

PROJET ENTREPRENEURIAL
Création d'un restaurant durable annexé à une
exploitation agricole

Projet d'étudiants Ingénieurs 2019

Thomas Cédât, Nastassja Dodet, Claire Melot et Lisa Nogré



© Emmanuel Berthier

Rapport technique – Projet d'élèves ingénieurs n°8

Projet entrepreneurial – Création d'un restaurant durable annexé à une exploitation agricole
Cas appliqué au projet Agro-Ecopôle du Mas de Mirabeau



© Emmanuel Berthier

Par Thomas CÉDAT, Nastassja DODET, Claire MELOT et Lisa NOGRÉ

Organisme commanditaire : Chaire AgroSYS

Tuteur commanditaire : Mathieu BAYOT

Tuteur Montpellier SupAgro : Hélène DORCHE

Année de soutenance : 2019

Présenté le : 19/12/19

Devant le jury : Mathieu BAYOT, responsable de la chaire partenariale AgroSYS

Hélène Dorche, UMR MOISA, département SESG, chargée de mission Risques

Pour citer cet ouvrage : Cédart, Dodet, Melot, Nogr  (2019). Projet entrepreneurial – Création d’un restaurant durable annexé à une exploitation agricole. Projet d’élèves ingénieurs n 8. Montpellier SupAgro. 39 pages.

Avertissement

Le présent document rend compte d'un travail d'investigation et d'analyse réalisé dans le cadre d'une activité pédagogique.

Le PEI (projet d'étudiants ingénieurs) fait partie de la formation ingénieur, il débute en fin de première année d'école (bac + 3) et se termine au cours de la deuxième année ; les étudiants concernés ne sont pas alors spécialisés et c'est pour beaucoup d'entre eux le premier travail d'ordre professionnel.

Le temps imparti à la rédaction apparaît souvent limité eu égard à la complexité du sujet.

Au lecteur ainsi averti d'en tenir compte dans la prise en compte de cette production intellectuelle.

Résumé opérationnel

L'idée de l'implantation d'un restaurant dont l'impact environnemental est largement limité par l'utilisation des ressources locales et l'optimisation de celles-ci a été proposé par la Chaire AgroSYS^[1] dans le cadre du Projet d'Étudiants Ingénieurs. En effet, la dimension entrepreneuriale de ce projet permet aux étudiants intéressés de découvrir ce domaine peu développé en école. La créativité et l'innovation sont mis en valeur au travers de ce projet. Le but n'est donc pas de tirer des conclusions franches sur la faisabilité de cette structure mais il réside plutôt dans la réflexion autour de l'élaboration d'une telle structure.

Le travail a été organisé en plusieurs séquences permettant dans une démarche entrepreneuriale d'aboutir à l'élaboration théorique d'une telle structure. Après une phase d'acquisition de connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat, une phase d'élaboration de Business Models conditionnés par des hypothèses a permis de préciser le projet. Ensuite, le Business Model hypothétique a été confronté à la réalité afin de pouvoir ajuster la proposition de valeur. Le modèle définitif a permis d'établir un plan financier pour l'élaboration de cette structure dans le cadre du projet Agro-Ecopôle du Mas de Mirabeau dirigé par le Conservatoire des Espaces Naturels Languedoc-Roussillon. L'activité de restauration a finalement été mise au centre des réflexions sur la structure, autour de laquelle des activités pédagogiques de sensibilisation à l'environnement au travers de l'alimentation et de l'agriculture sont étudiées dans un souci de cohérence avec l'intérêt de la structure.

Mots clés

Restauration – Durabilité – Entrepreneuriat – Sensibilisation

Abstract

For the Engineering Students Project, the AgroSys Chair has proposed the idea of the implantation of a restaurant whose environmental impact is limited by the use of the local resources and their optimisation. Indeed, the entrepreneurial dimension of the project allows the interested students to discover this field which is poorly developed in school. The creativity and the innovation are highlighted through this project. The goal is not to have clear conclusions about the feasibility but to have a thinking around the development of such a structure.

The work was organised in several part that lead to the theoretical elaboration of this kind of structure in an entrepreneurial approach. An acquisition phase of entrepreneurial knowledges followed by an elaboration phase of Business Models conditioned by assumptions allowed to define precisely the project. Then, the hypothetical Business Model was confronted to the reality in order to be able to adjust the value propositions. The final model helped to establish the financial plan of this structure in the project context of the Agro-Ecopôle of the Mas de Mirabeau directed by Languedoc-Roussillon Natural Spaces Conservatory. The catering activity was put at the centre of the reflections. Educational activities to raise awareness about the environment through food and agriculture was studied around this principal activity, to be consistent with the interest of the structure.

Keywords

Catering – Sustainability – Entrepreneurship – Awareness

Remerciements

Merci à Mathieu BAYOT et à Hélène DORCHE, respectivement notre commanditaire et notre tutrice, de nous avoir accompagnés tout au long de ce projet, de nous avoir apportés des connaissances et une structure propice à l'élaboration de ce travail.

