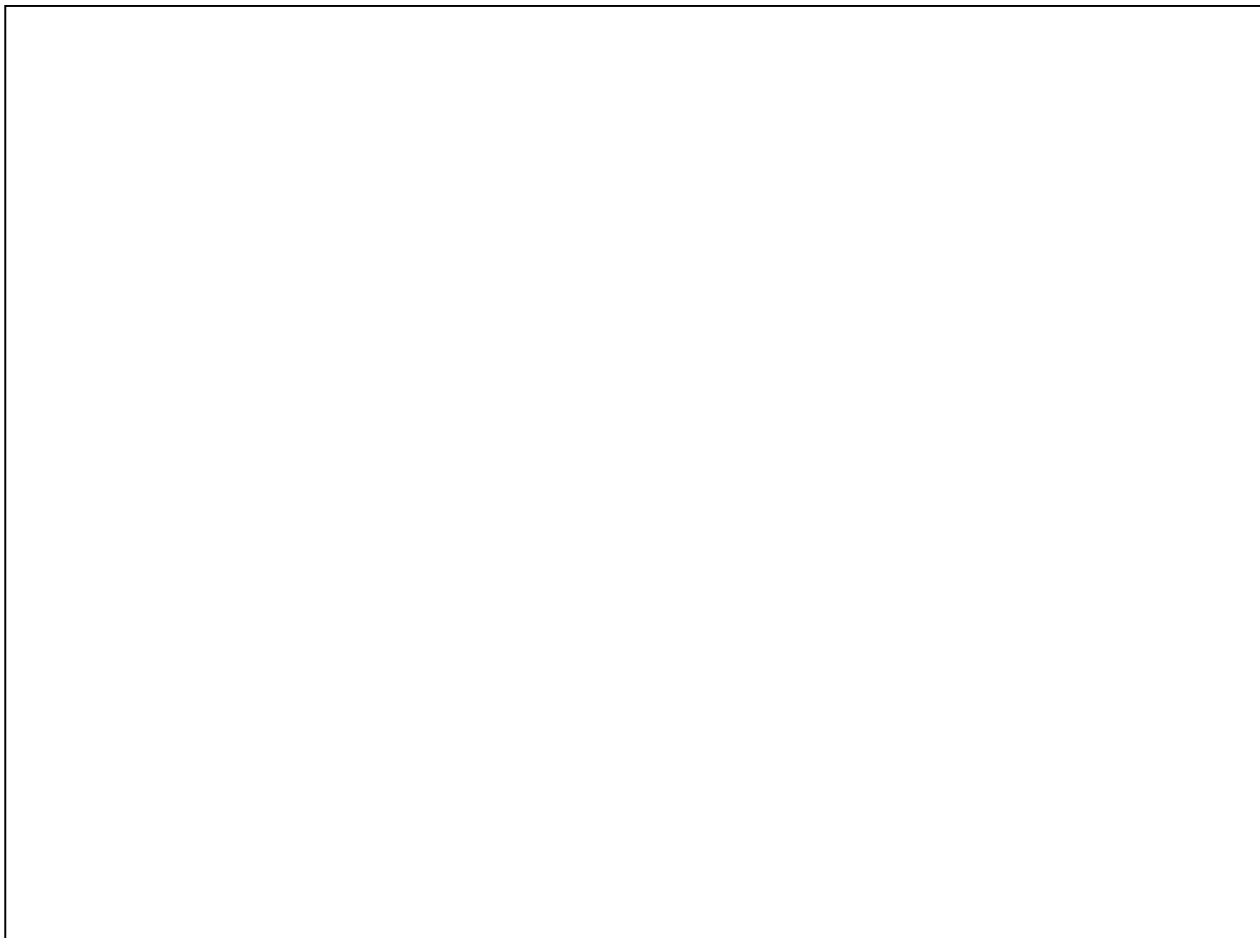
*Ressources Humaines*

## LES MOYENS DE PRODUCTION

### Les moyens en matériel

| Eléments                        | Description | Valeur |
|---------------------------------|-------------|--------|
| <b>Outillage</b>                |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
| <b>Matériel administratif</b>   |             |        |
| - Informatique                  |             |        |
| - Mobilier                      |             |        |
| - Communication (tél, fax, ...) |             |        |
| - Rangement                     |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |
|                                 |             |        |

