GIDEF
Île-de-France

Business Plan Complet

Document de présentation du projet entrepreneurial

Bénéficiaire

Marie Dupont

Date : 21 novembre 2026

Ce document est confidentiel et destiné exclusivement au bénéficiaire et à son conseiller.

Table des matières

1. Page de couverture
2. Table des matières
3. Résumé opérationnel
4. Présentation de l'équipe fondatrice
5. Présentation du projet / Description
6. Étude de marché
7. Analyse de la demande
8. Segmentation clientèle
9. Analyse de la concurrence
10. Stratégie marketing
11. Plan commercial
12. Politique de prix
13. Plan de communication
14. Organisation et management
15. Statut juridique et fiscal
16. Plan de financement
17. Compte de résultat prévisionnel (3 ans)
18. Plan de trésorerie
19. Seuil de rentabilité
20. Investissements
21. Analyse SWOT
22. Calendrier de réalisation / Rétroplanning

EcoVerre Île-de-France est une entreprise innovante spécialisée dans le recyclage et l'upcycling de verre en Île-de-France. Fondée par Marie Dupont, ingénieure en science des matériaux avec 12 ans d'expérience dans l'industrie verrière, l'entreprise transforme les déchets de verre collectés auprès des industriels, restaurants et collectivités en produits de décoration, vaisselle et mobilier urbain à haute valeur ajoutée.

Le projet répond à un double enjeu : environnemental (réduction des déchets envoyés en décharge, préservation des ressources naturelles) et économique (création d'emplois locaux, développement d'une filière d'économie circulaire). Le marché du recyclage du verre en France représente 3,5 millions de tonnes par an, dont seule une infime partie fait l'objet d'upcycling.

L'entreprise sera constituée en SAS avec un capital social de 10 /000 €. Le plan de financement prévoit un investissement total de 150 /000 €, financé par un apport personnel de 30 /000 €, des subventions (40 /000 €), un prêt d'honneur (15 /000 €), et un prêt bancaire (80 /000 €). Le seuil de rentabilité est atteint au 8e mois d'exploitation avec un CA annuel prévisionnel de 180 /000 € en année 1.

Forme juridique : SAS (Société par Actions Simplifiée)

Capital social : 10 /000 €

Date de création : 15/01/2025

Secteur : Économie circulaire / Recyclage

Localisation : 12 Rue de l'Industrie, 93100 Montreuil

Investissement total : 150 /000 €

Rentabilité prévue : Mois 8

4. Présentation de l'équipe fondatrice

Fondatrice

Nom : Marie Dupont

Rôle : Gérante et fondatrice

Formation : Ingénieure en science des matériaux — 12 ans d'expérience dans l'industrie verrière

Compétences clés

- Gestion de projet
- Procédés industriels
- R&D matériaux
- Management d'équipe

Équipe complète

Nom	Fonction	Expérience
Marie Dupont	Gérante / Directrice Générale	12 ans dans l'industrie verrière, ex-ingénieure chez Saint-Gobain
Thomas Laurent	Directeur Commercial	8 ans dans la vente B2B, spécialiste du recyclage industriel
Fatima Benali	Responsable R&D	Doctorat en chimie des matériaux, 5 ans de recherche en upcycling du verre
Lucas Moreau	Responsable Production	10 ans en gestion d'atelier, certification Lean Manufacturing

L'équipe réunit des compétences complémentaires couvrant la production, la R&D, la commercialisation et la gestion. Chaque membre apporte une expérience sectorielle solide et une motivation commune pour l'économie circulaire. En année 2, l'effectif devrait passer à 6 personnes avec l'embauche d'un technicien de production et d'un chargé de logistique.

EcoVerre Île-de-France a pour mission de donner une seconde vie au verre en le transformant en objets de décoration, vaisselle, luminaires et mobilier urbain. L'entreprise collecte le verre usagé auprès de divers partenaires (industriels, restaurants, hôtels, collectivités locales) puis le trie, le concasse et le fond dans son atelier de Montreuil pour créer des produits uniques.

