



UPPØR

**RÉVOLUTIONNER
LA BOISSON SOCIALE
SANS ALCOOL**

Le plaisir sans compromis

NOUS SOMMES EN MISSION

IMAGINEZ UN MONDE OÙ BOIRE SOCIALEMENT EST
UN PLAISIR SANS LENDEMAIN DIFFICILE

UPPER TRANSFORME CETTE VISION EN RÉALITÉ EN
ALLIANT QUALITÉ, SANTÉ ET CONVIVIALITÉ



Notre mission : réinventer la manière de boire, ensemble

L'ÉQUIPE : ENTREPRENEURS ET LEADERS D'INDUSTRIE



GUILLAUME VILAIN
SERIAL FOUNDER

Créateur visionnaire avec 7 ans d'expérience, 3 marques développées, un doctorat en Sciences et une expertise en sourcing et formulation.



RODOLPHE PAOLI
EX-CEO DIAGEO

Stratège global avec 20 ans chez Diageo, Pepsico et Philip Morris, gestion de marques générant 4 milliards d'euros et un réseau clé dans l'industrie des boissons.



JÉRÔME TOUCHEBOEUF
EX-CEO FULLSIX

Expert en marketing, fondateur de Fullsix, reconnu pour des campagnes innovantes et une vision créative stratégique.



STÉPHANE LACOURT
EXPERT COMMERCIAL

Leader commercial avec 25 ans d'expérience, spécialiste du commerce de détail et de l'expansion d'équipes et de startups de boissons.



OPPORTUNITÉ DE MARCHÉ

UNE CROISSANCE DE MARCHÉ FULGURANTE

Le marché des boissons non alcoolisées: 30 Mds€ (CAGR +7%) en 2025

Croissance détaillée :

- **États-Unis** : +35% CAGR
- **Europe** : +10% CAGR
- **Asie-Pacifique** : +12% CAGR

Le segment RTD (ready to drink) : +36% (IWSR 2022)

Croissance e-commerce dans la boisson : +23%

UN COMPORTEMENT DE MODÉRATION

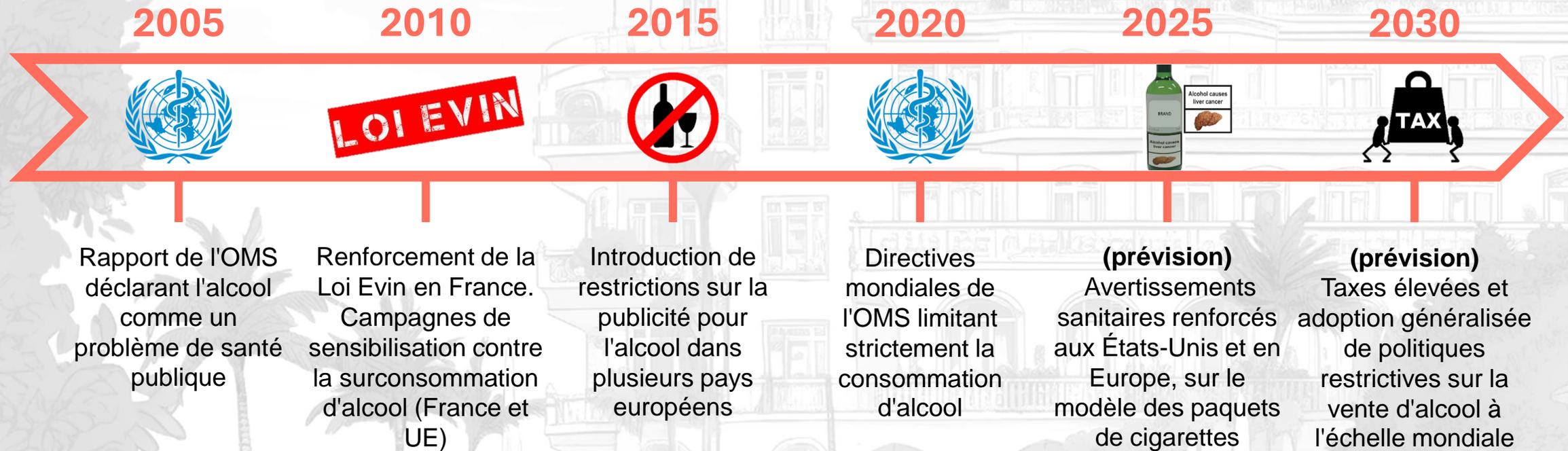
45% des **Millennials** (28-43 ans)

65% des **GenZ** (<28 ans)

réduisent leur consommation d'alcool

Les consommateurs Millennials et GenZ favorisent les achats en ligne.

UN CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE EN MUTATION



2035 (PRÉVISION)

Évolution vers une norme sociale sans alcool

Les alternatives sans alcool deviennent la norme pour les célébrations et les rencontres sociales, particulièrement dans les environnements professionnels et familiaux.

UN MOUVEMENT IRRÉVERSIBLE : INVESTIR AUJOURD'HUI DANS UPPER, C'EST PARTICIPER À LA RÉVOLUTION SOCIALE DE DEMAIN

UN PRODUIT, DES CONSOMMATEURS MULTIPLES

Upper répond aux besoins variés de consommateurs qui recherchent une alternative qualitative et sans compromis, pour des raisons qui leur sont propres

CIBLES N°1



**FEMME ENCEINTE
OU ALLAITANTE**

*Exclusion sociale
lors des moments
festifs*



**SPORTIF &
HEALTH CONCIIOUS**

*Besoin de rester
performant et hydraté
sans impact négatif*



**CONSOMMATEUR
MODÉRÉ**

*Éviter les effets
secondaires de
l'alcool*

CIBLES N°2



**MILLENNIALS
ET GENZ**

*Recherche de produits
tendance, alignés sur
leurs valeurs*



SENIORS

*Contraintes de santé
limitant l'alcool*



**CONTRAINTE
MÉDICALE**

*Restriction liée à la
santé empêchant de
consommer de l'alcool*

DES CLASSIQUES ET DES INNOVATIONS À VENIR



100% NATUREL



PEU CALORIQUE



SANS ALCOOL



FAIT EN FRANCE



- **La Collection « Grands Classiques »** déjà disponible : Spritz, Mojito, Moscow Mule, GinTo aux saveurs au plus proche des équivalents alcoolisés
- **Lancement 2025** : Une marque complètement rebrandée avec un univers de marque plus premium et de nouvelles innovations
- Des corridors d'innovations définis pour les années à venir

CE QUI REND UPPER UNIQUE

COMPARAISON DES LEADERS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Marque	Prix / Btle (grande distri)	Calories*	Sucre*	Arômes naturels	Agent sucrant	Additifs
UPPØR	2,90€	18,2	3,1g	✓	Sirop d'agave	Acide citrique
Sir James 101	2€	36,5	8,7g	x	Sucre, glucose-fructose	Acide citrique, acide ascorbique, E414, E445, E150a, E120, E466
ISH	2,95€	30,7	6,8g	✓	Sucre	Acide citrique, sorbate de potassium, citrate de sodium

