



Sweat Perso



Sommaire

Cockpit du projet	3
Executive summary	4
Les 4 questions clés	6
Présentation du projet	7
Analyse de marché	9
Offre et proposition de valeur	13
Business model	15
Stratégie marketing	17
Analyse SWOT	19
Roadmap 12 mois	20
Prévisionnel financier	23
Besoin de financement	32
Conclusion	34

Cockpit du projet

Vue d'ensemble synthétique : viabilité, indicateurs clés et graphiques de pilotage.



Executive summary

Vision et problème

Le marché de l'habillement personnalisé reste fragmenté. Le particulier trouve souvent une offre peu qualitative, peu lisible ou inadaptée aux petites quantités. **Sweat Perso** répond à ce besoin avec une proposition simple : commander un sweat personnalisé en ligne, à l'unité ou en petite série, avec un rendu soigné et un parcours d'achat fluide.

Solution

Le projet s'appuie sur une activité de vente en ligne de sweats personnalisés sous forme de **SASU**. L'offre se concentre sur un produit clair, à forte lisibilité commerciale, avec une tarification comprise entre **45 €** et **60 €** par sweat. Le budget de démarrage de **10 000 €** permet de financer le lancement commercial, les premiers approvisionnements, le site e-commerce et la communication d'acquisition.

Marché cible

La cible prioritaire est constituée de particuliers recherchant un vêtement personnalisé pour un usage personnel, un cadeau ou un événement ponctuel. Le positionnement retient une logique B2C accessible, avec un niveau de prix cohérent avec une attente de personnalisation et de qualité perçue. L'objectif est de capter une demande récurrente sur un segment simple à adresser en ligne.

Modèle économique

Le chiffre d'affaires repose principalement sur la vente de sweats personnalisés aux particuliers, à l'unité et en petites séries. Sur une hypothèse de **100 sweats par mois**, le chiffre d'affaires mensuel visé se situe entre **4 500 €** et **6 000 €**, soit entre **54 000 €** et **72 000 €** en rythme annuel. Le modèle combine marge sur produit, pilotage serré des coûts variables et montée en puissance progressive via l'acquisition digitale.

INDICATEUR	HYPOTHÈSE
Ticket moyen	45 € à 60 €
Volume cible initial	100 sweats / mois

INDICATEUR	HYPOTHÈSE
Chiffre d'affaires mensuel cible	4 500 € à 6 000 €
Budget de lancement	10 000 €

Ambition à trois ans

L'ambition est de structurer une marque e-commerce rentable, spécialisée sur une verticale produit lisible, avec une exécution rigoureuse. À horizon **3 ans**, l'objectif est d'atteindre un volume de **250 à 300 sweats par mois**, soit un chiffre d'affaires annuel compris entre **135 000 €** et **216 000 €** selon le mix produit. Le financement bancaire recherché doit sécuriser le démarrage, lisser la montée en charge et accélérer l'atteinte du point d'équilibre.

- Déployer une offre simple et bien positionnée.
- Convertir une demande diffuse en ventes récurrentes.
- Piloter la croissance avec une structure de coûts légère.
- Atteindre une taille critique compatible avec la rentabilité.

Les 4 questions clés

Face à une banque, un investisseur ou un organisme de financement, un porteur de projet a souvent une minute pour convaincre. Cette structure répond aux 4 questions essentielles que tout financeur se pose.

Pourquoi ce projet doit exister

Le marché répond à un besoin simple : offrir aux particuliers un vêtement personnalisé, accessible et commandable en ligne sans complexité. La cible est clairement identifiée — des particuliers qui recherchent un cadeau, un produit événementiel ou une pièce unique. L'angle distinctif repose sur une offre centrée sur le sweat personnalisé, en petite série ou à l'unité, avec un positionnement prix lisible de **45 € à 60 €**.

Quoi : l'offre et la proposition de valeur

Sweat Perso vend des sweats personnalisés en ligne, à l'unité et en petites séries, avec une expérience d'achat simple et un budget maîtrisé pour le client. L'offre combine personnalisation, accessibilité tarifaire et parcours digital direct. La proposition de valeur est claire : obtenir un produit personnalisé sans contrainte de volume, avec un niveau de prix cohérent pour le marché particulier.

Comment : modèle, exécution, prévisionnel

Le modèle repose sur la vente en ligne directe, avec une source de revenus unique et lisible : la vente de sweats personnalisés aux particuliers. Le lancement s'appuie sur un budget initial de **10 000 €**, affecté au site, aux premiers stocks ou approvisionnements, aux outils de personnalisation et à l'acquisition client. À **100 sweats par mois** pour un ticket moyen de **45 € à 60 €**, le chiffre d'affaires mensuel cible se situe entre **4 500 €** et **6 000 €**, soit **54 000 € à 72 000 €** en rythme annuel.

