

Projet de création d'entreprise : Restaurant Lunch Time

Année universitaire : 2008/2009

Travail encadré par :

Hassan Ait Azizi

Elaborée par :

SALWA AIT MHANND
MERYEM RAGUIBI
YASSMINE HADDOUCHE
SANAË MEKDAM

Sommaire :

I) Introduction

II) Présentation général du projet

1- Attractivité du secteur

2- L'équipe créatrice

3- Descriptif de l'activité : -Portrait de Lunch Time

-Justification du choix du

projet

- Le concept

- Présentation des

services offerts par

Lunch Time

4-Principaux atouts et incertitudes

III) Etude de marché

1- Résultats de l'étude et perspectives de vente

2-L'analyse sectorielle : Modèle de PORTER

IV) Compétences nécessaires et actifs

1-Faisabilité technique

2-Faisabilité Ressources Humaines

3- Plan de communication

V) L'étude juridique

1- Elaboration des statuts

2- Partenaires

3-Etude administrative

Projet de création d'entreprise
Restaurant

VI) L'étude financière

- 1- La politique financière
- 2- Compte résultat
- 3- Bilan
- 4- Tableau de financement
- 5- Plan de trésorerie
- 6- Indicateurs de performance financière

VII) Financement du projet

VIII) Conclusion

ANNEXE

I) Introduction

Les habitudes des gens changent au fil des ans, leurs besoins et préférences aussi, et de ce fait, les entrepreneurs doivent tenir en compte ces facteurs déterminants et offrir un produit ou un service qui s'adapte au mieux à ces changements.

Dans une mégapole tel que Casablanca, les exigences de la vie professionnelle poussent de plus en plus les gens à rechercher détente et divertissement. C'est de là qu'est né l'idée de notre projet *LUNCH TIME* qui consiste à mettre en place un nouveau concept de restaurant qui offre, en plus des services de restaurations ordinaires, d'autres services annexes tel qu'un espace de détente, une salle de jeux et d'autres services du même genre qui rencontre un grand succès chez notre clientèle cible, à savoir les employés, le tout dans un cadre conviviale chaleureux et accueillant afin de permettre à notre clientèle de décompresser pour mieux apprécier leurs déjeuners. L'idée est de rendre le moment du déjeuner un moment de détente agréable pour mieux reprendre leurs activités l'après-midi.

II) Présentation général du projet

1- Attractivité du secteur :

Projet de création d'entreprise Restaurant

Le Maroc a été souvent promu, et marqué par sa gastronomie, sa richesse, sa variété et ses multi facettes régionales.

Le Maroc a su développer une panoplie de cuisine internationale dans des restaurants de qualité aussi bien au niveau de la décoration que des mets, il y a même des franchiseurs qui commencent à s'intéresser à la destination de la restauration Fast Food, à la restauration de grande carte.

Dans le cadre de sa vision touristique de 2010, stratégie conclue entre les professionnels du tourisme et le gouvernement, une place de choix est accordée au secteur de restauration puisque le contrat d'application du programme prévoyait la création de la Fédération Nationale des Restaurateurs pour compléter la chaîne autour de la Fédération Nationale du Tourisme.

En effet, si la restauration ne constitue que 8% des réseaux de franchise opérationnels au Maroc, elle a connu, au cours de ces cinq dernières années, un rythme de développement très soutenu. Le taux de croissance avoisine, selon les professionnels, 10%. Les enseignes internationales se développent dans un contexte marqué essentiellement par une grande hétérogénéité des opérateurs et le poids du secteur traditionnel. Les concepts marocains (restaurants populaires traditionnels, mahlaba...) représentent plus de 4.000 points de vente et près de 80% d'un marché estimé à près de 3 milliards de dirhams, selon le guide de la franchise 2007. Huit enseignes étrangères (dont La brioche dorée) sont implantées localement. Les prévisions des professionnels, qui tablent sur 15% de croissance annuelle, devraient préserver l'avance actuelle du Maroc sur l'ensemble des pays de l'Afrique du Nord. Pour «La brioche dorée», le chiffre d'affaires moyen quotidien d'un point de vente se situe entre 15.000 et 20.000 dirhams.

2- L'équipe créatrice :

- **Mlle Yasmine Haddouche : Etudiante en 4 année spécialisée marketing**
- **Mlle Salwa Ait Mhannd : Etudiante en 4 année spécialisée marketing**
- **Mlle Sanae Mekdam : Etudiante en 4 année spécialisée finance**
- **Mlle Meryeme Raguibi: Etudiante en 4 année spécialisée finance**

3- Descriptif de l'activité :

-Portrait de Lunch Time :

***Fiche Juridique :**

Forme de la société :	SARL
Durée de vie de la société :	99 ans
Raison sociale :	LUNCH TIME
Objet :	Projet de création d'un restaurant pour les employés.
Capital social :	440 000 DHs
Associés :	4 associés
Effectif :	11
Siège social :	Maârif Casablanca

***Justification du choix de la forme juridique:**

La SARL est une société commerciale par la forme constituée par un ou deux associés au moins, unis par des liens personnels ou familiaux pour entreprendre une activité de moyenne importance.

Pourquoi avoir choisi la SARL...

La SARL est la forme juridique la plus adéquate pour notre projet.

Projet de création d'entreprise
Restaurant

En effet, l'ouverture d'un magasin de service des boissons chaudes est une activité commerciale de moyenne importance. Les associés sont unis par des liens personnels et ne seront responsables qu'à concurrence de leurs apports.

Ces derniers, seront imposés à l'IS avec un taux de 35% au lieu de 44% pour les sociétés de personnes. De plus, dans la SARL, c'est uniquement le gérant qui est tenu de déclarer son salaire.

...Et non pas la SA

La SA concerne surtout les activités et les investissements de grande ampleur, et donc elle est imposée et soumise à plus de formalités et de lois qui régissent son activité.

En effet, contrairement à la SARL, les actionnaires de la SA sont tenus de nommer un commissaire aux comptes qui se charge de la vérification permanente de la sincérité et de la régularité des comptes de la société. De plus, des assemblées générales doivent périodiquement être tenues et leurs procès verbaux doivent être certifiés et légalisés.

...Ni une autre forme de sociétés ?

Contrairement à la SARL, les associés des autres formes de sociétés, telles que la société en nom collectif, doivent avoir la qualité de commerçant et doivent répondre indéfiniment et solidairement des dettes sociales.

D'autre part, dans les autres formes de sociétés, les associés n'ont pas droit aux avantages sociaux, ils sont privés de l'affiliation à la CNSS et à la Caisse Nationale de Retraite.

De plus, les revenus des associés et du gérant ainsi que les frais d'assurance ne sont pas déductibles, et sont réintégrés dans le résultat fiscal de la société.

Enfin, ces sociétés sont soumises au régime de l'IGR soit au taux de 44% au lieu de 35% supportée par la SARL.

Projet de création d'entreprise
Restaurant

Justification du choix du projet :

Casablanca, la capitale industrielle du Maroc, abrite une masse importante d'entreprises marocaines et étrangères, que se soient des sièges ou des filiales. Ainsi, un nombre important d'actifs travaille dans cette ville, ces derniers n'étant pas tous des casablancais, mais aussi des habitants des villes voisines tel que Mohammadia, Rabat, Settat...

La principale remarque est que les petits restaurants et snacks connaissent une activité très importante entre midi et 14h. En effet, les employés, ne pouvant pas prendre leur déjeuner chez eux faute de temps et de distance, préfèrent manger tout près de leur lieu de travail. Ces derniers sont la plupart du temps insatisfaits des produits et des services offerts, en plus ils ne se sentent pas à l'aise pendant et après le temps du déjeuner par manque de confort et de convivialité ...

Ce projet présente plusieurs opportunités de réussite qu'on peut recenser comme suite :

- D'abord, il s'agit d'un concept assez original (restaurant offrant des services annexes assez spéciaux)
- Le changement des habitudes des gens et de leur comportement face aux restaurants (augmentation du nombre de personne qui ne prennent leur déjeuner à l'extérieur entre midi et 14h)
- L'existence d'une demande très importante au niveau des personnes actives (pression du travail et besoin d'un service rapide et complet)
- Le secteur de la restauration est un secteur très attractif grâce à son taux de croissance assez stable qui est en perpétuelle augmentation quelque soit la période ou la saison.

Le concept:

Comme déjà signalé, « Lunch Time » vient pour satisfaire un certain nombre de besoins sentis par notre clientèle qui sont les employés et fonctionnaires qui ne prennent pas leur repas chez eux.

Ce restaurant sera ouvert entre 11h30min et 22h. En plus de la restauration, on trouvera aussi des salons marocains équipés de télévision et une petite salle de jeux (table de billard et table de baby-foot).

On a choisit un système d'abonnement, seuls les adhérents auront droit à nos services. Les repas seront ainsi près payés par l'achat mensuel d'un carnet rassemblant un certain nombre de tickets (10 tickets, 20 tickets et 25 tickets).

Les repas seront servis par buffet ; c'est-à-dire qu'ils seront présentés dans une vitrine où seront affichés les prix des articles (plat, salade, boisson, dessert). Après choix de son repas (self-service), le client passera à la caisse pour présentation du ticket comme mode de paiement. Si le prix du repas dépasse la valeur du ticket, le reliquat est soustrait du montant de la garantie payée lors de l'abonnement, dans le cas contraire (le prix du repas n'atteint pas la valeur du ticket), la différence entre les deux montants sera réduite le mois prochain lors de l'achat du prochain carnet.

Présentation des services offerts par Lunch Time :

Le service principal offert est bien évidemment celui de la restauration, son originalité et son plus par rapport aux autres est la combinaison entre une multitude d'autres services annexes tel que

- Le buffet : les plats seront disposés sur un buffet avec le prix de chaque plat affiché.
- Le self-service
- Un salon marocain confortable et convivial
- Une mini salle de jeux (billard et baby foot)
- Deux postes télévisés avec récepteur numérique (un poste dans le restaurant et un autre poste dans le salon marocain), les deux postes télévisés reliés au même récepteur numérique.

D'après notre enquête (voir partie étude de marché), Notre menu comprendra :

Entrées :

- Salade niçoise
- Salade marocaine
- Salade variée

Projet de création d'entreprise
Restaurant

Plats :

- Tajine aux légumes
- Tajine à la kefta,
- Tajine au poulet et aux olives,
- Sandwich au poulet
- Sandwich de Kefta
- Panini Kefta
- Panini merguez
- Panini fromage
- Shawarma
- Pizza 4 fromages
- Pizza Margarita
- Brochettes poulet
- Brochettes bœuf
- Gratin aux légumes
- Gratin aux légumes et à la viande de bœuf

Les desserts :

- Flan caramel
- Mousse au chocolat
- Salade de fruit

Boissons :

- Sodas
- Café au lait
- Café crème
- Chocolat chaud
- Espresso
- Thé
- Jus d'orange
- Jus de banane
- Jus d'avocat
- Eau minérale

4-Principaux atouts et incertitudes

Dans ce paragraphe, nous essayerons de discuter des risques que peut courir notre projet Lunch Time :

Notre clientèle peut ne pas accepter le fait que nos services soient offerts par abonnement car ils ne voudront pas courir le risque de pré -payer un produit

Projet de création d'entreprise Restaurant

qu'ils n'ont aucune idée sur sa qualité surtout durant les premières années de création du restaurant. Le nombre des abonnées peut être très limité ainsi que le nombre de tickets vendus.

