

BUSINESS PLAN

Modul'Home

Le conteneur qui vous ressemble !



Eugen Aldea
Jules Gueugue
Miguel Pereira
Maxime Baptista

BUT 2 GEMA – Madame El Ouazizi

Sommaire :

<u>PRESENTATION DE MODUL'HOME</u>	<u>2</u>
NOTRE OFFRE :	2
<u>MANAGEMENT ET PERSONNES CLES</u>	<u>3</u>
L'EQUIPE :	3
LE CHOIX DE LA SAS.....	3
<u>ANALYSE DE MARCHÉ.....</u>	<u>4</u>
CONTEXTE ET TENDANCES DU MARCHÉ.....	4
SEGMENTATION DU MARCHÉ	4
ANALYSE DE LA DEMANDE (RESULTATS DE NOTRE ENQUETE) (ANNEXE 1).....	4
ANALYSE DE LA CONCURRENCE	5
ENVIRONNEMENT EXTERNE	5
ANALYSE DES 5 FORCES DE PORTER :	6
SWOT	6
<u>STRATEGIE ET ETAPES CLES</u>	<u>8</u>
PREMIERE ANNEE :	8
DEUXIEME ANNEE :	8
TROISIEME ANNEE :	9
<u>PLAN MARKETING</u>	<u>10</u>
UNE PRESENCE DIGITALE.....	10
DES PARTENARIATS	10
VISIBILITE LOCALE.....	10
RELATION CLIENT	10
DES CAMPAGNES CIBLEES.....	10
<u>PLAN OPERATIONNEL</u>	<u>11</u>
<u>PROJECTIONS FINANCIERES.....</u>	<u>12</u>
<u>RESSOURCES A NOTRE DISPOSITION</u>	<u>20</u>

Présentation de Modul'Home

Nous sommes quatre associés (Eugen, Miguel, Maxime et Jules) sont à l'origine du projet entrepreneurial ModulHome. Leur objectif est de reconvertir des conteneurs maritimes en modules de vie écologiques, personnalisables et habitables.

Cette idée a émergé à partir de deux observations : d'une part, la crise du logement et le défi rencontré par beaucoup de foyers ou professionnels pour accéder à des structures économiques et rapidement déployables ; d'autre part, l'exigence de fournir des solutions qui préservent l'environnement, en valorisant des ressources existantes.

Le conteneur maritime, généralement sous-utilisé après quelques années de fonctionnement, se transforme alors en un support idéal pour une seconde vie bénéfique.

La société prend la forme d'une SAS, ce qui lui confère une grande flexibilité opérationnelle. Les associés toucheront un salaire durant la première année. Cependant, s'ils rencontrent des problèmes financiers, ils auront la possibilité de ne pas se verser de salaire pendant un certain temps, préférant ainsi prioriser les investissements matériels, les coûts de démarrage et l'organisation de leur activité.

ModulHome lance ses opérations en Provence-Alpes-Côte d'Azur, une région choisie en raison de son potentiel de développement, de la demande de solutions modulaires dans ses zones rurales, de sa proximité avec un port majeur et du faible nombre de concurrents directs.

Notre offre :

L'offre repose sur deux modèles de base :

- un conteneur professionnel vide, à destination des entreprises du BTP ou du domaine public, d'un usage technique, ... (4000€)
- un conteneur premium vide, à vocation de bureau, de logement, de SPA, ... (6000€)

Ces deux modèles peuvent être adaptés sur mesure, selon les besoins spécifiques, avec des choix d'aménagement, d'équipement, d'isolation ou de source d'énergie renouvelable. Cette souplesse est un avantage considérable par rapport à des rivaux plus uniformisés. Il est clair que la fabrication de conteneurs sur mesure nécessite un devis, ce qui pourrait faire fluctuer le coût de ces derniers en fonction des exigences et de la complexité propres à chaque client.

Les fournisseurs sont uniquement situés en Europe pour assurer une qualité contrôlée, une chaîne d'approvisionnement réactive et un enracinement local.

Nous gérons nous-mêmes le déplacement des conteneurs du port à notre dépôt grâce au camion équipé d'une grue, qu'a hérité Eugen de son père. Cela permet d'optimiser les dépenses logistiques dès le début. Nous offrirons également un service de livraison des produits directement chez nos clients, qui sera facturé séparément. ModulHome privilégie aussi une communication sur mesure, un soutien personnalisé aux clients et une présence dynamique sur le terrain (expositions, réseaux sociaux).

Management et personnes clés

Le projet ModulHome repose sur quatre associés aux compétences plutôt complémentaires : **Eugen, Miguel, Maxime** et **Jules**. Ils sont réunis par des envies et valeurs communes de l'habitat plus durable et plus accessible. Ils ont structuré leur organisation avec des rôles définis pour assurer une gestion efficace et autonome dès le lancement du projet.

L'équipe :

Eugen – Responsable technique et logistique

Il possède des connaissances concrètes dans le domaine de la transformation de conteneurs, Eugen supervise l'aménagement des modules, les relations avec les fournisseurs de matériaux et la coordination des équipes de production. Il gère également le transport en partenariat avec l'entreprise de son père.