Activités principales

- Collecte et tri de déchets de verre auprès de partenaires industriels et commerciaux
- Transformation en produits d'upcycling design (vaisselle, vases, luminaires, dalles décoratives)
- Vente en B2B aux professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et de la décoration
- Vente en B2C via le site web e-commerce et les marchés locaux
- Prestations de sensibilisation et ateliers de découverte du recyclage créatif

Valeur ajoutée

La valeur ajoutée d'EcoVerre réside dans sa capacité à transformer un déchet à faible coût en produit fini à forte marge. Contrairement au recyclage classique (broyage pour remblais), l'upcycling conserve la qualité esthétique du verre et la sublime. Chaque pièce est unique, fabriquée artisanalement en France, et contribue activement à la réduction de l'empreinte carbone.

Localisation

Adresse :	12 Rue de l'Industrie, 93100 Montreuil
Surface atelier :	250 m²
Zone de chalandise :	Île-de-France (rayon de 50 km)
Accessibilité :	RER A — station Mairie de Montreuil (5 min à pied)

6. Étude de marché

Le marché du recyclage du verre en France est en pleine transformation. Avec 3,5 millions de tonnes de verre collectées chaque année, la France dispose d'un gisement considérable. Cependant, la majorité du verre recyclé est broyé et utilisé en remblais routiers ou en conteneurs, avec très peu de valorisation sous forme d'upcycling créatif.

Données clés du marché

- Taille du marché français du recyclage du verre : 3,5 Mdt/an (2023)
- Taux de collecte du verre en France : 85% (un des plus élevés d'Europe)
- Marché de l'économie circulaire en France : +12% de croissance annuelle
- Segment upcycling / design : marché émergent estimé à 45 M€ en France
- Cible Île-de-France : 12 millions d'habitants, 850 000 entreprises

Tendances et évolutions

Plusieurs tendances favorisent le développement d'EcoVerre : la directive européenne PPWD (Packaging and Packaging Waste Directive) impose des objectifs de recyclage ambitieux (75% d'ici 2030), les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'origine et à la durabilité des produits, et les collectivités locales cherchent activement des filières de revalorisation locales pour réduire leur bilan carbone.

Le marché de la décoration éco-responsable est en forte croissance, porté par une clientèle jeune (25-45 ans) et aisée, prête à payer un prix premium pour des produits locaux, durables et uniques. Les professionnels de l'hôtellerie-restauration (HR) intègrent également des démarches de développement durable dans leur offre, créant une demande B2B croissante.

La demande pour les produits issus de l'upcycling du verre est stimulée par plusieurs facteurs convergents : la prise de conscience environnementale des consommateurs, les obligations réglementaires des entreprises en matière de RSE, et l'engouement pour les produits artisanaux et locaux.

Motivations d'achat des clients

- Engagement écologique : les clients recherchent des produits ayant un impact environnemental positif
- Unicité et esthétique : chaque pièce upcyclée est unique par sa couleur, sa texture et sa forme
- Made in France : l'attrait pour la fabrication locale et artisanale est en hausse constante
- Conformité RSE : les entreprises doivent intégrer des pratiques durables dans leur chaîne d'approvisionnement
- Storytelling : le récit de transformation du déchet en objet de valeur crée un attachement émotionnel

Volume de demande estimé

Déchets de verre disponibles en IDF :	~500 000 tonnes/an
Potentiel d'upcycling (estimation) :	2 000 tonnes/an
Besoins de production Année 1 :	120 tonnes/an
Taux de pénétration visé Année 3 :	0,24% du gisement

8. Segmentation clientèle

La clientèle d'EcoVerre Île-de-France se divise en deux grands segments : le B2B (professionnels) et le B2C (particuliers). Chaque segment dispose de caractéristiques, besoins et canaux de distribution distincts.