Quand : jalons, lancement et objectifs

Le projet est en phase de lancement imminent, avec une structure juridique déjà créée en SASU. À **6 mois**, l'objectif est de finaliser le site et d'atteindre les premières ventes récurrentes. À **12 mois**, la cible est d'installer un rythme de **100 sweats par mois**. À **24 mois**, l'enjeu sera d'accélérer l'acquisition et la récurrence. À **3 ans**, un objectif cohérent de chiffre d'affaires se situe entre **120 000 €** et **180 000 €** selon la montée en volume et l'optimisation du taux de conversion.

Présentation du projet

Genèse

« Sweat Perso » naît d'un constat simple : la demande de personnalisation textile progresse, mais l'offre reste souvent standardisée, peu lisible ou peu adaptée aux commandes à l'unité. Le projet vise à proposer une solution en ligne simple, avec des sweats personnalisés vendus entre 45 € et 60 €, sur un segment accessible pour les particuliers.

Mission

Déployer une offre de sweats personnalisés en ligne, pensée pour des commandes à l'unité et en petites séries. L'objectif est de combiner simplicité de commande, qualité perçue et tarification claire, avec un panier moyen cohérent de 45 € à 60 €.

Vision

Construire une marque digitale rentable sur le marché du textile personnalisé B2C, avec un démarrage maîtrisé et une montée en charge progressive. La cible initiale est fixée à 100 sweats par mois, soit un niveau d'activité compatible avec un budget de lancement de 10 000 €.

Équipe & forme juridique

Le projet est porté en structure déjà créée, sous forme de SASU. Ce choix apporte un cadre juridique clair pour lancer l'activité, structurer la gestion et présenter un dossier crédible dans une logique de financement bancaire.

ÉLÉMENT	DONNÉE
Forme juridique	SASU
Statut de la structure	Déjà créée
Stade du projet	Lancement prochain

Localisation

L'activité repose sur un modèle de vente en ligne, sans contrainte de point de vente physique au démarrage. Cette organisation permet de limiter les coûts fixes, de concentrer les ressources sur l'acquisition client et de servir une clientèle de particuliers à l'échelle nationale.

Analyse de marché

Le projet Sweat Perso s’inscrit dans le marché mature et très concurrentiel du e-commerce B2C en France, spécifiquement sur la niche des vêtements personnalisés. La dynamique globale du secteur reste positive, portée par une digitalisation continue des habitudes de consommation, mais la rentabilité exige une gestion fine des coûts d’acquisition et une proposition de valeur claire. L’analyse qui suit dimensionne le marché pertinent pour le projet, en l’absence de données locales directes, par une redescente d’agrégats nationaux. Ces estimations devront être affinées par une étude de terrain.

Indicateurs clés du marché

INDICATEUR	VALEUR	SOURCE
Chiffre d'affaires e-commerce (produits & services)	196,4 Md€	Fevad (2025)
Croissance du CA e-commerce (vs 2024)	+7 %	Fevad (2025)
Nombre d'acheteurs en ligne en France	41,6 millions	Digitiz.fr (2026)
Transactions en ligne	3,2 milliards	Fevad (2025)

Taille du marché

TAM (France — vente en ligne de vêtements et textiles)

Le marché total adressable (TAM) est défini ici comme le chiffre d’affaires du e-commerce de produits en France. Selon la Fevad (2 025), le secteur a généré **196,4 Md€** en 2 025 et devrait dépasser les **200 Md€** en 2026. Ce chiffre agrège l’ensemble des ventes en ligne, toutes catégories confondues. Bien que non spécifique au textile, il cadre un marché global vaste et en croissance, accessible à tout acteur digital opérant sur le territoire national.

SAM (France — sweats et textiles personnalisables en ligne)

Le marché accessible et pertinent (SAM) se concentre sur le segment des vêtements personnalisables

vendus en ligne aux particuliers. En l'absence d'un chiffre d'affaires publié pour cette niche, une estimation est construite. Le secteur de l'habillement représente environ **10 %** du total des ventes e-commerce, soit un marché d'environ **19,6 Md€**. Le sous-segment de la personnalisation (cadeaux, événements, petites séries) peut être estimé prudemment à **1 %** de ce montant. Le SAM est donc estimé à environ **196 M€** par an en France. Ce chiffre représente le potentiel de marché pour les acteurs spécialisés dans le textile personnalisé en ligne.

SOM (part de marché captable par Sweat Perso)

Le marché obtainable (SOM) représente la part du SAM que Sweat Perso peut raisonnablement capter à moyen terme. L'objectif de chiffre d'affaires en année 3 est de **114 k€**. Rapporté à un marché accessible (SAM) de **196 M€**, cela représente une part de marché cible d'environ **0,06 %**. Cet objectif est cohérent pour un nouvel entrant et suppose une stratégie d'acquisition ciblée et efficace via les canaux digitaux (référencement naturel, publicités sur les réseaux sociaux, marketing de contenu).

