

« La plupart des gens préfèrent le confort à la prise de risque, dit-il enfin, parce qu'ils ont peur du changement et de l'échec, alors que la plus grande des peurs devrait être celle d'une vie gâchée. »

Karine Tuil - L'insouciance (2016)



# PROJET D'UN BAR À VINS À TOURNAI

OUVERTURE SEPTEMBRE 2023

# INTRODUCTION

**Constat en 2023 : il n'y a pas de bar à vins à Tournai, seulement des bars.**

*On trouve des lieux assimilés au vin mais qui n'y sont pas complètement dédiés ou un peu flous dans leur concept (restaurant, bar, tapas,...).*

> **L'Oenobar** (malgré son nom) ne propose que quelques vins grecs sans réelle passion.

*On y trouve des cocktails, champagnes, alcools, plats chauds et froids (qu'on retrouve dans le restaurant). Très bel endroit mais aucun conseil.*

> **Le Wich** (nom sans référence au vin) s'approprie plus l'univers vinicole mais ici aussi le concept est trop vague (mais si une cave à vins juxte le lieu) et on trouve des plats qui peuvent déranger une dégustation (pierrades p.e.). Endroit sans caractère. Quelques conseils. **Fond de commerce à reprendre**

> **L'Atelier des Stars** (nom sans référence au vin). Là aussi, concept flou (on y trouve des cocktails e.a.) et la déco est très éloignée de l'univers du vin (noir & blanc). Conseils vagues.

> **Le Quai des Vignes** (nom lié au vin et au lieu). Il n'y a que le nom qui fait référence au vin.

*Il s'agit d'un restaurant qui propose quelques vins sans conseil. Belle terrasse (en contrebas de l'Escaut).*

**Fermé depuis fin 2022**

*L'offre «bar à vins» est inexistante à Tournai. Les villes proches (Mouscron et Ath) ne proposent pas de bars à vins typiques, plutôt des bars à large spectre (V&B, Livresse,...)*

*Il reste Lille où de vrais bars comme **Monsieur Jacques, les Frères Pinard, Au Gré du Vin, Aux Enfants Terribles...** qui sont installés mais restent suffisamment éloignés pour une concurrence directe.*

*Il y a donc une place à prendre !*

# ANALYSE DE DÉVELOPPEMENT DANS LE SECTEUR DES BARS À VINS DANS LA RÉGION TOURNAISIENNE

*En 20 ans, la consommation moyenne de vin en Belgique est passée de 18 à 28 litres par an et par habitant, c'est-à-dire près de 400 millions de bouteilles débouchées. La plus forte consommation est centrée sur Bruxelles (+/- 34 litres par habitant), puis vient la Wallonie. La Flandre est la plus sobre ;-)  
Depuis le confinement, l'achat de vins a progressé de 10%.*

*La Belgique n'est pas un grand pays producteur de vins (3 millions de litres en 2022), la consommation est donc moins élevée. En France, c'est 44 litres par an et par habitant. Une étude en 2022 montre une baisse de consommation du vin par habitant. Néanmoins, l'évolution de consommation de vins en Belgique progresse tous les ans.*

*Comment se porte le secteur dans son ensemble ?*

- Le marché du bar à vins est en croissance (tendance, intérêt croissant des vins et spiritueux), actuellement ralenti par la hausse de l'énergie.*
- La marge brute commerciale des bars à vins se maintient mais la hausse de l'énergie perturbe les chiffres.*
- Les bars existants résistent mais élargissent leur offre (plus proche du concept bistrot & restaurant)*
- Les exploitants de bars à vins doivent faire face à la difficulté à recruter  
> **pour le projet, pas de recrutement prévu au démarrage.***
- La tendance des bars à vins est renforcée par les médias classiques et les réseaux sociaux (influence de la France e.a.).*

# ANALYSE DE DÉVELOPPEMENT DANS LE SECTEUR DES BARS À VINS DANS LA RÉGION TOURNAISIENNE

## **2. Cible**

***Le cœur de cible se situe entre 35 et 65 ans (et plus).*** Il représente environ 2/3 des clients.  
*Et contrairement à ce que l'on pourrait croire, les femmes sont très présentes, à tel point que la clientèle est au final assez mixte. Celle-ci n'est d'ailleurs pas seulement constituée de grands connaisseurs de vin (20%) mais surtout d'amateurs (55%) et de néophytes (25%).*

- *Femmes et hommes de niveau social relativement aisé (employés, cadres, indépendants, chefs d'entreprise,...)*
- *Âges à conquérir : hommes et femmes, actifs, au-dessus de 30 ans*
- *Zone de chalandise : Tournai, Mouscron, Leuze et frontière française*

## **3. Attentes des consommateurs**

- *Clientèle à la recherche de convivialité, de conseils, de plaisirs et de découvertes dans un lieu cosy*  
***L'originalité est un plus***

# **PRÉ-TEST**

**Étude qualitative sur la perception  
et l'appréciation du projet.**

**B'COM**

**Mr Bernard Hubert - Consultant - 0475 81 71 91**

(Ancien directeur marketing de Kréfel et Delitraiteur)

# 1. Objectifs stratégiques

- Sur base de la définition de clusters répondant à des critères communs significatifs, organisation d'enquêtes et de discussions en face-to-face ou par téléphone.
- Chaque persona pourra être activé par des actions spécifiques répondant donc de manière plus ciblées à leurs critères propres.
- En plus du look and feel de notre établissement, des services et produits proposés, des actions efficaces pourront être développées. Et ce, tant en on line, qu'en off line, qu'en remarketing, qu'en présences in-situ, qu'en fidélisation...  
*(ex : une nouveauté produit sera plus mise en évidence et activées par rapport au(x) persona(s) plus susceptibles d'être intéressés par cette nouveauté.)*
- La clientèle existante et potentielle sera intégrée, client par client, dans un persona lui correspondant. Il est possible que certains clients changent de personas en fonction de l'évolution de leurs habitudes, attentes ou critères socio-démographiques.

## 2. Méthodologie

Nous avons privilégiés les questions ouvertes afin de générer des informations pertinentes, spontanées, et couvrant des idées ou des thèmes auxquels nous n'avons pas forcément pensé à l'avance.

De plus, nous sommes convaincus qu'une discussion crée un climat d'échanges et de sincérité bien plus utiles et complètes.

Une idée peut en générer une autre et l'échange optimise cette ouverture.

### **Échantillon : 43 personnes**

- > De 26 à 72 ans
- > 20 femmes / 23 hommes
- > 12 Alexandre
- > 10 Max
- > 10 Alix
- > 11 Sylvie

Dates : du 30 mars ou 7 avril 2023

Langue : 42 fr / 1 nl

### 3. Objectifs questionnaire

- Perception et qualification de l'offre actuelle dans la région de Tournai en terme de sorties, tavernes, bar, restaurants à thème...
- Présentation, dans les grandes lignes du projet (pas trop précis afin d'éviter toute projection et maintenir une objectivité maximale)
- Avis quant au :
  - > Produit (offre générique, principe, intérêt, forces et faiblesses, points d'amélioration et d'attention...)
  - > Prix (positionnement, concurrence,...)
  - > Place (lieu, local, look, tonalité...)
  - > Promotion (communication, publicité, actions...)
- Intention de fréquentation (oui/non, fréquence, quand... ?)

## 4. Personas > ALEXANDRE

### Faits

- 40 à 60 ans
- En couple
- Hédoniste
- Réussite sociale positive
- Sûr de lui
- Habitant et vivant dans un environnement assez cosy et luxueux

### Comportements

- Bien installé dans sa vie
- Les enfants s'envolent, il pense plus à lui, à se faire plaisir
- Il aime le beau, la qualité, la nouveauté sans que tout cela soit ostentatoire. Le bon goût avant tout.  
Surpris, il aime. Choqué, il n'aime pas
- Ses sorties sont en couple, mais aussi entre amis (collègues ou membre du club de sport...)

### Besoins, attentes et objectifs

- Déjà intéressé par l'univers du vin mais désirant mêler l'utile à l'agréable : développer ses connaissances dans un environnement cosy et spécialisé
- À la recherche de convivialité, de conseils, d'atmosphère cosy
- Alexandre vient dans notre établissement pour une visite de courte durée ou pour une soirée prolongée  
Il peut venir seul, en couple, ou avec des amis à qui il se fera un plaisir de partager sa passion croissante
- Notre établissement doit être comme chez lui, il doit s'y sentir à l'aise et retrouver ses codes de vie et ses valeurs
- Il aime être mis en évidence et chouchouté
- Il est sensible au côté presque VIP (être reconnu, soigné, conseillé mais respecté...)
- Ses goûts se portent sur des vins un peu hors norme. Le budget n'est pas un souci et il ne recherche pas le vin qu'il peut s'offrir tous les jours
- Il ne supporterait pas d'être conseillé par quelqu'un qui s'y connaît moins que lui. La légitimité du service est primordiale à ses yeux
- Il pourrait nous rendre visite sans objectif particulier mais avec la certitude qu'il passera un bon moment (un match de foot ou tennis sur écran, une soirée à thème, un quizz, une animation,...)

## 4. Personas > MAX

### Faits

- 25 à 40 ans
- En couple ou célibataire
- Student ou actif, il s'est envolé de chez ses parents
- Il habite dans son appartement ou sa première maison
- La famille se construit

### Comportements

- Il est au début de sa vie active
- Il n'est plus attiré par les endroits bruyants ou qui manquent de classe.
- Il apprécie les échanges entre amis, les expériences de vie, la convivialité cosy et rassurante
- Sa famille est importante mais il veut se réserver des moments à lui et pour lui

### Besoins, attentes et objectifs

- Il ne demande qu'à recevoir des conseils, à être étonné et convaincu
- Il aime les vins classiques mais ne serait pas contre de nouvelles origines ou appellations
- Il est en attente de soirée à thème pour pouvoir en parler ou les organiser chez lui à l'occasion
- il doit être respecté en tant que novice et être guidé. Donc considéré comme un débutant mais pas moqué comme un débutant
- Le rapport qualité/prix est important. L'étiquette et la réputation ne sont pas ses seuls critères

## 4. Personas > ALIX (M/F)

### Faits

- 25 à 45 ans
- Homme ou femme
- Célibataire
- Mid life active

### Comportements

- Il aime sortir mais dans le contrôle
- Il apprécie les bonnes choses et les plaisirs de la vie
- Pas spécialement regardant au niveau budget mais n'aime pas jeter l'argent par la fenêtre. Ce n'est pas un flambeur.
- Il aime être vu, aime partager, aime la chaleur de l'ambiance...

### Besoins, attentes et objectifs

- Alix sait que le vin n'est pas sa spécialité mais elle le/la fascine
- À la recherche d'un lieu référence qui pourra être le cadre de soirées diverses (date, dégustation, entre amis, après le ciné, après le boulot...)
- Il/elle a besoin d'être inclus(e) et accepté(e) dans un groupe composé de clients motivés par les mêmes attentes.
- Il/elle est ouvert(e) à des actions ou activités en groupe

## 4. Personas > SYLVIE

### Faits

- 40 à 70 ans
- Femme
- Célibataire ou en couple
- Elle habite dans un environnement relativement à l'aise

### Comportements

- Indépendante dans sa vie (c'est son caractère), apprécie les relations sociales, les nouvelles rencontres et le «vivre-ensemble»
- Elle aime sortir seule, avec son compagnon et surtout avec des amies
- Elle apprécie les relations sociales, les échanges, le lâcher-prise...
- Elle a un petit côté «fou-fou» mais dans le contrôle

### Besoins, attentes et objectifs

- Sylvie veut déconnecter (le lieu, l'ambiance, les thèmes, les produits, la musique... vont y contribuer)
- Elle veut passer un bon moment, si possible différent à chaque soirée dans notre établissement
- Elle veut être parfois surprise et étonnée. Par des accords, des nouveautés, des dégustations...
- Elle est ouverte à l'innovation. Tant au niveau produits, qu'activités ou thèmes
- Elle ne supporte pas la monotonie

## 5. Conclusions de nos enquêtes

### *5.1. L'offre actuelle à Tournai*

S'il y a bien une unanimité, c'est sur ce point-ci.

L'attente est immense. Tout aussi immense que le ressenti de manque par rapport à la vie nocturne et pré-nocturne à Tournai.

Les personnes interrogées aiment la ville de Tournai, leur ville mais regrettent énormément le manque d'activités, d'animations, d'ambiance et les plus anciens se rappellent avec nostalgie la vie animée qui existait dans leur ville.

Point d'attention : notre projet peut contribuer à ce renouveau.

L'attente est un gage d'intérêt pour une cible tout acquise à notre cause.

Mais idéalement, notre projet doit s'inscrire dans un élan plus large qui, à terme, redonnera des couleurs à la vie tournaisienne.

En termes de concurrence, nous avons la chance de nous lancer dans un environnement quasi vierge. Les établissements qui ont fait l'objet d'initiatives assez récemment étaient voués à l'échec d'après les avis reçus et nous rassurent car notre concept est différent (bruyants, sans âme, «Jupiler», pas de thèmes, pas de concept...)

## **5.2. Produit**

Le thème du «vin» est porteur.

3 personnes interrogées ne sont pas spécialement amateurs mais prennent du plaisir à boire un verre de vin. Ces 3 personnes nous incitent à ne pas oublier les clients qui ne seraient pas buveurs de vin mais qui en accompagneraient en soirée. Il est important de pouvoir les satisfaire. Toutefois, il ne faut pas dénaturer notre idée de base en proposant du Pepsi ou de la pils présentés de manière trop évidente et ce, au détriment du breuvage vedette. L'idée de : «Nous avons essayé mais en vain!» nous permettrait de présenter les produits proposés ne faisant pas partie des vins.

Les personnes interrogées se subdivisent mais ont un point commun clef : l'attente d'être surpris, conseillés et étonnés. Et ce, que le client soit connaisseur ou pas.

Il est primordial que notre offre soit bien étudiée, revue régulièrement, avec des nouveautés et présenté avec beaucoup de légitimité et de crédibilité.

Pas question de laisser un étudiant non initié présenter et conseiller nos vins.

L'association vin + «nourriture» présente un intérêt évident. La nourriture serait plutôt l'accompagnement du vin et pas l'inverse. Par origine, appellation, cépage... un accompagnement bien étudié est une idée à creuser ou à conserver.

À noter que la possibilité d'acheter une ou plusieurs bouteilles d'un vin dégusté, découvert et apprécié, a été soulevée par plusieurs personnes interrogées.

Des vins disponibles en grandes surfaces ne peuvent être présents.

Découverte avant tout.

Un Chablis, oui, mais d'un vignoble moins connu (AOC Irancy p.e.).

### **5.3. Prix**

Les personnes interrogées se doutent bien que les prix dépendront des vins.

La question s'est posée parfois de savoir si les vins seront vendus au verre, au centimètre, au pichet ou à la bouteille. Les avis quant aux prix varient en fonction des personas.

Il ressort très clairement que les vins proposés doivent aller du vin accessible à la bouteille plus haut de gamme. Une classification des prix est peut-être à réfléchir : le meilleur rapport qualité/prix, le plaisir de tous les jours / la grande occasion / la découverte...

Quid d'un prix original ?

- Une bouteille et accompagnement nourriture pour les 4 personnes de la table ?
- Verre + planche accompagnement

## **5.4. Place**

### **Le mot clef est : convivialité chaleureuse.**

Se sentir bien, dans un environnement amical et sans chichis.

Pas trop de bruit mais une ambiance agréable pas oppressante.

Musique présente mais pas envahissante.

Matériaux nobles et chauds.

Des tables de tailles différentes, des endroits plus calmes, une certaine intimité plutôt qu'une proximité dérangementante.

Détails qui n'en sont pas : verres à la hauteur des étiquettes, fromages servis sur planches, aménagements sous la forme de clin d'yeux, originalité liée au concept...

Bref : «consumer experience». On doit se souvenir de la soirée, du moment passé... pour que l'on en parle et qu'on revienne.

## **5.5. Promotion**

Se sentir comme chez soi s'approche fort de l'idée de «membership». Être reconnu, faire partie du cercle voire de la famille, être chouchouté... La lassitude est le plus grand ennemi.

Notre concept devra donc être évolutif (idées qui ressortent) :

- Cartes de vins et des accompagnements
- Soirée à thème
- Soirée conférence
- Soirée avec œnologue
- Soirée avec concert intimiste

Besoin de créer une communauté via les réseaux sociaux, des e-mails différents par personas...

Quid d'activités hors bar à vins ?

Exemple : Visite de cave ? Présentation œnologue ?