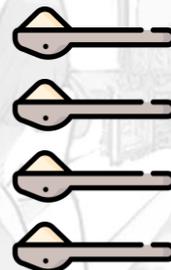


MADE IN FRANCE

UPPER 



ISH 

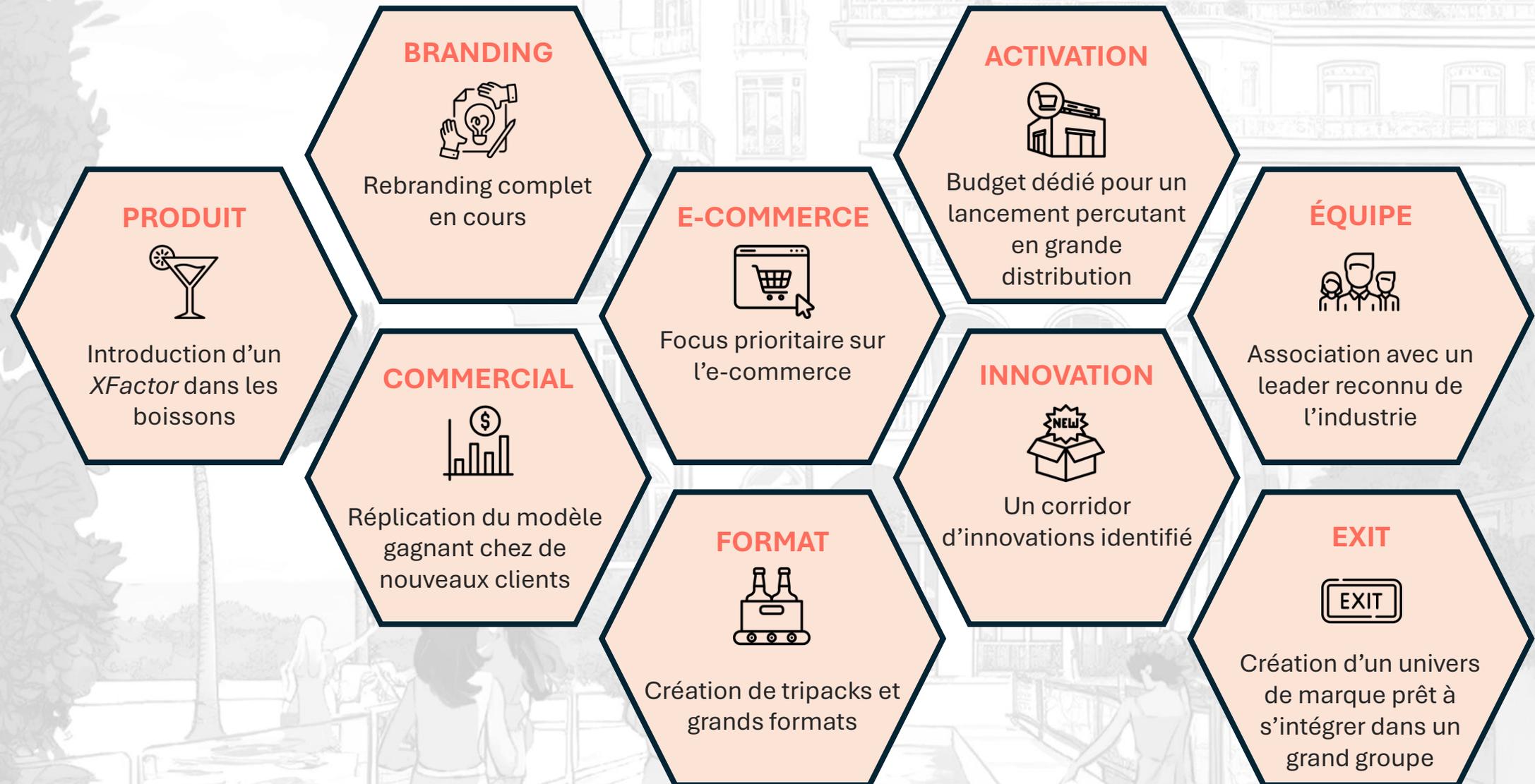


Sir James 101 



* Valeurs pour 100mL

500 000 € INVESTIS : UNE BASE SOLIDE POUR ACCÉLÉRER



ROADMAP 2024-2025

PHASE 1

FIXER LES BASES

Nov-Déc 2024



REBRANDING



REFORMULATION

PHASE 2

PROUVER LE MODÈLE

Jan-Juillet 2025



OPTIMISATION DES VENTES



EXTENSION DU PORTEFEUILLE

PHASE 3

ACCÉLÉRER

Août-Déc 2025



OPTIMISATION DES CANAUX



EXPANSION GÉOGRAPHIQUE

250K€ BRIDGE

1M€

UNE CROISSANCE SOLIDE ET RÉALISTE

NOTRE EXPANSION AUJOURD'HUI

500 points de vente actifs

Distribution nationale chez VandB

Fidélité client : 65% des ventes sont du réassort

Produit "best-seller" dans les points de vente

MARGES

En augmentation de 35% à 65%

HYPOTHÈSES PRINCIPALES

Croissance du réseau de distribution

Expansion géographique (Paris, Lyon, export ciblé).

Augmentation du panier moyen grâce aux nouveaux formats (tripack, 75 cl) et nouvelles gammes.

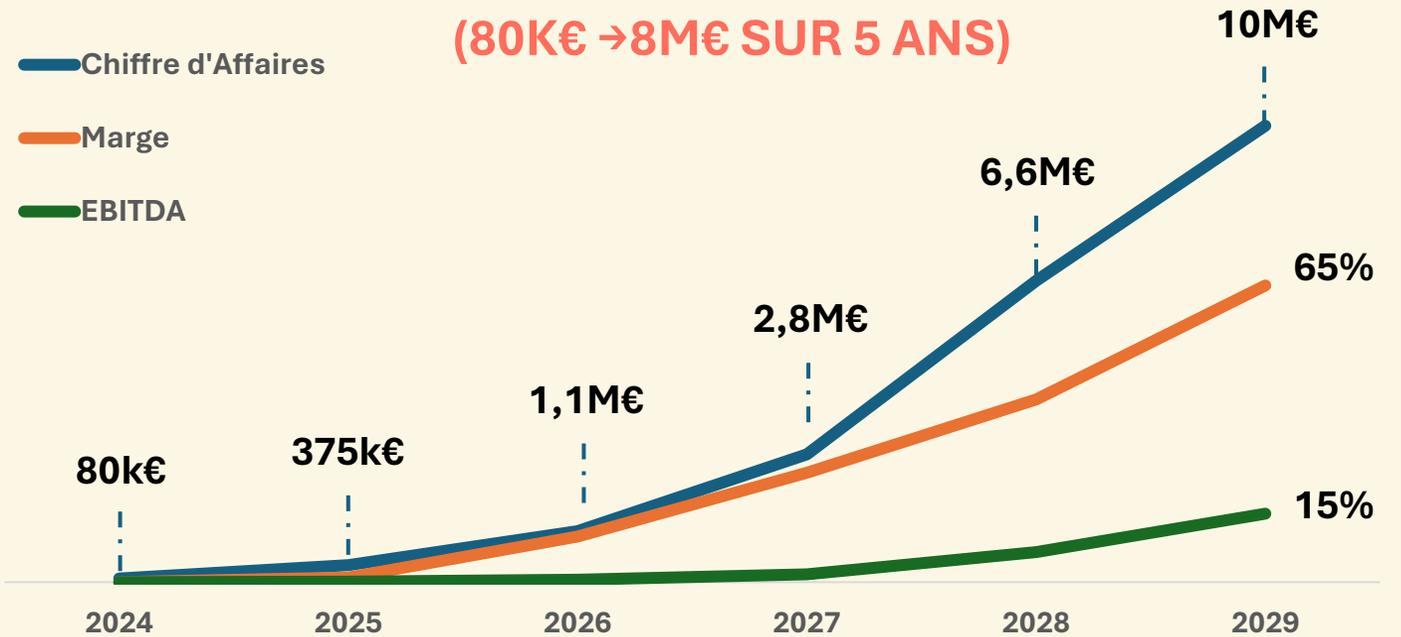
Vente en ligne : 30% du CA d'ici 2026.