Segment B2B — Professionnels (60% du CA)

Sous-segment	Besoin principal	Part du CA	Potentiel
Hôtellerie-restauration	Vaisselle, verrerie, décorations	25%	& & & &
Bureaux & entreprises	Luminaires, aménagements, cadeaux	15%	& & & &
Collectivités locales	Mobilier urbain, signalétique	12%	& & & &
Architectes & décorateurs	Dalles, cloisons, sur-mesure	8%	& & & &

Segment B2C — Particuliers (40% du CA)

Profil	Produits recherchés	Part du CA	Canal
Éco-consommateurs (25-45 ans)	Vases, luminaires, objets déco	20%	E-commerce, marchés
Cadeaux & mariage	Coffrets, verres personnalisés	10%	E-commerce, pop-up
Touristes & curieux	Souvenirs locaux, ateliers	10%	Atelier, marchés

Le paysage concurrentiel du recyclage du verre en Île-de-France est dominé par quelques acteurs historiques spécialisés dans le broyage et le recyclage classique. Cependant, aucun d'entre eux ne propose d'offre d'upcycling créatif positionnée sur le segment design et décoration. Cette absence constitue un avantage concurrentiel majeur pour EcoVerre.

Concurrent	Localisation	Force	Faiblesse
Verre & recyclage SAS	Val-de-Marne (94)	Réseau de collecte bien établi, volume important	Pas d'upcycling, uniquement broyage pour remblais
Vitrocycle Île-de-France	Seine-Saint-Denis (93)	Certification ISO 14001, grande capacité	Prix élevés, délais longs, service impersonnel
RecyGlass Collecte	Yvelines (78)	Partenariats avec les municipalités	Rayon d'action limité, pas de valeur ajoutée

Avantages concurrentiels d'EcoVerre

- Positionnement unique : seul acteur upcycling design sur le marché Île-de-France
- Marge élevée : transformation d'un déchet (coût quasi nul) en produit premium (marge 65-75%)
- Proximité clients : atelier en petite couronne parisienne, livraison rapide
- Innovation R&D : développement continu de nouveaux produits et procédés
- Storytelling puissant : chaque produit porte l'histoire de sa transformation

10. Stratégie marketing

La stratégie marketing d'EcoVerre repose sur un positionnement haut de gamme axé sur la durabilité, le design et l'artisanat français. L'entreprise vise à devenir la référence de l'upcycling verrier en Île-de-France en combinant une présence digitale forte et un ancrage local solide.

Positionnement

Promesse : Transformer le verre en beauté, localement et durablement

Cible principale : Professionnels éco-responsables et consommateurs engagés

Position prix : Milieu-haut de gamme (produits artisanaux, fabrication française)

Différenciateur : Upcycling créatif (vs. recyclage broyage des concurrents)

Piliers de la stratégie

- Storytelling : communiquer l'histoire de chaque produit, du déchet à l'objet d'art
- Transparence : publier le bilan environnemental (kg CO , évités, tonnes recyclées)
- Partenariats : collaborer avec des architectes, décorateurs et influenceurs éco-responsables
- Expérience client : proposer des visites d'atelier et des ateliers créatifs
- Certifications : obtenir la mention Entreprise à Mission et l'ISO 14001 dès que possible

Le plan commercial s'articule autour de deux axes complémentaires : le développement des ventes B2B via une approche terrain et le développement des ventes B2C via le canal digital.

