



MUSOKA

STUDIO

ゲームブランド

**MUSOKA
STUDIO**

GOOD VIBES LUDIQUES VENU D'ASIE !

1 – Chiffres clés du marché ludique



- **La France est le 2e marché Mondial du jeu de société après les États-Unis.**
- **Un marché en expansion depuis + de 15 ans en France. (Source : UEJ)**
- **Explosion du marché avec le COVID (360 millions d'euros de CA et 30 millions de jeux vendus)**

Marché mondial en 2023
: **12 milliards \$**
de CA

(Source : L'Enjeux)

600 millions d'euros de ventes annuelles en France (vs 360 millions en 2021)

(Source : L'Enjeux)

+ de 1000 jeux chaque année en France !

(Source : UEJ)

Marché français en **croissance de 20%** entre 2022 et 2023 (source : France Info)

Projection à 40 milliards \$ dans le monde pour 2030

(Source : L'Enjeux)

50% du CA des éditeurs français se fait à l'étranger .

(Source : UEJ)

2 – Concurrents

Près de 160 éditeurs sur le marché français.
La liste complète des éditeurs se trouve sur le site de l'éditeur Subverti :
<https://subverti.com/fr/maps/publishers/>



Les éditeurs qui se rapprochent de notre ligne éditoriale et/ou de notre positionnement :



Matagot

+ de 10 ans d'activité

De nombreux éditeurs partenaires dans le monde

Des jeux venus d'Asie mais pas de ligne éditoriale claire sur ce thème



Don't Panic Games

Forte culture manga et gros focus sur le Japon en particulier

Beaucoup de jeux de licences, très peu de localisation de créations originales



Origames

De nombreux contacts avec les éditeurs asiatiques, de gros succès provenant d'auteurs asiatiques

Partenaire de Musoka Studio, notamment sur la partie logistique

Pas de ligne éditoriale sur l'Asie



Yoka by Tsume

Focus éditoriale sur le Japon et notamment le manga

Création avec leurs auteurs maison, pas de localisation

Uniquement de la licence



iello

De nombreux jeux d'Asie sans de ligne éditoriale particulière à ce sujet

Grosse force de distribution

L'un des mastodonts au niveau Mondial

3 – Evolution et perspectives du marché



Le célèbre jeu Catan, disponible sur BGA

Un marché qui s'adapte aux changements !

- La numérisation du jeu de société est en pleine expansion
- Innovation avec de nouvelles mécaniques, application mobile, narration immersive !
- Accroissement de la présence des jeux de société en entreprise et dans les ateliers de team building.

Focus sur Board Game Arena

BGA est la plus grande plateforme de jeu en ligne au monde. Achetée par le groupe Asmodee en 2021, la plateforme possède aujourd'hui **9 millions de joueurs actifs contre 1 million en 2020 (avant COVID)**. La plateforme prévoit de doubler le nombre de joueurs pour 2024 et cette plateforme offre de nombreuses opportunités de visibilité mais aussi financières aux entreprises.

Se basant sur le modèle Freemium, elle permet aux éditeurs de toucher un revenu au prorata du nombre de joueurs ayant consommé leurs jeux sur la plateforme. C'est aussi une visibilité non négligeable dans un secteur où tester le jeu est un facteur d'achat pour 86% des joueurs (source : BGA).

4 – Principaux acteurs du marché



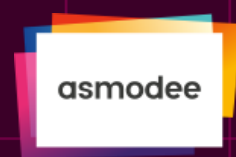
Les joueurs

Ce sont ceux à qui nous souhaitons faire découvrir nos pépites, le coeur du projet.



Les boutiques spécialisées

Le Coeur du métier.
Avant que le client puisse avoir accès au produit, il faut convaincre les boutiques que le jeu est assez bon pour être présenté aux joueurs.



Les distributeurs

S'occupe du référencement, du transport et des questions logistiques pour ton catalogue produit.

Un bon distributeur est celui qui place ton produit dans un maximum de boutiques, un indispensable.

L'international (agent, éditeurs partenaires)

Permet la diffusion de nos jeux maison à l'international et le développement du chiffre d'affaires.



Les fabricants

Un partenaire indispensable.
Le jeu est un produit de plaisir, on accorde beaucoup d'attention à la qualité et à l'empreinte environnementale.

5 – Analyse de la cible

Beginners



Famille

- Session de jeux allant de 30 minutes à 1h30
- Rythme : 1x par semaine
- En quête de petits jeux avec prise en main rapide pour pouvoir jouer rapidement avec les enfants.
- Possibilité que les enfants puissent jouer seul par la suite.
- Prix d'achat moyen entre 10 et 25 EUR le jeu



Jeunes adultes

- Session de jeux allant de 30 minutes à 1h30
- Rythme : 1x par semaine
- En quête de petits jeux pour jouer avec les amis
- Importance accordée aux visuels et aux thèmes.
- Faible pour les jeux d'ambiance.
- Prix d'achat moyen entre 10 et 25 EUR le jeu



Hardcore Gamers

- Session de jeux allant de 2 à 4 heures
- Rythme : 3x par semaine
- Attraction pour les grosse boîtes, mécaniques complexes avec de la profondeur de jeu.
- Privilégie un matériel de qualité et des figurines.
- Prix d'achat moyen > 30 EUR le jeu

6 – Problèmes identifiés



Saturation du marché

+ de 1000 jeux chaque année en France, ce qui représente presque 3 jeux par jour.

Les boutiques qui autrefois acceptaient tous les jeux sont devenus sélectifs.



Répétition des thèmes et uniformisation du marché

Thèmes focus sur les zombies, monstres, heroic fantasy ou guerres



Hausse des prix globaux sur tous les formats de jeux

Le prix moyen du jeu de société est de 17,12% en 2022, soit 7,4% d'augmentation compare à 2019 (source : ça m'intéresse media)

7 – Solution proposée

- **Devenir un point d'entrée pour les amateurs de jeux de société**
- **Devenir le principal relais entre la France et l'Asie** et placer sur le marché les "bangers" venue d'Asie
- **Miser sur l'originalité graphique** avec des directions artistiques s'éloignant de ce qui se fait sur le marché
- **Devenir une marque à part entière et organiser des événements autour du jeu**



Comment y arriver ?



