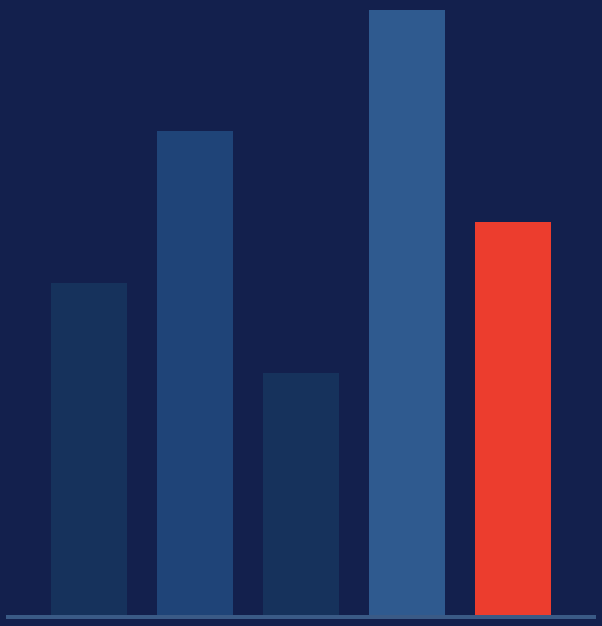
finopia
VOUS ACCOMPAGNER POUR DEMAIN



LIVRE BLANC · PERFORMANCE FINANCIÈRE

La rentabilité par segment, *enfin lisible.*

Comment AnalytiKs transforme un simple Fichier des Écritures Comptables (FEC) en comptabilité analytique par produit et par canal — sans ERP, sans projet de six mois.

AnalytiKs
lets-analytiks.tech

Septembre 2026
Édition n°1

SOMMAIRE

Ce que vous trouverez dans ce document

01 Synthèse exécutive — 3
Les trois messages à retenir

02 Le constat : la moyenne masque la performance — 4
Pourquoi un résultat global ne suffit plus à piloter

03 Les quatre obstacles de l'analytique en PME — 5
Données, outils, clés de répartition, temps

04 L'approche AnalytiKs — 6
Du FEC au compte de résultat par segment

05 Méthodologie de ventilation — 7
Affectation directe et répartition des charges indirectes

06 Déploiement en quatre semaines — 8
Phasage, livrables, responsabilités

07 Étude de cas : un détaillant de chaussures à La Réunion — 9
Contexte, rentabilité par magasin, rentabilité par famille

08 Mesurer la valeur — 12
Délai de retour sur investissement, sources de gain

09 Recommandations — 13
Feuille de route pour la direction financière

À qui s'adresse ce livre blanc ? Dirigeants de PME et d'ETI, directeurs administratifs et financiers, experts-comptables et contrôleurs de gestion qui disposent d'une comptabilité générale fiable mais d'aucune vision de la rentabilité par activité.

© FINOPIA 2026 — Document à diffusion externe

01 — SYNTHÈSE EXÉCUTIVE

Votre FEC contient déjà votre comptabilité analytique

Chaque entreprise française produit un FEC. Bien structuré, il permet de reconstituer la rentabilité de chaque famille de produits et de chaque canal de vente — à partir de règles simples, auditables et réutilisables chaque mois.

11 001	6	2	19	156
écritures FEC traitées dans le cas étudié	segments produits suivis en analytique	canaux de vente distingués (CASC, DUPA)	règles d'affectation directe	lignes de répartition indirecte

1 **Le résultat global est une moyenne qui trompe.**

Dans notre cas d'étude, deux magasins aux marges quasi identiques (59,3 % et 58,3 %) affichent des contributions différentes de 2,6 points, et la maroquinerie contribue deux fois moins que la chaussure. Rien de cela n'apparaît dans le compte de résultat global.