En période de bas de saison, la plupart des employés prennent leur congé annuel. Ceci dit, on risque d'enregistrer une baisse de notre chiffre d'affaire pendant la dite période (les mois de Juillet - Août).

Pour remédier à ces risques nous avons prévu d'adopter une stratégie marketing basée sur la communication externe en accentuant les actions de publicité pour attirer la clientèle et essayer de les fidéliser au restaurant.

D'autant plus, on va essayer de cibler les stagiaires pendant la période de bas de saison pour maintenir notre chiffre d'affaire au même niveau, ces derniers seront des clients potentiels qui seront habitués à nos services et se transformeront en des clients permanents dans le futur.



III) Etude de marché

1- Résultats de l'étude et perspectives de vente

A- Résultats de l'étude

A-1. Méthodologie de l'étude :

- ◇ Outils de recherche : Questionnaire ;
- ◇ Villes d'enquête : Casablanca : quartier Mâarif ;
- ◇ Taille d'échantillon : 80 personnes.

A-2. Traitement des résultats :

Outil de traitement : SPHINX Lexica

Méthodes de traitement utilisées : L'analyse factorielle des correspondances (AFC).

Le but de cette étude est d'analyser les ressemblances et dissemblances entre les personnes questionnées, notamment en terme de comportements et motivations de consommation et ce en traitant les liaisons statistiques entre différentes variables généralement à caractère qualitatif.

Le questionnaire (voir annexe 1)

- Le compte rendu de l'expérience:

Pour répondre aux objectifs de l'étude un questionnaire à été élaboré : il comporte un ensemble de questions (17 en total) fermées utilisant des termes simples et proposant des guides de réponse pour faciliter la tâche aux personnes chargées de son administration et de son traitement.

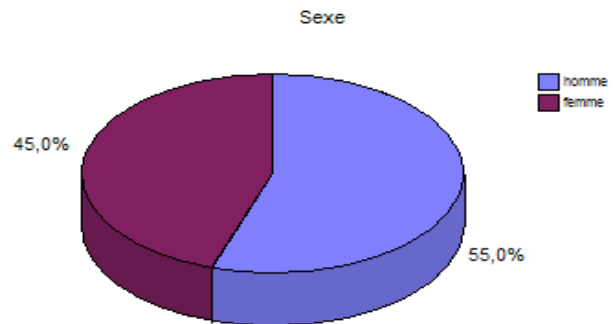
Projet de création d'entreprise
Restaurant

A-3. L'analyse des résultats

A.1- typologie des profils :

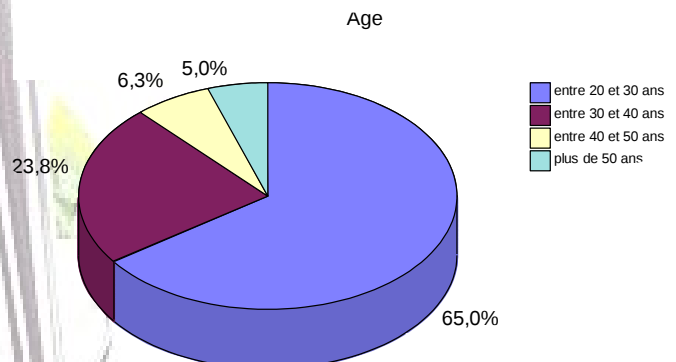
1. Sexe :

Sexe	Nb. cit.	Fréq.
homme	44	55,0%
femme	36	45,0%
TOTAL OBS.	80	100%



2. Age

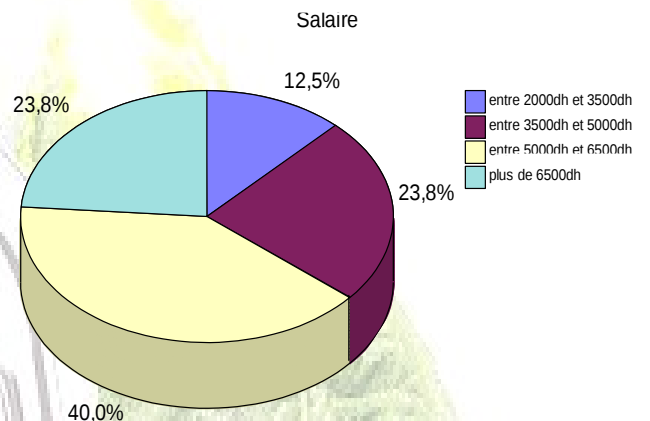
Age	Nb. cit.	Fréq.
entre 20 et 30 ans	52	65,0%
entre 30 et 40 ans	19	23,8%
entre 40 et 50 ans	5	6,3%
plus de 50 ans	4	5,0%
TOTAL OBS.	80	100%



Moyenne = 1,51 Ecart-type = 0,83

3. Salaire mensuel

Salaire	Nb. cit.	Fréq.
entre 2000dh et 3500dh	10	12,5%
entre 3500dh et 5000dh	19	23,8%
entre 5000dh et 6500dh	32	40,0%
plus de 6500dh	19	23,8%
TOTAL OBS.	80	100%



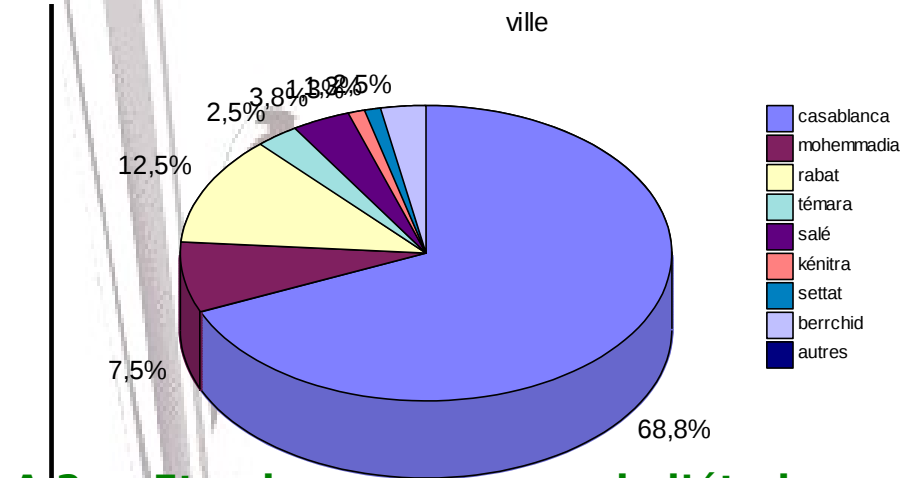
Moyenne = 2,75 Ecart-type = 0,96

Projet de création d'entreprise Restaurant

4. Ville

ville	Nb. cit.	Fréq.
casablanca	55	68,8%
mohemmadia	6	7,5%
rabat	10	12,5%
témara	2	2,5%
salé	3	3,8%
kénitra	1	1,3%
settât	1	1,3%
berrchid	2	2,5%
autres	0	0,0%
TOTAL OBS.	80	100%

Moyenne = 1,86 Ecart-type = 1,64

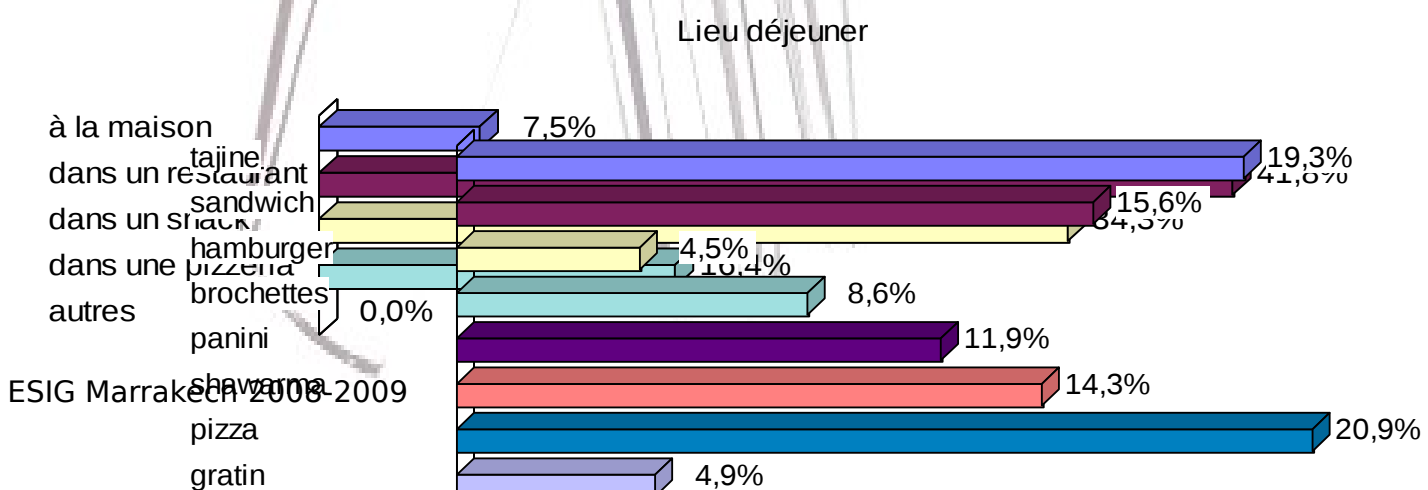


A.2- Etendue de l'étude :

1. Lieu de déjeuner habituel des interviewés :

Les résultats montrent que la grande majorité des interviewés prennent leur déjeuner en dehors de chez eux durant les jours de travail (92,5%). Nous remarquons également que les lieux les plus fréquentés par les interviewés sont les restaurants (41,8%) suivis des snacks (34,3%), ainsi ceux-ci constituent pour nous les principaux concurrents.