Tendances clés

- **Hyper-personnalisation** : La demande s'oriente vers des produits uniques ou en très petites séries (cadeaux, événements, passion). La technologie (impression DTG, DTF) rend cette personnalisation accessible à l'unité avec une bonne rentabilité.
- **Exigence de qualité et d'éthique** : Les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'origine des textiles (coton bio, matières recyclées), aux conditions de production et à la durabilité du produit et du marquage.
- **DNVB (Digital Native Vertical Brands)** : Le modèle de vente directe au consommateur sans intermédiaire physique permet de maîtriser la marque, l'expérience client et les marges. Il impose cependant une expertise forte en marketing digital.
- **Importance de l'expérience client** : La simplicité et la performance de l'outil de personnalisation en ligne sont des différenciants majeurs. La fluidité du parcours d'achat, de la création à la livraison, est cruciale pour fidéliser.

Cible & personas

La clientèle principale est constituée de particuliers (B2C). Deux profils se distinguent :

1. **Le créateur de cadeaux uniques** : Pour un anniversaire, une naissance, un enterrement de vie de célibataire (EVG/EVJF). Son besoin est ponctuel. Il recherche la simplicité, la rapidité d'exécution et un rendu visuel de qualité pour un budget maîtrisé (panier moyen de **45 €**). La décision est souvent émotionnelle et sensible à l'inspiration (photos, exemples).
2. **L'organisateur de petits groupes** : Association étudiante, club de sport amateur, groupe d'amis pour

un événement. Son besoin porte sur de petites séries (5 à 20 pièces). Il est plus sensible au tarif dégressif, à la robustesse du produit et à la fiabilité de la livraison pour une date précise. Le panier moyen est plus élevé.

Concurrents

Le marché du sweat personnalisé en ligne est fragmenté, avec des acteurs de tailles et de modèles économiques variés. La concurrence est nationale, voire internationale. Le projet Sweat Perso sera confronté à plusieurs typologies d'acteurs.

CONCURRENT	POSITIONNEMENT	FORCE	FAIBLESSE
Printful / Printify	Plateformes de print-on-demand (B2B2C)	Catalogue immense, intégration e-commerce	Qualité variable, délais de livraison longs, pas de marque propre
Spreadshirt / Zazzle	Marketplaces de personnalisation (B2C)	Très forte notoriété, trafic important	Design souvent amateur, expérience standardisée, forte concurrence interne
Mister T-Shirt / Shaman	Pure-players DNVB spécialisés	Image de marque forte, communauté engagée	Gamme de produits plus restreinte, prix souvent plus élevés
Imprimeurs locaux en ligne	Acteurs traditionnels digitalisés	Service client de proximité, réactivité	Plateformes en ligne souvent peu performantes, image moins moderne

Créneau libre : Il existe un espace pour un acteur positionné sur un segment premium, offrant une expérience de personnalisation simple et intuitive, des textiles de haute qualité écoresponsable, et une marque forte incarnant la créativité et la durabilité.

Opportunités

- **Niches thématiques** : Se spécialiser sur des segments porteurs (sport, humour, culture geek, événements familiaux) pour créer des collections capsules et fédérer une communauté ciblée.
- **Offres B2B pour petites structures** : Proposer des solutions simples pour les TPE/PME, associations et clubs ayant des besoins récurrents mais en faibles volumes, souvent mal servis par les imprimeurs

traditionnels.

- **Durabilité comme différenciant** : Mettre en avant des textiles bio ou recyclés et des encres écologiques pour capter la clientèle sensible à l'impact environnemental, un argument encore peu exploité en entrée de gamme.
- **Marketing de contenu** : Créer des tutoriels, des guides d'inspiration et mettre en avant les créations des clients pour générer du trafic qualifié et renforcer l'image de marque.

Offre et proposition de valeur

Proposition de valeur unique

Des sweats personnalisés, commandables dès 1 pièce, avec un rendu soigné, une tarification lisible et une expérience 100 % en ligne.

Produits / services

Sweat Perso commercialise des sweats personnalisés destinés aux particuliers, à l'unité et en petites séries. L'offre répond à des usages concrets : cadeau, événement personnel, groupe d'amis, association informelle ou projet créatif individuel.

La personnalisation porte sur le texte, le visuel, le choix de coloris et, selon la gamme, l'emplacement du marquage. Le modèle de vente en ligne permet de standardiser la commande, de réduire les coûts fixes et d'accélérer le traitement.

L'offre repose sur 3 principes : simplicité de commande, qualité perçue du produit fini et accessibilité tarifaire sur une fourchette de 45 € à 60 € par sweat.

Grille tarifaire

OFFRE	PRIX	CIBLE
Sweat personnalisé essentiel	45 €	Particulier souhaitant un produit simple à l'unité
Sweat personnalisé standard	52 €	Particulier recherchant plus d'options de personnalisation
Sweat personnalisé premium	60 €	Particulier recherchant un rendu plus élaboré ou un cadeau personnalisé
Petite série personnalisée (3 à 10 pièces)	À partir de 42 € / unité	Groupes privés, anniversaires, enterrements de vie de célibataire, projets collectifs

Bénéfices clients

- Commander un produit personnalisé dès 1 pièce, sans contrainte de volume.
- Accéder à une offre claire, sur une gamme de prix comprise entre 45 € et 60 €.
- Obtenir un sweat à forte valeur affective, adapté au cadeau ou à un usage événementiel.
- Personnaliser simplement en ligne, sans échange commercial complexe.
- Bénéficier d'un bon équilibre entre personnalisation, qualité perçue et budget maîtrisé.
- Commander aussi en petite série pour des besoins ponctuels, sans basculer vers une offre professionnelle lourde.