La tonalité doit rester intimiste. Comme si c'était un lieu qui se mérite, un peu exclusif. Pas de publicités tapageuses tous publics. Plutôt de l'information ciblée et pertinente. Le bouche à oreilles fera le reste.

## ***5.6. Intention de fréquentation***

Les intentions de visite déclaratives sont proches de 100%.

Les seuls freins viennent des non amateurs de vins mais dans le cadre d'une soirée en groupe, ils disparaissent naturellement.

L'attrait de la nouveauté, la réponse à une attente évidente génèrent la curiosité et l'envie.

C'est une superbe opportunité mais il ne faudra pas décevoir.

En effet, le public cible est en demande mais doit être convaincu.

Pas question donc de se lancer quand tout n'est pas finalisé.

## **5.7. Conclusions**

Ces discussions ont été énergivores mais riches en enseignements et idées.

Nous sommes encore plus convaincus de la pérennité de notre concept.

Mais ramenés sur terre par rapport au fait que ce concept doit évoluer avec le temps.

Il ne suffira pas de paraître ;-).

La surprise et la satisfaction doivent être des éléments qui se construisent aussi avec le temps.

Nous devons être à l'écoute de nos clients, de leurs centres d'intérêts et leur apporter le plus délicatement possible la solution qui répondra à leurs critères.

Les 4 piliers du marketing qui ont été analysés et abordés lors de cette phase pratique d'enquêtes ne doivent pas être perdus de vue.

# NOTES D'INTENTIONS SUR L'OUVERTURE D'UN BAR À VINS À TOURNAI

- + Dynamique de projet / motivations / sociabilité
- + Pas de vrai bar à vins à Tournai
- + Cuisine/service : Dominique Coulon & compagne (aide après 18 h)
- + Cours d'œnologie depuis la rentrée 2022 (IEPS Mouscron)
- + Investissements réduits (pas de personnel et matériel Horeca de base/occasion )
- + Collaboration avec des personnes référentes
  - > Pascale Guillier (Cave Saint-Jacques) - *CV page conseillers*
  - > Fabien Radet (Cave Saint-Jacques) - *CV page conseillers*
  - > Philippe Blangenois (Aime le Vin) - *CV page conseillers*
- + Ouvert 3 soirs/semaine (jeudi soir/vendredi soir/samedi soir)
- + Peu de coûts de communication (sauf site web et impressions)
- + Expérience dans l'horeca ( Secret de Polichinelle à Tournai 2004 > 2012 )
- + Lieu contemporain/cosy/chaleureux/confortable
- + Faire en sorte de devenir un lieu incontournable

# ANALYSE SWOT

## Forces

- Pas ou peu de concurrence à Tournai
- Une gamme de vins pour tous les budgets
- Une atmosphère unique, chaleureuse et conviviale
- Proposer d'autres types de boissons (alcool ou non)
- Passion du vin et de la cuisine
- Coursus (Mouscron) œnologie
- Expérience passée dans l'horeca
- Partenaires référents (Cave St-Jacques, Aime le Vin)
- Stock vins «gratuit» (Cave St-Jacques)
- Charge salariale faible
- Expertise en communication
- 

## Opportunités

- Pas de bar à vins à Tournai
- Maîtrise du marché local
- Offre originale (vin + nourriture)
- Offres extra (events, présentation vigneron, ...)
- Découvertes d'appellations moins connues
- Nouveaux partenaires en local
- 

## Faiblesses

- Peu d'expérience dans l'univers vinicole
- Ouvert 3 soirs/semaines
- Ville peu attractive en matière d'horeca
- Pas de personnel
- Peu de boissons non alcoolisées
- 

## Menaces

- Arrivée d'un concurrent avec une meilleure offre
- Risque de mauvais avis sur le web au démarrage
- Personne ivre avec conséquences néfastes
- Bar trop bruyant (voix)
- Lieu excentré (si choix Place Gabriel Petit)
- Diminution globale de la consommation de vin en Europe
-

# BUSINESS MODEL CANVAS

<p><b>Key partners</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cave Saint-Jacques - <i>Pascale Guillier</i> - <i>Fabien Radet</i></li> <li>• Aime le Vin - <i>Philippe Blangenois</i></li> <li>• LL Fiduciaire (compta) - <i>Alexandre Laga</i></li> <li>• Fastocom (copywriting) - <i>Fabrice Storti</i></li> <li>• Vistalaro (digital) - <i>Antoine d'Aspremont</i></li> <li>• So (céramiste) - <i>Sophie Georis</i></li> <li>• EntreprendreWapi - <i>Sébastien Beel</i></li> <li>• Wapshub - <i>Louise Gabriels</i></li> </ul>	<p><b>Key activities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuisine simple et qualitative</li> <li>• Vente et conseils vins</li> <li>• Vente à emporter (prix caviste)</li> </ul>	<p><b>Value propositions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un bar à vins original avec une offre large de vins et de restauration (cuisine du monde).</li> <li>• Une demande latente de vrai bar à vins</li> <li>• Produits qualitatifs (planches) et cuisine home made</li> <li>• Aucune concurrence directe dans la ville</li> <li>• Offre à large spectre (budget tout public)</li> <li>• Ambiance cosy, décoration originale et confort d'assise</li> </ul>	<p><b>Customer relationships</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseaux sociaux (FB, Insta)</li> <li>• Newsletters</li> <li>• Events</li> </ul>	<p><b>Customer segments</b></p> <p>Groupe-cible : 35 &gt; 70 ans</p> <p>Personas : voir PRÉ-TEST, point 4</p>
<p><b>Cost structure</b></p> <p>Voir «LES CHIFFRES» en fin de dossier</p>		<p><b>Revenue streams</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marge sur vente de vins : sur place (droit de bouchon) et prix caviste à emporter</li> <li>• Min. 30 clients par soirée (3 par semaine)</li> <li>• CA min de 13.000€ ttc/mois</li> </ul>		

## Channels

Image de marque directement identifiable et un concept cohérent

- Teasing avant ouverture
- Réseaux sociaux (FB, Insta)
- Newsletters
- Bouche à oreille
- Reportages
- Partenaires

# LES CONSEILLERS / FOURNISSEURS

*La Cave St-Jacques*

**PASCALE GUILLIER**

Cave Saint-Jacques - Tournai



Gérante de la Cave Saint-Jacques

Elle est également créatrice et gérante de la Cave Touquettoise au Touquet Paris-Plage depuis 1999 et de la Cave de Wimereux depuis 2020. Elle a conçu la gamme de bière «La Touquettoise».

Pascale est pour la délégation belge, membre du jury international vins du Concours Mondial de Bruxelles depuis 2009.

En 2014, elle devient présidente du jury et est élue Benchmark's Taster en 2016 par le Concours Mondial.

Formation CIVB, BIVB & Université du Vin de Suze la Rousse.  
Formatrice vin pour l'organisme wallon agréé «Horeca Formation» depuis 2004.

Elle crée l'École du Vin de La Cave Saint-Jacques en 2004 et anime les modules de formation «Aptitude à la dégustation».

*La Cave St-Jacques*

**FABIEN RADET**

Cave Saint-Jacques - Tournai



Co-gérant de la Cave Saint-Jacques

Formations 1 & 2 au CIVB (Comité interprofessionnel des Vins de Bordeaux).  
Connaissance et géologie Bourguignonne (Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne).  
Connaissances approfondies des Vins de la Vallée du Rhône (Université du Vin de Suze la Rousse).

Originaire de Champagne, il est formateur whisky et vin pour l'organisme wallon agréé «Horeca Formation» depuis 2010.

À l'origine de l'espace Whiskies de la Cave Saint-Jacques, élue meilleure boutique whisky de Belgique en 2013.

Fondateur du club Whisky «Malt Attitude» élu en 2014 meilleur club whisky de Belgique.  
Juge international pour le Concours Mondial des Spiritueux de Bruxelles, le «Spirits Select» depuis 2019.

Organisateur et créateur depuis 2014 du «Whiskies, Rhums & Spirits Days» de Tournai



**PHILIPPE BLANGENOIS**

Aime Le Vin - Chercq (Tournai)



Fondateur/gérant de Aime Le Vin

Formateur Expert Sommellerie-Œnologie (IEPS Mouscron)  
Formateur Centre d'excellence des Métiers de L'Hôtellerie  
Formateur pour Colruyt Group Academy

Animations œnologiques, professeur à IEPS Mouscron  
Animations œnologiques à Aime le Vin  
Séminaires à thématiques sur le vin pour entreprises

Participation aux Concours des Vignerons Indépendants en qualité de dégustateur et président de table depuis 2014

Consultant pour l'HoReCa

LE NOM



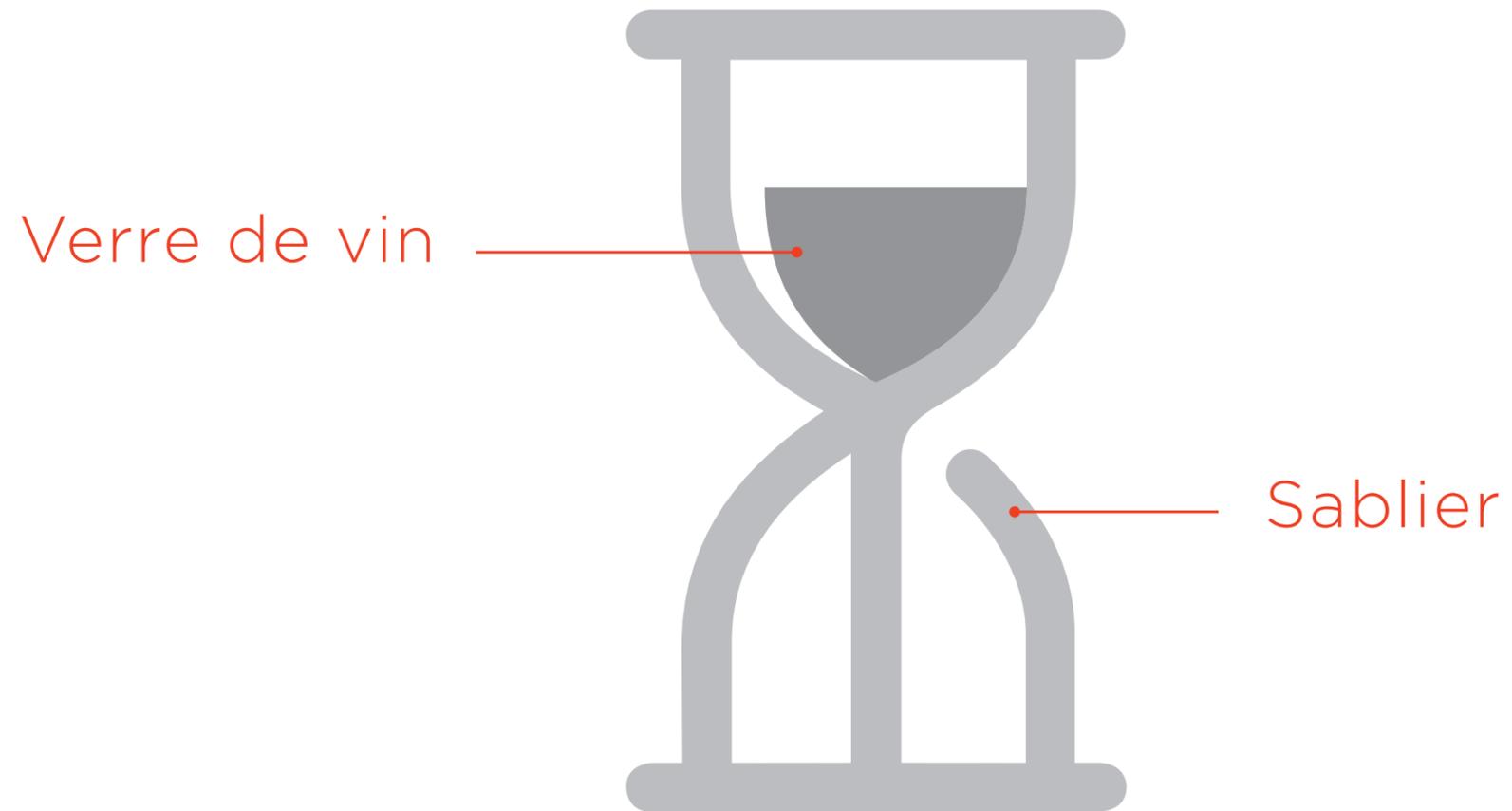
# 18 HEURES VINS

- + Référence immédiate à l'univers du vin
- + Originalité dans le nom
- + On n'oublie pas l'heure d'ouverture
- + Facile à lire
- + Facile à retenir

Il existe un bar à La Hulpe près de Bruxelles qui porte le nom «Vingt heures vins» et qui pourrait prêter à confusion mais dont le concept est différent et n'associe pas l'heure à leur communication.

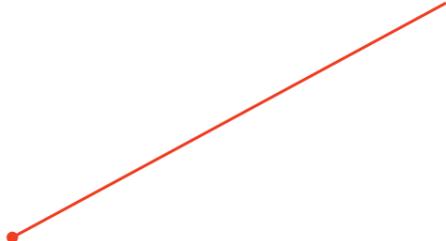
# IDENTITÉ GRAPHIQUE

## Le pictogramme



La typographie

Mélange de capitales et de minuscules



18 HEURES VINS

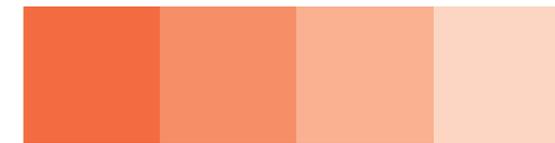
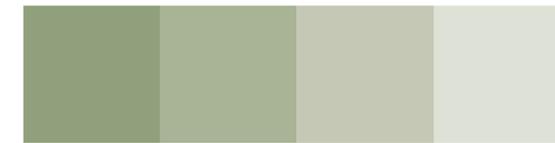
IDENTITÉ GRAPHIQUE



18 HEURES VINS

# IDENTITÉ GRAPHIQUE

## Codes couleurs/teintes





18 HEURES VINS

# IDENTITÉ GRAPHIQUE

Le logo + baseline



# 18 HEURES VINS

Un bar du meilleur tonneau.

ENSEIGNE (exemple)



# MOOD BOARD AMBIANCE (exemples)



## SURFACE COMMERCIALE À DÉNICHER

Si le projet se concrétise sur Tournai, les recherches se dirigeront plutôt vers un bâtiment de caractère (la ville regorge de maisons de charme, en intra-muros). Néanmoins, des espaces plus neutres pourront s'adapter à l'esprit cosy que nous désirons mettre en place.

Pour exemple, quand le restaurant Secret de Polichinelle s'est installé rue de Pont à Tournai en 2004, l'intérieur était peu attractif, sombre mais nous avons donné un cachet plus chaleureux par la déco, les couleurs, les bougies (le soir) et le charme désuet de l'ameublement style brocante.

La présence d'une (petite) terrasse est un plus mais ne sera pas mis en exergue les premiers mois pour une question d'organisation. De plus, à partir d'octobre, on se dirige vers des températures moins clémentes (pour rappel, nous serons ouverts le soir uniquement).