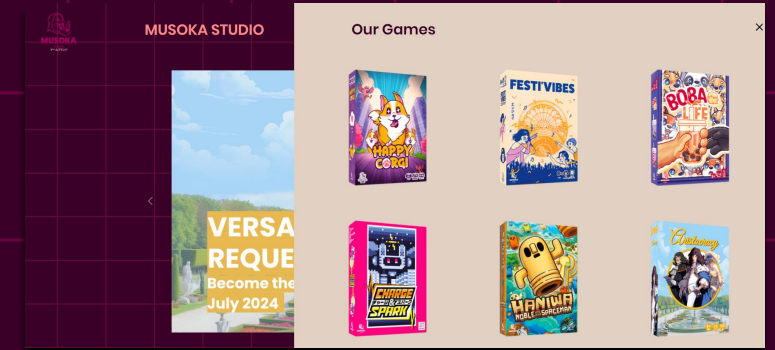
- Mécanique simple et communication à destination des familles.
- L'équipe est basée à Bangkok la moitié de l'année pour développer les relations avec les partenaires locaux.
- Nos graphistes sont des artistes à part entiers issus des 4 coins de l'Asie, certains font même des expositions dans leur pays.
- Mise en avant de la DA, couleurs vives. Organisation de Pop-up pendant l'année !

8. Produit / Service



Nos collections :

Notre service



Jeux de société

Puzzle

Retailer

Jeux maison
Localisation

City Collection

E-shop pour Mars
2024

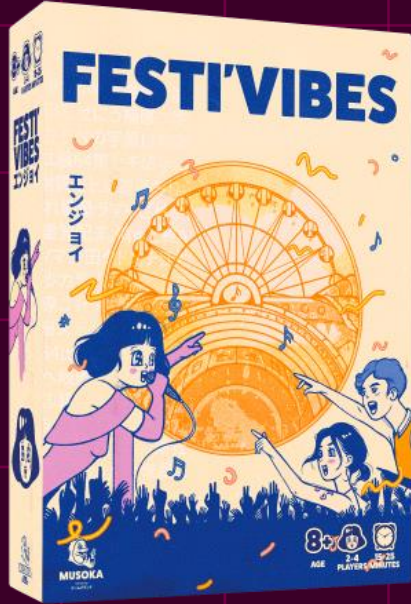
Prix : entre 10,99 et
29,99 EUR TTC

Prix : 29,99 EUR
TTC

Contenu :
produits Musoka
Studio + éditeurs
partenaire

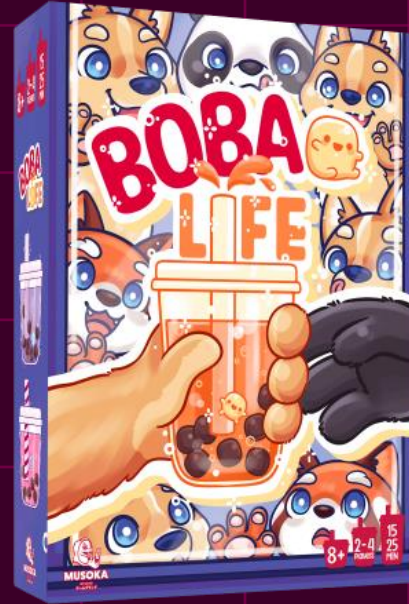
8. Produit / Service

Jeux de société – Maison



Category	Jeu de cartes
Durée	15 à 25 minutes
Joueurs	2 à 4 joueurs
Audience	Beginners, festival lovers and retro style lovers

Sortie programmée en Corée du Sud, Japon et Thaïlande !



Category	Jeu de cartes
Durée	15 à 25 minutes
Joueurs	2 à 4 joueurs
Audience	Beginners, fan de bubble tea & food lovers

Sortie programmée en Thaïlande !

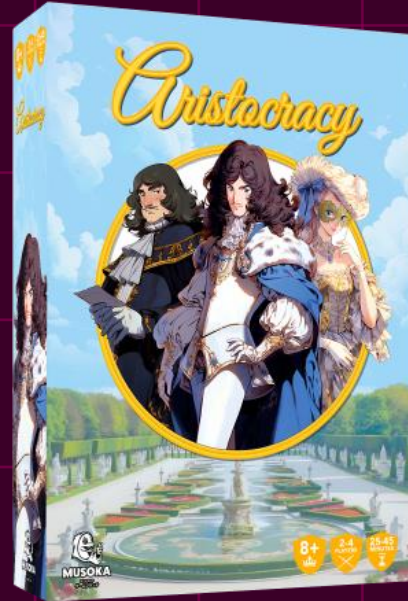


Category	Jeu de cartes
Durée	25 à 45 minutes
Joueurs	2 à 4 joueurs
Audience	Beginners, famille, dog lovers, animal lovers

Sortie programmée en Thaïlande !

8. Produit / Service

Jeux de société – Maison



Category	Jeu de cartes
Durée	25 à 45 minutes
Joueurs	2 à 4 joueurs
Audience	Beginners, family, history lovers, manga lovers

**Sortie programmée en
Thaïlande !**



Bloody Lake

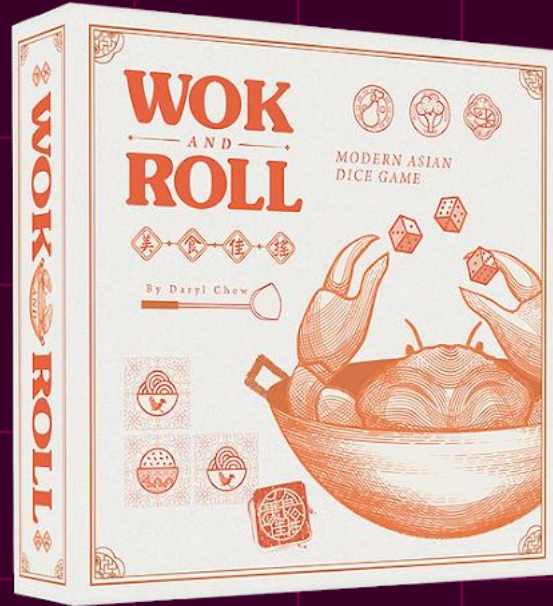
Category	Jeu de plateau
Durée	45 à 90 minutes
Joueurs	2 à 4 joueurs
Audience	Hardcore gamers, horror fans



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

8. Produit / Service

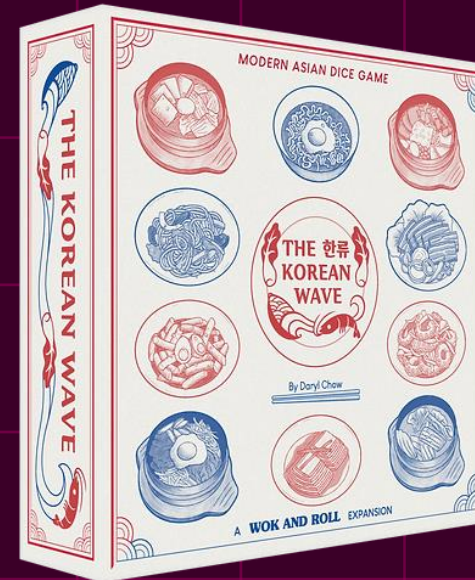
Jeux de société – Localisation



Wok and Roll

Category	Roll and Write
Durée	30 à 45 minutes
Joueurs	1 à 5 joueurs
Audience	Beginners, food lovers

+ de 10 000 ventes en Asie !