PLAN DÉTAILLÉ ET BUSINESS PLAN DISPONIBLES

POST NDA

CROISSANCE DU CA

(80K€ → 8M€ SUR 5 ANS)



Levée 250k€
(Valo 1,4M€)

Levée 1M€
(Valo 5M€)

Phase exit
Valo 15-25M€

Cavistes / online

CHR

Grande Distribution
Partenaires distrib.

Expansion internationale

BP DÉTAILLÉ ANNÉES 2025 À 2027

BP OUSIA/UPPER 2025-2027	2025	2026	2027
Chiffre d'affaires Net	374 102 €	1 120 456 €	2 800 789 €
Ventes BtoB	303 200 €	683 478 €	1 456 410 €
Ventes en ligne	52 197 €	280 114 €	980 276 €
Export	18 705 €	156 864 €	364 103 €
Coût des biens (COGS)	158 276 €	426 616 €	836 727 €
Marge brute de production	215 827 €	693 840 €	1 964 062 €
Marketing et Communication	64 500 €	243 432 €	416 778 €
Charges d'exploitation	115 396 €	285 023 €	576 840 €
Salaires	67 357 €	167 620 €	418 998 €
Frais généraux et administratifs	26 401 €	71 806 €	63 833 €
Frais de distribution	12 007 €	33 614 €	84 024 €
Amortissements et dépréciations	9 631 €	11 983 €	9 985 €
Résultat d'exploitation	35 930 €	165 384 €	970 444 €
Impôts	- €	22 500 €	35 010 €
Hors Exploitation	55 867 €	55 867 €	10 867 €
Remboursements Bancaires	10 867 €	10 867 €	10 867 €
Charges exceptionnelles (dette étalée sur 2 ans)	45 000 €	45 000 €	- €
Résultat net	(19 937) €	87 017 €	924 567 €

HYPOTHÈSES DE CROISSANCE MAJEURES

2025 : Une croissance rapide

- Reformulation des boissons pour ajouter un « X-Factor »
- Rebranding complet de la marque
- Acquisition de clients à haute valeur : distributeurs et chaînes
- Automatisation de l'acquisition des clients indépendants
- Lancement de l'e-commerce
- Time to market

2026 : le cash flow positif

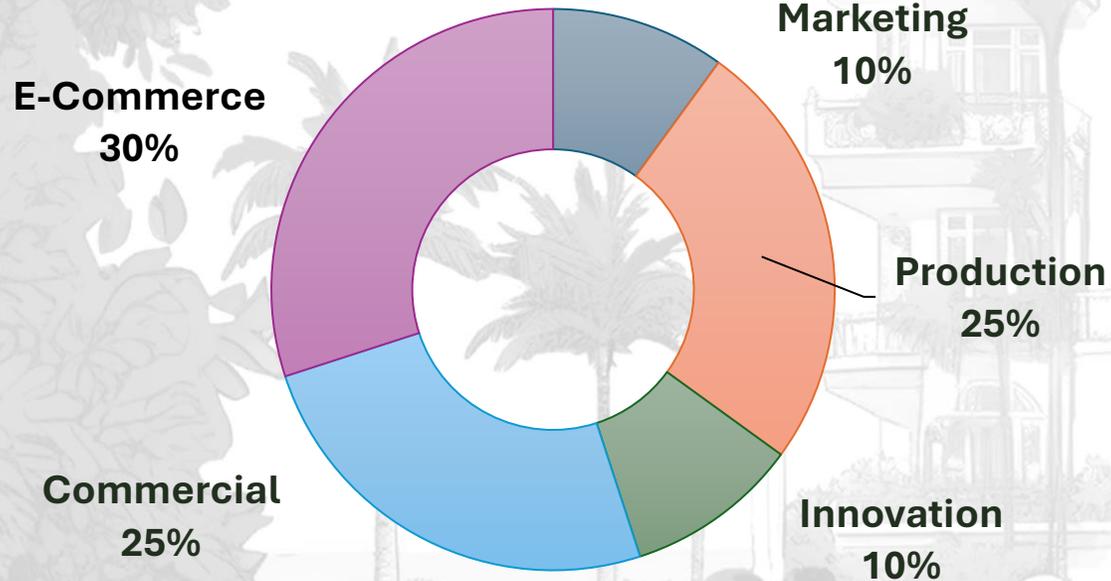
- Consolidation des partenariats BtoB et expansion du e-commerce
- Stratégie marketing digitale optimisée
- Renforcement des contrats récurrents
- Activation de la grande distribution
- Démarrage de l'export
- Nouveaux formats et nouvelles gammes

2027 : le lancement de l'effort d'internationalisation

- Augmentation significative des revenus à l'export
- Croissance de la grande distribution
- Effet de levier des investissements marketing et opérationnels
- Optimisation des coûts logistiques et opérationnels

UTILISATION DES FONDS

UTILISATION DES FONDS (250K€)



UTILISATION DES FONDS

E-Commerce (30%) : Développement d'un site e-commerce optimisé, stratégie ads, influence, Test & Learn

Innovation (10%) : Développement de nouvelles saveurs et gammes de produits

Commercial (25%) : Renforcer les équipes terrain pour accélérer l'acquisition de points de vente

Marketing (10%) : Rebranding, promotion

Production (25%) : Scaling pour répondre à la demande croissante, amélioration des marges via économies d'échelle

PLANS DE FINANCEMENT FUTURS

Ce tour de financement d'amorçage ouvre la voie à un financement de série A dans 12 à 18 mois.