Miguel – Responsable commercial et partenariats

Miguel pilote la stratégie commerciale et le développement des partenariats avec les entreprises, collectivités et réseaux d'investisseurs. Il est chargé des devis, des ventes, des salons professionnels et de l'animation de la relation client.

Maxime – Responsable administratif et financier

Il gère les aspects juridiques, administratifs et financiers de la société. Il élabore les budgets, assure la comptabilité et le suivi des dépenses, tout en veillant au bon respect des obligations légales.

Jules – Responsable communication et marketing digital

Jules développe la visibilité de ModulHome à travers une stratégie digitale ciblée : réseaux sociaux, création de contenu, site web, campagnes publicitaires. Il valorise l'image de marque et attire les potentiels clients par des supports modernes et visuels.

Bien qu'un rôle principal ait été défini pour chacun, les quatre associés participent activement à la confection des conteneurs et à l'organisation logistique. Ne disposant pas encore de salariés lors du lancement, cette implication collective est indispensable pour garantir la production, le contrôle qualité et le respect des délais.

Le choix de la SAS

La forme juridique choisie pour ModulHome est la Société par Actions Simplifiée (SAS). Ce statut est particulièrement adapté aux jeunes entreprises innovantes et aux projets à plusieurs associés, car il offre une grande flexibilité dans l'organisation, la répartition des responsabilités et l'entrée de nouveaux partenaires.

Sur le plan fiscal, la SAS est soumise à l'impôt sur les sociétés (IS), ce qui permet de réinvestir les bénéfices à un taux réduit les premières années (15 % jusqu'à 42 500 € de bénéfices). Par ailleurs, les dirigeants de SAS sont affiliés au régime général de la sécurité sociale s'ils sont rémunérés, ce qui offre une protection sociale complète.

Analyse de marché

Contexte et tendances du marché

Le marché des habitats modulaires et alternatifs connaît une croissance importante, en lien avec plusieurs facteurs : crise du logement (prix...), évolution des modes de vie, recherche de solutions plus écologiques et flexibles. Dans ce contexte, les conteneurs maritimes recyclés apparaissent comme une solution à la fois économique, rapide à mettre en œuvre.

À l'échelle mondiale, la construction modulaire représente un marché de plusieurs dizaines de milliards d'euros, avec un taux de croissance annuel moyen estimé entre 6 % et 8 %. En France, l'intérêt pour les logements atypiques et durables progresse fortement.

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la réduction de l'empreinte écologique de l'habitat. Le réemploi de conteneurs maritimes s'inscrit parfaitement dans cette logique d'écologie : transformation d'un objet inutilisé en espace de vie utile et personnalisé.

Segmentation du marché

Modul'Home s'adresse à plusieurs segments de clientèle :

- **Particuliers** : propriétaires de terrains cherchant à installer une maison secondaire, un studio, un logement écologique ou un espace de loisir (atelier, bureau, extérieur de jardin...).
- **Entreprises et indépendants** : professionnels ayant besoin de bureaux modulables, d'ateliers, de commerces mobiles (ex : BTP, foodtruck, billetteries, toilettes publiques...)
- **Investisseurs immobiliers** : intéressés par des solutions rapides, mobiles, et rentables à revendre ou à louer.
- **Secteur public et ONG** : collectivités ou associations à la recherche de logements d'urgence, de locaux temporaires ou de projets sociaux innovants.

Analyse de la demande (résultats de notre enquête) (Annexe 1)¹

Dans le cadre de notre étude de marché, nous avons mené une enquête pour mieux comprendre les attentes de nos futurs clients. Le questionnaire a été diffusé en ligne et lors du Salon de l'Innovation d'Orléans, où nous avons distribué le QR code à des nombreux intervenants.

Ce que l'on ressort de ce questionnaire :

- Une majorité des répondants se disent intéressés par une solution de logement modulaire, à condition qu'elle soit personnalisable et confortable.

¹ Questionnaire de terrain

- Les critères d'achat les plus cités sont : le prix, l'esthétique, la rapidité d'installation et le respect de l'environnement.
- Plus de la moitié des personnes interrogées se disent prêtes à investir entre 10 000 € et 25 000 € pour ce type de solution, nous proposons moins chère.
- Le conteneur comme base d'habitat est perçu positivement, notamment chez les jeunes actifs et les professions indépendantes.

Ces résultats valident notre Business Plan : une offre accessible, modulaire, personnalisable et respectueuse de l'environnement.

Analyse de la concurrence

Nous avons différents concurrents directs :

- GreenKub, ADC Module, 1001 Containers : entreprises françaises proposant des conteneurs aménagés ou des modules préfabriqués.

Leurs points forts :

- Expérience installée
- Catalogue étoffé
- Processus de production industrialisé

Les limites de ces offres :

- Manque de personnalisation
- Processus très standard
- Prix plus élevés ou moins flexibles que nous

Notre positionnement :

- **Flexibilité totale** : conteneurs vides ou aménagés selon devis
- **Fabrication française** : proximité avec les clients
- **Tarifs plus abordables** : notamment sur les modèles simples
- **Accompagnement personnalisé** : (modélisation, suivi client, SAV)

Environnement externe

Analyse PESTEL :

- Politique : Réglementations de plus en plus favorables aux constructions durables, mais contraintes locales possibles selon les PLU.
- Économique : Besoin croissant de solutions d'habitat abordables, inflation du BTP traditionnel.
- Social : Intérêt pour les logements alternatifs et plus indépendants.
- Technologique : Nouvelles solutions d'isolation, d'énergie solaire, de gestion automatisée et à distance des équipements.
- Écologique : Pression pour des projets à faible empreinte carbone, recyclage.
- Légal : Normes de construction, sécurité, habitabilité à respecter.