The Korean Wave – A Wok and Roll expansion

Category	Roll and Write
Durée	30 à 45 minutes
Joueurs	1 à 5 joueurs
Audience	Beginners, food lovers

+ de 5 000 ventes en Asie !

8. Produit / Service

Jeux de société – Localisation



Category	Jeu de tuiles
Durée	20 à 30 minutes
Joueurs	1 à 4 joueurs
Audience	Beginners, family, Japan lovers, history lovers

Kickstarter financé à 700% !



Category	Jeu de cartes et tuiles
Durée	5 à 15 minutes
Joueurs	2 joueurs
Audience	Beginners, pixel art, science fiction fans, family, couple



Category	Jeu de cartes
Durée	5 à 15 minutes
Joueurs	2 à 8 joueurs
Audience	Beginners, famille et amis

Yusuke Sato, auteur du succès Time Bomb (Iello) !

8. Produit / Service

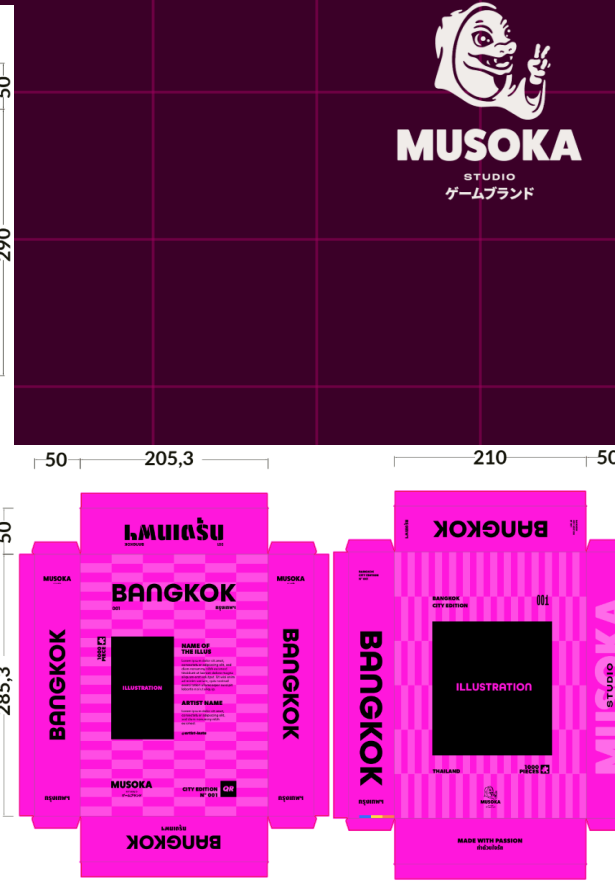
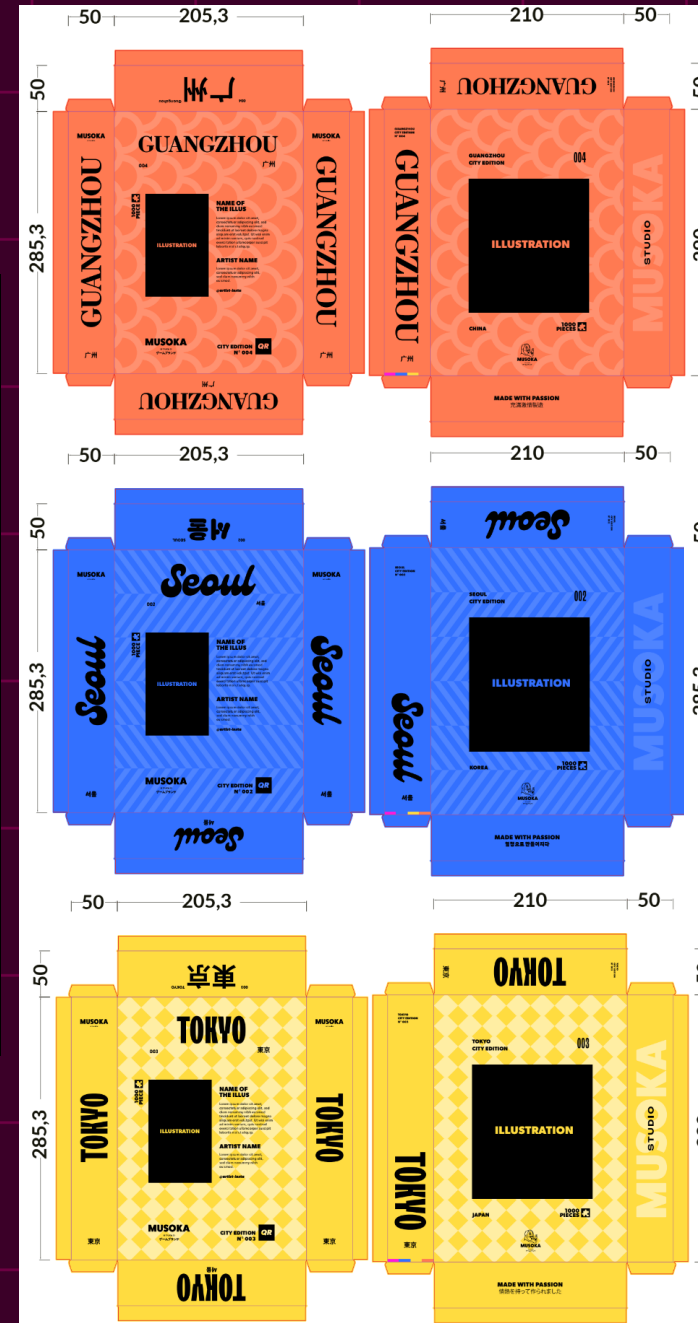
Puzzle

Musoka Puzzle – City Collection

La City Collection est une collection de puzzle issu de nos voyages en Asie dans les villes qui nous ont le plus marqués. On a demandé à un artiste local de chacune de ville de dessiner la représentation qu'il se fait de sa propre ville afin de garder le côté authentique.

