



DEDICACE

A ma grand-mère

C'est à la personne la plus idéale dans ce monde, que je le dédie

C'est vrai quelle n'est pas avec nous pour récolter le fruit de ses sacrifices, mais, elle reste toujours la plus présente.

A mes chers parents

Aucun hommage ne pourrait être à l' hauteur de l' amour
& de l' affection dont ils ne cessent de nous la combler.

Qu'ils trouvent dans ce travail un témoignage de nos profonds amours et éternelles.
reconnaisances

Et que dieu leur procure la bonne santé et la longue vie.

A mon cher frère « Riadh » et mes sœurs « Hoda, Safa, Maroua, Mariem »

Qu'ils trouvent l' expression de mes grands attachements.

Qu'ils trouvent le témoignage de mes immenses affections.

En leurs souhaitant la réussite et le bonheur.

A mes chers amis

Une pensée très spéciale envers nos collègues et nos amis pour leur soutien moral et leur
esprit de groupe

Ainsi que tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce projet

Najoua



DEDICACE

Aux deux êtres les plus proche de mon cœur,

A la plus chère des mères « Yamina »

Au plus cher des pères « Hamadi »

Qu'ils trouvent ici l'expression d'un grand amour et d'une gratitude qui, si grande qu'elle puisse être, ne sera jamais à la hauteur de leur patience.

A mon frère « Amir »

A mes sœurs.

A tout membre de ma famille.

A tous ceux qui ont cru en moi.

Je dédie ce travail.

Thouraya



Remerciements

Nous adressons nos remerciements en particulier à Monsieur le directeur de l'UVT, pour le dynamisme de l'institut, et à toute l'équipe enseignante pour la qualité de l'enseignement qui nous a été dispensé.

Nous tenons à remercier Mr Sofiène ABDESSALEM pour son encadrement, ses explications, sa disponibilité et son soutien dans nos recherches d'informations, sa bonne formation et surtout son assistance lors de l'élaboration du projet.

Enfin, nous tenons à remercier également les membres du jury, qui nous ont fait l'honneur d'accepter et d'évaluer ce projet.

Thouraya et Najoua



Sommaire

Chapitre préliminaire: Présentation de l'idée et des promoteurs

Section1 : Origine de l'idée.....	8
Section 2 : Pourquoi ce choix ?.....	8
Section3 : Présentation des promoteurs.....	9

Chapitre 1 : Etude marketing

Section 1: Etude de l'offre	12
1.1 Présentation de la concurrence	12
1.2 Gamme des produits offerts par les concurrents.....	14
Section2 : Etude de la demande	14
2.1 Présentation de la problématique et des objectifs de la recherche	14
2.2 Présentation de l'échantillon	15
2.3 Analyse des donnés	16
2.4 Identification des enquêtés et description de l'échantillon.....	23
Section 3 : Stratégie Marketing	27
3.1 Présentation du Logo de notre entreprise	27
3.2 Le produit et ses Caractéristiques	27
3.3 Formules et prix.....	28
3.4 Stratégie de communication	29

Chapitre 2 : Etude technique

2.1 Description du produit proposé	31
2.2 Description du processus de fabrication	36



Chapitre 3 : Etude économique et financière

Section 1 CONSTRUCTION DU PLAN DE FINANCEMENT INITIAL	46
Section 2: COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL	48
Section 3 : PLAN DE TRESORERIE	56
Section 4 : LE BILAN PREVISIONNEL.....	60
Section 5 : LE PLAN DE FINANCEMENT	62
Section 6 : Les indicateurs de rentabilité.....	63

Chapitre 4 : Etude juridique

Section1 : Choix de la forme juridique	67
1.1Présentation de la spécificité de la SARL :	67
1.2 Pourquoi le choix de la forme d'une SARL :	67
1.3 Réglementation régissant l'activité :	69
Section 2 : Formalités juridique de constitution	70
Section 3 : Statut de la société	70
Article 1 : Formation de la société.....	71
Article 2 : Objet social.....	71
Article 3 : Dénomination	71
Article 4 : Siège social.....	71
Article 5 : Durée	71
Article 6 : Apports.....	72
Article 7 : Capital social	72
Article 8 : Augmentation et Réduction du Capital	72
Article 9 : Parts Sociales – Tenue de Registre des Associés	73
Article 10 : Cession des Parts Sociales.....	73



Article 11 : Droits Attachés aux Parts	75
Article 12 : Indivisibilité des Parts	75
Article 13 : Gérance	75
Article 14 : Durée des Fonctions des Gérants – Révocation	76
<i>Conclusion Générale.....</i>	<i>83</i>
<i>Bibliographie.....</i>	<i>84</i>
<i>Annexes.....</i>	<i>85</i>

Chapitre préliminaire: Présentation de l'idée et des promoteurs



Ce chapitre se propose de présenter l'origine de l'idée de création d'une entreprise de fabrication et de commercialisation des produits cosmétiques et d'hygiène, les fondements de ce choix ainsi que le promoteur du projet.

Section1 : Origine de l'idée

Nous sommes informées par une amie que Mr SAHBI BRAHIM , propriétaire du groupe "Loofah Mode", producteur du Luffa, éponge végétale naturelle, a annoncé que « Douze nouveaux projets industriels, unités de transformation du luffa, seront créés dans plusieurs gouvernorats du pays », le propriétaire du groupe a affirmé que le coût de chaque projet s'élève à 220 mille dinars, dont 80 mille dinars provenant d'une contribution de la centrale du groupe, alors que le reste du montant est à la charge du promoteur qui adhérera au groupe.

Cette annonce nous a beaucoup impressionnée et nous a touchée et comme nous sommes des demandeurs d'emploi désirant lancer notre propre projet, nous avons contacté le propriétaire du groupe Loofah Mode (à travers une amie), heureusement, ce dernier a accepté notre adhésion à son groupe.

Section 2 : Pourquoi ce choix ?

Le choix de ce projet a été appuyé par trois éléments :

- Le soutien d'une société déjà lancée ses produits depuis 2007.
- L'orientation des clients vers les produits à base Bio.
- La diversification de la gamme de produits à offrir sur le marché (cosmétiques et hygiène).

En effet, le tunisien tend à devenir de plus en plus connaisseur et expérimenté dans son comportement d'achat de ce type de produits.



Section3 : Présentation des promoteurs

TLICH Najoua née le 07 Septembre 1984 à Bizerte, diplômée de l'ISET de Charguia, section Administration et communication en 2006, possède une expérience de sept ans en comptabilité au sein des diverses multinationales (allemandes et suisses).

LAHBIB Thouraya née le 04 Février 1984 à Bizerte, diplômée de l'ISET de Charguia, section Administration et Communication en 2006.

Chapitre 1 : Etude marketing



Constituant l'élément le plus important dans un plan d'affaire, l'étude commerciale permettra de définir les éléments du produit ou du service à vendre, de déterminer la clientèle cible et de fixer le prix.

Au niveau de cette étude, on s'intéressera dans une première section à l'étude de l'offre, la deuxième section sera consacrée à l'étude de la demande et la dernière section aura pour objet l'élaboration d'une stratégie marketing.

Notre unité de fabrication et de stockage sera implantée dans un local de 250m² à la région d'El Alia au gouvernorat de Bizerte.

Ce projet comprend trois phases :

*Fabrications des produits cosmétiques et de ménages:

Compte tenu de la spécificité des produits de la société mère, et pour la garantie de la qualité des produits, toutes les matières premières nécessaires à la production et opérations effectuées sont fournis par la société mère. Des matières premières désignent tous les produits naturels et chimiques nécessaires aux opérations de production, en plus de la mise en conserve, des affiches et d'autres matériaux nécessaires pour le processus de production jusqu'à ce que le produit est prêt pour la présentation et la commercialisation. La société mère est commise pour nous fournir les matières premières nécessaires à leur coût.

*Emballage des produits à l'unité de stockage :

Tout produit fini sera emballé dans la même chaîne après fabrication et sera stocké pour la commercialisation dans une étape après.

*Commercialisation :

La société mère s'est engagée à nous informer au début de chaque année une liste des produits qu'elle a mis sur le marché.

La société mère et ses agents cherchent à commercialiser le produit en question dans les limites territoriales (le gouvernorat de Bizerte). Il s'agit d'un stockage de courte durée.



Section 1: Etude de l'offre

L'étude de l'offre est un élément important dans le processus de prise de décision marketing. En effet, cette étude permettra de bien connaître la concurrence en déterminant leurs points forts et leurs points faibles.

1.1 Présentation de la concurrence

Avec l'amélioration du niveau de vie du tunisien et l'accroissement et la diversification de ses besoins et désirs, ce dernier ne cesse d'adopter de nouvelles habitudes et modes de consommation.

Avec le temps, les produits cosmétiques ont variés selon les modes et les matières premières disponibles.

De nombreux acteurs apparaissent également sur le segment du bio et des produits naturels. Il s'agit, le plus souvent, de jeunes enseignes étrangères se développant en franchise. Elles débarquent avec une offre moyenne de gammes, à des prix abordables défiant les réseaux mature.

Dans un tel contexte, la concurrence entre fabricants de produits cosmétiques et d'entretien a fortement augmenté, entraînant une diminution des marges bénéficiaires. .

Il existe une rude concurrence par la présence de grands groupes internationalisés sur le marché ayant une offre très diversifiée.

Nos principaux concurrents sont :

HENKEL ALKI (SFAX) Les Laboratoires Jasminal sont une société familiale créée depuis 1997 par M. Frikha Nejmeddine, pharmacien. Son activité est la fabrication de tous produits cosmétiques, de parfumerie, d'hygiène et d'entretien. Elle est l'une des plus importantes de son secteur en Tunisie et ce par : Une étendue sur 3000 m² de surface couverte. Une gamme de plus de 250 articles.



La société " Laboratoires NIHEL " : est l'une des sociétés tunisiennes les plus importantes dans le domaine cosmétique qui développe une ligne de produits pour la SANTE et la BEAUTE du corps. Fondée en 1982 sous le nom de STUPPEM, la société des Laboratoires NIHEL n'a pas cessé de consolider son expérience et son professionnalisme dans le domaine cosmétique.

Aujourd'hui, après plus d'un quart de siècle d'expérience et d'innovation, la marque NIHEL entame une nouvelle phase de croissance profitant de son excellente image et de son capital confiance.

Laboratoire Cosmétique Créative : est un fabricant de savon naturel ou végétal et artisanal, et spécialiste en production des savons et produits cosmétiques naturels, produits d'hygiène végétaux, ainsi que des produits de beauté naturels en Tunisie.

LCC : Laboratoire de Cosmétique Créative S.A.R.L Société Française, offshore, installée en Tunisie, dirigée par des experts du domaine de la cosmétique bio, de l'hygiène et surtout les savons de Marseille et le savon noir dans toutes leurs formes et senteurs.

L'Oréal est aujourd'hui le numéro un mondial des cosmétiques, le groupe développe ses activités dans trois branches : les cosmétiques, les soins dermatologiques et plus récemment la distribution avec la chaîne de magasins The Body Shop qui propose des produits cosmétiques écologiques. L'Oréal possède un portefeuille de 23 marques réalisant chacune au moins 50 millions d'euros de chiffre d'affaires. Cela lui permet d'être présent sur de nombreuses gammes, des produits grand public aux produits de luxe. La société cherche à être à la pointe de l'innovation tout en s'inscrivant dans la mouvance du développement durable.

AVON référence mondiale dans le monde de la Beauté et leader mondial de la Beauté en vente directe et dépositaire de nombreux brevets, signe d'une technologie avancée dans la création de produits cosmétiques.



1.2 Gamme des produits offerts par les concurrents

L'étude de la gamme de produits proposée par les concurrents nous permet de les regrouper comme suit :

- Produits cosmétiques : shampoing, après shampoing, gel douche, lave main, crème hydratante, parfum, huiles végétaux, maquillage.
- Produits d'hygiène : savon, javel, lave vaisselle, assouplissant, grésil, air fresh.

Il est à noter que les pluparts des concurrents sont spécialisés dans une seule gamme de produit (soit produits cosmétiques soit des produits d'hygiène).

Section2 : Etude de la demande

L'étude de la demande va nous permettre de définir et de cibler les attentes et les besoins de la clientèle. Pour étudier ces besoins, nous avons fait recours à un questionnaire. Le questionnaire est composé de 13 questions, il est destiné aux habitants de la région de Bizerte.

Les questions sont fermées , les axes de recherche traités par le questionnaire s'intéressent à la détermination de la nature des meilleurs produit à offrir, la détermination du prix optimal recherché par le client, enfin, la détection des techniques de distribution et de communication les plus préférées par les clients. Le questionnaire comprend aussi des questions d'indentification de l'enquêté.

2.1 Présentation de la problématique et des objectifs de la recherche

Notre problématique est de satisfaire les besoins des habitants de Bizerte en matière des produits cosmétiques et d'hygiène bio.

A partir de la problématique, l'objectif de notre enquête est de comprendre et de détecter les attitudes et perceptions caractérisant le comportement de l'habitant de région de Bizerte à l'égard des produits d'hygiène et de beauté à base bio.