Analyse des 5 forces de Porter :

- Pouvoir de négociation des clients : élevé (demande de personnalisation et de prix compétitifs)
- Concurrence directe : moyenne/ forte (quelques acteurs établis)
- Produits de substitution : maisons préfabriquées, studios traditionnels
- Nouveaux entrants : peu de barrières techniques mais difficile sans réseau ni qualité
- Fournisseurs : plutôt puissants (choix possibles sur le marché français)

SWOT

Forces

- Personnalisation des produits : solutions sur mesure, adaptables aux besoins variés des clients (habitats, bureaux, locaux professionnels, etc.). C'est un avantage concurrentiel en répondant précisément aux attentes des clients.
- Approche écologique et durable : utilisation de conteneurs maritimes recyclés, démarche écoresponsable. Cela répond à une demande croissante des consommateurs qui cherchent des solutions respectueuses de l'environnement et contribue à réduire l'empreinte carbone.
- Coûts réduits : les conteneurs transformés offrent une alternative économique et rapide à la construction classique, tout en maintenant une qualité comparable. Cela attire une clientèle sensible aux prix.
- Rapidité d'exécution : la transformation d'un conteneur est bien plus rapide qu'une construction en béton ou bois, ce qui permet aux clients de bénéficier de leur structure rapidement, idéal pour des projets urgents.

Faiblesses

- Réglementations locales parfois restrictives : il existe des règles et autorisations nécessaires pour installer des structures à base de conteneurs pouvant varier fortement d'une région à l'autre, et créant des contraintes administratives importantes.
- Sensibilisation à faire auprès du grand public : cette idée de conteneur reste tout de même méconnue par une partie du grand public. Il faudra investir dans l'éducation et la communication pour changer les mentalités et dissiper les idées reçues.

Opportunités

- Augmentation du besoin en logements alternatifs : la crise du logement et la recherche de solutions accessibles et rapides à mettre en place font de ces structures une réponse adaptée aux problématiques actuelles.
- Croissances des intérêts écologiques : les politiques publiques favorisent de plus en plus les solutions durables, comme les constructions recyclées, à travers des subventions, des aides ou des allègements fiscaux.
- Popularité croissante de l'économie circulaire : les consommateurs se tournent vers des modèles économiques plus responsables et des produits réutilisables, ce qui correspond parfaitement à l'offre de ModulHome.

Menaces

- Hausse des prix des matières premières : la dépendance aux prix des matériaux nécessaires pour l'aménagement (bois, acier, isolants, etc.) peut entraîner une augmentation des coûts de production et réduire les marges.
- Concurrence croissante : le marché des conteneurs recyclés et des habitats modulaires attire de plus en plus d'acteurs, ce qui pourrait limiter la part de marché de Modul'Home à long terme

Stratégie et étapes clés

Modul'Home adopte une stratégie de développement progressif, pensée pour sécuriser chaque étape de la création d'entreprise.

Dès le lancement, l'objectif est de tester le marché à échelle nationale, avant d'étendre progressivement l'activité sur les territoires européens et ensuite mondiale. Cette montée en puissance s'articule autour de trois grandes phases.

Première année :

La première phase, correspondant à la première année d'activité, est centrée sur le pays français. Ce territoire a été choisi pour ses atouts : une concurrence encore faible, des besoins croissants en matière d'habitat alternatif, et des coûts d'exploitation plus accessibles que dans les grandes métropoles.

Durant cette première année, Modul'Home ambitionne de réaliser environ une quarantaine de conteneurs, afin de valider son modèle économique.

L'offre proposée restera volontairement simple, avec deux types de conteneurs : un modèle standard avec finitions professionnelles (par exemple dans le BTP) et un modèle avec finitions premium.

Nous proposons ensuite un service de personnalisation du conteneur selon les préférences du client, Et enfin nous proposons un service de livraisons.

En parallèle, l'entreprise développera sa visibilité en mettant en ligne un site internet complet, en animant ses réseaux sociaux et en participant à des salons liés à l'innovation et à l'habitat.

Deuxième année :

La deuxième phase débutera à partir de la deuxième année. Elle marquera une accélération de l'activité, avec le recrutement d'un premier salarié pour soutenir la production et renforcer la gestion commerciale.

Forts de l'expérience acquise au cours de la première année, nous pourrions identifier les points d'amélioration prioritaires. Cette montée en compétence collective permettra de professionnaliser notre organisation interne et de fiabiliser nos délais.

Cette phase visera à structurer davantage notre outil de production, avec un aménagement plus efficace de l'atelier, l'acquisition de matériel complémentaire.

Ces investissements resteront maîtrisés mais essentiels pour poser des bases solides d'un développement pérenne.