# PROPOSITION D'ESPACE

Location : Place Gabriel Petit - Tournai



## INFOS GÉNÉRALES

**Loyer : 890€/mois**

Agence Henro Immo Tournai

Frais : 242€ (quote-part dans la réalisation de l'état des lieux)

Surface commerciale : 59 m<sup>2</sup>

Espaces de stockage : 5 m<sup>2</sup> au sol

Sas avant WC : 1,4 m<sup>2</sup>

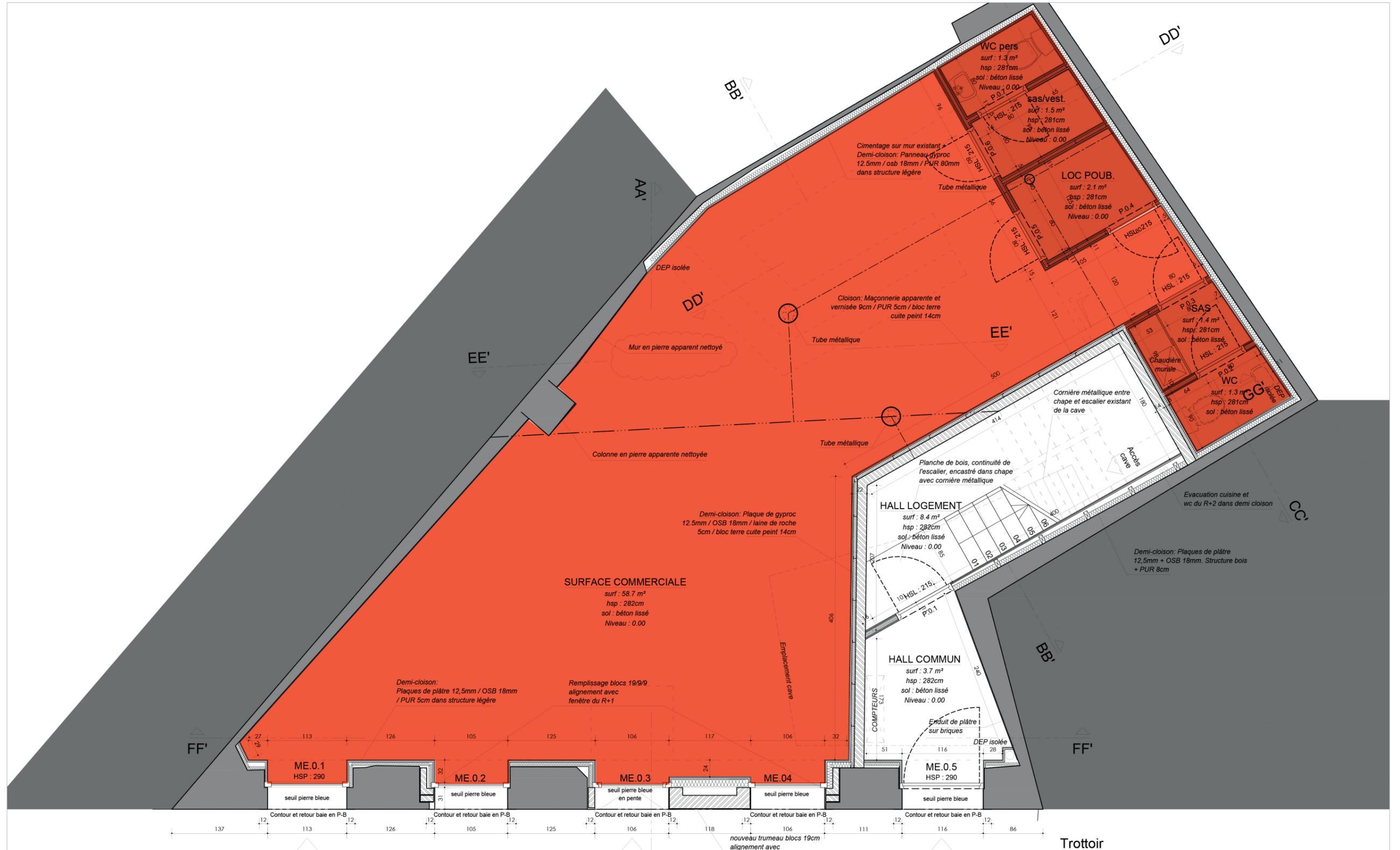
WC avec lave-mains : 1,3 m<sup>2</sup>

État général : neuf

Châssis : alu double vitrage

Chauffage gaz : chauffage par le sol

# PLAN ARCHITECTE



# SIMULATION FAÇADE



# SURFACE INTÉRIEURE



# AMEUBLEMENTS

## Base 22 places (11 tables)

*Les tables pourront facilement s'adapter selon les groupes*

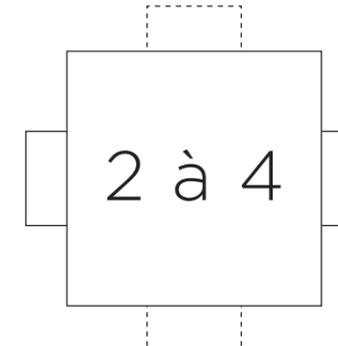
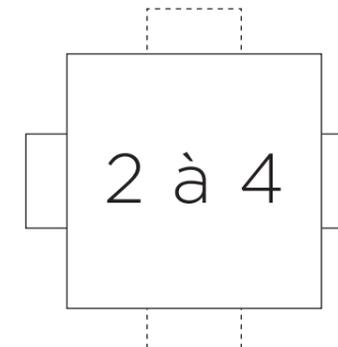
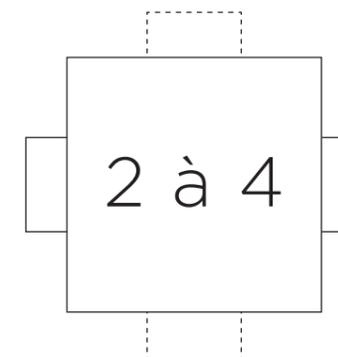
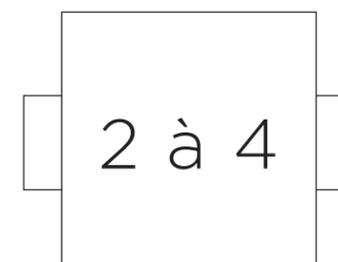
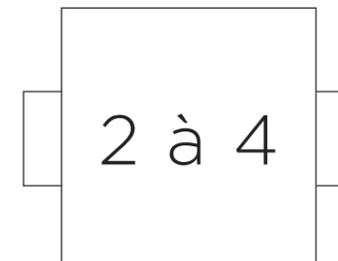
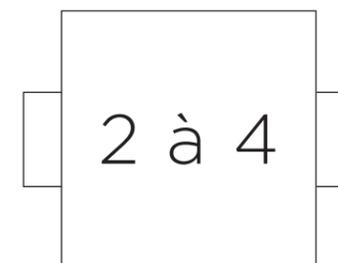
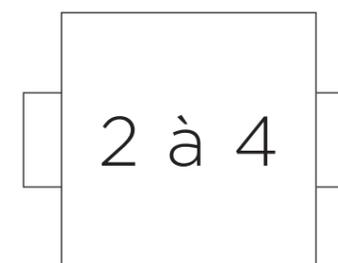
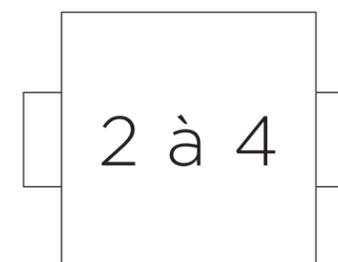
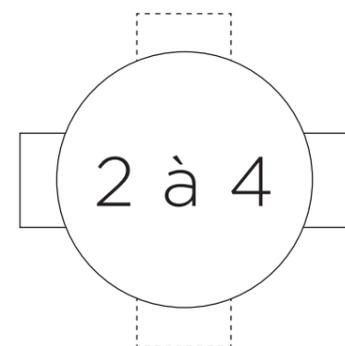
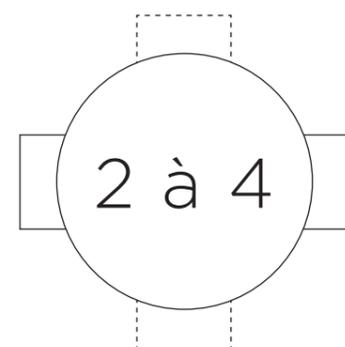
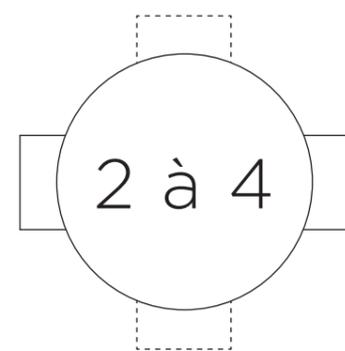
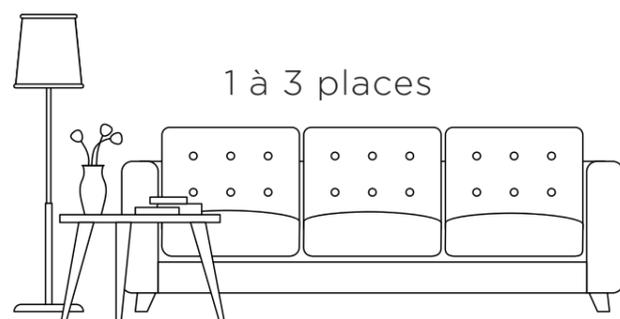
Hauteur table standard : 75 cm  
Assise chaise standard : 45 cm



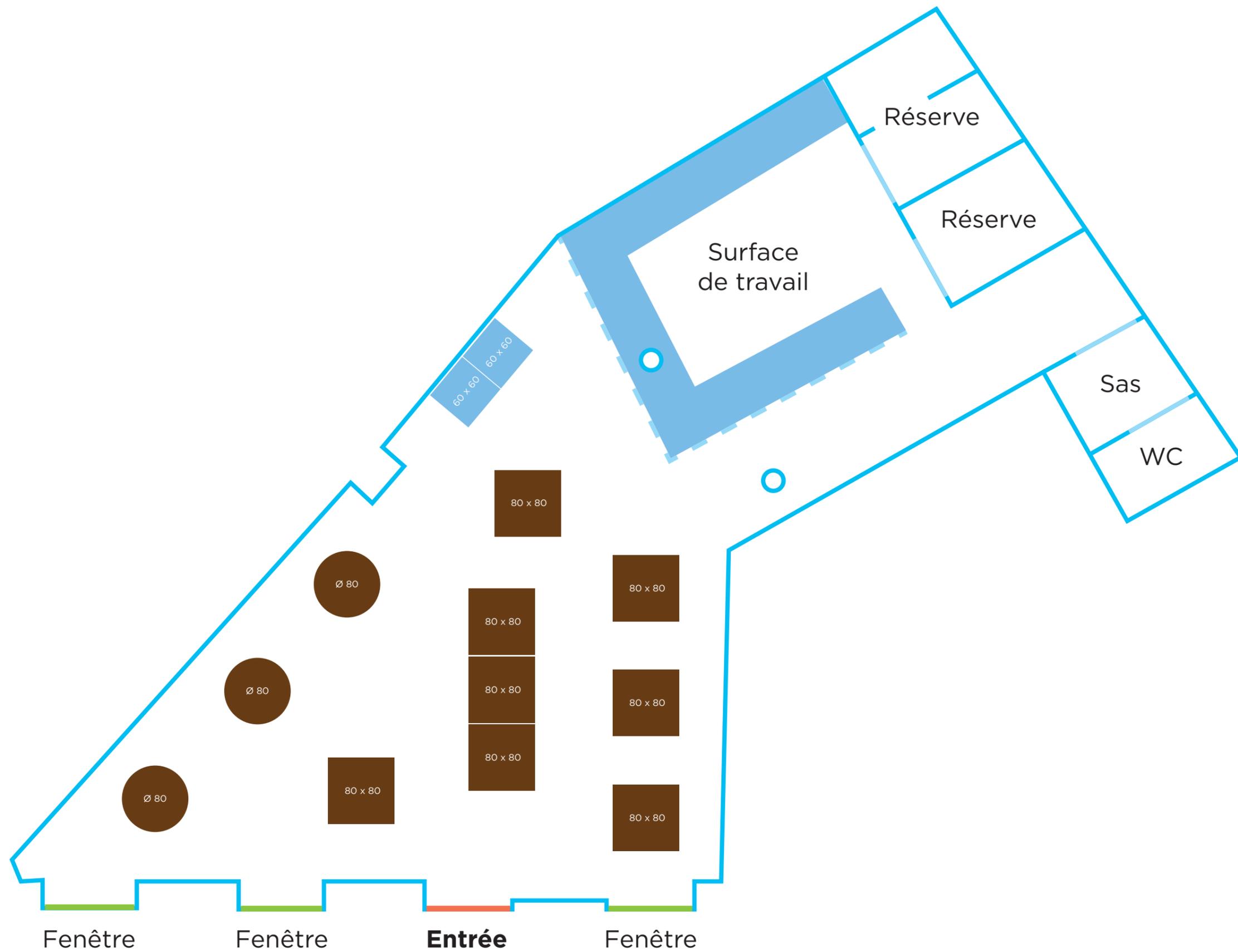
Hauteur table 1/2 haute : 95 cm  
Assise 1/2 tabouret : 65 cm



Fauteuil ou canapé en option  
en fonction de l'espace



# EMPLACEMENTS



# DERNIÈRE MINUTE

Rue Saint-Martin 11 (ancien Henry's Coffee) - à moins de 20 mètres de la Grand-Place de Tournai



Projet teasing avant ouverture



Projet vitrine ouverture

**Loyer : +/- 1.000€/mois (à discuter)**

En direct avec la propriétaire (intéressée par le projet)

Surface commerciale : +/- 80 m<sup>2</sup>

Espaces de stockage : arrière-cuisine + 2 caves

1 WC

1 petite terrasse à l'arrière

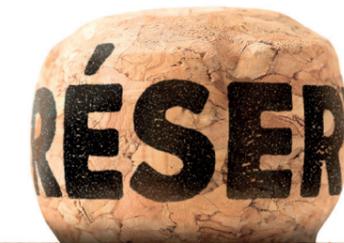
Libre de suite

# TABLES (AVEC SYSTÈME DE RÉSERVATION)

Chaque table aura son bouchon



Vue dessus



Plan coupe

# CHAISES (exemples)

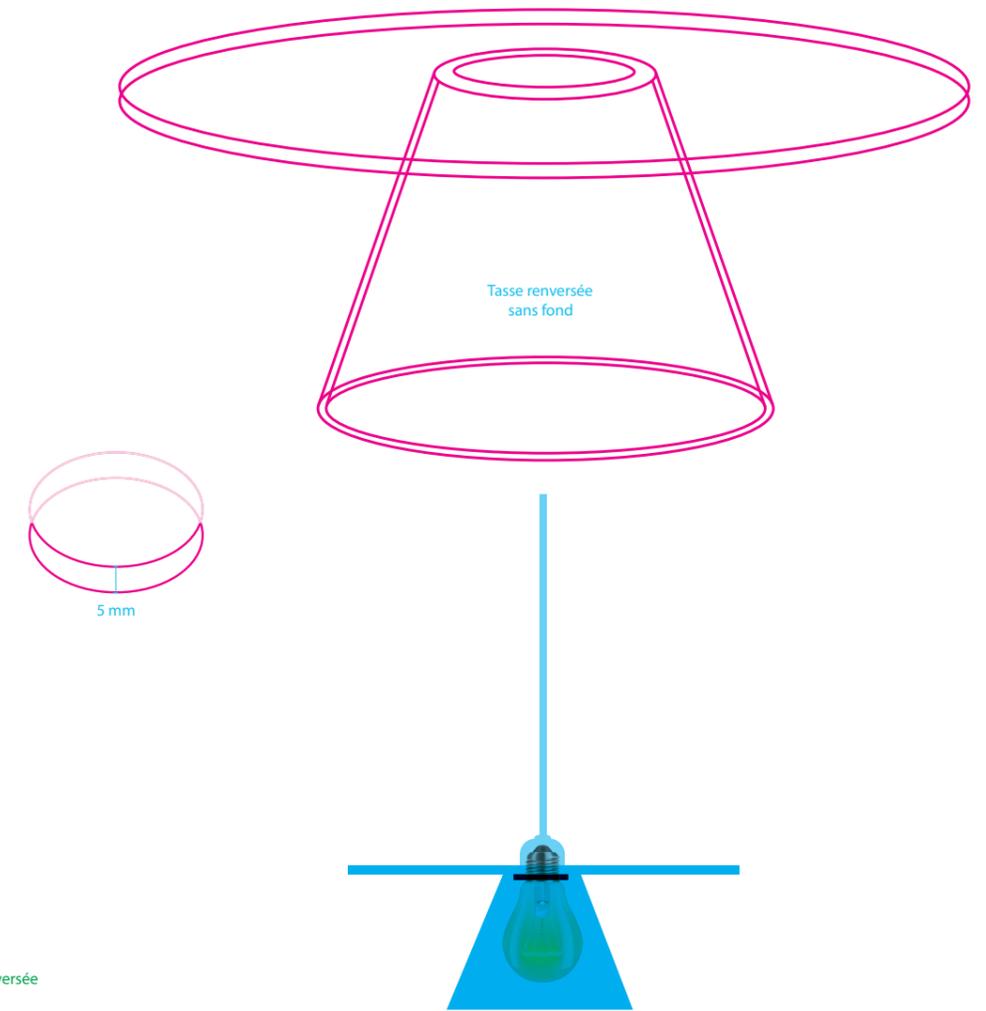
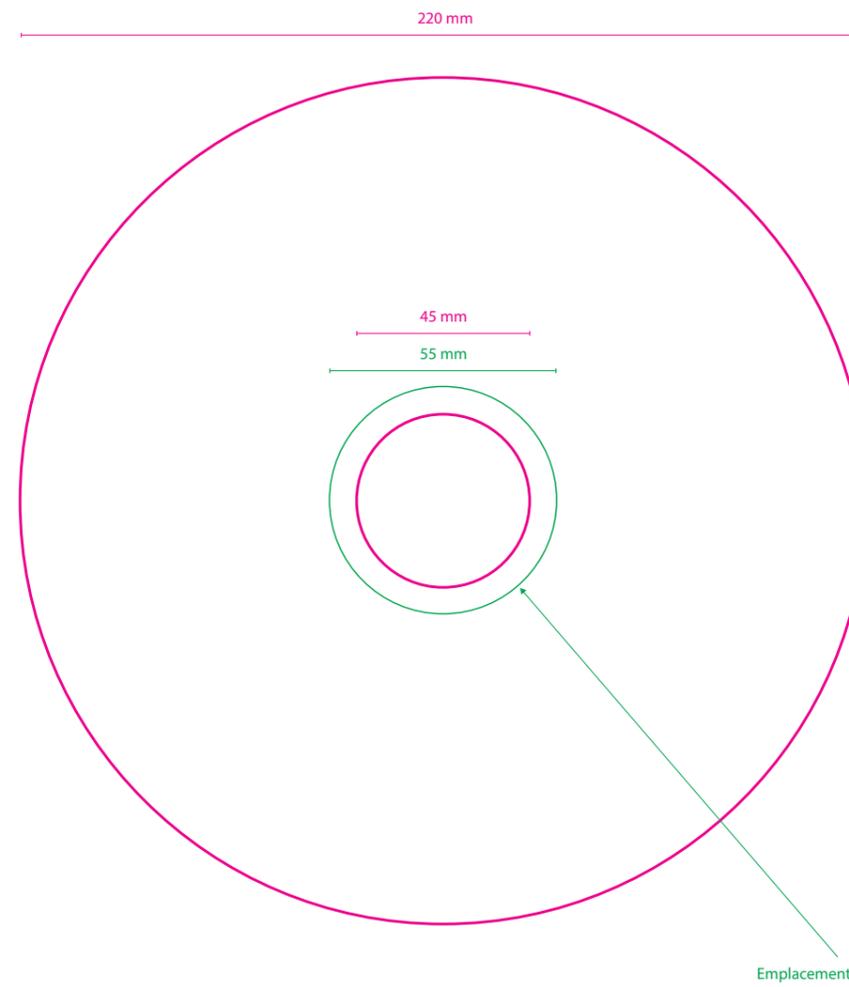
Les tabourets/  
chaises doivent être  
confortables  
et avoir un dossier