Effet de rareté
Angle marketing : produit de collection
Inspiration : Travel series des éditions Assouline

Prix de vente : 29,99 EUR TTC



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

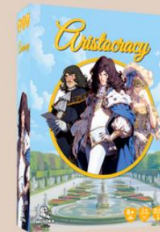
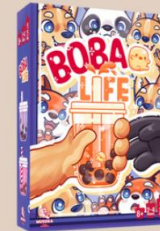
8. Produit / Service



MUSOKA STUDIO



Our Games



E-Shop

Date de sortie : Mars 2024

- Précommande disponible pour les produits Musoka Studio
- Merchandising à venir
- Vente des produits partenaires (Jeux de société et goodies en lien avec l'Asie) pour appuyer sur la ligne éditoriale qu'est l'Asie.

CA Estimé 2024 : 5 000 EUR

9 Processus de fabrication du produit



Comment fabriquer un jeu de société / puzzle ?



➤ 01.

Veille éditoriale / définition du thème et pitch du jeu avec l'auteur

Coût : 0 EUR

➤ 02.

Profit & Loss et devis auprès des fabricants

Coût : Entre 0 EUR

➤ 03.

Développement de la maquette et phase de tests

Coût : Entre 1000 et 2000 EUR (Pour l'ensemble du catalogue)

9 Processus de fabrication du produit



Comment fabriquer un jeu de société /puzzle ?



➤ 04.

Signature des contrats et paiement des avances à l'auteur et aux illustrateurs

Coût : Entre 3000 et 6000 EUR

➤ 05.

Premier prototype et 2e phase de tests

Coût : Entre 100 et 300 EUR

➤ 06.

Habillage graphique et présentation aux distributeurs

Coût : Entre 500 et 1500 EUR

9 Processus de fabrication du produit



Comment fabriquer un jeu de société /puzzle ?



➤ 07.

Présentation en salon aux boutiques

Coût : Entre 200 et 400 EUR (pour l'ensemble du catalogue)

➤ 08.

Fabrication du produit

Coût : Entre 2000 et 10000 EUR selon le produit

Pour un jeu à 12,49 EUR HT, le coût de fabrication est entre 1 et 2 EUR.

➤ 09.

Sortie du produit et communication !

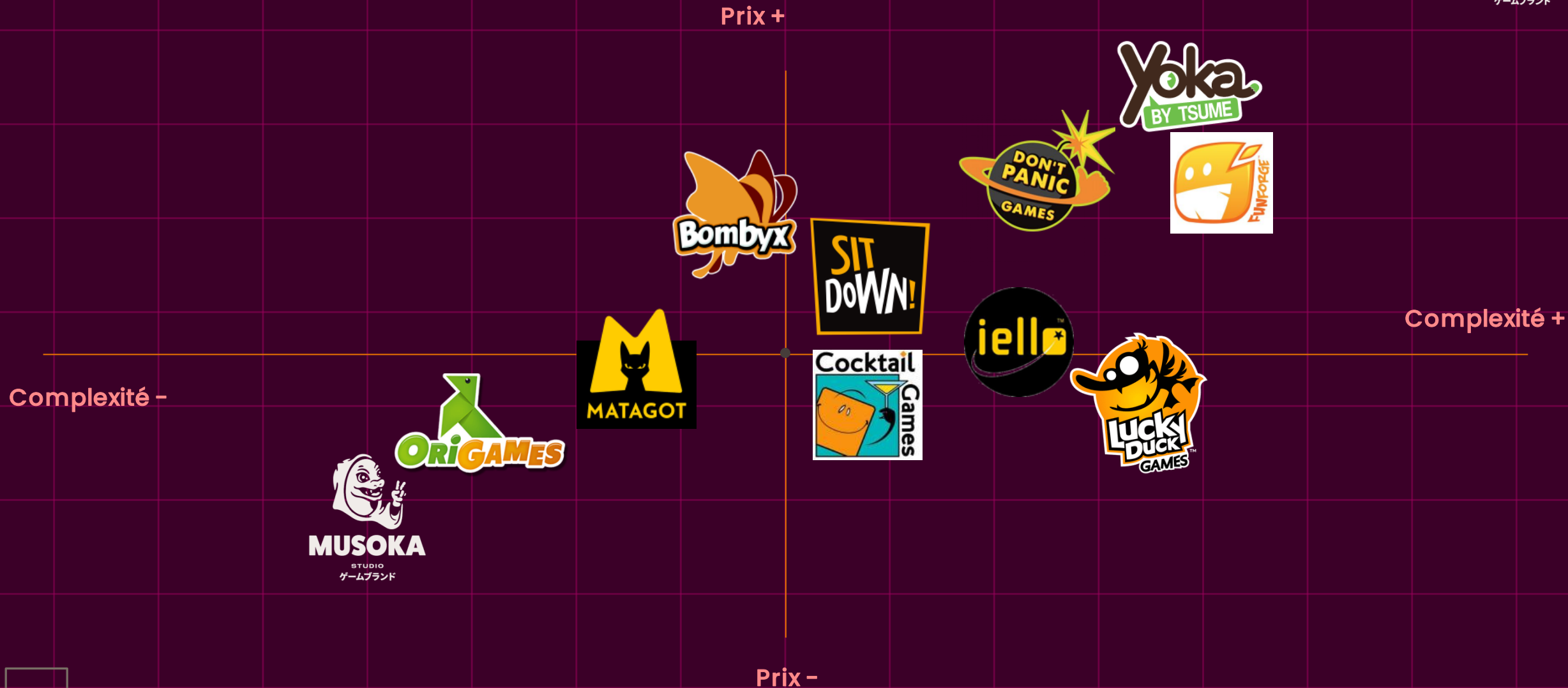
Coût : Entre 100 et 2000 EUR

Coût de développement moyen d'un jeu maison : 7500 EUR

Coût de développement moyen d'un jeu localisé : 2000 EUR

Coût de développement moyen d'un puzzle : 1200 EUR

10 – Positionnement



11 – Business model

COMMENT ?

Marché domestique:

- Réseaux de distribution: GSA (Carrefour, Espace Leclerc, etc..), GSS (Fnac, Cultura, etc..), Spécialisé (boutiques indépendantes) et jouet (boutiques de jouets).

Représentent + de 800 boutiques

- E-shop & retailer en ligne

Marché international:

- Agent international (MoB Vanguard)

QUOI ?

- Jeu de société

- Puzzle

À QUI ?

Tous publics.

Le secteur ludique est l'un des secteurs qui touche l'ensemble de la population, des plus jeunes au plus vieux.

Cible Musoka Studio :

Famille, 18-30 ans & les passionnés de pop culture et d'Asie

COMBIEN / COÛTS ?

