



# RAPPORT D'ENTREPRENARIAT

0% Sucre restaurant

## Équipe du projet :

Bouchra BOUALAOUI

Bouchra MOUHIM

Zineb DOUMIRI

Yasin AIT HAMID

Zineb EL MADINI

Hiba HAMID

## Encadré par :

Pr : AKDIM

Pr : BENJALLOUNE

SARL  
2021



# Sommaire

Chapitre 1 .....	3
Présentation du projet .....	3
1. Le besoin.....	4
2. Le concept.....	4
3. L'apport de l'idée.....	4
4. Marché visé.....	5
5. Particularités du projet.....	5
6. Contraintes du projet.....	5
Chapitre 2 .....	7
Etude de Marché .....	7
1. Analyse SWOT .....	8
2. Secteur d'activité de l'entreprise.....	9
3. Environnement externe de l'entreprise.....	9
4. Etude quantitative .....	12
Chapitre 3 .....	18
Stratégie Commerciale.....	18
1. Cibles.....	19
2. Plan Marketing.....	20
3. Emplacement.....	27
4. Nom Commercial.....	27
5. Logo.....	28
6. Slogan .....	28
Chapitre 4 .....	30
Evaluation des moyens humains et matériels à mettre en œuvre .....	30
1. Local.....	31
2. Ressources humaines .....	32
3. Ressources matérielles.....	35
Chapitre 5 .....	37
Dossier financier .....	37
1. Investissement et financement .....	38
2. Compte de produits et charges (CPC).....	43
3. Bilan prévisionnel.....	44

# Chapitre 1

## Présentation du projet



## 1. Le besoin

Au Maroc, un nombre de 2 millions adultes souffrent de diabète et n'ont plus la capacité de manger dans des restaurants. L'idée de notre projet est de réaliser un service de restauration destiné aux diabétiques qui ont pris l'habitude de manger du fait-maison, et leurs permettre la joie de manger dans des restaurants sans culpabilité et sans nuire à leur corps et santé générale.

## 2. Le concept

Notre projet d'entreprise concerne un service de restauration destiné aux personnes diabétiques. Pour mener à bien notre service, nous offrons des plats d'entrée, des plats principaux, des desserts et des boissons qui sont à la fois sains, équilibrés et gourmands.

Les personnes atteintes du diabète ont pris l'habitude de manger du fait-maison, et l'idée de manger dans des restaurants est loin d'être accessible et est même inimaginable (idée que nous allons vérifier par une étude de marché).

Le besoin auquel nous répondons est alors un besoin latent, que nous nous sommes pris la responsabilité de mettre en valeur d'abord et puis d'essayer d'y répondre. En plus de l'accueil direct des clients, un service de livraison sera mis en place **"Allo Resto"**, pour permettre une augmentation des ventes en touchant les clients qui n'ont pas le temps ou la capacité de se déplacer.

## 3. L'apport de l'idée

Ce qui nous a motivé de penser à cette idée c'est plutôt son côté social, puisqu'elle offre une restauration principalement dédiée aux personnes diabétiques, ainsi que les personnes saines cherchant une nourriture équilibrée. Donc ce projet se voit comme solution face à l'augmentation massive des personnes atteintes de diabète

ces dernières années. Nous visons aussi l'augmentation de notre marge de vente, et la réalisation des bénéfices tout en veillant sur le rapport qualité/prix.

#### 4. Marché visé

Le marché visé d'emblée est un marché qui cible principalement les personnes atteintes du diabète ainsi que les personnes désirant consommer des plats sains, gourmands, naturels, sans sucre et faibles en glucides.

On vise aussi une clientèle relativement jeune (20-35 ans) utilisant les supports digitaux de manière intensive ainsi que les employés qui travaillent en horaire continu et préfèrent les services de livraison.

De plus on a aussi estimé une clientèle des parents désirant acheter des snacks gourmands mais bons à la santé pour leurs enfants.

Pour identifier précisément la cible visée, leurs besoins et leurs attentes. Nous avons effectué une étude de marché qui sera plus détaillée dans le prochain chapitre.

#### 5. Particularités du projet

Au niveau de la conception de notre projet, nous avons pris en considération deux éléments à savoir :

- ➔ Le volet économique : réalisation des bénéfices tout en veillant sur le rapport qualité/prix .
- ➔ Le volet social : donner l'opportunité aux personnes diabétiques de manger au restaurant des plats gourmands et sains.

#### 6. Contraintes du projet

##### a. Contraintes liées à la production :

- Proposer des menus adaptés au diabétiques, des plats avec les glucides identifiés, des desserts allégés en sucre, et des repas sains et équilibrés.
- Conditionnement



b. Contraintes liées au concept de 0% Sucre :

- Service sensible puisqu'il vise une cible sanitairesment fragile (diabétiques) et donc leur confiance en nous sera un véritable enjeu.
- Mode de consommation nouveau nécessite une adaptation communicationnelle pour le mettre en valeur.

c. Contraintes liées au marché :

- Notre restaurant nécessite pour son ouverture des investissements importants, dont le financement est estimé très lourd.
- Équipement de la cuisine : four, frigo, congélateur. . .
- Mobilier : tables, chais

# Chapitre 2

## Etude de Marché

La réalisation du projet de création d'entreprise passe par plusieurs étapes, chacune doit retenir une intention très particulière. L'étude de marché est une étape indispensable, elle permet de comprendre avant tout l'environnement d'investissement dont lequel la création d'entreprise va avoir lieu. En effet, elle doit permettre de :

- ❖ Vérifier que l'idée du projet correspond bien à une réelle opportunité du marché.
- ❖ Analyser l'environnement de l'entreprise.
- ❖ Connaître et comprendre le marché dans lequel va démarrer mon activité.
- ❖ Déterminer le lieu d'implantation de l'entreprise.

## 1. Analyse SWOT

### A. Forces

- Un service qui répond à un besoin réellement éprouvé par la cible.
- Un marché fertile.
- Constitution d'une équipe de cuisine compétente et assistée par des diététiciens et/ou nutritionnistes.
- Compétences managériales acquises.
- Qualité des produits.
- Modernisation du service par l'intégration d'un aspect informatique.

### B. Faiblesses

- La concurrence forte par les prix.
- Enjeu de confiance.
- Choix limité des produits.





## C. Opportunités

- Capacité d'évolution et de croissance.
- Augmentation massive des personnes atteintes de diabète.
- Prise de conscience de l'importance des produits Pcre chez les personnes non diabétiques.

## D. Menaces

- Risque d'imitation.
- Nouveaux concurrents.
- Changement d'attitude des clients envers l'application.

## 2. Secteur d'activité de l'entreprise

L'entreprise opère dans le secteur tertiaire qui a pour objet la fourniture de services immatériels, en proposant une restauration principalement dédiée aux personnes diabétiques, ainsi que les personnes saines cherchant une nourriture équilibrée.

