

Executive Summary DK PHARMA		10 /10/ 2010	
Interlocuteur		Identité de l'entreprise	
Nom	SAAD	Raison sociale	
Prénom	Elie	Forme juridique	S.A.R.L
Fonction	Chargé d'affaires Associé	Date de création	Mars 2008
Téléphone / GSM	06 14 34 59 76	Adresse	26 rue Pierre Sauvage 60 200 Compiègne
Fax		Capital social	5 000 €
Email	Saadelie2000@yahoo.fr	Secteur d'activité	Pharmacie & Parapharmacies
Site Web			
I – PRESENTATION			
ORIGINE	<p><b>Entrepreneurs à l'origine du projet et la raison de la création :</b></p> <p><b>Karine Dalmasse et Elie Saad</b> se sont associés pour exploiter une niche de marché dans laquelle leurs compétences, connaissances et expériences seront exploitées à plein.  <b>Motivation :</b> le goût d'entreprendre et l'envie de valoriser leurs expériences dans leur propre projet.</p>		
CONCEPT	<p><b>Idée de base du produit ou service ; en décrire le caractère innovant :</b></p> <p>Les industriels français désirant atteindre leurs consommateurs de produits OTC (= non remboursés) au travers du réseau des 22.000 pharmacies françaises et des 600 parapharmacies ne peuvent pas tous recourir à une force de vente en propre pour des raisons économiques (un vendeur coûte 100K€ par an).  DK Pharma leur offre une force de vente professionnelle partagée, couvrant à terme le territoire français dont la mission est double : implanter les produits dans les pharmacies d'une part, et assurer la formation de l'équipe officinale pour « vendre » ces produits aux consommateurs finaux d'autre part.</p>		
CONTEXTE	<p><b>Etapas du développement jusqu' aujourd'hui :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 - Création d'une société commerciale : DK Pharma Sarl</li> <li>2 - Obtention de 6 contrats de représentation auprès de 6 commettants industriels.</li> <li>3 - Mise en place de la structure commerciale (6 délégués terrain) et administrative.</li> <li>4 - Démarrage de l'activité sur fonds propres des créateurs.</li> </ol>		
VISION	<p><b>Vision que vous avez de la société dans l'avenir :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1- DK Pharma se développera dans les conditions suivantes :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- au fur et à mesure du développement du CA, développement de la force de vente de manière à « mailler » intelligemment le territoire français,</li> <li>- collaboration approfondie avec les commettants en privilégiant la qualité à la quantité (peu de commettants, compréhension et accord profonds sur les stratégies marketing).</li> </ul> </li> <li><b>2- Développement en parallèle de produits « en propre », soit pris en licence, soit achetés.</b></li> <li><b>3- Cette vision permet à DK d'envisager une entrée dans le club de la dizaine de forces de ventes « mercenaires » du marché d'ici 2 à 3 ans, avec une vingtaine de délégués sur le terrain.</b></li> </ol>		