Development / Communication entre 1200 et 9000 EUR par produit

Coût de fabrication entre 1 EUR et 4 EUR/ produit selon les produits

Premier tirage :

- Jeu Maison : Entre 2000 et 3000 ex (domestique seulement)

- Jeu Localisé : Entre 1500 et 3000

- Puzzle : 2000

COMBIEN / REVENUS ?

Jeu de société : marge entre 25 et 40%

Puzzle : marge >40%

Détail des commissions et coût de revient aux slides suivantes

11 – Quel est le coût de revient d'un produit ?



Coût de revient d'un jeu maison

Charges directs

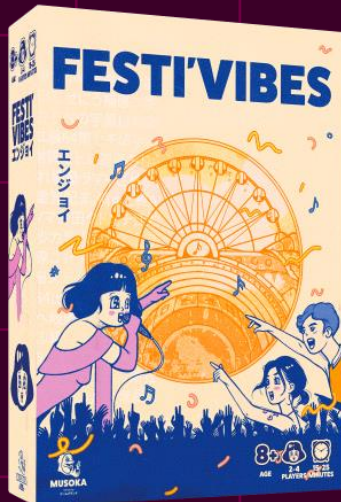
- Maquette
- Habillage graphique
- Illustrations
- Prototypes

- Traduction / Correction
- Production
- Logistiques
- Auteurs (royautés)

Charges indirects

- Structures productives
- Communication
- Marketing / Salons

Exemple Festi'vibes pour le premier tirage de 3000 exemplaires



Charges directs

- Maquette : 0 EUR (jeu déjà prêt et testé)
- Habillage graphique : 800 EUR
- Illustrations : 1800 EUR
- Prototypes : 400 EUR
- Traduction / Corrections : 250 EUR
- Production & Logistique : 1,70 EUR / jeu
- Auteur : 5% du Prix Public TTC = 0,75 EUR / jeu

Charges indirects

- Structures productives : 14% du CA Net = 0,86 EUR / jeu
- Communication : 0,33 EUR / jeu
- Marketing / Salon : 0,10 EUR / jeu

Coût de revient : 4,74 EUR

11 – Quel est le coût de revient d'un produit ?



Coût de revient d'un jeu localisé

Charges directs

- Traduction / Correction
- Production
- Logistiques
- Editeur (royautés)
- Prototypes

Charges indirects

- Structures productives
- Communication
- Marketing / Salons



Exemple Charge & Spark pour le premier tirage de 2000 exemplaires

Charges directs

Traduction / Corrections : 500 EUR
Production & Logistique : 1,60 EUR / jeu
Editeur : 5% du Prix Public TTC = 0,75 EUR / jeu
Prototypes : 200 EUR

Charges indirects

Structures productives : 14% du CA Net = 0,86 EUR / jeu
Communication : 0,33 EUR / jeu
Marketing / Salon : 0,10 EUR / jeu

Coût de revient : 3,99 EUR

11 – Quel est le coût de revient d'un produit ?



Coût de revient d'un puzzle

Charges directs

- Illustration
- Habillage graphique
- Production
- Logistiques
- Prototypes

Charges indirects

- Structures productives
- Communication
- Marketing / Salons

Exemple Puzzle Tokyo pour le premier tirage de 2000 exemplaires

Charges directs

Illustration : 1000 EUR
Habillage graphique : 200 EUR
Production & Logistique : 2,60 EUR / jeu
Prototypes : 120 EUR

Charges indirects

Structures productives : 14% du CA Net = 1,05 EUR / jeu
Communication : 0,33 EUR / jeu
Marketing / Salon : 0,10 EUR / jeu

Coût de revient : 4,74 EUR



11 – Combien nous rapporte un produit ?

**Prix de vente public TTC :
le prix que paye le client
final**

**On raisonne en Prix
Public H.T car on retire
20% de TVA**



**Via notre reseau de
distribution**

**Sur le Prix Public H.T, une
remise en moyenne de
40% est faite pour les
reseaux de distribution**

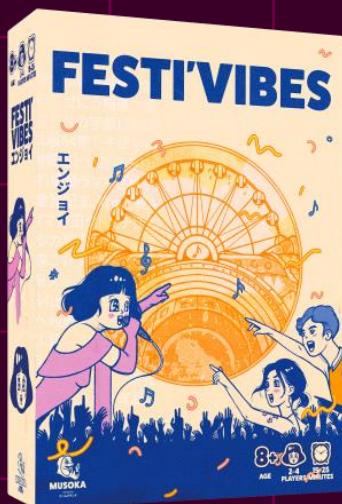
**Prix Remise H.T = Prix
Public H.T – 40% (Remise
Retailer)**



**On ajoute par la suite la
commission du distributeur**

- 22% si vente en consignation
- 30% si achat ferme de sa part

**Prix d'achat éditeur H.T = Prix
Remise H.T – 22% (Comission
distributeur)**



Exemple Festi'vibes

Prix Public H.T = 12.49

Prix Remise H.T = $12.49 * (1-40\%) = 7.50$ EUR

Comission distributeur H.T = 7.50 EUR * 22% = 1.65 EUR

Prix d'Achat Editeur H.T = 7.50 EUR – 1.65 EUR = 5.85 EUR

Le jeu Festi'vibes, vendu 14,99 EUR TTC en magasin nous rapporte 5,85 EUR H.T de C.A par produit vendu.

11 – Combien nous rapporte un produit ?

Via nos ventes direct

Via notre e-shop

Logistique gérée à 100% par produit

Emballage : 0,90 EUR par produit

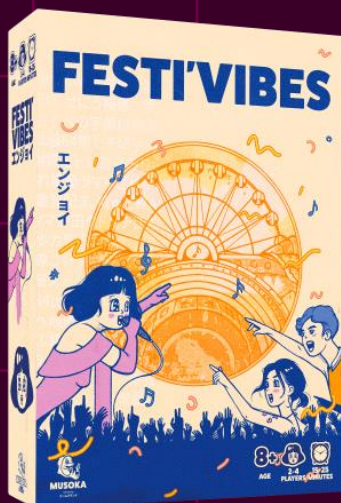
Coût livraison moyen : 2 EUR par produit

Livraison offerte dès 29 EUR & Promotions
durant l'année : 20% du Prix TTC du produit.

Via les salons :

20% De réduction en salon sur les produits

Coût de logistique allant de 50 à 200 EUR au total



Exemple Festi'vibes

Prix Public H.T = 12.49

Coût de l'emballage : 0,90 EUR / jeu

Coût livraison moyen : 2 EUR / jeu

Promotion de 20% : 3 EUR / jeu

Le jeu Festi'vibes, vendu 14,99 EUR TTC sur le site avec livraison offerte nous rapporte 9,59 EUR H.T de C.A par jeu vendu.

