Une image contenant texte

Description générée automatiquement**Business Plan - Restaurant ou Bar**

**Nom du projet**

|  |
| --- |
| **Insérez votre image** |

*Porteur de projet :*

*Date* :

Executive Summary

Il reprendra les points-clés de votre projet et du business plan, l’intérêt est de donner envie de lire l’intégralité du business plan. Il doit reprendre :

|  |
| --- |
| Porteur(s) |
|

**Votre équipe** - Quelles sont leurs qualités et leur implication ?

**Votre situation actuelle** - Quelles sont vos ressources actuelles ?

**Votre objectif et votre vision** - Que souhaitez-vous faire ?

|  |
| --- |
| Projet |
|

**Le concept de votre établissement** - C’est quoi ?

**La description de votre offre et votre différenciation** - Que proposez-vous et en quoi vous démarquez-vous ?

|  |
| --- |
| Marché |
|

**Votre marché cible** - A qui vendez-vous particulièrement ?

|  |
| --- |
| Stratégie |
|

**Votre plan marketing** - Comment vendez-vous ?

|  |
| --- |
| Juridique |
|

**Les aspects juridiques** - Quel statut a été privilégié ?

|  |
| --- |
| Financier |
|

* **Vos prévisions financières** - Combien prévoyez-vous en CA et recettes ?
* **Vos besoins de financement** - Quel est le montant de vos besoins et pourquoi ?

|  |
| --- |
| Rétroplanning |
|

**Vos échéances** - Quelles sont les deadlines importantes de votre projet dans le temps ?

# 

# Table des matières

[**Table des matières**](#_n215quba260d) **3**

[**Présentation de mon entreprise**](#_bdbc8c1ihane) **4**

[L’activité](#_86twhp3acvyh) 4

[Le secteur géographique](#_jpo6u0drl563) 4

[La vision, mission et valeurs](#_ub6eqtwk6usl) 4

[Historique](#_m3g6gtn847jy) 4

[Objectifs commerciaux](#_ragnhqqd20fa) 4

[Equipe](#_sae0mbuaeeow) 4

[**Etude du marché de la restauration**](#_oelu82c4ltbl) **5**

[Le secteur d’activité](#_pkd8ucmkpkfw) 5

[Analyse de la concurrence](#_obkzaffwqiin) 5

[Analyse de la clientèle](#_5cnx0plcwc03) 5

[Analyse SWOT](#_u8sfhzb7gpun) 7

[**Mon offre de restauration**](#_9xsbfe45tz9a) **8**

[Prix](#_w4whq98hzw03) 9

[Produit](#_e40431wbisuw) 9

[Communication](#_ny8lhajwmuff) 9

[Distribution](#_9rzpfb6hw94g) 9

[**Mon plan logistique et opérationnel**](#_bd7hyygogb2a) **10**

[Mes partenaires](#_gmteu3dswkbv) 10

[Ma gestion de l’établissement](#_ss7555yhh58g) 10

[**Le Business Model**](#_sk79m8rt0zfr) **11**

[**Les aspects juridiques**](#_sgreiyhnfh7v) **12**

[**Mon prévisionnel financier**](#_e5fzz9g1nrf2) **13**

# 

# Présentation de mon entreprise

On veut savoir ici qui vous êtes et ce que vous souhaitez faire. L’intérêt est de réussir à expliquer de façon claire et structurée votre projet, en réfléchissant à des aspects plus abstraits de votre restaurant/bar. Tout cela en mettant en avant vos points forts, votre ambition etc. Il s’agit là d’un bon exercice de projection.

## L’activité

Quel est votre projet (restaurant ou bar) ? Quel est votre concept ? Sous quel statut juridique ?

## Le secteur géographique

Où souhaitez-vous pratiquer votre activité ? Pourquoi ?

## La vision, mission et valeurs

**Vos valeurs :** quelles seront vos interactions avec les personnes qui interagissent avec votre entreprise (proximité, bonne humeur, formel, informel, etc…) ?

**Votre mission :** une phrase percutante qui explique pourquoi votre établissement existe.

**Votre vision :** que souhaitez-vous apporter avec votre établissement ? Quel impact aura-t-il sur vos clients (votre vision de la restauration selon vous) ? En bref, quelle est votre ambition avec cet établissement pour vos clients ?