## 3. Environnement externe de l'entreprise

### a. Concurrents :

L'idée de base de notre restaurant, qui consiste en une restauration adaptée aux diabétiques, constitue un concept nouveau sur le marché Oujdi de la restauration. Donc, des concurrents directs à notre enseigne sont absents. Cependant, '0%Sucre' dispose de plusieurs concurrents qui sont les restaurants ordinaires.



## Pourquoi considérer des restaurants ordinaires comme concurrents ?

Deux motifs sur lesquels s'est basé notre équipe pour considérer les restaurants ordinaires comme concurrents :

De plus en plus, tout le monde se dirige vers la nourriture saine. Donc, les restaurants ordinaires ont la possibilité de constituer des marques de substitution à '0%Sucre', en se constituant un segment de la nourriture saine .

En plus des personnes diabétiques, '0%Sucre' vise également les personnes cherchant une nourriture saine et équilibrée, chose que font même des restaurants ordinaires.

## Quels sont les concurrents de '0% Sucre' ?

Sur le kilomètre carré de '0%Sucre', se trouvent pas mal de restaurants, de café-restaurants, mais surtout des snacks, qui rendent le marché sur lequel se lance '0%Sucre' compétitif.

### b. Fournisseurs :

Le choix des fournisseurs est déterminant pour la réussite ou l'échec d'un projet de restauration, puisque la base de l'activité exige l'approvisionnement en ingrédients de haute qualité. Ainsi, les fournisseurs et grossistes alimentaires sont facilement identifiables dans le marché, la difficulté réside dans leur sélection. Pour cela, la référence à quelques critères jugés importants est nécessaire :

- Le prix : premier critère de comparaison, surtout en termes du rapport qualité-prix ;
- Les labels de qualité, les certifications et santé financière ;
- L'éthique du fournisseur : respect de normes, règles... ;
- Les conditions d'achat : délais de paiement... ;
- Les délais de livraison...

D'après nos études et évaluations, on a pu sélectionner les fournisseurs suivants :

Fournisseurs d'immobilisations	<p>Maroc Cuisine Pro : c'est un fournisseur de matériels CHR et équipements de cuisine pour professionnels au Maroc, qui a une expérience de plus de 13 ans ;</p> <p>Promark : c'est un groupe spécialisé depuis plus de 30 ans dans la prestation du matériel pour les grandes cuisines et la conception de l'Art de table et de décoration ;</p> <p>Pour l'équipement de notre restaurant au démarrage d'activité, on a opté pour la prestation de ces deux géants ayant une forte notoriété dans le marché.</p>
Fruits et légumes	<p>D'après notre expérience avec le magasin "Ô'Frais", on a décidé d'entretenir des relations avec ce fournisseur pour deux raisons :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des fruits et légumes frais et de qualité ;</li> <li>- Emplacement près de '0%Sucre', ce qui nous permettra d'optimiser les coûts de transport.</li> </ul>
Viandes et volailles	La viande constitue l'un des principaux ingrédients pour notre activité, et notre fournisseur en cette matière sera la boucherie Al Kawtar.
Epicerie	À déterminer
Boissons	À déterminer

## 4. Etude quantitative

Pour se renseigner sur le marché auquel notre offre sera destinée, sur les besoins et les attentes des prospects, il est nécessaire d'effectuer une étude de marché.

### Objectifs :

- Cerner le plus possible le pourcentage des personnes diabétiques et non diabétiques intéressées par le nouveau concept ;
- Déterminer le pourcentage des prospects ;
- Découvrir les besoins et attentes des prospects ;
- Déterminer le prix que les clients potentiels sont prêts à payer dans un restaurant ;

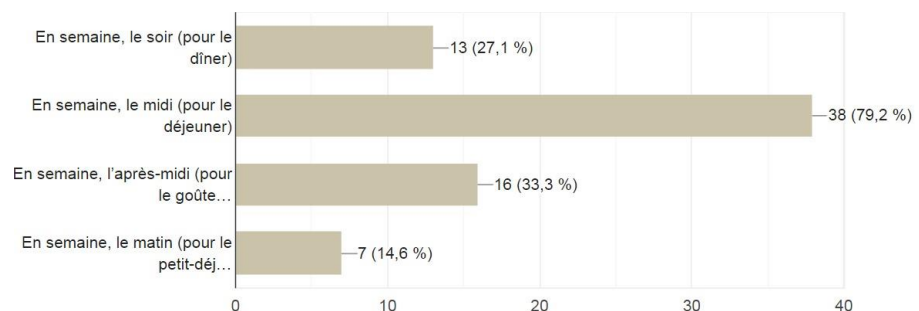
### Méthodologie :

Pour atteindre les objectifs cités ci-dessus, nous avons élaboré un questionnaire que nous avons envoyé aux habitants du boulevard (quelques ménages), et aux employés travaillant dans les établissements situés dans le boulevard 'Thami Jilali', sur lequel l'équipe '0%Sucre' compte s'installer.

### Analyse :

#### Question

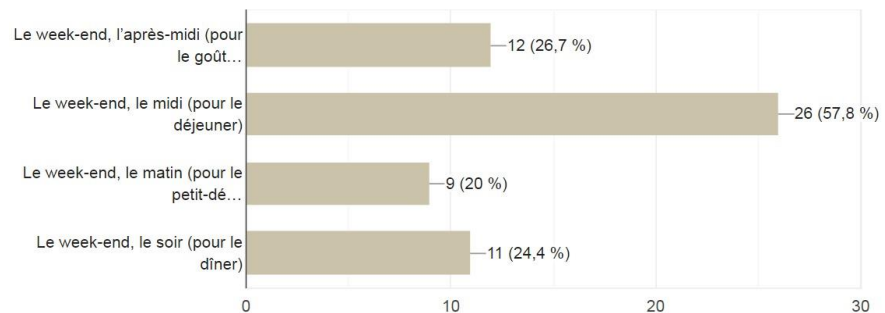
En général, à quel(s) moment(s) mangez-vous dans un restaurant pendant la semaine ?



➡ Pendant la semaine, 79.2 % des répondants se rendent aux restaurants, pour prendre le déjeuner.

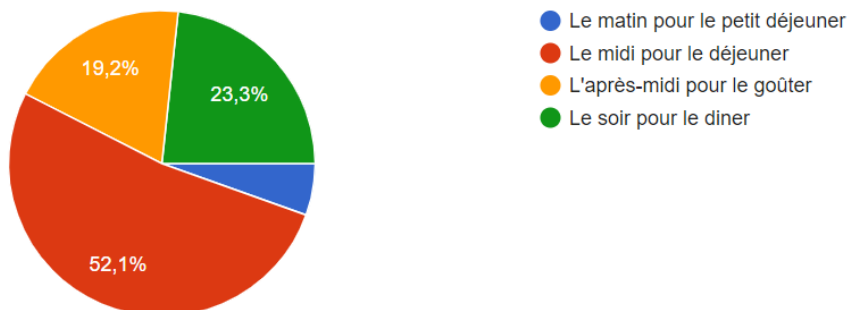
### Question

En général, à quel(s)  
moment(s) mangez  
dans un  
restaurant  
pendant le weekend ?