Le jeu Festi'vibes, vendu 14,99 EUR TTC sur le site sans livraison offerte nous rapporte 11,59 EUR H.T de C.A par jeu vendu.

Le jeu Festi'vibes, vendu 14,99 EUR TTC en salon nous rapporte 9,49 EUR H.T de C.A par jeu vendu.

11 – Combien nous rapporte un produit ?



International

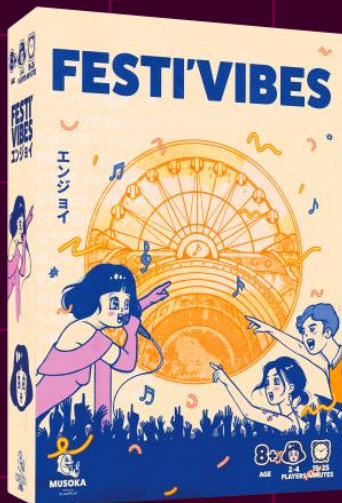
MoB Vanguard est notre agent à l'international.

MoB Vanguard possède un catalogue de plus de 40 éditeurs avec un axe stratégique orienté vers l'Asie.

Sur Musoka Studio, leur mission est de vendre notre catalogue aux éditeurs locaux mais aussi de nous proposer les nouveautés des éditeurs partenaires.

Business Model à l'international : nous prenons 20% de royalties sur le C.A net des éditeurs partenaires

Commission agent : 30% des bénéfices net de Musoka Studio sur les ventes à l'international




Exemple Festi'vibes

Le prix d'un jeu varie d'un pays à un autre, en fonction du développement du marché et du pouvoir d'achat par habitant.

Un éditeur local connaît mieux son marché que nous et nous nous adaptons à ces suggestions.

Nous sommes payés en royalties sur les produits vendus, MoB Vanguard prenant 30% de ces revenus pour commission.

12 – Equipe

✕
Skill 1 Skill 2 Skill 3


MAXIME GAILLARD
Fondateur

Maxime est passionné par la pop culture depuis son enfance et possède 4 ans d'expérience dans le secteur de la japanimation, dont 3 ans dans le domaine du jeu pour une grande maison d'édition française.

Il est compétent dans tous les aspects de la création d'un jeu, ainsi que dans la distribution et la logistique. Avec un diplôme de master en marketing et stratégie, il reconnaît l'importance du marketing et de la communication dans le succès d'un produit.

✕
Skill 1 Skill 2 Skill 3

AUTEUR : PASCAL BERNARD

Pascal est un auteur, game designer, scénariste, conférencier et chargé de collection français à succès avec plus d'une soixantaine de jeux à son actif. Dernier succès en date, son jeu **Joan of Arc** a collecté plus de **6 000 000 de dollars en crowdfunding** en 2018

DESIGN

JULIEN MARTY – MAQUETTISTE
MEHDI BOUTI – GRAPHISTE
STEPHANIE LAIRET – GRAPHISTE
QUERUBIN STUDIO – ILLUSTRATEUR
KUNTHIDA SALINTHONE – PROJECT MANAGER

EXPERT COMPTABLE

CLARA GERARD

13.a – Stratégie commerciale



Réseaux sociaux et Paid Media

Développement de notre base influenceur avec des vidéos prévues en collaboration avec des références du marché : Ludovox, Passe Temps ou encore Meeple Corner.

En parallèle, jeu concours en partenariat avec Phillibert ainsi qu'une stratégie social media orienté vers la vidéo avec Twitch, Tik Tok et Youtube en tête de gondole.

Présence en salon

Allez à la rencontre des boutiques et des consommateurs finaux est primordial au bon référencement des produits et au bouche à Oreille positif

Musoka Studio sera présent à une quinzaine de salon dont les principaux :

Nos distributeurs



+ de 800 boutiques cumulées
+ de 20 retailers online

Assure une présence physique sur l'ensemble du territoire dès la sortie des produits

Notre agent



Gestion des éditeurs partenaires et ventes à l'international

C'est ensuite les éditeurs partenaires qui s'occupent de la partie marketing sur leur marché



13.a – Stratégie commerciale



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

Pop-Up Store

Stratégie axée en 3 points :

- **Présence domestique avec une force de distribution solide**
- **Gain en visibilité avec une présence en salon ainsi qu'une activité quotidienne sur les réseaux sociaux et le paid media**
- **Extension internationale et développement des liens avec les éditeurs locaux en Asie**

Afin de marquer les esprits sur cette première d'activité, on organise 3 Pop-up store entre août et décembre sur Paris près de Chatelet, à l'espace Trigram.

Au delà de la visibilité, ces Pop-Up représentent un gros potentiel de C.A (on attend 5000 EUR de C.A par pop-up pour des dépenses de 900 EUR en moyenne par pop-up.

Développement international

En parallèle de notre agent international, nous sommes localisés en Asie 6 mois dans l'année pour être au plus près de nos partenaires et faciliter les ventes et achats de jeux.



13.b- Présence sur les réseaux sociaux



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド



X

Annonces
Teaser
Ads
Concours
Sondages



Instagram

Branding (photoshoot, etc...)
Teaser
Annonces salons
Actualité en story
Boutique en ligne
3x par semaine



TikTok

Humour / Tendance /
Challenge
Unboxing jeu
Explication Règles
Valeur ajouté (contenu sur
la création de jeux, day in
life, vlog Asie etc...)
Cœur de la stratégie de
communication



Youtube

Explication des règles
Séances de jeu (rediff
twitch)
Behind the Scenes en
salon
Shorts



Facebook

Republishing de contenu
Insta + Facebook Ads
Offres boutiques et
promos
Jeu concours
Annonces salons



Discord

Annonces
Tournois
Discussions autour des jeux
SAV
Suivi Kickstarter



Twitch

Live jeux
Live tournois
Live
conventions/salons
FAQ



Pinterest

Branding
Boutique en ligne
Contenu style graphique
Contenu par
thème/Collection/Jeu
Boutique en ligne