## Historique

Pour quelles raisons vous lancez-vous ? Quelles sont vos expériences dans le domaine de la restauration ou du bar ?

## Objectifs commerciaux

**Objectifs SMART :**

**Spécifiques, mesurables, acceptables, réalistes, et temporellement définis.**

Quels sont vos objectifs à court terme (moins d’un an) ? Quels sont vos objectifs à long terme (entre 1 à 5 ans) ?

## Equipe

Qui sont les membres de votre équipe ? Quelles sont vos compétences ? Des recrutements sont-ils prévus ?

# 

# Etude du marché de la restauration

Connaître son marché, ses évolutions et ses tendances est essentiel pour prendre du recul sur son projet. Cette étude va permettre de confirmer, repenser ou infirmer le projet imaginé au début. Se lancer sur le bon marché, avec votre projet de restaurant ou bar, avec des clients nombreux et pour lesquels votre offre est cohérente est un bon indicateur de succès. Elle doit comprendre une estimation de la clientèle, une analyse de votre positionnement sur ce marché et l’étude de la concurrence. Un petit conseil, raisonnez en “entonnoir” dans la recherche de vos informations (du plus large au plus précis possible) et formulez des hypothèses que vous allez vérifier.

***Sources*** : *BPI, CCI ou CMA, les fédérations, les réseaux, l’INSEE pour des données statistiques, sites internet, revues, sondages, articles de presse, etc.*

## Le secteur d’activité

Comment se porte le secteur de la restauration ou du bar ? Quelles sont les tendances actuelles et futures ?

L’activité est-elle saisonnière ? Quelle est la taille du marché ? C’est-à-dire le nombre de clients potentiels.

Quelle région vous intéresse et pourquoi ? Quelles sont les caractéristiques de cette dernière ?

Quels sont les concepts de restauration/bar qui marchent le mieux actuellement ?

Si votre concept dépend du terroir local, quels sont les produits et spécialités locales ?

## Analyse de la concurrence

Quels sont les restaurants/bars présents dans la région ? Quelle est l’évolution de ces établissements ? Lesquels sont les plus prisés ? Pourquoi ? Les forces/faiblesses de vos concurrents ?

## Analyse de la clientèle

Qui sont les consommateurs visés ? D’où viennent-ils ? Pourquoi viennent-ils dans ce type de restaurant/bar ?

Quels services les intéressent particulièrement ? Quels sont leurs besoins ? Combien de temps restent-ils ? Combien de fois reviennent-ils et à quelle fréquence ? Il y a-t-il une évolution de cette fréquence ? Quels prix sont-ils prêts à payer ? Qu’est-ce qui motive leur consommation ? Quels sont leurs revenus ? Quelles technologies utilisent-ils (exemple : smartphones, QR code, etc) ? Quelles sont leurs valeurs ? Quels sont leurs loisirs ? Etc...

Le but est de définir à la fin une segmentation de la clientèle afin d’être capable de lui proposer une offre qui lui corresponde.

Il est important de questionner la clientèle ciblée au moyen de questionnaires qualitatifs et quantitatifs pour prendre en compte leurs retours.

Pour vous aider, réalisez un Persona.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nom** :  **Prénom** :    **Âge :**  **Situation familiale** :  **Métier** :  **Relation à la technologie** :  **1** | **Description** :    **2** | **Centres d’intérêts** :  **Besoins vitaux** :  1/  2/  3/    **3** |
| **Motivations à l’achat** :  1/  2/  3/  **Freins à l’achat** :  1/  2/  3/    **4** | **Découverte de l’offre** :  *Comment votre cible va découvrir votre offre ?*  **5** | **Chemin vers l’objectif** :  *Comment allez-vous transformer la cible de la découverte de l’offre à l’achat de votre produit/service ?*  **6** |

## Analyse SWOT

Cette matrice SWOT (de l’anglais Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) reprend les éléments que l’on a vu jusque-là pour synthétiser vos forces, vos faiblesses, les opportunités de marché identifiées et les menaces connues ou futures.

|  |  |
| --- | --- |
| **Forces :**  Expérience ?  Connaissance du secteur ?  Concept innovant ?  Cuisine / ambiance attrayante ?  Etc. | **Faiblesses :**  Pas d’expérience ?  Entretien coûteux ?  Cuisine peu connue ?  Etc. |
| **Opportunités :**  Croissance du marché ?  Pionnier ?  Innovation du secteur ?  Évolution positive dans la région ?  Etc. | **Menaces :**  De nombreuses autres offres ?  Une future réglementation pénalisante ?  Une évolution négative dans la région ?  Une crise sanitaire qui perdure ?  Etc. |

On veut savoir ensuite quelle est votre stratégie pour vous démarquer :

Attractivité par différenciation ?