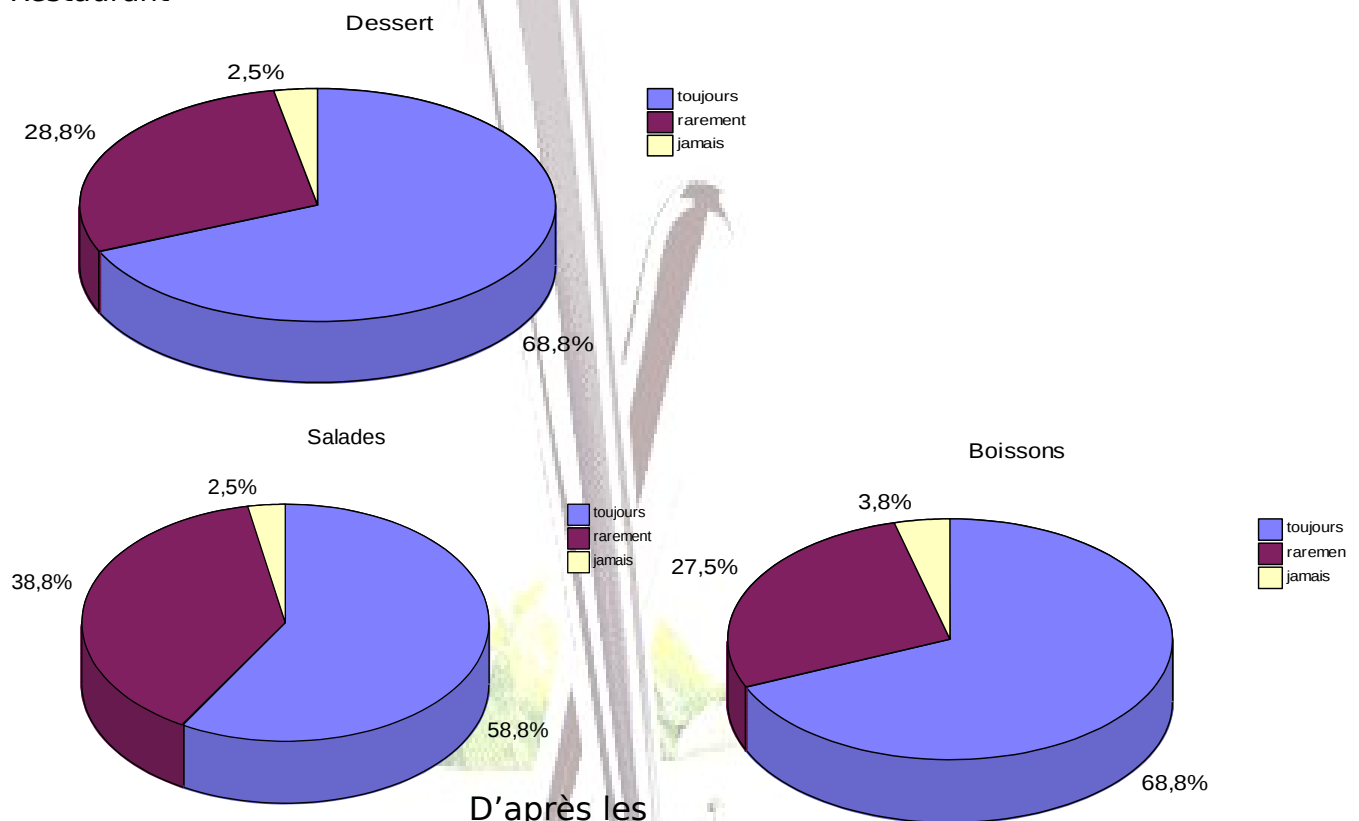
Lieu déjeuner	Nb. cit.	Fréq.
à la maison	10	12,5%
dans un restaurant	56	70,0%
dans un snack	46	57,5%
dans une pizzeria	22	27,5%
autres	0	0,0%
TOTAL OBS.	80	



2. Habitudes de consommation

Déjeuner habituel	Nb. cit.	Fréq.
tajine	47	58,8%
sandwich	38	47,5%
hamburger	11	13,8%
brochettes	21	26,3%
panini	29	36,3%
shawarma	35	43,8%
pizza	51	63,7%
gratin	12	15,0%
TOTAL OBS.	80	

Projet de création d'entreprise Restaurant



D'après les données du tableau, nous pouvons constater que notre cible a tendance à diversifier ses repas, toutefois elle exprime une certaine préférence pour les tajines, les pizzas, les sandwiches et le shawarma. Nous constatons également que les interviewés consomment les salades, les desserts et les boissons assez souvent : nous devons donc prendre ceci en considération lors de la programmation des menus que nous comptons proposer à notre clientèle.

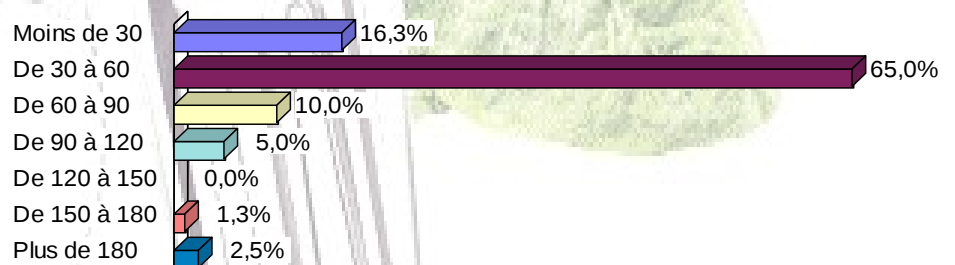
3. Montant dépensé pour le déjeuner :

Prix déjeuner	Nb. cit.	Fréq.
Moins de 30	13	16,3%
De 30 à 60	52	65,0%
De 60 à 90	8	10,0%
De 90 à 120	4	5,0%
De 120 à 150	0	0,0%
De 150 à 180	1	1,3%
Plus de 180	2	2,5%
TOTAL OBS.	80	100%

Minimum = 20, Maximum = 200

Somme = 3685

Moyenne = 46,06 Ecart-type = 33,74

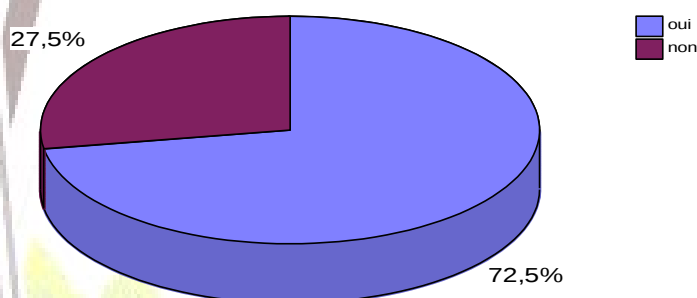


Projet de création d'entreprise Restaurant

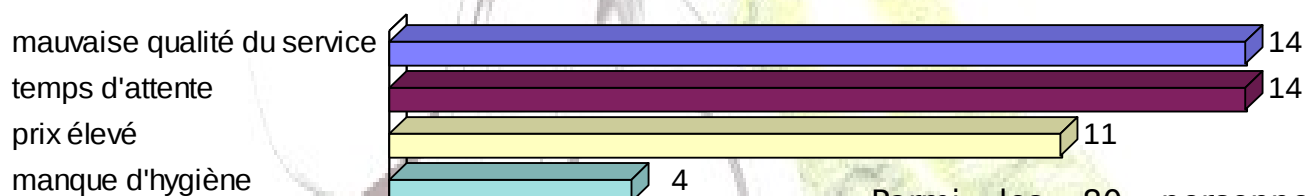
Le montant dépensé pour le déjeuner est en moyenne de 46dh par jour. En effet la majorité de la population (65%) dépense entre 30 et 60 dh pour un déjeuner, ceci pourrait nous donner une idée sur les prix appliqués par la concurrence, ainsi que sur le prix que le client serait disposé à payer en contrepartie de nos services.

4. Satisfaction/Motifs d'insatisfaction :

Satisfaction	Nb. cit.	Fréq.
oui	58	72,5%
non	22	27,5%
TOTAL OBS.	80	100%



Valeurs	Nb. cit.
mauvaise qualité du service	14
temps d'attente	14
prix élevé	11
manque d'hygiène	4
TOTAL	43



Parmi les 80 personnes questionnées, 27,5% expriment un avis défavorable sur le lieu auquel ils se rendent pour prendre leur déjeuner, les principaux motifs de cette insatisfaction sont : 13,9% estiment que le service qui leur est offert est d'une mauvaise qualité, 13,9% affirment qu'ils attendent longtemps avant de recevoir leur repas, 10,9% trouvent que le prix des repas est trop élevé et seulement 4% se plaignent du manque d'hygiène.

5. Satisfaction et lieux fréquentés :

Satisfaction	oui	non	TOTAL
Lieu déjeuner			
dans un restaurant	42	14	56
dans un snack	33	13	46
dans une pizzeria	18	4	22
autres	0	0	0
TOTAL	93	31	124

Les personnes ayant l'habitude de déjeuner dans une pizzeria sont les plus

Projet de création d'entreprise

Restaurant

satisfaits, suivis des habitués aux restaurants, et enfin par les personnes fréquentant des snacks.

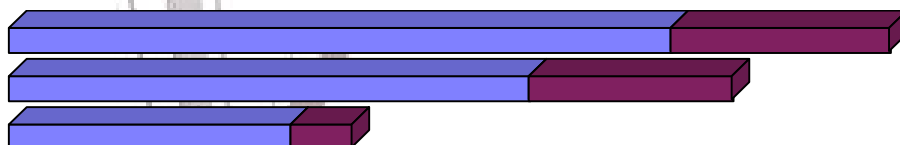
56 dans un restaurant

46 dans un snack

22 dans une pizzeria

0 autres

oui non



6. Insatisfaction et prix payé :

Raisons insatisfaction	mauvaise qualité du service	temps d'attente	manque d'hygiène	prix élevé	TOTAL
Prix déjeuner					
Moins de 30	7,7%	7,7%	0,0%	15,4%	100%
De 30 à 60	19,2%	17,3%	7,7%	11,5%	100%
De 60 à 90	12,5%	37,5%	0,0%	12,5%	100%
De 90 à 120	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	100%
De 150 à 180	100%	100%	0,0%	100%	100%
TOTAL	17,5%	17,5%	5,0%	13,8%	100%

4 Moins de 30

29 De 30 à 60

5 De 60 à 90

2 De 90 à 120

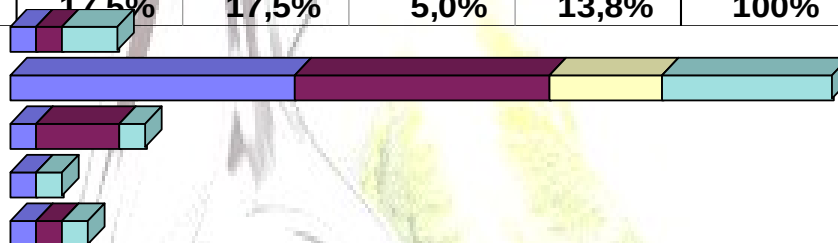
3 De 150 à 180

mauvaise qualité du service

prix élevé

temps d'attente

manque d'hygiène

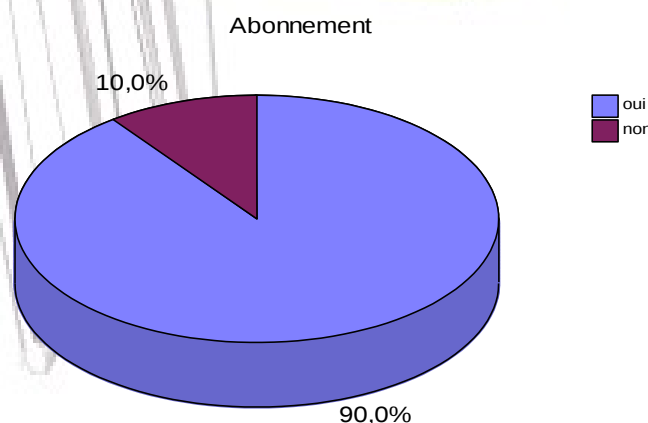


Les

résultats montrent que les principales raisons d'insatisfaction selon les interviewés sont les prix élevés, la mauvaise qualité du service et le temps d'attente, et ce quelque soit le prix payé pour le repas. Ceci indique notamment que notre cible accorde une grande importance au rapport qualité/prix et qu'elle exige un certain niveau de qualité en contrepartie du prix qu'elle paye.