2 **L'analytique n'exige ni ERP ni ressaisie.**

Le plan de comptes porte déjà l'information : les comptes 607x et 707x identifient le produit, les journaux et les comptes de loyers identifient le point de vente. AnalytiKs lit le FEC et applique des règles de ventilation paramétrées une fois.

3 **La valeur vient des décisions, pas du tableau.**

Arbitrer l'assortiment, renégocier une surface, ajuster un prix : la marge par segment devient un outil de décision mensuel. Le déploiement type tient en quatre semaines.

> *« Ce n'est pas la donnée qui manque aux PME, c'est la grille de lecture. Le FEC est la source la plus fiable et la plus sous-exploitée de l'entreprise. »*
>
> Parti pris méthodologique FINOPIA

© FINOPIA 2026

02 — LE CONSTAT

La moyenne masque la performance

Un compte de résultat global répond à la question « gagnons-nous de l'argent ? ». Il ne dit jamais *où*, ni *avec quoi*.

Ce que voit la direction

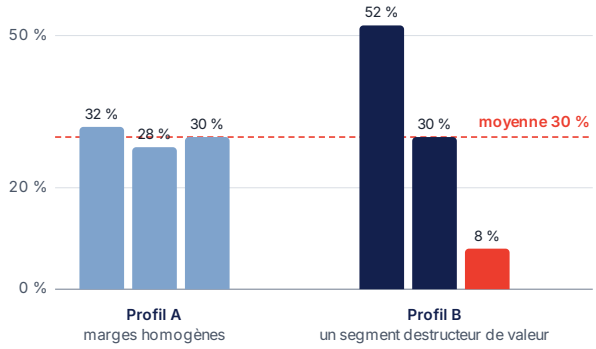
Une marge brute globale, un résultat d'exploitation, une trésorerie. Les indicateurs sont justes, mais agrégés : un segment très rentable peut financer silencieusement un segment déficitaire pendant plusieurs exercices.

Ce qu'elle ne voit pas

- La marge réelle de chaque famille de produits, après coûts d'achat, emballage et transport.
- La contribution de chaque point de vente une fois les loyers et le personnel imputés.
- Le poids des segments accessoires dans les charges fixes.
- L'évolution mois par mois de ces marges, pour réagir avant la clôture.

Figure 1 — Une même marge globale, deux réalités

Taux de marge par segment, illustration pédagogique



Données fictives, pondérations égales. Même moyenne, décisions opposées.

Pour le dirigeant

Savoir quelles activités financent la croissance et lesquelles la freinent.

Pour le DAF

Disposer d'un reporting segmenté réconcilié avec la comptabilité générale, au centime.

Pour l'expert-comptable

Proposer une mission de conseil à forte valeur, sans ressaisie ni retraitement manuel.

© FINOPIA 2026

03 — LES OBSTACLES

Pourquoi si peu de PME pilotent par segment

L'analytique est enseignée partout mais pratiquée rarement. Quatre freins expliquent l'écart — et chacun a une réponse concrète.

OBSTACLE 1 · DONNÉES

L'information semble absente

Aucun code analytique n'a été saisi. En réalité, les comptes de classe 6 et 7 sont souvent déjà subdivisés par famille de produits : l'axe analytique existe, il n'a simplement jamais été lu comme tel.

Réponse : exploiter la granularité native du plan de comptes.

OBSTACLE 2 · OUTILS

Les ERP sont surdimensionnés

Un module analytique d'ERP suppose un projet d'intégration, une saisie ventilée à la source et une formation des équipes. Le coût d'entrée dissuade la majorité des PME.

Réponse : travailler en aval, sur le FEC, sans toucher au logiciel comptable.

OBSTACLE 3 · MÉTHODE

Les clés de répartition font débat

Comment répartir un loyer, un salaire, une facture d'électricité ? Faute de règle partagée, le chantier s'enlise dans la discussion ou produit des chiffres contestés.

Réponse : des clés simples, documentées, révisables — au prorata des ventes par défaut.

