



Chaque mois, un expert détaille le prévisionnel d'une jeune entreprise. Ce mois-ci, Hugues Franc, directeur général de Paris Entreprendre (Réseau Entreprendre), nous présente les chiffres de la société Le Cavernamuth, spécialisée dans les licences de divertissement ludo-préventives.

Le compte de résultat du Cavernamuth

L'ENSEIGNE

Créée en juillet 2005 par quatre diplômés de Sciences Po Paris et de l'Essec, la société Le Cavernamuth développe des licences de divertissement ludo-préventives. Le discours de prévention se décline sur des supports variés, à la portée des enfants. La première licence, « Les Klopobeks », informe les jeunes des effets néfastes du tabac (*klopobek.com*). Klopobek est un jeu (en vente dans les magasins Auchan depuis fin octobre), un programme de prévention pour les acteurs de l'économie sociale, un programme de communication interne pour accompagner le passage en entreprise sans tabac, une collection de papeterie scolaire lancée à la rentrée 2007... Prochain objectif : la prévention de l'obésité infantile. Les créateurs se lancent sur un marché français du licensing en plein boom. Il affiche une croissance de 8 à 10 % par an contre 1 % pour le marché américain, déjà mature.

LES CHIFFRES

Les ressources du Cavernamuth atteignent 370 000 euros. Elles proviennent de deux prêts d'honneur (fondation Hippocrène et Réseau Entreprendre), soit 90 000 euros au total. Et des investisseurs privés ont fourni 240 000 euros. Les investissements s'élèvent à 330 000 euros. Le développement, la création et la recher-

che de l'univers Klopobek ont nécessité 30 000 euros. La fabrication du premier support de la licence, le jeu de cartes à collectionner, a requis 100 000 euros. Enfin, les dépenses marketing ont demandé 200 000 euros.

LES PROJECTIONS

Le Cavernamuth a choisi de développer le premier sup-

port de sa première licence en année 1. En année 2, il va confier la production des supports des nouvelles licences aux licenciés. Une fois les licences sur le marché, le défi de la société est de les faire vivre le plus longtemps possible sur le maximum de supports. Cela explique l'importance du budget marketing et de communication en année 2. ●

LE BUDGET PRÉVISIONNEL SUR DEUX ANS

COMPTE DE RÉSULTAT (EN EUROS)		2006 (année 1)	2007 (année 2)
CHIFFRE D'AFFAIRES (NET HT, jeu, licences, conseil)	TOTAL	490 000	880 000
COÛTS VARIABLES (achats, charges externes)		174 000	210 000
CHARGES (dont dépenses marketing et communication)		199 000	315 000
VALEUR AJOUTÉE		117 000	355 000
SALAIRES et COTISATIONS		110 000	200 000
EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION		7 000	155 000
Amortissements		0	0
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	TOTAL	7 000	155 000
CHARGES FINANCIÈRES		1 200	2 000
RÉSULTAT COURANT	TOTAL	5 800	153 000
IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS		néant	1 933
RÉSULTAT NET		5 800	151 067

► **LA RENTABILITÉ GLOBALE** de la société va nettement augmenter : en année 1, la vente du jeu de cartes Klopobek génère un fort CA mais le résultat net est diminué par des achats et des frais de marketing élevés ; en année 2, le CA croît dans des proportions bien plus élevées (+ 79 %) que les postes de dépenses (coûts : + 20 % ; charges : + 58 %).

L'AVIS DE L'EXPERT

► **CE COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL EST CARACTÉRISTIQUE** de l'activité du Cavernamuth : le principal actif de la société étant la propriété de licences de divertissement, les principaux postes de dépenses vont servir à valoriser cet actif (honoraires des illus-

trateurs, honoraires juridiques pour assurer la propriété intellectuelle de la licence et dépenses marketing pour lui donner de la notoriété). On constate une croissance importante du CA de 2006 à 2007 et surtout une amélioration du résultat net qui s'ex-

plique par la baisse des ventes de jeux au profit de ventes de droits plus rentables. Une des forces du prévisionnel est la faiblesse des coûts fixes (salaires et charges seulement), même si le fait de devoir rémunérer quatre fondateurs est lourd en année 1.