

SOCIETE XXXXXX SA

AGENCEMENT – MENUISERIE – DECORATION

MEMORANDUM

- **Historique et développement de l'entreprise**

- [Historique](#)
- [Organigramme des entreprises](#)
- [Actionnariat](#)
- [Historique des sociétés](#)
- [Environnement géographique](#)
- [Environnement économique](#)

- **Activité**

- [Le marché](#)
- [Les services](#)
- [Les moyens mis en œuvre](#)
- [La valeur ajoutée incorporelle](#)
- [Le mode de commercialisation](#)
- [Les Statistiques des sites](#)
- [Les Statistiques des appels](#)
- [Les clients](#)
- [Les fournisseurs](#)
- [Le matériel](#)

- **La concurrence**

- **Le social**

- **Financier**

- [Les soldes intermédiaires de gestion](#)
- [Le chiffre d'affaires](#)
- [La marge commerciale](#)
- [La valeur ajoutée](#)
- [L'Ebitda](#)
- [Les frais de personnel](#)
- [Les frais financier](#)
- [Le fonds de roulement et BFR](#)
- [La trésorerie](#)

- **Potentiels de développement**

- [Développements géographiques](#)
- [Développement fonctionnels](#)

- **Modalités de cession**

- [Valorisation](#)
- [Motifs de rapprochement](#)

NOTA BENE

Les informations contenues dans ce document sont de nature confidentielle.

En recevant ce document, vous acceptez d'en préserver la stricte confidentialité. La diffusion de ce document est circonscrite à un nombre limité de personnes physiques ou morales auxquelles ACTORLA S.A. a accepté d'en remettre une copie.

Les destinataires de ce document ne sauraient divulguer ou transmettre tout ou partie de son contenu sans l'autorisation préalable écrite d'ACTORLA S.A.

La Société considère que les déclarations contenues dans ce document sont fondées sur des informations fiables.

Néanmoins, aucune garantie ne peut être donnée quant à l'exactitude de ces informations, ni quant au fait que les circonstances n'auraient pas évolué depuis la date où ces informations ont été fournies.

En particulier, ce document comporte des projections et d'autres documents prévisionnels relatifs à certains événements futurs ou aux performances financières futures de la Société. De telles projections ou documents prévisionnels comportent une part de risque et d'incertitude qui pourrait entraîner une différence significative entre les résultats anticipés et les résultats effectifs de la Société.

En conséquence, le destinataire de ce document ne saurait considérer qu'il existe une quelconque garantie par ACTORLA S.A, ses dirigeants ou ses collaborateurs, quant à l'exactitude ou la fiabilité de ces projections ou documents prévisionnels, des affirmations ou encore des présomptions qui les sous-tendent.

Les informations contenues dans ce document ne sont pas exhaustives et sont susceptibles d'être modifiées.

Ce document ne constitue pas une promesse de vente des titres de l'entreprise présentée, et cette dernière ne sollicite pas d'offres d'achat de titres dans un pays ou Etat où une telle opération ne serait pas autorisée.

- **HISTORIQUE :**

- Monsieur Delta Company, le fondateur de la Menuiserie, a toujours exercé dans le secteur du bois. A la fin de ses études, il décide de devenir apprenti menuisier. Il obtient rapidement son brevet de maitre de travaux manuel et est reconnu comme spécialiste dans le domaine. Il enseigne même pendant 6 ans le métier de menuisier en école spécialisée.
- L'entreprise prend forme dès 1978. A cette époque, Monsieur Delta Company occupe, en parallèle de ses études un local chez son père pour faire de la menuiserie. Il s'exerce à fabriquer des portes, décorations pour horlogerie, réalise des agencements. Son statut est celui d'indépendant.
- En 1982, Monsieur Delta Company recrute son premier collaborateur puis en 1984 décide d'intégrer ses premiers apprentis,
- En 1984, la raison individuelle Delta Company est créée
- En 1992, Monsieur Delta Company construit un nouveau bâtiment pour ses activités.
- En 1997, l'entreprise est transformée en société anonyme.
- En 2003, il agrandit son bâtiment pour répondre à l'évolution de l'activité.

Pierre-Alain
Delta Company

Détention de 100% des actions

Société
XXXXXX (CH)

Activité sur la Suisse

ACTIONNARIAT

| | Olivier Delta Company |
|----------------|-----------------------|
| Société XXXXXX | 100 % |

HISTORIQUE JURIDIQUE

- 1984 : Création de Delta Company en raison individuelle
- 1997 : Transformation de Delta Company en société anonyme sous la dénomination Société XXXXXX
- Le capital de EUR 100'000 entièrement libéré de la société anonyme est détenu à 100% par Olivier Delta Company

Environnement Géographique

- **Présentation des attraits du Maroc sur le plan de son environnement politique, social et économique.**
- **Présentation de la région d'implantation de l'entreprise**
- **Présentation de la ville d'implantation de l'entreprise**

Format : 10 à 15 pages avec graphiques

LE MARCHE

L'industrie du bois (NOGA 16) est une branche proche de la construction.

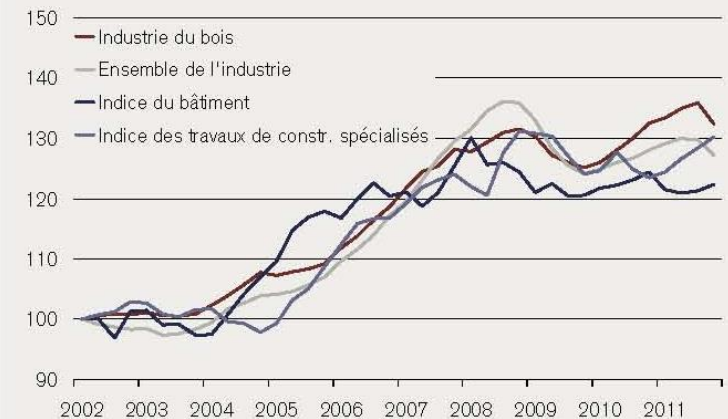
Environ 80% des employés travaillent dans les menuiseries, qui font de la charpente, mais fabriquent aussi des fenêtres ainsi que d'autres produits de menuiserie et s'occupent de l'aménagement intérieur ou de la décoration. Les scieries représentent une autre sous-branche importante.

Les menuiseries généralistes et spécialisées constituent l'interface entre l'économie forestière et l'industrie du bois.

L'industrie du bois et ses principaux acheteurs

Industrie du bois et ensemble de l'industrie: chiffre d'affaires, moyenne mobile (4 trimestres); indices construction: corrigés des variations saisonnières, nominaux; indice T1 2002 = 100

La branche du bois connaît un véritable boom depuis le milieu de la dernière décennie. Les travaux de construction spécialisés ont été l'un des moteurs de la demande. L'industrie du bois profite actuellement de la santé toujours florissante des nouvelles constructions et des travaux de transformation.



Source: Office fédéral de la statistique, Société suisse des entrepreneurs, Credit Suisse Economic Research

LES PRODUITS ET SERVICES

- Le concept de Société XXXXXX est de proposer à ses clients dans le domaine de **l'horlogerie, de la construction et de la décoration** tout type de services et fabrication de produits lié au bois.

- Les activités de l'entreprise se répartissent comme suit :
 - . 70% : Menuiserie
 - . 30% : Ebenisterie (dont agencements et horlogerie)



Répartition des clients par typologie

- Architectes : 60%
- Horlogers : 30%
- Particuliers : 10%

Concentration du chiffre d'affaires :

- Faible concentration sur un seul secteur d'activité.
- Plus gros client présent dans l'horlogerie et représentant 25% du chiffre d'affaires

Répartition géographique du chiffres d'affaires

- Chiffre d'affaires réalisé à 90% en domestique
- Aucun chiffre d'affaires à l'export

Pourcentage du CA récurrent une année sur l'autre (pourcentage de clients restant fidèles à l'entreprise)

- Très haut niveau de fidélité au niveau des architectes
- Très bonne image dans le secteur de l'horlogerie
- Niveau de récurrence de la clientèle estimé à plus de 70%

Répartition du chiffre d'affaires par spécialité:

- 20% : Menuiserie
- 10% : Décoration
- 20% : Agencement
- 50% : Horlogerie



Menuiserie

La société Société XXXXXX est spécialisée dans la fabrication et la pose de menuiseries intérieures et extérieures **sur mesure** tels que les dressings, cuisines, meubles de salle de bain, mais aussi la pose de châssis, terrasses, planchers et parquets, escaliers, cloisons, portes ouvrantes et coulissantes, châssis, ...

Sur un chantier, le menuisier réalise aussi bien les menuiseries intérieures qu'extérieures d'un édifice : portes, escaliers, parquets, volets, placards, etc.

Les compétences demandées à un menuisier sont multiples : il doit avoir des bases de maçonnerie, d'électricité et même d'étanchéité car il est de plus en plus sollicité dans des travaux d'isolation ou d'insonorisation.

Minutieux, le menuisier doit effectuer un **travail soigné et précis**. La découpe et l'assemblage des pièces ne laissent aucun droit à l'approximation !