2.2 Présentation de l'échantillon

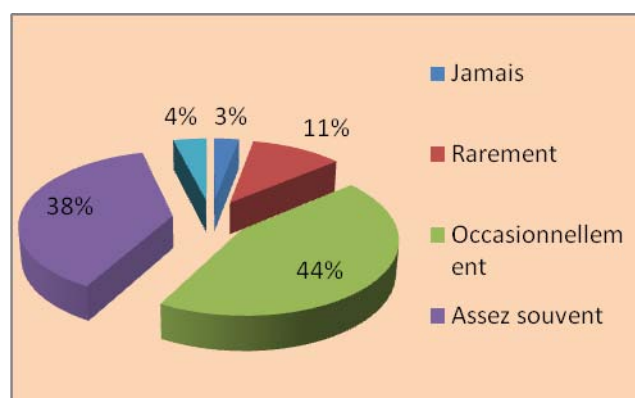
Nous avons choisi la méthode d'échantillonnage aléatoire. Notre population de référence est tout les habitants de la région de Bizerte, elle compte en totalité environ 554 000 habitants en 2012 distribués dans tout le gouvernorat. On s'est limité à interrogé 120 interlocuteurs. Scientifiquement la taille de notre échantillon reste insuffisante. Nous avons décidé de limiter les observations faute de temps et de moyens.

Pour le dépouillement des données nous avons utilisé le logiciel SPSS.

Après la saisie de toutes les données collectées, on a commencé l'analyse des résultats fournis par le logiciel.

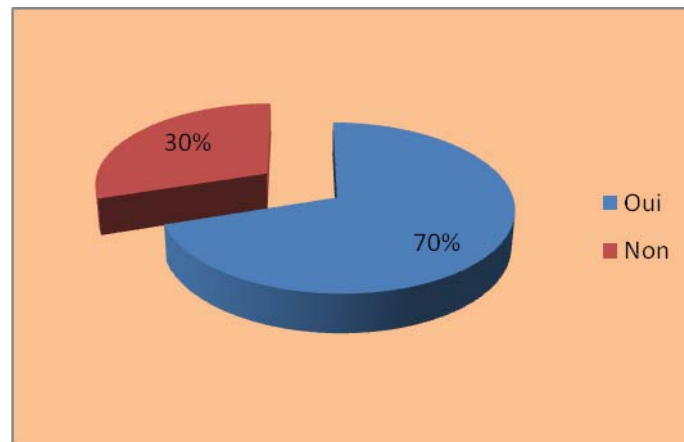
2.3 Analyse des donnés

Q1-Achetez vous des produits cosmétiques et d'hygiène Bio	
Jamais	3%
Rarement	11%
Occasionnellement	44%
Assez souvent	38%
Très souvent	4%
Total	100%



La consommation des produits d'hygiène et de beauté bio constitue un comportement adapté par 42% contre 14% qui déclarent ne pas consommer et consommer rarement.

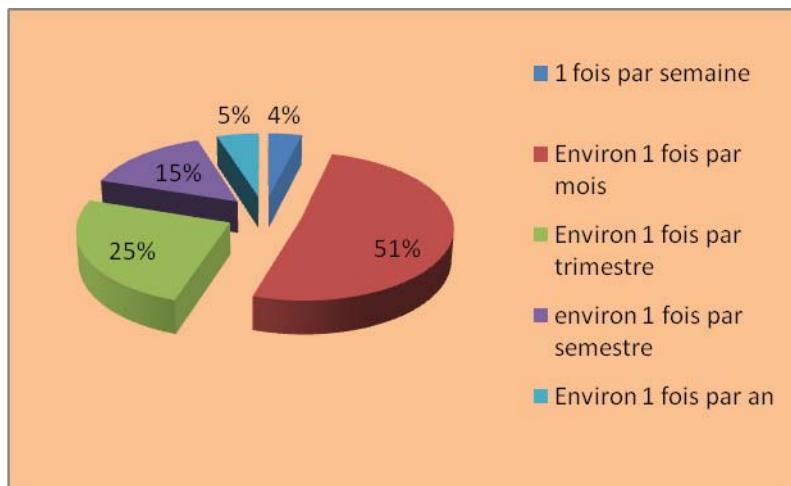
Q2-Sentez vous la différence entre ce type de produit Bio et Non Bio	
Oui	70%
Non	30%
Total	100%



Ces résultats témoignent que la majorité des habitants de la région de Bizerte 70% sont sensibilisés par la différence entre produit Bio et celle non bio.

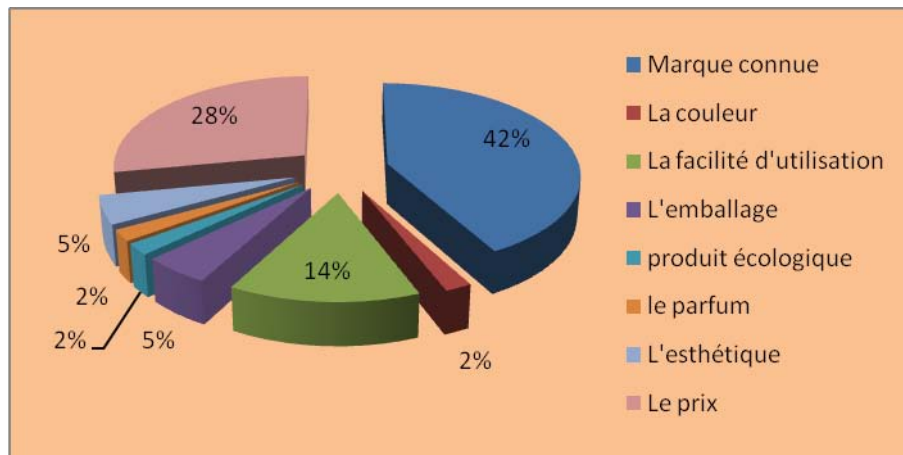
Il faut noter que la consommation de ces produits répond à des besoins génériques qui se rattachent à la sécurité psychologique et la valorisation sociale.

Q3-A quelle fréquence achetez-vous vos produits cosmétiques et d'hygiène	
1 fois par semaine	4%
Environ 1 fois par mois	51%
Environ 1 fois par trimestre	25%
environ 1 fois par semestre	15%
Environ 1 fois par an	5%
Total	100%



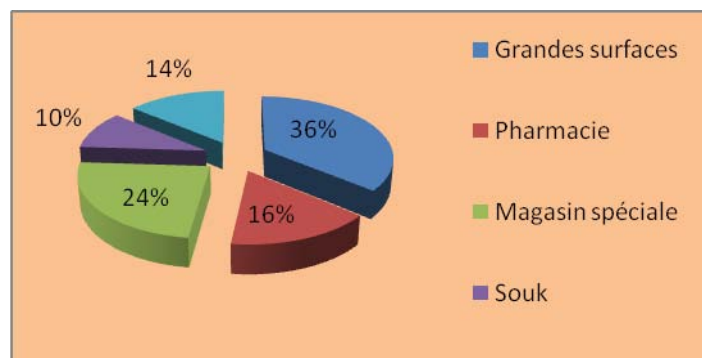
L'étude de la fréquence d'achat des produits cosmétiques et d'hygiène peut s'avère comme étant un indicateur révélateur du degré d'importance accordé à cette catégorie de produit. A ce propos nous remarquons que 51 % des répondants achètent ce type des produits selon une fréquence mensuelle. Tandis que 5% les achètent selon une fréquence annuelle.

Q6-Quelles sont les 3 raisons qui vous font choisir ce type de produit plutôt qu'un autre	
Marque connue	42%
La couleur	2%
La facilité d'utilisation	14%
L'emballage	5%
produit écologique	2%
le parfum	2%
L'esthétique	5%
Le prix	28%
Total	100%



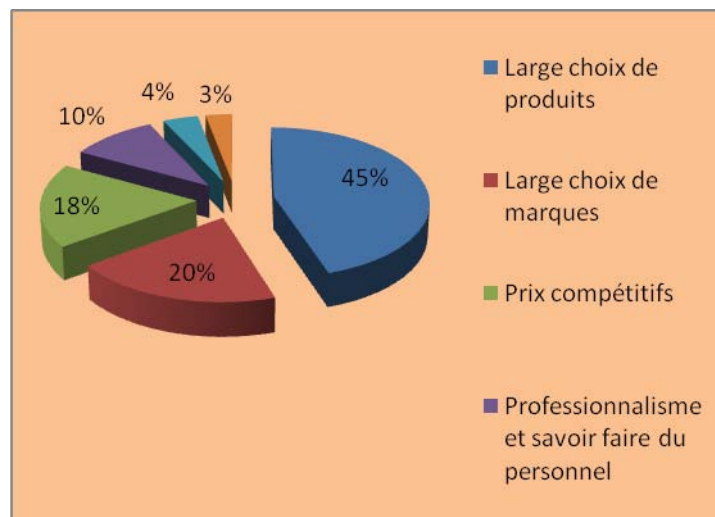
Le tunisien tend à devenir de plus en plus connaisseur et expérimenté dans son comportement d'achat des ce type de produits. A cet égard, il exprime une forte différenciation entre les marques, un critère important et déterminant pour le choix des produits achetés. En revanche, il présente une certaine sensibilité pour d'autres facteurs à l'instar du prix et de la facilité d'utilisation.

Q7-Ou achetez vous vos produits cosmétiques et d'hygiène?	
Grandes surfaces	36%
Pharmacie	16%
Magasin spéciale	24%
Souk	10%
Autres; commerçant	14%
Total	100%



Concernant notre interrogation par rapport aux habitudes d'achat des produits cosmétiques et d'hygiène en termes de fréquence des points de vente, nous remarquons que 76% des répondants achètent ce type de produits auprès ,successivement, des grandes surfaces, magasins spécialisés et pharmacies.

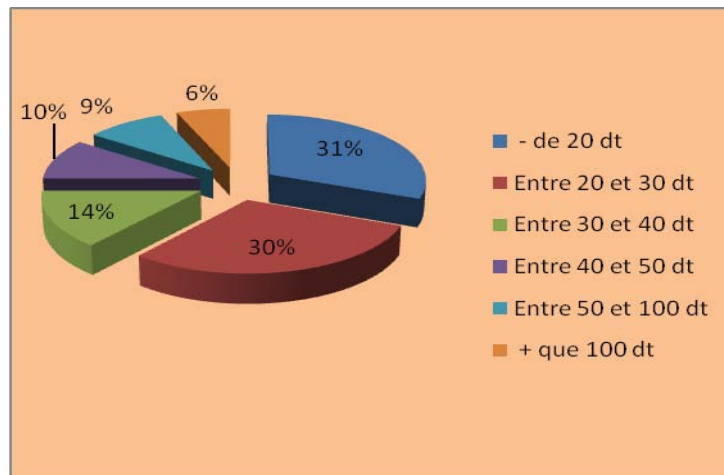
Q8-Quels sont vos critères de choix d'un point de vente de ce type de produits	
Large choix de produits	45%
Large choix de marques	20%
Prix compétitifs	18%
Professionnalisme et savoir faire du personnel	10%
Agencement et décoration	4%
Système d'abonnement ou de fidélité	3%
Total	100%



Ces résultats illustrent que les motifs de choix de point de vente pour l'achat des produits d'hygiène et de beauté sont principalement le large choix des produits, le large choix des marques et les prix compétitifs et ce en raison de 45%, 20% et 18%.

Ceci ne nie pas pour autant l'importance d'autres critères de choix tel que le professionnalisme et le savoir faire du personnel et l'agencement et la décoration qui constituent à leurs tours des facteurs déterminants pour la fréquentation des points de ventes.

Q9-Votre budget pour ce type de produits par mois s'élève	
- de 20 dt	31%
Entre 20 et 30 dt	30%
Entre 30 et 40 dt	14%
Entre 40 et 50 dt	10%
Entre 50 et 100 dt	9%
+ que 100 dt	6%
Total	100%



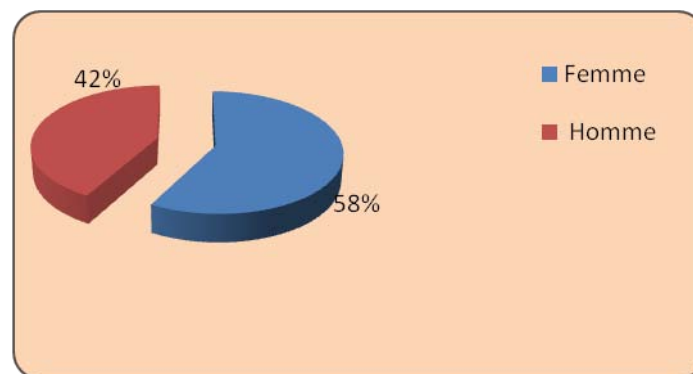
Enfin, et relativement à notre interrogation sur le budget mensuel consacré aux produits cosmétiques et d'hygiène, nous remarquons que 31% y consacrent moins de 20 dt, contre 30% et 14% qui consacrent respectivement un budget entre 20 et 30 de et entre 30 et 40 dt. Par ailleurs, 6% des interviewés estiment leur consommation mensuelle à raison de 100 dt et plus.

Ces chiffres illustrent que la consommation de ces produits est encore limitée que se soit en terme de volume de la demande ou en terme de consommation.

Ces produits de « luxe » demeurent encore une mode et traduisent une consommation à caractère occasionnelle.