Troisième année :

Enfin, la troisième phase correspondra à une étape de consolidation et d'expansion. Une fois le modèle bien installé localement, Modul'Home étendra progressivement son activité aux autres pays, selon la demande.

Cette phase pourra inclure des investissements plus importants, tels que l'acquisition d'un atelier plus vaste. L'entreprise enrichira également son offre de services, en proposant des prestations complémentaires telles que la rénovation des conteneurs.

Modul'Home se positionnera alors comme un acteur engagé, capable de répondre à des appels d'offres publics ou de collaborer avec des ONG sur des projets sociaux à forte utilité.

Cette stratégie à trois niveaux permettra de construire une croissance solide, durable et fidèle aux valeurs fondatrices du projet.

Plan marketing

Le succès de ModulHome repose en grande partie sur une stratégie marketing claire, ciblée et multicanale, alignée avec notre positionnement : une solution d'habitat modulaire, durable, locale et personnalisable. Le plan marketing vise à faire connaître l'offre, à valoriser ses atouts écologiques et économiques, et à créer une relation de confiance avec les différents segments de clientèle identifiés.

Une présence digitale

La première action marketing repose sur une présence digitale forte. Un site internet servira de vitrine : il proposera une galerie de réalisations, des témoignages clients, un blog orienté SEO sur l'habitat alternatif, ainsi qu'un outil de demande de devis en ligne. Parallèlement, les réseaux sociaux (Instagram, Pinterest, Facebook, LinkedIn) seront mobilisés pour partager des visuels inspirants, des coulisses de production et des conseils. Ces canaux permettront aussi de dialoguer directement avec la communauté, recueillir des retours et fidéliser les premiers clients.

Des partenariats

ModulHome misera également sur des partenariats avec des influenceurs spécialisés dans l'écoconstruction, le design ou la vie minimaliste. Ces ambassadeurs permettront de faire connaître nos modules auprès d'un public sensible à l'innovation et à l'écologie.

Visibilité locale

En complément, nous prévoyons d'assurer une visibilité locale : participation à des salons de l'habitat, de l'écologie ou de l'innovation, collaborations avec des collectivités ou agences immobilières, distribution de plaquettes dans des lieux stratégiques.

Relation client

Un effort particulier sera porté sur la relation client. Chaque projet fera l'objet d'un accompagnement personnalisé (devis détaillé, modélisation, visite de chantier), et un service après-vente sera mis en place dès la première année. Pour encourager le bouche-à-oreille, des programmes de parrainage et des offres de fidélisation seront proposés aux premiers clients.

Des campagnes ciblées

Enfin, à moyen terme, ModulHome envisagera des campagnes ciblées par segment (professionnels, particuliers, collectivités) et l'élaboration de supports commerciaux dédiés (brochures, vidéos explicatives, newsletters, vidéo youtube).

Ce plan marketing progressif et cohérent a pour but de construire une marque solide, alignée avec les attentes actuelles en matière de logement accessible, rapide à mettre en œuvre et respectueux de l'environnement. »

Plan opérationnel

Le plan opérationnel de ModulHome décrit concrètement l'organisation et le fonctionnement de l'activité au quotidien. L'objectif est d'assurer une production efficace, un suivi qualité rigoureux et une livraison dans les délais, tout en maîtrisant les coûts.

Dans un premier temps, l'activité sera centralisée dans un hangar loué à un tarif de 700 à 800 € par mois, situé en région Centre-Val de Loire. Ce lieu servira à la fois d'atelier de transformation et de stockage des conteneurs et matériaux.

L'équipe des quatre associés y travaillera directement, car aucun salarié ne sera recruté lors de la première année. Chacun apportera son savoir-faire dans la fabrication, l'agencement et la gestion du site.

Les conteneurs maritimes bruts seront fournis par des partenaires français, identifiés via des réseaux B2B et des relations locales. Ils seront ensuite transformés dans notre atelier selon le niveau de finition souhaité (standard ou premium).

Les matériaux (isolants, revêtements, menuiseries, équipements écologiques) seront également issus de fournisseurs français, choisis pour leur fiabilité et leur conformité aux normes.

Le transport des conteneurs jusqu'aux clients sera assuré grâce à l'entreprise du père d'Eugen, spécialisée dans la logistique. Ce partenariat familial permet de bénéficier d'un service souple, à moindre coût, et de garantir une livraison rapide et sécurisée.

ModulHome gérera la production en flux tendu, avec un stock limité et une organisation à la commande. Ce modèle permet d'éviter l'immobilisation de capitaux et de s'adapter précisément aux besoins des clients. Pour assurer un haut niveau de qualité, chaque conteneur fera l'objet d'un contrôle en fin de fabrication, incluant sécurité, conformité et finitions.

Enfin, l'entreprise adoptera une gestion rigoureuse des délais, en combinant un calendrier de production clair, des devis précis et une relation directe avec le client pour valider chaque étape. Ce fonctionnement simple et efficace garantit la fiabilité du service tout en permettant une montée en puissance progressive de l'activité.