Décoration

Dans le domaine de la décoration, Société XXXXXX intervient sur des projets et demandes variés : intérieurs de particuliers évidemment, mais aussi commerces, bureaux, locaux industriels, de stands de salons, de lieux de détente et de loisir...

A la fois doté d'une dimension technique, relationnelle ou commerciale, artistique et créative, ce métier de créateur, complet et polyvalent, requiert un certain nombre de qualités et de compétences professionnelles indispensables :

- Afin de pouvoir conseiller efficacement ses clients, Société XXXXXX dispose d'une large connaissance des différents styles, passés ou présents, tant au niveau des objets et du mobilier, que des couleurs ou des harmonies. Naturellement curieux et toujours en recherche de nouveautés, la société est capable, grâce à ses **qualités artistiques et sa bonne culture générale**, de répondre à tout type de demande et de s'adapter à tous les budgets.

- Afin de proposer des projets originaux et pertinents par rapport à la demande de son client, et respectant son budget, le décorateur d'intérieur devra savoir choisir techniques et matériaux. La société est en mesure de gérer et de contrôler un chantier, par rapport aux exigences du projet. Elle dispose d'un certain nombre de compétences dans d'autres domaines que la menuiserie (notions d'électricité, chauffage, peinture, tapisserie...).



Décoration horlogère

Société XXXXXX bénéficie d'une **forte expertise** dans le domaine de l'horlogerie.

Le mobilier d'horlogerie que Société XXXXXX fabrique est aussi décoratif qu'utilitaire. Il crée des modèles à la demande de ses clients, reproduit des meubles anciens à partir de modèles existants ou encore restaure des pièces abîmées par le temps. Il dessine, prépare les éléments d'exécution, coordonne les métiers connexes : **sculpture, tournage, marqueterie, bronze, marbre, serrurerie, vernis.**

Dextérité, patience et minutie sont attendues des bons ébénistes. Il faut aussi connaître toutes les essences de bois et maîtriser les différents gestes techniques.



Agencement

Dans une maison ou un appartement, spécialiste des salles de bains ou des cuisines, l'agencéur est avant tout un aménageur d'espaces dédiés.

S'il ne les fabrique pas toujours, c'est lui qui conçoit et installe les mobiliers de rangement (placards, plans de travail, étagères...), en intégrant dans son travail les contraintes que représentent les instruments et appareils ménagers obligatoirement présents dans ces pièces : cuisinière, lave-vaisselle, réfrigérateur, évier, baignoire, douche, lavabo...

Après examen des lieux, prise des mesures et première esquisse d'un plan avec emplacement du mobilier, l'agencéur propose des matériaux et des coloris pour soumettre un projet à son client. Il rédige ensuite un devis et adapte son plan si nécessaire.

Il assure alors la commande des matériaux et des pièces, organise le chantier et opère la pose ou le montage des éléments, qui sont le plus souvent préfabriqués en atelier et ajustés ensuite aux dimensions voulues.

L'agencéur est responsable de la tenue des délais de réalisation (parfois problématique), de la qualité et du respect du montant des travaux fixés par le devis. Le métier n'est pas sédentaire : l'agencéur suit les chantiers et visites fournisseurs et clientèles, et ses horaires sont élastiques, surtout s'il est artisan à son compte.



Moyens mis en oeuvre

Politique de prospection commerciale (moyens humains et matériels utilisés) :

- Relations personnalisées avec les clients
- Campagne de communication au moment des vœux de fin d'année
- Site internet très complet et moderne

Politique tarifaire (mode de calcul des prix de vente, tarif horaire, positionnement par rapport à la concurrence,...) :

- Utilisation du logiciel Winbois afin de déterminer les prix de revient et prix de vente
- Mise au point d'un tableau excel de comptabilité analytique interne
- Tarif horaire de chf 90.- avec des marges de discussions de 2 à 5% maximum;

La Valeur Ajoutée Incorporelle

Politique d'image de l'entreprise :

- Image de qualité et de sérieux recherchée sur un marché domestique très exigeant
- Haut niveau de compétence des salariés
- Discrétion, efficacité, savoir faire sont les maitres-mots de l'entreprise

Politique de communication de l'entreprise :

- Communication dans les journaux et supports écrits locaux
- Distribution de plaquettes de présentation

La Valeur Ajoutée Incorporelle

Opérations marketing, directe indirecte et internet :

- Mailings pour vœux de fin d'année et cadeaux offerts aux clients
- Pas de partenariats commerciaux avec autres sociétés ou sites

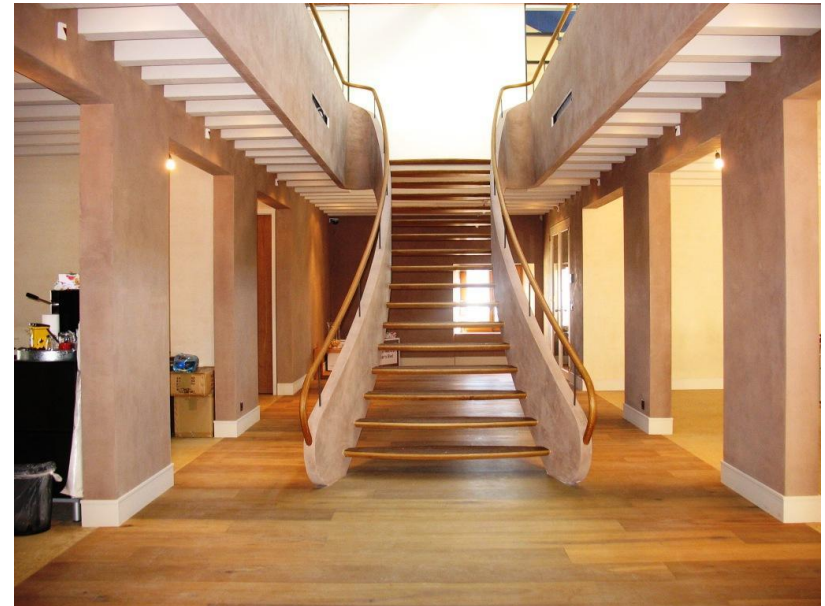
Politique protection industrielle (marques et brevets) :

- Enseigne de l'entreprise protégée au niveau national

Le mode de commercialisation

Présentation des canaux de commercialisation :

- Les travaux sont commercialisés à 100% **en direct** sans intervention d'un intermédiaire et notamment d'un architecte.
- Il existe quelques canaux de distribution à l'international mais l'essentiel est basé sur son marché national.



Les Fournisseurs

- H.G.Commercial (Panneaux et dérivés).
- Oeschger (Fermentes).
- Swiss Lack (Produits de finitions et peinture).



Les Clients

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Personnes en charge du commercial : | Mr Delta Company et 1 technico commercial interne |
| Qualification des clients : clients finaux et intermédiaires ou distributeurs | Clientèle à 100% composée de clients finaux – pas d’intermédiaire ou distributeurs – Clientèle essentiellement composée d’entreprises et quelques particuliers |
| Pourcentage du C.A réalisé sur site et hors-site | 100% sur site |
| Délais de paiement clients : | De 30 à 60 jours et en moyenne 45 jours. |
| Importance de la complémentarité vente directe et intermédiaires ou distributeurs | 100% par vente directe de manière passive notamment par contacts téléphoniques reçus, ou télécopies ou e-mails reçus. |
| Taux de marge commerciale brute : | 63% |

Les Clients

Principales références clients



RICHARD MILLE



Cartier

Le matériel et machines outils

Principaux éléments composant les matériels

Principales machines (aucun leasing) :

- 1 centre d'usinage CNC Biesse Rover 22
- 1 centre d'usinage CNC Biesse Rover A
- 1 plaqueuse de chants Holzher
- 1 scie à panneau Striebg
- 1 scie circulaire Martin
- 1 toupie Martin
- Et bien d'autres machines toutes bien entretenues et de grandes marques.
- Acquisition en 2012 d'une ponceuse de contact Kundig Premium-2 1350-RE-L d'une valeur de EUR 72'000.00
- Acquisition d'une nouvelle voiture Jeep Overland d'une valeur de 65'000.00

Politique d'amortissement

- Matériel déjà amorti à 100%

La concurrence

Environnement concurrentiel :

- En concurrence avec les plus grandes entreprises d'agencement et de décoration sur le marché national.

Avantages concurrentiels :

- Plus de menuisiers salariés de qualité et d'un haut niveau d'expertise que les concurrents
- Moins de frais structurels, de personnels (développeurs, commerciaux,)
- Plus souplesse dans les travaux confiés
- Politique de sur-mesure et haut de gamme, avec moins de frais généraux.
- Positionnement sur projets de taille intermédiaire.
- Image d'expert sur l'agencement et horlogerie de luxe.
- Entreprise très réactive, un savoir faire important, une très bonne qualité.