VOTRE INVESTISSEMENT ALIMENTE NOTRE CROISSANCE EXPONENTIELLE

UNE OPPORTUNITÉ UNIQUE À SAISIR MAINTENANT

MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

Marché 30 Mds€ (CAGR +7%) en 2025,
CAGR du RTD +36%

TIME TO MARKET

Marché prêt après 3 ans d'éducation de marché
Les multinationales s'agitent sur ce marché

UNE NOUVELLE ÉQUIPE UNIQUE

Parfait mix d'entrepreneurs et d'experts de l'industrie

UN NOUVEAU MODÈLE MIXTE

E-Commerce comme levier stratégique

UNE POSITION DE LEADER EN DEVENIR

500 points de vente déjà actifs
Retours clients très positifs
Concurrence limitée

ON PARLE DE NOUS



WILLIAM À MIDI

Émission de William Leymergie

“Ça c'est vraiment ma chouchoute.”

“Tu sens la vapeur d'alcool je trouve ça incroyable.”



FRANCE BLEU / FRANCE 3

Lou Boudry et Romain Ambro

“Ça sent l'alcool au nez et au goût ! ”

“C'est exactement la même chose, exactement le même goût”



LE FIGARO

À propos du Rumcito:

“Au nez, on s'y méprend. En bouche, on s'aperçoit que le gingembre fait à lui seul presque tout le travail, épaulé par une jolie note fumée qui reste le secret de fabrication de la marque. Le mimétisme est à son comble.”



AUGUSTIN LABORDE

Le Paon qui Boit (plus grande cave sans alcool de France)

“C'est délicieux ! Un de nos best-sellers ! Un véritable succès chez nous, depuis le jour où on les a fait rentrer en rayon. On recommande chaudement !”



RAYON BOISSONS

Ugo Brusetti

“La startup Ousia plonge dans le grand bain”
“Ousia possède toutes les clés pour réussir”

REJOIGNEZ-NOUS!



Guillaume Vilain
CEO

✉ guillaume@ousiadrinks.com

☎ +33 (0)7 67 30 11 61



FENÊTRE D'OPPORTUNITÉ LIMITÉE

Les grands acteurs commencent à se positionner, mais Upper a l'avantage d'une exécution rapide grâce à une combinaison d'experts unique dans le milieu

UNE OPPORTUNITÉ UNIQUE

Un investissement aujourd'hui peut générer un ROI x10 en 5 ans
Stratégie de sortie claire via acquisition



ANNEXE 1 // 500 000 € INVESTIS : UNE BASE SOLIDE POUR ACCÉLÉRER

THÉMATIQUE	ENSEIGNEMENT CLÉ	PLAN D'ACTION
PRODUIT	Le goût est très apprécié, mais doit se distinguer davantage.	<ul style="list-style-type: none">➤ Introduction d'un « XFactor » pour un goût inimitable.➤ Formulation innovante pour renforcer l'unicité.
UNIVERS DE MARQUE	Une communication lifestyle forte, mais sous-utilisée.	<ul style="list-style-type: none">➤ Rebranding complet pour équilibrer lifestyle et fonctionnel.➤ Exploitation de l'ADN actuel dans une nouvelle approche de marque.
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	Succès prouvé sur 500 points de vente, mais dépendance à un seul client clé.	<ul style="list-style-type: none">➤ Réplication du modèle gagnant chez de nouveaux clients.➤ Identification et activation de partenaires stratégiques en grande distribution.
DIVERSIFICATION ET RÉSILIENCE	Besoin d'un canal de vente direct au consommateur (site e-commerce) optimisé	<ul style="list-style-type: none">➤ Création d'un site e-commerce dédié avec un focus storytelling.➤ Intégration de modèles d'abonnement pour fidéliser les clients.➤ Collaboration avec des influenceurs pour booster la notoriété.
PACKAGING ET FORMATS	Un packaging unique limité en attrait.	<ul style="list-style-type: none">➤ Création de tripacks (3x25cl) pour encourager l'essai.➤ Lancement d'un grand format (75cl) pour les consommateurs réguliers.
ACTIVATION EN MAGASIN	Faible visibilité des produits en rayon.	<ul style="list-style-type: none">➤ Budget dédié pour un lancement percutant en grande distribution.➤ Mise en place d'actions marketing pour capter l'attention.
ÉQUIPE	Besoin d'expérience pour accélérer la croissance.	<ul style="list-style-type: none">➤ Association avec un leader reconnu de l'industrie pour piloter la montée en puissance.
LEVIERS D'INNOVATION	L'innovation a été mise en pause pour prioriser la stabilité.	<ul style="list-style-type: none">➤ Activation immédiate d'innovations ciblées pour nourrir la croissance.
UNE VISION ALIGNÉE AVEC LE FUTUR (EXIT)	Adapter la marque aux attentes des acheteurs potentiels.	<ul style="list-style-type: none">➤ Création d'un univers de marque prêt à s'intégrer dans un grand groupe.

ANNEXE 2 // ROADMAP DÉTAILLÉE 2024-2025

PHASE 1

FIXER LES BASES

Nov-Déc 2024

IDENTITÉ & POSITIONNEMENT

Naming & Rebranding
Storytelling

OFFRE PRODUIT

Reformulation pour ajout de « Xfactor » aux boissons

COMMERCIAL

Renforcer la distribution actuelle

INNOVATION

Identifier les corridors d'innovation

PHASE 2

AJUSTER & VALIDER LE MODÈLE

Jan-Juillet 2025

OPTIMISATION DES VENTES

Réactivation clients

CAMPAGNES STRATÉGIQUES

Campagne Dry January
Partenariats & Evénements

COMMERCIAL

Elaborer des initiatives pour générer du volume sur de nouveaux marchés

DIGITAL

Développement du nouveau site e-commerce

OFFRE PRODUIT

Lancement de la gamme rebrandée

CANAUX PRIORITAIRES

Lancement Paris & Lyon
Ambassadeurs locaux

EXTENSION DU PORTEFEUILLE

Préparation de nouvelles gammes

ACTIVATION DIGITAL & RETAIL

Lancer activations digitales
Tester canaux Off-Trade

PHASE 3

DÉCODER & ACCÉLÉRER

Août-Déc 2025

OPTIMISATION DES CANAUX

Tester des modèles de distribution
A/B testing pour le digital

EXPANSION GÉOGRAPHIQUE

Préparer l'export (marchés clés)