Projections financières

Les projections financières de Modul'Home s'appuient sur une estimation prudente et progressive de notre développement. Elles prennent en compte l'ensemble des investissements initiaux, les charges fixes et variables, ainsi que nos hypothèses de chiffre d'affaires sur trois ans. Nous avons également intégré une montée en charge réaliste de notre activité au fil des années, en lien avec nos capacités de production et nos objectifs commerciaux de vente de conteneurs. Ces prévisions permettent d'évaluer la rentabilité de notre entreprise et sa capacité à couvrir ses besoins de fonctionnement.

Investissements et financements			
Projet :		Modul'Home	
Porteur de projet :		Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA	
INVESTISSEMENTS		Montant € hors taxes	
Immobilisations incorporelles		3 300,00	
Frais d'établissement		250,00	
Frais d'ouverture de compteurs		600,00	
Logiciels, formations		1 000,00	
Dépôt marque, brevet, modèle		300,00	
Droits d'entrée		-	
Achat fonds de commerce ou parts		-	
Droit au bail		-	
Caution ou dépôt de garantie		1 000,00	
Frais de dossier		150,00	
Frais de notaire ou d'avocat		-	
Immobilisations corporelles		19 500,00	
Enseigne et éléments de communication		500,00	
Achat immobilier		-	
Travaux et aménagements		5 000,00	
Matériel		10 000,00	
Matériel de bureau		4 000,00	
Stock de matières et produits		3 000,00	
Trésorerie de départ		4 000,00	
TOTAL BESOINS		29 800,00	
FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS		Montant € hors taxes	
Apport personnel		20 000,00	
Apport personnel ou familial		20 000,00	
Apports en nature (en valeur)		-	
Emprunt		20 000,00	
Prêt n°1 (nom de la banque) Crédit Agricole	taux 4,00%	durée mois 60	20 000,00
Prêt n°2 (nom de la banque)			-
Prêt n°3 (nom de la banque)			-
Subvention n°1 (libellé)		3 000,00	
Subvention n°2 (libellé)		-	
Autre financement (libellé)			
TOTAL RESSOURCES		43 000,00	

Salaires et charges sociales

Projet : Modul'Home
 Porteur de projet : Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA

Statut juridique : SAS (IS)
 Bénéfice de l'Acre : Oui
 Statut social du (des) dirigeant(s) : Assimilé-salarié

	Année 1	Année 2	Année 3
Rémunération du (des) dirigeants	67 200,00	67 200,00	67 200,00
% augmentation		0%	0%
Charges sociales du (des) dirigeant(s)	22 176,00	47 040,00	47 040,00
Salaires des employés	-	16 800,00	33 600,00
% augmentation			100%
Charges sociales employés	-	12 096,00	24 192,00

Détail des amortissements

	Année 1	Année 2	Année 3
Amortissements incorporels	280,00	280,00	280,00
Frais d'établissement	50,00	50,00	50,00
Logiciels, formations	200,00	200,00	200,00
Droits d'entrée	0,00	0,00	0,00
Frais de dossier	30,00	30,00	30,00
Frais de notaire ou d'avocat	0,00	0,00	0,00
Amortissements corporels	3 900,00	3 900,00	3 900,00
Enseigne et éléments de communication	100,00	100,00	100,00
Achat immobilier	0,00	0,00	0,00
Travaux et aménagements	1 000,00	1 000,00	1 000,00
Matériel	2 000,00	2 000,00	2 000,00
Matériel de bureau	800,00	800,00	800,00
Total amortissements	4 180,00	4 180,00	4 180,00

Compte de résultats prévisionnel sur 3 ans

Projet : Modul'Home

Porteur de projet : Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	320 000,00	416 000,00	540 800,00
Chiffre d'affaires HT vente de marchandises	320 000,00	416 000,00	540 800,00
Chiffre d'affaires HT services	-	-	-
Charges d'exploitation	160 000,00	208 000,00	270 400,00
Achats consommés	160 000,00	208 000,00	270 400,00
Marge brute	160 000,00	208 000,00	270 400,00
Charges externes	49 020,00	46 370,00	72 320,00
Assurances	1 200,00	1 200,00	1 400,00
Téléphone, internet	720,00	720,00	720,00
Autres abonnements	-	100,00	200,00
Carburant, transports	3 000,00	4 000,00	5 500,00
Frais de déplacement et hébergement	1 000,00	100,00	1 500,00
Eau, électricité, gaz	5 000,00	6 000,00	8 000,00
Mutuelle	4 800,00	6 000,00	7 200,00
Fournitures diverses	400,00	550,00	700,00
Entretien matériel et vêtements	-	400,00	600,00
Nettoyage des locaux	-	-	-
Budget publicité et communication	12 000,00	6 000,00	15 000,00
Loyer et charges locatives	14 400,00	14 400,00	24 000,00
Expert comptable, avocats	1 500,00	1 900,00	2 500,00
Entretien camion/Assurance/Taxes	5 000,00	5 000,00	5 000,00
Immobilisations	-	-	-
Valeur ajoutée	110 980,00	161 630,00	198 080,00
Impôts et taxes	400,00	550,00	700,00
Salaires employés	-	16 800,00	33 600,00
Charges sociales employés	-	12 096,00	24 192,00
Prélèvement dirigeant(s)	67 200,00	67 200,00	67 200,00
Charges sociales dirigeant(s) (Acre)	22 176,00	47 040,00	47 040,00
Excédent brut d'exploitation	21 204,00	17 944,00	25 348,00
Frais bancaires, charges financières	719,97	819,97	969,97
Dotations aux amortissements	4 180,00	4 180,00	4 180,00
Résultat avant impôts	16 304,03	12 944,03	20 198,03
Impôt sur les sociétés	2 445,61	1 941,61	3 029,71
Résultat net comptable (résultat de l'exercice)	13 858,43	11 002,43	17 168,33