Merci à l'équipe pédagogique des Projets d'Étudiants Ingénieurs, particulièrement Géraldine AUMASSON et Assimine AHAMADA, pour leurs interventions et leur écoute durant cette période de PEI.

Nous remercions également le CEN-LR, et tout particulièrement Aude LANGLAIS et Thibaut RODRIGUEZ de l'équipe de l'Agro-Ecopôle pour nous avoir accordé de leur temps et permis de travailler en collaboration avec leur projet.

Table des matières

Avertissement.....	3
Résumé opérationnel.....	4
Mots clés.....	4
Abstract.....	5
Keywords.....	5
Remerciements.....	6
Table des matières.....	7
Liste des tableaux et figures.....	9
Glossaire, sigles et acronymes.....	10
Introduction.....	11
1. Démarche du PEI et méthodologie.....	12
1.1. Attentes du commanditaire.....	12
1.2. Contexte de l'étude.....	12
1.3. Calendrier prévisionnel.....	12
1.4. Déroulé temporel effectif.....	13
1.4.1. Acquisition des connaissances nécessaires.....	13
1.4.2. Réflexion et travail d'équipe.....	13
1.4.3. Analyse au regard de la réalité et proposition finale.....	13
1.5. Remise en question méthodologique.....	13
2. Étude de la viabilité du projet.....	14
2.1. Établissement du Business Model.....	14
2.1.1. Principe du Business Model.....	14
2.1.2. Le segment clientèle.....	15
2.1.3. Les propositions de valeur.....	15
2.1.4. La relation avec le client.....	15
2.1.5. Les canaux.....	16
2.1.6. Les autres parties du Business Model.....	16
2.2. Développement des propositions de valeur.....	16
2.2.1. La restauration.....	16
2.2.2. Les ateliers pédagogiques.....	16
2.2.2.1. <i>Les objectifs pédagogiques.....</i>	<i>17</i>
2.2.2.2. <i>La construction pédagogiques.....</i>	<i>17</i>
2.2.3. Les perspectives d'évolution.....	18
2.3. Étude du terrain et des lieux du Mas de Mirabeau.....	18
2.3.1. Description du Mas de Mirabeau lors de notre visite.....	18
2.3.2. Localisation et clientèle aux alentours.....	18

3. Étude de la rentabilité du projet.....	20
3.1. Établissement du plan financier.....	20
3.2. Analyse de la viabilité financière.....	23
Conclusion.....	25
Références bibliographiques.....	26
<i>Bibliographie</i>	26
<i>Webographie</i>	26
Liste des annexes.....	27

Liste des tableaux et figures

Figure 1 : Calendrier prévisionnel du PEI.....	13
Figure 2 : Carte des clients potentiels et de leur distance au restaurant.....	19
Figure 3 : Graphique montrant l'évolution de la trésorerie nette au cours des 3 années avec un prêt de 26 000 €.....	24
Figure 4 : Graphique montrant l'évolution de la trésorerie nette au cours des 3 années avec un prêt de 40 000 €.....	24

Glossaire, sigles et acronymes

PEI : Projet d'Étudiants Ingénieurs

CEN-LR : Conservatoire des Espaces Naturels Languedoc-Roussillon

BM : Business Model

Business Model : modèle économique. Document synthétique qui décrit le fonctionnement d'une société et sa place sur un marché donné.

Business Model Canvas : trame de présentation du Business Model. Format synthétique et visuel, qui met en avant les mots clés pour avoir une vision d'ensemble des grands enjeux du Business Model.

Introduction

Ce projet d'étudiants ingénieurs est un projet entrepreneurial à l'initiative des étudiants. La constatation d'une déconnexion entre l'alimentation, l'agriculture et plus largement, l'environnement, a induit une volonté de créer une structure propice au développement de ces liens. La sensibilisation à travers la restauration et la découverte de l'agriculture est alors le moyen auquel nous nous sommes intéressés pour développer une telle structure.

La création de cette structure a tout d'abord été étudiée sans contexte spatiale, le but étant de développer un modèle applicable à une multitude de lieux. La découverte du projet Agro-Ecopôle en cours de PEI nous a alors permis d'appliquer notre modèle théorique à un cas concret pour aller plus loin dans notre projet.

Nous présenterons d'abord la démarche et les aspects méthodologiques du PEI puis notre travail sera développé au travers une étude de viabilité comprenant la construction de notre modèle économique et de notre plan financier.

1. Démarche du PEI et méthodologie

1.1. Attentes du commanditaire

Au vu des enjeux environnementaux actuels, nos modes de consommation classiques sont remis en question. Dans ce cadre là, un groupe d'étudiants ingénieurs souhaite mettre en valeur le lien entre l'aliment et le champs aux yeux des moins avertis. Ainsi est né la volonté de concevoir un restaurant qui aurait pour but de renforcer ce lien tout en ayant un impact environnemental réduit. Initialement, l'idée de lier le restaurant à une exploitation agricole a été envisagée pour à la fois réduire l'impact environnemental en favorisant l'échelle locale et en faire un lieu de sensibilisation à l'environnement au travers de la relation aliment-agriculture. L'intérêt de ce PEI est de découvrir et de s'initier à l'entrepreneuriat en suivant des étapes clés : acquisition de connaissances entrepreneuriales, construction d'un modèle économique et confrontation avec le terrain, établissement d'un plan financier. Ce PEI a une dimension particulière en comparaison aux autres PEI puisqu'il ne répond pas à une commande précise d'un organisme mais plutôt à la volonté des étudiants de mener un projet entrepreneurial à leur initiative, avec seulement leurs connaissances et leur créativité comme point de départ. Cela a été permis grâce à l'opportunité offerte aux étudiants de proposer leur propre projet entrepreneurial comme Projet d'Étudiants Ingénieurs.