Le social

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Culture d'entreprise | Culture d'entreprise familiale et sérieuse qui souhaite avoir une image neutre et bonne sur son marché. |
| Effectif | 18 personnes dont 2 apprentis |
| Encadrement | Mr Delta Company directeur, Technicien, Responsable d'atelier. |
| Rôle du manager | Gestion commerciale et administrative |
| Rôle du Numéro 2 | Offres commerciales, contacts avec la clientèle, élaboration des projets. |
| Ancienneté des 3 postes de direction | Directeur environ : 30 ans, Technicien : 7 ans, Responsable d'atelier : 12 ans |
| Externalisation de compétences | Non |
| Pourcentage de contrats à durée indéterminée et des autres contrats de travail, des contrats de travail temporaires | 90% des contrats sont des CDI et 10% des contrats temporaires |
| Convention collective ou professionnelle applicable | CCT du second œuvre |

Le Financier

Soldes intermédiaires de gestion

| | 2011 | Variation | 2010 | Variation | 2009 | Evolution | Moyenne | Moyenne Pondérée |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|
| Chiffre d'Affaires | 3 105 961 | 2,2% | 3 038 333 | -12,4% | 3 469 520 | -10,5% | 3 204 605 | 3 144 012 |
| Marge Commerciale | 1 980 580 | 7,1% | 1 849 597 | -16,6% | 2 217 452 | -10,7% | 2 015 876 | 1 976 398 |
| Conso. en proven. de tiers | 65 764 | 8,1% | 60 819 | 82,5% | 33 330 | 97,3% | 53 304 | 58 710 |
| Valeur Ajoutée | 1 914 816 | 7,0% | 1 788 778 | -18,1% | 2 184 122 | -12,3% | 1 962 572 | 1 917 688 |
| Excédent Brut d'Exploitation | 750 224 | 17,2% | 639 899 | -9,8% | 709 204 | 5,8% | 699 776 | 706 612 |
| Résultat d'Exploitation | 576 667 | 24,8% | 461 953 | -7,8% | 500 839 | 15,1% | 513 153 | 525 791 |
| Résultat Financier | 22 136 | -821,3% | -3 069 | -106,9% | 44 356 | -50,1% | 21 141 | 17 438 |
| Résultat courant avant impôts | 598 803 | 30,5% | 458 884 | -15,8% | 545 195 | 9,8% | 534 294 | 543 229 |
| Résultat exceptionnel | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | 0 |
| Résultat de l'exercice (net) | 429 829 | 8,7% | 395 350 | -17,5% | 478 941 | -10,3% | 434 707 | 426 521 |
| P.V sur cessions d'éléments actifs | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | 0 |

Le Financier

Ratios de ressources

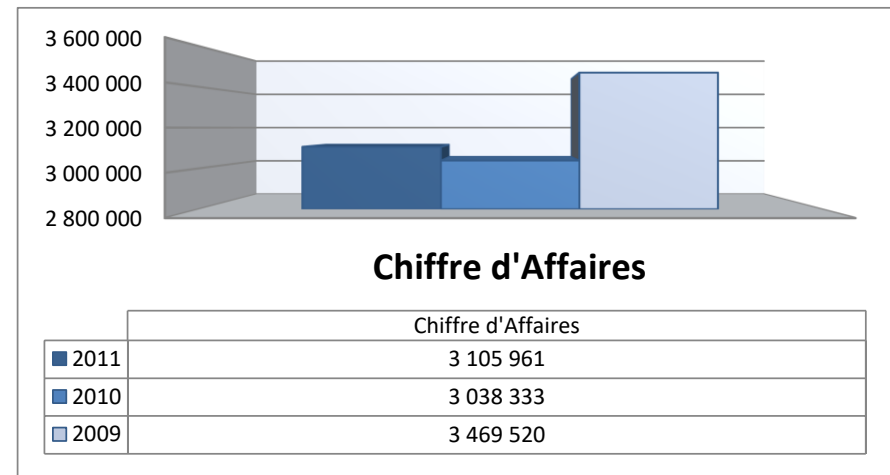
| RATIOS | 2 011 | Variation | 2 010 | Variation | 2 009 |
|------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| LIQUIDITE DE LA SOCIETE | | | | | |
| LIQUIDITE GENERALE (A.C / DCT) | 519,46% | -28,7% | 729,00% | -37,7% | 1169,34% |
| LIQUIDITE REDUITE (Créances + tréso)/ DCT | 436,09% | -28,7% | 611,37% | -33,8% | 923,58% |
| LIQUIDITE IMMEDIATE (DISP. / DCT) | 164,92% | 0,5% | 164,08% | -65,3% | 472,16% |
| EQUILIBRE FINANCIER | | | | | |
| . MODE DE FINANCEMENT des emplois lonfs | | | | | |
| Capitaux permanents / Actifs immobilisés nets | 149,01% | -1,8% | 151,78% | 13,8% | 133,34% |
| . AUTONOMIE DE FINANCEMENT | | | | | |
| Capitaux propres / Actifs immobilisés nets | 230,93% | 1,4% | 227,70% | 12,0% | 203,39% |
| FONDS DE ROULEMENT et BFR | | | | | |
| Fonds de roulement | 1 350 515 | -1,5% | 1 370 901 | 13,7% | 1 205 756 |
| * Capitaux permanents | 1 373 516 | -0,8% | 1 383 902 | 12,7% | 1 227 756 |
| * (-) Immobilisations nettes | 23 001 | 76,9% | 13 001 | -40,9% | 22 000 |
| Fonds de roulement (en Jours) | 157 | -3,6% | 162 | 29,8% | 125 |
| Besoin en Fonds de Roulement | 570 947 | -29,5% | 809 500 | 85,0% | 437 676 |
| * Actif Circulant (emplois cycliques) | 886 933 | -14,1% | 1 031 951 | 74,1% | 592 734 |
| * (-) Dettes à C.T (ressources cycliques) | 315 986 | 42,0% | 222 451 | 43,5% | 155 058 |
| TRESORERIE (F.R - B.F.R.) | | | | | |
| Immo. Corporelles nettes / actif total | 20,21% | 1,0% | 20,00% | -8,8% | 21,92% |
| Stocks / Actif total | 0,19% | -0,9% | 0,19% | -7,2% | 0,21% |

Le Financier

Chiffre d'Affaires de Société XXXXXX

DEFINITION : Le chiffre d'affaires (Chiffre d'Affaires) n'est pas un indicateur de performance. Il est nécessaire de le rapporter à l'inflation et à l'évolution du marché de l'entreprise. Seule la part de marché est vraiment significative.

- En 2011, le chiffre d'affaires de l'entreprise s'élève à EUR 3 105 961 contre EUR 3 038 333 en 2010, soit une évolution de 2,2% sur un an.
- En moyenne le chiffre d'affaires sur 3 ans évolue de -10,5% sur la période.
- Il est à noter que l'exercice 2011, **plus de EUR 320'000** facturé n'a pas été comptabilisé sur l'exercice et sera comptabilisé sur l'exercice 2012 afin de diminuer le résultat. Le Chiffre d'affaires 2012 devait être de 3'425'961.

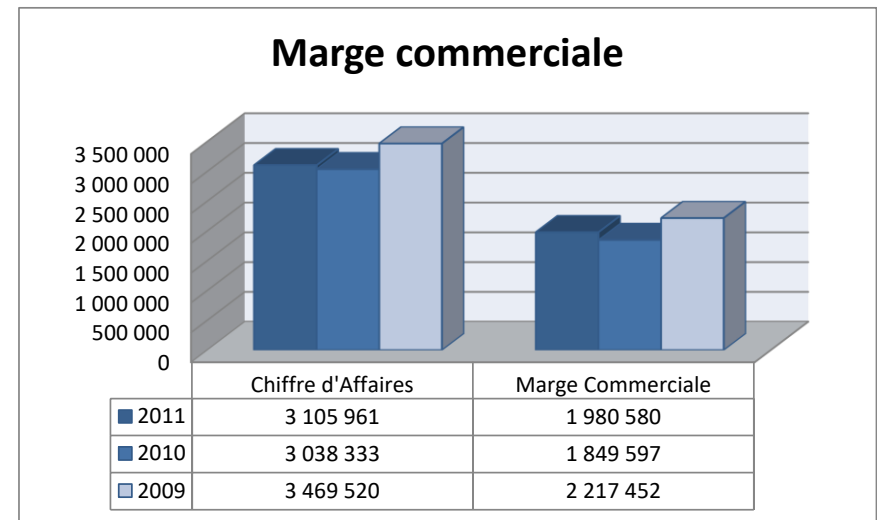


Le Financier

Marge commerciale de Société XXXXXX

DEFINITION : La marge commerciale est la différence entre le montant des ventes de marchandises et leur coût d'achat. Elle est calculée ainsi : Ventes de marchandises '- Achats de marchandises + Variation des Stocks de marchandises '= Marge commerciale

- En 2011, la marge commerciale s'élève à EUR 1 980 580 contre EUR 4 168 en 2010 soit, une évolution de 7,1% sur un an.
- Sur 3 ans la marge commerciale est cependant en évolution de -10,7%.
- Cette baisse est cependant artificielle car EUR 320'000 n'a pas été comptabilisée dans le chiffre d'affaires 2011.