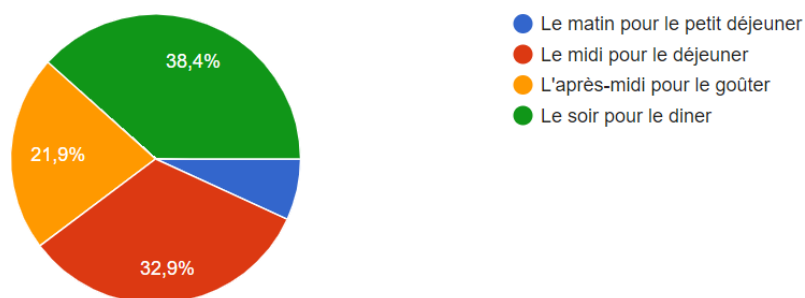
➡ Pendant le weekend, 57.8 % des répondants se rendent aux restaurants, pour prendre le dîner.

Question : En général, à quel(s) moment(s) mangez-vous dans un restaurant pendant la semaine ?



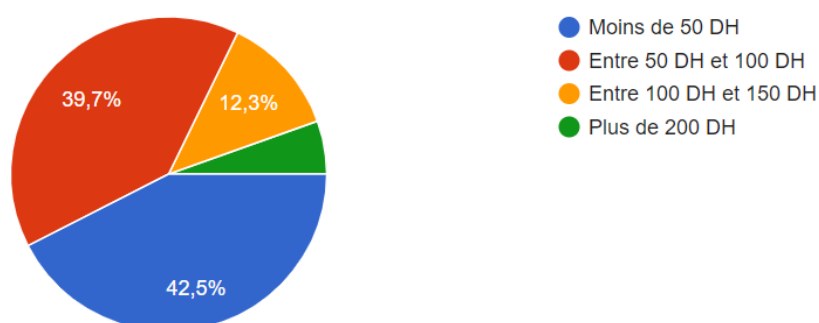
➡ Pendant la semaine, 52.1% des répondants se rendent au restaurant pour prendre le déjeuner.

Question : En général, à quel(s) moment(s) mangez-vous dans un restaurant pendant le weekend ?



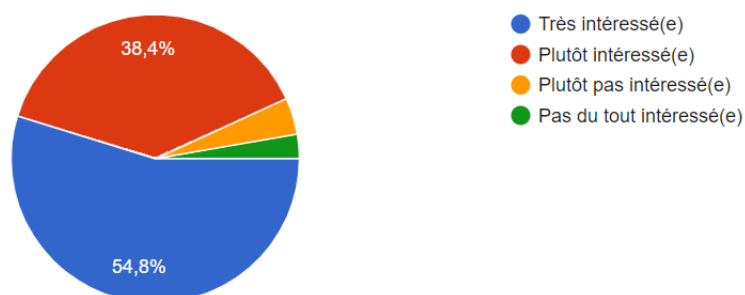
➡ Pendant le weekend, 38,4% des répondants se rendent aux restaurants pour prendre le dîner.

**Question :** En moyenne, quel budget consacrez-vous par personne et par repas (type déjeuné) dans un restaurant ?



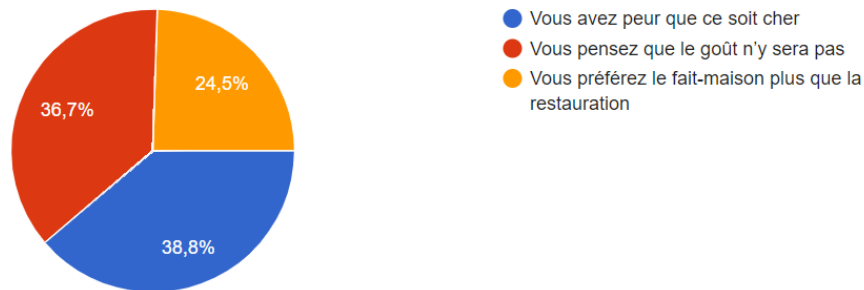
➡ La plupart préfèrent un prix inférieur à 50 MAD par plat et personne.

**Question :** Seriez-vous intéressé(es) par un tel restaurant (qui propose des plats sains, équilibrés pour les diabétiques et même les personnes saines) ?



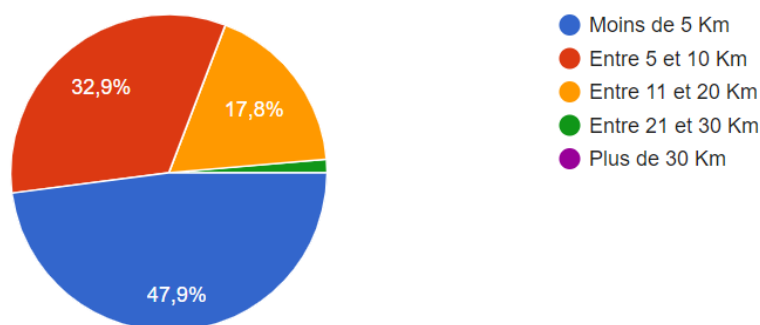
- ➡ 54,8% des répondants manifestent un intérêt à notre offre de restauration.

Question : Vous n'aimeriez pas essayer car :



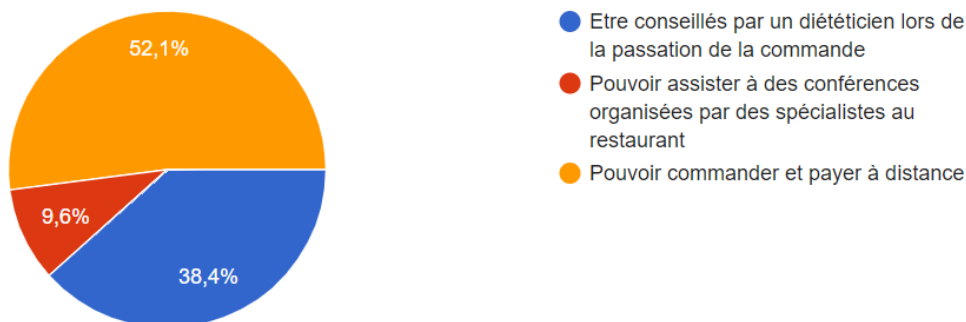
- ➡ 36,7% des répondants ne vont pas consommer le service car ils pensent que le goût n'y sera pas ;
- ➡ 38,8% des répondants pensent que le service est cher, donc ils essaieront pas ;
- ➡ 24,5% des répondants préfèrent le fait-maison plus que la restauration.

Question : Combien de kilomètres au maximum seriez-vous prêt(e) à parcourir (en voiture, transports en commun, vélo, à pieds...) pour aller manger dans ce type de restaurant ?