# LES LUMINAIRES (exemples)



# SUSPENSION (création)



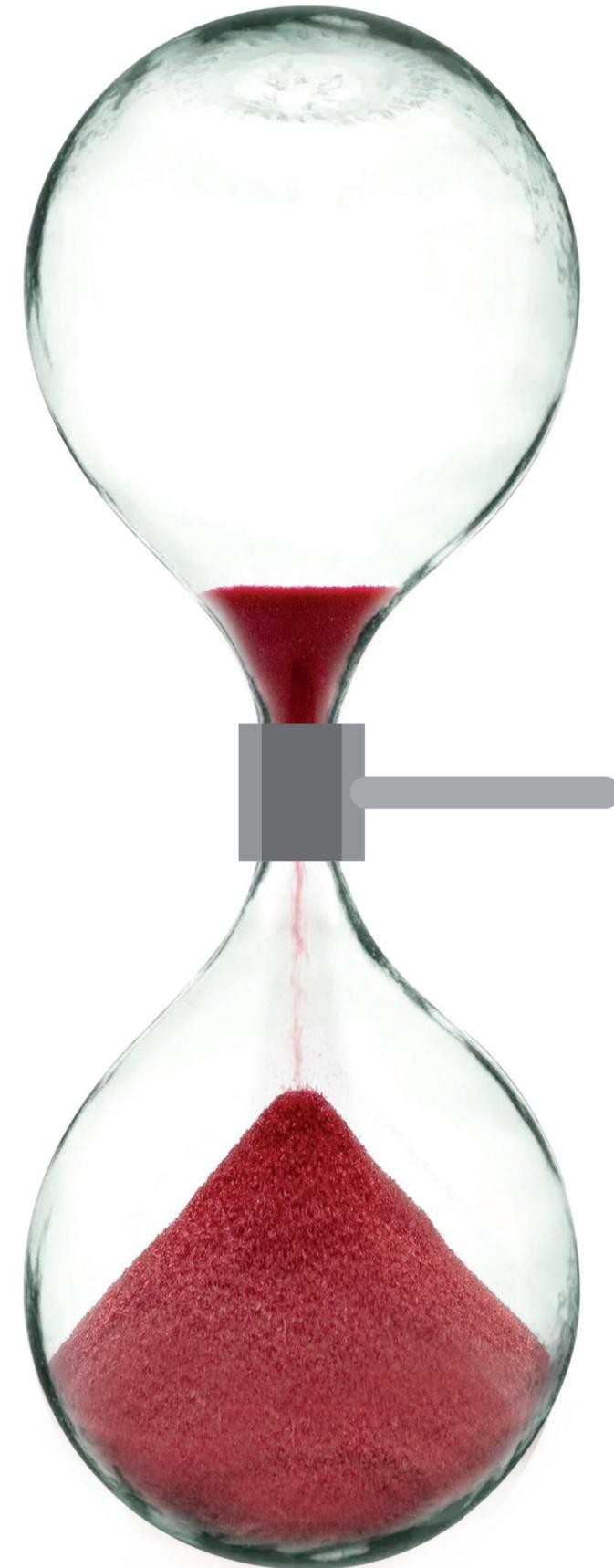
Réalisé par Sophie Georis, céramiste à Linkebeek

## DÉCORATION - Grand sablier

Il sera placé à l'entrée et sera retourné chaque soir à 18h20.

**Le temps d'écoulement sera de +/- 7 heures, c-à-d jusqu'à la fermeture.**

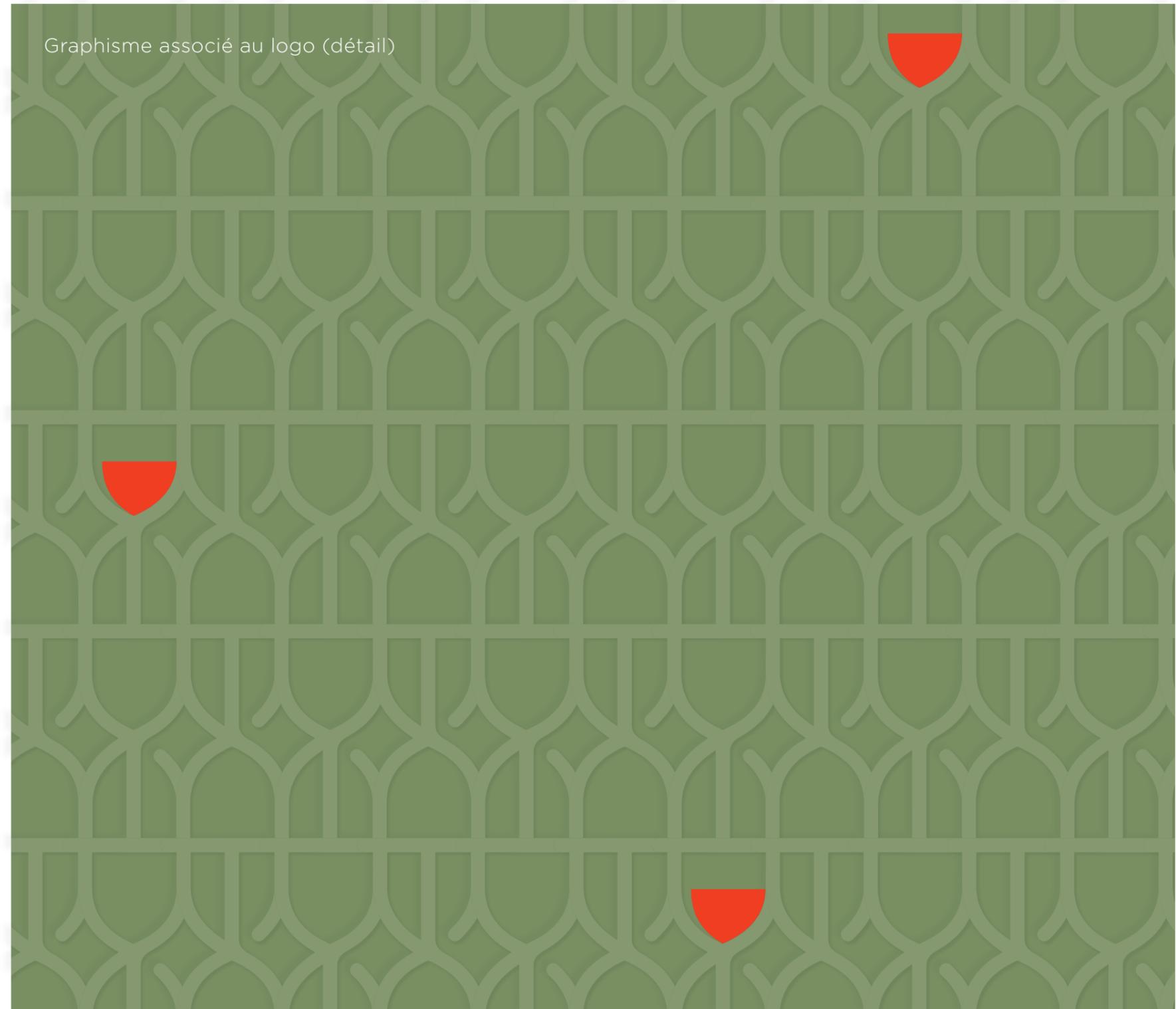
*Fabriquer un vrai sablier avec une grande contenance est compliqué et surtout très cher. L'idée est donc d'utiliser 2 dames-jeanne qui seront soudées par un verrier et consolidées par une pièce métallique qui permettra de faire pivoter l'ensemble. La quantité de sable sera calculée pour correspondre à au moins 7 heures d'écoulement.*



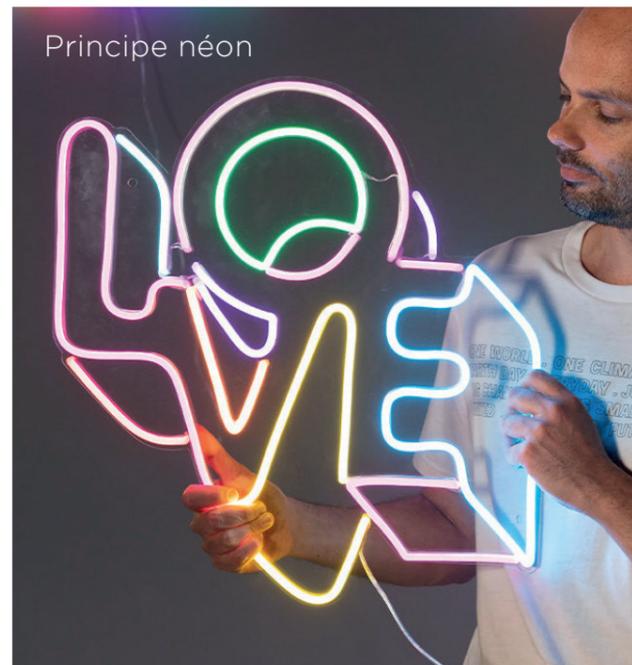
# DÉCORATION - Papier-peint (seulement sur 1 pan de mur)



Déco restaurant Cyril Lignac



# DÉCORATION - Logo néon



# DÉCORATION - Fuseaux horaires sur les heures «vins»



Londres



Tokyo



Moscou



New York



Calcutta



Sidney

# LES VERRES À VINS



En se vidant, le verre fait référence au sablier.



# LA VAISSELLE



Sophie Georis  
CÉRAMISTE

# LES VÊTEMENTS

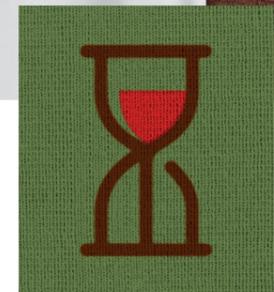
Salopette



T-shirt



Étiquette



Tablier long



Tablier court

# LA CARTE - Cover



Embossage du logo  
(Le Braque - Lille)



Couverture en cuir souple

# LA CARTE - Pages boissons 1

Chaque mois, une sélection de 10 vins sera proposée à la carte.

Ces vins seront choisis sur base des recommandations de nos partenaires (Cave St-Jacques & Aime le Vin).

Papier quadrillé

		Le verre (14 cl)	La bt (75 cl)
 <b>Les Divins du Mois</b> ..... <b>NOTRE SÉLECTION COUPS DE CŒUR</b>			
<b>BLANC</b>		Le verre (14 cl)	La bt (75 cl)
<hr/>			
Muscadet Sèvre et Maine AOP			
<b>LES DONELIÈRES</b>			
<i>Vin blanc frais, arôme d'agrumes avec des notes de pomme verte.</i>	0,0€	0,0€	
Caessi custruptatia es aliquas			
<b>PARUM QUIANIENT</b>			
<i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€	0,0€	
Caessi custruptatia es aliquas			
<b>PARUM QUIANIENT</b>			
<i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€	0,0€	
<hr/>			
<b>ROSÉ</b>			
Caessi custruptatia es aliquas			
<b>PARUM QUIANIENT</b>			
<i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€	0,0€	
Caessi custruptatia es aliquas			
<b>PARUM QUIANIENT</b>			
<i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€	0,0€	
<p>Nos prix sont nets, taxes et service compris. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.</p> <p>The prices indicated include taxes and service. Alcohol is dangerous for your health. Please consume in moderation.</p>			

# LA CARTE - Pages boissons 2 & +

Au cas où le client désire un vin (ou un champagne) autre que les références du mois, une sélection plus pérène sera également présentée (liste non exhaustive). Ces vins ne pourront être vendus qu'à la bouteille (prix caviste à emporter ou prix avec un droit de bouchon de **00%** si consommation sur place). Seront présents également quelques spiritueux (toujours issus du raisin).

NOTRE CAVE À VINS (12°)			NOTRE CAVE À VINS (12°)		
	La bt (75 cl)			La bt (75 cl)	
<b>BLANC</b>			<b>ROUGE</b>		
Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter	Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter
Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter	Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter
Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter	Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter
Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter	Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter
<b>ROSÉ</b>			<b>CHAMPAGNE</b>		
Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter	Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter
Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter	Caessi custruptatia es aliquas <b>PARUM QUIANIENT</b> <i>Bissitium Iciae res ne volent ditioire velibus saniatur simpersperi omnia voluptur.</i>	0,0€ Sur place	0,0€ À emporter

## LA CARTE - Pages boissons alternatives

Pour permettre aux clients de consommer d'autres boissons (pour ne pas créer un frein pour un groupe où p.e. une personne ne boit pas d'alcool ou n'aime pas le vin -oui ça existe ;-), une petite carte proposera des boissons alcoolisées et non-alcoolisées :

- Bières spéciales (choix limité)
- Jus de fruits (dont jus de raisins)
- Eaux plates & pétillantes
- Sodas (choix limité)
- Sirops
- ...

Néanmoins nous n'insisterons pas trop pour la communication de cette alternative.

### ADDENDUM

Même si la loi belge n'a pas adopté le principe de la carafe d'eau obligatoire, nous pensons que la présence (sur demande) d'une bouteille d'eau (de ville mais filtrée) est un plus.