COMMERCIAL

Participer à des salons
Organiser des évènements

INNOVATION

Introduire les innovations produit

TEST - PIVOT - KILL - ACCELERATE

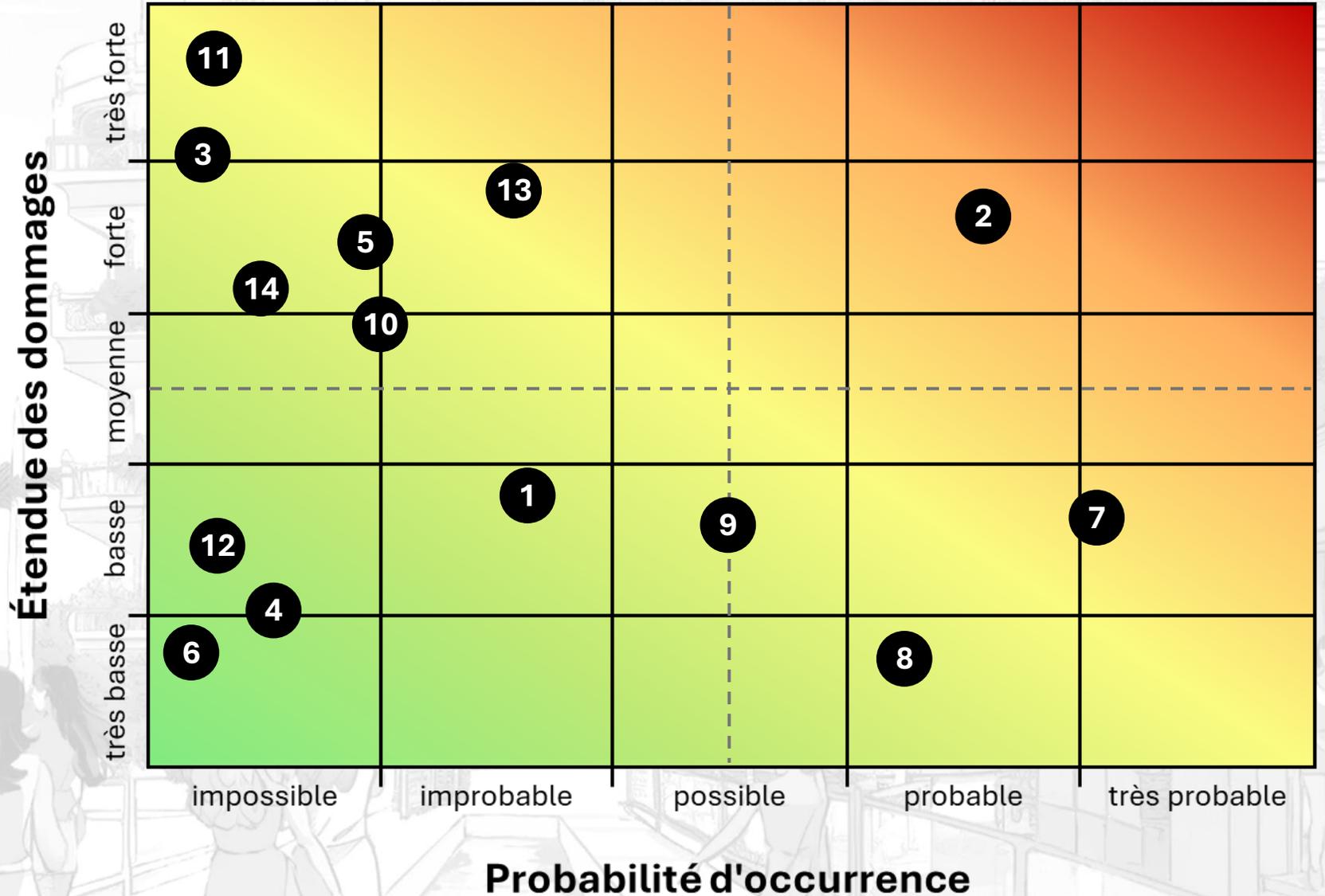
Rester agile et focalisé

250K€ BRIDGE

1M€

ANNEXE 3 // MATRICE DE RISQUE

- 1 Erreur de positionnement
- 2 Management du BFR
- 3 Relations publiques
- 4 Reformulation 0,0%
- 5 Macro économique
- 6 Logistique
- 7 Concurrence
- 8 Stratégie digitale inefficace
- 9 Levée de fonds
- 10 Ventes commerçants indépendants
- 11 Santé & Sécurité
- 12 Copyrights
- 13 Intérêt à l'international
- 14 Partenaires grande distribution





UPPØR

OUSIA

<https://www.drinkupper.com/>

Document d'informations certifiées

30/07/2024

Disclaimer

Cette émission d'actifs numériques par la société VAULT SAS est exécutée en vue de leur utilisation contre un bien ou service de la Société XXX via sa page "Boutique" sur la Plateforme opérée par la société Kriptown SAS et d'une cotation en euro sur le marché secondaire sur la Plateforme opérée par la société Kriptown SAS. Cette opération est donc soumise aux Conditions Générales de la société Kriptown SAS, consultables sur son site internet ([CGU Kriptown](#)).

Description de l'opération et des droits liés aux actifs numériques

La campagne réalisée sur la Plateforme opérée par la société Kriptown SAS correspond à une opération de souscription d'actifs numériques. À la fin de la période de souscription des actifs numériques, l'Émetteur VAULT SAS vous distribuera de manière définitive les actifs numériques que vous avez préalablement souscrits. Le droit d'usage de vos actifs numériques est de la responsabilité de l'Émetteur qui, en relation avec la Société XXX, se chargera de vous distribuer le(s) bien(s) ou service(s) en question lors de l'utilisation de vos actifs numériques via votre interface dédiée à l'adresse <https://www.kriptown.com/fr/shop>.

actifs numériques via votre interface dédiée à l'adresse <https://www.kriptown.com/fr/shop>.

Cette émission d'actifs numériques pourra permettre à l'Émetteur de financer sa participation à l'augmentation de capital de la Société XXX afin de renforcer les fonds propres de cette dernière.

Le présent document a pour objectif de vous donner le plus d'informations possible sur la Société XXX dont les produits et services de vos actifs numériques sont rattachés.

Les actifs numériques émis sont des jetons au sens de l'article L.54-10-1, 1° du Code monétaire et financier. Il s'agit, au sens des articles L. 552-1 et L. 552-2 du Code monétaire et financier, de biens incorporels représentant, sous forme numérique, un ou plusieurs droits pouvant être émis, inscrits, conservés ou transférés via la Plateforme au moyen d'un dispositif d'enregistrement électronique partagé (blockchain) permettant d'identifier, directement ou indirectement, le propriétaire desdits biens. Les actifs numériques émis ne sont pas des instruments financiers et ne font pas partie de la liste de l'article L. 211-1 du Code monétaire et financier. Ils ne sont pas non plus des bons de caisse au sens de l'article L. 223-1 du Code monétaire et financier.

En achetant des actifs numériques de l'opération, vous devenez détenteurs d'actifs numériques, des jetons vous donnant un droit d'usage défini dans le point 4. de ce whitepaper.

AVERTISSEMENT

Investir dans des actifs numériques présente des risques de perte en capital.

Le capital investi est non garanti. Tout investissement peut entraîner une perte partielle ou totale du capital.

Le processus de sélection des sociétés mis en place, l'accès à la page boutique et la présence d'un marché secondaire sont notamment là pour vous prémunir d'une partie de ces risques, mais l'évolution d'une société et de la cotation des actifs numériques ne sont jamais prévisibles. Le cours des actifs numériques peut être soumis à une forte volatilité. Il vous appartient donc de prendre votre décision d'investissement en toute connaissance de cause.