2.4 Identification des enquêtés et description de l'échantillon

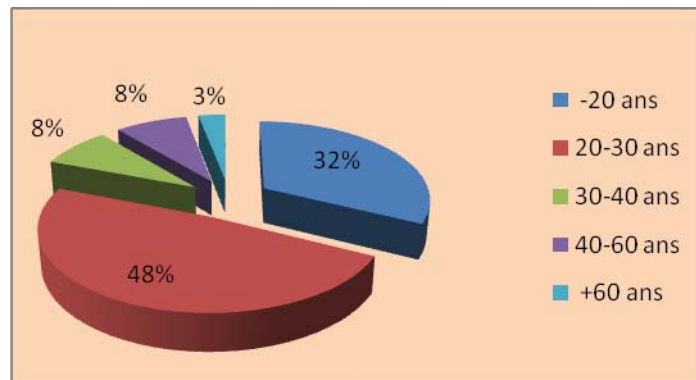
Sexe	%
Femme	58%
Homme	42%
Total	100%



58% des personnes interrogé étaient des femmes contre 42% d'hommes.

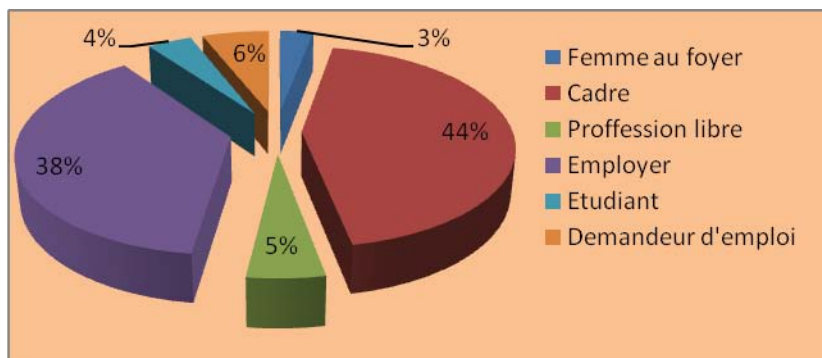


Age	%
-20 ans	32%
20-30 ans	48%
30-40 ans	8%
40-60 ans	8%
+60 ans	3%
Total	100%



48% des nos interlocuteurs ont dans l'intervalle d'âge de 20 et 30 ans, 32% d'eux ont moins de 20 ans alors que 3% seulement ont plus que 60 ans.

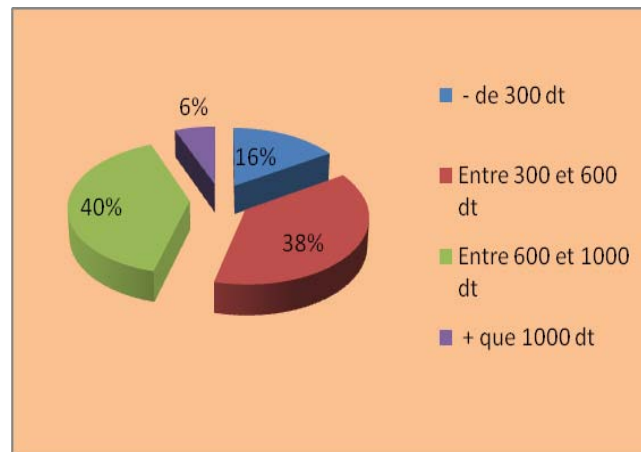
Profession	%
Femme au foyer	3%
Cadre	44%
Profession libre	5%
Employer	38%
Etudiant	4%
Demandeur d'emploi	6%
Total	100%



Professionnellement, 44% des réponses ont été émises par des cadres, 38% par des employés, 4% par des étudiants, 5% par des personnes exerçant une profession libérale et 3% sont des femmes au foyer.



Votre revenu est	
- de 300 dt	16%
Entre 300 et 600 dt	38%
Entre 600 et 1000 dt	40%
+ que 1000 dt	6%
Total	100%



38% et 40% des personnes interrogées ont successivement, un revenu entre 300 et 600 dt et entre 600 et 1000 dt tandis que seulement 6% ont un revenu supérieur à 1000 dt



Section 3 : Stratégie Marketing

Cette section a pour objet de présenter nos choix stratégiques sur le plan marketing. Nos choix résultent des analyses, de la demande et de l'offre que nous avons faites précédemment.

3.1 Présentation du Logo de notre entreprise

Nous avons choisi comme dénomination à notre entreprise « BioBeauty ». Ce nom, à notre avis, il est facile à mémoriser, facile à prononcer, court et distinctif.

Le logo que nous avons conçu porte la couleur verte désigne le forêt ainsi que la nature ; la couleur verte est sans doute celle de nature puisqu'elle est associée à la végétation. Cette couleur est apaisante, rafraîchissante tonifiante. Le vert est associé à la chance, l'espoir et le calme. La couleur blanche représente la lumière, elle signifie, la pureté, l'innocence et la virginité.

3.2 Le produit et ses Caractéristiques

Notre société est une société de fabrication et de commercialisation des produits cosmétiques et de ménages.

Les produits de la plante de Loofah :

Notre unité de fabrication va produire ces éléments :

Produits cosmétiques : savons, gel douche, shampoing, balsam,

Produits de ménages : lave main ordinaire, savon de Marseille, shampoing linge, assouplissant, liquide vaisselle, javel, grésil,

Produits extraits des fibres de la plante : gant de massage en Loofah, foutah.

*Extra doux, le Gel Douche nourrit votre peau, il vous procure un réel moment de détente et de plaisir.



*Le Shampooing lave en douceur tous types de cheveux et permet un usage fréquent ; vos cheveux seront plus souples, plus lisses, plus doux, plus brillants... Très doux, il peut être utilisé quotidiennement.

*L'Après-Shampooing aide à rétablir l'hydratation naturelle des cheveux abîmés et répare les pointes fourchues. Il facilite le démêlage et réduit l'électricité statique. Les cheveux retrouvent vigueur, souplesse et éclat.

*La lave pour les Mains protège des agressions extérieures liées au froid et à l'environnement. Appliquée matin et soir, elle dépose un film protecteur non gras et rend vos mains douces et souples. Onctueuse, cette crème lavant convient pour le visage, les mains et le corps... La peau est souple, veloutée et délicatement parfumée.

* Le gant de loofah est un gant de toilette composé à 100% de fibres naturelles .Il est constitué de fibres douces issues des restes de séchage d'un concombre exotique. Cette matière exfoliante est idéale pour effectuer un « peeling ».

3.3 Formules et prix

Le choix des prix de vente de nos produit n'a pas été arbitraire, il est basée sur plusieurs éléments :

* Des anticipations et des études faites par la société mère à l'aide des experts dans ce domaine .

* Des résultats dégagés par notre étude de marché , nous a permis de construire une idée claire sur la capacité de notre clientèle en terme de budget.

* Le cout de revient , on a fixé un marge bénéficiaire (entre le cout de revient et le prix de vente) de 35% au minimum .

* Le prix de la concurrence ,nos prix sont relativement inférieurs à la moyenne de la concurrence.



les prévisions du chiffre d'affaire pour les trois années prochaines sont comme suit :

Désignation	Nb parfum	Prix de vente (dt)	Quantité vendue/Mois
Gant loofah	5	4,500	2500
Shampoing	4	2,305	2500
Gel douche	4	2,305	2500
Balsam	4	3,305	2500
Lave main ordinaire	4	3,358	2500
Lave main médicinal	4	2,698	2500
Savon de Marseille	1	2,800	1250
Shampoing linge	2	2,800	1250
Assouplissant	2	5,000	750
Liquide vaisselle	2	2,328	1250
Javel		1,794	2500
Javel parfumé	4	2,314	1250
Grisil	5	1,393	2500
TOTAL			25 750

Le choix des prix n'a pas été arbitraire, en effet, nous avons choisie une politique de pénétration, ainsi nos prix son relativement inférieurs à la moyenne de la concurrence.

3.4 Stratégie de communication

Concernant la communication avec les clients, on va faire recours à des divers moyens qui visent à attirer les consommateurs vers nos produits tels que :

*Les actions publicitaires à travers les brochures, les enquêtes de satisfaction, les cartes de visite, les affiches dans les surfaces publiques, les annonces dans les journaux et les bannières publicitaire sur internet.

* Les actions promotionnelles: telles que la participation à des foires et manifestations pour introduire nos produits.

*les actions de relance : à travers la prospection téléphonique, les courriers et le fax.



Chapitre 2 : Etude technique



Notre société Bio beauty est spécialisée en fabrication et commercialisation des produits cosmétiques et d'hygiène.

Dans ce domaine, exercent à peu près 264 sociétés sur le territoire tunisien. Sur la zone de Bizerte, il a été constaté l'absence totale de sociétés traitant ce type de produits.

L'innovation de notre projet consiste en la valorisation de ce type de produit extrait de la nature de la plante de Loofah, il s'agit d'une première en Tunisie.

Dans cette étude technique, nous allons présenter les différentes activités de notre société, le processus de fabrication, les moyens nécessaires au démarrage ainsi que les besoins en ressource humaine.

Section 1 : Type de l'entreprise

Notre entreprise est une société industrielle classée en tant qu'une petite et moyenne entreprise spécialisée dans la fabrication et la commercialisation des produits cosmétiques et d'hygiène à base de loofah.

Section 2 :Caractéristiques du produit et du processus de production

Il s'agit ici de bien connaître le produit à offrir et d'en présenter une description détaillée afin de pouvoir par la suite identifier les opérations par lesquelles passe le produit (Processus de production).

2.1 Description du produit proposé

➤ L'historique des produits cosmétiques Bio

Le monde végétal offre à qui sait le découvrir et le respecter des bienfaits et des vertus reconnus et exploités depuis les temps anciens. Les pharaons utilisaient la précieuse huile des graines de loofah, mais jetaient la partie sèche aux esclaves, qui s'en servaient pour se laver.



Les études et recherches récentes ont porté sur l'utilisation totale du loofah. Toutes les parties peuvent être récupérées, y compris pour l'absorption dans les couches bébés, l'isolation phonique et thermique.

Soucieux du respect de l'environnement, nous avons souhaité concevoir des produits cosmétiques écologiquement propres pour lesquelles sont utilisées des ressources provenant d'énergies renouvelables et dont le conditionnement est complètement recyclable.

➤ **Les caractéristiques du loofah**

Le loofa permet d'effectuer un peeling doux et d'exfolier les parties les plus rugueuses du corps (coudes etc.) mais peut s'utiliser sur l'ensemble du corps. Le loofa doit être humidifié pour devenir un peu plus souple et doit être utilisé avec un savon. Pour optimiser l'action du loofa, les gestes doivent être de différentes sortes suivant les parties du corps :

-Pour une meilleure efficacité, le gant s'utilise en commençant par des gestes circulaires du bas du corps pour progressivement remonter vers les jambes et le ventre. Ces gestes stimuleront la circulation vers le cœur.

-Pour le ventre, effectuez des mouvements circulaires.

-Pour les fesses, les gestes se font vers le haut, à la verticale.

Après avoir utilisé le loofa, n'oubliez pas d'hydrater votre peau. L'action du gant de loofa permettra une meilleure efficacité de vos soins pour le corps.

La fréquence d'utilisation du loofa dépendra de votre type de peau. Il peut être utilisé au quotidien sur les parties les plus rugueuses.

Pour certaines parties plus sensibles, il vaut mieux espacer l'utilisation du loofa à une fois par semaine afin d'éviter que celles-ci ne s'irritent et ne s'assèchent.

L'utilisation du loofah permet d'agir sur de nombreux points. Ainsi, le loofah donne une incroyable sensation de bien-être et votre peau respire mieux !

Nettoyer votre peau avec un loofa l'embellira en lui donnant plus de souplesse. Son action en profondeur contribue à améliorer la circulation sanguine et réduire ainsi la formation de capilons graisseux.



- Le loofa permet de stimuler la circulation sanguine.
- Il exfolie en douceur la peau et donc adoucit la peau. Le loofa supprime tout effet gras de la peau ainsi que toutes impuretés.
- Il élimine les peaux mortes.
- Votre peau retrouve toute son élasticité.
- En automne, le loofa gomme votre peau lorsque votre bronzage a terni ou jauni à la fin de l'été.
- Au printemps il permettra à votre peau de retrouver son éclat.
- L'hiver est en effet une saison où la peau devient davantage sensible aux agressions extérieures, notamment au froid.
- L'utilisation du gant de luffa est idéale également pour préparer votre peau à une épilation. Il permet d'éliminer en douceur les poils sous la peau. L'avantage est qu'il atténue la sensation déplaisante d'arrachage lors de l'épilation.
- La pénétration de vos soins cosmétiques est bien meilleure.

A savoir : il existe deux types de loofa, le loofa asiatique et le loofa égyptien. Le loofa asiatique se dissout lorsqu'il est humidifié. Son effet exfoliant est donc plus faible tandis que le loofa égyptien est dur et permet donc d'être conservé plus longtemps. Le loofa égyptien bénéficie ainsi d'une meilleure réputation. Il est d'ailleurs généralement utilisé dans les salons de beauté et les spas et hammams.

-De même, il existe deux formes de loofa : en éponge ou en gant. A vous de voir laquelle vous convient le mieux.