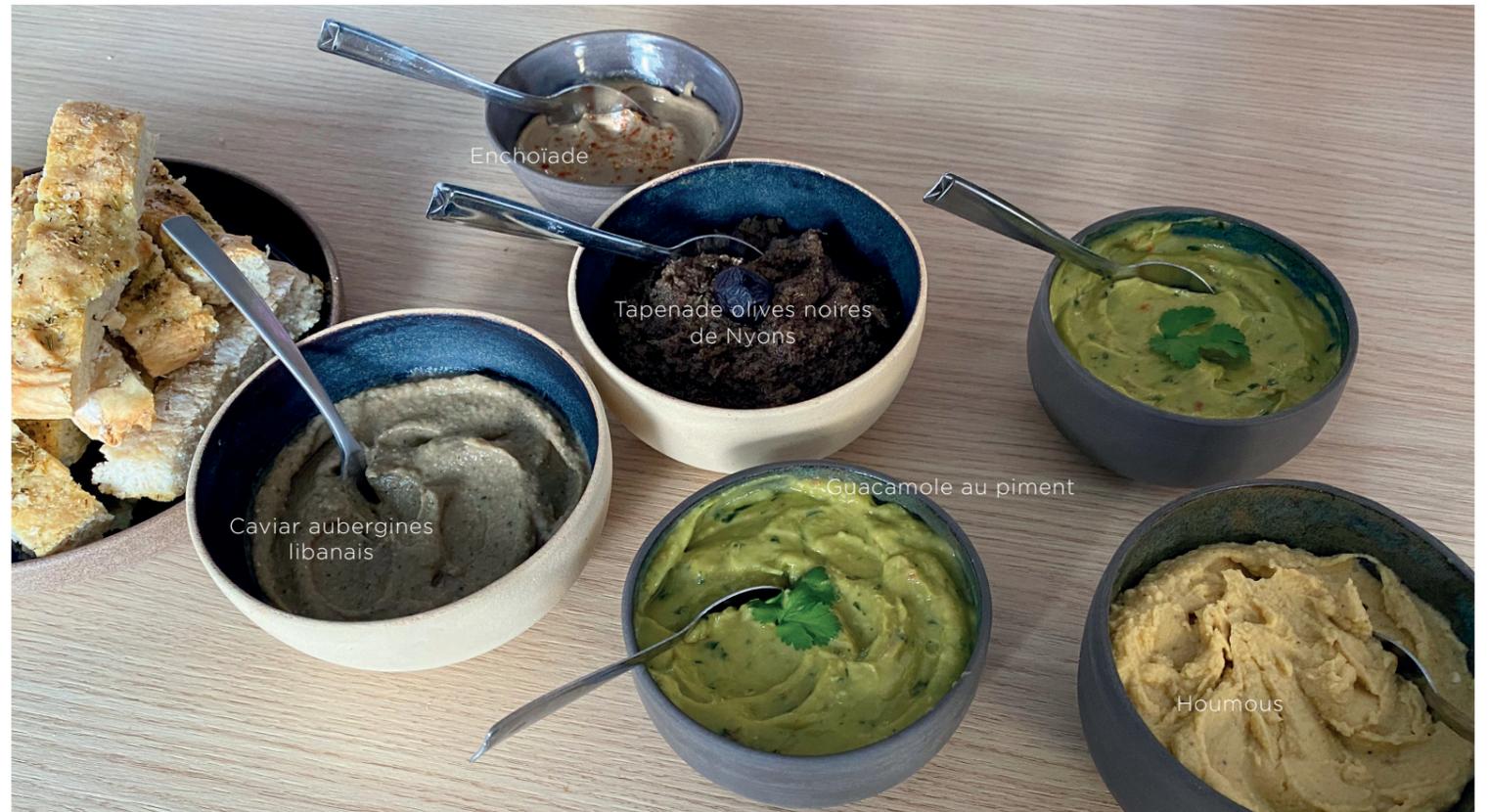
# RESTAURATION - Exemples plats salés



Focaccia



Pissaladière



Enchoïade

Tapenade olives noires de Nyons

Guacamole au piment

Caviar aubergines libanais

Houmous



Pain à l'ancienne



Naan



Pâtes fraîches



Aubergines à la Parmigiana



Fromages



Satay de poulet coco, sauce cacahuètes



Fritons de porc

Pâté au foie gras

Beudin noir de campagne

Jambon de l'Aveyron, 9 mois d'affinage

Rillettes d'oie mi-cuites

Planches

Exemple planche Maison Marlas à Cahors



Ravioli fourrés



Terrines



Soufflé

# RESTAURATION - Exemples desserts



Pasteis de nata



Chouquettes  
à la crème pâtissière



Riz au lait  
à la vanille Bourbon



Mousse au chocolat,  
cardamome  
et sel de Guérande



Pudding



Far breton



Flan vanille de Madagascar et caramel



Florentins au chocolat noir



Tartes aux fruits de saison



Madeleines



Cantucci toscani

# RESTAURATION - Cachet chocolat pour les desserts



Tampon en laiton Ø25 mm



Site web : [18heuresvins.be](http://18heuresvins.be) (réservé)



# FACEBOOK/INSTA

The image shows a desktop browser view of the Facebook profile for '18heuresvins.tournai'. At the top, there is a green banner with a central image of an hourglass containing red wine. The text on the banner reads: 'Nous prenons notre temps pour être à l'heure.' and 'OUVERTURE PRÉVUE LE JEUDI 21 SEPTEMBRE 2023'. Below the banner is the profile picture, which is a circular logo featuring an hourglass with red wine. The profile name is '18heures vins - Tournai', with the handle '@18heuresvins.tournai' and '5 20 avis'. A blue button labeled 'Envoyer un message' is visible. Below the profile information, there are navigation tabs: 'Accueil', 'À propos', 'Évènements', 'Photos', and 'Plus'. A 'J'aime déjà' button is also present. The 'À propos' section is expanded, showing a 'Créer une publication' button and options for 'Photo/vidéo', 'Je suis là', and 'Identifier des amis'. A post from '18heuresvins.tournai' is partially visible at the bottom, stating '18heuresvins.tournai est à Tournai'.

The image shows a mobile phone view of the Instagram profile for '18heuresvins.tournai'. The time is 08:24 and the signal is 4G. The profile name is '18heuresvins.tournai' with a plus icon and a menu icon. Below the name, it says 'Tableau de bord professionnel' and 'Des outils et des ressources exclusifs aux entreprises.' The profile picture is the same hourglass logo as seen in the Facebook view. The statistics show 19 Publications, 74 Abonnés, and 11 Abonnements. The bio includes '18 heures vins', 'Bar à vins', 'www.18heuresvins.be', and 'Rue du jour 1, Tournai'. There are buttons for 'Modifier profil', 'Outils publicitaires', 'Statistiques', 'Contacter', and 'Ajouter boutique'. Below the bio, there is a 'Stories à la une' section. The main content area shows a grid of six images: a wine bottle, a wine glass, a sign for 'MONTEBELL', a wine tasting event, a building, and a group of people. The bottom navigation bar includes icons for home, search, post, shop, and profile.

# LES TOILETTES (exemple)



Avant



Après (simulation)



# VÉHICULE

Arriver à l'heure, ce n'est qu'une question de temps.



**18 HEURES VINS**

Un bar du meilleur tonneau.



# LES CHIFFRES

# ACHAT MATÉRIEL ( prix approximatifs )

Certains équipements  
pourront être d'occasion.

## **GROS ÉLECTRO**

- 1 ou 2 caves à vins 120 bts : 1.500€/pièce
- 1 lave-verres express : 1.500€
- 1 four à convection (surtout pour réchauffer) : 3.000€
- 1 cuisinière basique (gaz ou élec) : 1.000€
- 1 hotte : 800€
- 1 congélateur à tiroir : 800€
- 1 ou 2 frigos classiques hauts (en fonction du budget et du lieu) : 600€/pièce
- 2 éviers : 400€
- OPTION : 1 chambre froide (en fonction du budget - remplacerait les frigos classiques) : 4.000€
- Autres

## **PETIT ÉLECTRO**

- 1 ou 2 robots (en fonction du budget) : 700€/pièce
- 1 mixeur : 500€
- 1 machine à glaçons : 500€
- 1 trancheuse type Berkel : 3.000€
- Autres

## **VAISSELLE**

- Assiettes + plats + bols (céramiste Sophie Georis) pour 30 cvts : 000€
- Couverts pour 30 cvts : 300€
- Verres à vins (+/- 100 avec personnalisation) : 800€
- Verres soft/bières (+/- 50) : 250€
- Verres spiritueux (+/- 25) : 200€
- Carafe (+/- 10) : 300€
- Autres

## **MOBILIER**

- 11 tables (hauteur standard + demi-haut - rondes et carrées) : 3.000€
- 30 chaises/tabourets : 4.000€
- Éclairage (en fonction du lieu) : 2.000€
- Décoration (en fonction du lieu) : 3.000€
- OPTION (en fonction du lieu) : coin salon avec fauteuils : 1.500€
- Autres

## **TEXTILES**

- Tabliers (8 - haut et/ou bas) personnalisés : 300€
- T-shirts personnalisés : 200€
- OPTION : salopette personnalisée : 400€
- Autres

**+/- 35.000€**

## BUDGET PRÉVISIONNEL (*ouverture septembre 2023*)

### COÛTS DE DÉMARRAGE (ESTIMATIF)

Espace commercial (garantie locative 3 mois)	<b>3.500€</b>
Aménagements structurels (selon le lieu choisi)	<b>20.000€</b> ( <i>estimation haute</i> )
	<b>10.000€</b> ( <i>estimation basse</i> )
Équipements, fournitures de cuisine (électro, vaisselle,...)	<b>20.000€</b>
Mobilier	<b>15.000€</b>
Habillement (tabliers brodés, chemises,...)	<b>1.000€</b>
Droit de franchise	<b>0€</b>
Technologie	<b>1.500€</b>
Stocks initiaux (food seulement)	<b>4.000€</b>
Licences et permis	<b>0€</b>
Marketing & communication (web + prints)	<b>4.000€</b>
Réserves	<b>6.000€</b>

**TOTAL : +/- 75.000€** (aménagements importants)

**TOTAL : +/- 65.000€** (aménagements classiques)

## BUDGET PRÉVISIONNEL (*ouverture septembre 2023*)

### **CHARGES FIXES MENSUELLES (moyenne)**

*Ouverture 3 soirs/semaine > 12 prestations/mois*

Loyer	<b>1.000€</b>
Gaz/élec/eau (3 jours/semaine)	<b>1.200€</b>
Abonnements internet/tél	<b>150€</b>
Assurances professionnelles (RC, incendie, vol,...)	<b>250€</b>
Personnel	<b>0€</b>
Sabam	<b>15€</b>
Communication réseaux sociaux	<b>0€</b>
Rémunération	<b>1.250€*</b>
Remboursement prêt (sur 5 ans sur base de 75.000€)	<b>1.300€</b>
Réserve impôts/TVA/lois sociales	<b>2.500€</b>
Honoraires comptable	<b>300€</b>
Dépôt vins	<b>0€</b>
Achat food	<b>1.500€</b>
Achat boissons (vins, bières, soft)	<b>2.500€</b>
Produits d'entretien	<b>25€</b>

**TOTAL : +/- 12.000€**

\*Basé sur une rémunération minimale pour les premiers mois pour limiter les frais.

## PF - RENTRÉES PRÉVISIONNELLES - ANNÉE 1

### **1/ Estimatif (bas) consommation moyenne par client et par soir : 36€**

Verres de vins (2)	11€
Planche/pains/assiette découverte/fromages/dessert	25€
Spiritueux (pourra se rajouter au CA)	

### **Base 25 clients : 930€**

**Estimatif par mois (CA 12 soirs - 300 clients) : 11.160€**

### **2/ Estimatif (haut) consommation moyenne par client et par soir : 48€**

Verres de vins (3)	18€
Planche/pains/assiette découverte/fromages/dessert	30€
Spiritueux (pourra se rajouter au CA)	

### **Base 30 clients : 1.440€**

**Estimatif par mois (CA 12 soirs - 360 clients) : 17.280€**

**ÉVÉNEMENTS EXTRA (pourra se rajouter au CA)**

- Cours dégustations vins (max 12 participants)
  - Cave Saint-Jacques
  - Aime le Vin
  - Autres
- Découvertes (vigneron/s sur place)
- Soirées thématiques (p.e. plats et vins portugais, Beaujolais Nouveau, truffes...)
- Soirées musicales (accoustique, chants,...)
- Animations business avec cours (médecins, professeurs,...)
- Soirées privées (anniversaires,...)
- Animations liées aux events de la ville de Tournai (fête de l'accordéon, nocturnes, période fin d'année...)

# PLAN FINANCIER

## TABLE DES MATIÈRES

---

TABLE DES MATIÈRES	2
Signalétique	3
Trésorerie	4
Compte de résultats	17
Bilan	20
Actif (en EUR)	20
Passif (en EUR)	20
Ratios Rentabilité & Solvabilité	21
Ratios Liquidité & Financement	22
Tableau d'amortissements	23
Tableau de remboursements	24
Revenus	25
Approvisionnements	26
Frais généraux	27
Investissements	31
Financements & Apports	32

## Signalétique

**Entreprise:** 18 heures vin

**Siège social:**

A définir

Tournai - 7500

Belgique

**Fondateur(s):**

◦ Coulon Dominique

dominique.coulon@combora.be

+32 474 74 23 50

**Dossier:** 2023004

**Début des prévisions:** octobre 2023

**Durée du premier exercice:** 15 mois

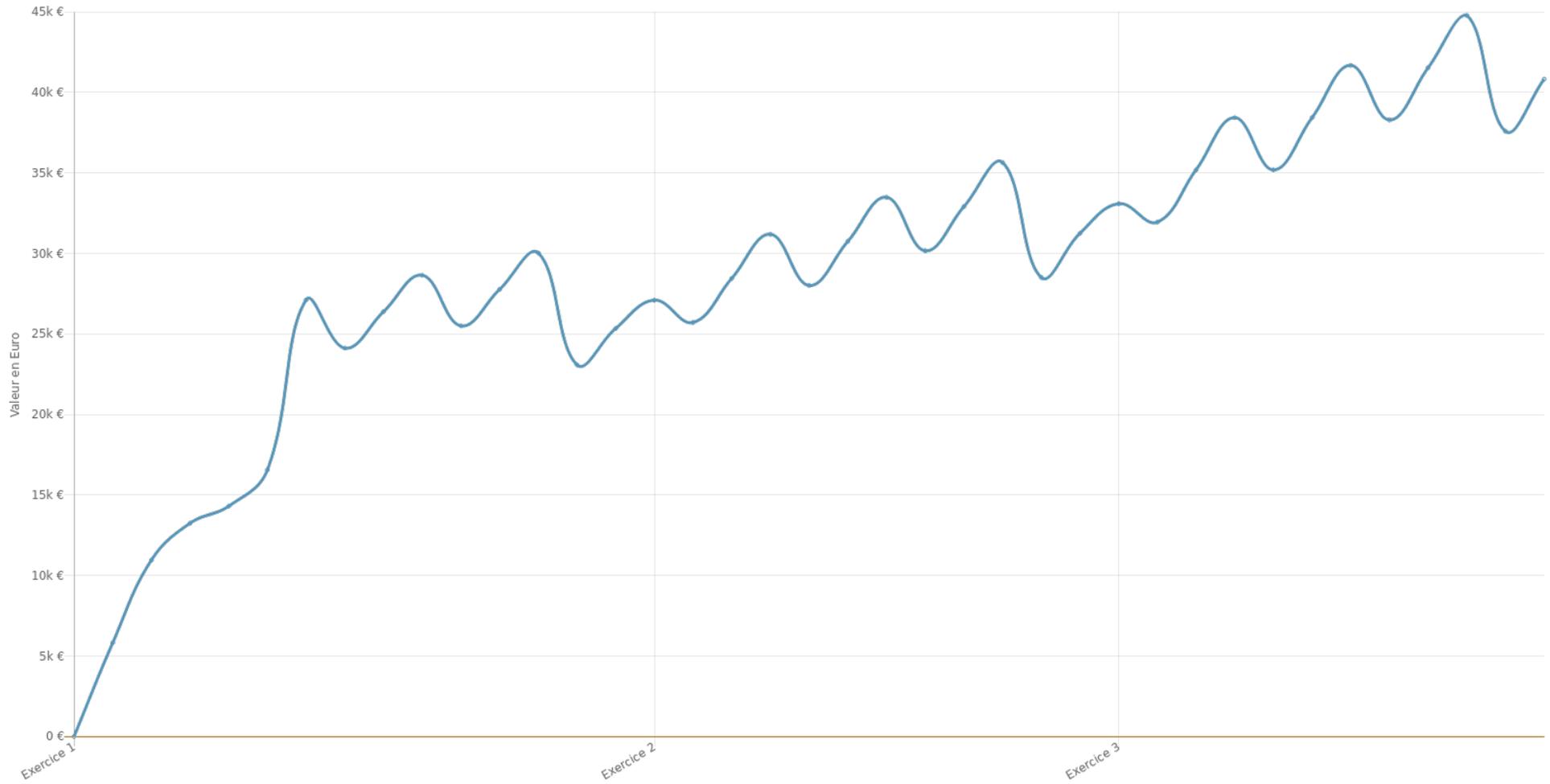
**Nombres d'exercice:** 3

**Forme juridique:** Société

**Assujetti à la TVA:** Oui

**Devise:** Euro ( € )

## Trésorerie



	oct. 2023	nov. 2023	déc. 2023	jan. 2024	fév. 2024	mar. 2024	avr. 2024	mai 2024	juin 2024	juil. 2024	août 2024	sept. 2024
<b>Solde cumulé début du mois</b>	<b>0</b>	<b>5 819</b>	<b>10 958</b>	<b>13 253</b>	<b>14 313</b>	<b>16 574</b>	<b>27 119</b>	<b>24 125</b>	<b>26 386</b>	<b>28 647</b>	<b>25 511</b>	<b>27 771</b>
<b>Rentrée d'exploitation</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>
Ventes	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220
Autres produits	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produits financiers et non récurrents	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Sortie d'exploitation</b>	<b>-22 717</b>	<b>-7 978</b>	<b>-10 818</b>	<b>-12 047</b>	<b>-10 843</b>	<b>-10 838</b>	<b>-12 033</b>	<b>-10 829</b>	<b>-10 824</b>	<b>-12 161</b>	<b>-10 814</b>	<b>-10 810</b>
Approvisionnements	-11 376	-2 844	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688
Services et bien divers	-10 680	-4 822	-4 822	-6 056	-4 856	-4 856	-6 056	-4 856	-4 856	-6 197	-4 856	-4 856
Personnel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Autres charges d'exploitation	-348	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges financières et non récurrentes	-313	-313	-308	-303	-299	-294	-289	-285	-280	-275	-270	-266
<b>Autres flux</b>	<b>14 316</b>	<b>-1 103</b>	<b>-1 107</b>	<b>-1 112</b>	<b>-1 117</b>	<b>7 163</b>	<b>-5 181</b>	<b>-1 131</b>	<b>-1 135</b>	<b>-5 195</b>	<b>-1 145</b>	<b>-1 150</b>
Investissements	-60 684	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financements	75 000	-1 103	-1 107	-1 112	-1 117	-1 121	-1 126	-1 131	-1 135	-1 140	-1 145	-1 150
Autres dettes et créances	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Libération d'apports/de capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administration TVA	0	0	0	0	0	8 285	-3 549	0	0	-3 549	0	0
Impôts	0	0	0	0	0	0	-506	0	0	-506	0	0
Dividendes et prélèvements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intérêt sur la trésorerie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Solde mensuel</b>	<b>5 819</b>	<b>5 139</b>	<b>2 295</b>	<b>1 061</b>	<b>2 261</b>	<b>10 545</b>	<b>-2 994</b>	<b>2 261</b>	<b>2 261</b>	<b>-3 136</b>	<b>2 261</b>	<b>2 261</b>