Attractivité par des coûts plus bas ?

Attractivité car ciblage d’une clientèle de niche ?

# 

# Mon offre de restauration

Présentez ici votre offre de restauration de façon **détaillée.**

Quel est le concept ?

Combien y a-t-il de couverts ? A quel prix ? Qu’est-ce qui justifie ce prix ?

Quelle est la superficie de l’espace de restauration ? Quel est mon menu / ma carte ?

Quelle est la superficie de la terrasse, s’il y en a une ?

Comment on y accède ?

Les détails du lieu d'implantation (région, ville, rue) ?

Quels sont les services supplémentaires/annexes que vous proposez ?

Mon plan marketing

Le plan marketing (ou marketing mix) va dépendre de la bonne segmentation clientèle effectuée au préalable. Chaque segment aura donc une stratégie différente (on ne communique pas de la même manière vers une personne âgée et une personne plus jeune). Ainsi, si vous privilégiez Instagram pour votre communication, vous estimez que la majeure partie de vos clients se trouvent sur cette plateforme.

## Prix

Quel est le prix de votre prestation ? A quoi correspond-t-il ? Quel est votre panier moyen ? Quel est le prix de vos formules (matin,midi,soir) ? Quel est le prix de vos services annexes ?

## Produit

Que proposez-vous comme offre de restauration ? Quel est votre avantage concurrentiel ou votre élément pour vous démarquer ? S’ils sont spécifiques, quelles sont les caractéristiques des ingrédients utilisés ? (certifiés Bio, Label Rouge, Locavore, vegan... )

## Communication

Quelle est votre stratégie de communication pour toucher votre cible ? Il s’agit là de la partie à détailler le plus possible.

Quels sont vos canaux de communication ?

Quels messages souhaitez-vous communiquer ?

## Distribution

Où et comment proposez-vous votre carte et vos produits ?

Quels sont vos objectifs avec ce plan marketing ? (Objectifs SMART).

Vous pouvez également aborder ici votre charte graphique (2 ou 3 couleurs et 1 ou 2 polices) ainsi que le ton que vous souhaitez avoir (amical, chaleureux, tutoiement ou vouvoiement, etc..).

Un logo de prévu ?

# 

# Mon plan logistique et opérationnel

## Mes partenaires

Quels sont mes fournisseurs ? (matériel de cuisine, consommables…)

Qui sont mes apporteurs d’affaires ? (tripadvisor, the fork…)

Qui seront les prescripteurs ? (commerçants locaux, office de tourisme, etc…)

## Ma gestion de l’établissement

Qui est en cuisine ? Qui est derrière le comptoir ? Qui sert les clients ?

Comment gérer les réservations de couverts ?

Quel équipement est nécessaire pour assurer la gestion de l’établissement ?

Le but est de prouver que vous prenez en compte tous les éléments de votre entreprise et que vous êtes en mesure de pouvoir assurer l'activité.

# 

# Le Business Model

Aidez-vous d’un outil tel que le Business Model Canva pour synthétiser votre business model et démontrer la création de valeur.

Le BMC est un outil de modélisation et de réflexion. Il est évolutif, et vous permet de vous concentrer sur les 8 composantes importantes de votre business :

* Segment client (Qui est la cible ? )
* Proposition de Valeur (Quelle valeur apporte le produit/service à la cible ?)
* Flux de Revenus (Comment rémunérer le produit/service ?)
* Canaux de Distribution (Comment commercialiser le produit/service ?)
* Relation Client (Comment entretenir une bonne relation avec la cible ?)
* Activités Clés (Quelles sont les activités/processus nécessaires pour la proposition de valeur ?)
* Ressources Clés (Quelles sont les ressources nécessaires à mobiliser pour la proposition de valeur ?)
* Partenaires Clés (Quels partenaires sont à mobiliser pour faire fonctionner le modèle économique ?)
* Structure de Coûts (Quels coûts sont à prendre en compte pour le bon fonctionnement de l’entreprise ?)