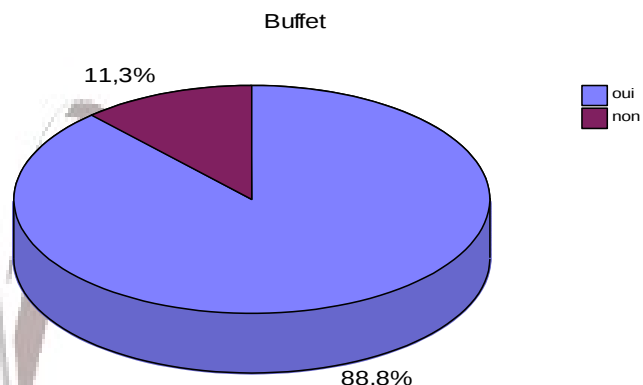
8. Intérêt pour l'idée du projet :

Abonnement	Nb. cit.	Fréq.
oui	72	90,0%
non	8	10,0%
TOTAL OBS.	80	100%



Projet de création d'entreprise Restaurant

Buffet	Nb. cit.	Fréq.
oui	71	88,8%
non	9	11,3%
TOTAL OBS.	80	100%



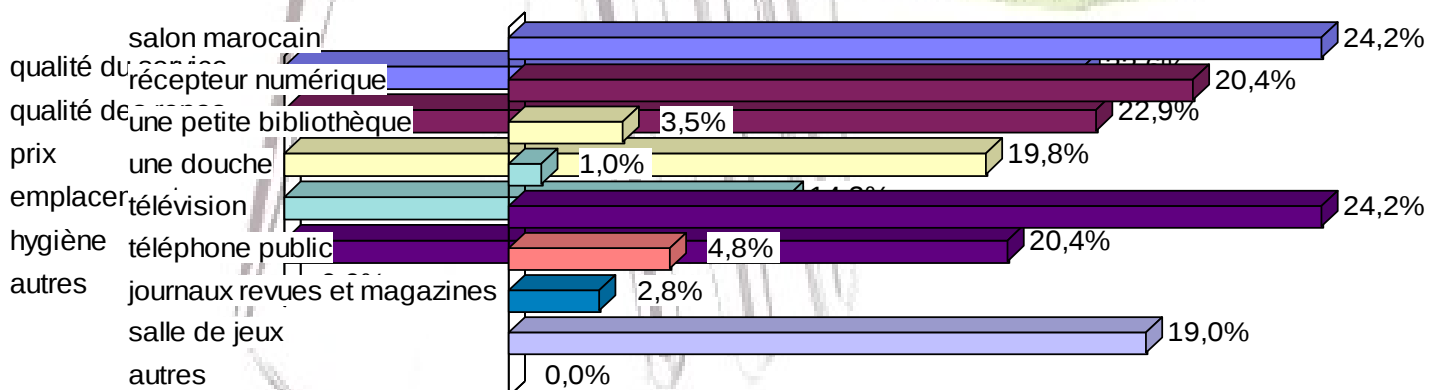
La

grande majorité de la population questionnée a exprimé son intérêt pour l'idée d'un restaurant qui les accueille entre midi et deux heures, et qui met à leur disposition un ensemble de services susceptibles de leur garantir le confort et le bien être. Egalement, 90% d'entre eux ont été intéressés par un abonnement mensuel, alors que 88,8% ont montré leur intérêt pour un système de « self-service ».

9. Critères importants que doit comporter notre restaurant :

Critères importants	Nb. cit.	Fréq.
qualité du service	73	22,6%
qualité des repas	74	22,9%
prix	64	19,8%
emplacement	46	14,2%
hygiène	66	20,4%
autres	0	0,0%
TOTAL CIT.	323	100%

Les interviewés que la qualité des repas est le critère le plus important du choix d'un restaurant (22,9%), suivi de la qualité de service (22,6%), de l'hygiène (19,8%) , du prix (19,8%) et enfin l'emplacement du restaurant (14,2%).



Projet de création d'entreprise
Restaurant



10. Services offerts

Services	Nb. cit.	Fréq.
salon marocain	70	24,2%
récepteur numérique	59	20,4%
une petite bibliothèque	10	3,5%
une douche	3	1,0%
télévision	70	24,2%
téléphone public	14	4,8%
journaux revues et magazines	8	2,8%
salle de jeux	55	19,0%
autres	0	0,0%
TOTAL CIT.	289	100%

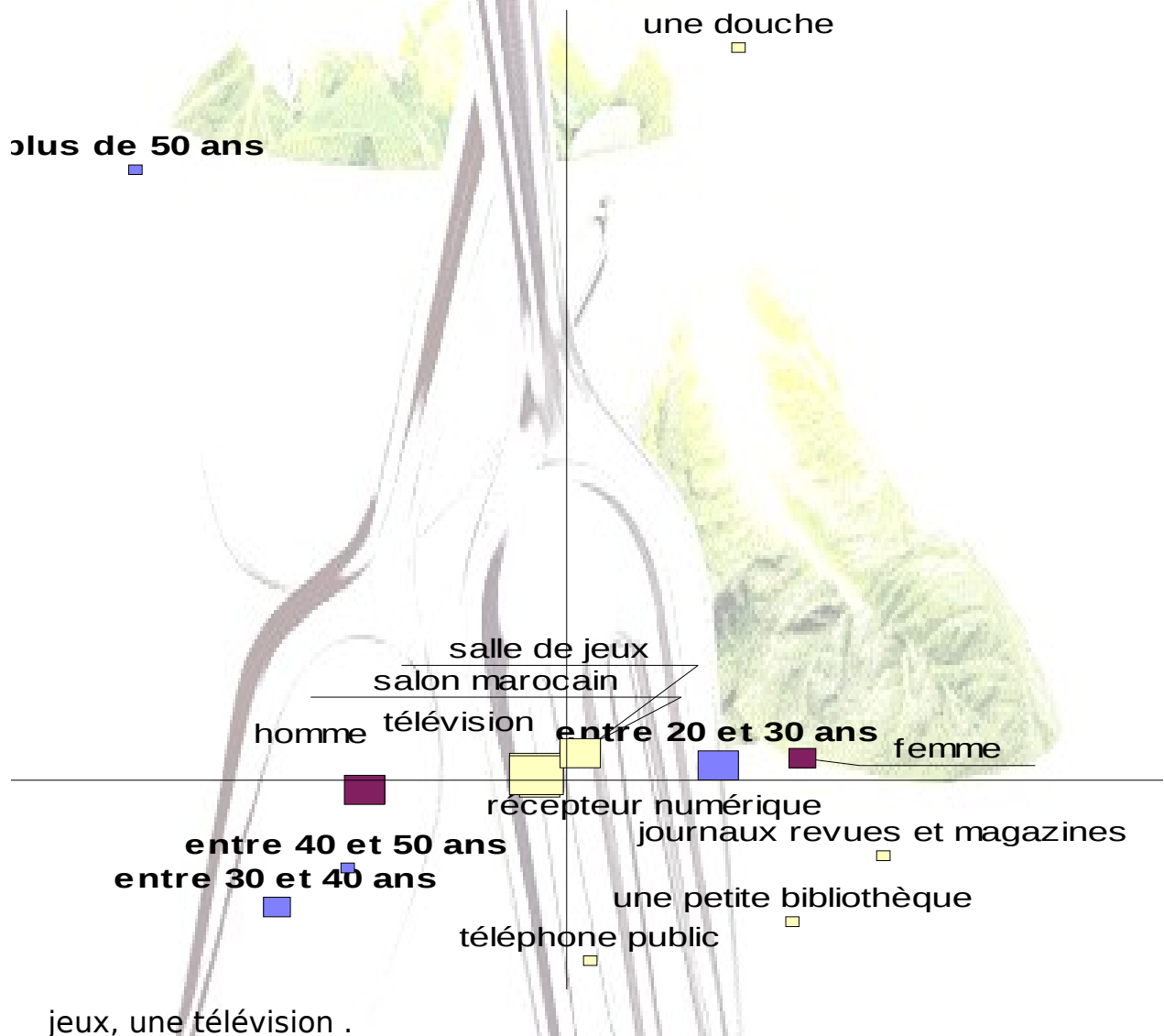
Les services qui intéressent le plus la population interrogée sont : un salon marocain (24,2%), une télévision (24,4%), un récepteur numérique (20,4%), et une salle de jeux (19%). Ainsi seuls ces services seront instaurés dans notre restaurant.

Projet de création d'entreprise Restaurant

Age	Sexe homme	Sexe femme	Services salon marocain	Services récepteur numérique	Services une petite bibliothèque	Services une douche	Services télévision	Services téléphone public	Services journaux revues et magazines	Services salle de jeux
entre 20 et 30 ans	47,7% (21)	86,1% (31)	61,4% (43)	61,0% (36)	80,0% (8)	66,7% (2)	61,4% (43)	64,3% (9)	75,0% (6)	72,7% (40)
entre 30 et 40 ans	34,1% (15)	11,1% (4)	25,7% (18)	28,8% (17)	20,0% (2)	0,0% (0)	27,1% (19)	28,6% (4)	12,5% (1)	18,2% (10)
entre 40 et 50 ans	9,1% (4)	2,8% (1)	7,1% (5)	5,1% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	5,7% (4)	7,1% (1)	12,5% (1)	3,6% (2)
plus de 50 ans	9,1% (4)	0,0% (0)	5,7% (4)	5,1% (3)	0,0% (0)	33,3% (1)	5,7% (4)	0,0% (0)	0,0% (0)	5,5% (3)
TOTAL	100% (44)	100% (36)	100% (70)	100% (59)	100% (10)	100% (3)	100% (70)	100% (14)	100% (8)	100% (55)

11. Influence de l'âge et du sexe sur les services choisis :

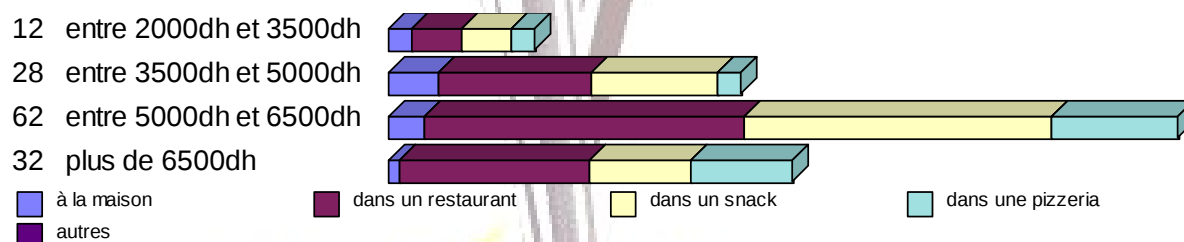
- Les femmes âgées entre 20 et 30 ans sont les plus attirées par un salon marocain, un récepteur numérique et une télévision ;
- Les hommes âgés entre 30 et 50 ans sont les plus attirés par une salle de



12. Salaire et lieu de déjeuner :

Projet de création d'entreprise Restaurant

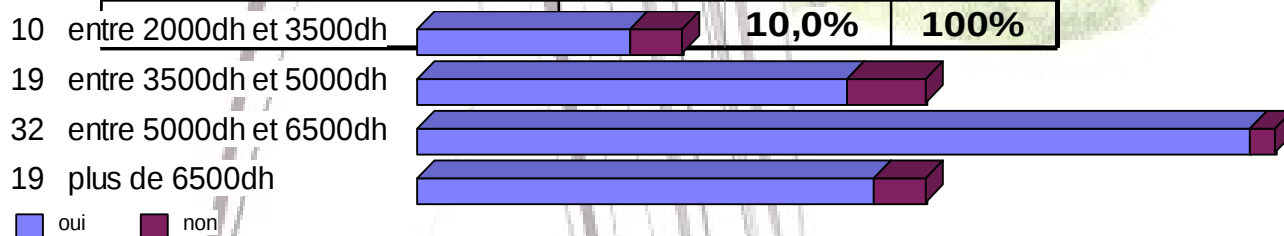
Lieu déjeuner	à la maison	dans un restaurant	dans un snack	dans une pizzeria	autres	TOTAL
Salaire						
entre 2000dh et 3500dh	20,0%	40,0%	40,0%	20,0%	0,0%	100%
entre 3500dh et 5000dh	21,1%	63,2%	52,6%	10,5%	0,0%	100%
entre 5000dh et 6500dh	9,4%	78,1%	75,0%	31,3%	0,0%	100%
plus de 6500dh	5,3%	78,9%	42,1%	42,1%	0,0%	100%
TOTAL	12,5%	70,0%	57,5%	27,5%	0,0%	100%



- Les personnes gagnant un salaire entre 2 000dh et 5 000dh fréquentent plus souvent les restaurants et les snacks ;
- Les personnes gagnant un salaire supérieur à 5 000dh prennent également leur déjeuner dans des restaurants, des snacks, mais ils sont les plus habitués aux pizzerias.