Business model

Sources de revenus

SOURCE	PRIORITÉ	% DU CA ESTIMÉ
Vente de sweats personnalisés à l'unité	Élevée	70 %
Vente de sweats personnalisés en petites séries	Élevée	20 %
Options de personnalisation premium — marquage, visuel, zone supplémentaire	Moyenne	10 %

Le cœur du modèle repose sur la vente en ligne directe aux particuliers. Le panier moyen visé est de **45 € à 60 €** par commande, pour un objectif de **100 sweats / mois**, soit un chiffre d'affaires mensuel cible de **4 500 € à 6 000 €**.

Structure de coûts

- Achat des sweats vierges et consommables de personnalisation — principal poste variable.
- Production unitaire ou en petites séries — impression, flocage, sous-traitance éventuelle.
- Emballage et expédition — coûts directement liés au volume de commandes.
- Acquisition clients digitale — réseaux sociaux, référencement, publicité en ligne.
- Hébergement du site e-commerce, solutions de paiement et commissions associées.
- Frais fixes de structure de la SASU — comptabilité, assurance, banque, outils.

La structure de coûts est majoritairement variable. Ce point limite le risque au démarrage et aligne les charges sur le volume réellement vendu, ce qui est cohérent avec un budget initial de **10 000 €**.

Canaux d'acquisition

- Site e-commerce propriétaire — canal central de conversion et de prise de commande.
- Réseaux sociaux visuels — Instagram, TikTok, Pinterest — pour générer trafic et preuve produit.

- Référencement naturel sur les requêtes liées aux sweats personnalisés et cadeaux textiles.
- Publicité digitale ciblée sur particuliers à intention d'achat.
- Bouche-à-oreille et contenus clients — photos, avis, recommandations.

L'acquisition doit privilégier les canaux mesurables et progressifs. L'enjeu est de piloter le coût d'acquisition pour préserver la marge sur un panier moyen de **45 € à 60 €**.

Partenaires et ressources clés

- Fournisseurs de sweats vierges — qualité constante, tailles disponibles, réassort rapide.
- Atelier de personnalisation ou équipement de marquage — selon le schéma de production retenu.
- Prestataires logistiques et transporteurs — fiabilité de livraison et suivi client.
- Plateforme e-commerce et solution de paiement sécurisée.
- Ressources clés internes — gestion du site, création visuelle, relation client, pilotage des commandes.

Le modèle repose sur une exécution fluide — qualité produit, personnalisation conforme, délais tenus. La maîtrise de ces ressources conditionne la récurrence d'achat et la rentabilité.

Stratégie marketing

Positionnement

Sweat Perso se positionne sur le segment du sweat personnalisé en ligne, avec une offre simple, qualitative et accessible, vendue entre **45 €** et **60 €**, destinée aux particuliers à l'unité et en petites séries.

Mix marketing 4P

- **Produit** : sweats personnalisés pour particuliers, avec choix de texte, visuel, couleur et taille ; catalogue resserré pour limiter la complexité opérationnelle ; qualité textile et rendu d'impression comme leviers de réachat.
- **Prix** : tarification de **45 €** à **60 €** selon le niveau de personnalisation ; positionnement milieu de gamme ; offres par paliers pour petites séries afin d'augmenter le panier moyen.
- **Distribution** : vente en ligne uniquement via site marchand ; parcours de commande court ; paiement sécurisé ; livraison standard incluse ou clairement affichée selon le seuil de marge cible.
- **Promotion** : acquisition prioritaire via réseaux sociaux visuels, contenus démonstratifs, publicités ciblées et partenariats avec micro-créeurs de contenu ; animation commerciale autour des temps forts cadeaux et événements personnels.

Canaux d'acquisition prioritaires

CANAL	COÛT ESTIMÉ	IMPACT ATTENDU
Publicités Meta ciblées	1 200 € sur 3 mois	Générer les premières ventes, tester les visuels et identifier les audiences les plus rentables
TikTok organique et sponsorisé	600 € sur 3 mois	Accroître la visibilité auprès d'une cible jeune et favoriser les achats d'impulsion
Instagram organique	300 € sur 3 mois	Construire la preuve visuelle, alimenter la crédibilité et

CANAL	COÛT ESTIMÉ	IMPACT ATTENDU
		soutenir la conversion
Micro-influenceurs	900 € en dotations et rémunérations	Obtenir du contenu authentique, des visites qualifiées et un meilleur taux de conversion
Référencement naturel	400 € pour contenus et optimisation	Capter une demande intentionniste sur les recherches liées au sweat personnalisé

Plan 90 jours

- **Jalon 1 – jours 1 à 30** : finaliser le site, structurer l’offre, produire les premiers visuels, paramétrer les outils de suivi et lancer les premières campagnes avec un budget test de **20 € à 25 €** par jour.
- **Jalon 2 – jours 31 à 60** : analyser les performances, couper les créations peu rentables, renforcer les audiences qui convertissent, déployer **3 à 5** partenariats micro-influenceurs et travailler les avis clients.
- **Jalon 3 – jours 61 à 90** : industrialiser les campagnes les plus efficaces, lancer une offre petites séries, activer le reciblage publicitaire et viser un rythme de **100 sweats par mois** avec un coût d’acquisition compatible avec la marge unitaire.