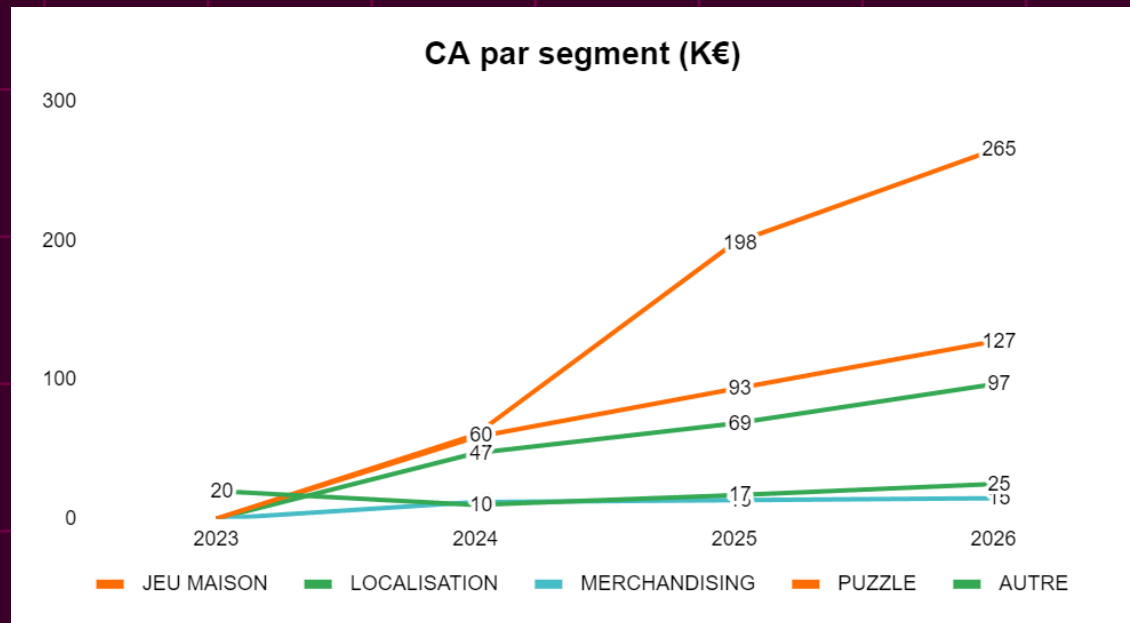
LinkedIn

B2B
Annonce salons/partenariats
Lancement de jeux/sites
Recrutement
Contenu blogueur/influence

14 - Ventres

Sur le jeu de société, une hausse de 115% entre 2024 et 2026.

Explosion du puzzle entre 2024 et 2026 avec +341% et plus de 20 références en stock !



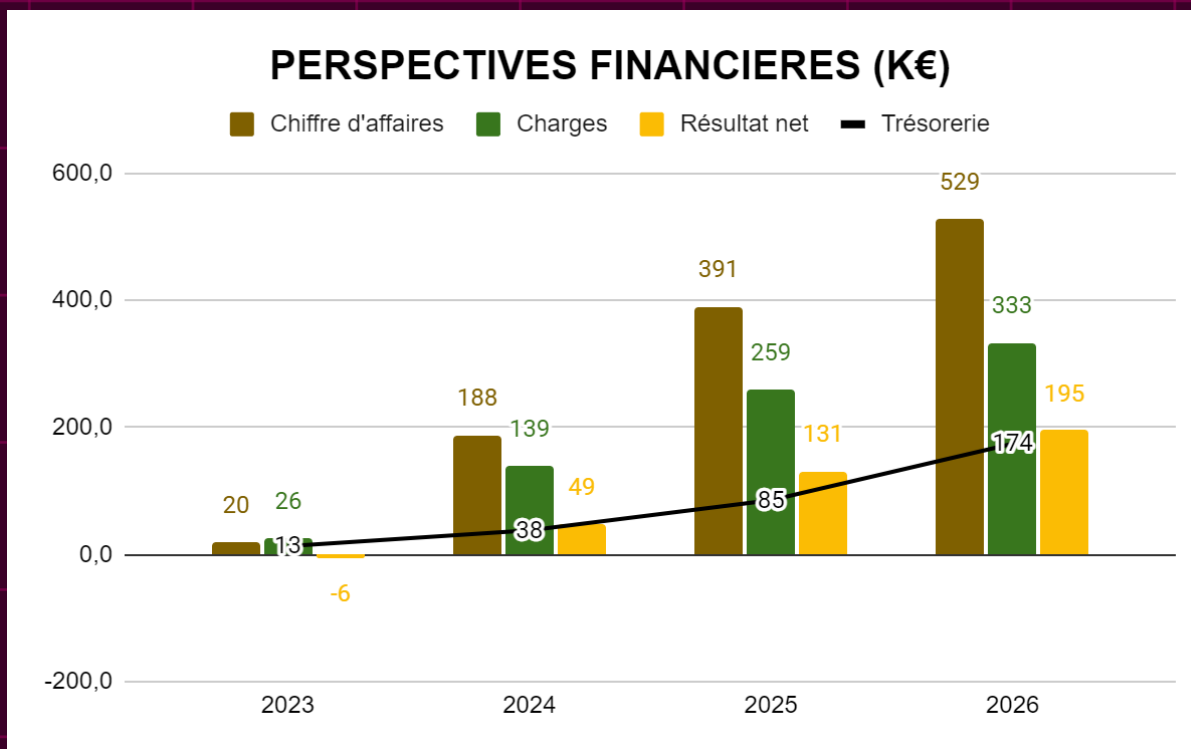
K€	2023	2024	2025	2026
JEU MAISON	-	59	93	127
LOCALISATION	-	47	69	97
MERCHANDISING	-	12	13	15
PUZZLE	-	60	198	265
AUTRE	20	10	17	25

15 – Perspectives financières

	2023	2024	2025	2026
Chiffre d'affaires	20,0	188,1	390,6	528,7
Charges	25,8	139,4	259,2	333,4
Résultat net	-5,8	48,7	131,3	195,2
Trésorerie	13,2	37,9	85,3	174,3

Une croissance de la trésorerie de plus de 100% chaque année entre 2024 et 2026.

Un résultat net multiplié par 4 en 2 ans !



16.a – Plan de financement

L'emprunt de 50 000 EUR vient financer un besoin de fonds de roulement afin de lancer la production des jeux de société.