- ➡ 47,9% des répondants ne peuvent parcourir plus de 5 kilomètres pour nous visiter .
- ➡ 32,9% des répondants peuvent à eux aller jusqu'à 10 kilomètres pour visiter le restaurant.

**Question :** Quelles activités et services complémentaires aimeriez-vous trouver dans ce restaurant ?



- ⇒ 52,1% des répondants souhaitent commander et payer à distance ;
- ⇒ 38,4% des répondants souhaitent être conseillés par un diététicien lors de la passation de la commande ;
- ⇒ 9,6% des répondants souhaitent assister à des conférences organisées par des spécialistes au restaurant.

### Besoins des cibles :

**Horaire :** notre restaurant sera ouvert 7/7 de 11h30 à minuit (selon l'étude du marché effectuée la plupart des personnes fréquentent le restaurant pour prendre un déjeuner), ce qui nécessitera la présence d'une équipe engagée et compétente.

**Prix :** L'étude effectuée a révélé que la plupart des personnes cherchent en premier un prix raisonnable, un budget qui ne dépasse pas 50 MAD par plat et per personnes.

**L'atmosphère :** les clients cherchent un endroit accueillant, convivial... où ils peuvent se réunir en famille ou entre amis.

**Activités complémentaires :** suite à l'étude effectuée, les services connexes que les prospects souhaitent trouver dans '0% Sucre' sont le conseil du diététicien lors de la passation de la commande et le paiement à distance.





**Proximité** : les prospects ne peuvent parcourir plus de 5 kilomètres voir 10 kilomètres maximum, pour atteindre 0%Sucre’.

Cette étude de marché nous permettra de prendre des décisions commerciales qui vont engager toute l'entreprise. Il est donc clair que l'ensemble des informations traitées et analysées sont fiables et actualisées. Pour cela nous devons mettre en place une véritable démarche de veille mercatique qui va me permettre de prendre des décisions stratégiques et tactiques.



# Chapitre 3

## Stratégie Commerciale

## 1. Cibles

Suite à l'étude de marché effectuée, trois cibles ont été conclues, sur lesquelles nous allons concevoir notre offre et action commerciale.

- Les employés diabétiques et sains qui travaillent près de '0%Sucre' ;
- Les habitants du Bd 'Thami Jilali', où se situe 0%Sucre' (diabétiques et non diabétiques) ;
- Les personnes diabétiques et saines qui habitent loin du restaurant et qui sont motorisées.

Pour expliquer la façon via laquelle la décision de se lancer dans les cibles avancées ci-dessus a été prise, nous présentons le tableau suivant :

		Données comportementales		
Données géographiques	Seriez-vous intéressés(es) par un tel restaurant	Très intéressé(e)	Plutôt intéressé(e)	Plutôt pas intéressé(e)
	Les employés travaillant dans les entités proches du restaurant (Palais de justice, CHU, les cliniques...)	Les employés atteints du diabète et qui n'ont pas suffisamment de temps pour revenir chez eux à midi pour le déjeuner	Les employés sains, qui n'ont pas suffisamment de temps pour revenir chez eux à midi pour le déjeuner et qui cherchent une nourriture saine et équilibrée	

Les ménages qui habitent près de 0% sucre	Les personnes diabétiques habitant près de 0%Sucre'	Les personnes diabétiques et saines	
Les personnes qui habitent loin du restaurant	Les personnes diabétiques motorisées	Les personnes diabétiques non motorisées	Les personnes (diabétiques et saines) qui ne sont pas motorisées

## 2. Plan Marketing

'0 % sucre restaurant' met sur le marché une offre de concept nouveau. Il s'agit d'une restauration principalement dédiée aux personnes diabétiques, mais aussi pour les personnes saines cherchant une nourriture saine et équilibrée.

'0 % sucre restaurant' tire alors sa compétitivité de son offre qui est complète en termes de :

- Plats proposés : qui sont équilibrés, sains, et gourmands.
- Atmosphère générale : qui est conviviale et chaleureuse. À côté de l'offre concurrentielle, '0 % sucre restaurant' voit une compétitivité dans sa stratégie de communication, via des canaux peu utilisés par nos concurrents.

### A. Politique produit

"0 % sucre restaurant" offre à sa clientèle un menu varié, équilibré et gourmand. Ce menu, est proposé d'entrées, des plats principaux et des desserts, a été préparé sous la direction de la diabétologue Madame Salwa Kiyat :



## B. Politique prix

Pour les entrées les prix varieront de 20 à 35 Dhs en fonction du produit demandé.  
Pour les plats principaux le prix varieront de 30 à 45 Dhs. Les desserts varieront de 15 à 30 Dhs.



## ENTRÉES

SALADE FRAÎCHE À LA MAROCAINE	20 MAD
<i>7 g de glucides</i>	
SALADE CEASAR	35 MAD
<i>30 g de glucides</i>	
SALADE DES PÂTES AUX BETTERAVES	22 MAD
<i>35 g de glucides</i>	

## PLATS PRINCIPAUX

PP - PAR PERSONNE

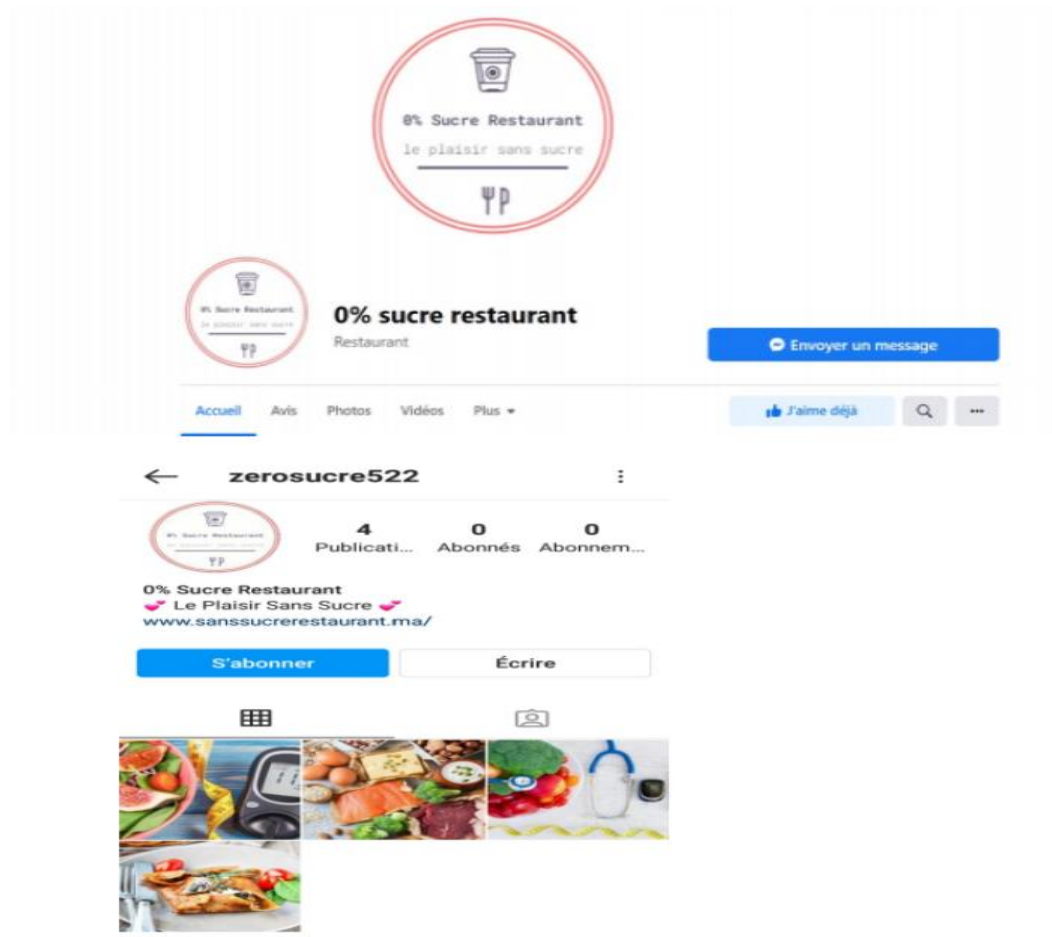
TAJINE AU JARRET DE VEAU (PP)	30 MAD
<i>25 g de glucides</i>	
COUSCOUS (PP)	40 MAD
<i>30 g de glucides</i>	
BROCHETTES D'AGNEAU AU RIZ SAFRANÉ (PP)	40 MAD
<i>30 g de glucides</i>	