Il est conseillé de n'investir qu'une faible partie de son patrimoine en actifs numériques.

Table des matières

1. Informations générales

- Nom de la société
- Forme sociale de l'entreprise
- Mandataires sociaux
- Siren
- Capital social
- Adresse du siège
- Date de création
- Actifs

2. Données financières

- Capital social & répartition
- Engagements capitalistiques
- Tableau détaillé des produits et charges
- Tableau détaillé des actifs et passifs

3. Besoin de fonds propres

- Valorisation retenue
- Méthode de valorisation détaillée
- Historique des levées de fonds

4. Emission d'actifs numériques

- Montant Min (SoftCap) et Max souhaités (HardCap)
- Déroulement de l'opération
- Prix d'émission d'un actif numérique
- Droit d'usage rattaché aux actifs numériques
- Modalités d'usage des actifs numériques
- Liquidité

5. Validations

- Expert comptable
- Avocat

1. Informations générales

Nom de la société	OUSIA
Forme sociale de l'entreprise	SAS
Mandataires sociaux	Guillaume Vilain – Gonzague Depondt
Commissaire aux comptes	
SIREN	898716964
Capital social (€)	14.498 €
Adresse du siège social	24 rue Sibuet, 75012 Paris
Date de création	20/04/2021
Actifs (brevets, marques, propriété intellectuelle/industrielle, site internet, logiciel etc.)	

2. Données financières

Capital social (€) & répartition :

14 498 €

Actionnaires	Actions ordinaires	Nombre total de titres	Pourcentage du capital
Guillaume Vilain	9755	9755	67,29%
Stella Bouquet	725	725	5,00%
Gonzague Depondt	738	738	5,09%
Julien Pezzetta	353	353	2,43%
Pierre-Antoine Fontaine	71	71	0,49%
Oscar van der Rest	141	141	0,97%
CATALPA	141	141	0,97%
Olivier Hergault	671	671	4,63%
François Desmons	71	71	0,49%
Bruno D'Arcangues	106	106	0,73%
Paul Ringard	25	25	0,17%
Thomas Château	14	14	0,10%
David Snanoudj	241	241	1,66%
Alexis Gautier	21	21	0,14%
ENCELIS	71	71	0,49%
66 ORIGIN	211	211	1,46%
Paul Chabert d'Hières	101	101	0,70%
Yves Schladenhaufen	152	152	1,05%
Jean-Baptiste Mouton	254	254	1,75%
Jérôme Toucheboeuf	636	636	4,39%
Totaux	14498	14498	100,00%

Engagements capitalistiques (BSA Air,BSPCE, Promesse de cession, work for equity, etc.) :

N/A

2. Données financières

Tableau détaillé des produits et charges Dernière année fiscale clôturée

OUSIA

Arrêté au 31/12/2023

Compte de résultat

Compte de résultat	De 01/01/2023 au 31/12/2023			Au 31/12/2022
	France	Exportation	Total	Total
Produits d'exploitation				
Ventes de marchandises				
- De biens	67 766	3 210	70 976	90 617
Production vendue : - De services				
Chiffre d'affaires net	67 766	3 210	70 976	90 617
Production :				
- Stockée				
- Immobilière			11 167	15 083
Subventions d'exploitation reçues				
Reprises sur amortissements, dépréciations et provisions, transferts de charges			110	8
Autres produits				
PRODUITS D'EXPLOITATION			82 253	105 709
Charges d'exploitation				
Achats de marchandises (y compris droits de douane)				
Variation de stocks (marchandises)			24 679	38 809
Achats de matières premières et autres approvisionnements			-12 919	-15 481
Variation de stocks (matières premières et autres approvisionnements)			191 912	246 952
Autres achats et charges externes *			1 273	1 144
Impôts, taxes et versements assimilés			107 953	121 597
Salaires et traitements			31 812	23 062
Charges sociales			6 412	429
- Amortissements sur immobilisations				
- Dépréciations sur immobilisations				
Dotations aux :				
- Dépréciations sur actif circulant				
- Provisions pour risques et charges			6	323
Autres charges				
CHARGES D'EXPLOITATION			381 127	416 655
* Y compris :				
- Redevances de crédit-bail mobilier				
- Redevances de crédit-bail immobilier				
RÉSULTAT D'EXPLOITATION			-268 975	-310 946
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
Produits financiers				
Produits financiers de participation				
Produits des autres valeurs mobilières et créances actif immobilisé				
Autres intérêts et produits assimilés				
Reprises sur provisions, dépréciations et transferts de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
PRODUITS FINANCIERS				
Charges financières				
Dotations financières aux amortissements, dépréciations et provisions			454	684
Intérêts et charges assimilés				
Différences négatives de change				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
CHARGES FINANCIÈRES			454	684
RÉSULTAT FINANCIER			-454	-684
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔTS			-269 329	-311 629

OUSIA

Arrêté au 31/12/2023

Compte de résultat (Suite)

Compte de résultat (suite)	Au 31/12/2023	Au 31/12/2022
Produits exceptionnels		
Sur opérations de gestion		
Sur opérations en capital		
Reprises sur provisions, dépréciations et transferts de charges		
PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Charges exceptionnelles		
Sur opérations de gestion		
Sur opérations en capital		
Dotations exceptionnelles aux amortissements, dépréciations et provisions		
CHARGES EXCEPTIONNELLES		
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL		
Participation des salariés		
Impôts sur les bénéfices		
TOTAL DES PRODUITS	82 253	105 709
TOTAL DES CHARGES	361 581	417 338
BÉNÉFICE OU PERTE (Total des produits - Total des charges)	-269 328	-311 629

2. Données financières

Tableau détaillé des actifs et passifs
Dernière année fiscale clôturée

Bilan Actif	Du 01/01/2023 au 31/12/2023		
	Brut	Amort. Prov.	Net
Capital souscrit non appelé			
Actif immobilisé			
Immobilisations incorporelles			
Frais d'établissement			
Frais de développement			
Concessions, brevets et droits similaires	30 000	6 250	23 750
Fonds commercial			
Autres immobilisations incorporelles			
Avances et acomptes sur immobilisations incorporelles			
Immobilisations corporelles			
Terrains			
Constructions			
Installations techniques, matériel et outillages industriels			
Autres immobilisations corporelles	1 581	590	990
Immobilisations en cours			
Avances et acomptes			
Immobilisations financières			
Participations évaluées selon mise en équivalence			
Autres participations			
Créances rattachées à des participations			
Titres immobilisés de l'activité en portefeuille			
Autres titres immobilisés			
Prêts			
Autres immobilisations financières	7 289		7 289
ACTIF IMMOBILISÉ	38 870	6 840	32 029
Actif circulant			
Stocks et en-cours			
Matières premières, autres approvisionnements	28 400		28 400
En-cours de production : - De biens - De services			
Produits intermédiaires et finis			
Marchandises			
Avances et acomptes versés sur commandes			
Créances			
Clients et comptes rattachés	2 696		2 696
Autres	38 369		38 369
Capital souscrit et appelé, non versé			
Valeurs mobilières de placement			
Actions propres			
Autres titres			
Instruments de trésorerie			
Disponibilités	67		67
Charges constatées d'avance	310		310
ACTIF CIRCULANT	69 842		69 842
Frais d'émission d'emprunt à étaler			
Primes de remboursement des obligations			
Écarts de conversion actif			
TOTAL ACTIF	108 712	6 840	101 871