Poste	Sous-Poste	Jeu	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2026
CHIFFRE D'AFFAIRES			20 000	188 114	390 571	528 679
AUTRES PRODUITS				39 429	6 269	45 698
Variation stock				39 429	6 269	45 698
COUT DE PRODUCTION			- 18 879	- 121 002	- 124 151	- 189 451
Achat des jeux				- 87 131	- 82 700	- 124 050
Droit d'auteur			- 5 841	- 10 741	- 21 201	- 42 401
Illustration			- 12 864	- 8 500	- 6 500	- 8 000
Frais technique			- 174	- 14 630	- 13 750	- 15 000
MARGE BRUTE			1 121	67 112	266 420	339 228
<i>Taux de marge</i>			6%	55%	215%	179%
AACE			- 4 591	- 46 697	- 61 185	- 87 194
Location			- 13	- 188	- 188	- 188
Etudes et recherches				- 6 060	- 3 500	- 4 000
Honoraires			- 2 171	- 4 250	- 6 000	- 7 000
Publicité			- 476	- 28 100	- 37 500	- 88 000
Transports			- 35	- 4 499	- 8 997	- 17 994
Déplacements			- 1 896	- 2 000	- 3 000	- 3 000
Divers				- 1 600	- 2 000	- 3 000
IMPOTS				-	- 632	- 2 422
CVAE				-	-	-
CFE				-	- 632	- 2 422
CHARGE DE PERSONNEL					- 40 000	- 40 000
DAP						
CHARGES DIVERSES			- 2 303			
RESULTAT D'EXPLOITATION			- 5 773	59 845	170 873	255 310
PRODUITS FINANCIERS						
CHARGES FINANCIERES				- 2 532	- 1 406	- 662
RESULTAT FINANCIER			-	- 2 532	- 1 406	- 662
PRODUITS EXCEPTIONNELS						
CHARGES EXCEPTIONNELLES						
RESULTAT EXCEPTIONNEL			-	-	-	-
RESULTAT AVANT IMPOT			- 5 773	57 313	169 467	254 648
IS				- 8 635	- 38 117	- 59 412
RESULTAT NET			- 5 773	48 678	131 350	195 236

16.b – Trésorerie

L'emprunt de 50 000 EUR vient financer un besoin de fonds de roulement afin de lancer la production des jeux de société.

	31/12/2023	1/1/2024	1/2/2024	1/3/2024	1/4/2024	1/5/2024	1/6/2024	1/7/2024	1/8/2024	1/9/2024	1/10/2024	1/11/2024	1/12/2024	FY 24
SOLDE OUVERTURE		13 184	6 727	45 965	18 370	56 459	42 700	24 997	- 179	7 702	5 689	8 722	14 577	
ENCAISSEMENTS		10 000	50 000	-	63 315	2 024	2 024	4 306	17 913	17 913	13 529	27 136	45 357	253 517
ESC EDITIONS		10 000												10 000
Ventes Neoludis Ferme							12 592	8 396		8 396		31 907		61 292
Ventes Neoludis consignation													6 221	6 221
Ventes MAD								2 282	2 282	2 282	2 282	2 282	2 282	13 694
Ventes Site Internet					2 024	2 024	2 024	2 024	2 024	2 024	11 246	11 246	11 246	45 881
Ventes Salons/Pop-up									13 608	13 608		13 608	13 608	54 431
Recettes internationales													12 000	12 000
Financement trésorerie			50 000											50 000
Affacturage					61 292	-	12 592	- 8 396	-	8 396	-	31 907		
Augmentation capital														-
DECAISSEMENTS	-	16 457	10 762	27 594	25 227	15 782	19 727	29 482	10 032	19 926	10 496	21 282	22 066	228 832
TVA	-	3 477							55	1 789	1 769	7 885	5 391	20 365
PRODUCTION JEUX	-	7 875	5 715	16 120	14 000	8 475	12 000	19 775						83 960
FRAIS TECHNIQUES	-	3 374	1 680	720	1 560	1 320		540	2 160	10 500		3 000	5 400	30 254
PUBLICITE	-	675	2 076	396	4 716	996	2 796	2 856	5 856	4 776	2 616	2 136	2 256	32 151
LOGISTIQUE	-			6 907				4 860	60	60	60	2 760	2 760	17 467
MINIMUM GARANTI	-				4 500	3 700	2 200				4 000		2 000	16 400
DEVELOPPEMENT JEUX	-	1 057		2 040			1 200	1 000		900	150			6 347
COMPTABILITE	-		480	240	240	240	1 320	240	240	240	240	240	1 380	5 100
DEPLACEMENTS	-		600	960		840								2 400
AUTRE	-													
INTERETS	-		211	211	211	211	211	211	211	211	211	211	211	2 321
REM EMPRUNT	-									1 450	1 450	1 450	1 450	7 250
SOLDE CLOTURE	13 184	6 727	45 965	18 370	56 459	42 700	24 997	179	7 702	5 689	8 722	14 577	37 869	
TVA COLLECTEE		0,00	0,00	0,00	337,26	337,26	2 435,86	2 117,03	2 985,58	4 384,98	2 254,78	9 840,62	7 559,55	
TVA DEDUCTIBLE		-674,70	-806,00	-1 537,20	-1 086,00	-566,00	-686,00	-1 416,00	-1 386,00	-2 596,00	-486,00	-1 956,00	-2 169,00	
SOLDE TVA		-674,70	-1 480,70	-3 017,90	-3 766,64	-3 995,38	-2 245,52	-1 544,49	55,09	1 788,98	1 768,78	7 884,62	5 390,55	

FOCUS TRESORERIE 2024

	janv. 2024	févr. 2024	mars 2024	avr. 2024	mai 2024	juin 2024	juil. 2024	août 2024	sept. 2024	oct. 2024	nov. 2024	déc. 2024
Encaissements	10	50	0	63	2	2	4	18	18	14	27	45
Chiffre d'affaires	10		0	2	2	15	13	18	26	14	59	45
Emprunt		50										
Affacturage				61		-13	-8	0	-8	0	-32	0
Decaissements	16	11	28	25	16	20	29	10	20	10	21	22
Trésorerie	7	46	18	56	43	25	0	8	6	9	15	38

17 – Perspectives de développement



Objectif 2026

- Un catalogue de 30 jeux
 - 2 collections de Puzzle pour au minimum 12 puzzles
- +200% de C.A vs 2024

Horizon 2030

- Développer sa propre structure de distribution
- Développer l'activité sous de nouveaux angles :



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

Musoka Studio

Jeu de société &
Puzzle



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

Musoka Store

E-shop avec :

- Produits Musoka
- Produits en lien avec la pop culture et l'Asie (via nos distributeurs)
- Import des jeux asiatiques en langue originale



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

Musoka Edition

Maison d'édition sur :

- Le manga
- Le webtoon
- Artbook
- Classique de la littérature asiatique



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

Musoka Agency

Agence avec les missions suivantes :

- Agent pour les éditeurs français sur le marché asiatique
- Agence de design et de consulting sur le jeu de société & merchandising



MUSOKA
STUDIO
ゲームブランド

Musoka Café

Board Game Cafe sur
Paris

Mars 2024

2027

En cours

2026/2027



MUSOKA

STUDIO

ゲームブランド

MERCI !

MAIL : MAXIME@MUSOKASTUDIO.COM

SITE WEB : [HTTPS://MUSOKASTUDIO.COM](https://MUSOKASTUDIO.COM)