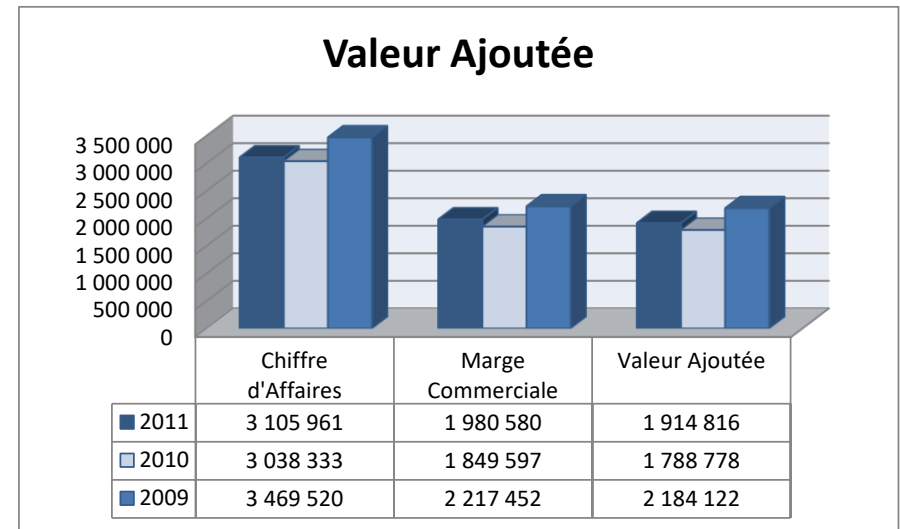


Le Financier

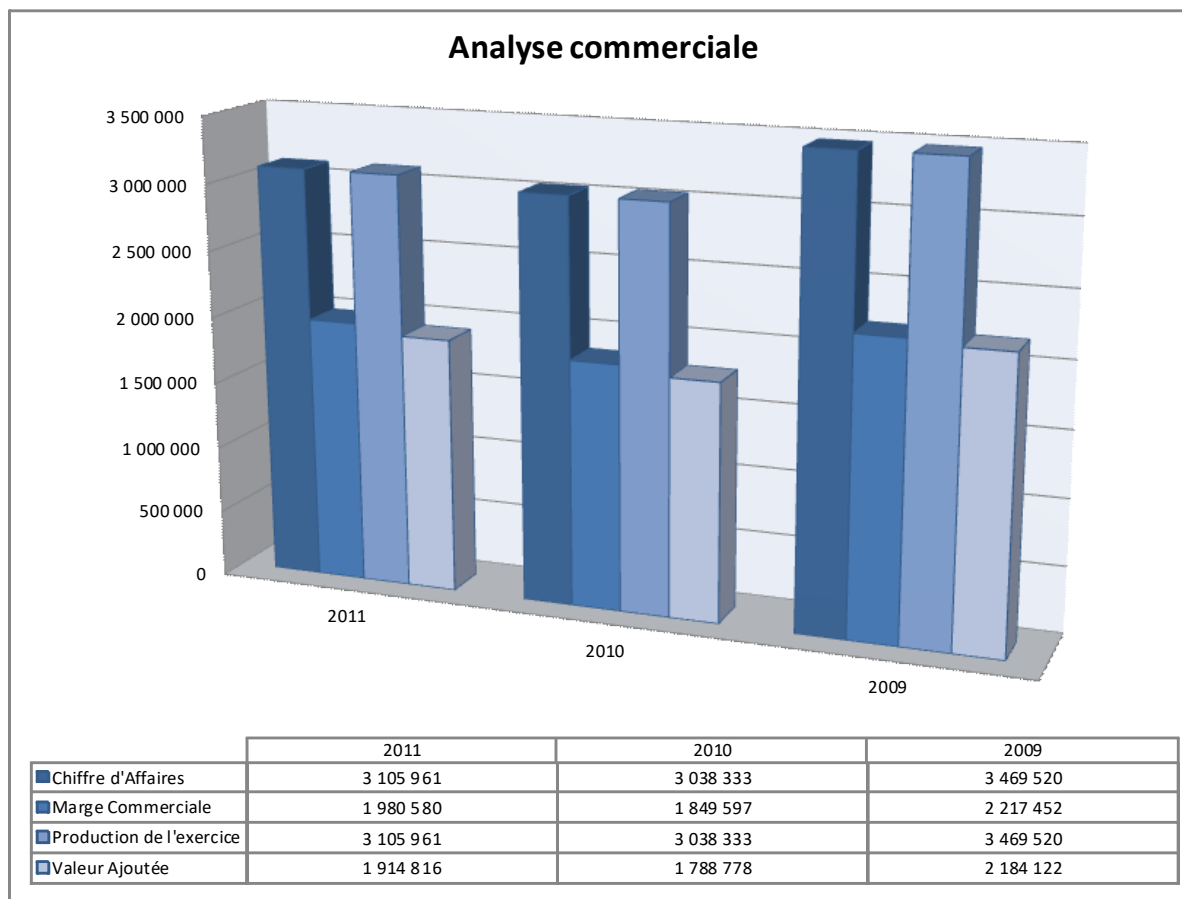
Valeur Ajoutée de Société XXXXXX

DEFINITION : La valeur ajoutée (V.A.) représente la richesse créée par l'entreprise. On analyse la V.A. par le taux de V.A., également appelé taux d'intégration industrielle, qui est le rapport entre la valeur ajoutée et la production. Il définit la part de la V.A dans la production, c'est-à-dire, ce que crée réellement l'entreprise.

- En 2011, la valeur ajoutée s'élève à EUR 1 914 816 contre EUR 1 788 778 en 2010, soit une évolution de 7,0% en un an.
- Sur 3 ans la valeur ajoutée est cependant en évolution de -12,3%.
- Cette baisse est cependant artificielle car EUR 320'000 n'a pas été comptabilisée dans le chiffre d'affaires 2011.



Le Financier

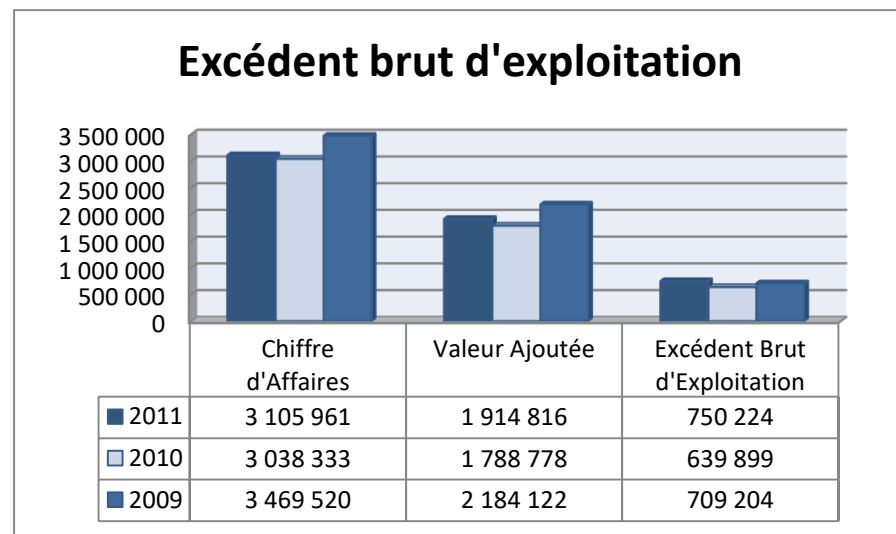


Le Financier

Excédent Brut d'Exploitation (Ebitda) de Société XXXXXX

DEFINITION : L'excédent brut d'exploitation (E.B.E.) définit l'excédent de richesse généré par la seule exploitation de l'entreprise. C'est ce qui reste de la valeur ajoutée une fois que l'on a payé le personnel et les divers impôts et taxes. On détermine fréquemment la marge brute d'exploitation (M.B.E.) qui est le rapport entre l'excédent brut d'exploitation et le chiffre d'affaires hors taxes. La M.B.E., appelée aussi marge industrielle, définit la part des profits d'exploitation dans le C.A (éventuellement, dans la production). La M.B.E. mesure l'aptitude de l'entreprise à générer les profits nécessaires à l'investissement et, donc, à la croissance. Elle indique la performance de l'entreprise sur le plan industriel et commercial ainsi que sa capacité à créer des ressources de trésorerie.

- En 2011, l'Ebitda économique s'élève à EUR 750 224 contre EUR 639 899 en 2010, soit une évolution de près de 7% sur les 3 dernières années.
- Par ailleurs, il est important de rappeler que le résultat d'exploitation de la société en 2011 s'élève à EUR 709 204, ce qui montre une certaine stabilité dans le temps.