	oct. 2024	nov. 2024	déc. 2024
<b>Solde cumulé début du mois</b>	<b>30 032</b>	<b>23 084</b>	<b>25 345</b>
<b>Rentrée d'exploitation</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>
Ventes	14 220	14 220	14 220
Autres produits	0	0	0
Produits financiers et non récurrents	0	0	0
<b>Sortie d'exploitation</b>	<b>-15 983</b>	<b>-10 800</b>	<b>-10 795</b>
Approvisionnements	-5 688	-5 688	-5 688
Services et bien divers	-9 686	-4 856	-4 856
Personnel	0	0	0
Autres charges d'exploitation	-348	0	0
Charges financières et non récurrentes	-261	-256	-251
<b>Autres flux</b>	<b>-5 185</b>	<b>-1 159</b>	<b>-1 670</b>
Investissements	0	0	0
Financements	-1 154	-1 159	-1 164
Autres dettes et créances	0	0	0
Libération d'apports/de capital	0	0	0
Administration TVA	-3 525	0	0
Impôts	-506	0	-506
Dividendes et prélèvements	0	0	0
Intérêt sur la trésorerie	0	0	0
<b>Solde mensuel</b>	<b>-6 948</b>	<b>2 261</b>	<b>1 755</b>

	jan. 2025	fév. 2025	mar. 2025	avr. 2025	mai 2025	juin 2025	juil. 2025	août 2025	sept. 2025	oct. 2025	nov. 2025	déc. 2025
<b>Solde cumulé début du mois</b>	<b>27 100</b>	<b>25 718</b>	<b>28 456</b>	<b>31 194</b>	<b>28 016</b>	<b>30 754</b>	<b>33 491</b>	<b>30 172</b>	<b>32 909</b>	<b>35 647</b>	<b>28 516</b>	<b>31 254</b>
<b>Rentrée d'exploitation</b>	<b>15 073</b>											
Ventes	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073
Autres produits	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produits financiers et non récurrents	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Sortie d'exploitation</b>	<b>-12 367</b>	<b>-11 162</b>	<b>-11 157</b>	<b>-12 352</b>	<b>-11 147</b>	<b>-11 142</b>	<b>-12 479</b>	<b>-11 132</b>	<b>-11 127</b>	<b>-16 300</b>	<b>-11 117</b>	<b>-11 112</b>
Approvisionnements	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029
Services et bien divers	-6 091	-4 891	-4 891	-6 091	-4 891	-4 891	-6 232	-4 891	-4 891	-9 721	-4 891	-4 891
Personnel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Autres charges d'exploitation	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-348	0	0
Charges financières et non récurrentes	-246	-242	-237	-232	-227	-222	-217	-212	-207	-202	-197	-192
<b>Autres flux</b>	<b>-4 088</b>	<b>-1 174</b>	<b>-1 179</b>	<b>-5 899</b>	<b>-1 189</b>	<b>-1 194</b>	<b>-5 914</b>	<b>-1 203</b>	<b>-1 208</b>	<b>-5 904</b>	<b>-1 219</b>	<b>-2 123</b>
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financements	-1 169	-1 174	-1 179	-1 184	-1 189	-1 194	-1 198	-1 203	-1 208	-1 214	-1 219	-1 224
Autres dettes et créances	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Libération d'apports/de capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administration TVA	-2 919	0	0	-3 816	0	0	-3 816	0	0	-3 791	0	0
Impôts	0	0	0	-900	0	0	-900	0	0	-900	0	-900
Dividendes et prélèvements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intérêt sur la trésorerie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Solde mensuel</b>	<b>-1 382</b>	<b>2 738</b>	<b>2 738</b>	<b>-3 178</b>	<b>2 738</b>	<b>2 738</b>	<b>-3 319</b>	<b>2 738</b>	<b>2 738</b>	<b>-7 131</b>	<b>2 738</b>	<b>1 838</b>

	jan. 2026	fév. 2026	mar. 2026	avr. 2026	mai 2026	juin 2026	juil. 2026	août 2026	sept. 2026	oct. 2026	nov. 2026	déc. 2026
<b>Solde cumulé début du mois</b>	<b>33 092</b>	<b>31 950</b>	<b>35 194</b>	<b>38 438</b>	<b>35 194</b>	<b>38 438</b>	<b>41 683</b>	<b>38 297</b>	<b>41 541</b>	<b>44 785</b>	<b>37 588</b>	<b>40 832</b>
<b>Rentrée d'exploitation</b>	<b>15 978</b>											
Ventes	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978
Autres produits	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produits financiers et non récurrents	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Sortie d'exploitation</b>	<b>-12 705</b>	<b>-11 499</b>	<b>-11 494</b>	<b>-12 689</b>	<b>-11 484</b>	<b>-11 479</b>	<b>-12 815</b>	<b>-11 468</b>	<b>-11 463</b>	<b>-16 636</b>	<b>-11 452</b>	<b>-11 447</b>
Approvisionnements	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391
Services et bien divers	-6 127	-4 927	-4 927	-6 127	-4 927	-4 927	-6 269	-4 927	-4 927	-9 757	-4 927	-4 927
Personnel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Autres charges d'exploitation	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-348	0	0
Charges financières et non récurrentes	-187	-181	-176	-171	-166	-161	-156	-150	-145	-140	-134	-129
<b>Autres flux</b>	<b>-4 415</b>	<b>-1 234</b>	<b>-1 239</b>	<b>-6 533</b>	<b>-1 249</b>	<b>-1 255</b>	<b>-6 548</b>	<b>-1 265</b>	<b>-1 270</b>	<b>-6 539</b>	<b>-1 281</b>	<b>-2 476</b>
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financements	-1 229	-1 234	-1 239	-1 244	-1 249	-1 255	-1 260	-1 265	-1 270	-1 276	-1 281	-1 286
Autres dettes et créances	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Libération d'apports/de capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administration TVA	-3 186	0	0	-4 098	0	0	-4 098	0	0	-4 074	0	0
Impôts	0	0	0	-1 190	0	0	-1 190	0	0	-1 190	0	-1 190
Dividendes et prélèvements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intérêt sur la trésorerie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Solde mensuel</b>	<b>-1 142</b>	<b>3 244</b>	<b>3 244</b>	<b>-3 244</b>	<b>3 244</b>	<b>3 244</b>	<b>-3 386</b>	<b>3 244</b>	<b>3 244</b>	<b>-7 198</b>	<b>3 244</b>	<b>2 054</b>

<b>Ventes</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
700000 Chiffre d'affaires	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220	14 220
<b>Total</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>						

<b>Ventes</b>	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
700000 Chiffre d'affaires	14 220	14 220	14 220
<b>Total</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>	<b>14 220</b>

<b>Ventes</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
700000 Chiffre d'affaires	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073	15 073
<b>Total</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>	<b>15 073</b>

<b>Ventes</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
700000 Chiffre d'affaires	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978	15 978
<b>Total</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>	<b>15 978</b>

<b>Approvisionnements</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
600000 Approvisionnement et marchandise	-11 376	-2 844	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688	-5 688
<b>Total</b>	<b>-11 376</b>	<b>-2 844</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>				

<b>Approvisionnements</b>	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
600000 Approvisionnement et marchandise	-5 688	-5 688	-5 688
<b>Total</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>	<b>-5 688</b>

<b>Approvisionnements</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
600000 Approvisionnement et marchandise	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029	-6 029
<b>Total</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>	<b>-6 029</b>

<b>Approvisionnements</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
600000 Approvisionnement et marchandise	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391	-6 391
<b>Total</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>	<b>-6 391</b>

<b>Services et bien divers</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
610000 Loyers	-1 133	-1 133	-1 133	-1 167	-1 167	-1 167	-1 167	-1 167	-1 167	-1 167	-1 167	-1 167
610002 Précompte	-3 630	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
610004 Abonnement alarme	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79
610200 Eau, Gaz, Electricité	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199
610300 Unisono	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13
611000 Téléphonie et internet	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70
611150 Produits d'entretien	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15
611200 Vêtements professionnels	-1 029	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
612000 Assurance RC, incendie & vol	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250
615200 Honoraires comptable	-363	-363	-363	-363	-363	-363	-363	-363	-363	-505	-363	-363
618000 Dir. d'entr.: Rémunérations	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250
618100 Dir. d'entr.: Précompte	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450
618200 Dir. d'entr.: Lois sociales	-1 200	0	0	-1 200	0	0	-1 200	0	0	-1 200	0	0
<b>Total</b>	<b>-10 680</b>	<b>-4 822</b>	<b>-4 822</b>	<b>-6 056</b>	<b>-4 856</b>	<b>-4 856</b>	<b>-6 056</b>	<b>-4 856</b>	<b>-4 856</b>	<b>-6 197</b>	<b>-4 856</b>	<b>-4 856</b>

**Services et bien divers**

	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
610000 Loyers	-1 167	-1 167	-1 167
610002 Précompte	-3 630	0	0
610004 Abonnement alarme	-79	-79	-79
610200 Eau, Gaz, Electricité	-1 199	-1 199	-1 199
610300 Unisono	-13	-13	-13
611000 Téléphonie et internet	-70	-70	-70
611150 Produits d'entretien	-15	-15	-15
611200 Vêtements professionnels	0	0	0
612000 Assurance RC, incendie & vol	-250	-250	-250
615200 Honoraires comptable	-363	-363	-363
618000 Dir. d'entr.: Rémunérations	-1 250	-1 250	-1 250
618100 Dir. d'entr.: Précompte	-450	-450	-450
618200 Dir. d'entr.: Lois sociales	-1 200	0	0
<b>Total</b>	<b>-9 686</b>	<b>-4 856</b>	<b>-4 856</b>

<b>Services et bien divers</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
610000 Loyers	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202	-1 202
610002 Précompte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-3 630	0	0
610004 Abonnement alarme	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79
610200 Eau, Gaz, Electricité	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199
610300 Unisono	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13
611000 Téléphonie et internet	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70
611150 Produits d'entretien	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15
611200 Vêtements professionnels	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
612000 Assurance RC, incendie & vol	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250
615200 Honoraires comptable	-363	-363	-363	-363	-363	-363	-505	-363	-363	-363	-363	-363
618000 Dir. d'entr.: Rémunérations	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250
618100 Dir. d'entr.: Précompte	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450
618200 Dir. d'entr.: Lois sociales	-1 200	0	0	-1 200	0	0	-1 200	0	0	-1 200	0	0
<b>Total</b>	<b>-6 091</b>	<b>-4 891</b>	<b>-4 891</b>	<b>-6 091</b>	<b>-4 891</b>	<b>-4 891</b>	<b>-6 232</b>	<b>-4 891</b>	<b>-4 891</b>	<b>-9 721</b>	<b>-4 891</b>	<b>-4 891</b>

<b>Services et bien divers</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
610000 Loyers	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238	-1 238
610002 Précompte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-3 630	0	0
610004 Abonnement alarme	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79	-79
610200 Eau, Gaz, Electricité	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199	-1 199
610300 Unisono	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13	-13
611000 Téléphonie et internet	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70	-70
611150 Produits d'entretien	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15	-15
611200 Vêtements professionnels	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
612000 Assurance RC, incendie & vol	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250
615200 Honoraires comptable	-363	-363	-363	-363	-363	-363	-505	-363	-363	-363	-363	-363
618000 Dir. d'entr.: Rémunérations	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250	-1 250
618100 Dir. d'entr.: Précompte	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450	-450
618200 Dir. d'entr.: Lois sociales	-1 200	0	0	-1 200	0	0	-1 200	0	0	-1 200	0	0
<b>Total</b>	<b>-6 127</b>	<b>-4 927</b>	<b>-4 927</b>	<b>-6 127</b>	<b>-4 927</b>	<b>-4 927</b>	<b>-6 269</b>	<b>-4 927</b>	<b>-4 927</b>	<b>-9 757</b>	<b>-4 927</b>	<b>-4 927</b>

<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
640400 Cotisation à charge des sociétés	-348	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>-348</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
640400 Cotisation à charge des sociétés	-348	0	0
<b>Total</b>	<b>-348</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
640400 Cotisation à charge des sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-348	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-348</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
640400 Cotisation à charge des sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-348	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-348</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Charges financières et non récurrentes</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-313	-313	-308	-303	-299	-294	-289	-285	-280	-275	-270	-266
<b>Total</b>	<b>-313</b>	<b>-313</b>	<b>-308</b>	<b>-303</b>	<b>-299</b>	<b>-294</b>	<b>-289</b>	<b>-285</b>	<b>-280</b>	<b>-275</b>	<b>-270</b>	<b>-266</b>

<b>Charges financières et non récurrentes</b>	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-261	-256	-251
<b>Total</b>	<b>-261</b>	<b>-256</b>	<b>-251</b>

<b>Charges financières et non récurrentes</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-246	-242	-237	-232	-227	-222	-217	-212	-207	-202	-197	-192
<b>Total</b>	<b>-246</b>	<b>-242</b>	<b>-237</b>	<b>-232</b>	<b>-227</b>	<b>-222</b>	<b>-217</b>	<b>-212</b>	<b>-207</b>	<b>-202</b>	<b>-197</b>	<b>-192</b>

<b>Charges financières et non récurrentes</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-187	-181	-176	-171	-166	-161	-156	-150	-145	-140	-134	-129
<b>Total</b>	<b>-187</b>	<b>-181</b>	<b>-176</b>	<b>-171</b>	<b>-166</b>	<b>-161</b>	<b>-156</b>	<b>-150</b>	<b>-145</b>	<b>-140</b>	<b>-134</b>	<b>-129</b>

<b>Investissements</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
210000 Immobilisation incorporelle	-3 872	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
221001 Aménagement	-19 999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
230000 Installation, machine et outillage	-19 999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
230001 Technologie	-1 815	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
240000 Mobilier et matériel roulant	-14 999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>-60 684</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Investissements</b>	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
210000 Immobilisation incorporelle	0	0	0
221001 Aménagement	0	0	0
230000 Installation, machine et outillage	0	0	0
230001 Technologie	0	0	0
240000 Mobilier et matériel roulant	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Investissements</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
210000 Immobilisation incorporelle	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
221001 Aménagement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
230000 Installation, machine et outillage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
230001 Technologie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
240000 Mobilier et matériel roulant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Investissements</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
210000 Immobilisation incorporelle	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
221001 Aménagement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
230000 Installation, machine et outillage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
230001 Technologie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
240000 Mobilier et matériel roulant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