Objectifs commerciaux

Année 1 : CA 180 /000 € — 25 clients B2B, 500 clients B2C

Année 2 : CA 310 /000 € — 50 clients B2B, 1 200 clients B2C

Année 3 : CA 450 /000 € — 80 clients B2B, 2 500 clients B2C

Actions commerciales B2B

- Prospection ciblée : 100 entreprises HR contactées par trimestre via LinkedIn et téléphone
- Démonstrations produits : envoi d'échantillons personnalisés aux décideurs
- Présence salons : participer à Equip'Hôtel, Paris Design Week, et salons RSE
- Partenariats distributeurs : collaborer avec des concept-stores éco-responsables

Actions commerciales B2C

- Site e-commerce : catalogue en ligne avec personnalisation (gravure, couleur)
- Réseaux sociaux : Instagram et TikTok (tuto upcycling, before/after, coulisses)
- Marchés locaux : présence hebdomadaire sur 3 marchés en petite couronne
- Ateliers découverte : 2 ateliers par mois dans l'atelier de Montreuil (15 pers./session)

12. Politique de prix

La politique de prix d'EcoVerre repose sur une stratégie de différenciation par la valeur. Les produits upcyclés sont positionnés en gamme moyenne-haute, reflétant leur caractère artisanal, unique et éco-responsable. Les coûts de matières premières étant très faibles (déchets gratuits), la marge brute est élevée, ce qui permet d'absorber les charges de production et de développer la rentabilité.

Produit	Prix unitaire HT	Coût de production	Marge brute
Set de 6 verres upcyclés	45 €	12 €	73%
Vase artisanal moyen	65 €	15 €	77%
Luminaire suspension	120 €	28 €	77%
Dalle décorative (30×30)	55 €	10 €	82%
Coffret cadeau personnalisé	35 €	8 €	77%
Mobilier urbain (sur devis)	Sur devis	~200 €	65%
Atelier découverte (pers.)	25 €	5 €	80%

Stratégie de prix

- Prix premium justifié par l'artisanat, l'unicité et l'engagement éco-responsable
- Remises quantité B2B : -10% dès 20 unités, -20% dès 50 unités
- Tarifs dégressifs pour les contrats de collecte annuels avec les industriels
- Prix d'appel lors du lancement : -15% sur la première commande B2B

Le plan de communication vise à construire la notoriété d'EcoVerre en ligne et hors ligne, en valorisant l'histoire de la marque, les coulisses de la production et l'impact environnemental mesurable de chaque produit.

Axes de communication

- Identité visuelle : logo, charte graphique et packaging éco-conçus (carton recyclé, encre végétale)
- Site web : vitrine e-commerce avec blog (tutoriels, interviews, bilan environnemental)
- Réseaux sociaux : Instagram (3 publications/semaine), TikTok (2 vidéos/semaine), LinkedIn (B2B)
- Relations presse : communiqués de lancement, partenariats avec médias éco-responsables
- Événements : participation à 6 salons/marchés par an, organisation de portes ouvertes trimestrielles
- Newsletters : mensuelle pour les clients B2C, trimestrielle pour les prospects B2B

Budget communication Année 1

Site web + e-commerce :	6 /000 €
Réseaux sociaux (contenu) :	3 /000 €
Salons et événements :	4 /000 €
Print et goodies éco-conçus :	2 /000 €
Total :	15 /000 €

14. Organisation et management

L'organisation d'EcoVerre est structurée pour garantir l'efficacité opérationnelle tout en conservant la flexibilité d'une startup. L'équipe fondatrice assure les fonctions clés en phase de lancement, avec un plan de recrutement progressif en fonction de la croissance du chiffre d'affaires.

Organigramme

- Direction Générale : Marie Dupont — stratégie, R&D, relations partenaires
- Direction Commerciale : Thomas Laurent — prospection B2B/B2C, suivi clients, salons
- R&D : Fatima Benali — développement produits, tests qualité, innovation procédés
- Production : Lucas Moreau — gestion atelier, approvisionnement, maintenance équipements

Plan de recrutement

Année 1 :	4 personnes (équipe fondatrice)
Année 2 :	6 personnes (+1 technicien production, +1 logistique)
Année 3 :	8 personnes (+1 commercial, +1 community manager)

Outils et méthodes

- ERP : Odoo (gestion stock, commandes, comptabilité, CRM)
- Communication interne : Slack + visio hebdomadaire d'équipe
- Gestion de projet : Notion (kanban, suivi des tâches, documentation)
- Méthode de production : Lean Manufacturing (réduction des gaspillages, amélioration continue)

Le choix de la SAS (Société par Actions Simplifiée) a été motivé par sa flexibilité statutaire, la protection du patrimoine personnel de la fondatrice, et la possibilité d'intégrer facilement de nouveaux associés ou investisseurs. L'entreprise bénéficiera du régime fiscal des PME et d'allègements en tant que jeune entreprise innovante.