Soldes intermédiaires de gestion

Projet : *Modul'Home*
 Porteur de projet : *Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA*

	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%
Chiffre d'affaires	320 000,00	100%	416 000,00	100%	540 800,00	100%
Ventes + production réelle	320 000,00	100%	416 000,00	100%	540 800,00	100%
Achats consommés	160 000,00	50%	208 000,00	50%	270 400,00	50%
Marge globale	160 000,00	50%	208 000,00	50%	270 400,00	50%
Charges externes	49 020,00	15%	46 370,00	11%	72 320,00	13%
Valeur ajoutée	110 980,00	35%	161 630,00	39%	198 080,00	37%
Impôts et taxes	400,00	0%	550,00	0%	700,00	0%
Charges de personnel	89 376,00	28%	143 136,00	34%	172 032,00	32%
Excédent brut d'exploitation	21 204,00	7%	17 944,00	4%	25 348,00	5%
Dotation aux amortissements	4 180,00	1%	4 180,00	1%	4 180,00	1%
Résultat d'exploitation	17 024,00	5%	13 764,00	3%	21 168,00	4%
Charges financières	719,97	0%	819,97	0%	969,97	0%
Résultat financier	- 719,97	0%	- 819,97	0%	- 969,97	0%
Résultat courant	16 304,03	5%	12 944,03	3%	20 198,03	4%
Résultat de l'exercice	13 858,43	4%	11 002,43	3%	17 168,33	3%
Capacité d'autofinancement	18 038,43	6%	15 182,43	4%	21 348,33	4%

Capacité d'autofinancement

	Année 1	Année 2	Année 3
Résultat de l'exercice	13 858,43	11 002,43	17 168,33
+ Dotation aux amortissements	4 180,00	4 180,00	4 180,00
Capacité d'autofinancement	18 038,43	15 182,43	21 348,33
- Remboursement des emprunts	4 000,00	4 000,00	4 000,00
Autofinancement net	14 038,43	11 182,43	17 348,33

Seuil de rentabilité économique

Projet : Modul'Home
 Porteur de projet : Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA

	Année 1	Année 2	Année 3
Ventes + Production réelle	320 000,00	416 000,00	540 800,00
Achats consommés	160 000,00	208 000,00	270 400,00
Total des coûts variables	160 000,00	208 000,00	270 400,00
Marge sur coûts variables	160 000,00	208 000,00	270 400,00
Taux de marge sur coûts variables	50%	50%	50%
Coûts fixes	143 695,97	195 055,97	250 201,97
Total des charges	303 695,97	403 055,97	520 601,97
Résultat courant avant impôts	16 304,03	12 944,03	20 198,03
Seuil de rentabilité (chiffre d'affaires)	287 391,93	390 111,93	500 403,93
Excédent / insuffisance	32 608,07	25 888,07	40 396,07
Point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré	1 149,57	1 560,45	2 001,62

Besoin en fonds de roulement

Analyse clients / fournisseurs :

	délai jours	Année 1	Année 2	Année 3
Besoins				
Volume crédit client HT	30	26 301,37	34 191,78	44 449,32
Ressources				
Volume dettes fournisseurs HT	30	13 150,68	17 095,89	22 224,66
Besoin en fonds de roulement		13 150,68	17 095,89	22 224,66

Plan de financement à trois ans

Projet : *Modul'Home*
 Porteur de projet : *Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA*

	Année 1	Année 2	Année 3
Immobilisations	22 800,00		
Acquisition des stocks	3 000,00		
Variation du Besoin en fonds de roulement	13 150,68	3 945,21	5 128,77
Remboursement d'emprunts	4 000,00	4 000,00	4 000,00
Total des besoins	42 950,68	7 945,21	9 128,77
Apport personnel	20 000,00		
Emprunts	20 000,00		
Subventions	3 000,00		
Autres financements			
Capacité d'auto-financement	18 038,43	15 182,43	21 348,33
Total des ressources	61 038,43	15 182,43	21 348,33
Variation de trésorerie	18 087,74	7 237,22	12 219,56
Excédent de trésorerie	18 087,74	25 324,97	37 544,53