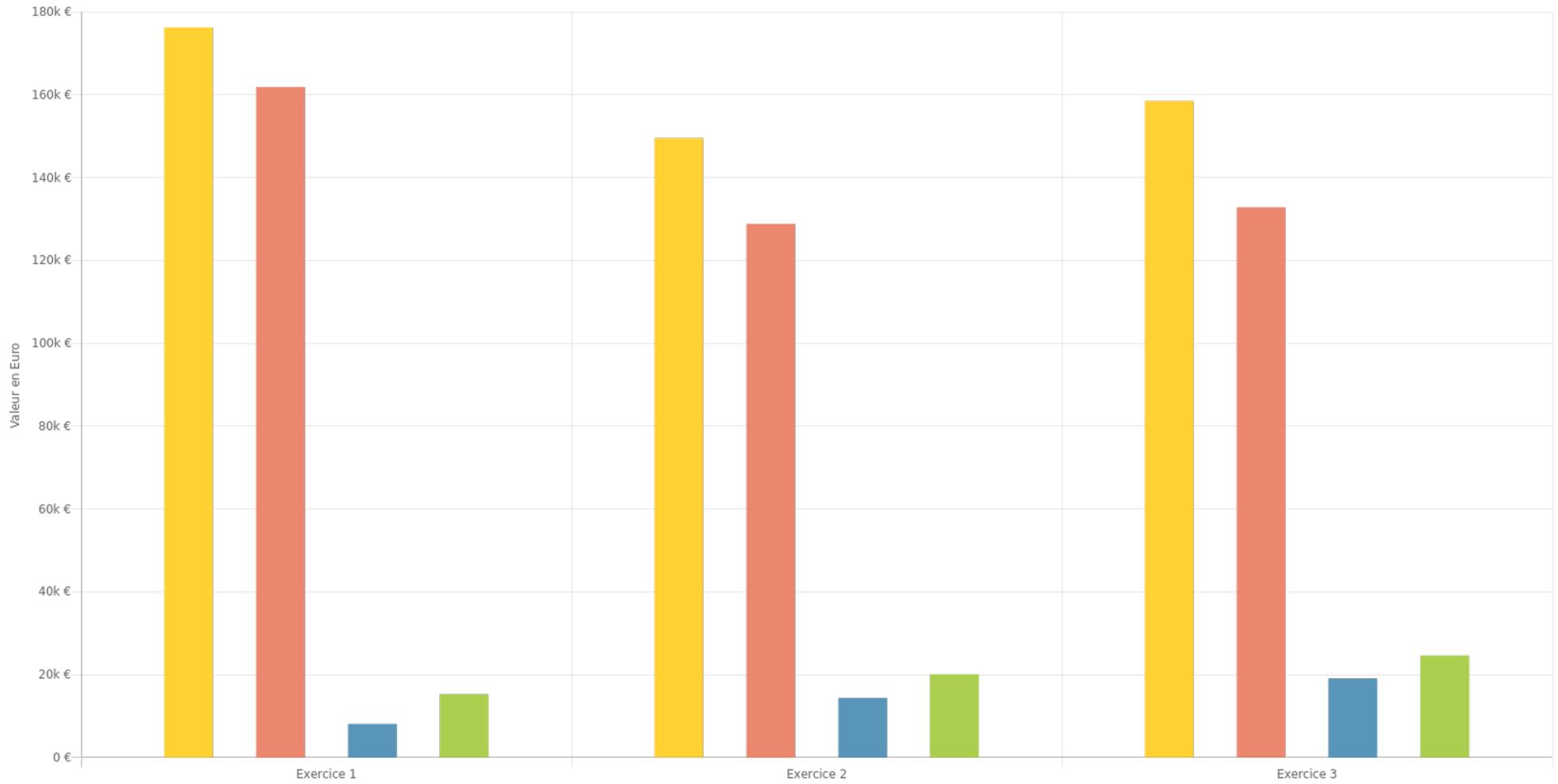
<b>Financements</b>	<b>oct.</b> 2023	<b>nov.</b> 2023	<b>déc.</b> 2023	<b>jan.</b> 2024	<b>fév.</b> 2024	<b>mar.</b> 2024	<b>avr.</b> 2024	<b>mai</b> 2024	<b>juin</b> 2024	<b>juil.</b> 2024	<b>août</b> 2024	<b>sept.</b> 2024
173000 Etablissement de crédit à > 1an	75 000	-1 103	-1 107	-1 112	-1 117	-1 121	-1 126	-1 131	-1 135	-1 140	-1 145	-1 150
<b>Total</b>	<b>75 000</b>	<b>-1 103</b>	<b>-1 107</b>	<b>-1 112</b>	<b>-1 117</b>	<b>-1 121</b>	<b>-1 126</b>	<b>-1 131</b>	<b>-1 135</b>	<b>-1 140</b>	<b>-1 145</b>	<b>-1 150</b>

<b>Financements</b>	<b>oct.</b> 2024	<b>nov.</b> 2024	<b>déc.</b> 2024
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-1 154	-1 159	-1 164
<b>Total</b>	<b>-1 154</b>	<b>-1 159</b>	<b>-1 164</b>

<b>Financements</b>	<b>jan.</b> 2025	<b>fév.</b> 2025	<b>mar.</b> 2025	<b>avr.</b> 2025	<b>mai</b> 2025	<b>juin</b> 2025	<b>juil.</b> 2025	<b>août</b> 2025	<b>sept.</b> 2025	<b>oct.</b> 2025	<b>nov.</b> 2025	<b>déc.</b> 2025
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-1 169	-1 174	-1 179	-1 184	-1 189	-1 194	-1 198	-1 203	-1 208	-1 214	-1 219	-1 224
<b>Total</b>	<b>-1 169</b>	<b>-1 174</b>	<b>-1 179</b>	<b>-1 184</b>	<b>-1 189</b>	<b>-1 194</b>	<b>-1 198</b>	<b>-1 203</b>	<b>-1 208</b>	<b>-1 214</b>	<b>-1 219</b>	<b>-1 224</b>

<b>Financements</b>	<b>jan.</b> 2026	<b>fév.</b> 2026	<b>mar.</b> 2026	<b>avr.</b> 2026	<b>mai</b> 2026	<b>juin</b> 2026	<b>juil.</b> 2026	<b>août</b> 2026	<b>sept.</b> 2026	<b>oct.</b> 2026	<b>nov.</b> 2026	<b>déc.</b> 2026
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-1 229	-1 234	-1 239	-1 244	-1 249	-1 255	-1 260	-1 265	-1 270	-1 276	-1 281	-1 286
<b>Total</b>	<b>-1 229</b>	<b>-1 234</b>	<b>-1 239</b>	<b>-1 244</b>	<b>-1 249</b>	<b>-1 255</b>	<b>-1 260</b>	<b>-1 265</b>	<b>-1 270</b>	<b>-1 276</b>	<b>-1 281</b>	<b>-1 286</b>

## Compte de résultats



	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
<b>🟡 Ventes &amp; Prestations</b>	<b>176 280</b>	<b>149 485</b>	<b>158 455</b>
Chiffres d'affaires	176 280	149 485	158 455
Autres produits d'exploitation	0	0	0
<b>🔴 Coûts des ventes et prestations</b>	<b>-161 904</b>	<b>-128 863</b>	<b>-132 759</b>
Approvisionnements & Marchandises	-72 862	-59 794	-63 382
Services et bien divers	-81 239	-63 036	-63 469
Rémunérations, charges sociales et pensions	0	0	0
Amortissements, réd. de valeur et prov	-7 106	-5 685	-5 560
Autres charges d'exploitation	-696	-348	-348
<b>Bénéfices (Perte) d'exploitation</b>	<b>14 376</b>	<b>20 622</b>	<b>25 696</b>
Produits financiers	0	0	0
Charges financières	-4 262	-2 631	-1 896
<b>Bénéfice (perte) courant avant impôts</b>	<b>10 114</b>	<b>17 991</b>	<b>23 799</b>
Produits non-récurrents	0	0	0
Charges non-récurrentes	0	0	0
<b>Bénéfice (Perte) avant impôts</b>	<b>10 114</b>	<b>17 991</b>	<b>23 799</b>
Transfert (prélèv.) impôts différés	0	0	0
Impôt sur le résultat	-2 023	-3 598	-4 760
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>8 091</b>	<b>14 393</b>	<b>19 040</b>
Transfert (prélèv.) réserves immunisées	0	0	0
<b>🟢 Bénéfice (perte) à affecter</b>	<b>8 091</b>	<b>14 393</b>	<b>19 040</b>
<b>🟢 Cash-flow net</b>	<b>15 198</b>	<b>20 078</b>	<b>24 600</b>

<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
700000 Chiffre d'affaires	176 280	149 485	158 455
<b>Total</b>	<b>176 280</b>	<b>149 485</b>	<b>158 455</b>
<b>Approvisionnements &amp; Marchandises</b>	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
600000 Approvisionnement et marchandise	-72 862	-59 794	-63 382
<b>Total</b>	<b>-72 862</b>	<b>-59 794</b>	<b>-63 382</b>
<b>Services et bien divers</b>	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
610000 Loyers	-17 403	-14 424	-14 857
610002 Précompte	-6 000	-3 000	-3 000
610004 Abonnement alarme	-975	-780	-780
610200 Eau, Gaz, Electricité	-14 865	-11 892	-11 892
610300 Unisono	-186	-149	-149
611000 Téléphonie et internet	-868	-694	-694
611150 Produits d'entretien	-225	-180	-180
611200 Vêtements professionnels	-850	0	0
612000 Assurance RC, incendie & vol	-3 750	-3 000	-3 000
615200 Honoraires comptable	-4 617	-3 717	-3 717
618000 Dir. d'entr.: Rémunérations	-18 750	-15 000	-15 000
618100 Dir. d'entr.: Précompte	-6 750	-5 400	-5 400
618200 Dir. d'entr.: Lois sociales	-6 000	-4 800	-4 800
<b>Total</b>	<b>-81 239</b>	<b>-63 036</b>	<b>-63 469</b>
<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
640400 Cotisation à charge des sociétés	-696	-348	-348
<b>Total</b>	<b>-696</b>	<b>-348</b>	<b>-348</b>
<b>Charges financières</b>	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
173000 Etablissement de crédit à > 1an	-4 262	-2 631	-1 896
<b>Total</b>	<b>-4 262</b>	<b>-2 631</b>	<b>-1 896</b>

## Bilan

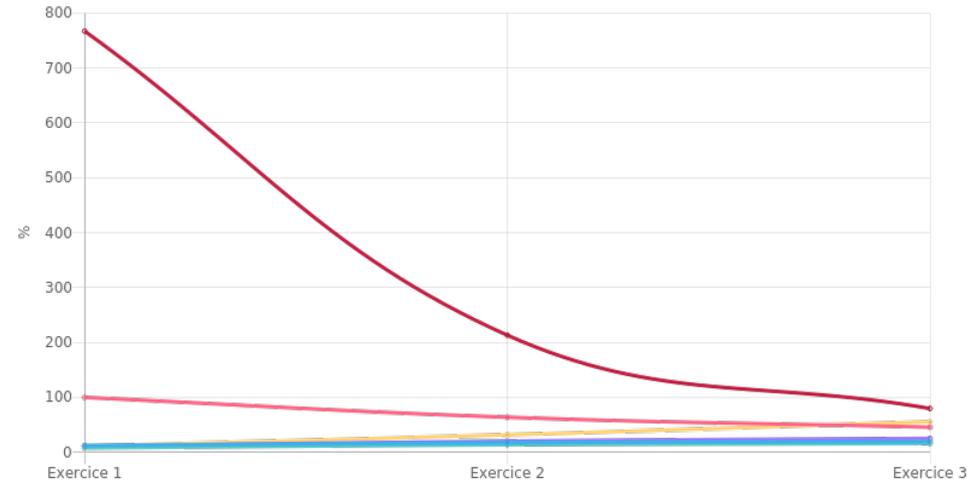
### Actif (en EUR)

	Départ	Ex. 1 oct. 23-déc. 24	Ex. 2 jan. 25-déc. 25	Ex. 3 jan. 26-déc. 26
<b>Frais d'établissement</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Actifs immobilisés</b>	<b>0</b>	<b>43 046</b>	<b>37 360</b>	<b>31 800</b>
Immobilisations incorporelles	0	2 400	1 760	1 120
Immobilisations corporelles	0	40 646	35 600	30 680
Immobilisations financières	0	0	0	0
<b>Actifs circulants</b>	<b>0</b>	<b>27 100</b>	<b>33 092</b>	<b>42 886</b>
Créances à plus d'un an	0	0	0	0
Stocks et commandes en cours	0	0	0	0
Créances à un an au plus	0	0	0	0
Disponible et placements de trésorerie	0	27 100	33 092	42 886
Compte de régularisations	0	0	0	0
<b>Total actif</b>	<b>0</b>	<b>70 146</b>	<b>70 452</b>	<b>74 686</b>

### Passif (en EUR)

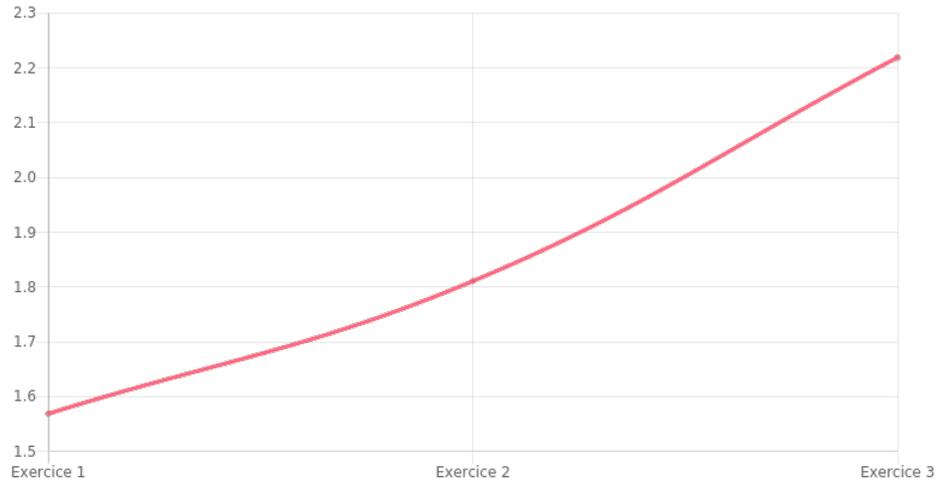
	Départ	Ex. 1 oct. 23-déc. 24	Ex. 2 jan. 25-déc. 25	Ex. 3 jan. 26-déc. 26
<b>Capitaux propres</b>	<b>0</b>	<b>8 091</b>	<b>22 484</b>	<b>41 524</b>
Apport	0	0	0	0
Plus-value de rééval.	0	0	0	0
Réserves	0	0	0	0
Résultat reporté (+ ou -)	0	8 091	22 484	41 524
Subsides en capital	0	0	0	0
<b>Provisions et impôts différés</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Dettes</b>	<b>0</b>	<b>62 054</b>	<b>47 967</b>	<b>33 162</b>
Dettes à plus d'un an	0	44 782	29 694	13 834
Dettes à un an au plus	0	17 273	18 274	19 328
Compte de régularisations	0	0	0	0
<b>Total passif</b>	<b>0</b>	<b>70 146</b>	<b>70 452</b>	<b>74 686</b>

## Ratios Rentabilité & Solvabilité



	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
<b>Rentabilité</b>			
<span style="color: blue;">■</span> Taux de valeur ajoutée	12.58%	17.83%	19.95%
<span style="color: teal;">■</span> Marge nette sur ventes (ROS)	8.16%	13.8%	16.22%
<span style="color: pink;">■</span> Rendement des fonds propres (ROE)	100.0%	64.01%	45.85%
<span style="color: purple;">■</span> Rendement de l'Actif (ROA)	11.54%	20.43%	25.49%
<b>Solvabilité</b>			
<span style="color: orange;">■</span> Ratio de solvabilité	11.54%	31.91%	55.6%
<span style="color: red;">■</span> Ratio d'endettement	766.92%	213.34%	79.86%

## Ratios Liquidité & Financement



	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
<b>Liquidité</b>			
■ Liquidité au sens large (Current ratio)	1.57	1.81	2.22
■ Liquidité au sens stricte (Quick ratio)	1.57	1.81	2.22
<b>Financement (Ratios en jours)</b>			
■ Rotation de stock	0.0	0.0	0.0
■ Délais client	0.0	0.0	0.0
■ Délais fournisseurs	0.0	0.0	0.0