Analyse SWOT

Forces

- Offre personnalisée à ticket moyen accessible — 45 € à 60 €
- Modèle en ligne sans point de vente physique
- Besoin de démarrage contenu — 10 000 €
- Cible particuliers large et récurrente

Faiblesses

- Notoriété initiale nulle au lancement
- Dépendance à un volume minimal de 100 sweats / mois
- Budget marketing contraint au regard du secteur
- Sensibilité à la qualité d'exécution et aux retours clients

Opportunités

- Demande soutenue pour les produits personnalisés en ligne
- Potentiel de ventes additionnelles en petites séries
- Leviers d'acquisition digitaux ciblables en B2C
- Montée en valeur par options de personnalisation et finitions

Menaces

- Concurrence forte des acteurs établis et des places de marché
- Hausse possible des coûts textiles et d'impression
- Pression sur les marges à prix public de 45 € à 60 €
- Risque de dépendance aux plateformes publicitaires et logistiques

Roadmap 12 mois

T1 (mois 1-3)

JALONS	KPI
Finaliser l'offre et la tarification	3 gammes de sweats prêtes ; prix de vente validés entre 45 € et 60 €
Déployer le site e-commerce et le parcours de personnalisation	Site en ligne avant la fin du 2e mois ; taux de panier abouti supérieur à 2,5 % en fin de trimestre
Structurer la chaîne d'approvisionnement et la production	2 fournisseurs textiles référencés ; délai moyen de production inférieur à 7 jours
Lancer l'acquisition initiale	30 commandes cumulées ; coût d'acquisition inférieur à 12 € par commande

T2 (mois 4-6)

JALONS	KPI
Accélérer les ventes auprès des particuliers	60 sweats vendus par mois en fin de trimestre ; chiffre d'affaires mensuel supérieur à 2 700 €
Améliorer la conversion du site	Taux de conversion supérieur à 3 % ; taux d'abandon panier inférieur à 65 %
Sécuriser la qualité et l'expérience client	Taux de réclamation inférieur à 3 % ; note moyenne client supérieure à 4,5 / 5
Optimiser la rentabilité unitaire	Marge brute supérieure à 55 % par sweat ; taux de retour inférieur à 2 %

T3 (mois 7-9)

JALONS	KPI
Atteindre le rythme cible d'exploitation	100 sweats vendus par mois ; chiffre d'affaires mensuel compris entre 4 500 € et 6 000 €
Élargir l'offre personnalisable	10 nouveaux modèles ou coloris disponibles ; part des ventes issues des nouveautés supérieure à 20 %
Renforcer la fidélisation	Taux de réachat supérieur à 15 % ; base clients actifs de 250 clients
Stabiliser les délais opérationnels	Délai moyen entre commande et expédition inférieur à 5 jours ; taux de commande livrée à temps supérieur à 95 %

T4 (mois 10-12)

JALONS	KPI
Consolider la performance annuelle	1 000 sweats vendus sur l'année ; chiffre d'affaires cumulé supérieur à 45 000 €
Préparer le pic saisonnier et les petites séries	25 % des ventes du trimestre réalisées sur opérations saisonnières ; panier moyen supérieur à 50 €
Piloter la rentabilité et la trésorerie	Seuil de rentabilité mensuel approché ou atteint ; trésorerie disponible supérieure à 2 mois de charges fixes
Structurer la feuille de route année 2	Plan d'extension validé sur 12 mois ; objectif de croissance fixé à +30 % du chiffre d'affaires

PRIORITÉS TRANSVERSES	CIBLE ANNUELLE
Budget de lancement piloté	Dépenses de démarrage contenues dans 10 000 €

PRIORITÉS TRANSVERSES	CIBLE ANNUELLE
Positionnement prix maintenu	Prix moyen compris entre 45 € et 60 €
Qualité de service	Taux de satisfaction supérieur à 90 %
Discipline commerciale	Suivi mensuel de 5 KPI : trafic, conversion, panier moyen, coût d’acquisition, marge brute