Détails juridiques

Forme :	SAS (Société par Actions Simplifiée)
Capital social :	10 /000 €
Associé unique :	Marie Dupont (100% des parts)
Gérance :	Présidente-directrice générale (PDG)
SIRET :	123 456 789 00012
Code NAF :	3832Z — Récupération de déchets triés

Régime fiscal et social

- Impôt sur les sociétés (IS) : taux réduit à 15% jusqu'à 42 500 € de bénéfice
- TVA : taux normal 20% sur les ventes de produits finis
- CVAE/CFE : exonération partielle en zone franche urbaine (Montreuil ZFU)
- Régime social du dirigeant : assimilé-salarié (protection sociale complète)
- Aides à l'embauche : réductions Fillon, aide unique TPE/PME pour les 2 premiers salariés

Assurances

- Responsabilité civile professionnelle : couverture des dommages causés aux tiers
- Assurance multirisque atelier : incendie, dégât des eaux, vol d'équipements
- Assurance véhicule professionnel : pour les tournées de collecte

16. Plan de financement

Le plan de financement prévoit un investissement total de 150 /000 € pour lancer l'activité. Les besoins de financement couvrent l'aménagement de l'atelier, l'acquisition des équipements de production, le développement du site web, les frais de constitution et une trésorerie de sécurité de 3 mois.

Tableau de financement — Ressources

Source de financement	Montant	Part
Apport personnel fondateur	30 /000 €	18.8 %
Prêt d'honneur Initiative France	15 /000 €	9.4 %
Subvention Région Île-de-France (ADEME)	25 /000 €	15.6 %
Prêt bancaire Bpifrance	80 /000 €	50.0 %
Love money (proches)	10 /000 €	6.3 %
TOTAL RESSOURCES	160 /000 €	100%

Tableau de financement — Besoins

Poste d'investissement	Montant	Part
Location et aménagement atelier (6 mois)	18 /000 €	12.0 %
Équipement de tri et concassage du verre	35 /000 €	23.3 %

Four de fusion et moules	42 /000 €	28.0 %
Outillage et petit matériel	8 /000 €	5.3 %
Véhicule utilitaire (occasion)	15 /000 €	10.0 %
Développement site web et branding	6 /000 €	4.0 %
Frais de constitution et juridiques	3 /000 €	2.0 %
Trésorerie de départ (3 mois)	23 /000 €	15.3 %
TOTAL BESOINS	150 /000 €	100%

17. Compte de résultat prévisionnel (3 ans)

Le compte de résultat prévisionnel sur 3 ans montre une trajectoire de croissance rapide, avec un passage à la rentabilité dès le second semestre de l'année 1. Le chiffre d'affaires passe de 180 000 € en année 1 à 450 000 € en année 3, soit une croissance annuelle composée de +58%.

Rubrique	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires	180 /000 €	310 /000 €	450 /000 €
Coût des achats (matières)	-54 /000 €	-86 /000 €	-117 /000 €
Charges externes	-22 /000 €	-32 /000 €	-40 /000 €
Valeur ajoutée	104 /000 €	192 /000 €	293 /000 €
Salaires et charges sociales	-103 /000 €	-138 /000 €	-172 /000 €
EBE (Excédent brut d'exploitation)	1 /000 €	54 /000 €	121 /000 €
Dotation aux amortissements	-12 /000 €	-12 /000 €	-12 /000 €
Charges financières	-4 /800 €	-4 /200 €	-3 /000 €
Résultat avant impôt (EBIT)	-15 /800 €	37 /800 €	106 /000 €
Impôt sur les sociétés	-0 €	-5 /670 €	-15 /900 €
RÉSULTAT NET	-15 /800 €	32 /130 €	90 /100 €