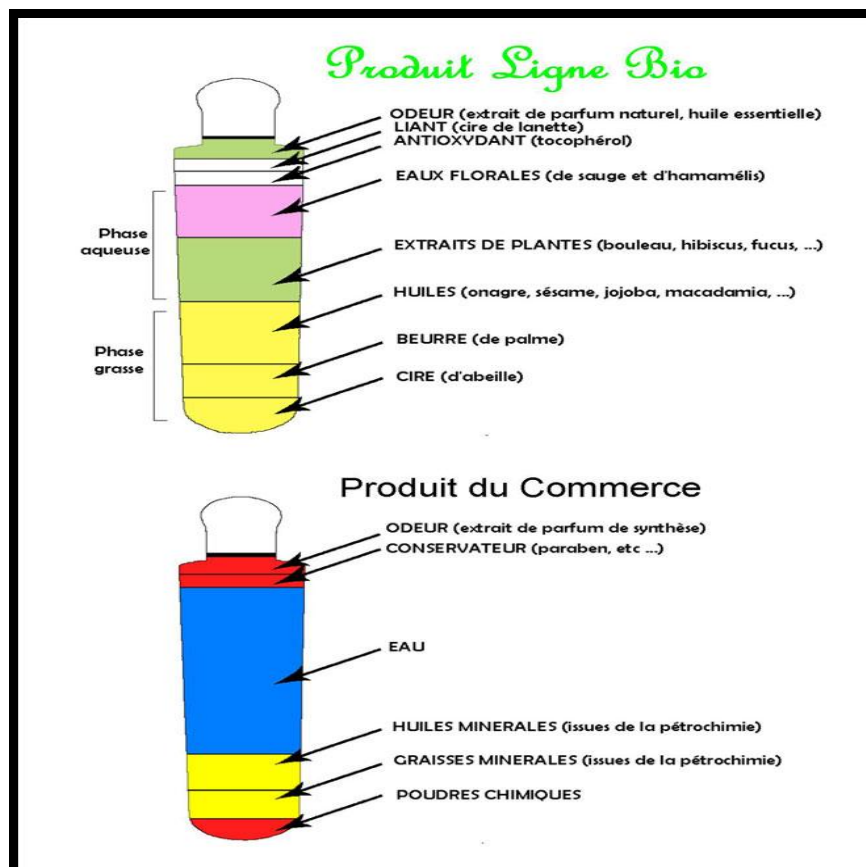
Pour le visage, le luffa existe également sous forme de petits disques à l'image de ceux utilisés pour se démaquiller. Vous pourrez ainsi les emporter où que vous soyez. Cependant, faites attention, le visage étant une partie très sensible, évitez le contour des yeux. Vous pouvez appliquer sur vos disques un lait démaquillant. Aujourd'hui, de plus en plus de produits portent la mention « BIO » car aucune réglementation ne définit ce terme. Or, la qualité d'un produit de beauté se trouve dans les matières de base (excipient, base lavante).

Un produit biologique est un produit agricole, ou dont au moins 95% des ingrédients d'origine agricole sont issus de l'agriculture biologique.

La qualité biologique désigne en fait un mode de production agricole dont les fondements sont basés sur la non utilisation de produits chimiques de synthèse.

Les produits non Bio (commerciaux) ont tous une composition à peu près identique : un excipient, un émulsifiant, des principes actifs et des additifs. De manière générale, les principes actifs sont en minorité dans les cosmétiques, en moyenne 1 à 5% en revanche on y trouve 65% d'eau et les 30% restants sont un cocktail de produits synthétiques destinés uniquement à améliorer la texture, l'odeur, l'effet moussant, etc.

Le schéma ci dessous clarifie les points de différence dans la composition entre les produits Bio et celles non Bio ;





Notre unité de fabrication va produire ces éléments :

Produits cosmétiques : savons, gel douche, shampoing, balsam.

Produits d'hygiène : lave main ordinaire, savon de Marseille, shampoing linge, assouplissant, liquide vaisselle, javel, grésil.

Produits extraits des fibres de la plante : gant de massage en Loofah.

Parmi les matières premières nécessaires pour produire ces produits on trouve :

*L'émulsion est un mélange, macroscopiquement homogène mais microscopiquement hétérogène, de deux substances liquides non miscibles (qui ne se mélangent normalement pas), comme l'eau et l'huile. Une substance est dispersée dans la seconde substance sous forme de petites gouttelettes. Le mélange reste cinétiquement stable grâce à un troisième ingrédient appelé émulsifiant.

*La base moussante est un tensioactif d'origine végétale qui s'utilise surtout pour son excellent pouvoir moussant. Il permettra donc de formuler des bains moussants ou de booster le pouvoir moussant des mélanges de tensioactifs.

*La base assouplissante est un traitement à base d'eau qui maintient et améliore la fonctionnalité de vêtements, chaussures,.....

*Le détergence est un phénomène permettant d'éliminer d'un milieu solide les salissures qui y adhèrent par leur mise en suspension ou en solution. (Il est dû à la présence de molécules amphiphiles.) Propriété de certains lubrifiants, appelés huiles détergentes, de retenir les dépôts solides en suspension.

*Le tampon en chimie, une solution tampon est une solution qui maintient approximativement le même pH malgré l'addition de petites quantités d'un acide ou d'une base, ou malgré une dilution.



2.2 Description du processus de fabrication

La description du processus de production permet de savoir quel sont l'ensemble des étapes nécessaires pour l'obtention des produits finis et de déterminer les outils/machines nécessaires de fabrication.

Pour la production de produits actifs de soin et d'hygiène on utilise souvent des extraits d'origine végétale. Pour arriver au degré d'extraction optimal, il faut préparer les plantes. Une méthode c'est la dissolution mécanique, c'est à dire la fragmentation des parties de la plante respectives comme par exemple pulpe, feuilles, racines, fleurs, etc. dans un détergent approprié.

Un processus de fabrication de savon:

On va utiliser des bases de savon végétal à bases BIO. A ces bases sont ajoutés les additifs correspondants aux produits commandés. Ces composants sont tout d'abord malaxés à l'aide d'un mélangeur, puis compactés et affinés par une extrudeuse duplexe. La presse ou mouleuse donnera ensuite au savon la forme voulue. Ainsi nous prenons soin tout au long du processus de fabrication de contrôler la qualité des produits :

- Prélèvements analysés des matières premières .
 - Vérification des bulletins d'analyses fournisseurs.
 - Suivi des fiches techniques et fiches de sécurité de chaque matière première.
 - Analyses microbiologiques à la demande du client.
 - Prélèvements réguliers conservés en échantillothèque au cours de la fabrication et du conditionnement (poids, qualité visuelle...).
 - Tout le suivi est conservé dans un dossier transmissible au client sur demande
- Qualité, flexibilité, rapidité, traçabilité, performance, sont les maîtres mots de la philosophie BIOBEAUTY.



Le processus de transformation d'un produit bio est fondé sur :

- l'utilisation d'ingrédients biologiques,
- un emploi restreint d'additifs et auxiliaires de fabrication,
- le recours à des procédés respectueux de l'écosystème et non polluants.

Description de la chaîne de production de shampooings comme exemple:

La chaîne de production de shampooings se compose généralement d'une marmite de shampooings, d'une marmite de dosage, d'un seau de jaugeage, d'un plateau d'opération, d'une boîte de contrôle, ainsi que des tuyaux, des filtres et des valves relatifs. La marmite de shampooings est le dispositif le plus important dans la chaîne de production de shampooings. Elle est constituée d'un dispositif à malaxer et d'ajustement des vitesses, d'un dispositif thermométrique, etc.

Le Conditionnement:

Biobeauty dispose de matériels de conditionnement très diversifiés. Ainsi nous assurons aussi bien le conditionnement primaire des produits que le conditionnement secondaire ou packaging.

- Le Conditionnement Primaire

Biobeauty dispose des équipements nécessaires pour :

- L'ensachage
- L'enveloppement sous papier plié
- L'étiquetage

-Le Packaging

Biobeauty s'occupe du conditionnement secondaire de ces produits, ou packaging. Celui-ci est réalisé manuellement :

- Mise en boîte
- Mise sous étui carton
- Suremballage d'étui en PP (polypropylène)
- Cellophane.



Nous connaissons l'importance visuelle du packaging et nous y prêtons une attention toute particulière.

Biobeauty a le souci du détail et des finitions, nous accordons le soin nécessaire à chaque étape de la production, de la réception des matières premières au packaging en passant par la fabrication et le conditionnement.

Section 3 : Moyens nécessaires au démarrage de l'activité

Pour démarrer notre activité nous aurons besoin de :

➤ Moyens de transport :

Un camion RENAULT (Modèle : b80, Catégorie : Utilitaire léger, Puissance fiscale (CV) : 8) pour :

- Transporter les matières premières de l'entreprise mère (localisée à Monastir) à notre local (dans El Alia Bizerte).
- Transporter les produits finis à nos clientèles situées dans tous le gouvernorat de Bizerte.

➤ Machine :

20 Machines de fabrications importées de la Chine.

➤ Locaux :

Emplacement : zone industriel d'El Alia

Aménagement :

- un espace dédié à la fabrication des produits cosmétique et d'hygiène bio de dimension 250 m²
- un espace dédié pour l'emballage momentané du la fabrication
- un espace dédié à l'administration de 10 m²
- un espace de repos pour les pauses de repas des ouvriers
- un espace sanitaire



- Besoin en matériel informatique et meubles de bureau :
 - 3 ordinateurs
 - 1 imprimante multifonction
 - 3 bureaux
 - 9 chaises
 - 1 télécopieur
 - 1 climatiseur
 - 1 Armoire
 - 3 poubelles.

- Besoins en matière première :

La société mère va nous vendre la quantité nécessaire de matière première pendant le premier mois du démarrage de notre activité. Ci-dessous une liste de matière première fondamentale pour la production :



Désignation	Quantité	Unité de mesure
Gant Loofah	2 500	Pièce
huile de loofah		Litre
huile d'argon		Litre
huile d'amande douce		Litre
Aloe vera		Litre
Romarin		Litre
olive		Litre
Emulsifiant	440	Litre
Base moussante	180	Litre
base assouplissant	200	Litre
Détergence	160	Litre
Agent nettoyant et de concentration	160	Litre
Agent d'équilibrage du moussage	25	Litre
Tampons	25	Litre
Base alcaline	50	Litre
conservateur	30	Litre
Base nacrant	220	Litre
colorant	6	Litre
parfums	50	Litre
eau distillée (t)	20	Tonne
Alcool cetyl	50	
Sel pour l'équilibrage	500	Kg
Javel 50	2	Tonne

➤ Autres besoins :

-Des matériels d'emballage : 46 500 flacons nécessaires pendant le premier mois de production, carton, étiquette, cellophane,

-Pièces de rechanges pour les machines.



- Besoins en ressources humaines.

Un gérant:

1- Compétences :

- Gestionnaire ayant une maîtrise en gestion.
- Expérience dans le domaine de la gestion de la production, au moins deux ans.
- Expérience dans le domaine commerciale est fortement souhaitable.

2-Taches à effectuer :

- Gérer la société.
- Il détermine et met en œuvre la stratégie de la société .
- Gestion du personnel.
- Contrôler les différentes activités de la société.
- Etre en contact avec les fournisseurs pour résoudre tout les problèmes.
- Conclure de nouveaux marchés (clients).
- Gestion et traitement des réclamations venant des parties intéressées (état, clients, ...).
- Veillez au respect des règles en vigueur en matière d'environnement et de sécurité.

Un chimiste :

1- Compétences :

- Technicien en chimie
- Expérience au moins deux ans
- Bac plus deux



2- Taches à effectuer :

- Le suivi et le contrôle des déroulements de l'activité de production : gérer et contrôler la production.
- Il est responsable de la production à l'échelle industrielle en termes de quantité, de qualité et de délais.
- Il est garant du respect des coûts, des délais et des normes de sécurité et de qualité.
- Il encadre les équipes de production (ouvriers) .
- Veiller au bon fonctionnement des machines.

Un agent commercial :

1- Compétences :

- Technicien en commerce internationale.
- Au moins deux ans dans le domaine commercial.
- Permis de conduite est obligatoire.

2- Taches à effectuer :

- Prospecter les clients.
- Transporter les produits finis vers les clients.
- Gestion des réclamations.

Un agent administratif :

1- Compétences :

- Licence en gestion des affaires ou comptabilité.
- Bilingue (français & anglais).

2- Taches à effectuer :

- Traiter le courrier et les appels téléphoniques, et organiser l'agenda.
- Suivre des dossiers dans le temps, établir et gérer des budgets, préparer et traiter des documents comptables.
- Gestion et archivage des documents.



Treize ouvriers :

1- Compétences :

- Niveau deuxième années secondaire et plus.
- Formation en domaine technique, mécanique ou électronique est souhaitable.

2- Taches à effectuer :

- Opérateurs de machine.
- Suivre le chimiste par la suivie de ses instructions.
- Veiller au bon fonctionnement des machines.
- L'emballage des produits finis.
- Nettoyage de l'environnement de travail.



Chapitre 3 : Etude économique et financière



Ce chapitre démontre la démarche, qui consiste à étudier la faisabilité de l'entreprise sur le plan financier en s'appuyant sur des prévisions économiques et financières relatives au projet.

Cette analyse va nous permettre d'apprécier la performance, la liquidité et l'équilibre financier de l'entreprise.