# 

# Les aspects juridiques

Détaillez votre choix de statut juridique.

Vous ne savez pas quel statut choisir ? Utilisez notre outil d’aide au choix du statut juridique [en cliquant sur ce lien](https://creactifs.typeform.com/juridix) !

Si vous prévoyez d’entreprendre avec un associé, quels éléments intégrer dans le Pacte d’associés ?

Quels éléments doivent être pris en compte au niveau de la réglementation de votre activité pour pouvoir l’assurer ? Exemple : HACCP, normes ERP, licence de restauration, licence de vente de boissons etc.

# Mon prévisionnel financier

|  |
| --- |
| 1. Hypothèses de CA |
|

Afin de réaliser de bonnes hypothèses de CA, il est nécessaire de prendre en compte certains critères spécifiques qui influent sur le CA, tels que : le nombre de jours d’ouverture dans l’année, le nombre de services par jour d’ouverture (matin, midi, soir), le nombre de couverts par service, le panier moyen par couvert, la vente de produits/prestations annexes...

Il est conseillé de réaliser une hypothèse réaliste de CA sur 3 ou 4 ans. Présentez votre calcul sous forme de tableau, dans cette partie.

|  |
| --- |
| 2. Plan de financement initial |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **BESOINS** | Initial |
|  |  |
| Immobilisations incorporelles |  |
| *Droit d'entrée* | 0 |
| *Frais de transactions* | 0 |
| *Honoraires de conseil* | 0 |
| *Digital* | 0 |
|  |  |
| Immobilisations corporelles (investissements) |  |
| *Equipement cuisine/bar* | 0 |
| *Travaux, installations, aménagements* | 0 |
| *Véhicule professionnel* | 0 |
| *Matériel informatique et de bureau* | 0 |
| *Petit matériel de cuisine* | 0 |
| *Mobilier salle* | 0 |
| *Autres* | 0 |
|  |  |
| Immobilisations financières |  |
| *Dépôt de garantie* | 0 |
|  |  |
| Stock initial TTC 20% | 0 |
| Stock initial TTC 5,5% | 0 |
|  |  |
| Trésorerie de démarrage | 0 |
|  |  |
| Variation du BFR | 0 |
|  |  |
| **TOTAL** | 0 |

|  |  |
| --- | --- |
| **RESSOURCES** | Initial |
|  |  |
| *Fonds propres* |  |
| *Capital* | 0 |
| *Comptes-courants des associés* | 0 |
| *Prêt d'honneur (en c/c associés)* | 0 |
|  |  |
| *Emprunts* |  |
| *Prêt bancaire 1* | 0 |
| *Prêt bancaire 2* | 0 |
| *Autre prêt* | 0 |
|  |  |
| *Divers* |  |
| *Autres aides et ressources* | 0 |
|  |  |
| **TOTAL** | 0 |
| **Ecart Ressources - Besoins** | 0 |
| **Ecart cumulé Ressources - Besoins** | 0 |

|  |
| --- |
| 3. Compte de résultat |
|

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| ***Chiffre d'affaires*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Ventes de produits finis* |  |  |  |  |
| *Prestations de services* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Ventes de marchandises* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Autres produits de l'exercice*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Subventions d'exploitation* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Produits financiers* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total des PRODUITS (A)** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Achats*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Fournitures non stockées* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Achats de marchandises* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Variation de marchandises* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Charges externes*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Sous-traitance* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Crédit-bail* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Locations immobilières* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Charges locatives* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Entretiens et réparations* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Assurances* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Frais de documentation* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Frais de formation* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Commissions* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Honoraires* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Publicité* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Transport et dédouanement* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Déplacements, missions, réceptions* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Frais postaux et de télécom* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Frais divers* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Impôts et taxes*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Contribution économique territoriale* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Autres taxes et droits* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Charges de personnel*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Salaires bruts net + part salariale)* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Charges sociales patronales* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Rémunération du gérant majoritaire* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Cotisations sociales dirigeant (TNS)* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Cotisations sociales EI* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Cotisations sociales Autoentrepreneur* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Charges financières*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| *Int s/emprunts moyen et long terme* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Agios s/dettes court terme* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Carte bancaire - Commissions* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Dotations aux amortissements (1)*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |
| **TOTAL DES CHARGES (B)** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **RESULTAT AVANT IMPÔT (A)-(B)** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *Impôt sur les bénéfices* | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **RESULTAT NET COMPTABLE (2)** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **CAF (1) + (2)** | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |
| --- |
| 4. Seuil de rentabilité et point mort |
|