Rappel trésorerie début année 1 : 4 000,00

Budget prévisionnel de trésorerie

Projet : Modul'Home

Hors TVA

Porteur de projet : Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA

Première année

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5
Apport personnel	20 000,00				
Emprunts	20 000,00				
Subventions	3 000,00				
Autres financements					
Vente de marchandises	9 000,00	16 000,00	16 000,00	23 000,00	23 000,00
Vente de services	-	-	-	-	-
Chiffre d'affaires (total)	9 000,00	16 000,00	16 000,00	23 000,00	23 000,00
Immobilisations incorporelles	3 300,00				
Immobilisations corporelles	19 500,00				
Immobilisations (total)	22 800,00				
Acquisition stocks	3 000,00				
Échéances emprunt	333,33	333,33	333,33	333,33	333,33
Achats de marchandises	4 500,00	8 000,00	8 000,00	11 500,00	11 500,00
Charges externes	4 085,00	4 085,00	4 085,00	4 085,00	4 085,00
Impôts et taxes	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Salaires employés	-	-	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-	-	-
Prélèvement dirigeant(s)	5 600,00	5 600,00	5 600,00	5 600,00	5 600,00
Charges sociales dirigeant(s)	1 848,00	1 848,00	1 848,00	1 848,00	1 848,00
Total charges de personnel	7 448,00	7 448,00	7 448,00	7 448,00	7 448,00
Frais bancaires, charges financières	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Total des décaissements	42 259,66	19 959,66	19 959,66	23 459,66	23 459,66
Total des encaissements	52 000,00	16 000,00	16 000,00	23 000,00	23 000,00
Solde précédent	-	9 740,34	5 780,67	1 821,01	1 361,34
Solde du mois	9 740,34	- 3 959,66	- 3 959,66	- 459,66	- 459,66
Solde de trésorerie (cumul)	9 740,34	5 780,67	1 821,01	1 361,34	901,68

Budget prévisionnel de trésorerie (suite)

Projet : Modul'Home
Porteur de projet : Eugen ALDEA, Maxime BAPTISTA, Jules GUEUGUE, Miguel PEREIRA

Hors TVA

Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
							20 000,00
							20 000,00
							3 000,00
							-
25 000,00	25 000,00	32 000,00	32 000,00	39 000,00	39 000,00	41 000,00	320 000,00
-	-	-	-	-	-	-	-
25 000,00	25 000,00	32 000,00	32 000,00	39 000,00	39 000,00	41 000,00	320 000,00
							3 300,00
							19 500,00
							22 800,00
							3 000,00
333,33	333,33	333,33	333,33	333,33	333,33	333,33	4 000,00
12 500,00	12 500,00	16 000,00	16 000,00	19 500,00	19 500,00	20 500,00	160 000,00
4 085,00	4 085,00	4 085,00	4 085,00	4 085,00	4 085,00	4 085,00	49 020,00
33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	400,00
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
5 600,00	5 600,00	5 600,00	5 600,00	5 600,00	5 600,00	5 600,00	67 200,00
1 848,00	1 848,00	1 848,00	1 848,00	1 848,00	1 848,00	1 848,00	22 176,00
7 448,00	7 448,00	7 448,00	7 448,00	7 448,00	7 448,00	7 448,00	89 376,00
60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	719,97
24 459,66	24 459,66	27 959,66	27 959,66	31 459,66	31 459,66	32 459,66	329 315,97
25 000,00	25 000,00	32 000,00	32 000,00	39 000,00	39 000,00	41 000,00	363 000,00
901,68	1 442,02	1 982,35	6 022,69	10 063,03	17 603,36	25 143,70	
540,34	540,34	4 040,34	4 040,34	7 540,34	7 540,34	8 540,34	
1 442,02	1 982,35	6 022,69	10 063,03	17 603,36	25 143,70	33 684,03	

La première année, aucun salarié n'est recruté, mais les quatre associés se versent chacun une rémunération équivalente au SMIC net annuel, afin de sécuriser leur implication dans le projet tout en maîtrisant les charges.

Dès la deuxième année, un premier salarié est embauché au SMIC, tandis que les associés conservent leur rémunération.

La troisième année prévoit le recrutement d'un second salarié au SMIC pour soutenir l'augmentation de la charge de travail. Cette organisation permet d'assurer un développement stable et progressif, tout en respectant nos équilibres financiers et notre capacité à autofinancer notre activité.

Ressources à notre disposition

Pour lancer ModulHome dans de bonnes conditions, nous utilisons un ensemble de ressources, à la fois humaines, matérielles, logistiques et relationnelles. Celles-ci nous permettent de démarrer avec un modèle viable, sans dépendre immédiatement d'un financement externe qui mettrait en péril la pérennité de l'entreprise.

Premièrement, notre équipe fondatrice composée de quatre associés (Eugen, Miguel, Maxime et Jules) constitue une ressource majeure. Chacun apporte des compétences spécifiques : gestion, production, communication, relation client ou logistique. De plus, tous les membres seront impliqués directement dans la fabrication et l'aménagement des conteneurs, ce qui nous permet de fonctionner sans salariés la première année de production et donc de réduire les coûts pour cette année.

En ce qui concerne le matériel, nous avons prévu la location d'un hangar pour un loyer de 1200 euros par mois situé aux abords de Marseille. Cet espace servira d'atelier et de base logistique pour la réception, la transformation et le stockage des conteneurs.

En parallèle, nous avons déjà commencé à identifier des fournisseurs fiables, aussi bien pour les conteneurs bruts (d'occasion) que pour les matériaux (bois, isolants, revêtements, vitrages, équipements techniques, etc.).

Une ressource logistique clé est l'héritage d'un camion porteur doté d'un bras-grue d'une longueur de 10 à 11 mètres de la part d'Eugen, qui effectue un apport en nature de celui-ci. Ce camion nous permettra d'aller chercher et livrer les conteneurs. Cela nous offre une grande réactivité et une réduction significative des coûts d'achat de véhicule.