Cette étude consiste à traduire, en termes financiers tous les éléments que nous venons de réunir et à vérifier la viabilité de notre projet.

L'étude financière, comme les autres étapes de la création d'entreprise, est un processus itératif qui permet progressivement de faire apparaître tous les besoins financiers de l'entreprise en activité et les possibilités de ressources qui y correspondent.

Dans notre partie financière nous allons suivre les étapes suivantes :

- L'élaboration du plan de financement initial qui nous permettra de déterminer les capitaux nécessaires pour lancer le projet;
- L'établissement du compte de résultat prévisionnel permettant de juger si l'activité prévisionnelle de l'entreprise sera en mesure de dégager des recettes suffisantes pour couvrir la totalité des charges (moyens humains, matériels et financiers) ;
- L'établissement du plan de trésorerie sur 12 mois susceptible de mettre en évidence, mois par mois, l'équilibre ou le déséquilibre entre encaissements et décaissements ;
- L'élaboration du plan de financement capable d'apprécier la solidité financière prévue de l'entreprise sur les premières années d'exercice.

Cette démarche doit conduire à la construction d'un projet cohérent et viable puisque chacune des options prises trouve sa traduction financière et sa répercussion sur les équilibres financiers.

**Section 1 CONSTRUCTION DU PLAN DE FINANCEMENT INITIAL****1.1 Les frais d'établissement :**

Les frais de constitution de l'entreprise font partie des dépenses engagées au bénéfice de l'entreprise pour une longue période:

- *honoraires de conseil : 1000 dt,
- *frais d'immatriculation : 25 dt,
- *actes de constitution de la société : 100 dt,
- *frais de première publicité au JORT: 100 dt.

1.2 Les investissements :

Désignation	Valeur d'acquisition HT
Immobilisation Incorporelle : licence	80 000,000
Immobilisation Incorporelle :frais d'établissement	1 225,000
Immobilisation Incorporelle : logiciel gestion commerciale CIEL	1 444,177
1 camion RENAULT model B 80/ 8 CV	21 000,000
20 Machine PROMAKE	35 000,000
1 Téléfaxe	181,000
3 HP 8560 PI7 martin4 GP/320PC	5 382,000
Climatiseur LG12000 BTI	1 580,000
1 Bureau PRESTIGE avec retour	1 790,000
2 bureaux PALMA	929,800
Aménagement local	7 000,000
Imprimante HP laserjet P3500N	970,300
Armoire haute BASIC LINE portes pleines	244,720
Fauteuil MESH DIRECTION	256,500
8 CHAISES FIX	810,000
TOTAL	157 813,50



1.3 Le fonds de roulement :

Le calcul du Fonds de Roulement (FR), est essentiel car il permet de déterminer comment sont allouées les ressources stables de l'entreprise (capitaux propres et emprunts). Le calcul du Fonds de Roulement permet de mettre en évidence la politique de financement des investissements nécessaire à l'activité de l'entreprise. Enfin, le calcul du Fonds de Roulement, c'est définir un excédent ou un besoin de ressource financière.

Ce fond va permettre la couverture des charges d'exploitation courantes comme suit :

*2 mois de frais de personnel

*2 mois de transport

*2 mois besoin de matière première

*2 mois de frais divers d'exploitations

Désignation	Montant 1er Mois	Montant 2ème Mois
Salaires Brut	7 550	7 550
Transport	417	417
Matière Première	20 233	20 233
Frais d'exploitation	3 121	3 027
Somme	31 321	31 227
TOTAL		62 548

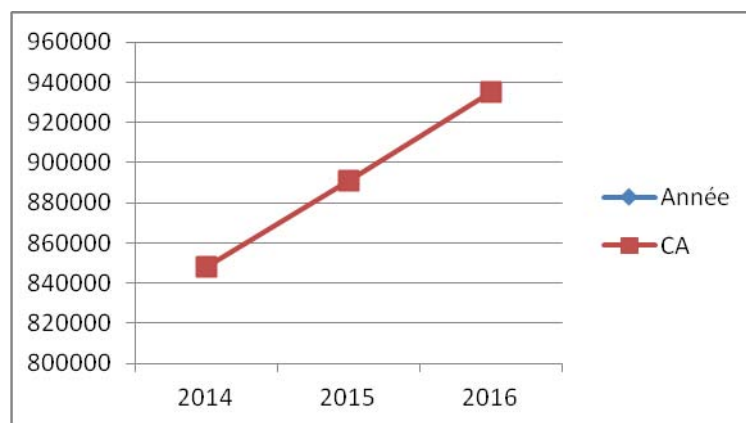
Notre montant de FR est 62 548 dt.



Section 2: COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

2.1 Chiffre d'affaire prévisionnel:

Désignation	Nb parfum	Prix de vente (dt)	Quantité vendue/Mois	CA/Mois (Dt)	2014(Dt)	2015 (Dt)	2016(Dt)
Gant loofah	5	4,500	2500	11 250	135 000	141 750	148 838
Shampoing	4	2,305	2500	5 763	69 150	72 608	76 238
Gel douche	4	2,305	2500	5 763	69 150	72 608	76 238
Balsam	4	3,305	2500	8 263	99 150	104 108	109 313
Lave main ordinaire	4	3,358	2500	8 395	100 740	105 777	111 066
Lave main médicinal	4	2,698	2500	6 745	80 940	84 987	89 236
Savon de Marseille	1	2,800	1250	3 500	42 000	44 100	46 305
Shampoing linge	2	2,800	1250	3 500	42 000	44 100	46 305
Assouplissant	2	5,000	750	3 750	45 000	47 250	49 613
Liquide vaisselle	2	2,328	1250	2 910	34 920	36 666	38 499
Javel		1,794	2500	4 485	53 820	56 511	59 337
Javel parfumé	4	2,314	1250	2 893	34 710	36 446	38 268
Grisil	5	1,393	2500	3 483	41 790	43 880	46 073
TOTAL			25 750	70 698	848 370	890 789	935 328



Prévision du CA

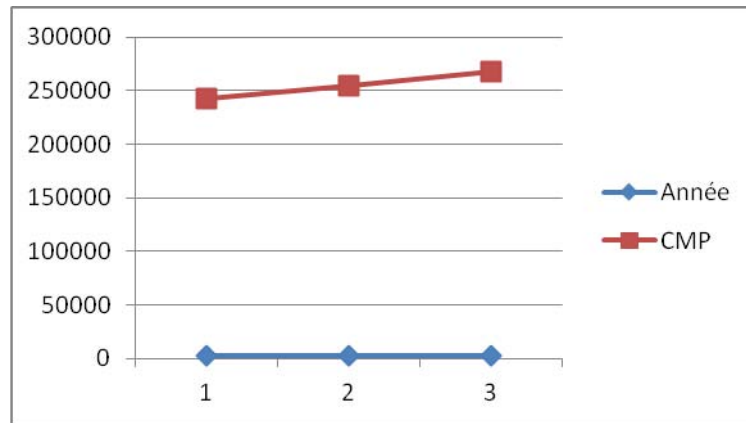


Le tableau et le graphique nous permettent d'avoir une vue sur l'évolution du chiffre d'affaires prévisionnel en fonction de temps. On a supposé que la date de démarrage de l'activité sera prévue pour le 01/01/2014.

2.2 Prévision des achats

Matière première :

Désignation	Quantité	Unité de mesure	Prix unitaire TTC 18%	Prix total/Mois	2014 (Dt)	2015(Dt)	2016(Dt)
Gant Loofah	2 500	Pièce	3,20	8 000	96 000	100 800	105 840
huile de loofah		Litre	39,00				
huile d'argon		Litre	42,00				
huile d'amande douce		Litre	30,00				
Aloe vera		Litre	32,00				
Romarin		Litre	40,00				
olive		Litre	33,00	4 000	48 000	50 400	52 920
Emulsifiant	440	Litre	2,13	937	11 246	11 809	12 399
Base moussante	180	Litre	1,25	225	2 700	2 835	2 977
base assouplissant	200	Litre	3,50	700	8 400	8 820	9 261
Détergence	160	Litre	1,90	304	3 648	3 830	4 022
Agent nettoyant et de concentration	160	Litre	7,40	1 184	14 208	14 918	15 664
Agent d'équilibrage du moussage	25	Litre	14,70	368	4 410	4 631	4 862
Tampons	25	Litre	0,90	23	270	284	298
Base alcaline	50	Litre	1,80	90	1 080	1 134	1 191
conservateur	30	Litre	1,67	50	601	631	663
Base nacrant	220	Litre	1,60	352	4 224	4 435	4 657
colorant	6	Litre	150,00	900	10 800	11 340	11 907
parfums	50	Litre	31,00	1 550	18 600	19 530	20 507
eau distillé (t)	20	Tonne		-	-	-	-
Alcool cetyl	50		7,50	375	4 500	4 725	4 961
Sel pour l'équilibrage	500	Kg	0,35	175	2 100	2 205	2 315
Javel 50	2	Tonne	500,50	1 001	12 012	12 613	13 243
Total				20 233	242 800	254 940	267 687



Prévision des achats MP

Le tableau et le graphique précédent nous permettent d'évaluer le prix d'achat des matières premières communiqué par l'entreprise mère.

L'augmentation de cout d'achat de MP est prévue de 5% chaque année.



Coût d'emballage :

Désignation	Quantité vendue/Mois	Cout unitaire emballage	Cout emballage /Mois (Dt)	2014(Dt)	2015(Dt)	2016(Dt)
Shampoing	2 500	0,500	1 250	15 000	15 750	16 538
Gel douche	2 500	0,500	1 250	15 000	15 750	16 538
Balsam	2 500	0,500	1 250	15 000	15 750	16 538
Lave main ordinaire	2 500	0,500	1 250	15 000	15 750	16 538
Lave main médicinal	2 500	0,600	1 500	18 000	18 900	19 845
Savon de Marseille	1 250	0,200	250	3 000	3 150	3 308
Shampoing linge	1 250	0,500	625	7 500	7 875	8 269
Assouplissant	750	0,500	375	4 500	4 725	4 961
Liquide vaisselle	1 250	1,100	1 375	16 500	17 325	18 191
Javel	2 500	0,600	1 500	18 000	18 900	19 845
Javel parfumé	1 250	1,000	1 250	15 000	15 750	16 538
Grisil	2 500	0,250	625	7 500	7 875	8 269
Gant loofah	2 500	0,100	250	3 000	3 150	3 308
TOTAL	23 250,00	6,85	12 750	153 000	160 650	168 683

Coût de la fourniture :

L'achat des diverses fournitures est estimé à 1000 Dt pour la première année.

2.3 Prévision des charges

La formation

Désignation	Durée	Lieu	Cout unitaire (Dt)	Prix total (Dt)
Formation gérant	3 jours	hôtel la concorde-Berge du lac	150	450
Formation chimiste	15 jours	hôtel El Mouradi-Monastir	100	1 500
TOTAL			250	1 950

La location

Chaque mois on va payer 500 Dt pour la location d'un local de 250 m² donc 6000 Dt par an avec une augmentation de 5% chaque année.

La publicité

Les frais de publicité est fixer à 5 000 dinars pour la première année d'exploitation ; à 3 000 dinars pour la deuxième et à 3 000 dinars. Nous justifions le niveau élevé de ces frais la première année par la nécessité de lancement de nos nouveaux produits sur le marché (brochures, journaux,...).



Charges de personnel :

Désignation	Salaire Annuel Brut	CNSS	Assurance
Gérant	15 600	2 585	781
Chimiste	8 400	1 392	420
Administratif	5 400	895	270
Agent Commercial	6 600	1 094	330
Ouvriers	54 601	9 047	2 733
Total	90 601	15 013	4 535

Les salaires bruts sont estimés à 90 601 Dt la première année, pour la charge patronale on a calculé la CNSS avec un taux de 16,57 % et l'assurance à un taux de 6%.

Charges financières :

Redevance : elle est calculé sur la base de 10% du CA la contre partie de la participation de la société mère dans le fond propre.

Intérêt sur emprunt : on va obtenir un crédit de 60 000 Dt de la part de la banque BIAT avec un taux d'intérêt de 6% et remboursable sur 7 ans

Pour calculer l'intérêt, on a utilisé un simulateur de crédit de la banque BIAT, la durée de grâce est de trois mois.