OBSTACLE 4 · TEMPS

Le tableur ne tient pas la durée

Le fichier Excel construit pour une clôture est rarement mis à jour la suivante. Sans automatisation, l'analytique reste un exercice ponctuel.

Réponse : des règles stockées une fois, rejouées à chaque import mensuel.

> *Le bon niveau de précision n'est pas le maximum possible, mais celui qui permet une décision. Une clé juste à 90 % appliquée chaque mois vaut mieux qu'une clé parfaite jamais calculée.*

© FINOPIA 2026

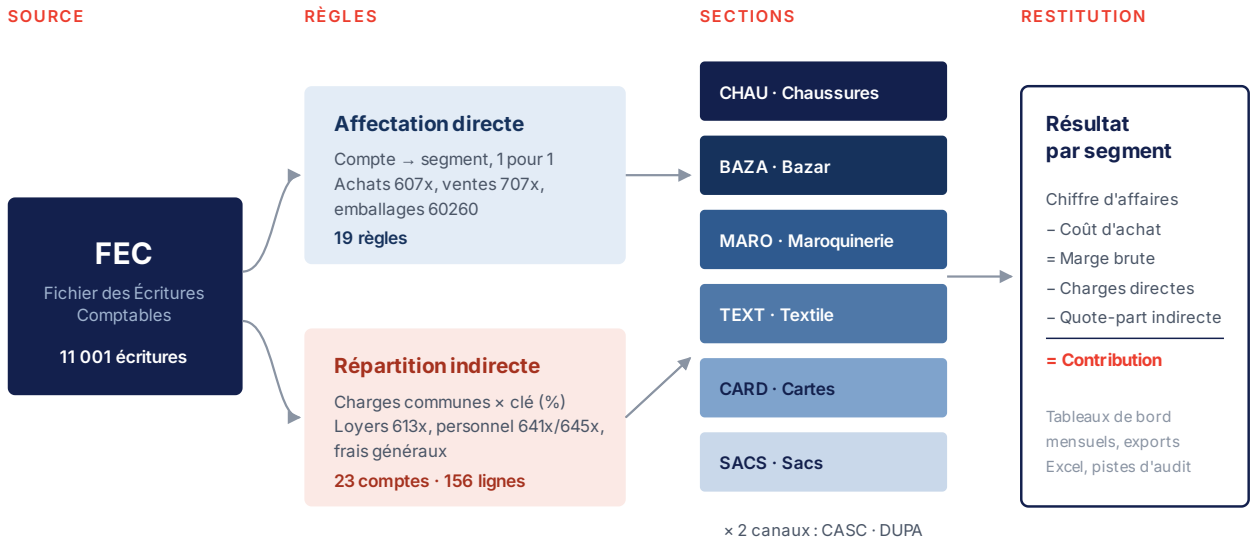
04 — L'APPROCHE ANALYTIKS

Du FEC au compte de résultat par segment

AnalytiKs s'insère après la comptabilité générale. Il n'en modifie aucune écriture : il les lit, les classe et les ventile selon des règles explicites.

Figure 2 — Chaîne de traitement AnalytiKs

Chaque étape est traçable : toute ligne du résultat analytique renvoie à ses écritures sources



Non intrusif

Aucune modification du logiciel comptable ni des habitudes de saisie. Le FEC exporté suffit.

Réconcilié

La somme des segments égale le total de la comptabilité générale : aucun écart d'arrondi non expliqué.

Réutilisable

Les règles sont paramétrées une fois puis rejouées à chaque nouvel import mensuel.

Tableau 2 — Positionnement face aux alternatives

Critère	Tableur manuel	Module analytique ERP	AnalytiKs sur FEC
Délai de mise en place	Quelques jours	Plusieurs mois	**Quatre semaines**
Impact sur la saisie	Aucun	Ventilation à la source	**Aucun**
Mise à jour mensuelle	Manuelle, fragile	Automatique	**Automatique**
Réconciliation comptable	Non garantie	Garantie	**Garantie**
Traçabilité des clés	Faible	Variable	**Documentée ligne à ligne**

© FINOPIA 2026

05 — MÉTHODOLOGIE DE VENTILATION

Deux mécanismes, une règle d'or : la traçabilité

Toute charge est soit rattachable sans ambiguïté à un segment, soit partagée. La méthode traite les deux cas différemment, et documente chaque choix.