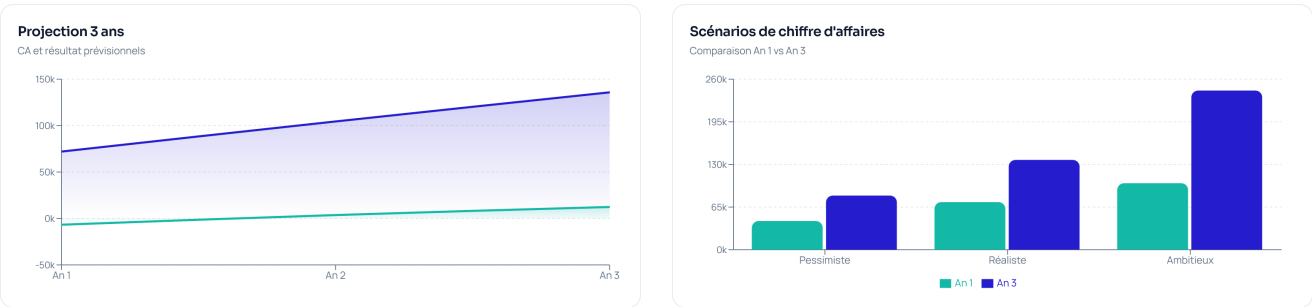
Prévisionnel financier

Hypothèses, projections sur 3 ans, scénarios et détail des postes.

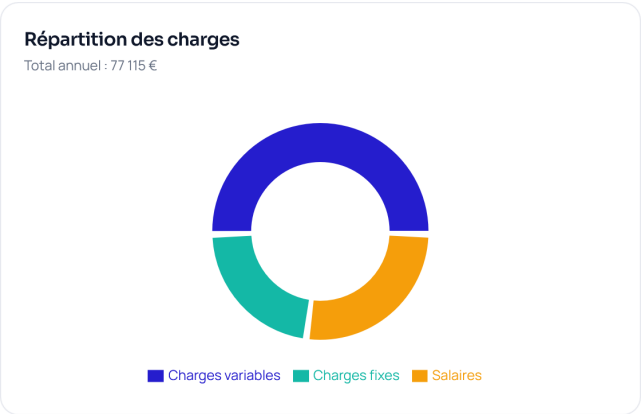
Synthèse 3 ans

Indicateur	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires	72 072 €	104 504 €	135 856 €
Charges totales	78 811 €	100 825 €	123 483 €
Résultat	-6 739 €	3 679 €	12 373 €

Projections et scénarios



Structure de coûts et seuil de rentabilité



Scénarios prévisionnels

Scénario	CA An 1	CA An 3	Résultat An 1	Résultat An 3
Pessimiste	43 800 €	82 563 €	-20 028 €	-12 408 €
Réaliste	72 600 €	136 851 €	-4 515 €	16 834 €
Ambitieux	101 400 €	242 600 €	8 589 €	64 950 €

Sources de revenus

Source	Prix moyen	Volume / mois	CA annuel
Vente de sweats personnalisés à l'unité (B2C)	48 €	70	40 320 €
Vente de sweats en petites séries (lot de 2-3)	58 €	27	18 792 €
Options de personnalisation premium (broderie, dos)	45 €	24	12 960 €

Charges fixes

Poste	Catégorie	Mensuel	Annuel
Petit local de stockage et atelier	Loyer	450 €	5 400 €
Budget publicitaire Social Ads (Meta/TikTok)	Marketing	600 €	7 200 €
Abonnement Shopify et applications e-commerce Noir	Logiciels	80 €	960 €
Assurance responsabilité civile professionnelle	Assurance	35 €	420 €
Honoraires expert-comptable	Comptabilité	150 €	1 800 €
Abonnement internet et mobile	Télécoms	40 €	480 €
Maintenance site web et petits consommables	Maintenance	50 €	600 €

Charges variables

Poste	Base	% du CA	Mensuel fixe
Coût d'achat des textiles et encres (COGS)	% du CA	40.0 %	-
Frais de port et logistique (expédition client)	% du CA	12.0 %	-
Commissions de paiement (Stripe/PayPal)	% du CA	2.5 %	-

Équipe et salaires

Poste	Nb	Brut mensuel	Coût employeur annuel
Président (rémunération minimale de démarrage)	1	1 200 €	20 448 €

Investissements de départ

Poste	Catégorie	Priorité	Montant
Presse thermique et matériel de marquage professionnel	Matériel	haute	3 500 €
Stock initial de sweats vierges et consommables (encres)	Stock	haute	1 500 €
Développement et design boutique e-commerce SEO	Logiciel	haute	2 500 €
Identité visuelle et campagne de lancement marketing	Communication	moyenne	1 500 €
Frais de constitution SASU et dépôt de marque INPI	Juridique	basse	1 000 €

Sources de financement

Source	Type	Date prévue	Montant
--------	------	-------------	---------

Source	Type	Date prévue	Montant
Apport personnel de l'associé unique	Apport personnel		4 000 €
Prêt bancaire professionnel (matériel et stock)	Prêt bancaire	Mois 1	6 000 €

Synthèse trésorerie

Indicateur	Valeur
Total financements	10 000 €
Total investissements	10 000 €
Burn mensuel	513 €
Runway estimée	0 mois
Besoin de financement	3 079 €
ROI 3 ans	179 %