13. Salaire et intérêt pour l'abonnement :

Abonnement	oui	non	TOTAL
Salaire			
entre 2000dh et 3500dh	80,0%	20,0%	100%
entre 3500dh et 5000dh	84,2%	15,8%	100%
entre 5000dh et 6500dh	96,9%	3,1%	100%
plus de 6500dh	89,5%	10,5%	100%

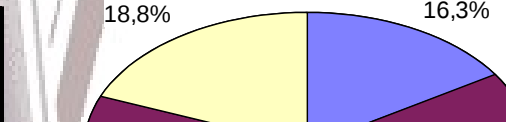


Les personnes gagnant un salaire entre 5 000dh et 6 500dh sont les plus disposés à s'abonner (96,9%), suivis des personnes gagnant entre plus de 6 000dh (89,5%), de ceux gagnant entre 3 500dh et 5 000dh (84,2%), et enfin les personnes

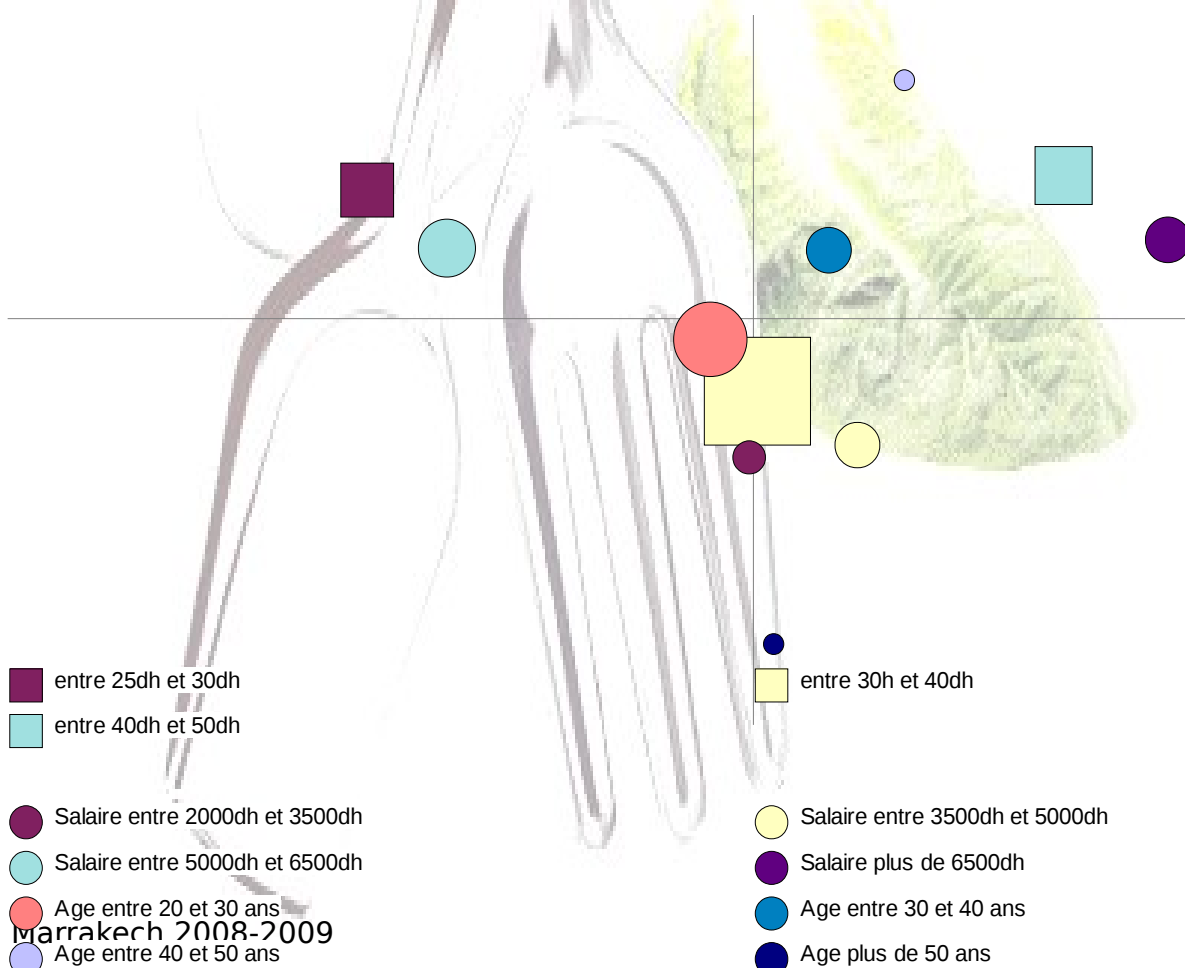
Projet de création d'entreprise
Restaurant

recevant un salaire entre 2 000dh et 3 500dh qui sont intéressés par un abonnement mensuel à hauteur de 20%.

14. Influence de l'âge et du salaire sur le prix :

Prix	Nb. cit.	Fréq.								
entre 25dh et 30dh	13	16,3%								
entre 30h et 40dh	Salaire entre 2000dh et 3500dh	Salaire entre 3500dh et 5000dh	Salaire entre 5000dh et 6500dh	Salaire plus de 6500dh	Age entre 20 et 30 ans	Age entre 30 et 40 ans	Age entre 40 et 50 ans	Age plus de 50 ans		
entre 40dh et 50dh										
TOTAL										
entre 25dh et 30dh	10,0% (1)	16,3% (1)	34,4% (11)	0,0% (0)	17,3% (9)	15,8% (3)	20,0% (1)	0,0% (0)		
entre 30h et 40dh	80,0% (8)	78,9% (15)	56,3% (18)	57,9% (11)	67,3% (35)	57,9% (11)	40,0% (2)	100% (4)		
entre 40dh et 50dh	10,0% (1)	15,8% (3)	9,4% (3)	42,1% (8)	15,4% (8)	26,3% (5)	40,0% (2)	0,0% (0)		
TOTAL	100% (10)	100% (19)	100% (32)	100% (19)	100% (52)	100% (19)	100% (5)	100% (4)		

65% de la population interrogée estime qu'un prix compris entre 30dh et 40dh est convenable pour un repas accompagné d'un dessert et d'une salade, tandis que 16,3% comptent payer un prix entre 25dh et 30dh, et 18,8% sont prêt à payer entre 40 et 50dh.



Projet de création d'entreprise Restaurant

- Les personnes âgées entre 20 et 30 ans et recevant un salaire compris entre 3 500dh et 5 000dh sont les plus disposées à payer un prix allant de 30 à 40dh pour un déjeuner dans notre restaurant ;
- La population âgée entre 30 et 40 ans et recevant un salaire compris entre 5 000dh et 6 500dh est la plus disposée à payer un prix allant de 25dh à 30dh ;
- Les personnes âgées entre 30 et 50 ans et recevant un salaire supérieur à 6 500dh sont les plus disposées à payer un prix compris entre 40dh et 50dh.

A-4. Synthèse des résultats obtenus :

1. Les endroits les plus fréquentés par notre cible sont les restaurants et les snacks, les pizzerias sont fréquentés rarement par une tranche précise notamment les personnes ayant un salaire supérieur à 5 000dh ;

2. Les repas les plus consommés sont les sandwiches, les tajines, les paninis, les pizzas et les shawarma. Également, on a tendance à consommer des boissons (notamment le thé, le café et les jus de fruits), des salades et des desserts ;

3. Satisfaction de l'offre existante :

▪ **Satisfaits : 72,5% ;**

▪ **Insatisfaits : 27,5% ;** motifs d'insatisfaction par ordre d'importance : mauvaise qualité du service, temps d'attente, prix élevé, manque d'hygiène ;

4. Disposition à fréquenter notre restaurant :

	<i>Disposés</i>	<i>Non disposés</i>
Idée du projet	98%	2%
Abonnement mensuel	90%	10%
Self service	88,8%	11,3%
<i>Attentes de la cible :</i> (par ordre d'importance) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Repas de bonne qualité ; ▪ Bon service ; ▪ Propreté et hygiène des repas et du restaurant ; ▪ Prix convenables ▪ Emplacement proche du lieu de travail. 		<i>Services :</i> (par ordre de préférence) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Salon marocain ; ▪ Télévision ; ▪ Récepteur numérique ; ▪ Salle de jeux.

5. Le prix moyen que dépense un employé ou un fonctionnaire pour déjeuner est de 43dh, la plupart dépense de 30 à 60dh par jour ;

6. Notre clientèle est composée en général d'une population jeune âgée de 20 à 40 ans, composée d'hommes et de femmes et dont le salaire est compris entre 3 500dh et 6 500dh.

Projet de création d'entreprise
Restaurant

7. La population visée est disposée à payer un prix compris entre 30 et 40dh en contrepartie d'un menu complet (repas+salade+dessert+boisson), ainsi que les services annexes (salon marocain+télévision+récepteur numérique+salle de jeux).

A-5. Opportunités et menaces de « Lunch Time » :

<i>Opportunités</i>	<i>Menaces</i>
<ul style="list-style-type: none">▪ Une forte disposition de fréquentation de notre restaurant ;▪ Diversité des préférences dans le même segment ;▪ Cible caractérisée par un pouvoir d'achat assez important.	<ul style="list-style-type: none">▪ Forte concurrence des restaurants, snacks et pizzerias,▪ Existence d'un seul segment à cibler.

A-6. Actions à mener et recommandations : (voir annexe 2)

B- Perspectives de vente

B-1. Prévisions pour l'évolution du Chiffre d'Affaire (en Dirhams) : **(voir annexe 3)**

B-2. Les perspectives de développement :

▪ Dans un premier temps, nos clients auront la possibilité de consommer leurs plats sur place, de les emporter ou les faire livrer jusqu'à eux. A côté de nos clients abonnés, nous prévoyons également de recevoir une clientèle occasionnelle (achalandage).

▪ Nous comptons par la suite élargir notre activité signant à des conventions avec des entreprises ne possédant pas un restaurant interne, et ayant un personnel obligé de prendre son déjeuner sur son lieu de travail ;

▪ A partir de la cinquième année, nous comptons étendre notre entreprise en procédant dans un premier temps par l'acquisition d'un bâtiment ayant une capacité supérieure (augmentation du capital). Egalement, nous comptons nous implanter dans d'autres quartiers de Casablanca comme Aïn Sbaâ, Sidi Maârouf...des quartiers où se concentre un grand nombre d'entreprises et donc qui présentent de grandes potentialités de développement pour notre entreprise.