II - OFFRE & MARCHÉ	
<b>OFFRE</b>	<p><b>Produit/service, tarification et valeur ajoutée qu'il apporte au client :</b></p> <p><b>1- Service :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- assurer l'implantation du/des produits des commettants dans les 2000 à 3000 pharmacies qui comptent.</li> <li>- participer au « sell out » (vente au consommateur) par la qualité de la formation et de la relation construite avec les équipes officinales.</li> <li>- conseiller le commettant sur ses actions « merchandising » (marketing au point de vente).</li> </ul> <p><b>2- Tarification : 25% environ du CA dégagé, avec droit d'entrée.</b></p> <p><b>3- Valeur ajoutée : apport d'une force de vente professionnelle</b> (les délégués ont tout au moins 10 ans d'activité dans le secteur) à des industriels non équipés en la matière et ayant besoin de développer leur présence en pharmacies et parapharmacies. Au-delà du professionnalisme, la valeur ajoutée provient de la capacité à assurer la formation des équipes officinales à la vente et la promotion des produits auprès des consommateurs.</p>
<b>MARCHÉ / CLIENTELE</b>	<p><b>Description du marché (qualitative et quantitative), cible de clientèle et perspectives de parts de marché.</b></p> <p><b>1/ Marché :</b> La distribution de produits OTC au travers des pharmacies et parapharmacies. Environ 400 sociétés industrielles doivent avoir recours à des « forces de vente mercenaires » pour assurer leur distribution dans ce réseau.</p> <p><b>2/ Taille du marché ciblé :</b> 2 à 3 milliards d'Euros niveau labo, couvrant des segments aussi divers que : compléments alimentaires, dispositifs médicaux, cosmétiques... Ces 2 à 3 milliards sont à comparer aux 6 à 7 milliards de CA réalisé au total en produits OTC.</p> <p><b>3/ Cible des commettants :</b> les petits laboratoires ou industriels ayant développé un ou plusieurs produits devant être distribués dans le réseau pharmaceutique mais ne pouvant « se payer » leur propre force de vente.</p> <p><b>4/ 10 à 15 Sociétés offrent leurs services « mercenaires »</b> pour un Chiffre d'affaires basé sur commissions d'environ 500 millions d'Euros.</p> <p><b>5/ Perspectives à 5 ans de part de ce marché : 5%.</b></p>
<b>ACCES AU MARCHÉ</b>	<p><b>Mode d'accès au marché (vente directe, indirecte, prescripteurs, communication / publicité....) ainsi que les éventuelles barrières à l'entrée.</b></p> <p><b>DK Pharma a 2 marchés :</b> celui des commettants et celui des pharmaciens.</p> <p><b>1/ Commettants :</b> accès par le « relationnel » des créateurs qui ont évolué dans le secteur des petits laboratoires depuis 20 ans, et leurs conseils.</p> <p><b>2/ Pharmaciens :</b> approche directe des pharmaciens par les délégués pharmaceutiques de la Société. Le « relationnel » sectoriel est ici important : d'où l'importance de recruter des délégués ayant eux-mêmes une expérience du métier d'une dizaine d'années.</p>
<b>CONCURRENCE</b>	<p><b>Concurrence sur le marché (existence, forme, acteurs...) et avantages concurrentiels :</b></p> <p><b>Une quinzaine de Sociétés :</b> Pharmadep, groupe GTF, Efficare, Pharm'Up, Omega, Promothera, Sofip... assurent les services de « forces de vente mercenaires » actuellement. Toutes Sociétés commerciales, les contrats avec les commettants concernent soit un produit, soit une gamme, soit tous les produits du commettant, prennent la forme d'une exclusivité ou d'un partage, et peuvent aller du contrat de commissionnaire à celui de licencié, en passant par de la distribution ou d'autres formes hybrides.</p> <p><b>Avantages concurrentiels :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- professionnalisme : délégués ayant au moins 10 années d'expérience auprès de laboratoires ou groupes pharmaceutiques connus.</li> <li>- Connaissance particulière de certains segments (compléments alimentaires)</li> <li>- Capacité à former les équipes officinales grâce à un petit nombre de contrats.</li> </ul> <p>Très faibles coûts de structure.</p>

<b>SITUATION ACTUELLE</b>	<p><b>Stade actuel de développement (R&amp;D terminée, commercialisation débutée...) et réalisations (clients, CA...) à l'heure actuelle :</b></p> <p><b>Commercialisation débutée depuis plus d'une année.</b> Résultats probants. Stabilité des contrats avec les commettants.  <b>+ de 700 clients</b> à date avec un taux de fidélisation &gt; à 70%</p>		
<b>PARTENARIATS</b>	<b>ORGANISME</b>	<b>TYPE</b>	<b>MODALITES</b>
	Sans	DK est Commissionnaire pour le compte de ses partenaires.	Contrats de 3 à 5 ans, renouvelables, rémunération à la commission.
<b>PROPRIETE Intellectuelle</b>	<p><b>Dépôts de brevets, marques, étendue géographique de la protection :</b></p> <p><b>Marque DK Pharma déposée,</b> protégée en France.</p>		