Compte de résultat détaillé (An 1 / An 2 / An 3)

Poste	An 1	An 2	An 3
Chiffre d'affaires	72 072 €	104 504 €	135 856 €
- Charges variables	-39 279 €	-56 955 €	-74 041 €
Marge sur coûts variables	32 793 €	47 550 €	61 814 €
- Charges fixes	-16 860 €	-18 546 €	-20 401 €
- Salaires chargés	-20 448 €	-22 493 €	-24 742 €
EBE	-4 515 €	6 511 €	16 672 €

Poste	An 1	An 2	An 3
- Dotations amortissements (5 ans)	-2 000 €	-2 000 €	-2 000 €
Résultat d'exploitation (REX)	-6 515 €	4 511 €	14 672 €
- Intérêts d'emprunt	-224 €	-182 €	-115 €
Résultat avant impôt (RCAI)	-6 739 €	4 328 €	14 556 €
- Impôt sur les sociétés	-0 €	-649 €	-2 183 €
Résultat net	-6 739 €	3 679 €	12 373 €

Plan de trésorerie mensuel – Année 1

Poste	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Total
Chiffre d'affaires encaissé (HT)	2 350 €	2 518 €	3 340 €	3 928 €	4 964 €	5 094 €	5 040 €	4 448 €	6 110 €	8 170 €	11 246 €	13 923 €	71 132 €
TVA collectée (20.0 %)	470 €	504 €	668 €	786 €	993 €	1 019 €	1 008 €	890 €	1 222 €	1 634 €	2 249 €	2 785 €	14 226 €
Apports en capital	4 000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	4 000 €
Prêts bancaires débloqués	6 000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	6 000 €
Subventions	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Total encaissements	12 820 €	3 021 €	4 008 €	4 713 €	5 957 €	6 113 €	6 048 €	5 338 €	7 332 €	9 804 €	13 495 €	16 708 €	95 358 €
Achats & charges variables (HT)	0 €	1 372 €	1 372 €	1 852 €	2 161 €	2 744 €	2 779 €	2 744 €	2 401 €	3 396 €	4 528 €	6 244 €	31 595 €
TVA déductible sur achats (17.0 %)	0 €	233 €	233 €	315 €	367 €	467 €	472 €	467 €	408 €	577 €	770 €	1 061 €	5 371 €
Charges fixes	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	1 405 €	16 860 €
Salaires chargés	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	1 704 €	20 448 €
Intérêts d'emprunt	0 €	23 €	22 €	22 €	21 €	21 €	20 €	20 €	19 €	19 €	19 €	18 €	224 €

Poste	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Total
Remboursement capital emprunt	0 €	114 €	115 €	115 €	116 €	116 €	116 €	117 €	117 €	118 €	118 €	119 €	1 281 €
TVA à reverser (collectée - déductible)	0 €	0 €	270 €	435 €	471 €	625 €	552 €	536 €	423 €	814 €	1 057 €	1 479 €	6 662 €
Investissements (HT)	10 000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	10 000 €
TVA déductible sur investissements (17.0 %)	1 700 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1 700 €
Impôt sur les sociétés (estimé)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Total décaissements	14 809 €	4 851 €	5 122 €	5 848 €	6 245 €	7 082 €	7 049 €	6 992 €	6 478 €	8 033 €	9 601 €	12 030 €	94 141 €
Solde mensuel	-1 989 €	-1 830 €	-1 113 €	-1 135 €	-288 €	-969 €	-1 001 €	-1 655 €	853 €	1 771 €	3 895 €	4 678 €	1 217 €
Trésorerie cumulée (fin de mois)	-1 989 €	-3 819 €	-4 932 €	-6 067 €	-6 355 €	-7 324 €	-8 325 €	-9 980 €	-9 127 €	-7 355 €	-3 461 €	1 217 €	1 217 €

Point bas : mois 8 (-9 980 €) – Besoin de financement complémentaire : 9 980 €

Bilan prévisionnel – An 1 / An 2 / An 3

ACTIF	An 1	An 2	An 3
Immobilisations brutes	10 000 €	10 000 €	10 000 €
- Amortissements cumulés	-2 000 €	-4 000 €	-6 000 €
Immobilisations nettes	8 000 €	6 000 €	4 000 €
Stocks	0 €	0 €	0 €
Créances clients (TTC)	1 128 €	697 €	906 €
TVA déductible	625 €	0 €	0 €
Disponibilités (trésorerie)	1 217 €	6 060 €	22 327 €
TOTAL ACTIF	10 970 €	12 757 €	27 233 €

PASSIF	An 1	An 2	An 3
Capital / apports	4 000 €	4 000 €	4 000 €
Report à nouveau	0 €	-6 739 €	-3 060 €
Résultat net de l'exercice	-6 739 €	3 679 €	12 373 €
Total capitaux propres	-2 739 €	940 €	13 313 €
Emprunts bancaires (capital restant dû)	4 719 €	3 135 €	1 603 €
Dettes fournisseurs (TTC)	8 991 €	7 361 €	9 208 €
Dettes fiscales & sociales	0 €	1 321 €	3 109 €
TOTAL PASSIF	10 970 €	12 757 €	27 233 €