2-L'analyse sectorielle : Modèle de PORTER

L'intensité de la concurrence dans un secteur n'est ni une coïncidence ni le fait d'un hasard malheureux. Elle prend plutôt racine dans la structure économique fondamentale du secteur et dépasse de loin le seul comportement des concurrents existants.

Ainsi l'analyse de la structure du secteur dans lequel l'entreprise va opérer est une étape cruciale afin de déterminer les règles du jeu concurrentiel et les stratégies auxquelles la firme a la possibilité de recourir ».

En effet la stratégie d'une entreprise face à sa concurrence implique une mise en relation avec son environnement plus particulièrement le secteur où elle entre en compétition avec d'autres firmes. Par définition un secteur est un ensemble de firmes qui fabriquent des produits ou services étroitement substituables.

D'après M. PORTER, l'état de la concurrence dépend de cinq forces :

- Client : pouvoir de négociation des clients
- Substituts : menace des services substituables
- Fournisseurs : pouvoirs de négociation des fournisseurs
- Entrants potentiels : menace des nouveaux entrants

Projet de création d'entreprise
Restaurant

- Concurrents du secteur : rivalité entre les firmes existantes

La stratégie d'une entreprise face à la concurrence a pour but de placer l'entreprise dans la meilleure situation possible pour se défendre contre tout risque.

Pour cela, et afin de mettre au point une stratégie permettant de répondre aux exigences du marché et de faire face à la concurrence, on doit procéder à une analyse des sources de chacune des forces citées ci-dessus pour détecter les forces et faiblesses de l'entreprise et définir sa position dans le secteur.

A-La menace des nouveaux entrants :

La menace des nouveaux entrants dépend surtout des obstacles à l'entrée ou des barrières qui peuvent décourager tout ceux qui veulent entrer à ce secteur.

Etant donné que notre secteur se caractérise par une certaine facilité d'entrée nous pouvons dire que l'arrivée des nouveaux entrants menacera l'entreprise car qui dit des nouveaux entrants dit des nouvelles capacités, des nouvelles idées avec un prix plus bas qui se traduira par une hausse des coûts des entreprises existantes et une réduction de leur rentabilité.

Notre entreprise qui fournit des services de restauration, représentera pour le marché la première force qu'on va analyser.

Il y a 3 facteurs qui peuvent représenter des obstacles :

1- La différenciation des services :

Afin de distinguer notre offre de celle des autres entreprises opérant dans le même secteur. En effet, le secteur de restauration se caractérise par des entreprises qui ont acquis une clientèle fidèle et par la qualité des repas servis, et par la qualité des services offerts. Ce qui nous pousse à prendre en compte de multiples dépenses susceptibles de contrer la fidélité de la clientèle existante. Ces dépenses se manifesteront comme suit:

Projet de création d'entreprise
Restaurant

- Une communication de masse : notre entreprise doit informer la clientèle de son existence ainsi que des services qu'elle met à leur disposition, notamment via des campagnes de communication massives ;
- Des dépenses relatives aux services offerts par l'entreprise : l'accueil de la clientèle ainsi que les autres services offerts après le repas dégagent des dépenses additionnelles qu'un restaurant normal n'aurait pas à supporter.

2- Les besoins de capitaux :

Le fait que nous soyons de nouveaux entrants constitue un obstacle important, vu l'importance des capitaux que nous devons investir pour le local, les charges de personnel, les matériaux requis, ainsi que tous financements nécessaires. L'ensemble de ces éléments sera décortiqué au niveau de l'analyse financière.

3- La politique gouvernementale :

Le gouvernement marocain poursuit une politique rigoureuse pour le domaine de restauration, cette politique se traduit par une limitation importante des entrants à ce secteur. Chaque entreprise opérant dans la restauration doit vérifier un certain nombre de normes et de règles relatives à l'hygiène et la propreté des repas servis, et seules les entreprises conformes aux normes imposées sont susceptibles d'entamer leur activité, à condition de maintenir le respect de ces règles.

Ces normes de vérification des produits alimentaires, étant applicables également pour notre entreprise, peuvent constituer un important obstacle à notre entrée au marché.

B-Le pouvoir de négociation des clients:

Les clients ont tendance à acheter les produits ou services aux prix les plus bas tout en cherchant la meilleure qualité possible et en jouant un concurrent contre l'autre. Cependant, ce pouvoir que possède chaque groupe de clients peut nuire à la rentabilité du secteur.

Ceci peut se révéler :

Projet de création d'entreprise
Restaurant

- Lorsque le client est permanent. Ce genre de clients pèse d'un grand poids sur les résultats.
- Si le groupe de clients a de faibles profits et ne peut pas, par exemple, acheter des jetons de repas chaque jour, ceci poussera à une réduction des prix ce qui touchera visiblement la rentabilité de l'entreprise.
- Si le client a une information complète sur les prix réels du marché il est mieux en mesure de s'assurer qu'il bénéficie des prix les plus favorables, sinon il pourrait recourir aux services d'autres concurrents ou à des produits de substitution qui satisferont le même besoin avec des prix plus avantageuses.

C - Le pouvoir de négociation des fournisseurs :

En augmentant leurs prix ou en réduisant la qualité de leurs produits, les fournisseurs peuvent être puissants et exerceront ainsi un pouvoir de négociation à notre égard. Dans ce cas ces fournisseurs risqueront de réduire la rentabilité de l'entreprise.

Ainsi, il faut procéder à une analyse précise de cette force qui se révèle puissante puisque :

- Le groupe de fournisseurs est dominé par quelques firmes qui vendent à des clients plus dispersés et qui pourront exercer une influence considérable sur les prix, la qualité et les conditions d'achat ;
- Le produit du fournisseur (viande, volaille, légumes,...) est un moyen de production important dans notre secteur d'activité qui est la restauration.

On aura recours à d'autres types de fournisseurs de services qui sont la main d'œuvre constituée essentiellement de serveurs et de chefs cuisiniers formés dans le domaine de la restauration et l'hôtellerie.

D - Les substituts:

Projet de création d'entreprise
Restaurant

Les principaux produits ou services qui pourraient substituer les nôtres sont essentiellement les autres restaurants, les snacks et les crèmeries (ou « mahlabas »)...

E - L'intensité de la rivalité entre les concurrents:

Le taux d'investissement dans le secteur de services augmente visiblement, ainsi ce secteur connaît une concurrence de plus en plus acharnée.

L'idée de notre projet (maison - restaurant), qui offre des repas aux fonctionnaires abonnés entre midi et 14h dans une ambiance et un climat amical, est une première dans la ville de Casablanca. Ceci dit, on enregistre une faible intensité concurrentielle.

IV) Compétences nécessaires et actifs

1- Faisabilité technique :

Dans l'étude technique ci-après nous allons voir toutes les immobilisations dont nous aurons besoin pour l'activité de notre entreprise à savoir les installations techniques, matériel de transport, ... (annexe 4)

A- Aménagement du magasin :

A.1- Description du magasin :

1. *Entrée publique* : où se situe l'accueil

2. *Les salons* : sont des lieux où les gens se reposent avoir pris leur déjeuner. Chaque salon est équipé de télévision pour ceux qui désirent regarder la télévision en ce temps.

3. *Restaurant* : le lieu où les gens prennent leur déjeuner, il très proche des caisses et du buffet ce qui permet de réduire le temps de passage et donc éviter que le repas se refroidisse.

4. *Les réserves* : sont des lieux d'entreposage et d'organisation des produits. Elles sont très proches de la cuisine pour faciliter le déplacement.

5. *sale de jeux* : cet endroit où le client peut de décontracter après une matinée de travail et de stress.

6. *le buffet* : lieu où sont exposés les différents plats du jour avec leur prix. Le client doit faire son choix et le communiquer au serveur pour le lui remettre.

7. *Cuisine*

8. *Toilettes*

9. *Caisse*

10. *Sortie*

B- Transport :

Pour le transport des matières nécessaires à notre activité, il serait préférable et au moins pour les trois premières années de démarrage d'opter pour les services d'un transporteur que ça soit le fournisseur lui-même ou une tierce personne.

Projet de création d'entreprise Restaurant

Dans les meilleures conditions et en cas de liquidités dégagées par notre affaire, un investissement en matériels de transport sera fait afin de bien maîtriser nos coûts de transports et bénéficier de la possibilité de déductibilité des charges d'amortissement.

Désignation	Valeur d'entrée	Taux	Amortissement	valeur à la fin de production
Voiture de service	40 000	20%	8 000	32 000
motocyclette	7 000	20%	1 400	5 600
TOTAL	47 000		9 400	37 600

2- Faisabilité Ressources Humaines :

1 - Les besoins en ressource humaine :

Pour assurer le bon fonctionnement de l'entreprise, les besoins du projet en Ressources Humaines se présentent comme suit :

- Le gérant : ce poste va être occupé par les membres de l'équipe de façon rotative (mandats de 6 mois) entre les 3 fondateurs.
- Responsable finance & comptabilité : de formation finance et comptabilité.
- Responsables Approvisionnement & logistique.
- Deux caissières.
- Deux serveurs.
- Trois cuisiniers
- Deux femmes de ménages

2 - Attributions de chaque poste :

1. Le Gérant :

Toute entreprise, la direction revête une importance énorme. C'est elle qui décide des choix stratégiques de l'entreprise. Notre structure impose un style de management participatif tirant sa force de la synergie de l'équipe. Ce poste va être occupé par l'un des fondateurs de l'entreprise d'une manière rotative (mandats de 6 mois).

2. Responsable finance & comptabilité :

Constituant le noyau dur de la gestion de toute entreprise, la mission de ce poste va consister à tenir les comptes de l'entreprise, de veiller à sa rentabilité et assurer son financement tout en maintenant son équilibre financier (solvabilité, liquidité,...)

3. Responsables Approvisionnement & logistique :

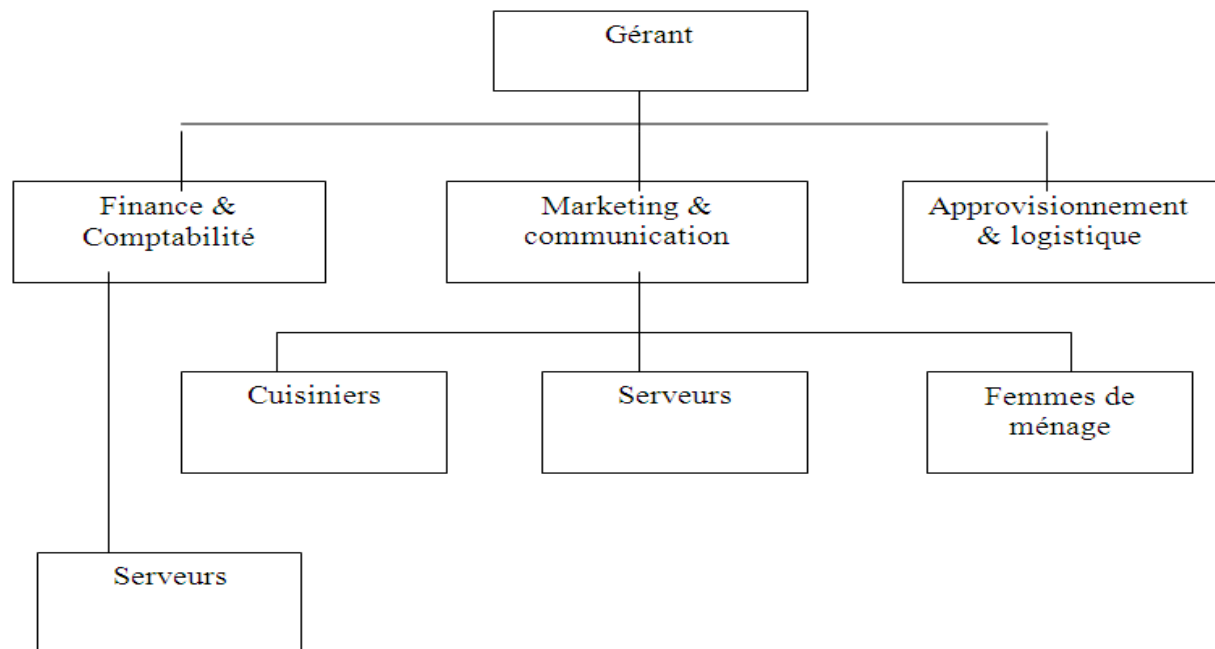
La personne qui va occuper ces postes doit assurer en permanence des sources d'approvisionnement et les moyens de transport les plus adaptés en fonction de leurs coûts.