**Partie de l'habitation affectée à l'activité**



## FICHE DE POSTE

**Titre de la Fonction :**

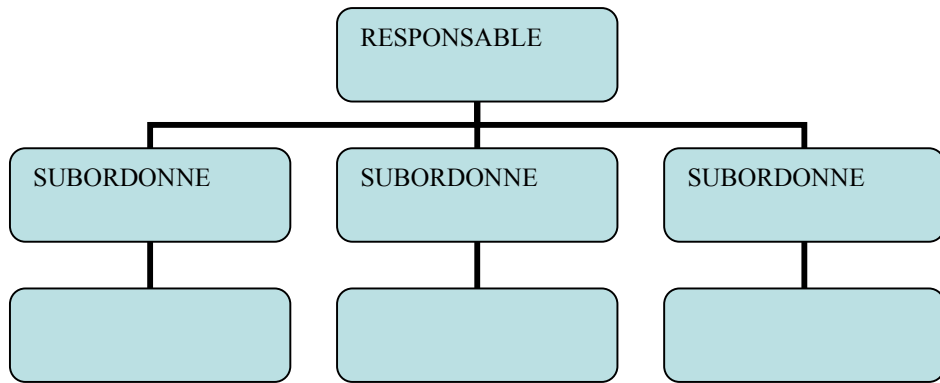
**Personne :**

**Description de la fonction :**

**Définition des responsabilités :**

**Liste des tâches :**

## ORGANIGRAMME HIERARCHIQUE



### ANALYSE DE LA GESTION DU TEMPS

| ELEMENTS   | Mois 1 | Mois 2 | Mois 3 | Remarques |
|--|--------|--------|--------|-----------|
| Gestion de la structure                              |        |        |        |           |
| Administratif / Financier                            |        |        |        |           |
| Production   |        |        |        |           |
| Commercial / Communication                           |        |        |        |           |
| Ressources Humaines                                  |        |        |        |           |
| Autres   |        |        |        |           |
| <b><i>Temps utilisés / mois en jour</i></b>          |        |        |        |           |
| <b><i>Cohérence jours ouvrables dans le mois</i></b> |        |        |        |           |
| <b><i>Temps restant</i></b>                          |        |        |        |           |



## **Les fournisseurs et les sous-traitants**

### *Les fournisseurs*

- Ne traitez dans ce paragraphe que des fournisseurs réels (matières premières, produits finis ou semi-finis) pour lesquels vous ne jouez pas le rôle d'un donneur d'ordres.
- Que représenteront vos achats hors taxes par rapport à votre chiffre d'affaires hors taxes ?
- Avez-vous déjà pris des contacts avec ces fournisseurs ?
- Précisez le nombre de vos fournisseurs, le nom et le poids (en % de vos achats) des plus importants.
- Indiquez pour chacun d'eux les conditions de règlement usuelles ou négociées.

### *Les sous-traitants*

- Si vous sous-traitez, précisez la part de la sous-traitance dans votre activité (nombre d'heures sous-traitées par rapport au nombre d'heures en propre par exemple) et l'évolution de cette part sur les trois premières années.
- Quel type de travaux sous-traitez vous et pourquoi ?
- Avec combien de sous-traitants envisagez-vous de travailler ?
- Les connaissez-vous ?
- Que représentera votre plus gros sous-traitant ?
- Quelles conditions de paiement obtiendrez-vous ?