Tableau 1 — Matrice de ventilation par nature de compte

Cas étudié : distributeur de chaussures et d'articles complémentaires

Compte(s)	Nature	Mode	Règle appliquée
607000	Achats chaussures	DIRECT	100 % au segment CHAU
607100	Achats textile	DIRECT	100 % au segment TEXT
607200	Achats bazar	DIRECT	100 % au segment BAZA
607300	Achats maroquinerie	DIRECT	100 % au segment MARO
607400 / 607500	Achats cartes / sacs	DIRECT	100 % aux segments CARD / SACS
707x	Ventes de marchandises	DIRECT	Par sous-compte produit lorsque le détail existe
60260	Emballages	INDIRECT	Au prorata des ventes par segment
62x	Transport sur achats	INDIRECT	Au prorata des achats par segment
613x	Loyers des magasins	INDIRECT	Par magasin (CASC / DUPA), puis au prorata des ventes
641x / 645x	Salaires et charges sociales	INDIRECT	Par effectif affecté si disponible, sinon prorata ventes
6xx autres	Énergie, frais administratifs	INDIRECT	Au prorata du chiffre d'affaires du segment

Source : paramétrage AnalytiKs du cas étudié (19 règles directes, 156 lignes de répartition indirecte).

Clés mensuelles, pas annuelles

Les pourcentages de répartition sont recalculés chaque mois à partir des ventes réelles. Un segment saisonnier supporte ainsi ses charges au rythme de son activité, et non selon une moyenne annuelle qui lisserait les écarts.

Contrôle de complétude

Chaque clé est vérifiée : la somme des pourcentages par compte et par mois doit être égale à 100 %. Toute charge non affectée apparaît dans une section « non ventilé » visible, jamais absorbée en silence.

© FINOPIA 2026

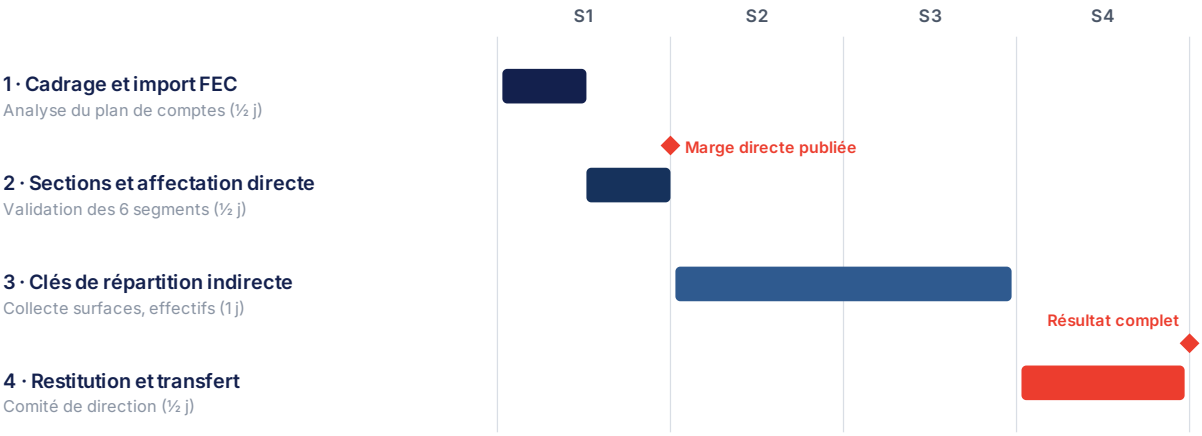
06 — DÉPLOIEMENT

Quatre semaines, de l'import au premier comité

Le déploiement est progressif : on publie d'abord une marge directe fiable, puis on enrichit avec les charges indirectes. La direction dispose d'un premier résultat dès la fin de la semaine 1.