Prévision des amortissements :

Désignation	Val acquisit.	Durée de vie (An)	2 014(Dt)	2 015(Dt)	2 016(Dt)
Frais préliminaires	1 225	1	1 225	0	0
Brevet	80 000	5	16 000	16 000	16 000
Logiciel Ciel	1 444	5	289	289	289
Un camion RENAULT	21 000	5	4 200	4 200	4 200
20 Machine	35 000	4	8 750	8 750	8 750
1Téléfaxe	181	5	36	36	36
3 HP compaq 6730 B martin	5 382	3	1 794	1 794	1 794
Climatiseur LG12000 BTI	1 580	3	527	527	527
1 Bureau PRESTIGE avec retour	1 790	5	358	358	358
2 Bureaux PALMA	930	5	186	186	186
Aménagement local	7 000	6	1 167	1 167	1 167
Imprimante HP laserjet P3500N	970	3	323	323	323
Armoire haute BASIC LINE portes pleines	245	5	49	49	49
Fauteuil MESH DIRECTION	256,500	5	51	51	51
8 Chaises fixes	810	5	162	162	162
Total	157 813		35 117	33 892	33 892



2.4 LE COMPTE DE RESULTAT

Il s'agit d'un tableau rentrassent l'activité pour chacun des 3 premiers exercices :

	2014(Dt)	2015(Dt)	2016(Dt)
Achats			
Matières premières	242 800	254 940	267 687
Fournitures diverses (Bureau, extincteur,...)	1 000	1 500	2 000
Emballages	153 000	160 650	168 683
Total achats	396 800	417 090	438 369
Charges externes (formation,)	1 950	2 200	2 200
Loyer et Charges locatives	6 000	6 300	6 615
Entretien et réparations (locaux, matériel)	3 000	1 000	1 000
Divers charges (eau, électricité, gaz, télécommunication)	12 000	14 000	14 500
Assurances (local, véhicule)	4 500	5 000	6 000
Publicité	5 000	3 000	3 000
Transports	5 000	6 000	7 000
Total charges externes	37 450	37 500	40 315
Charges de personnel (Assurance, médecine de travail)	4 000	5 000	5 500
Rémunération brut des salariés	90 601	95 131	99 887
Charges sociales patronales	19 548	20 525	21 551
Total charges de personnel	114 148	120 656	126 939
Redevance à la société mère	84 837	89 079	93 533
Intérêt sur emprunt	7 889	10 518	10 518
Total charges financières	92 726	99 597	104 051
Dotations aux amortissements et provisions	35 117	33 892	33 892
Impôts	10 285	10 800	11 340
Total charges diverses	45 402	44 692	45 232
TOTAL DES CHARGES (a)	686 526	719 534	754 905
Ventes de Produits finis	848 370	890 789	935 328
TOTAL DES PRODUITS (b)	848 370	890 789	935 328
RESULTAT avant Impôt (b) – (a)	161 844	171 254	180 423
Impôt sur les bénéfices 30%	48 553	51 376	54 127
RESULTAT NET	113 291	119 878	126 296
Cash Flow	78 174	85 986	92 404



Le cash flow est le bénéfice réel dégagé par l'entreprise par opposition au bénéfice comptable qui tient compte de charges fictives comme les amortissements.

On ne peut pas dire que notre activité a dégagé un bénéfice sauf si on établit le plan de trésorerie (voir plus loin) car il est possible que la situation de trésorerie au des premiers mois être déficitaire.

Section 3 : PLAN DE TRESORERIE

C'est un tableau qui présente tous les décaissements et tous les encaissements prévus au cours du premier semestre de la première année, en les ventilant mois par mois. Si ce document prévisionnel devait faire ressortir une impasse de trésorerie à un certain moment, il faudrait alors trouver une solution avant le démarrage de l'entreprise. On ne doit pas commencer l'activité en sachant à l'avance que dans les tous prochains mois il risque d'y avoir une grave crise de trésorerie et que l'on n'aura pas les moyens d'y remédier. La plupart des disparitions d'entreprises nouvelles intervenant la première année sont le fait de problèmes de trésorerie.

Pour établir le plan de trésorerie, nous prévisions les conditions de paiement de notre clientèle et de nos fournisseurs comme suit ;

*Conditions de paiement de la clientèle : 50% règle au comptant et 50% règle à crédit (1mois).

*Conditions de règlement des fournisseurs : 50% règle au comptant et 50% règle à crédit (1mois).

Le paiement de la matière première sera réalisé la fin du même mois de l'achat.

*Autres informations : toutes les ventes et tous les achats sont passibles de la TVA au taux de 18%, la TVA est réglée à la direction des impôts de 28 de le mois qui suivent.

*Les charges salariales sont payées trimestriellement.

*On a 62 548 dt comme trésorerie initiale.

**BUDGET DES VENTES**

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
LES VENTES	70 698	70 698	70 698	70 698	70 698	70 698
TVA COLLECTEE	12 726	12 726	12 726	12 726	12 726	12 726
CA TTC	83 423	83 423	83 423	83 423	83 423	83 423

BUDGET DES ACHATS

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
LES ACHATS	20 233	20 233	20 233	20 233	20 233	20 233
TVA DEDUCTIBLE	3 642	3 642	3 642	3 642	3 642	3 642
TOTAL ACHAT TTC	23 875	23 875	23 875	23 875	23 875	23 875
ACHAT INVESTISSEMENT	77 813					
FOURNITURES ET EMBALLAGE	12 833	12 833	12 833	12 833	12 833	12 833
TOTAL ACHATS	90 647	12 833	12 833	12 833	12 833	12 833
TVA /INVESTISSEMENT+FOURNITURES	16 316	2 310	2 310	2 310	2 310	2 310
TOTAL EQUI+FOUR TTC	106 963	15 143	15 143	15 143	15 143	15 143
ACHAT TTC	130 839	39 019	39 019	39 019	39 019	39 019

BUDGET DES CHARGES

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
CHARGES DE PERSONNELS ALAIRES	7 550	7 550	7 550	7 550	7 550	7 550
CHARGES SOCIALES	1 629	1 629	1 629	1 629	1 629	1 629
CHARGES EXTERNES	3 121	3 121	3 121	3 121	3 121	3 121
TVA/TOTAL DES CHARGES EXTERNES	562	562	562	562	562	562
TOTAL DES CHARGES EXTERNES TTC	3 683	3 683	3 683	3 683	3 683	3 683
AMORTISSEMENT	2 926	2 926	2 926	2 926	2 926	2 926
TOTAL DES CHARGES	15 788	15 788	15 788	15 788	15 788	15 788

BUDGET DES TVA

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
TVA COLLECTEE	12 726	12 726	12 726	12 726	12 726	12 726
	3 642	3 642	3 642	3 642	3 642	3 642
TVA DEDUCTIBLE	16 878	2 872	2 872	2 872	2 872	2 872
TOTAL TVA DEDUCTIBLE	20 520	6 514	6 514	6 514	6 514	6 514
TVA A PAYER		6 212	4 629	6 212	6 212	6 212
TVA A REPORTER	- 7 795	- 1 583				



BUDGET DES DECAISSEMENTS

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
ACHAT MP	23 875	23 875	23 875	23 875	23 875	23 875
SALAIRES	7 550	7 550	7 550	7 550	7 550	7 550
CHARGES SOCIALES				4 887		
CHARGES EXTERNES	3 121	3 121	3 121	3 121	3 121	3 121
INTERET SUR EMPRUNT	-	-	-	876	876	876
TVA A PAYER	-	-	-	4 629	6 212	6 212
ACHAT EQUIPEMENT ET FOURNITURES(50%)	53 482	7 572	7 572	7 572	7 572	7 572
ACHAT EQUIPEMENT ET FOURNITURES(50%)	-	53 482	7 572	7 572	7 572	7 572
TOTAL DECAISSEMENTS	88 028	95 599	49 689	60 081	56 777	56 777

BUDGET DES ENCAISSEMENTS

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
VENTES COMPTANT	41 712	41 712	41 712	41 712	41 712	41 712
VENTES CREDIT	-	41 712	41 712	41 712	41 712	41 712
EMPRUNT OBTENU	60 000					
TOTAL ENCAISSEMENTS	101 712	83 423	83 423	83 423	83 423	83 423

BUDGET DE TRESORERIES

	JAV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN
TRESORERIE INITIALE FD	62 548	76 232	64 055	97 789	121 130	147 776
ENCAISSEMENT	101 712	83 423	83 423	83 423	83 423	83 423
TOTAL ENCAISSEMENT	164 259	159 655	147 478	181 212	204 553	231 199
DECAISSEMENT	88 028	95 599	49 689	60 081	56 777	56 777
TRESORERIE FINALE	76 232	64 055	97 789	121 130	147 776	174 422



Selon le plan de trésorerie, BIOBEAUTY a un excédent de trésorerie donc on peut commencer l'activité en sachant à l'avance que nous sommes en bonne situation de trésorerie.

**Section 4 : LE BILAN PREVISIONNEL****AN 2014****Actifs****Actifs non courants****Actifs immobilisés**

Immobilisations incorporelles	82 669
Moins: amortissements	(17 514)
	65 155

Immobilisations corporelles	75 144
Moins: amortissements	(17603)
	<hr/> 57 541

Immobilisations Financières	0
Moins: Provisions	
Total des actifs immobilisés	122 697

Autres actifs non courants	0
Total des actifs non courants	<hr/>122 697

ACTIFS COURANTS

Stocks	0
Moins: Provisions	0
	<hr/> 0

Clients et comptes rattachés	41 712
Moins: Provisions	0
	<hr/> 41 712

Autres Actifs courants	0
Placements et autres actifs financiers	0
Liquidités et équivalents de liquidités	329 395
	<hr/>



des actifs courants	371 107
	<hr/>
Total des actifs	493 803
	<hr/> <hr/>
 Capitaux propres et passifs	
<u>Capitaux propres</u>	
Capital social	200 000
Réserves	0
Autres capitaux propres	80 000
Résultats reportés	0
Total des capitaux propres avant résultat de l'exercice	280 000
Résultat de l'exercice	113 291
Total des capitaux propres avant affectation	393 291
	<hr/>
Passifs	
<u>Passifs non courants</u>	
Emprunts	60 000
Intérêt sur emprunt à long terme	5 743
Autres Passifs financiers	0
Provisions	0
Total des passifs non courants	65 743
	<hr/>
<u>Passifs courants</u>	
Fournisseurs et comptes rattachés	8 008
Autres passifs courants	18 877
Intérêt sur emprunt à court terme	7 884
Concours bancaires et Autres passifs fin	0
Total des passifs courants	34 769
Total des passifs	100 512
	<hr/> <hr/>
Total des capitaux propres et des passifs	493 803
	<hr/> <hr/>
	0



Section 5 : LE PLAN DE FINANCEMENT

Une bonne structure financière est une garantie de pérennité pour une nouvelle entreprise. Elle sera en mesure de faire face à des risques (retard dans la montée en puissance du chiffre d'affaires, impayés, etc.) d'autant mieux qu'elle aura des ressources financières stables en réserve pour cela.

Une fois les besoins durables sont évalués, il est nécessaire de chiffrer les ressources financières qui nous permettront de couvrir nos investissements et les charges de démarrage de nos activités.

Apport société Biobeauty : 80 000 Dt

Apport en nature de la société mère : 80 000 Dt

Emprunt obtenu de la part de la banque BIAT d'un montant de 60 000 Dt

Date de l'emprunt	Date de 1ère échéance	Montant de l'emprunt	Taux d'intérêt annuel	Durée en année(s)	Nombre d'échéances par an	Montant d'une échéance	Frais financiers sur l'emprunt	Total Remboursé
01/01/2014	01/04/2014	60 000	6,00%	7	12	877	13 627	73 627



Section 6 : Les indicateurs de rentabilité

Les indicateurs de rentabilité nous donnent une idée précise si le projet est rentable ou non. Ils permettent de répondre à des questions telle que : vaut-il la peine d'investir dans ce type de projet ? Va-t-il générer des flux financiers lui permettant d'être viable ? ...

6.1 Calcul de seuil de rentabilité et du point mort

Le seuil de rentabilité d'une entreprise est le chiffre d'affaires pour lequel l'entreprise couvre la totalité de ses charges (sans bénéfice, ni perte). Le chiffre d'affaires critiques est le chiffre d'affaires pour lequel la marge sur coût variable est égale aux charges fixes. Le bénéfice est alors nul c'est-à-dire $MARGE\ SUR\ COUT\ VARIABLE = CHARGES\ FIXES$.

CHARGES VAIABLES

Achat MP	242 800
Fournitures divers	1 000
Emballage	153 000
Transport	5 000
TOTAL CHARGES VAIABLES	401 800

CHARGES FIXES

Formation	1 950
Loyer	6 000
Entretien et réparation	3 000
Divers charges eau, électricité	12 000
Assurance	4 500
Publicité	5 000
Charges de personnel	114 148
Charges financières	92 726
Dotation aux amortissements	35 117
Impôt	10 285
TOTAL CHARGES FIXES	284 726



ANNEE	2014	2015	2016
CA	848 370	890 789	935 328
Charges variables	401 800	423 090	445 369
M/CV	446 570	467 699	489 959
Taux de M/CV	0,526	0,525	0,524
Charges fixes	284 726	296 444	309 536
Seuil de rentabilité	540 908	564 614	590 902

Le point mort est la date à laquelle le chiffre d'affaires critique est atteint.
POINT MORT (en nombre de jours) = SEUIL DE RENTABILITE / CHIFFRES D'AFFAIRES x 360

$$= 540\,908 / 848\,370 * 360$$

$$= 230 \text{ JOURS}$$

Donc on atteindra le point mort à la date de 18 Août puisque on a débuté le 1er Janvier c'est-à-dire on va dégager un bénéfice à partir de cette date.

6.2 Calcul du VAN

La valeur actuelle nette (VAN) est utilisée pour déterminer si un investissement est rentable ou non. Un investissement rentable est un investissement qui accroît la valeur de l'actif économique, c'est à dire qui crée de la richesse. En d'autres termes, il faut que les recettes générées par l'investissement soit supérieur à son coût.

Le délai de récupération permet d'appréhender le délai nécessaire à la récupération du capital investi en le comparant aux flux cumulés de trésorerie.

Les calculs seront faits dans un horizon de 3 ans. Nous avons retenu l'hypothèse que le taux d'actualisation est de 10%. Le tableau ci-dessous récapitule tous les calculs nécessaires.