Nous avons également investi du temps dans la création d'un réseau relationnel, que ce soit à travers nos contacts personnels, professionnels, ou les premiers partenariats établis lors d'événements comme le Salon de l'Innovation.

De plus, nous nous sommes tous formés à la rénovation de conteneurs en suivant des formations en ligne et en se renseignant un maximum sur le sujet auprès de professionnel du domaine.

Enfin, grâce à notre campagne de terrain, nous disposons d'informations concrètes sur la demande, les attentes clients et les premières intentions d'achat, ce qui constitue une base solide pour orienter notre développement.

Ces ressources réunies nous permettent de démarrer avec efficacité, tout en gardant la capacité d'évoluer progressivement en fonction de la demande et des moyens dont nous allons disposer au fil des mois et années.

Table des annexes

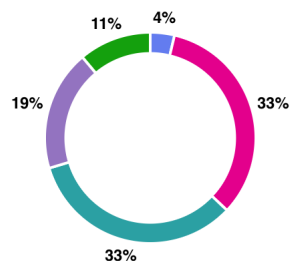
<u>TABLE DES ANNEXES</u>	21
<u>REPONSES QUESTIONNAIRE</u>	22

Réponses questionnaire

1. Quel est votre âge ?

[En savoir plus](#)

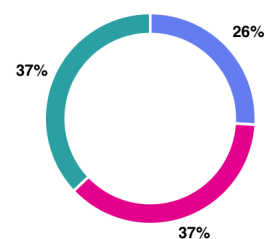
Moins de 25 ans	1
25-34 ans	9
35-44 ans	9
45-54 ans	5
55 ans et plus	3



2. Où habitez-vous ?

[En savoir plus](#)

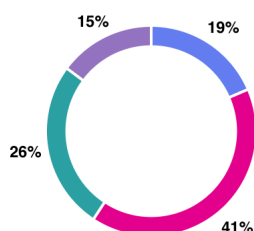
Zone urbaine	7
Zone périurbaine	10
Zone rurale	10



3. Quelle est votre situation ?

[En savoir plus](#)

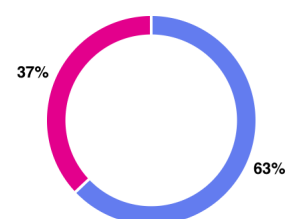
Locataire	5
Propriétaire	11
Investisseur immobilier	7
Entrepreneur / Professionne	4
Autre	0



4. Connaissiez-vous les habitations en conteneurs recyclés avant ce sondage ?

[En savoir plus](#)

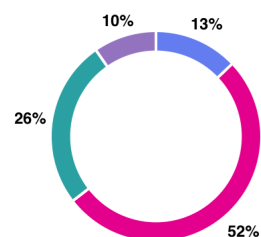
Oui	17
Non	10



5. Seriez-vous intéressé(e) par un espace en conteneur maritime aménagé ?

[En savoir plus](#)

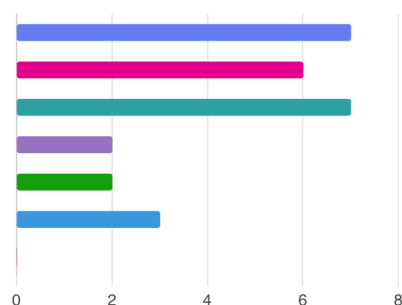
● Oui, pour y habiter	4
● Oui, pour commerce	16
● Oui, pour de la location saisonnière	8
● Non, pas intéressé(e)	3



6. Quelles caractéristiques sont les plus importantes pour vous ?

[En savoir plus](#)

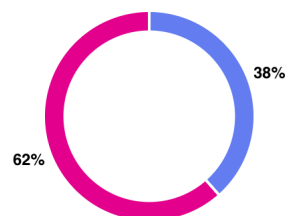
● Prix abordable	7
● Design moderne et personnalisable	6
● Rapidité de construction	7
● Écologie et durabilité	2
● Mobilité (transport facile)	2
● Autonomie énergétique (solaire, récupération d'eau)	3
● Autre	0



7. Quel budget seriez-vous prêt(e) à investir pour un tel projet ?

[En savoir plus](#)

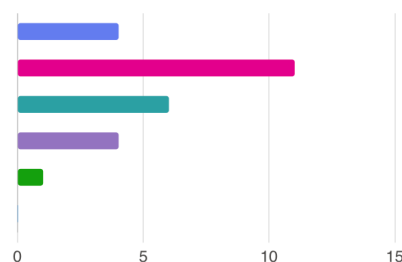
● Moins de 10 000 €	10
● 10 000 – 30 000 €	16
● 30 000 – 50 000 €	0
● Plus de 50 000 €	0



8. Quels freins vous empêcheraient d'acheter une habitation en conteneur ?

[En savoir plus](#)

● Réglementation et permis de construire	4
● Durée de vie et solidité du conteneur	11
● Confort et isolation thermique	6
● Prix trop élevé	4
● Manque d'informations sur le produit	1
● Autre	0



9. Seriez-vous prêt(e) à visiter un showroom ou un projet témoin ?

[En savoir plus](#)

● Oui 22
● Non 3