Figure 3 — Planning type de déploiement

Semaines ouvrées, charge client indicative entre parenthèses



Phase	Livrables	Rôle du client
1 · Cadrage	Diagnostic du plan de comptes, cartographie des axes possibles	Fournir le FEC, valider les axes produit et canal
2 · Direct	6 sections créées, 19 règles d'affectation, marge brute par segment	Contrôler la cohérence avec l'intuition métier
3 · Indirect	156 lignes de clés mensuelles, contribution par segment et par canal	Arbitrer les clés contestables (loyers, personnel)
4 · Restitution	Tableau de bord, note de méthode, fichiers de paramétrage Excel	Nommer un référent pour les mises à jour mensuelles

> *Facteur clé de succès : désigner dès la semaine 1 un sponsor à la direction, qui tranche les clés de répartition contestées. Sans arbitre, la phase 3 tend à s'allonger.*

© FINOPIA 2026

07 — ÉTUDE DE CAS · 1/3

Deux magasins de chaussures, une seule question : où gagne-t-on ?

Un détaillant indépendant de chaussures, installé à La Réunion, exploite deux magasins (CASC et DUPA) et complète son offre par du bazar, de la maroquinerie, du textile et des sacs.

601,5 k€	2	6	11 001	122,4 k€
chiffre d'affaires HT du 1er semestre 2026	magasins, un seul compte de résultat	familles de produits achetées	lignes dans le FEC (janvier à juin)	résultat du semestre avant stocks et amortissements

La situation de départ

L'entreprise tient une comptabilité générale propre, produite par son cabinet. Le dirigeant reçoit chaque année un bilan et un compte de résultat **unique pour les deux magasins**. Il n'existe ni code analytique, ni tableau de bord par magasin, ni suivi de la marge par famille de produits.

Les trois questions du dirigeant

1. **Mes deux magasins sont-ils aussi rentables l'un que l'autre**, une fois le loyer de chacun pris en compte ?
2. **Les rayons complémentaires valent-ils la place qu'ils occupent** — bazar, maroquinerie, textile, sacs ?
3. **Puis-je suivre cela chaque mois** sans demander un travail supplémentaire à mon comptable ?

Tableau 3 — Ce que contient le FEC du semestre

Nombre de lignes par journal, 1er janvier – 30 juin 2026

Journal	Lignes	Utilité analytique
Ventes	2 752	CA par famille (707x)
Caisse CASC	1 012	Encaissements CASC
Caisse DUPA	1 155	Encaissements DUPA
Achats march.	1 838	Achats par famille, magasin
Frais généraux	191	Loyers, énergie, honoraires
Banque	2 519	Aucune (trésorerie)
Opérations diverses	1 225	Paie, régularisations
Emprunt, reports	309	Aucune (bilan)

Où se cachait l'information analytique

Dans le numéro de compte

Les achats (607000 à 607400) et les ventes (707000 à 707300) étaient déjà subdivisés par famille : chaussures, textile, bazar, sacs, maroquinerie, cartes.

Dans le libellé d'écriture

Chaque facture fournisseur et chaque vente porte le code du magasin (« FAC … → CASC »), ce qui permet d'affecter 100 % des achats et du CA à un magasin.

Dans les comptes de frais

Loyer et électricité ont un compte par magasin (613210 / 613220, 606101 / 606102). Seuls les salaires et frais de structure restent communs.