Taux d'actualisation	Investissement
0,1	157 813,50

	Année 1	Année 2	Année 3
CF	78 174	85 986	92 404
CF actualisé	71 067	71 063	69 424
CF cumulé	71 067	142 130	211 554
VAN	53 741		

LA DELAI DE RECUPERATION EST DE 2 ANS ET 9 MOIS

Si la VAN est positive le projet est adopté sinon il est rejeté. Autrement dit, les projets sont choisis si la valeur actualisée des encaissements dépasse celle des décaissements au bout d'une certaine période.

Dans notre cas la VAN est positive, donc notre projet est rentable.

6.3 Calcul du TRI

Si la VAN=0

$TRI = CF \text{ actualisé} / Investissement$

$TRI = 1,34 > 0,1$

Le TRI du projet est supérieur au taux de rendement du marché alors notre projet considéré comme rentable et il est alors intéressant d'y investir.

Chapitre 4 : Etude juridique



A cette étape, il s'agit de choisir une structure juridique pour notre projet, il faut avoir une connaissance du cadre légal de l'activité de notre entreprise, choisir la forme juridique de l'entreprise et élaborer le statut(le contrat).

Section1 : Choix de la forme juridique

La forme juridique de notre entreprise sera SARL (société à responsabilités limitées), pour les avantages que procurent cette forme de société qui seront analysés ci-dessous :

1.1Présentation de la spécificité de la SARL :

La société à responsabilité limitée (SARL) est la forme la plus courante de société. Elle est composée de 2 associés au minimum et de 50 associés au maximum. Les associés peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales (des sociétés par exemple).

La SARL peut même être créée avec un seul associé ou se retrouver avec un seul associé suite à la réunion de toutes les parts sociales entre les mains d'un associé unique. On parle alors d'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL). Il n'en demeure pas moins que l'EURL est une SARL qui obéit à la majeure partie des règles applicables à la SARL.

La SARL est dirigée par un ou plusieurs gérants. Le gérant est désigné par les associés. Le capital est fixé librement par les associés. Il peut donc être très faible. Le capital social est divisé en parts sociales et non en actions.

1.2 Pourquoi le choix de la forme d'une SARL :

Les avantages procurés par la SARL sont essentiellement liés à son caractère de société de capitaux. Le premier avantage de la SARL par rapport à l'entreprise individuelle est de permettre de s'associer à un partenaire. Cela peut être utile si le projet d'entreprise a été monté en commun avec plusieurs personnes ou si on cherche un partenaire financier pour nous aider dans notre développement.



1.2.1 La limitation de la responsabilité des associés et du gérant :

La SARL, comme les autres sociétés de capitaux, limite la responsabilité des associés à leurs apports.

La S.A.R.L. aura ainsi sa vie propre qui ne sera pas directement affectée par Les événements pouvant survenir au niveau de la personne de ses associés. Cet avantage évident de pérennité n'en est pas moins considérable pour assurer Le développement et la transmission de L'entreprise, Les droits sur celle-ci pouvant se céder de façons échelonnées, progressive, avec grande facilité. Le moment venu, il sera donc possible aux associés actuels d'intéresser à leur affaire toutes personnes de leur choix : membre de la famille, salariée ou repreneurs extérieurs. Cette mutation sera encore facilitée par le fait que La qualité d'associé de La S.A.R.L. ne confère jamais celle de commerçant. Cette transmission aisée n'est cependant pas synonyme de liberté totale excluant toutes conditions pour devenir associé. La forme S.A.R.L. permet au contraire un contrôle renforcé des cessions de parts tout en n'imposant pas à l'associé qui a trouvé un acquéreur de rester prisonnier de La société.

Contrairement à l'entreprise individuelle, ou à d'autres formes de société (société de fait, société en nom collectif) l'associé de La S.A.R.L., même dirigeant, ne peut être tenu pour responsable du passif de la société au-delà de l'apport qu'il a fait en capital.

1.2.2 La facilité d'adaptation :

Un autre attrait de La S.A.R.L. réside dans ses possibilités d'évolution la rendant adaptable aux besoins de l'entreprise. La S.A.R.L. est aujourd'hui (EURL) la seule société (avec la SASU) qui peut fonctionner sans risque de dissolution avec un seul associé. Elle peut, si les circonstances l'exigent, être assez facilement transformée en société d'une autre forme, en particulier en société anonyme.

1.2.3 La simplicité de fonctionnement :

Du fait du nombre limité d'associé qui se connaissent et qui généralement font confiance à un seul gérant, Le mode de fonctionnement de la structure n'est jamais très compliqué. Notons à cet égard que les décisions collectives ne nécessitent pas nécessairement une réunion des associés, sauf pour l'approbation des comptes, et la réduction de capital, le gérant dispose de pouvoirs étendus.



1.3 Réglementation régissant l'activité :

Selon le JORT n° 76 du 23/09/2005

Les produits cosmétiques sont des substances ou des mélanges de substances, destinés à être mis en contact avec les parties superficielles du corps humain (épiderme, système pileux, ongles, etc.), ou avec les dents et les muqueuses buccales, en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect, de les protéger, de les maintenir en bon état ou de corriger les odeurs corporelles. Ces produits sont mis en libre circulation dans le marché intérieur, s'ils sont conformes au présent règlement.

Décret n°1999-769 du 5 avril 1999 fixant les missions et les attributions de L'Agence Nationale de Contrôle Sanitaire et Environnemental des Produits (ANCSEP). L'ANCSEP a été mise en place à partir du mois de novembre 1999.

S'il est nécessaire, nous devons fournir la quantité demandée par la société mère destinée à l'export, en respectant les normes et les règles de l'union européenne.

Dans ce cadre, les législations nationales applicables aux produits cosmétiques sont harmonisées au niveau européen afin de faciliter la libre circulation de ces produits dans le marché intérieur de l'Union européenne (UE). La présente directive établit des règles concernant la composition, l'étiquetage et l'emballage des produits cosmétiques. En outre, elle instaure un régime visant à interdire les expérimentations sur les animaux ainsi que la commercialisation des produits qui en ont fait l'objet.

La libre circulation des produits cosmétiques dans le marché européen ne peut être restreinte ou interdite par les États membres si ces produits sont sans danger pour la santé humaine dans des conditions normales ou prévisibles d'utilisation.



Section 2 : Formalités juridique de constitution

Déclaration auprès des agences de promotion de l'investissement selon l'activité.

Dépôt des statuts et immatriculation auprès du bureau du greffe du tribunal de première instance.

Enregistrement des actes de société auprès des recettes des finances.

Déclaration d'ouverture auprès du bureau des impôts.

Publication au Journal Officiel.

Obtention d'un numéro de code en douane.

Frais de constitution

Droits d'enregistrement

Actes de constitution des sociétés ; droit fixe 100 TND par acte

Actes d'augmentation de capital

Section 3 : Statut de la société

Entre les soussignés :

- Mlle THOURAYA LAHBIB, né le 04/02 /1984 à Bizerte, de nationalité tunisienne, demeurant rue Ibn Aljazzar, Alia Bizerte titulaire de la CIN n°08905133 délivrée à Tunis le 17/06/2002.
- Mlle NAJOUA TLICH, né le 07/09/1984 à El Alia, de nationalité tunisienne, demeurant rue Ain Drahim , El Alia Bizerte titulaire de la CIN n°08908153 délivrée à Tunis le 07/06/2009 .



Article 1er : Formation de la Société

Il est formé une Société à Responsabilité Limitée régie par le Code des Sociétés Commerciales du 3 Novembre 2000, le Code d'Incitations aux Investissements la loi des finances pour la gestion 2013 et par les présents statuts.

Article 2 : Objet social

La société a pour objet :

- La fabrication des produits cosmétiques et de lessives portant la marque « BIOBEAUTY »
- Et généralement toutes opérations commerciales, financières, industrielles, mobilières ou immobilières se rattachant directement ou indirectement à l'objet ci-dessus ou à tout autre objet similaire ou connexe.

Article 3 : Dénomination

La société prend la dénomination de : SOCIETE BIOBEAUTY BIZERTE

Dans tous les actes, factures, annonces, publications et autres documents émanant de la société, la dénomination de la société doit toujours être précédée ou suivie des mots « Société à Responsabilité Limitée » et de l'énonciation du capital social.

Article 4 : Siège social

Le siège social de la société est fixé à la zone industrielle EL ALIA.

Article 5 : Durée

La durée de la société est fixée à quatre vingt dix neuf (99) années à compter de sa constitution définitive, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévues aux présents statuts.



Article 6 : Apports

6.2 Mme THOURAYA LAHBIB apporte à la présente Société la somme de CENT MILLE DINARS (100 000) et reçoit en rémunération de son apport DIX MILLE (10 000) parts de dix (10) Dinars chacune à créer à cet effet.

6.3 Mme NAJOUA TLICH apporte à la présente Société la somme de CENT MILLE (100 000) Dinars et reçoit en rémunération de son apport DIX MILLE (10 000) parts de dix (10) Dinars chacune à créer à cet effet.

Article 7 : Capital social

Le capital social est fixé à la somme de deux cent milles (200 000) Dinars divisé en dix mille (20 000) parts sociales de Dix (10) Dinars chacune.

Ces parts sont réparties comme suit :

- DIX MILLE (10 000) parts numérotées de 1 à 10 000 inclus à Mme THOURAYA LAHBIB correspondant à CINQ MILLE (5000) Dinars.
- DIX MILLE (10 000) parts numérotées de 10 001 à 20 000 à Mme NAJOUA TLICH Correspondant à CENT MILLE (100 000) Dinars.

Soit un total de vingt mille parts correspondant à deux cent milles (200 000) Dinars.

Les associés déclarent et reconnaissent que les parts ont été souscrites et réparties entre eux dans les proportions sus indiquées et qu'elles sont intégralement libérées, conformément à l'article 97 du Code des Sociétés Commerciales.

Le montant du capital social sera versé dans un compte bancaire ouvert au nom de la société en formation.

Article 8 : Augmentation et Réduction du Capital

8.1 Le capital social peut être augmenté en une ou plusieurs fois par la création de nouvelles parts.

La décision d'augmentation en numéraire doit être approuvée par la majorité des associés représentant les trois quarts (3/4) au moins du capital social.



8.2 Chaque associé a le droit de participer à l'augmentation de capital proportionnellement à sa quote part dans le capital social.

8.3 En cas d'augmentation de capital au moyen de souscription de parts sociales en numéraire, les fonds recueillis doivent être déposés auprès d'un établissement financier. Ils ne seront retirés par le gérant qu'après l'accomplissement de toutes les formalités légales de l'augmentation de capital.

8.4 La décision d'augmenter le capital par incorporation des réserves peut être prise par les associés représentant plus de la moitié (50%) du capital social.

8.5 En cas d'augmentation de capital, en tout ou en partie, par des apports en nature, l'évaluation de ces apports doit être faite par un commissaire aux apports.

8.6 La décision de réduction du capital social doit être approuvée par la majorité des associés représentant les trois quarts (3/4) au moins des parts sociales après communication du projet de réduction au commissaire aux comptes, trois mois au moins avant la tenue de l'Assemblée Générale Extraordinaire qui doit en délibérer et établissement par ce dernier d'un rapport à cet effet.

Article 9 : Parts Sociales – Tenue de Registre des Associés

Un registre des associés doit être tenu au siège social de la société sous la responsabilité du gérant où sont consignées les mentions suivantes :

- l'identité précise de chaque associé et le nombre des parts lui appartenant.
- L'indication des versements effectués.
- Les cessions et transmissions de parts sociales avec mention de la date de l'opération et de son enregistrement en cas de cession entre vifs .

Les cessions et transmissions ne seront opposables à la société qu'à dater de leur inscription sur le registre des associés ou de leur signification dans les conditions ci-après déterminées.

Tout associé pourra consulter ce registre.

Article 10 : Cession des Parts Sociales

10.1 - Toute cession des parts sociales doit être constatée par un écrit comportant une signature légalisée des parties.



10.2 - Les parts sociales sont librement cessibles entre les associés et leurs descendants. Elles ne peuvent être cédées à des tiers étrangers à la société qu'avec le consentement de la majorité des associés représentant au moins les trois quarts (3 /4) du capital social.

10.3 - Le projet de cession à un tiers doit être notifié, par lettre recommandée, à la société et à chacun des associés.

La société doit faire connaître sa décision dans un délai de trois mois à compter de la notification. A défaut de réponse dans ce délai, le consentement de la société à la cession est réputé acquis.

10.4 - La décision d'acceptation ou de refus d'agrément du cessionnaire doit être notifiée au cédant par lettre recommandée.

10.5 - Si la société refuse de consentir à la cession, les associés sont tenus, dans un délai de trois (03) mois à compter de la date de ce refus, d'acquiescer ou de faire acquiescer les parts objet du projet de cession.

10.6 - En cas de désaccord sur le prix de cession, il sera fait recours à un expert comptable inscrit sur la liste des experts judiciaires désigné soit par les parties, soit à la demande de la partie la plus diligente par ordonnance sur requête rendue par le Président du Tribunal du lieu du siège social.