Bilan Passif	Du 01/01/2023	
	Au 31/12/2023	
Capitaux propres		
Capital social ou individuel (dont versé)	14 498	14 498
Prime d'émission, de fusion, d'apport		330 074
Écarts de réévaluation		
Écart d'équivalence		
- Légale		
- Statutaires ou contractuelles		
Réserves :		
- Réglementées		
- Autres		
Report à nouveau		-311 629
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)		-269 329
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
CAPITAUX PROPRES		-236 386
Autres fonds propres		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
Autres		
AUTRES FONDS PROPRES		
Provisions pour risques et charges		
Provisions pour :		
- Risques		
- Charges		
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES		
Emprunts et dettes		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes :		
- Au près des établissements de crédit		28 663
- Financières diverses		200 672
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
- Fournisseurs et comptes rattachés		55 466
Dettes :		
- Fiscales et sociales		53 457
- Sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes		
Instruments de trésorerie		
Produits constatés d'avance		
EMPRUNTS ET DETTES		338 257
Écarts de conversion passif		
TOTAL PASSIF		101 871

3. Besoin de fonds propres

Valorisation retenue (€) pour l'entrée au capital de l'émetteur :

1 400 000 € pre-money

Méthode de valorisation détaillée (DCF, VC, Scorecard, etc.) :

Depuis la création en Avril 2021, plus de 750K€ ont été investis dans l'entreprise, pour 210K€ de CA cumulé au 30 Juin 2024.

Nos produits sont distribués dans plus de 350 points de vente en France et à l'international. Nos recettes uniques de cocktails, fruit de plus de 5 ans de R&D, sont validées par les consommateurs et protégées par le secret de fabrication.

Après bientôt 3 ans et demi d'activité, nous estimons qu'une entreprise nouvellement créée devrait investir au moins 1M€ pour arriver au même stade que nous. Un investissement nécessaire pour :

- créer des recettes tout aussi exceptionnelles que les nôtres et les industrialiser
- valider et sécuriser sa chaîne de production
- développer son réseau de distribution
- valider et sécuriser sa chaîne logistique
- développer son image de marque

Même en investissant aujourd'hui ce montant, cela lui prendrait minimum 2 ans pour nous rattraper. Le tout, sans aucune garantie que leurs recettes soient meilleures, alors que les produits Upper/Ousia sont très appréciés des consommateurs.

Nous avons levé 250k€ début 2023 à une valorisation post-money de 2M€.

4. Emission d'actifs numériques

Montant minimum (Softcap) souhaité (€)	50 000
Montant maximum (Hardcap) souhaité (€)	200 000
Date de début de l'opération	14/01/2025
Date de fin de l'opération	14/03/2025
Prix d'émission (€) d'un actif numérique (jeton)	10,00 €

Droit d'usage rattaché aux actifs numériques

Un jeton vous donne le droit à 10% de réduction sur le site, non cumulable.

Modalités d'usage des actifs numériques

Les actifs numériques sont utilisables uniquement via la page <https://www.kriptown.com/fr/shop>. Une fois utilisé vous recevrez le produit ou le service associé par e-mail.

Liquidité

Conformément à l'article 3.8.5 des CGU de Kriptown, l'Emetteur se réserve la possibilité de racheter des actifs numériques pour favoriser la liquidité de ces derniers. Ils seront achetés via un « ordre à la meilleure limite », le prix sera donc défini par le carnet d'ordres déjà en place.

5. Validations

Validation Expert-comptable



VAULT, SAS
M. Arnaud MOURNETAS
13 rue Mademoiselle
75015 PARIS
Paris, le 03.09.2024

RAPPORT SUR L'EXAMEN DU « DOCUMENT CERTIFIÉ » DE LA SOCIÉTÉ OUSIA SUR LA BASE DE PROCÉDURES CONVENUES

A Monsieur le Président de la Société par actions simplifiée VAULT,

En exécution de la mission que vous nous avez confiée, nous avons mis en œuvre les procédures convenues, indiquées ci-dessous, relatives à la vérification de la régularité formelle des données financières de la SAS OUSIA, société immatriculée au RCS de Paris sous le numéro 898 716 964, présentée dans le « Document certifié », section n° 2 « Données financières » ci-annexée. Notre examen a été effectué conformément aux dispositions de la norme professionnelle du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables applicable à la mission d'examen d'informations sur la base de procédures convenues (NP 4400).

Les procédures suivantes ont été mises en œuvre dans le seul but de vous aider à apprécier la régularité formelle des données financières présentes dans le « Document certifié » au regard des comptes annuels:

- La plaquette des comptes 2023 de la société OUSIA établis par un Cabinet d'Expertise Comptable, nous ont été fournis par Monsieur Arnaud Mournetas, Président de la société par actions simplifiée VAULT;
- Nous avons comparé les montants présentés dans le « tableau détaillé des produits et charges (exercice 2023) » établi par la société OUSIA aux montants présents dans le compte de résultat des comptes annuels 2023 ;
- Nous avons obtenu et vérifié l'équilibre du « tableau détaillé des actifs/passifs (exercice 2023) » établi par la société OUSIA et avons comparé les montants au bilan des comptes annuels 2023 ;
- Nous avons vérifié que le résultat présenté dans le « tableau détaillé des produits et charges (exercice 2023) » correspondait à celui repris dans le « tableau détaillé des actifs/passifs (exercice 2023) ».

Les travaux effectués nous conduisent aux constats suivants :

- Les vérifications mentionnées au point 2 n'ont pas révélé d'erreurs ou d'omissions ;
- Les vérifications visées au point 3 n'ont pas révélé d'anomalies ;
- La réciprocité du résultat entre les deux tableaux a été vérifiée.

Compte tenu du fait que les procédures mentionnées ci-dessus ne constituent ni un audit, ni un examen limité, ni une mission de présentation de comptes, nous ne donnons aucune assurance sur la régularité et la sincérité des informations financières qui nous ont été transmises au 02 septembre 2024, qu'il s'agisse de données historiques ou prévisionnelles. De même, nous ne pouvons vous donner l'assurance que toutes les anomalies qui auraient pu être décelées par la mise en œuvre de procédures complémentaires ou par un audit, un examen limité ou une mission de présentation des comptes de l'entité ont été identifiées. Notre rapport n'a pour seul objectif que celui indiqué dans le premier paragraphe. Ce rapport ne concerne que les rubriques de comptes et les éléments mentionnés ci-dessus et ne s'étend pas aux comptes annuels, intermédiaires ou consolidés de la société OUSIA pris dans leur ensemble.