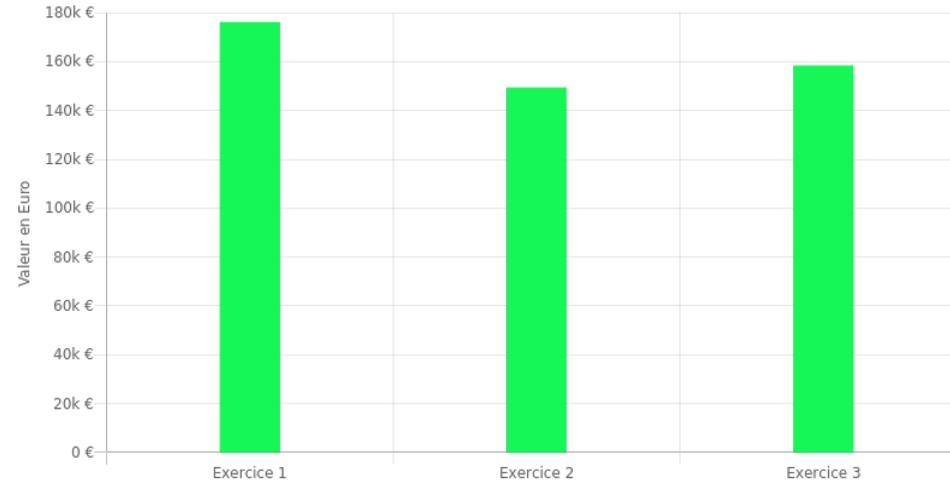
## Tableau d'amortissements

	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
210000 Immobilisation incorporelle - oct. 23 - 3200 €			
Amortissements	800	640	640
Valeurs résiduelles	2 400	1 760	1 120
221001 Aménagement - oct. 23 - 16528 €			
Amortissements	2 066	1 653	1 653
Valeurs résiduelles	14 462	12 809	11 156
230000 Installation, machine et outillage - oct. 23 - 16528 €			
Amortissements	2 066	1 653	1 653
Valeurs résiduelles	14 462	12 809	11 156
230001 Technologie - oct. 23 - 1500 €			
Amortissements	625	500	375
Valeurs résiduelles	875	375	0
240000 Mobilier et matériel roulant - oct. 23 - 12396 €			
Amortissements	1 550	1 240	1 240
Valeurs résiduelles	10 847	9 607	8 367
<b>TOTAL amortissements</b>	<b>7 106</b>	<b>5 685</b>	<b>5 560</b>
<b>TOTAL valeurs résiduelles</b>	<b>43 046</b>	<b>37 360</b>	<b>31 800</b>

## Tableau de remboursements

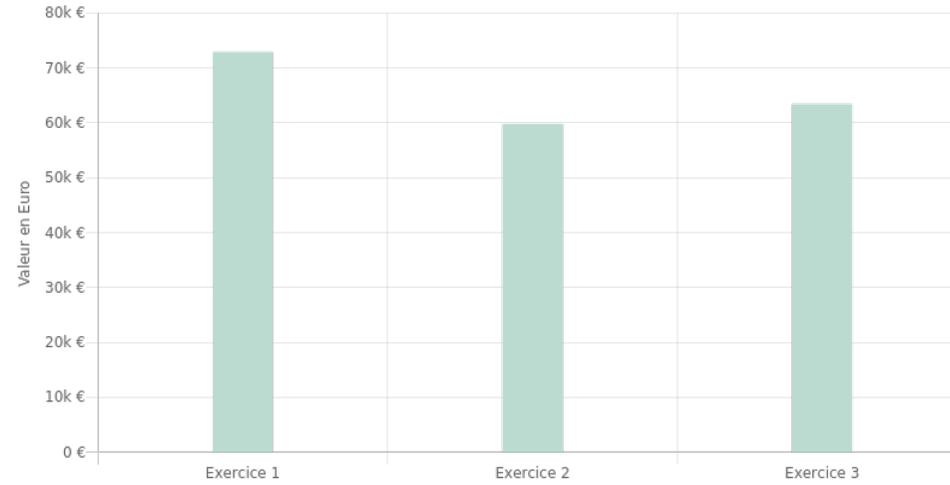
	<b>Ex. 1</b> oct. 23-déc. 24	<b>Ex. 2</b> jan. 25-déc. 25	<b>Ex. 3</b> jan. 26-déc. 26
173000 Etablissement de crédit à > 1an - oct. 23 - 75000 € ( 75000 € )			
Capital remboursé	15 865	14 353	15 088
Intérêts	4 262	2 631	1 896
Restant dû	59 135	44 782	29 694
<b>TOTAL Capital remboursé</b>	<b>15865</b>	<b>14353</b>	<b>15088</b>
<b>TOTAL Intérêts</b>	<b>4262</b>	<b>2631</b>	<b>1896</b>
<b>TOTAL Restant dû</b>	<b>59135</b>	<b>44782</b>	<b>29694</b>

## Revenus



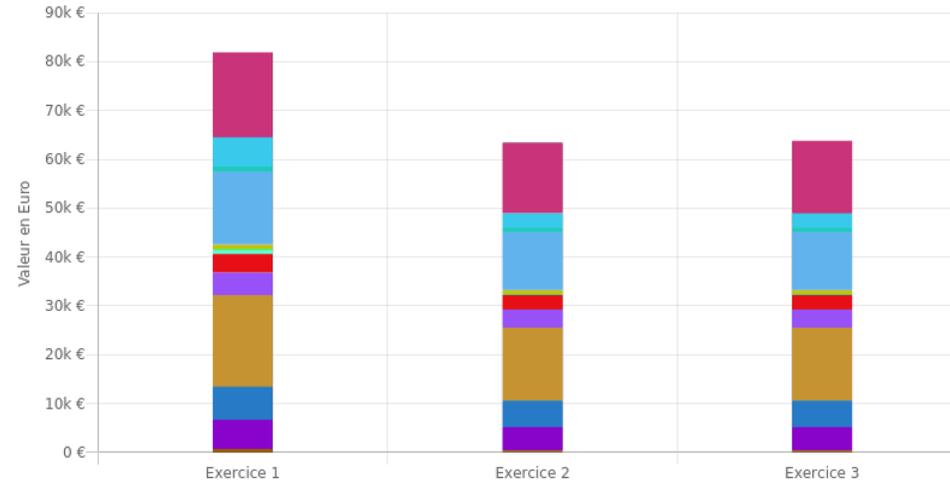
Code	Libellé (TVA)	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
		oct. 23-déc. 24	jan. 25-déc. 25	jan. 26-déc. 26
700000	Chiffre d'affaires (21 %)	176 280	149 485	158 455
<b>Total</b>		<b>176 280</b>	<b>149 485</b>	<b>158 455</b>

## Approvisionnement



Code	Libellé (TVA)	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
		oct. 23-déc. 24	jan. 25-déc. 25	jan. 26-déc. 26
600000	Approvisionnement et marchandise (21 %)	72 862	59 794	63 382
<b>Total</b>		<b>72 862</b>	<b>59 794</b>	<b>63 382</b>

## Frais généraux



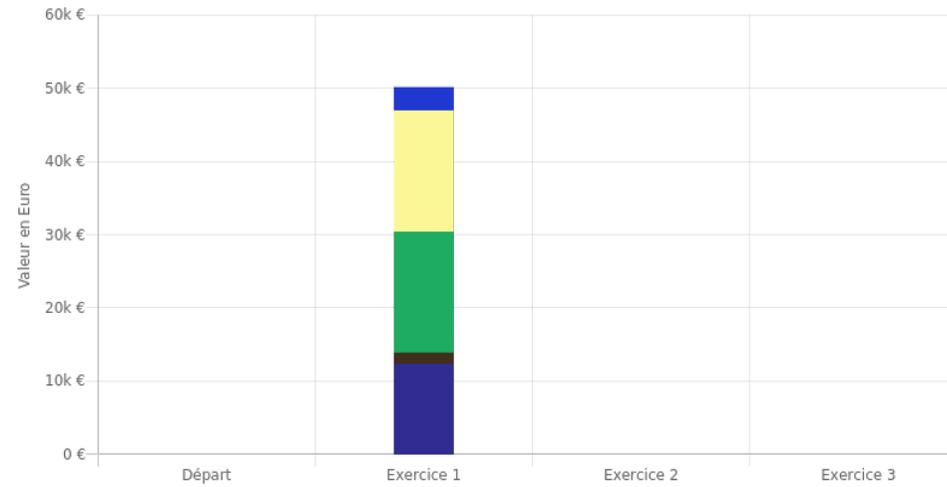
Code	Libellé (TVA - TVA non-déd. - DNA)	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
		oct. 23-déc. 24	jan. 25-déc. 25	jan. 26-déc. 26
610000	Loyers (0 % - 0 % - 0 %)	17 403	14 424	14 857
610002	Précompte (21 % - 0 % - 0 %)	6 000	3 000	3 000
610004	Abonnement alarme (21 % - 0 % - 0 %)	975	780	780
610050	Charges locatives (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
610100	Entretien (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
610150	Réparations (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
610200	Eau, Gaz, Electricité (21 % - 0 % - 0 %)	14 865	11 892	11 892
610250	Gaz (6 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
610300	Unisono (6 % - 0 % - 0 %)	186	149	149
<b>Total</b>		<b>81 935</b>	<b>63 384</b>	<b>63 817</b>

Code	Libellé (TVA - TVA non-déd. - DNA)	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
		oct. 23-déc. 24	jan. 25-déc. 25	jan. 26-déc. 26
610350	Mazout (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611000	Téléphonie et internet (21 % - 0 % - 0 %)	868	694	694
611150	Produits d'entretien (0 % - 0 % - 0 %)	225	180	180
611200	Vêtements professionnels (21 % - 0 % - 0 %)	850	0	0
611250	Imprimés et photocopies (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611300	Fournitures de bureau (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611350	Fourniture informatique (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611450	Locations et abonnements divers (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611500	Petit matériel (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611550	Entretien et réparations (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
611600	Séminaires et formations (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
612000	Assurance RC, incendie & vol (0 % - 0 % - 0 %)	3 750	3 000	3 000
612100	Assurance véhicules util. (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
612300	Assurance véh. non util. (0 % - 0 % - 25 %)	0	0	0
612400	Assurance crédit (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
612500	Assurance frais généraux (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
612600	Assurance RC (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
613000	Transports de personnel (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
<b>Total</b>		<b>81 935</b>	<b>63 384</b>	<b>63 817</b>

Code	Libellé (TVA - TVA non-déd. - DNA)	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
		oct. 23-déc. 24	jan. 25-déc. 25	jan. 26-déc. 26
613050	Voyages, déplacements,... (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
613100	Entretien véhicules ut. (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
613150	Entretien véh. non util. (21 % - 65 % - 30 %)	0	0	0
613200	Dép./ rép. véh. utilitaire (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
613250	Dép. / rép. véh. non util (21 % - 65 % - 30 %)	0	0	0
613300	Carburant véhicules ut. (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
613350	Carburant véh. non util. (21 % - 65 % - 30 %)	0	0	0
613500	Location véhicules ut. (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
613550	Location véh. non util. (21 % - 65 % - 30 %)	0	0	0
614000	Annonces et insertions (21 % - 50 % - 0 %)	0	0	0
614100	Catalogues et imprimés (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
614200	Echantillons (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
614300	Foires et expositions (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
614400	Cadeaux à la clientèle (21 % - 0 % - 50 %)	0	0	0
614500	Frais de restaurant (21 % - 100 % - 31 %)	0	0	0
615000	Redevances et royalties (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
615100	Commissions aux tiers (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
<b>Total</b>		<b>81 935</b>	<b>63 384</b>	<b>63 817</b>

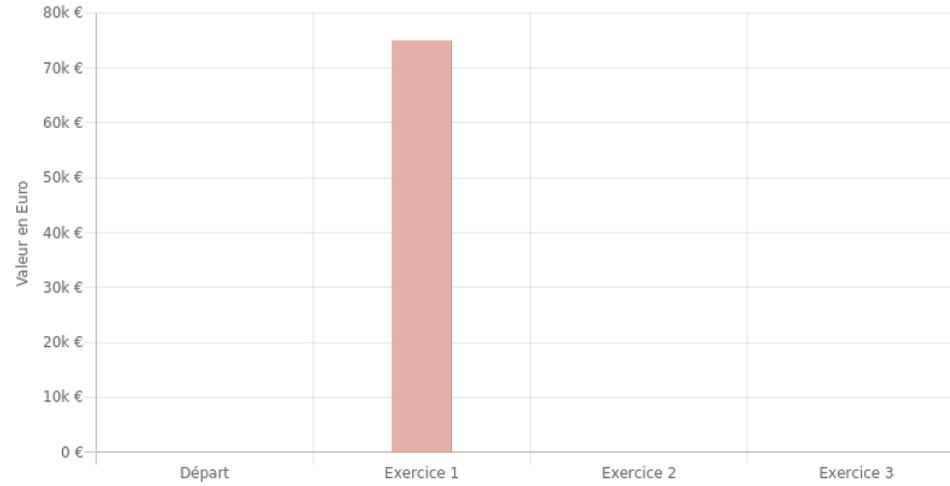
Code	Libellé (TVA - TVA non-déd. - DNA)	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
		oct. 23-déc. 24	jan. 25-déc. 25	jan. 26-déc. 26
615200	Honoraires comptable (21 % - 0 % - 0 %)	4 617	3 717	3 717
616100	Sous-traitants (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
616200	Cot. groupements prof. (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
616300	Dons, libéralités, ... (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
616400	Frais de contentieux (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
616500	Publications légales (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
617000	Sociétés d'intérim (21 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
618000	Dir. d'entr.: Rémunérations (0 % - 0 % - 0 %)	18 750	15 000	15 000
618100	Dir. d'entr.: Précompte (0 % - 0 % - 0 %)	6 750	5 400	5 400
618200	Dir. d'entr.: Lois sociales (0 % - 0 % - 0 %)	6 000	4 800	4 800
618300	Dir. d'entr.: assurance groupe (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
640000	Précompte immobilier (0 % - 0 % - 100 %)	0	0	0
640300	Taxe de circulation (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
640400	Cotisation à charge des sociétés (0 % - 0 % - 0 %)	696	348	348
640500	Droit d'enregistrement (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
650000	Frais bancaires (0 % - 0 % - 0 %)	0	0	0
<b>Total</b>		<b>81 935</b>	<b>63 384</b>	<b>63 817</b>

## Investissements

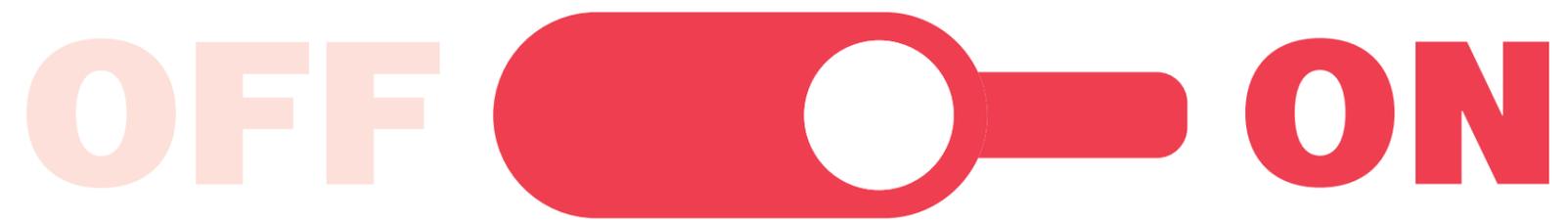


Code	Libellé (TVA - TVA non-déd. - DNA)	Départ	Ex. 1 oct. 23-déc. 24	Ex. 2 jan. 25-déc. 25	Ex. 3 jan. 26-déc. 26
■ 210000	Immobilisation incorporelle (21 % - 0 % - 0 %)		3 200		
■ 221001	Aménagement (21 % - 0 % - 0 %)		16 528		
■ 230000	Installation, machine et outillage (21 % - 0 % - 0 %)		16 528		
■ 230001	Technologie (21 % - 0 % - 0 %)		1 500		
■ 240000	Mobilier et matériel roulant (21 % - 0 % - 0 %)		12 396		
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>50 152</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## Financements & Apports



Code	Libellé	Départ	Ex. 1 oct. 23-déc. 24	Ex. 2 jan. 25-déc. 25	Ex. 3 jan. 26-déc. 26
173000	Etablissement de crédit à > 1an		75 000		
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>75 000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



**IT'S NOW OR NEVER!**

E. Presley