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** |
| **Charges variables** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| Coût de la sous-traitance | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Coût d’achat des marchandises vendues | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Commissions Commercial - Commissions | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carte bancaire - Commissions | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Charges fixes (solde des charges)** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **TOTAUX** | **0** | **0** | **0** | **0** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Récapitulatif** | | | | |
|  | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** |
| Chiffre d’Affaires HT (CA) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Charges variables (CV) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Marge sur coûts variables (MsCV) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Taux de marge sur coûts variables | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Charges fixes (CF) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Résultat | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Seuil de rentabilité** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| ***Point mort*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** | ***0*** |

1) Ventiler l'ensemble des charges du compte de résultat entre charges variables et fixes

2) Calculer la MSCV (marge sur coûts variables) = Chiffre d'affaires - Charges variables

3) Déterminer le taux de MSCV = Marge sur coûts variables / Chiffre d'affaires

4) Enfin, on obtient le seuil de rentabilité grâce au calcul suivant : Charges fixes / Taux de marge sur coûts variables

*Pour rappel, le seuil de rentabilité est le chiffre d'affaires minimum à réaliser pour ne pas perdre d'argent.*

*Le point mort, correspond quant à lui, au moment où le seuil de rentabilité est atteint. Il se calcule généralement en date (Xème jour de l’année) ou en volume de produits vendus.*

|  |
| --- |
| 5. Plan de trésorerie - premier semestre |
|

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | janvier | février | mars | avril | mai | juin |
| **RECETTES** | **Recettes hors exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Capital | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Comptes courants | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Emprunts MLT | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres aides et ressources | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Subventions d'exploitation | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (1) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Recettes d'exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chiffre d'affaires TTC marchandises | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chiffre d'affaires TTC prestations | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Remboursement crédits de TVA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (2) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total recettes** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DEPENSES** |  | janvier | février | mars | avril | mai | juin |
| **Dépenses hors exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Immobilisations TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Remboursements de l'emprunt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (1) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Dépenses d'exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Achats TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sous-traitance TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres achats charges externes TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Impôts et taxes** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Taxe d'apprentissage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisation foncière des entreprises | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisation valeur ajoutée entreprises | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres taxes et droits | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Charges de personnel** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Salaires nets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Charges sociales totales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rémunération du gérant majoritaire | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Retrait du dirigeant ou associés | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisations sociales dirigeant (TNS) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisations sociales EI | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisations sociales Autoentrepreneur | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Charges financières** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Agios s/dettes à court-terme ou CB | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TVA à payer | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (2) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | **Total dépenses** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Recettes - dépenses du mois | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | Recettes - dépenses cumul | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |
| --- |
| 6. Plan de trésorerie - second semestre |
|

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | juillet | août | sept. | oct. | nov. | déc. |
| **RECETTES** | **Recettes hors exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Capital | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Comptes courants | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Emprunts MLT | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres aides et ressources | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Subventions d'exploitation | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (1) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Recettes d'exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chiffre d'affaires TTC marchandises | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chiffre d'affaires TTC prestations | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Remboursement crédits de TVA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (2) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total recettes** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DEPENSES** |  | juillet | août | sept. | oct. | nov. | déc. |
| **Dépenses hors exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Immobilisations TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Remboursements de l'emprunt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (1) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Dépenses d'exploitation** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Achats TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sous-traitance TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres achats et charges externes TTC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Impôts et taxes** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Taxe d'apprentissage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisation foncière des entreprises | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisation valeur ajoutée entreprises | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Autres taxes et droits | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Charges de personnel** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Salaires nets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Charges sociales totales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rémunération du gérant majoritaire | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Retrait du dirigeant ou associés | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisations sociales dirigeant (TNS) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cotisations sociales EI | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Charges financières | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Charges financières** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Agios s/dettes à court-terme ou CB | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TVA à payer | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL (2) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | **Total dépenses** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Recettes - dépenses du mois | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | Recettes - dépenses cumul | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |