

3. Dossier économique



La rentabilité d'un projet repose sur trois piliers.

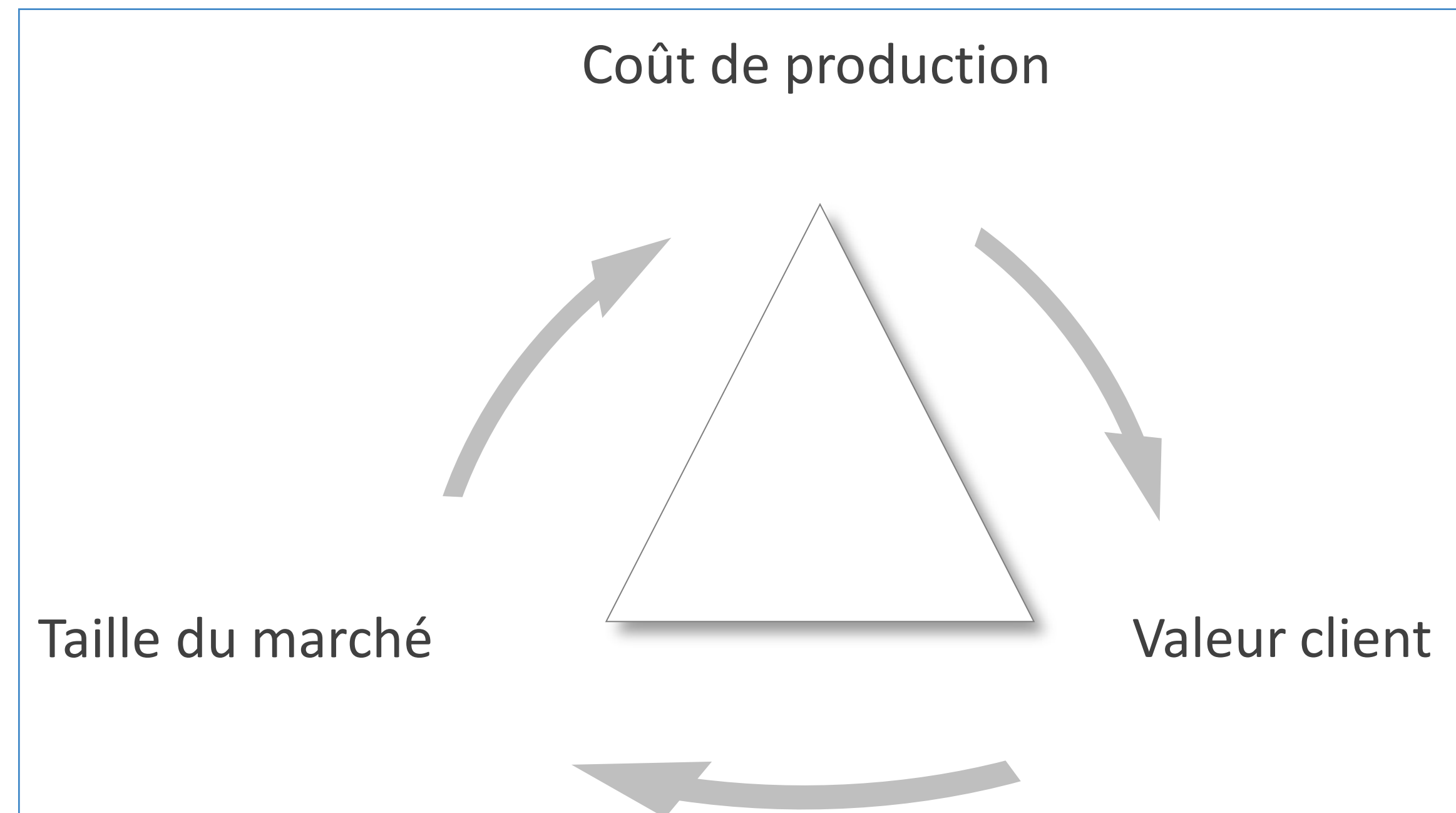
- Le prix de vente

- Le coût de production

- Le volume pour amortir les coûts de développement

Nous avons évoqué dans le chapitre véhicule le prix de revient de fabrication, par rapport à des véhicules existants et en fonction des volumes.

Ce chapitre sera consacré à estimer le prix de vente client et la taille du marché possible pour Colibri.



Prix de vente client de Colibri et volumes de vente espérés

Comme indiqué au chapitre véhicule, il n'existe pas sur le marché de concept de ce type.

La seule façon de positionner en prix de vente client Colibri et de connaître son marché potentiel est de faire une étude de marché.

C'est l'objet d'une étude engagée avec l'école de commerce EDHEC où une équipe de quatre seniors vont sur l'année à venir

- Faire une étude bibliographique sur cette typologie de transport

- Faire une enquête de terrain auprès de clients potentiels
- Faire son analyse et rendre ses préconisations

La date de restitution de l'étude est en Mai 2023, trop tardive pour alimenter le dossier actuel.

C'est pourquoi nous avons procédé par model change sur des marchés existants pour lesquels Colibri pourrait être une offre de substitution.



Les marchés visés par Colibri

Les premiers marchés naturels de Colibri sont une offre de substitution aux petits véhicules
On trouve parmi eux

- Les clients de gros scooters
- Les clients de voitures à deux places (SMART)
- Report d'une part de clients des voitures 5 places séduits par les avantages stratégiques, financiers, écologiques et sensibles à la sécurisation par cockpit

- Les clients de deuxième voiture pour lesquels la limitation à deux places peut être acceptable

- Quelques clients en tant que première voiture pour lesquels la facilité de circulation et de parking sera déterminant (clients hyper urbains) ou qui préfèrent un coût d'achat limité quitte à louer un véhicule plus gros pour les vacances

Au-delà de ces clients pour lesquels un marché existe déjà, on peut imaginer les développements supplémentaires suivants :

- Véhicule de fonction et de service selon les métiers

- Véhicule particulier en interconnexion avec les offres de mobilités métropolitaines (intermodalité) ex: vers les parkings relais avec facilitation du stationnement

- Flotte en libre-accès locatif à la sortie des gares et autres générateurs de déplacements (hôpitaux, parc d'activité...).

- Vaisseau d'aménagement du territoire entre générateurs et émetteurs (habitats collectifs ou pavillonnaire dense).

- Véhicules d'intervention d'urgence non soumis aux embouteillages (premiers secours, dépannage d'urgence, intervention autoroute, brigade de sécurité, gendarmerie / police)

- Livraison des 20 derniers kilomètres (commuting entre un centre liveur et le client), poste, colis

- Véhicule facile à emmener sur le train pour de longues distances, y.c. trains de nuit (chargement transversal) et pourquoi pas à l'arrière de camping cars

- Taxi rapide, à l'image des motos taxi, mobilité solidaire par covoiturage ou conducteurs bénévoles auprès de communautés de communes qui s'en équipent

- Véhicule de tournée (infirmiers, médecins), autres

- Véhicule bridé pour conducteurs sans permis de conduire Etc...

Comparé aux voiture	Comparé aux deux roues
<p style="text-align: center;">+</p> Produit excitant (jet feeling) Indépendant du trafic Facilité de parking Economique (achat et usage)	<p style="text-align: center;">+</p> Sécurité Facilité de conduite Confort (chauffage, protection)
<p style="text-align: center;">-</p> 2 places seulement, petit coffre	<p style="text-align: center;">-</p>
Gagne 1 heure dans les bouchons Se gare facilement	Sécurisant, confortable et fun

Prix de vente retenu

A défaut de pouvoir évaluer une valeur client pour de nouvelles applications, le budget que consacrent les clients à leur mobilité peut donner une bonne indication de prix de

marché pour un véhicule comme Colibri. Si l'on se réfère aux petits véhicules, on constate les prix suivants :

		European market	
		Volumes	
			< 30ku/y
Neuf	Micro voitures	petits volumes : ~ 11k€	~10 k€
	Maxi scooter 3 roues		~10 k€
	Voiture 2 places (SMART)		11k€
	Voiture du segment A		10 k€
	Voiture du segment B	Marché de masse : ~ 9k€	12 k€
Occasion	Occasion 5 ans (34% des ventes)		~ 11 k€
	Occasion moyenne (8 ans)		~ 7,5k€

De cette perspective, il ressort que des clients avec des besoins spécifiques sont prêts à mettre jusqu'à environ 11 000€ dans leur véhicule (petit marché).

Si l'on vise le marché de masse, un positionnement à 9 000€ semble être réaliste,

permettant d'atteindre un marché plus conséquent.

Ce sont les valeurs que l'on retiendra pour l'étude de rentabilité en attendant les résultats de l'étude de marché.

Taille des marchés de références de Colibri (Europe seulement)

Ici aussi, à défaut d'avoir l'étude de marché, nous en sommes réduits à procéder par analogie avec les marchés existants.

Si l'on s'intéresse au marché européen (valeurs

2019), les volumes de vente de petits véhicules considérés comme cibles potentielles pour Colibri se décompose de la façon suivante :

Marchés de référence	Volume (ku/an)
Maxi scooter 3 roues neufs	190 k
SMART Fortwo neuve	
Maxi scooter 3 roue occasion	380 k
SMART Fortwo occasion	
Moto / scooter neufs \geq 125 cc	3,9 M
Moto / scooter occasion \geq 125 cc	
Deuxième voiture segment A&B, neuve	2,7 M
Deuxième voiture segment A&B, occasion	
Première voiture segment A&B neuve	10,6 M
Première voiture segment A&B occasion	

Hypothèses retenues pour estimer le réservoir de clientèle de Colibri

Nous avons tenté d'établir un taux adéquation au besoin que Colibri pourrait couvrir.

Typiquement, un client de maxi scooter tout comme un client de SMART pourrait se tourner vers Colibri, celui-ci lui offrant plus de services pour un prix équivalent et sans compromis sur l'usage.

En revanche certains client de petits scooters 125 cc pourraient trouver le prix de Colibri trop élevé là ou d'autres pourraient accepter

le surcoût pour être en sécurité et à l'abris des intempéries.

De la même façon, le client de la deuxième voiture pourrait dans certains cas accepter une limitation à deux places au profit d'un gain de temps quand d'autres continueraient de se tourner vers des véhicules à cinq places.

La photo subjective de cette adéquation est la suivante :

Marchés de référence	adéquation
Maxi scooter 3 roues neufs SMART Fortwo neuve	totale
Maxi scooter 3 roue occasion SMART Fortwo occasion	large
Moto / scooter neufs \geq 125 cc Moto / scooter occasion \geq 125 cc	modérée
Deuxième voiture segment A&B, neuve Deuxième voiture segment A&B, occasion	limitée
Première voiture segment A&B neuve Première voiture segment A&B occasion	opportunité

Forfaitairement nous avons appliqué la pondération suivante pour avoir une idée des volumes de vente envisageables en Europe :

Adéquation	Plage	Valeur retenue
Totale	100%	100%
Large	50%	50%
Medium	5-15%	10%
Limitée	2-5%	3%
Opportunité	1-3%	2%

Bien que subjectives ces valeurs modestes considérées pour les application en opportunité rendent confiant dans le marché

Estimation du réservoir de clientèle de Colibri en Europe: en base 190k/an et en opportunité 770k/an de plus

Marchés cibles	Clientèle
Maxi scooter 3 roues neufs SMART Fortwo neuve	Base 190ku/an
Maxi scooter 3 roue occasion SMART Fortwo occasion	
Moto / scooter neufs \geq 125 cc Moto / scooter occasion \geq 125 cc Deuxième voiture segment A&B, neuve Deuxième voiture segment A&B, occasion Première voiture segment A&B neuve Première voiture segment A&B occasion	Opportunités additionnelles 770 k/an

A cela s'ajoute les nouveaux usages qui ne sont pas encore évalués.

Construction du business plan

Nous avons considéré trois scénarios pour construire le business plan :

Une phase d'introduction à 1 500 unités/an

Une phase dite de référence (volumes semblables à l'AMI One) à 15 000 unités/an

Un scénario de succès, où un nombre important de clients s'intéresse et achète Colibri à 150 000 unités /an (volume classique de type automobile)

Scénario	Prix de vente Considéré avec aides 900€	Volume	% du marché direct (maxi scooter + smart neufs) 190 k/an	% du marché visé i.e. Direct + opportunités 960 k/an (190 + 770)	% du marché total des petits véhicules 17,7 M/a
Introduction	10 600€	1 500 / an	0,8%	0,15%	0,01%
Référence	7 600 €	15 000 / an	8%	1,5%	0,08%
Succès	5 600 €	150 000 / an	-	15%	0,85%

Hypothèse de ramp up et d'investissement

Comme indiqué dans le chapitre véhicule, nous avons considéré un investissement de 5M€ pour la phase d'introduction à 1 500 u/an, 20M€ pour le scénario de référence à 15 000 u/an et 70M€ pour le scénario succès à 150 000 u/an.

Nous avons calendarisé les phasages de la façon suivante :

	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8	Année 9	Année 10	Année 11
Vehicule Scenario introduction (U/an)		1000	2000	2500	2500	2500						
Ticket entrée (R&D specific 2M€ + 3M€ investissement minimal)		5000										
Depreciation par véhicule €		476	476	476	476	476						
Vehicule Scenario référence (U/an)					5000	10000	20000	20000	20000			
Ticket entrée (R&D piece spécifiques 10M€ + 10M€ investissement petite serie)					20000							
Depreciation par véhicule €					267	267	267	267	267			
Vehicule Scenario succès (U/a)								50000	100000	100000	100000	100000
Ticket entrée similaire petite voiture (70M€)								70000				
Depreciation par véhicule €								156	156	156	156	156

Pour ce qui est des coûts, le business plan présenté en annexe : Conserve la main d'œuvre directe présentée dans le chapitre véhicule. Les charges transversales ont été ajustées phase par phase pour tenir compte de la dimension temporelle du lancement

En résumé,

avec nos hypothèses d'un prix de revient réduit, un prix de vente concurrentiel et des volumes élevés, la viabilité du produit est confirmée et avec un retour sur investissement très compétitif pour de potentiels levés de fonds.

Marge

Selon la simulation présentée en annexe, la marge variable se situe autour de 30% et le potentiel économique important en cas de volume additionnel.

La marge brute se place au alentours de 10/15% dès la troisième année, similaire aux top automotive manufacturers à moyen/gros volumes comme Tesla ou les premium allemands et très au dessus des marques française et leur sous traitants.

Ceci fait de Colibri un potentiel intéressant pour un investisseur industriel automobile dans son objectif de transition.

Retour sur investissement

Le retour sur investissement est lui aussi excellent: moins de 5ans pour la première étapes, mais surtout les investissements pour les augmentations de volume futur sont inférieurs à 3ans du à la bonne rentabilité et la simplicité relative du produit.

Risques

Comme toute innovation, ces estimations sont des projections basées sur des hypothèses que nous avons voulues les plus robuste et prudentes possibles, mais il reste néanmoins une part d'inconnue.

Néanmoins, dans un contexte de hausse des matières soutenu Colibri devrait tirer mieux sont épingle du jeu que le secteur automobile grâce à un report d'achat de clients qui ne peuvent plus acheter une voiture classique et grâce à une moindre sensibilité aux matières rares ce qui renforcerait sa compétitivité.

Business plan selon hypothèses présentées

	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8	Année 9	Année 10	Année 11
Volume		1000	2000	2500	5000	10000	20000	50000	100000	100000	100000	100000
Prix de vente TTC		11500	11500	11500	8500	8500	8500	6500	6500	6500	6500	6501
Prix de vente HT		9583	9583	9583	7083	7083	7083	5417	5417	5417	5417	5418
Vente k€		9583	19167	23958	35417	70833	141667	270833	541667	541667	541667	541750
Cout matiere €/CS		-3401	-3401	-3401	-2947	-2947	-2947	-2809	-2809	-2809	-2809	-2808
Matiere		-3401	-6802	-8503	-14735	-29470	-58940	-140450	-280900	-280900	-280900	-280800
Matiere %		-35%	-35%	-35%	-42%	-42%	-42%	-52%	-52%	-52%	-52%	-52%
Main d oeuvre directe €/CS		-2980	-2980	-2980	-1490	-1490	-1490	-790	-790	-790	-790	-789
MOD		-2980	-5960	-7450	-7450	-14900	-29800	-39500	-79000	-79000	-79000	-78900
MOD %		-31%	-31%	-31%	-21%	-21%	-21%	-15%	-15%	-15%	-15%	-15%
Livraison / outbound		-292	-292	-292	-193	-193	-193	-148	-148	-148	-148	-147
Outbound		-292	-584	-730	-965	-1930	-3860	-7400	-14800	-14800	-14800	-14700
		-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%
Marge variable		2910	5821	7276	12267	24533	49067	83483	166967	166967	166967	167350
		30%	30%	30%	35%	35%	35%	31%	31%	31%	31%	31%
Frais d usine / production / batiment / bureau		-500	-900	-1080	-1493	-2688	-4838	-8367	-15060	-15060	-15060	-15062
		-5%	-5%	-5%	-4%	-4%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%
HC		15	27	33	46	83	150	260	468	468	468	469
Main d oeuvre indirecte		-1200	-2160	-2640	-3680	-6640	-12000	-20800	-37440	-37440	-37440	-37520
		-13%	-11%	-11%	-10%	-9%	-8%	-8%	-7%	-7%	-7%	-7%
Depreciation		-476	-952	-1190	-1333	-2667	-5333	-7778	-15556	-15556	-15556	-15556
		-5%	-5%	-5%	-4%	-4%	-4%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%
Margin brute		734	1808	2365	5760	12539	26895	46539	98911	98911	98911	99212
		8%	9%	10%	16%	18%	19%	17%	18%	18%	18%	18%
Marge operationelle		734	1808	2365	5760	12539	26895	46539	98911	98911	98911	99212
		8%	9%	10%	16%	18%	19%	17%	18%	18%	18%	18%
IS 20%		-147	-362	-473	-1152	-2508	-5379	-9308	-19782	-19782	-19782	-19842
Resulat net		587	1447	1892	4608	10031	21516	37231	79129	79129	79129	79370
		6%	8%	8%	13%	14%	15%	14%	15%	15%	15%	15%
Cash flow		1064	2399	3083	5941	12698	26850	45009	94684	94684	94684	94925
Cash out		-5000										
Cash flow net SC1		-5000	1064	2399	3083	3083	3083	35%				
Cash flow net SC2					-20000	12698	26850	45009	45009	45009	112%	
cash flow SC 3								-70000	94684	94684	94684	94684
Total		-5000	1064	2399	3083	-16917	15781	26850	-24991	139693	139693	94684