### III - MODELE ECONOMIQUE

<b>REALISATION DU CA</b>	<p><b>Mécanisme de formation de votre CA (vente, location, maintenance...) et la récurrence de votre CA :</b></p> <p>Le CA de la Société est constitué par les commissions reçues sur les ventes réalisées pour le commettant tiers auprès des pharmacies.  Le secteur est celui de biens de consommation vendus au public et soutenus par des moyens publicitaires grand public et promotionnels au niveau du point de vente.  La récurrence du CA et des commissions dépend du succès des produits auprès du grand public, d'où le point clef pour la Direction de DK Pharma de savoir choisir les commettants pour lesquels travailler.  A noter que compte tenu du besoin sur le marché des commettants, la demande excède l'offre.</p>
<b>DU CA A LA MARGE</b>	<p><b>Mécanisme de formation de la marge :</b></p> <p>La « marge brute » est de 100% dans cette activité, puisque, au moins dans les première années il n'y a pas de prise de propriété des produits vendus.</p>
<b>DE LA MARGE AU RESULTAT NET</b>	<p><b>Mécanisme de formation du résultat net :</b></p> <p>Entre la marge brute et le résultat d'exploitation, les principales charges sont celles des rémunérations des délégués. Une partie de ces rémunération est fixe, et l'autre variable (la plus importante).</p>

### IV – EQUIPE

<b>EQUIPE ACTUELLE</b>	<p><b>Karine Dalmasse</b> : Triple compétence : Visiteuse médicale, déléguée pharmaceutique et Directrice régionale Oenobiol ; compétences : Vente &amp; Management. Connaissance de l'ensemble des leaders d'opinion, de l'environnement et participation au sourcing des marques cibles.</p> <p><b>Elie Saad</b> : expériences stratégiques &amp; opérationnelles dans l'univers pharmaceutique, détail &amp; Spa (20 ans). Expériences en conduite de projets, développement commercial &amp; management. Sourcing des marques &amp; élaboration du plan de développement à 5 ans.</p>
------------------------	---

<b>RECRUTEMENT A VENIR</b>	<b>Opportunité</b> : la « liquidation » d'une force de vente opérationnelle très connue sur le marché en raison d'une acquisition par un groupe multinational déjà équipé offre une opportunité unique de renforcement de la force de vente DK Pharma par le recrutement dans les 6 mois qui viennent de 6 à 8 délégués pharmaceutiques, connaissant parfaitement leurs secteurs géographiques et leur clientèle de pharmaciens, et étant seniors reconnus dans leur métier.
<b>V - STRUCTURE ET BESOINS FINANCIERS</b>	
<b>REPARTITION ET STRUCTURATION DU CAPITAL</b>	Montant du capital actuel : 5000 Euros. Karine Dalmasse : 70%. Elie Saad : 30%
<b>SOURCES DE FINANCEMENT A CE JOUR</b>	Personnelles des créateurs associés.
<b>BESOIN DE FINANCEMENT ET UTILISATION</b>	Le montant recherché s'élève à 250 000 Euros, sous forme d'une augmentation de capital. Les capitaux permettront de : 1/ Couvrir le BFR qui croît en fonction des ventes et de la réussite de la Société, 2/ « Démarrer » la constitution d'une gamme de produits en propre.
<b>VALORISATION</b>	La valorisation souhaitée est que les 250 000 Euros d'augmentation de capital permettent aux nouveaux actionnaires d'obtenir 40% de la Société DK Pharma.  Autrement dit, le Business Plan actuel valorise la Société en post-money à 640 000 Euros. Cette valorisation est obtenue par la méthode des DCF, avec taux d'actualisation de 13%.  Compte tenu du business plan, d'une part de 40% dans la Société, d'un EBIT 2014 de 179 k€, d'une VE 2014 égale à 7 fois l'EBIT (la pharmacie présente des multiples d'EBIT de l'ordre de 10, la rentabilité pour les nouveaux actionnaires s'établit entre 25 et 30% de TRI.
<b>VI – AUTRES INFORMATIONS</b>	
<b>RAISONS DE RECOURIR A DES BUSINESS ANGELS</b>	Montants et besoins de communiquer avec des Personnalités ayant l'expérience de la création et du développement d'entreprises dans le Secteur de l'OTC, de la pharmacie et de la parapharmacie.
<b>AUTRES CONTACTS</b>	Investisseurs privés