## DESSERTS

GLACE CHOCOLAT COCO ALLÉGÉ	15 MAD/BOULE
<i>12.5 g de glucides</i>	
FLAN À LA NOIX DE COCO	30 MAD
<i>20 g de glucides</i>	
GLACE À LA MANGUE AU FROMAGE BLANC	15 MAD/BOULE
<i>20 g de glucides</i>	

## C. Politique communication

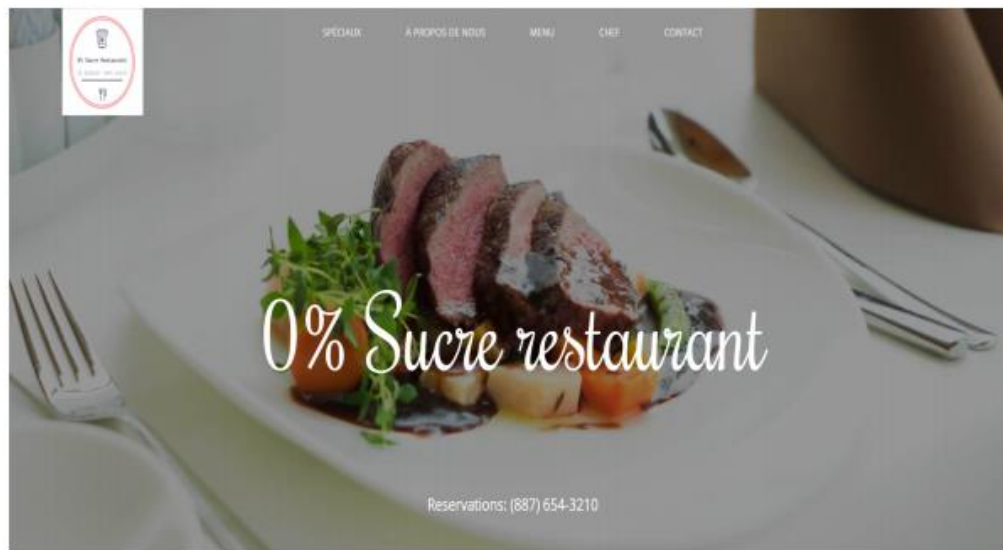
Notre but sera de mener une campagne publicitaire intensive afin de faire connaître le mieux possible notre restaurant et inciter les gens à la découvrir, à cet effet nous focaliserons notre effort sur les réseaux sociaux. Et comme première étape, nous avons créé une page 'Facebook' et 'Instagram' dont le but de médiatiser nos offres, nos plats gourmands et de partager les nouveautés du restaurant :



#### D. Politique distribution

- ➔ **Carte de fidélité** : Nous allons distribuer des cartes de fidélité. Il est possible de compter les points de fidélité pour faire des promotions avec une bonne communication dans laquelle on favorise les gens qui détiennent cette carte de fidélité par rapport au client normaux et pour motiver les autres clients à adhérer à notre réseau de fidélité. Ce concept permet ainsi de fidéliser la clientèle.
- ➔ **Commande sur internet** : Sur l'application web, sont affichées toutes les images des produits, des petites descriptions et leur prix. Les clients peuvent simplement cocher ce dont ils ont besoin et indiquer la quantité désirée. Ensuite le calcul de montant se fait automatiquement, et on lui donne la possibilité soit de le livrer le produit soit de le préparer et lui-même vient le récupérer, sur l'application aussi on va lui donner une estimation de temps.

nécessaire pour préparer la commande et nous nous allons les préparé et le paiement se fait le moment de la récupération de la commande, et pour éviter tout sort de fausse commande, une étape d'inscription à notre site est nécessaire pour vérifier les données de la clientèle. On peut par la suite ajouter l'option de la livraison à domicile.







What is a  
**diabetic diet?**

## A PROPOS DE NOUS

Notre projet d'entreprise concerne un service de restauration destiné aux personnes diabétiques.

Pour mener à bien notre service, nous offrons des plats d'entrée, des plats principaux, des desserts et des boissons qui sont à la fois sains, équilibrés et gourmands.

MENU			
ENTRÉES		PLATS PRINCIPAUX	
Salade fraîche à la marocaine	20 MAD	Couscous (PP)	30 MAD
Poisson vert, tomates, concombre, oignon, huile d'olive, vinaigre, olives noires. - 7 grammes -		Carotte, navet, courgette, oignon, haricot vert, tomate, ail, semoule de blé dur, petit chou, coriandre, huile d'olive. - 25 grammes -	
Salade Caesar	35 MAD	Tajine au jarret de veau (PP)	40 MAD
Poulet, Salade verte, pain complet, tomate, échalote, ail, mozzarella, crème fraîche, huile d'olive, vinaigre balsamique, noix de cajou, jus de citron. - 30 grammes -		Jarret veau (300g), bouillon de poulet, pommes de terre, carottes, oignon, fèves, poivre rouge, ail, huile d'olive, coriandre. - 30 grammes -	
Salade de pâtes aux betteraves	22 MAD	Brochettes d'agneau sur riz safrané	45 MAD
Betterave rouge, pâtes sèches, maïs, huile d'olive, herbes fraîches, vinaigre. - 25 grammes -		Vinde d'agneau, riz, oignon, huile d'olive, persil, coriandre. - 70 grammes -	

DESSERTS	
<p><b>Glace Chocolat Coco allégée</b></p> <p>Lait concentré, lait de coco, Stevia (substitut naturel du saccharose), vanille, chocolat noir. -125 grammes-</p>	15 MAD / Boule
<p><b>Fian à la Noix de Coco et Kiwi</b></p> <p>Kiwi, lait de coco, noix de coco, Stevia, Agar-Agar. -20 grammes-</p>	30 MAD
<p><b>Glace à la Mangue sans sucre ajouté au fromage blanc</b></p> <p>Mangue, fromage blanc, jus de citron, Stevia, Agar-Agar. -20 grammes-</p>	15 MAD / Boule



<p><b>RENCONTREZ NOTRE CHEF</b></p> <p>Notre chef cuisinier Monsieur Khalil est diplômé en cuisine. Les cuisiniers, maître de la cuisine marocaine et internationale, connaissent par cœur les procédures et normes d'hygiène, l'impact à la manipulation et à la conservation correcte des aliments.</p>	
---	--

<p><b>RESERVATIONS</b></p> <p>Appeler le : 0675 694 1212</p>	<p><b>ADRESSE</b></p> <p>4321 Rue ryham, Djida Marrakech</p>	<p><b>HORAIRES D'OUVERTURES</b></p> <p>Lundi-Vendredi: 8:00 AM - 11:00 PM Samedi-Dimanche: 9:00 AM - 12:00 PM</p>
--	--	---

**ENVOYER UN MESSAGE**

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	
<input type="button" value="ENVOYER"/>	

© 2021 0% sucre restaurant. Tous les droits sont réservés.

[f](#) [t](#) [i](#)

### 3. Emplacement

Le choix de l'emplacement commercial est une question stratégique essentielle. Le succès de notre restaurant en dépend. En effet Le lieu est le premier critère pour le choix d'un restaurant par les consommateurs.

Notre restaurant va se situer dans le boulevard « THAMI JILALI », on a choisi cette zone géographique vu qu'elle encadre les plus importants établissements public (Palais de justice, la Wilaya, de nombreuses cliniques, centre mixte de formation professionnelle, CHU. . . ). De ce fait, le boulevard est très fréquenté et connaît un trafic routier très important. De plus, l'emplacement répond à la facilité d'accès et il est possible de se garer à proximité et il existe des arrêts de transport en commun.



### 4. Nom Commercial

Le nom que nous avons choisi pour notre restaurant est plus significatif qu'un simple titre "0 % sucre restaurant", et ceux pour deux grandes raisons. Il s'agit d'une formulation qui fait allusion aussi bien au concept du service et au but principal de notre service qui vise d'aider les personnes diabétiques et les personnes désirant des plats qui sont à la fois sains, équilibrés et gourmands. De plus, l'aspect euphonique du nom ainsi que sa connotation le rendent facilement mémorisable.



## 5. Logo

Le choix de logo est très sensible car Il ne s'agit pas d'un simple élément graphique à afficher sur votre façade, mais il va conditionner notre identité et notre positionnement, donc on a respecté les critères suivants :

- ➡ Reconnaissable, il est lisible, repérable et facilement identifiable.
- ➡ Porteur de sens : en accord avec les codes graphiques du secteur de restauration (couteaux fourchette...)
- ➡ Couleur : Si les couleurs font partie de notre quotidien, elles nous influencent plus que nous le pensons donc on a opté pour deux couleurs : le rouge et le violet
  - Le rouge qui est une couleur physique et attire l'attention, elle référence à la vie et l'énergie le violet qui est une couleur spirituelle qui représente la fraîcheur et la paix .
  - Le violet qui est une couleur spirituelle qui représente la fraîcheur et la paix.



## 6. Slogan

Afin d'accrocher le public on a choisi la signature : "le plaisir sans sucre" qui est un élément-clé de l'image de notre restaurant et de leur identité aux côtés du nom de marque et du logo.

Cette signature est courte, facile mais en même temps originale et partage nos valeurs et notre vision qui sert à partager le plaisir de manger des repas compatibles et équilibrés dans un espace qui assure en même temps le confort et la santé des clients diabétiques



## Conclusion

Cette étude consiste à réfléchir sur les aspects stratégiques et opérationnels lors des étapes principales d'évaluation du marché. L'objectif principal est de vérifier que l'attente pressenti à l'origine correspond à un réel besoin du marché.

# Chapitre 4

Evaluation des moyens humains  
et matériels à mettre en œuvre



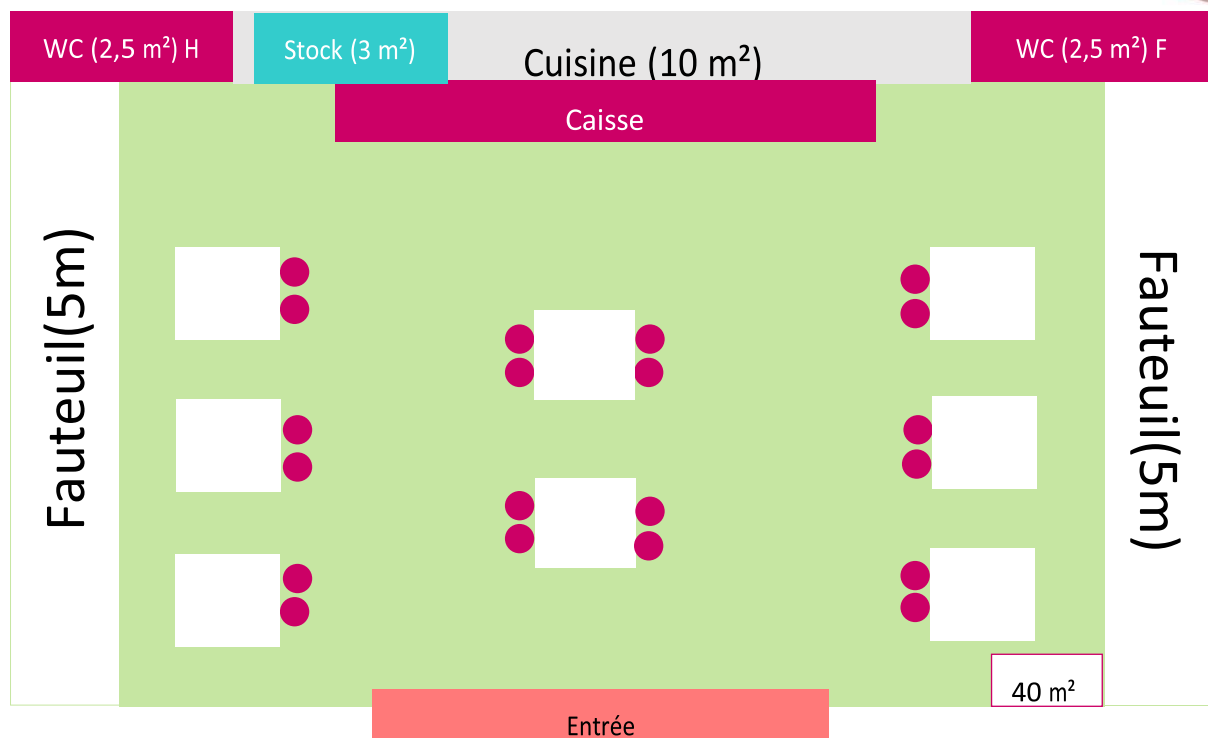
## 1. Local

La conception du local va faciliter aussi l'accès des personnes handicapées en leur accueillant dans un espace convivial.