4. Responsable marketing et communication :

Les activités attribuées à ce poste sont les suivantes :

- Mise en place des stratégies de marketing
- Recherche de nouveaux marchés.
- Communication et publicité.

3- Organigramme :



4 - Le salaire :

Le salaire ne peut être inférieur au Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti (SMIG).

- Gérant : 4 000 Dhs
- Responsable finance & comptabilité : 4 000 Dhs
- Responsables Approvisionnement & logistique : 4000 Dhs
- Responsable Marketing et communication : 4 000 Dhs
- Caissières : 2 000 Dhs
- Serveurs : 2 000 Dhs
- Cuisiniers : 3 000 Dhs
- Femmes de ménages : 2 000 Dh

3- Plan de communication :

L'élaboration de ce plan a pour but de détailler l'ensemble des éléments qui seront mis en œuvre afin de développer la notoriété de « Lunch Time » et de construire l'image d'un restaurant offrant un service de grande qualité à petits prix.

A- Le budget :

Le budget consacré à la communication est de 17 500dhs pour la première année 20 500,12dh pour la deuxième année, 19 500,02dh pour la troisième année et 50 500dh pour la quatrième année. L'importance du budget consacré à la communication pendant la quatrième année est expliquée par les grandes actions que doit mener notre restaurant lors de cette année afin de préparer à son extension qui aura lieu l'année suivante (voir partie suivante). Bien évidemment, il y a lieu à revoir ces chiffres en fonction des besoins.

Article	Prix U	Quantité	Montant (dhs)
Brochure	4 DH	1000	4000
Dépliant	3 DH	3000	9000
Site web	1500 DH	1	1500
Panneau publicitaire	3000 DH	1	3000
TOTAL¹			17 500

B- Les moyens de communication :

Dans ce qui suit, nous allons présenter l'ensemble des actions entreprises en matière de communication, et qui auront pour but d'instaurer une bonne image de marque de « Lunch Time », ainsi que d'informer notre cible de notre existence, des services que nous leur offrons, des modalités de paiement et des prix que nous appliquons. Il faut noter que l'ensemble de ces actions seront entretenue en ESIG Marrakech 2008-2009

Projet de création d'entreprise
Restaurant

cours de l'aménagement de notre restaurant pour pouvoir commercialiser nos tickets d'avance, et entamer notre activité dès

- Nous comptons opter pour une publicité ciblée, et utiliser des moyens efficaces mais pas chers vu notre budget limité. Ainsi nous prévoyons de concevoir des brochures portant les couleurs de notre enseigne et qui seront distribués dans les entreprises et les rues avoisinantes... . De même des banderoles seront conçues afin d'accompagner l'ouverture de notre restaurant et de renforcer la publicité sur lieu de vente (PLV) ;
- Nous prévoyons également l'utilisation des petites annonces pour se faire connaître, des journaux tels que « Le Matin », « L'Economiste » ou « CasaAnnonces » constitueront notre principal support communicationnel, car ils permettront d'acheminer des informations sur « Lunch Time » à notre cible d'une manière efficace ;

Les médias pourraient également jouer un rôle important dans la valorisation de l'idée du restaurant et la communication de l'innovation que représente cette idée, et ce via des articles dans les journaux c'est-à-dire les « Earned Media ». Toutefois, ces « Earned Media » ne peuvent être utilisés qu'à partir du troisième exercice vu leur coût élevé.

V) L'étude juridique

1- Elaboration des statuts : (voir annexe5)

2- Partenaires :

L'approvisionnement constitue une phase vitale dans notre chaîne de valeur. Ainsi conscients de l'importance de cette opération, le choix des sources d'approvisionnement doit être fait minutieusement afin d'offrir un service de qualité.

De ce fait, on va s'approvisionner auprès de la grande surface Métro pour l'ensemble des matières nécessaires (viande, volaille, légumes, fruits...)

Les boissons gazeuses quant à elles seront achetées auprès de la SGBS.

Nos clients seront constitués principalement de fonctionnaires et employés (marché cible), et d'achalandage.

3-Etude administrative : (voir annexe 6)

VI) L'étude financière

1- La politique financière :

Une politique financière consiste à rassembler les moyens financiers de l'entreprise pour réaliser les objectifs généraux en prenant en considération les contraintes et en reclassant les objectifs financiers de l'entreprise selon leurs priorités.

Ainsi, nos objectifs sont les suivants :

1. Le développement ;
2. Le profit ;
3. la sécurité financière.

La priorité ici est donnée à la croissance d'où un recours important à l'endettement au détriment de l'indépendance. Pour bénéficier de l'effet de levier, il faut assurer une rentabilité élevée et des profits importants.

Durant les 5 premières années, aucune distribution de dividendes ne serait effectuée afin d'assurer le financement de la croissance.

Chiffre d'affaires prévisionnel :

D'après l'étude de marché et les entretiens faits avec les restaurants de référence, nous pouvons établir notre chiffre d'affaire prévisionnel (chiffres en quantité). Nous prévoyons ainsi une augmentation annuelle de CA à hauteur de 5,75%.

Les prévisions pour le premier exercice :

- Les provisions pour le premier exercice :

Octobre

	Carnets		
	10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	47 U	40 U	43 U
Montant	16 450	28 000	37 625
	CA1=	82 075	

Novembre

	Carnets		
	10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	30 U	50 U	50 U
Montant	10 500	35 000	43 750
	CA2=	89 250	

Décembre

	Carnets		
	10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	15 U	60 U	72 U
Montant	5 250	42 000	63 000
	CA3=	110 250	

Janvier

	Carnets		
	10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	12 U	63 U	75 U
Montant	4 200	44 100	65 625
	CA4=	113 925	

Février

	Carnets		
	10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	10 U	65 U	80 U
Montant	3 500	45 500	70 000

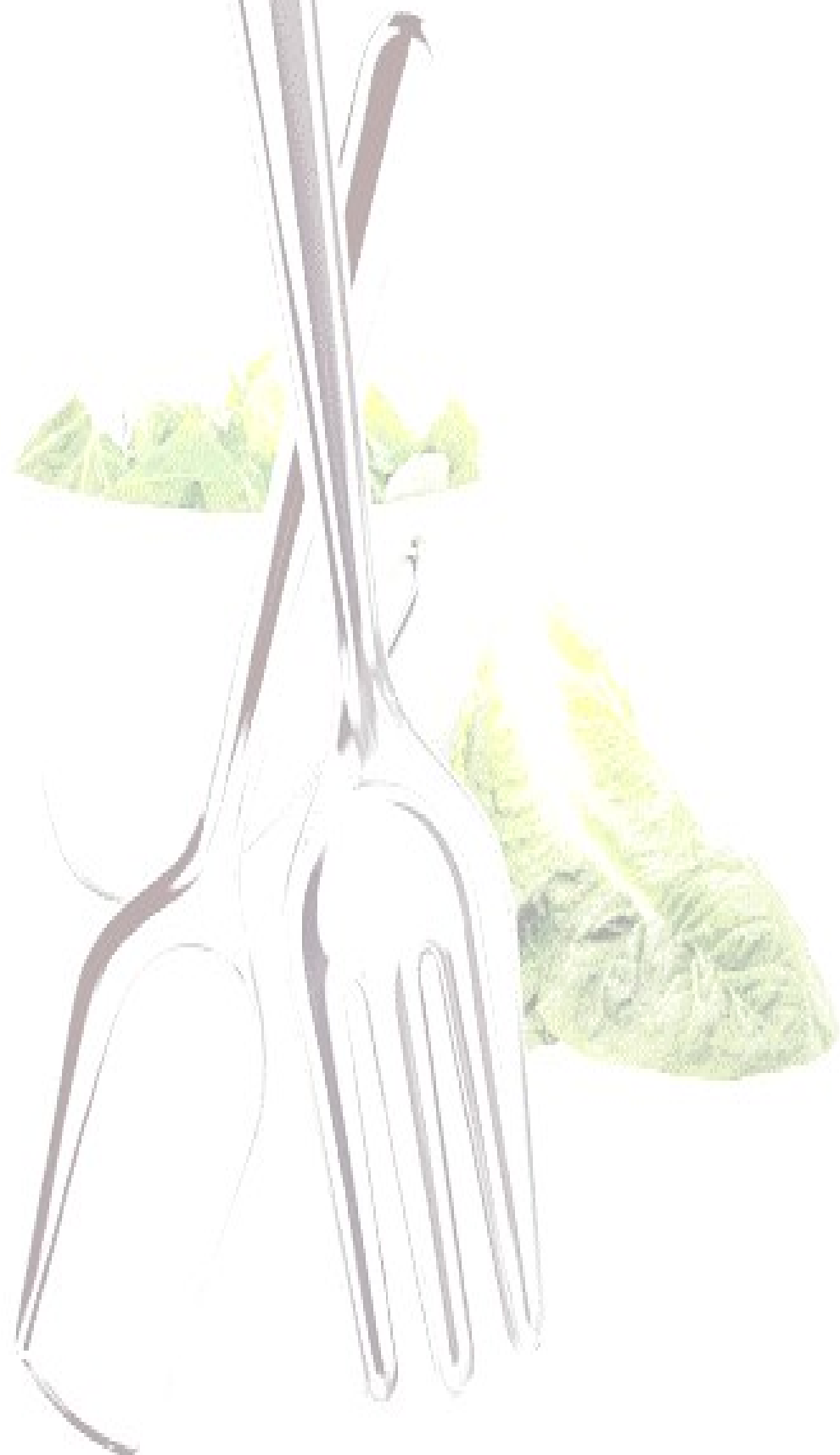
Mars

	Carnets		
	10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	8 U	65 U	87 U
Montant	2 800	45 500	76 125

Projet de création d'entreprise
Restaurant

CA5=	119 000
------	------------

CA6=	124 425
------	------------



<u>Avril</u>				<u>Mai</u>			
Carnets				Carnets			
	10 tickets	20 tickets	25 tickets		10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875	Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	8 U	70 U	90 U	Quantité vendue	5 U	70 U	94 U
Montant	2 800	49 000	78 750	Montant	1 750	49 000	82 250
	CA7=	130 550			CA8=	133 000	