© FINOPIA 2026 — Client anonymisé, données issues de son FEC

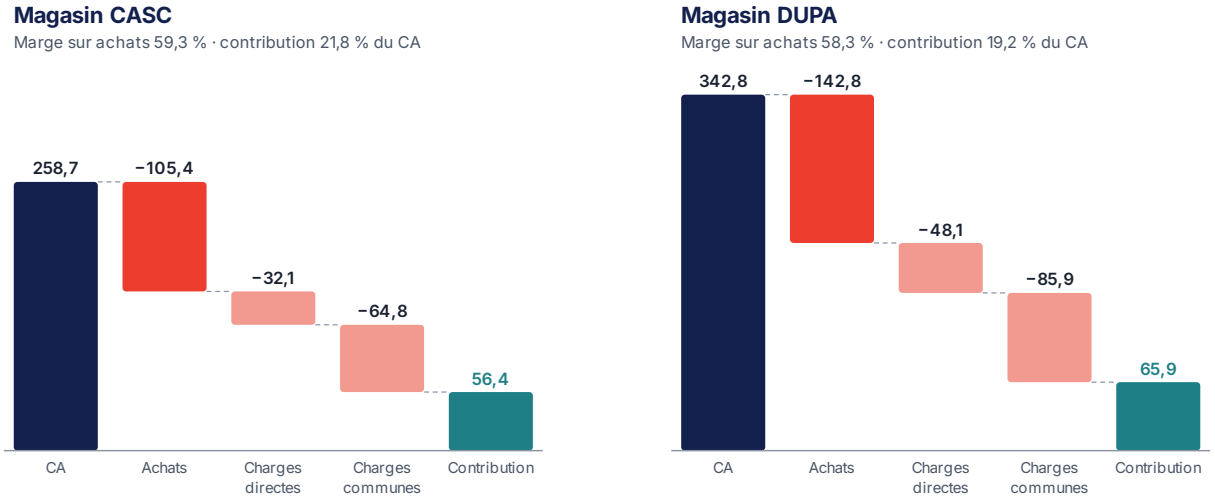
07 — ÉTUDE DE CAS · 2/3

Axe magasin : DUPA vend plus, CASC rentabilise mieux

DUPA réalise 57 % du chiffre d'affaires, mais son loyer pèse 12,6 % de ses ventes contre 10,5 % pour CASC. Au final, chaque euro vendu à CASC rapporte 2,6 centimes de plus au résultat.

Figure 4 — Du chiffre d'affaires à la contribution, par magasin

1er semestre 2026, en milliers d'euros HT · même échelle pour les deux magasins



Charges directes : loyer, électricité, entretien et emballages identifiés par magasin. Charges communes (salaires, charges locatives, honoraires, publicité, banque, intérêts : 150,7 k€ nets) réparties au prorata du CA, soit 43 % CASC et 57 % DUPA. Résultat avant variation de stocks et amortissements.

En k€ HT, S1 2026	CASC	DUPA	Total
Chiffre d'affaires	258,7	342,8	601,5
Achats de marchandises	−105,4	−142,8	−248,2
Marge sur achats	**153,4 · 59,3 %**	**200,0 · 58,3 %**	**353,3 · 58,7 %**
dont loyer du magasin	−27,3 · 10,5 %	−43,3 · 12,6 %	−70,5
Charges directes (total)	−32,1	−48,1	−80,3
Quote-part des charges communes	−64,8	−85,9	−150,7
Contribution du magasin	**56,4 · 21,8 %**	**65,9 · 19,2 %**	**122,4 · 20,3 %**