En plus la structuration de notre restaurant respecte les conditions d'hygiène dans les différents espaces : salle d'accueil, cuisine, stock de matières premières, toilettes...

Pour cela on a vérifié plusieurs critères pour bien choisir notre emplacement commercial :

- **Existence des chalands dans la zone** : il y a suffisamment de passants et d'habitants près de notre restaurant (esprit de quartier) ;
- **Facilité d'accès** : notre restaurant est implanté dans un endroit facile d'accès, possible de se garer à proximité, ainsi qu'il existe des arrêts de transport en commun ;
- **Cohérence entre l'esprit du quartier et notre service** : le restaurant se trouve dans un emplacement stratégique. d'abord l'implantation dans le carrefour de trois quartiers (Saàda, El Irfane et Iris), carrefour de plusieurs entités étatiques, sanitaires et administratives (Palais de justice, Centre Hospitalier Universitaire Mohammed VI d'Oujda, la Wilaya de l'Oriental...).
- **La superficie du local** : a été décidée avec minutie, pour que nos clients se sentent à l'aise. Pour cela, on a calculé la bonne surface :



Pour assurer un confort et une qualité de la rencontre de service chez le client (externe, mais aussi interne), la conception du local du restaurant a été faite de la façon suivante :

- **La salle de restaurant** : d'un métrage de 1 à 1,5 m<sup>2</sup> par place, la salle de restaurant s'étale sur 40 m<sup>2</sup>. Cette salle contient 2 fauteuils chacun 5 m, 8 tables 30 chaises, pour une capacité de trente clients. En plus d'une caisse qui se trouve face à l'entrée du restaurant ;
- **La cuisine** : de 0,5 à 0,75 m<sup>2</sup> par place, la surface de la cuisine s'étale sur 10 m<sup>2</sup>, dont 3 m<sup>2</sup> de stock ;
- **Les annexes (Toilettes)** : 2,5 m<sup>2</sup> par place, deux places pour chaque genre ;

## 2. Ressources humaines

Notre restaurant sera ouvert 7/7 de 11<sup>h30</sup><sup>min</sup> à minuit (selon l'étude de marché effectuée la plupart des personnes fréquentent le restaurant pour prendre un déjeuner), ce qui nécessitera la présence d'une brigade engagée et compétente.

Ainsi, nous comptons recruter les personnes suivantes :



Personnes	Missions	Salaires (MAD)
Chef cuisinier	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planifier les menus</li> <li>- S'assurer de la qualité des produits et leurs saveurs</li> <li>- Gérer l'inventaire des stocks et commander les produits nécessaires</li> <li>- Faire adhérer les règles de santé et d'hygiène</li> <li>- Organiser et répartir les tâches parmi le personnel</li> </ul>	8 000
Sous-chef	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordonner et superviser le travail des assistants de cuisine ;</li> <li>- Participer à la préparation des plats et l'élaboration du menu ;</li> <li>- S'assurer du bon état et de la disponibilité des instruments de travail.</li> </ul>	5 000
2 assistants	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser les préparations préliminaires dans les plats</li> <li>- Dresser les plats et les transmettre au serveur</li> <li>- Participer à l'entretien du poste de la cuisine et des locaux annexes</li> <li>- Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité en vigueur</li> </ul>	2 000
1 serveur	Effectuer le service en salle de restaurant depuis la préparation de la salle jusqu'à l'accueil du client, et le service à table	2 000

1 caissier	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assurer l'encaissement auprès des clients</li> <li>- Veiller à l'équilibre et l'exactitude de la caisse</li> <li>- Manipulation du logiciel de facturation</li> </ul>	2 000
1 femme de ménage	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balayage et nettoyage des sols et des différentes surfaces ;</li> <li>- Nettoyage de la cuisine et de la vaisselle.</li> </ul>	1 500
1 livreur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil, prise et préparation des commandes ;</li> <li>- Livraison en scooter, aux alentours du restaurant ;</li> <li>- Encaissement du prix des plats livrés.</li> </ul>	1 500

En tant que dirigeants, nous allons participer à la gestion globale du restaurant, en plus de la réalisation des tâches suivantes :

- Tenir les comptes du restaurant et assurer son équilibre financier ;
- Chercher les sources d'approvisionnement et les moyens de transport adéquats ; -
- Mener des actions de communication pour élargir les cibles touchées.

Pour assurer la disponibilité des ressources humaines nécessaires, on compte lancer les offres d'emploi sur internet, à travers les réseaux sociaux et les autres sites de recrutement. La multitude des candidatures va nous permettre de choisir le meilleur profil tout en minimisant les coûts.

Notre processus de recrutement se fondera sur les critères de :

- Compétence du candidat.
- Savoir-faire du candidat.
- Profil du candidat par rapport au poste.

L'objectif derrière cette sélection est de sélectionner des personnes expérimentées dans le domaine.

Pour pouvoir pérenniser notre activité et développer les compétences du personnel, des programmes de formation seront effectués sur les points suivants :

- Service ;
- Interaction avec les clients ;

### 3. Ressources matérielles

Pour l'ouverture de notre restaurant, un investissement important va être attribué à l'achat de matériaux et équipements nécessaires à notre activité.

Ainsi les principaux actifs identifiés par le management comprennent :

Equipements de cuisine	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Four à micro-ondes professionnel (puissance 1000 W) ;</li> <li>- Chaîne de froid à 2 portes</li> <li>- Cuisinière à 6 feux</li> </ul>
Ustensiles de cuisines	Assiettes, verres, couverts, cuillères... En plus d'une balance (capacité 1.5 kg à 3 kg).
Mobilier de la salle d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 8 tables : chacune pour 4 personnes avec un gabarit de 80 cm x 140 cm ;</li> <li>- 30 chaises : avec une largeur minimum de 45cm et une hauteur de 80 cm ;</li> <li>- 2 fauteuils : de 5 m chacun.</li> </ul>
Caisse enregistreuse	Pour enregistrer les ventes, imprimer un ticket de caisse, et faciliter les opérations d'équilibrage et enregistrement des recettes
Matériel roulant	Scooter équipé d'un coffre robuste pour livraison à domicile



Pour répondre à ses besoins en ressources matérielles, on a décidé d'acheter ces équipements en bénéficiant d'une garantie, l'objectif c'est de constituer un patrimoine propre de notre restaurant tout en assurant la flexibilité du travail.