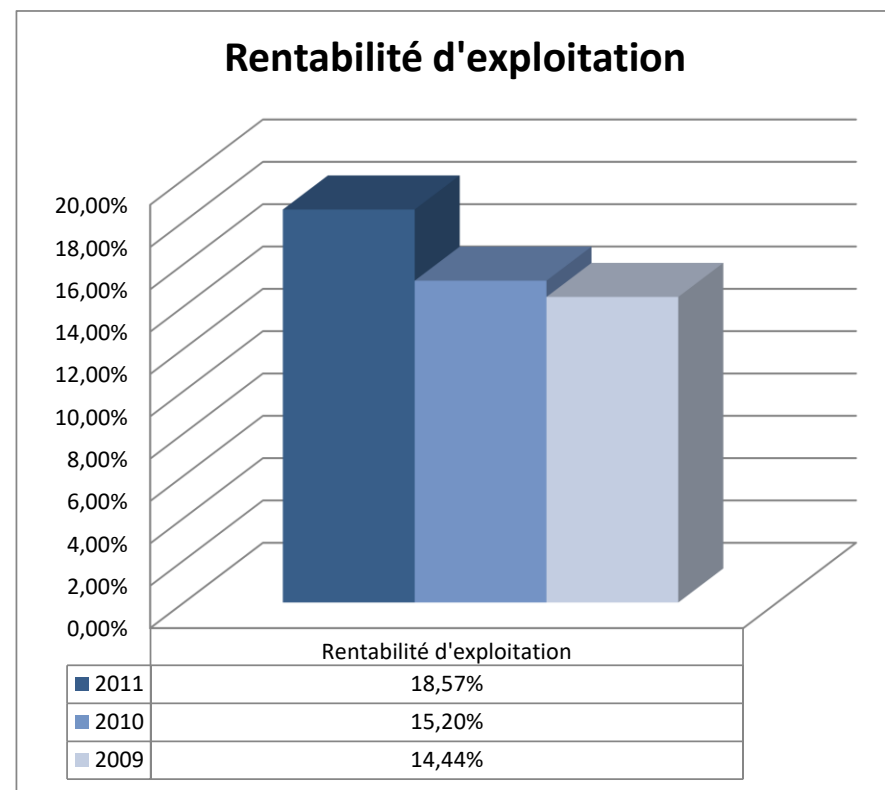


Le Financier

Résultat opérationnel de Société XXXXXX

DEFINITION : Le résultat d'exploitation, ou résultat opérationnel, est le résultat du processus d'exploitation et d'investissement de l'exercice. Il traduit l'accroissement de richesse dégagé par l'activité industrielle et commerciale de l'entreprise. A la différence de l'EBE (Excédent Brut d'Exploitation), qui se concentre sur le cycle d'exploitation, le résultat d'exploitation prend également en compte le processus d'investissement par le biais des Charges calculées (dotations aux amortissements et provisions). Ce résultat est ensuite réparti entre les charges financières, l'impôt sur les sociétés, les dividendes et le résultat mis en réserves. Ce concept de résultat d'exploitation, est extrêmement utilisé (notamment dans le calcul de la Rentabilité économique car il n'est pas affecté par la Structure financière de l'entreprise). Il est très proche de l'EBIT anglo-saxon.

- En 2011, la rentabilité d'exploitation s'élève à 18,57% du chiffre d'affaires contre 15,20% en 2010.
- En 2009, la rentabilité d'exploitation s'élevait à 14,44% du chiffre d'affaires.

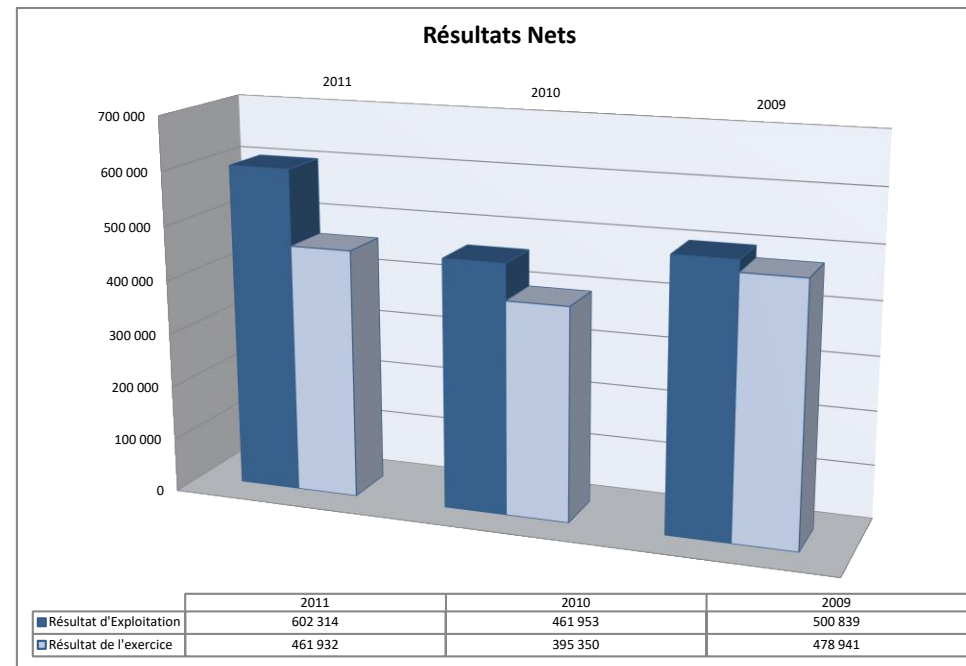


Le Financier

Résultat Net de Société XXXXXX

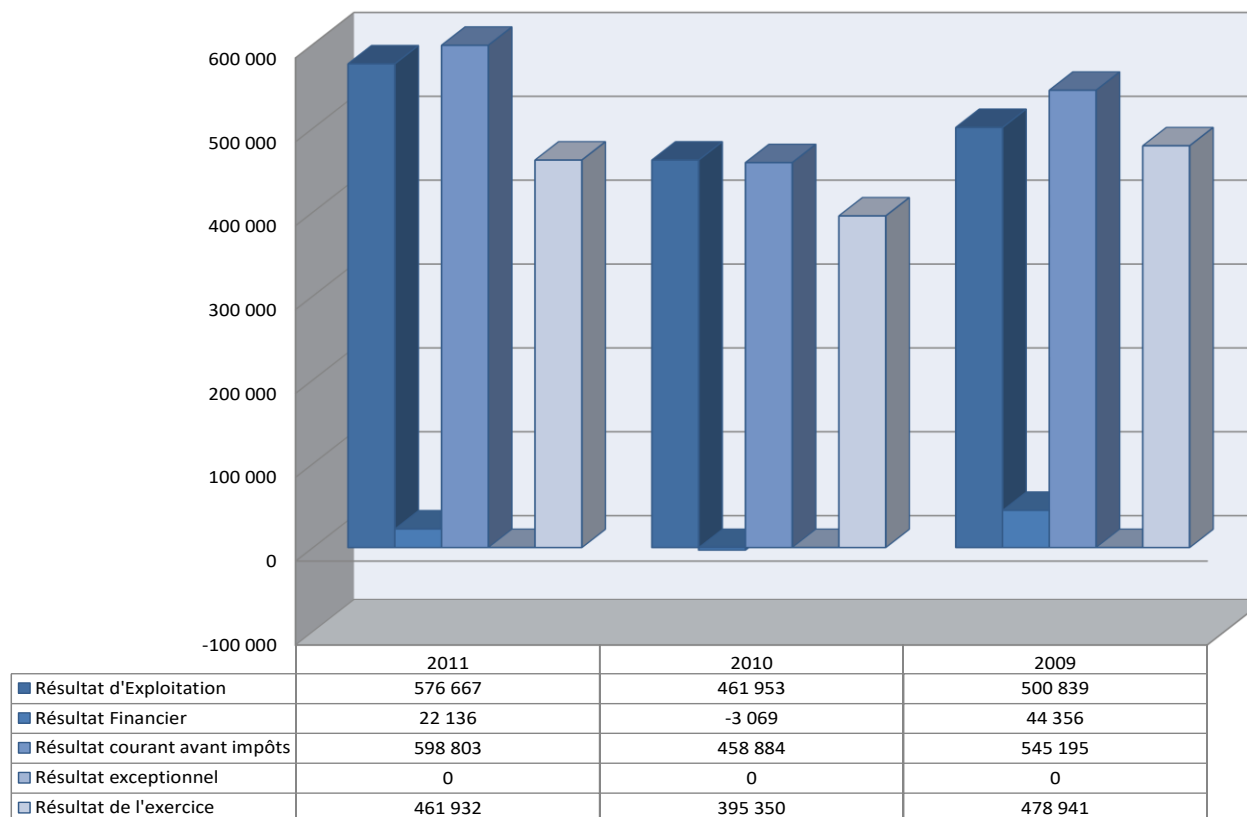
DEFINITION : Le résultat permet d'évaluer l'entreprise, notamment par l'intermédiaire des rentabilités. Parmi ces dernières, la marge nette, encore appelée marge bénéficiaire ou rentabilité des ventes est le rapport du résultat net au C.A hors taxes. Le ratio de marge nette indique la part du résultat dans l'ensemble de l'activité de l'entreprise.

- En 2011, le résultat net économique s'élève à EUR 461 932 contre EUR 395 350 en 2010, soit une évolution de 16,8 % en un an.