© FINOPIA 2026 — Client anonymisé, données issues de son FEC

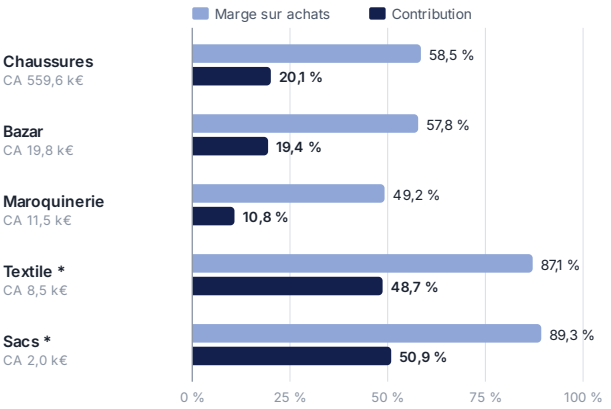
07 — ÉTUDE DE CAS · 3/3

Axe produit : la maroquinerie contribue deux fois moins

La chaussure fait 93 % des ventes et fixe la norme : environ 20 centimes de contribution par euro vendu. Le bazar suit ce rythme ; la maroquinerie, avec une marge plus faible, s'arrête à 10,8 %.

Figure 5 — Marge et contribution par famille

En % du CA de chaque famille, 1er semestre 2026



* Textile et sacs : achats du semestre très inférieurs aux ventes, probablement écoulées sur un stock antérieur. Taux à confirmer avec l'inventaire.

Tableau 4 — Compte de résultat par famille

En k€ HT · charges communes au prorata du CA

Famille	CA	Marge	Contrib.
Chaussures	559,6	327,1	112,3
Bazar	19,8	11,5	3,8
Maroquinerie	11,5	5,6	1,2
Textile *	8,5	7,4	4,2
Sacs *	2,0	1,8	1,0
Cartes Yoolook	—	−0,2	−0,2
Total	**601,5**	**353,3**	**122,4**

Cartes Yoolook : 0,2 k€ d'achats sans compte de vente dédié ; ventes probablement enregistrées en 707000.

Ce que le dirigeant a appris — et décidé d'examiner

Loyer de DUPA

DUPA cède 2,6 points de contribution à CASC : 2,1 points viennent du loyer, le reste d'une marge un peu plus faible. Le prochain renouvellement de bail devient un sujet chiffré.

Prix de la maroquinerie

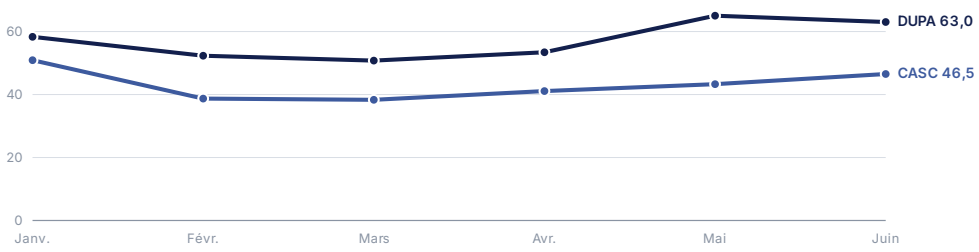
49 % de marge contre 58 % pour le reste du magasin. Une révision des coefficients ou des fournisseurs est à l'étude.

Fiabiliser le suivi

Créer un compte de vente pour les cartes, suivre les stocks par famille et affecter le personnel par magasin pour affiner les clés.