<u>Juin</u>				<u>Juillet</u>			
Carnets				Carnets			
	10 tickets	20 tickets	25 tickets		10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875	Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	4 U	71 U	95 U	Quantité vendue	4 U	64 U	112 U
Montant	1 400	49 700	83 125	Montant	1 400	44 800	98 000
	CA9=	134 225			CA10=	144 200	

<u>Août</u>				<u>Septembre</u>			
Carnets				Carnets			
	10 tickets	20 tickets	25 tickets		10 tickets	20 tickets	25 tickets
Prix unitaire	350	700	875	Prix unitaire	350	700	875
Quantité vendue	4 U	70 U	124 U	Quantité vendue	4 U	70 U	126 U
Montant	1 400	49 000	108 500	Montant	1 400	49 000	110 250

Projet de création d'entreprise
Restaurant

CA11= 158
900

CA12= 160
650

CA global du premier
exercice **1 500 450**

- L'augmentation du CA : 5.75%

2-Compte résultat : (voir annexe 7)

3-Bilan : (voir annexe 7)

4-Tableau de financement : (voir annexe 7)

5-Plan de trésorerie : (voir annexe 7)

6-Indicateurs de performance financière :

Cash flow

Années	1	2	3	4
Produits (CA)	1 500 450,00	1 586 725,87	1 677 962,61	1 774 445,46
Charges	1 397 516,00	1 401 039,12	1 421 047,14	1 518 372,30
Dotations d'amortissement	57 513,50	61 040,50	81 040,50	81 040,50
Résultats bruts	45 420,50	124 646,25	175 874,97	175 032,66
Impôt	15 897,18	43 626,19	61 556,24	61 261,43
Résultat net	29 523,33	81 020,06	114 318,73	113 771,23
Dotations d'amortissement	57 513,50	61 040,50	81 040,50	81 040,50
Cash flow net	87 036,83	142 060,56	195 359,23	194 811,73
Taux d'actualisation	(1,09) ⁻¹	(1,09) ⁻²	(1,09) ⁻³	(1,09) ⁻⁴

CFNact = 87 036,83(1,09)⁻¹ + 142 060,56 (1,09)⁻² + 195 359,23 (1,09)⁻³ + 194 811,73 (1,09)⁻⁴

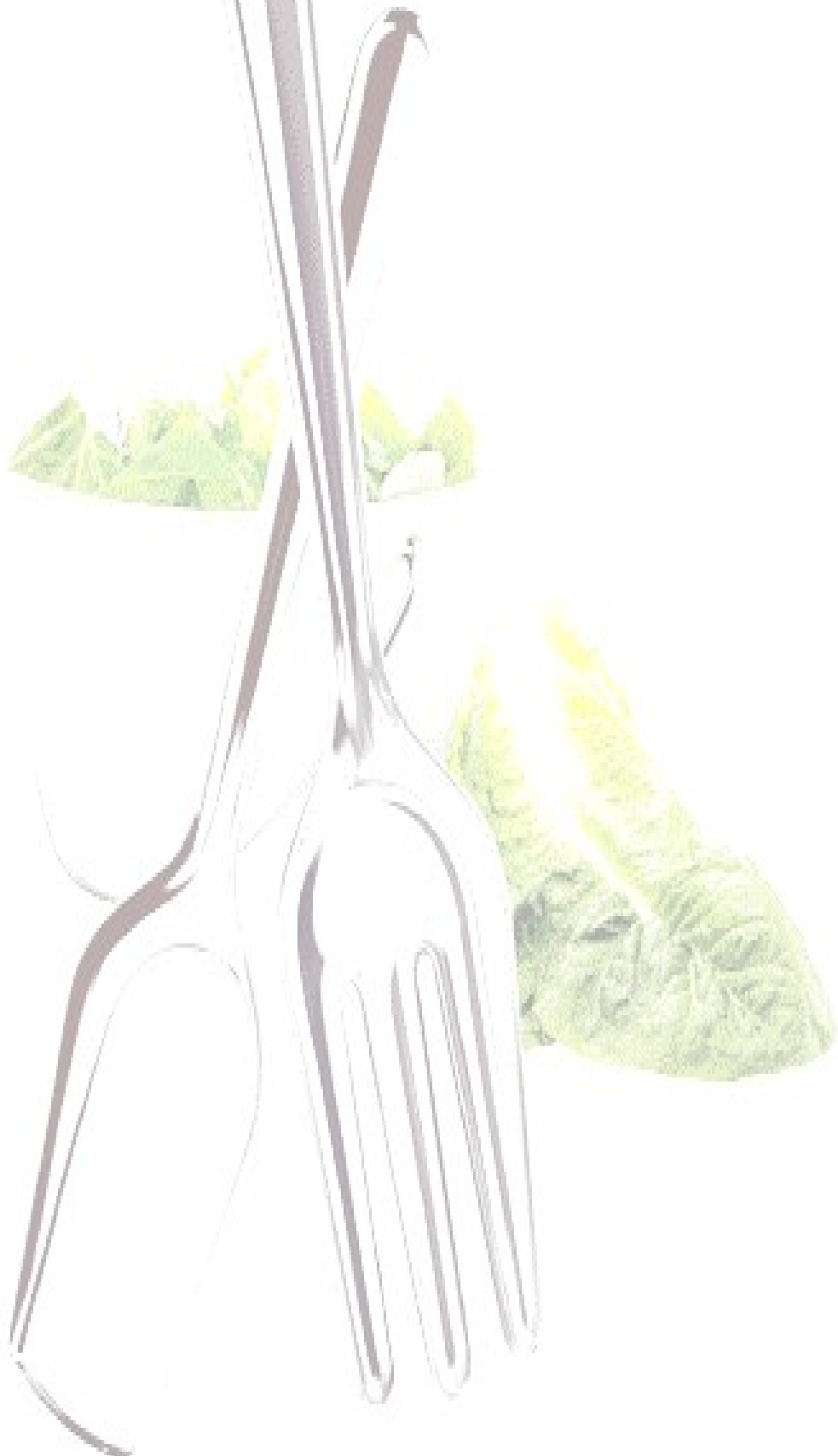
Projet de création d'entreprise
Restaurant

$VAN = CFNact - \text{Montant de l'investissement}$

$VAN = 188\,282,54 - 120\,834$

$\text{Indice de Rentabilité} = VAN / Mt\ Invt$

$IR = (58\,448,54 / 120\,834) * 100$



Projet de création d'entreprise Restaurant

La VAN et l'indice de rentabilité ou de profitabilité sont deux critères nécessaires pour évaluer la rentabilité d'un projet. Ainsi un investissement est rentable lorsque sa VAN est positive et son indice de profitabilité est supérieur à 1.

Notre projet est rentable car tous les capitaux investis peuvent être récupérés par les flux de revenu de l'investissement et ces mêmes flux permettent de rémunérer les apporteurs des fonds et il reste un surplus de 58 118 54 dh (VAN) qui revient à

Indicateurs de performance

Activité & productivité

	N	N+1	N+2
Chiffre d'affaires	1 500 450,00	1 586 725,87	1 677 962,61
Production	1 500 450,00	1 586 725,87	1 677 962,61
Valeur ajoutée	602 734,00	674 486,75	743 515,47
Valeur ajoutée / Production	40,17%	42,51%	44,31%

Un accroissement de la valeur ajoutée plus proportionnel que à l'activité. Il s'agit d'un démarrage et l'entreprise dégage une meilleure valeur ajoutée à production équivalente (44,31% en N+2 contre 42,51% en N+1 et 40,17% en N).

Rentabilité économique

Ratios	N	N+1	N+2
EBE / Total Actif	12,45%	22,95%	30,06%
EBE / C A	6,86%	11,70%	15,31%
CA / Total Actif	181,48%	196,13%	196,36%

La rentabilité économique élevée (30,06% en N+2 contre 22,95% en N+1 et 12,45% en N).est essentiellement due à une forte rotation des actifs (196,36%), Le ratio "excédent brut d'exploitation / chiffre d'affaires se maintient

Rentabilité financière

Ratios	N	N+1	N+2
Résultat net / Capitaux propres	2,61%	12,78%	16,52%

Projet de création d'entreprise Restaurant

--	--	--	--

L'amélioration de la rentabilité financière s'explique également par la rotation des actifs(196,36%).

Structure financière

Ratios	N	N+1	N+2
Dettes de fin / capitaux propres	0,72	0,5	0,31
Dettes de fin / CAF	4,69	2,04	1,06

L'autonomie financière est très élevée, inférieure à 1 (0,31 en N+2 contre 0,5 en N+1 et 0,72 en N). Donc l'entreprise ne trouvera pas de difficultés à s'emprunter. D'autant plus elle a une très bonne capacité à rembourser des dettes (1,06% en

Projet de création d'entreprise
Restaurant

(Tu doit ajouter une autre ligne au tableau li fiha ton nom et la nature dial l'apport ...)

Nom de l'associé	Apports en nature		Apports en numéraire	Valeurs des apports	
	Nature de l'apport	Sa valeur estimée			
Mlle. Meryem raguibi	1 Table Billard	10 000,00	115 000,00	141 000,00	
	1 Table Baby-foot	5 000,00			
	1 PC portable	11 000,00			
	Total 1	26 000,00			
Mlle. Yassmine HADDOU CHE	1 micro-ordinateur	4 500,00	129 400,00	147 850,00	
	1 imprimante lazer	1 500,00			
	1 motocyclette	7 000,00			
	1 tapis	3 500,00			
	3 chaises bureau	1 350,00			
	1 aspirateur	600,00			
	Total 2	18 450,00			
Mlle. Sanae MEKDAM	1 PC potable	9 000,00	131 650,00	151 150,00	
	1 micro-ordinateur	5 500,00			
	1 imprimante lazer	1 500,00			
	1 tapis	3 500,00			
	Total 3	19 500,00			
Total des apports en nature (Total 1+Total 2+Total 3+Total 4)		63950,00	Total des apports en numéraire	376050,00	Le capital social
					440000,00

VIII) Conclusion

D'après notre étude du marché, notre clientèle cible à savoir les employés et fonctionnaires est susceptible de consommer nos services. Et d'après les résultats de notre étude financière (c'est là ou tu doit rajouter des choses qui se rapporte aux resultats ficnanciers) , on peut en conclure que le projet est assez porteur et présente des opportunités à saisir, tout fois il convient de tenir en compte les menaces et les difficultés que le projet risque de rencontrer au début de sa mise en place aux quel ont va devoir faire face.

Commercialement le restaurant Lunch Time pourra très bien pénétrée

Techniquement

Financièrement le projet présente une attractivité assez importante avec un résultat net mensuel

Termine la conculsion

Quand tu l'aura fini envoi le moi stp

Remerciements

Nous dédions ce rapport à nos parents pour leur aide et leurs encouragements.

A tous nos formateurs pour leur assistance et conseils qu'ils n'ont cessé de nous prodiguer tout le long de l'élaboration de ce projet essentiellement Messieurs : Ihsane Tarik, Ait Aazizi Hassan et Youness Lafraxo. Ils nous aidé par leur dévouement et leurs encouragements à nous perfectionner et améliorer nos connaissances pour obtenir un travail de qualité en fin de compte dont nous sommes très fier.