Pour VELARS
Raphael ATTAR
Expert-comptable

Liste des Annexes :

- Annexe 1 : Extrait du Document certifié (**Section 2 : Nos Données financières**)
- Annexe 2 : Plaquette des comptes



Validation Avocat

1

M^r **Jaume BOSTFFOCHER**
5 avenue Alphand
75116 PARIS
Tél: +33 7 82 32 14 86
email: jaume.bostffocher@avocat.fr

VAULT, SAS
à l'attention de
M. Arnaud MOURNETAS
13 rue Mademoiselle
75015 PARIS

Paris, le 23 décembre 2024,

Objet : Validation du « Document d'informations certifiées » établi par la société OUSIA

Par courriel

Monsieur le Président,

vous m'avez sollicité afin d'examiner les informations juridiques et légales figurant sur le Document d'informations certifiées établi, dans le cadre d'une émission d'actifs numériques réalisée sur la plateforme KRIPTOWN, par la société OUSIA, société par actions simplifiée au capital de 14,498 euros, sise 24 rue Sibuet - 75012 PARIS, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés du greffe du Tribunal de commerce de la ville de PARIS sous le numéro d'identification unique 898 716 964 (ci-après la « Société »). Mon examen a porté sur les éléments ci-après :

- la Société a été constituée le 20 avril 2021 et immatriculée le 28 avril 2021 ;
- Monsieur Guillaume VILAN a été nommé Président de la Société sans limitation de durée ;
- Monsieur Gonzague DEPONDY a été nommé Directeur Général de la Société sans limitation de durée ;
- le capital social est fixé à 14.498 euros divisé en 14.498 actions d'un euro de valeur nominale ;
- Il est réparti entre 20 associés, Monsieur Guillaume VILAN est l'associé majoritaire pour détenir 9.755 actions, soit 67,29% du capital et des droits de vote ; et
- la Société est propriétaire des marques verbales « OUSIA » (n°4766163) et « UPPER » (n°4925659).

Aussi, je vous confirme que ces éléments sont conformes aux énoncés du Document Certifié et ne présentent pas de discordances avec ce dernier. Néanmoins, mon examen n'a pas permis de vérifier avec certitude :

- la propriété du nom de domaine drinkupper.com ;

Je reste à votre disposition pour évoquer ce dossier et vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'assurance de ma parfaite considération.

Jaume BOSTFFOCHER,
Avocat à la Cour

Description

Proposition de valeur

Ousia / Upper répond à un manque de choix savoureux et assumés pour ceux qui souhaitent éviter l'alcool sans sacrifier le plaisir et la convivialité. Nos clients cherchent des alternatives aux boissons alcoolisées qui soient à la fois sophistiquées et naturelles. Nos cocktails permettent de savourer chaque moment avec style et assurance.

Caractère innovant

Ousia se distingue sur le marché des cocktails sans alcool grâce à une approche qui combine créativité et sophistication. Ousia se positionne comme une marque sophistiquée mais abordable, comblant le fossé entre les boissons sans alcool "mainstream" et les options haut de gamme onéreuses. Cette accessibilité ouvre des opportunités sur des segments de marché encore sous-exploités. En s'appuyant sur des ingrédients naturels et des procédés respectueux, nous combinons bien-être et plaisir.

Échelle TRL (Technology Readiness Level)

9 - Système réel prouvé à travers des opérations / missions réussies



Équipe

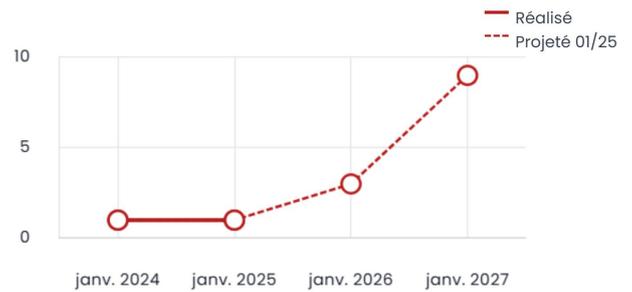
Guillaume Vilain
CEO

Rodolphe Paoli
Chief Strategy Officer

Synthèse de l'équipe



Évolution de la taille d'équipe



Actionnariat

Captable



Financements et subventions



Vue d'ensemble du score ESG

Environnement



Social



Gouvernance



Force principale

L'entreprise a défini des directives claires pour limiter ses déchets et augmenter le recyclage.

Une politique de télétravail a été adoptée collectivement, en tenant compte du bien-être des employés et des conditions de travail à distance.

Axe d'amélioration

400% de turnover au cours des 12 derniers mois : l'entreprise a des difficultés à retenir ses employés, ce qui affecte son attractivité.

Aucune politique de participation aux profits de l'entreprise n'a été mise en œuvre : cela pourrait constituer un obstacle à la rétention des employés clés.

Aucun plan de carrière n'a été conçu, ce qui limite la capacité des employés à se projeter à long terme dans l'entreprise.

Score

C = Taux de faillite annuel **8%**

Profil de résilience

Évalue la maturité de l'entreprise et la robustesse de son modèle économique.



Modèle économique résilient, risque de faillite très faible

Profil de croissance

Évalue le rythme de développement de l'entreprise par rapport aux entreprises de maturité similaire



Croissance modérée, alignée avec la moyenne des entreprises comparables

Score par pilier

Équipe	E	Bottom 20%
Technologie	C	Moyenne
Commercial	B	Top 40%
Finances	C	Moyenne

Forces principales

Modèle économique et structure de coûts éprouvés : l'entreprise est rentable.

Perspectives de croissance du chiffre d'affaires grâce à de nouveaux produits, actuellement en cours de développement.

Axes d'amélioration

Équipe restreinte : nécessité de structurer les effectifs pour accélérer la croissance.

Faible niveau de revenus : l'entreprise n'a pas encore validé son modèle économique et son modèle de tarification.

État financiers

Chiffre d'affaires et clients

	janv. 2024	janv. 2025
Tendance de chiffre d'affaires annuel	60k€	96k€
Chiffre d'affaires récurrent	65 %	65 %
Nombre de clients	200	500
Chiffre d'affaires annuel par client	300€	192€
Chiffre d'affaires généré à l'étranger	5 %	5 %
Chiffre d'affaires annuel par ETP	60k€	96k€

Tendance de chiffre d'affaires



Gestion de la trésorerie

	janv. 2025
Trésorerie	30k€
Cashburn mensuel estimé *	-
*L'entreprise est rentable si le cashburn est négatif	
Runway	> 36 mois

Structure de coûts



Valorisation

Valorisation suggérée à partir du score: **1,48M€**

Dernière valorisation post-money

1,7M€



Cette valorisation est calculée grâce aux multiples de revenu observés dans la base de données des startups notées par ScaleX Invest et par des fournisseurs de données externes. Celle-ci évalue les multiples de revenu selon la tendance, le modèle économique et le niveau de maturité de l'entreprise. La fourchette basse représente le chiffre d'affaires de la borne minimale, tandis que la fourchette haute représente le chiffre d'affaires de la borne maximale.