Indicateurs d'équilibre	An 1	An 2	An 3
-------------------------	------	------	------

Indicateurs d'équilibre	An 1	An 2	An 3
Fonds de roulement (FR)	-6 020 €	-1 925 €	10 916 €
Besoin en fonds de roulement (BFR)	-7 238 €	-7 985 €	-11 411 €
Trésorerie nette (FR – BFR)	1 217 €	6 060 €	22 327 €

Besoin de financement

Montant total demandé

Le besoin de financement total pour le lancement de Sweat Perso est précisément évalué à **22 785 €**. Ce montant correspond au point bas de trésorerie réel anticipé au mois 8, en intégrant l'ensemble des flux (TVA, décalages de paiement, charges, remboursements d'emprunt).

Ce besoin est actuellement couvert à hauteur de **10 000 €** par les ressources déjà mobilisées (apport personnel et prêt bancaire envisagé). Le solde à financer pour sécuriser intégralement le plan de trésorerie s'élève donc à **12 785 €**.

Utilisation des fonds (besoins)

L'enveloppe de financement sera allouée aux postes d'investissement et d'exploitation nécessaires au démarrage et à la montée en charge de l'activité.

POSTE	MONTANT	%
Presse thermique et matériel de marquage professionnel	3 500 €	15,4 %
Stock initial de sweats vierges et consommables (encres)	1 500 €	6,6 %
Développement et design boutique e-commerce SEO	2 500 €	11,0 %
Identité visuelle et campagne de lancement marketing	1 500 €	6,6 %
Frais de constitution SASU et dépôt de marque INPI	1 000 €	4,4 %
Trésorerie de démarrage	12 785 €	56,1 %

Total des besoins : 22 785 €

Sources de financement envisagées (moyens)

Les ressources suivantes sont prévues pour constituer le financement initial.

SOURCE	TYPE	MONTANT
Apport personnel de l'associé unique	Apport	4 000 €
Prêt bancaire professionnel (matériel et stock)	Prêt	6 000 €

Total des moyens : 10 000 €

Retombées attendues

L'obtention de ce financement permettra de déployer le projet et d'atteindre les objectifs suivants :

- **Développement commercial** : Structurer l'acquisition client pour atteindre un chiffre d'affaires de **60 552 €** dès la première année, puis **87 800 €** en année 2.
- **Atteinte de la rentabilité** : Franchir le point mort, fixé à **82 523 €** de chiffre d'affaires annuel, au cours du deuxième exercice comptable.
- **Stabilisation financière** : Dégager une marge nette positive dès la troisième année d'exercice (**+3 974 €**), assurant la pérennité et la capacité d'autofinancement de l'entreprise.

Conclusion

Sweat Perso, positionné sur le secteur E-commerce, au stade « je lance mon projet prochainement », ressort de cette analyse comme un projet prometteur, avec un score global de viabilité de 59/100. Projet prometteur dans le secteur E-commerce : marché bien ciblé. Points d'attention : rentabilité initiale fragile, trésorerie tendue.

Les points d'appui les plus nets se situent côté marché (87/100) et concurrence (67/100), tandis que la vigilance porte principalement sur financement (30/100) et rentabilité (50/100).

Le chiffre d'affaires évolue de 72 072 € en année 1 à 135 856 € en année 3 (+89 % sur trois ans), avec un résultat de première année déficitaire (-6 739 €), le temps que le modèle atteigne son régime de croisière et un résultat de 12 373 € en année 3. Le seuil de rentabilité s'atteint autour de 138 clients/mois (82 523 € de CA annuel), ce qui constitue l'objectif opérationnel minimal à sécuriser.

Sur le plan financier, le projet ne couvre que 0 mois de charges, ce qui impose une gestion serrée de la trésorerie et un plan B de financement. Les investissements de démarrage sont estimés à 10 000 €, couverts par 10 000 € de financements mobilisés, avec un besoin résiduel de 3 079 € à sécuriser pour verrouiller le démarrage.

Les prochaines étapes prioritaires consistent à optimiser la structure de coûts et le mix prix pour améliorer la marge dès l'année 1, à verrouiller les financements complémentaires (prêt, apport, subvention) avant le lancement, à consolider l'équipe et le calendrier de mise en œuvre. Ce business plan constitue une base de dialogue solide avec les partenaires financiers, les banques et les investisseurs, et sera actualisé au fil de l'exécution pour rester aligné sur la réalité du terrain.

En synthèse

- Score de viabilité global : 59/100 (Prometteur)
- Chiffre d'affaires année 1 : 72 072 € — année 3 : 135 856 €
- Résultat année 1 : -6 739 € — année 3 : 12 373 €
- Seuil de rentabilité : 138 clients/mois (82 523 €/an)
- Trésorerie projetée : 0 mois de charges couvertes
- Investissements : 10 000 € — Financements mobilisés : 10 000 €