Figure 7 — Le suivi mensuel désormais disponible : CA par magasin

En milliers d'euros HT · janvier à juin 2026, rejoué à chaque import du FEC



© FINOPIA 2026 — Client anonymisé, données issues de son FEC

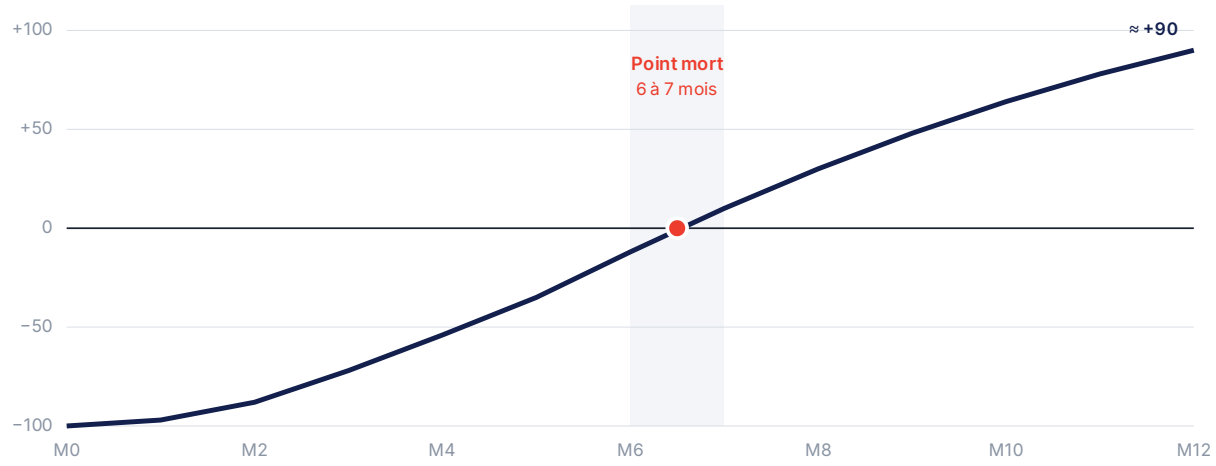
08 — MESURER LA VALEUR

Un investissement amorti en moins d'un an

La valeur de l'analytique se mesure aux décisions qu'elle déclenche : réallocation de linéaire, révision de prix, abandon ou relance d'une gamme.

Figure 6 — Gain cumulé net de l'investissement

Base −100 = coût de déploiement et d'abonnement de la première année · trajectoire estimée



Estimation FINOPIA fondée sur une hypothèse de gain de marge progressif après les premières décisions d'assortiment. Chaque entreprise doit rejouer le calcul sur ses propres données.

4 sem.
pour un premier résultat analytique complet

6–7 mois
de délai de retour sur investissement estimé

0
ressaisie dans le logiciel comptable

Sources de gain les plus fréquentes

- **Assortiment :** réduire ou repositionner les segments à contribution négative.
- **Prix :** ajuster les coefficients là où la marge brute ne couvre pas les coûts fixes.
- **Surfaces :** réallouer le linéaire en fonction de la contribution au m².
- **Temps :** remplacer le retraitement manuel sous tableur par un import mensuel.

© FINOPIA 2026

09 — RECOMMANDATIONS

Cinq principes pour réussir son analytique par segment

Notre expérience de déploiement se résume en cinq principes, applicables quelle que soit la taille de l'entreprise.

1 **Partir du plan de comptes existant**

Avant de créer un nouvel axe, vérifier ce que les subdivisions de comptes disent déjà. C'est souvent 80 % du chemin.

2 **Publier la marge directe d'abord**

Un résultat partiel mais incontestable crée l'adhésion. Les clés indirectes viennent ensuite, et se discutent sur une base partagée.

3 **Documenter chaque clé de répartition**

Une clé non écrite est une clé contestée. Chaque pourcentage doit être rattaché à une source : ventes, surfaces, effectifs.

4 **Réconcilier avec la comptabilité générale**

La somme des segments doit égaler le total comptable. Sans cette garantie, le reporting analytique perd sa crédibilité au premier écart.

5 **Instaurer un rituel mensuel**

L'analytique ne vaut que si elle est regardée. Un comité de 30 minutes chaque mois, autour de la cascade par segment, suffit à ancrer la pratique.

> *Prochaine étape : un diagnostic gratuit de votre FEC. Nous identifions en une séance les axes analytiques déjà présents dans votre plan de comptes.*

© FINOPIA 2026

finopia
VOUS ACCOMPAGNER POUR DEMAIN

Transformez votre FEC en outil de pilotage.

PLATEFORME

AnalytiKs
lets-analytiks.tech

CONTACT

Philippe Sandjivy
philippe.sandjivy@finopia.fr

Ce document est fourni à titre d'information générale. Les données de l'étude de cas sont anonymisées ; les figures signalées comme illustratives ou estimées ne constituent pas des résultats garantis. © FINOPIA 2026. Tous droits réservés.