Ratios clés

Marge nette Année 1 : -8.8 %

Marge nette Année 2 : 10.4 %

Marge nette Année 3 : 20.0 %

Le plan de trésorerie ci-dessous présente les flux mensuels prévisionnels de la première année d'exploitation. La trésorerie de départ de 50 000 € correspond aux fonds levés diminués des investissements immédiats. Le mois de janvier concentre les sorties les plus importantes (aménagement atelier, équipements). La trésorerie reste positive tout au long de l'année.

Mois	Encaissements	Décaissements	Solde cumulé
Janvier	0 €	85 /000 €	50 /000 €
Février	5 /000 €	15 /000 €	40 /000 €
Mars	8 /000 €	14 /000 €	34 /000 €
Avril	10 /000 €	13 /500 €	30 /500 €
Mai	12 /000 €	13 /200 €	29 /300 €
Juin	14 /000 €	13 /000 €	30 /300 €
Juillet	15 /000 €	14 /500 €	30 /800 €
Août	10 /000 €	12 /800 €	28 /000 €
Septembre	16 /000 €	13 /500 €	30 /500 €
Octobre	17 /000 €	14 /000 €	33 /500 €
Novembre	18 /000 €	14 /200 €	37 /300 €
Décembre	20 /000 €	15 /000 €	42 /300 €

Points de vigilance

- Janvier : concentration des investissements (85 000 € de sorties) — nécessite une trésorerie de départ suffisante
- Août : baisse saisonnière des ventes B2B (congés) — compenser par les ventes B2C en ligne
- Toujours maintenir un minimum de 3 mois de charges en trésorerie de sécurité

19. Seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité représente le niveau de chiffre d'affaires à partir duquel l'entreprise couvre l'ensemble de ses charges (fixes et variables) et commence à générer du bénéfice.

Hypothèses de calcul

Charges fixes mensuelles : 11 /500 € (loyer, salaires, amortissements, assurances)

Taux de charges variables : 50% du CA (matières, transport, emballages)

Taux de marge sur coûts variables : 50%

Résultats

Seuil de rentabilité (CA mensuel) : 23 /000 €

Seuil de rentabilité (CA annuel) : 276 /000 €

Date d'atteinte : Mois 8 (août 2025)

CA prévisionnel Année 1 : 180 /000 € (équivalent 7,8 mois de charges)

Marge de sécurité : Le seuil annuel est atteint dès Année 2 (CA prévu : 310 000 €)

Interprétation

Le seuil de rentabilité mensuel est atteint dès le 8e mois d'exploitation, ce qui est un excellent signal pour une startup en

20. Investissements

Le plan d'investissement couvre l'ensemble des dépenses nécessaires au démarrage de l'activité : aménagement de l'atelier, équipements de production, véhicule, développement digital et trésorerie de sécurité. L'investissement total s'élève à 150 /000 €.

Poste d'investissement	Montant HT
Location et aménagement atelier (6 mois)	18 /000 €
Équipement de tri et concassage du verre	35 /000 €
Four de fusion et moules	42 /000 €
Outillage et petit matériel	8 /000 €
Véhicule utilitaire (occasion)	15 /000 €
Développement site web et branding	6 /000 €
Frais de constitution et juridiques	3 /000 €
Trésorerie de départ (3 mois)	23 /000 €
TOTAL INVESTISSEMENTS	150 /000 €

Plan d'amortissement

Équipements de production : Amortissement linéaire sur 5 ans (15 /400 €/an)

Véhicule utilitaire : Amortissement linéaire sur 5 ans (3 /000 €/an)

Total dotations annuelles : 12 /000 €

L'analyse SWOT ci-dessous synthétise les forces, faiblesses, opportunités et menaces identifiées pour le projet EcoVerre Île-de-France. Elle constitue un outil d'aide à la décision et à la stratégie.