## ANNEXE - DONNEES FINANCIERES

Business Plan DK Pharma							
Cptes exploit.	2008-09	2009-10	2010	2011	2012	2013	2014
Commissions	60.0	108.1	415.0	1457.0	1855.0	2114.0	2396.0
Chiffre d'affaires				55.0	120.0	190.0	240.0
<b>PE</b>		<b>108.1</b>	<b>415.0</b>	<b>1512.0</b>	<b>1975.0</b>	<b>2304.0</b>	<b>2636.0</b>
Prix rvt des vtes	73%	0.0	0.0	14.6	32.5	51.6	68.1
Marge brute		108.1	415.0	1497.4	1942.5	2252.5	2568.0
<b>MB%</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>99%</b>	<b>98%</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>
Logistique	7%	0.0	0.0	3.9	8.4	13.3	16.8
Force de vente		33.0	251.0	996.0	1300.0	1550.0	1820.0
Marketing comm		39.0	5.0	3.0	4.0	4.0	2.0
Marketing prd nv	20%	0.0		30.0	24.0	38.0	48.0
Frais gnrx 1		61.0	110.0	262.5	290.0	315.0	320.0
Locations		6.0	5.0	6.0	10.0	11.0	12.0
Frais gnrx 2		45.8	61.0	121.0	150.5	170.5	170.5
Amortissements		0.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
<b>EBIT (Res.exploit.)</b>		<b>-76.7</b>	<b>-17.0</b>	<b>75.1</b>	<b>155.6</b>	<b>150.7</b>	<b>178.7</b>
<b>EBIT % CA</b>		<b>ns</b>	<b>ns</b>	<b>5.0%</b>	<b>7.9%</b>	<b>6.5%</b>	<b>6.8%</b>
Rés. Financier	4%	-3.0	-0.2	2.0	4.1	7.7	11.1
Exceptionnels		0.0	10.0				
<b>Rés.avt Impot</b>		<b>-79.7</b>	<b>-7.2</b>	<b>77.0</b>	<b>159.7</b>	<b>158.4</b>	<b>189.7</b>
IS	30%	0.0	0.0	0.0	-20.0	-47.5	-56.9
<b>Résultat net</b>		<b>2.7</b>	<b>-7.2</b>	<b>77.0</b>	<b>139.7</b>	<b>110.8</b>	<b>132.8</b>
<b>Financement</b>	<b>2008-09</b>	<b>2009-10</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
MBA		-79.7	-5.2	79.0	141.7	112.8	134.8
Capitaux propres		3.0	125.0	125.0	-50.0	-60.0	-70.0
Cpte courant		7.9	-9.4				
Dette financière		5.1					
Escompte							
Dettes socfisc		17.0	30.0	100.0	30.0	40.0	40.0
Fournisseurs		43.0	-40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Autres Passifs		9.0					
Appel cap.			3.5				
Incorporels				-100.0			
Corporels		-0.8	-2.0	-2.0	-2.0	-2.0	-2.0
BFR prd propre			0.0	-11.9	-8.6	-12.0	-8.5
Clients comm		-0.4	-47.4	-136.6	-21.8	4.9	-27.7
Autres Actifs		-11.8					
<b>Dispo DP</b>		<b>7.9</b>	<b>0.2</b>	<b>54.7</b>	<b>108.3</b>	<b>197.6</b>	<b>281.4</b>
<b>Dispo FP</b>		<b>0.2</b>	<b>54.7</b>	<b>108.3</b>	<b>197.6</b>	<b>281.4</b>	<b>348.0</b>