Le Financier

Graphique de autres résultats

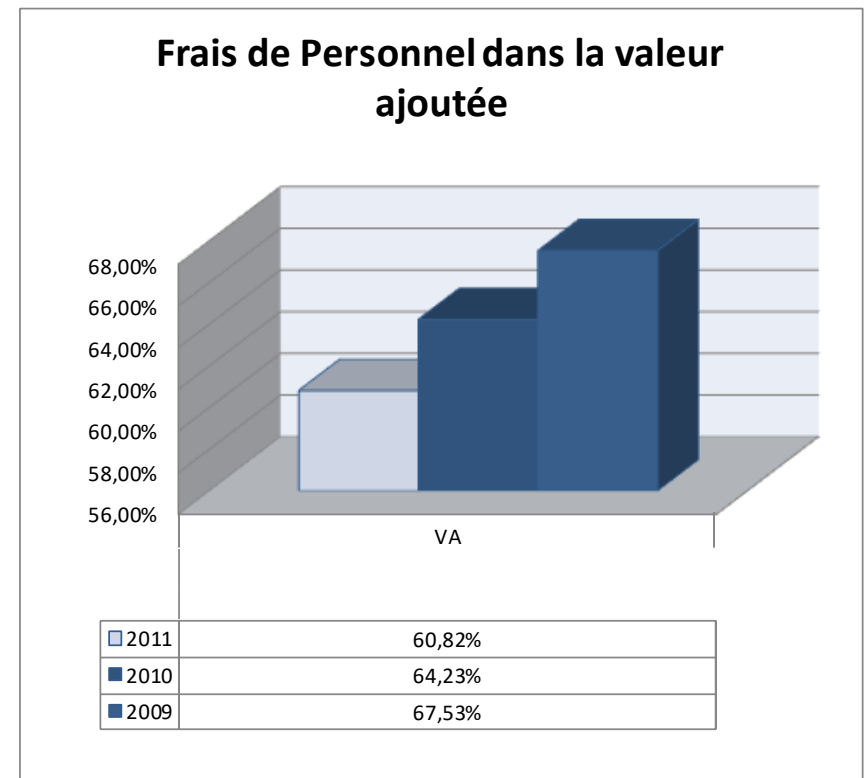


Le Financier

Frais de Personnel de Société XXXXXX

DEFINITION : Les frais de personnel représentent le coût de la rémunération du personnel et des dirigeants pour l'entreprise. C'est une caractéristique de l'activité à rapprocher de la valeur ajoutée. Le taux $F.Pers./V.A$ est une mesure de la rentabilité du facteur humain. Il définit le coût des charges de personnel, relativement à la richesse nouvellement créée par l'entreprise. Il représente, en fait ce que la société dépense en frais de personnel pour obtenir une unité monétaire de V.A.

- En 2011, les frais de personnel représentent 60,82 % de la valeur ajoutée.
- Ce ratio est relativement stable sur 3 ans et s'améliore :
 - En 2010 : 64,23%
 - En 2009 : 67,53%



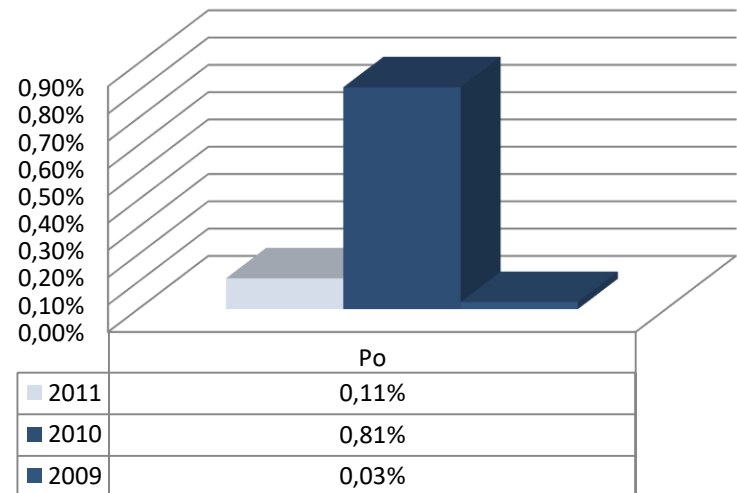
Le Financier

Frais Financiers de Société XXXXXX

DEFINITION : Les frais financiers (F.F.) définissent le coût de la dette, on les rapporte fréquemment au chiffre d'affaires hors taxes (ou de la production). Plus le poids des frais financiers est important, plus l'entreprise est endettée, et moins elle sera capable de dégager de l'autofinancement.

- Le montant des frais financiers s'élève à EUR 3 511 pour l'exercice 2011, soit du 0,11% chiffre d'affaires.
- Il représentait aussi en 2010 un pourcentage quasi nul du chiffre d'affaires.
- L'entreprise ne supporte donc que de légers frais financiers.
- Les postes de dettes sont nuls en moyenne alors que l'entreprise paye des frais financiers. Ceci traduit, sans doute, la saisonnalité du cycle d'exploitation.

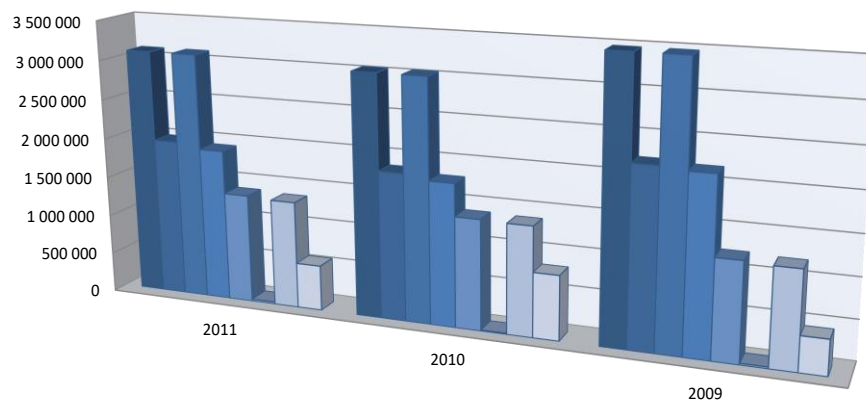
Frais financiers / Chiffres d'affaires



Le Financier

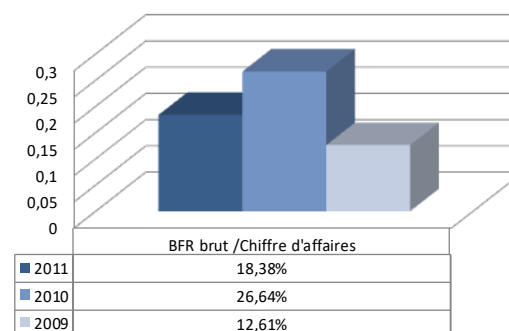
Fonds de roulement et besoin en fonds de roulement

Fonds de roulement et besoin de fonds de roulement



| | 2011 | 2010 | 2009 |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| ■ Chiffre d'Affaires | 3 105 961 | 3 038 333 | 3 469 520 |
| ■ Marge Commerciale | 1 980 580 | 1 849 597 | 2 217 452 |
| ■ Production de l'exercice | 3 105 961 | 3 038 333 | 3 469 520 |
| ■ Valeur Ajoutée | 1 914 816 | 1 788 778 | 2 184 122 |
| ■ Capitaux permanents | 1 373 516 | 1 383 902 | 1 227 756 |
| ■ Immobilisations nettes | 23 001 | 13 001 | 22 000 |
| ■ Fonds de Roulement | 1 350 515 | 1 370 901 | 1 205 756 |
| ■ Besoin en Fonds de Roulement | 570 947 | 809 500 | 437 676 |

Ratio de BFR dans le chiffre d'affaires

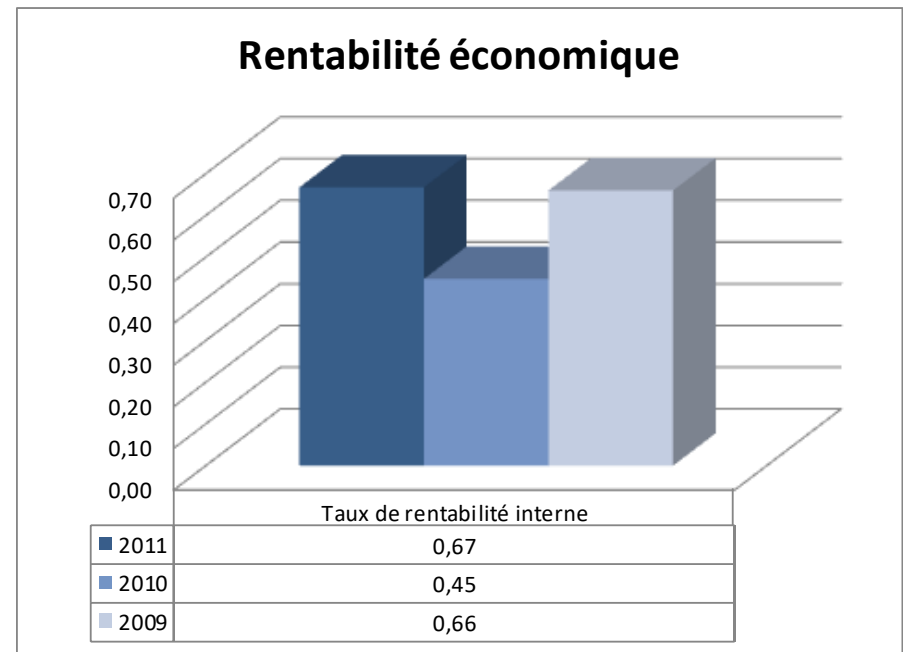


Le Financier

Rentabilité Economique de Société XXXXXX

DEFINITION : La rentabilité économique (Re) se définit par le rapport entre le bénéfice économique (= résultat économique avant impôt + 50 % du résultat financier) et l'actif économique (= total immobilisations + besoins en fonds de roulement). Ce ratio exprime la rentabilité de l'actif d'exploitation ou des capitaux investis. En fait, la rentabilité économique indique l'efficacité des gestionnaires dans l'utilisation de leurs ressources.