10.7 - La société peut, dans le même délai de trois (03) mois de la date de son refus et avec le consentement du cédant, racheter les parts au prix fixé selon les modalités ci-dessus énoncées et réduire son capital du montant de la valeur nominale des parts cédées.

10.8 - Si, à l'expiration du délai imparti, aucune des solutions ci-dessus prévues n'est intervenue, l'associé pourra réaliser la cession initialement prévue.

10.9 - Les dispositions qui précèdent sont applicables à tous modes de cession, même celles faisant suite à une vente forcée par voie d'adjudication publique, ainsi qu'aux transmissions de parts sociales entre vifs à titre gratuit, ou par suite de décès en faveur d'héritiers ou de légataires.



Article 11 : Droits Attachés aux Parts

Chaque part donne droit à une fraction proportionnelle au nombre de parts sociales dans la propriété de l'actif de la Société et dans le partage des bénéfices.

Article 12 : Indivisibilité des Parts

La société ne reconnaît qu'un propriétaire pour chaque part, les copropriétaires indivis de parts sociales sont tenus de se faire représenter auprès de la société par une seule et même personne, désignée d'accord entre eux ou, à défaut d'entente, par le président du tribunal de 1ère instance du lieu de siège, à la requête de la partie la plus diligente.

Les usufruitiers et nus propriétaires doivent également se faire représenter par une seule et même personne désignée d'accord entre eux, à défaut d'entente, la société considérera l'usufruitier comme représentant valablement le nu propriétaire.

Article 13 : Gérance

La société sera administrée par un ou plusieurs gérants nommés parmi les associés ou en dehors d'eux.

Le gérant aura les pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de la société et pour faire tous actes et toutes opérations compatibles avec l'objet social et dans l'intérêt de la société.

Il aura la signature sociale par le simple fait d'apposer sa signature personnelle précédée de la mention indiquant la raison sociale et le gérant.

Toutefois, la signature de tous les gérants est exigée pour la validité des chèques émis par la société.

Il ne pourra en faire usage que pour les affaires de la société.

Le gérant pourra constituer des mandataires pour un ou plusieurs objets spéciaux et limités.

Par décision de la gérance, il peut être nommé un ou plusieurs directeurs de la société. Ces directeurs pourront avoir, ensemble ou séparément, la signature sociale.

Les rémunérations de ce ou ces directeurs seront fixées par la gérance.



Article 14 : Durée des Fonctions des Gérants – Révocation

14.1 Mlle Thouraya LAHBIB est nommée Gérant de la société pour une durée illimitée.

14.2 Le gérant statutaire est révocable par décisions des associés réunis en assemblée générale représentant au moins les trois quarts (3/4) du capital social.

Le gérant nommé par acte séparé est révocable par une décision des associés représentant plus de la moitié (1/2) du capital social.

Le ou les associés représentant le quart (1/4) du capital social au moins peuvent intenter une action devant le tribunal compétent tendant à obtenir la révocation du gérant pour cause légitime.

Le gérant peut démissionner quand bon lui semble après préavis de six mois à la société notifié par lettre recommandée avec accusé de réception.

Article 15 : Convention entre le Gérant, un Associé et la Société

Toute convention intervenue directement ou par personne interposée entre la société et son gérant, associé ou non, ainsi qu'entre la société et l'un des associés, doit faire l'objet d'un rapport présenté à l'Assemblée Générale soit par le gérant, soit par le commissaire aux comptes.

L'Assemblée Générale statue sur ce rapport, sans que le gérant ou l'associé intéressé puisse participer au vote ou que leurs parts soient prises en compte pour le calcul du quorum ou de la majorité.

Les conventions non approuvées produisent leurs effets, mais le gérant ou l'associé contractant seront tenus pour responsables individuellement ou solidairement s'il y a lieu, des dommages subis par la société de ce fait.

Article 16 : Conventions Interdites

Il est interdit à la société d'accorder des crédits à son gérant ou aux associés personnes physiques, sous quelque forme que ce soit ainsi que de cautionner ou d'avaliser leurs engagements envers les tiers.



Cette interdiction s'étend aux représentants légaux des personnes morales associées ainsi qu'aux conjoints, ascendants et descendants de ces représentants.

Article 17 : Responsabilité des Gérants

Le ou les gérants sont responsables individuellement ou solidairement, selon le cas, envers la société ou envers les tiers, soit des infractions aux dispositions légales, soit des violations des présents statuts, soit des fautes commises dans leur gestion.

Article 18 : Nomination – Pouvoirs

L'Assemblée Générale Ordinaire désigne, conformément au Code des Sociétés Commerciales, un ou plusieurs commissaires remplissant les conditions légales, qui ont mandat de vérifier les livres, la caisse, le portefeuille et les valeurs de la société, de contrôler la régularité et la sincérité des inventaires et des comptes annuels ainsi que l'exactitude des informations données sur les comptes de la société.

Le ou les commissaires sont nommés pour trois années et sont rééligibles.

La rémunération des commissaires est fixée conformément au barème légal.

L'Assemblée Générale ne peut révoquer les commissaires aux comptes, avant l'expiration de la durée de leur mandat, à moins qu'il ne soit établi qu'ils ont commis une faute grave dans l'exercice de leurs fonctions.

Article 19 : Décisions Collectives Ordinaires et Extraordinaires

19.1 Toutes les décisions sociales ordinaires et extraordinaires sont prises par consultation écrite des associés sous la forme de Décisions Collectives sauf pour les délibérations prévues à l'article 20 des présents statuts.

19.2 Toutes les décisions ne sont valablement prises qu'autant qu'elles ont été adoptées par des associés représentant la majorité du capital social. Toutefois, la décision de cession des parts sociales est prise à la majorité des 3/4 du capital social.

19.3 Les décisions collectives sont prises à la demande du gérant ou du commissaire aux comptes.



Article 20 : Assemblée Générale Ordinaire

20.1 Une assemblée Générale Ordinaire doit être tenue dans le délai de six (06) mois à compter de la clôture de chaque exercice pour approuver les états financiers de la société.

Trente (30) jours au moins avant la tenue de l'Assemblée Générale, les documents suivants doivent être communiqués aux associés par lettre recommandée avec accusé de réception ou par tout autre moyen ayant trace écrite :

- Le rapport de gestion
- L'inventaire des biens de la société
- Les états financiers
- Le texte des résolutions proposées
- Le rapport du commissaire aux comptes.

La lettre de communication doit indiquer le jour, heure et lieu de la réunion et l'ordre du jour.

20.2 Questions écrites : A compter de la communication ci-dessus prévue, tout associé peut poser par écrit des questions au gérant et ce, huit (08) jours au moins avant la date prévue pour la tenue de l'Assemblée Générale.

20.3 Droit de Vote – Majorité : Tout associé dispose d'un nombre de voix égal au nombre de parts qu'il détient.

Une délibération n'est adoptée que si elle a été votée par un ou plusieurs associés représentant plus de la moitié du capital social.

Si la majorité requise n'est pas atteinte lors de la première assemblée, une deuxième assemblée doit être tenue dans le délai de quinze (15) jours au moins.

Les associés sont convoqués par lettre recommandée avec accusée de réception huit (08) jours au moins avant la tenue de la deuxième assemblée.

Lors de la seconde assemblée générale, les décisions sont prises à la majorité des voix des associés présents ou représentés quelque soit le nombre des votants.

20.4 Droit de Communication – Expertise de Gestion :



A tout moment de l'année, tout associé peut prendre connaissance des documents visés ci-dessus – en 20.1- concernant les trois derniers exercices et se faire aider par un expert comptable.

Un ou plusieurs associés représentant au moins le dixième (1/10) du capital social peuvent, soit individuellement soit conjointement, demander au juge des référés la désignation d'un expert ou d'un collège d'experts qui aura pour mission de présenter un rapport sur une ou plusieurs opérations de gestion.

Le rapport d'expertise sera communiqué au demandeur, au gérant, ou commissaire aux comptes et à l'Assemblée Générale Ordinaire.

20.5 Pouvoirs de l'Assemblée Générale Ordinaire : Les Assemblées Générales Ordinaires ont à statuer sur toutes les questions qui ne sont pas de la compétence de l'Assemblée Générale Extraordinaire.

L'Assemblée Générale Ordinaire doit notamment approuver les comptes de gestion de la société, entendre les réponses du gérant aux questions écrites des associés ainsi que le rapport du commissaire aux comptes.

Elle statue sur l'affectation et la répartition des bénéfices.

Elle nomme, remplace ou réélit le (ou les) commissaires aux comptes.

Elle approuve ou désapprouve les conventions visées par l'article 15 des présents statuts suite à la lecture du rapport du gérant ou du commissaire aux comptes relatifs à ces conventions.

Elle délibère sur toutes les autres propositions portées à son ordre du jour et qui ne comportent pas une modification des statuts.

Article 21 : Assemblée Générale Extraordinaire

L'Assemblée Générale Extraordinaire se compose de tous les associés quel que soit le nombre de leurs parts.

Les résolutions de l'Assemblée Générale Extraordinaire sont prises à la majorité des associés représentant les trois quarts (3/4) au moins du capital social.



L'Assemblée Générale Extraordinaire peut apporter aux statuts toutes modifications quelles qu'elles soient.

Les statuts peuvent être modifiés par le gérant de la société si cette modification est effectuée en application de dispositions légales ou réglementaires qui la prescrivent. Les statuts sont soumis dans leur version modifiée à l'approbation de la première assemblée générale suivante.

Article 22 : Exercice Social

L'exercice social commence le 1er Janvier et finit le 31 Décembre de chaque année.

A titre exceptionnel, le 1er exercice social commencera à la date de la constitution définitive de la société et expirera le 31 décembre de l'année qui suit.

Article 23 : Comptes

Il sera tenu par la gérance une comptabilité régulière des opérations sociales, conformément aux lois et usages du commerce.

Il sera dressé, en outre, à la fin de chaque exercice social, un rapport de gestion, un inventaire des biens de la société et les comptes annuels.

L'inventaire, le rapport de gestion, le texte des résolutions proposées et les états financiers sont communiqués aux associés par lettre recommandée avec accusé de réception trente (30) jours au moins avant la tenue de l'Assemblée Générale Ordinaire annuelle.

Article 24 : Dissolution

Si les documents comptables font apparaître que les fonds propres de la société sont inférieurs à la moitié du capital social suite aux pertes qu'elle a subi, la gérance est tenue d'en avertir les associés et les inviter à statuer, dans un délai de deux (02) mois de la constatation des pertes, sur la dissolution anticipée de la société.

La décision des associés est, dans tous les cas inscrite au registre de commerce et publiée au Journal Officiel de la République Tunisienne.

La dissolution de la société ne peut être prononcée qu'à la majorité des associés représentant les trois quart (3/4) au moins du capital social.



La dissolution anticipée peut résulter à toute époque, en dehors du cas de diminution des fonds propres en deçà de la moitié du capital social, d'une décision collective extraordinaire des associés.

Article 25 : Liquidation

A l'expiration de la société ou en cas de dissolution anticipée pour quelque cause que ce soit, les associés, par une décision extraordinaire, règlent le mode de liquidation et nomment un ou plusieurs liquidateurs dont ils déterminent les pouvoirs.

Article 26 : Compétence

Les droits et obligations nés des présents statuts sont soumis au droit tunisien.

Toutes contestations qui pourront surgir relativement aux affaires sociales, entre les associés et la société, pendant la durée de la société ou en cours de sa liquidation, seront soumises aux tribunaux du lieu du siège social.

Bizete le.....

LAHBIB Thouraya

TLICH Najoua

Conclusion Générale



Dans un premier chapitre, l'étude de l'offre nous a permis l'étude de la concurrence et la présentation des gammes des produits offerts par les concurrents. Cela nous a permis de comprendre le marché de fabrication et de commercialisation des produits cosmétiques et d'hygiène en Tunisie. L'étude de la demande, nous a permis à travers l'analyse du questionnaire de conclure que la majorité des personnes interrogées sont intéressés par les produits de base bio.

Dans le second chapitre, l'étude technique nous a permis d'identifier les caractéristiques de nos produits et ses processus de production, de choisir l'emplacement de notre entreprise et d'identifier les moyens nécessaires au démarrage de l'activité.

Dans un troisième chapitre l'étude financière, nous a permis de définir la faisabilité économique du projet à travers des techniques donnant la possibilité d'analyser économiquement et financièrement des documents comptable. Cette analyse a été fondamentale pour prévoir l'investissement dans l'entreprise.



Bibliographie

Articles :

La Bio entre business et projet de société Sous la direction de Philippe Baqué

Sites internet :

<http://www.biat.com.tn/biat/Result.jsp>

http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/RCE_889_2008_cle0ecd18.pdf

<http://ccbizerte.info/index.php?page=cellule&action=cellule>

http://www.impots.finances.gov.tn/documentation/impots_fr/autd_fr_1.htm

<http://www.jurisitetunisie.com/tunisie/codes/cirppis/08-0492.htm>

<http://www.kelformation.com/fiches-metiers/gerant-de-societe.php>

<http://www.tunisieindex.com/annuaire-entreprises/industries-chimiques-5/cosmetiques-hygiene-103/societes-classees-par-nom-page-1.html> consulté pour avoir une idée sur le nombre des concurrents.

<http://www.cnudst.rnrt.tn/jortsrc/1999/1999f/jo02999.pdf> consulté pour déterminer les réglementations.



Annexes