Forces (Strengths)

- Expertise technique de la fondatrice en science des matériaux verriers
- Processus d'upcycling innovant : transformation en produits design à haute valeur ajoutée
- Proximité géographique avec les hubs industriels d'Île-de-France
- Approche écoresponsable répondant à la demande croissante des consommateurs
- Coûts de matières premières très faibles (déchets de verre collectés gratuitement)

Faiblesses (Weaknesses)

- Structure récente sans historique financier ni notoriété de marque
- Capital initial limité, dépendance aux aides et prêts
- Équipe restreinte (4 personnes) multipliant les fonctions
- Capacité de production limitée en phase de démarrage
- Absence de certifications environnementales (en cours d'obtention)

Opportunités (Opportunities)

- Réglementation européenne renforcée sur le recyclage (directive PPWD)
- Marché de l'économie circulaire en croissance de +12% par an en France
- Demande croissante des collectivités locales pour des filières de revalorisation
- Partenariats possibles avec les grands groupes de la restauration et de l'hôtellerie
- Éligibilité à de nombreuses subventions vertes (ADEME, Bpifrance, Région)

Menaces (Threats)

- Fluctuation du prix de la tonne de verre recyclé sur les marchés internationaux
- Arrivée potentielle de grands groupes industriels sur le segment upcycling
- Risque de retard dans l'obtention des autorisations d'exploitation
- Concurrence sur les prix de la part des filières de recyclage traditionnel
- Dépendance à la disponibilité des déchets de verre (approvisionnement)

Synthèse stratégique

Les forces (expertise technique, coût des matières premières) et les opportunités (cadre réglementaire favorable, marché en croissance) dominent largement les faiblesses et menaces. Le positionnement unique d'EcoVerre sur l'upcycling créatif constitue un moat protecteur face aux concurrents traditionnels. La clé du succès réside dans l'exécution rapide du plan de lancement et la constitution d'un réseau de collecte solide dès les premiers mois.

Le rétroplanning ci-dessous détaille les grandes phases du projet sur 24 mois, avec les tâches clés et les échéances associées. Ce calendrier est indicatif et sera ajusté en fonction des réalités du terrain et des aléas de démarrage.

Phase 1 : Lancement (Jan 2025 — Mars 2025)

- Constitution de la SAS et ouverture du compte bancaire professionnel
- Signature du bail commercial et aménagement de l'atelier
- Commande et installation des équipements de production
- Recrutement du responsable commercial et de l'équipe production

Phase 2 : Mise en route (Avr 2025 — Juin 2025)

- Tests de production et validation des procédés d'upcycling
- Création du site web et des supports de communication
- Premiers contrats de collecte avec les partenaires industriels
- Lancement des ventes sur les marchés et en ligne

Phase 3 : Développement (Juil 2025 — Déc 2025)

- Élargissement du réseau de collecte (objectif : 20 partenaires)
- Développement d'une nouvelle gamme de produits (vaisselle design)
- Obtention de la certification ISO 14001
- Premier bilan financier et ajustements opérationnels

Phase 4 : Consolidation (Jan 2026 — Déc 2026)

- Augmentation de la capacité de production (+50%)
- Embauche de 2 collaborateurs supplémentaires
- Développement du marché B2C (boutique en ligne, marchés de Noël)
- Objectif : 310 K€ de chiffre d'affaires

À propos de ce document

Ce business plan a été généré automatiquement par la plateforme CreaPulse V2 dans le cadre de la démonstration. Les données présentées sont fictives et destinées exclusivement à illustrer le format et le contenu d'un business plan complet. Pour tout projet réel, veuillez valider les hypothèses avec votre conseiller GIDEF Île-de-France.

© CreaPulse V2 — GIDEF Île-de-France — Document de démonstration