## LES FOURNISSEURS ET LES SOUS-TRAITANTS

### Les fournisseurs

|  |
|--|
|  |
|--|

| Achats              | Montant HT | % des achats | Délai de paiement |
|---------------------|------------|--------------|-------------------|
| Fournisseur 1 ..... |            |              |                   |
| Fournisseur 2 ..... |            |              |                   |
| Fournisseur 3 ..... |            |              |                   |
| Total               |            |              |                   |

**Les sous-traitants**

|  |
|--|
|  |
|--|

| <b>Achats de produits ou prestations</b> | <b>Montant HT</b> | <b>% des achats</b> | <b>Délai de paiement</b> |
|--|-------------------|---------------------|--------------------------|
| <b>Fournisseur 1</b> .....               |                   |                     |                          |
| <b>Fournisseur 2</b> .....               |                   |                     |                          |
| <b>Fournisseur 3</b> .....               |                   |                     |                          |
| <b>Total</b>                             |                   |                     |                          |

## 8. Votre dossier financier

Il s'agit dorénavant de traduire en terme financier les différentes données que vous venez de présenter et d'examiner un certain nombre d'équilibres que tout financier recherche.

### **Compte de résultat et Bilan prévisionnel**

Documents prévisionnels établis sur trois ans

### **Besoin en Fond de Roulement (BFR)**

Document prévisionnel établi sur trois ans

### **Plan de financement**

Document prévisionnel établi sur trois ans

### **Plan de trésorerie**

Document prévisionnel établi sur la première année. L'établissement du plan de trésorerie pour la première année vous permettra de confronter les décaissements avec les encaissements.

### **Rentabilité**

*Rentabilité d'exploitation*

*Rentabilité commerciale*

### **Seuil de rentabilité ou point mort**

Le point mort représente le volume des ventes égal à l'ensemble des frais (variables et fixes), si le volume des ventes est inférieur à ce point, votre activité génère des pertes ; si ce volume des ventes est supérieur à ce point, elle réalise des bénéfices.

### Modèle de compte d'exploitation prévisionnel pour le premier exercice

| CHARGES   |          | PRODUITS                                 |          |
|---|----------|--|----------|
|   | Montants |  | Montants |
| <b>ACHATS</b>   |          | <b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>                |          |
| Matières premières  |          | Vente de produits finis,<br>marchandises |          |
| Marchandises  |          | Prestations de service                   |          |
| Fournitures diverses  |          | CommissionS                              |          |
| Emballages  |          | Ristournes                               |          |
| <b>CHARGES EXTERNES</b>   |          |  |          |
| Sous-traitance  |          |  |          |
| Loyer   |          |  |          |
| Charges locatives   |          |  |          |
| Entretien et réparations (locaux, matériels)  |          |  |          |
| Fournitures d'entretien   |          |  |          |
| Fournitures non stockées (eau, électricité, gaz)  |          |  |          |
| Assurances (RC, local, véhicule d'exploitation)   |          |  |          |
| Frais de formation  |          |  |          |
| Documentation   |          |  |          |
| Honoraires  |          |  |          |
| Publicité   |          |  |          |
| Transports  |          |  |          |
| Déplacement, missions   |          |  |          |
| Frais postaux, téléphone  |          |  |          |
| <b>IMPOTS ET TAXES</b>  |          |  |          |
| <b>CHARGES DE PERSONNEL</b>   |          |  |          |
| Rémunération du personnel   |          |  |          |
| Charges sociales  |          |  |          |
| <b>CHARGES SOCIALES DE L'EXPLOITANT</b>   |          |  |          |
| <b>CHARGES FINANCIERES</b>  |          |  |          |
| Intérêts des emprunts   |          |  |          |
| Charges exceptionnelles   |          |  |          |
| <b>DOTATION AMORTISSEMENTS ET PROVISION<br/>IMPOTS SUR LES BENEFICES (cas des sociétés)</b> |          |  |          |
| <b>Total des charges</b>  |          | <b>Total des produits</b>                |          |
| <b>Résultat (bénéfice)</b>  |          | <b>Résultat (déficit)</b>                |          |
| <b>TOTAL</b>  |          | <b>TOTAL</b>                             |          |