- L'amélioration de la rentabilité économique en 2011 est essentiellement due à l'amélioration du besoin en fonds de roulement qui passe de EUR 809 500 en 2011 à EUR 570 947 en 2010.

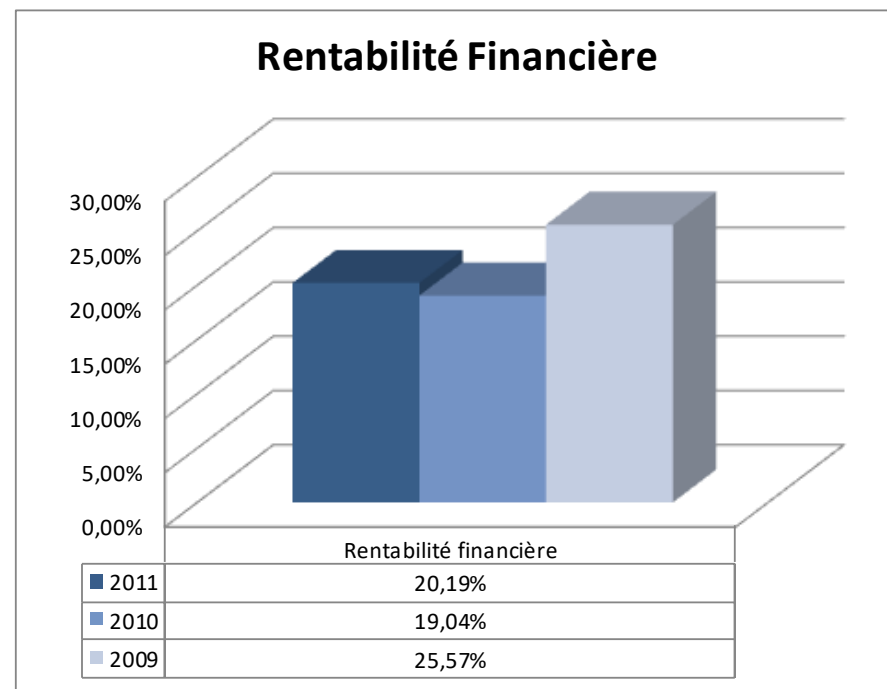


Le Financier

Rentabilité Financière de Société XXXXXX

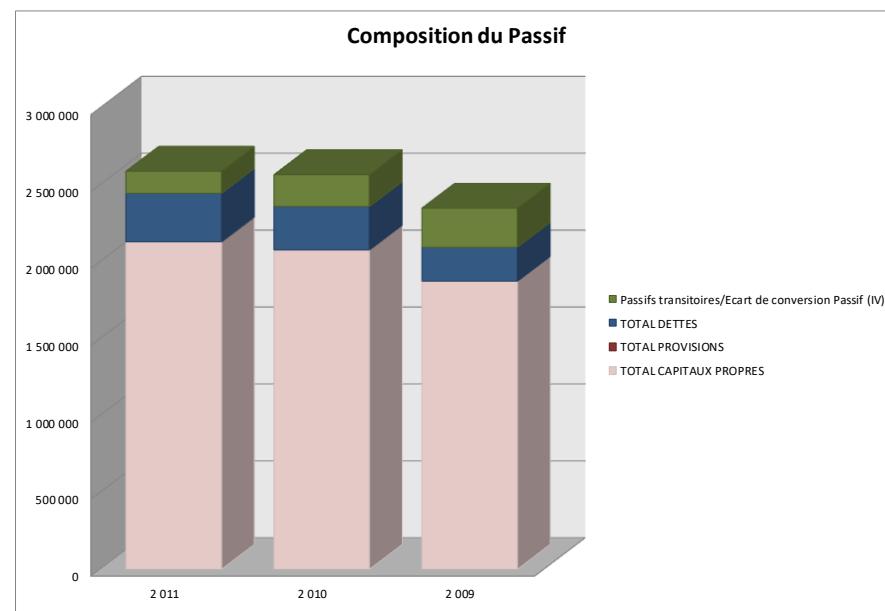
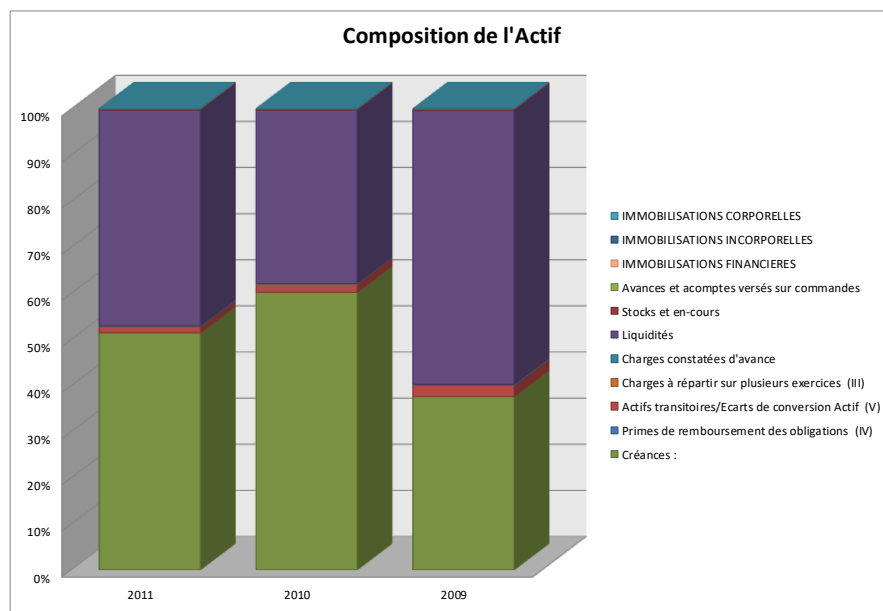
DEFINITION : La rentabilité économique (Re) se définit par le rapport entre le bénéfice économique (= résultat économique avant impôt + 50 % du résultat financier) et l'actif économique (= total immobilisations + besoins en fonds de roulement). Ce ratio exprime la rentabilité de l'actif d'exploitation ou des capitaux investis. En fait, la rentabilité économique indique l'efficacité des gestionnaires dans l'utilisation de leurs ressources.

- La progression de la rentabilité financière en 2011 est essentiellement due à l'amélioration du bénéfice net économique.



Le Financier

Structure des Bilans

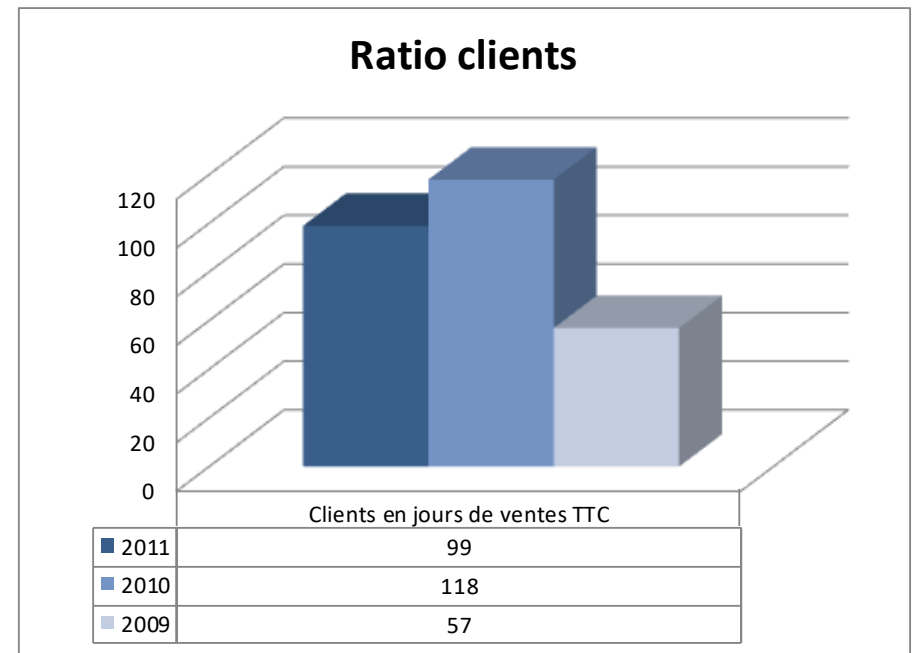


Le Financier

Délais clients de Société XXXXXX

DEFINITION : Le délai clients ou, plus précisément le délai de recouvrement des créances clients, est défini par le ratio des en-cours clients au chiffre d'affaires T.T.C. Le ratio est multiplié par 360 afin d'obtenir une durée en jours. Ce délai exprime la vitesse moyenne avec laquelle les clients règlent leurs factures.