# Chapitre 5

## Dossier financier

Toutes entreprise en phase de lancement, quelle que soit sa taille, son activité ou son métier de base est amenée à faire des calculs préalables afin d'estimer son budget d'investissement, déterminer ainsi la stratégie d'affectation des ressources financières.

## 1. Investissement et financement

Tableau des dépenses administratives

Frais	Montant (MAD)
Consultant	7 000
Honoraires du notaire	5 000
Cautions et garanties	10 000
Autres services	10 000
Total	32 000

Tableau des emplois et des ressources

Ressources (MAD)		Emplois (MAD)	
Capital social	100 000	Immobilisations	131 700
Prêt actionnaires	0	Stock	0
Subventions d'investissement	0	Frais démarrage	32 000
Emprunt	100 000	TVA sur les immobilisations 20%	26 340
Découvert	0	Trésorerie	9 960
Dettes fournisseurs	0		
Total ressources	200 000	Total emplois	200 000

## Commentaire

Après avoir déterminé nos besoins en matière de matériels et équipements, nous avons estimé un budget général de 200 000 MAD, dont 50% sera financé par le capital social (l'ensemble des apports des associés), et 50% par un emprunt bancaire.

Nos ressources de financement couvrent la totalité des dépenses et génèrent une trésorerie excédentaire, qui sera mobilisée pour le financement partiel de l'activité, c'est-à-dire l'achat des matières premières (viande, fruits, légumes et d'autres produits d'épicerie...), ce qui va nous permettre de minimiser notre besoin en fond de roulement.

## Tableau des acquisitions des immobilisations

Matériels et Mobiliers	Quantité (unité)	Prix unitaire (MAD)	Montant (HT) (MAD)	TVA (20%) (MAD)	Caractéristiques
Equipements de cuisines (sous total)			92 500	18 500	
Micro-ondes/ four	1	35 000	35 000	7 000	Four à microondes professionnel puissance 1 000 W
Armoire congélateur	1	15 000	15 000	3 000	Chaine de froid à 2 portes
Cuisinières/ plaques chauffantes	1	20 000	20 000	4 000	à 6 feux

Ustensiles et accessoires de cuisine		20 000	20 000	4 000	
Balance	1	2 500	2 500	500	Capacité 1.5 kg à 3 kg
Mobiliers de la salle de restauration			26 200	5 240	
chaises	30	480	14 400	2 880	
Fauteuil	2	3 500	7 000	1 400	
Tables	8	600	4 800	960	
Matériel de transport			8 000	1 600	
Scooter de livraison	1	8 000	8 000	1 600	
Matériel de Gestion			5 000	1 000	
Caisse enregistreuse	1	5 000	5 000	1 000	
Total			131 700	26 340	

### Prévisions du chiffre d'affaires de la première année :

L'activité de '0%Sucre' se prospère entre les mois Septembre et Mai, et se décline relativement durant les mois Juin, Juillet et Août. Le déclin est expliqué par la période des vacances des habitants et de congés des employés.



	Jan	Fév.	Mar	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août.	Sep	Oct.	Nov.	Déc.
NJT	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
CA moyen / J	2 280	2 280	2 280	2 280	2 280	1 330	1 330	1 330	1 710	2 280	2 280	2 280
CA mensuel	70 680	63 840	70 680	68 400	70 680	39 900	41 230	39 900	53 010	68 400	70 680	68 400

NJT : Nombre de jours travaillés

Dont :

38 = addition moyenne d'un client par repas et par personne ;

30 = nombre de clients moyen par jour

### Prévisions du résultat

Compte de résultat (MAD)	1 <sup>ère</sup> année
Chiffre d'affaires	725 800
Cout des produits vendus	180 000
Marge brute	545 800
Frais généraux	90 000
Loyer crédits baux	0

EBE	455 800
Amortissements	23 740
Rémunération des salarier	288 000
Résultat d'exploitation	144 060
Subventions investissement	0
Profit (perte) sur cession	0
Charges financières	7610.8
Résultat avant impôts	136 449.2
Impôt sur sociétés	0
Résultat net	136 449.2

### Tableau de remboursement de l'emprunt

Années	Capital initial	Intérêt	Amortissement de l'emprunt	Annuités constantes	Capital restant due
1	100 000	3 000	23 902,7	26 902,7	76 097,29
2	76 097,29	2 282,91	24 619,78	26 902,7	51 477,5
3	51 477,5	1 544,32	25 358,37	26 902,7	26 119,13
4	26 119,13	783,57	26 119,13	26 902,7	0

## Commentaire

Nous avons décidé de souscrire le crédit sous les conditions suivantes :

- Montant : 100 000 MAD ;
- Taux d'intérêt : 3% ;
- Durée de l'emprunt : 4 ans ;
- Mode d'amortissement : par annuités constantes.

Nous avons choisi ce mode de remboursement de l'emprunt, du fait que les échéances annuelles seront constantes tout au long de la durée du crédit, et les intérêts ont une tendance baissière durant cette dernière.

## Constat

Sur la base des prévisions des ventes, nous projetons obtenir un chiffre d'affaire annuel de 725 800 MAD. La marge brute représente 52,67 % du volume des ventes, cela veut dire que les différentes charges sont maîtrisées.

Nous anticipons un résultat bénéficiaire de 52 029.2 MAD.

## 2. Compte de produits et charges (CPC)

Ventes de biens et services produits	725 800
<b>Produits d'exploitations</b>	<b>725 800</b>
Achats consommés de matières et fournitures	180 000
Autres charges externes	90 000
Charges de personnel	288 000
Dotations d'exploitation	23 740
<b>Charges d'exploitations</b>	<b>581 740</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>144 060</b>
Produits financiers	<b>0</b>
Charges d'intérêts	7 610,80

Charges financières	<b>7 610,80</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>-7 611</b>
<b>Résultat courant</b>	<b>136 449</b>
Produits non courants	<b>0</b>
Charges non courantes	<b>0</b>
<b>Résultat non courant</b>	<b>0</b>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>136 449</b>
Impôt sur le résultat	0
<b>Résultat net</b>	<b>136 449</b>

### 3. Bilan prévisionnel

Bilan d'ouverture			
ACTIF		PASSIF	
Immo. corporelles	131 700	Fournisseurs	13 000
Immo. incorporelles	86 630	Dette financière	100 000
Immo. financières	0	Intérêts accrus non échus	0
<b>Total immobilisations</b>	<b>218 330</b>	<b>Total Dettes circulantes</b>	<b>113 000</b>
Stock de matières	44 310	Capital social	100 000
Stock de produits	0	Prêt actionnaires	0
Clients	0	Subv. investissement	0
Trésorerie	10 000	Résultat	59 640
<b>Total actif circulant</b>	<b>54 310</b>	<b>Total fonds propres</b>	<b>159 640</b>
<b>Total actif</b>	<b>272 640</b>	<b>Total passif</b>	<b>272 640</b>