- L'en-cours clients en fin d'exercice 2011 est de EUR 856 850, ce qui correspond à un délai de règlement moyen de 99 jours (118 jours en 2010).



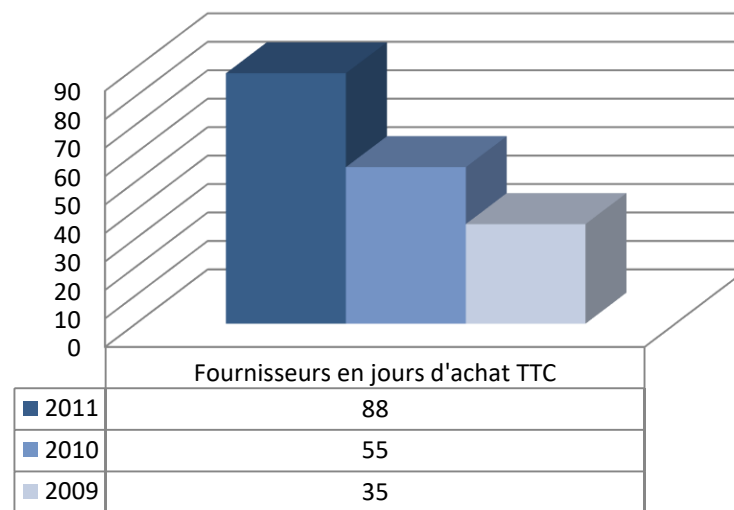
Le Financier

Délais fournisseurs de Société XXXXXX

DEFINITION : Le délai fournisseurs (durée du crédit fournisseurs) s'obtient en faisant le rapport des achats T.T.C aux en-cours fournisseurs, ratio que l'on multiplie par 360 jours. Le délai fournisseurs exprime la durée moyenne du crédit accordé à l'entreprise par ses fournisseurs.

- Le crédit fournisseurs correspond en fin 2011 EUR 278 487 d'en-cours, ce qui signifie que la société règle ses fournisseurs en moyenne à 88 jours.

Ratio fournisseurs

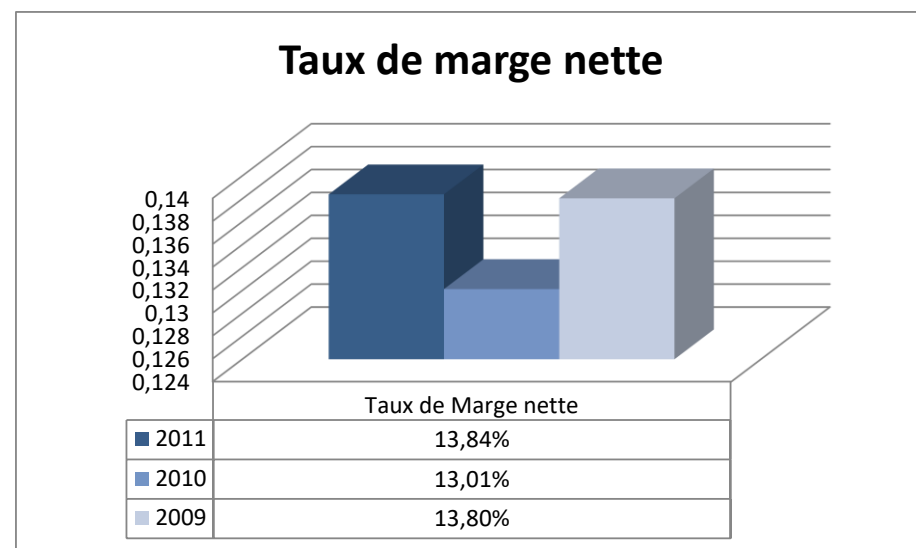


Le Financier

Taux de Marge Commerciale de Société XXXXXX

DEFINITION : La marge commerciale constitue une mesure du flux d'activité commerciale. Elle correspond à un excédent retiré des opérations commerciales après couverture des seules charges externes d'approvisionnement. C'est sur cet excédent que l'entreprise doit par la suite éponger ses charges internes de structure et de fonctionnement (charges de personnel, DAP, charges financières...) pour dégager un bénéfice éventuel.

- L'entreprise dispose d'une marge nette (bénéfice net/chiffre d'affaires) intéressante de 13,84%. Cette dernière s'améliore sur la période.

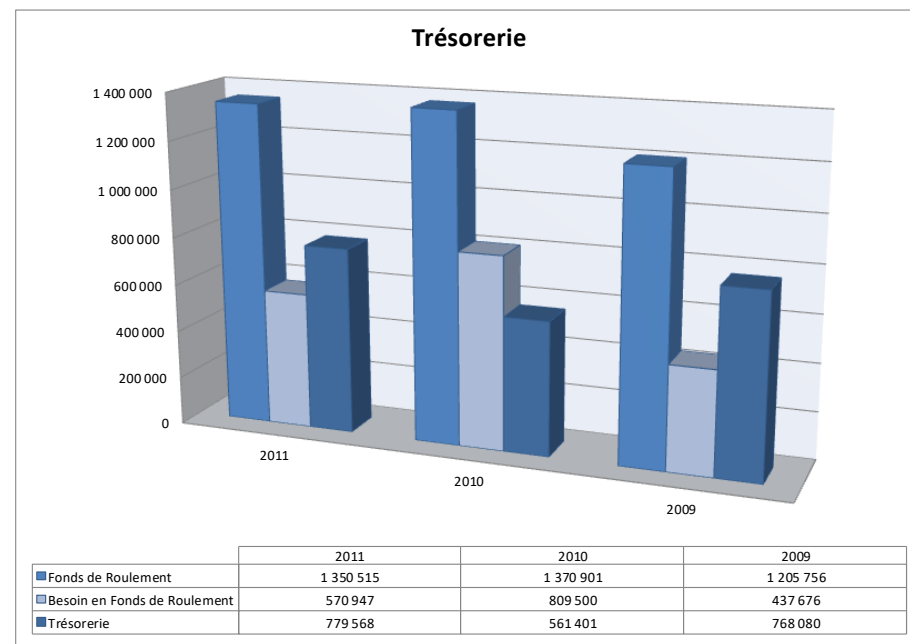


Le Financier

Trésorerie de Société XXXXXX

DEFINITION : La trésorerie ou la "trésorerie nette" (TN) traduit l'ajustement des comptes à caractère financier figurant au bilan parmi les actifs à court terme et parmi les dettes à court terme. Elle est calculée comme suit : Trésorerie = disponible et VMP - concours bancaires et soldes créditeurs.

- Le solde de trésorerie est positif et d'un montant toujours supérieur à EUR 500'000. L'entreprise bénéficie d'un excédent de trésorerie que nous pouvons évaluer à EUR 690 000.
- L'endettement à long et moyen terme de la société est nul en 2011, il en était de même en 2010. Cela indique que l'entreprise a choisi de ne pas s'endetter, il s'agit de comprendre dans quelle mesure cette attitude influence l'investissement et la croissance.



Potentiels de développement

Développements géographiques :

- L'entreprise est actuellement positionnée sur tout le marché national.
- Des développements sur d'autres régions sont envisageables.

Développements fonctionnels :

- Développement de l'activité de décoration horlogère avec intégration envisageable d'un ou d'une décoratrice spécialisée.

Modalités de cession

Valorisation

- Actoria SA a procédé à l'évaluation approfondie de l'entreprise en reprenant les principales méthodes de valorisation utilisées et reconnues par les professionnels des fusions acquisitions au niveau international.
- La valorisation a été établie sur la base des trois derniers bilans et comptes de pertes et profits retraités de l'entreprise.
- Une analyse approfondie de la situation actuelle de l'entreprise et du prévisionnel a été effectuée.
- Eu égard aux résultats actuels et futurs de l'entreprise, le prix de présentation pour **100%** du capital-actions est de **EUR 3'390'000 avec l'excédent de trésorerie de EUR 690'000 ou de EUR 2'700'000 sans l'excédent de trésorerie.**

Motivation

- L'actionnaire fondateur souhaite céder son entreprise afin de partir en retraite.
- L'actionnaire fondateur souhaite laisser la poursuite du développement de son entreprise à des repreneurs ayant une motivation pour la prendre en charge.
- L'actionnaire est ouvert à une période de transition de 12 à 24 mois.
- Le profil du repreneur peut être industriel ou commercial avec une sensibilité à la décoration.

Commentaires

- Une grande **capacité d'adaptation**.
- Un acteur à **taille humaine** et flexible.
- Un **coût de fonctionnement bas**.
- Un haut niveau de **productivité**.
- Une équipe performante forte de **nombreuses années d'expérience**.
- Une **excellente notoriété**.
- Une bonne **capacité de réaction** face aux demandes des clients.
- Une **rentabilité établie**.
- Une situation **géographique idéale**.
- Un secteur en **pleine expansion**.
- Un potentiel de **développement important**.
- Une situation **fiscale et sociale favorable**.