1.2. Contexte de l'étude

Nous avons commencé le projet entrepreneurial sur une base très théorique, sans attache spatiale et sans travail antérieur sur le sujet. Cela a contribué à la difficulté d'appropriation du sujet et il nous a été compliqué d'établir un modèle économique sans repère. En voyant l'évolution du projet, M. Bayot nous a donc proposé, en juin, de contacter les porteurs du projet Agro-Ecopôle du Mas de Mirabeau. Ce projet initié par le CEN-LR et la mairie de Fabrègues consiste en la réhabilitation d'un ancien vignoble abandonné appartenant à la commune de Fabrègues. Ayant un bâti préexistant à réhabiliter ainsi que des terres destinées à l'agriculture et à un espace forestier, cet espace semblait adapté à notre étude. Nous avons rencontré Aude Langlais et Thibaut Rodriguez du CEN-LR pour comprendre leur projet et voir si travailler ensemble était pertinent. Il s'est avéré qu'étudier notre PEI dans le cadre de l'Agro-Ecopôle serait enrichissant pour les deux partis. Cette collaboration nous permettra de rentrer dans des détails pour la constitution du Business Model et du plan financier, et apportera des pistes de réflexion pour l'utilisation du bâti pour le CEN-LR et la mairie de Fabrègues.

1.3. Calendrier prévisionnel

Le calendrier prévisionnel (**Figure 1**) établi entre les étudiants et les tuteurs permet de répartir le travail dans le temps en prenant en compte les contraintes de chacun. Le projet devait se découper en 3 grandes phases : une première phase d'acquisition de connaissances sur l'entrepreneuriat suivie d'une période de construction et de validation d'un Business Model. Enfin, la construction d'un plan financier viendra conclure ce PEI.

Tâches	Date de début	Date de fin	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Cadrage du projet	12/02/19	11/06/19											
Phase d'acquisition des connaissances sur l'entrepreneuriat	12/03/19	18/04/19											
Fabriquer le Business Model de notre projet	28/03/19	27/05/19											
Faire le cahier des charges du PEI	02/04/19	11/06/19											
Construire un cahier des charges du terrain	09/05/19	11/06/19											
Trouver un (ou des) terrain(s) pour implanter le projet	09/05/19	11/06/19											
Conduite du projet	12/06/19	30/09/19											
Enquêter sur le terrain	12/06/19	30/09/19											
Confronter les hypothèses du BM à la réalité du Mas de Mirabeau	02/09/19	30/09/19											
Clôture du projet	01/10/19	20/12/19											
Construire un bilan financier	01/10/19	30/11/19											
Finalisation des livrables	01/10/19	30/11/19											
Préparatin de la soutenance	01/12/19	20/12/19											

Figure 1 : Calendrier prévisionnel du PEI

1.4. Déroulé temporel effectif

1.4.1. Acquisition des connaissances nécessaires

L'entrepreneuriat étant un domaine totalement nouveau pour les quatre étudiants du groupe, l'acquisition de connaissances dans ce domaine est primordiale pour comprendre le cheminement de pensée nécessaire à la construction d'un tel projet. Pour cela, nous nous sommes appuyés sur le Business Model Nouvelle Génération de Alexander Osterwalder et Yves Pigneur^[2]. En effet, cet ouvrage appuyé par l'intervention de M. Bayot et H. Dorche nous a permis de comprendre comment construire un modèle économique à l'aide du Business Model Canvas.

1.4.2. Réflexion et travail d'équipe

Après avoir intégrées ces connaissances, nous avons chacun tenté d'établir un modèle économique en se concentrant sur la proposition de valeur et la partie droite du Business Model Canvas, soit le segment clientèle, les canaux et relations avec ceux-ci et les sources de revenu. Nous avons ensuite partagé nos modèles afin d'en construire un qui regroupe les idées convergentes du groupe. Les réunions avec M. Bayot et H. Dorche ont permis de trier ces idées et de les remettre en question.

1.4.3. Analyse au regard de la réalité et proposition finale

Après l'élaboration d'un premier Business Model, il a fallu confronter les hypothèses que nous avons faites afin d'ajuster le modèle à la réalité. Pour cela, nous avons établi des questionnaires à destination des agriculteurs, des restaurateurs et des potentiels clients afin de tester notre modèle. Dans ce cadre, des entretiens téléphoniques ou des échanges dans un cadre informel ont été menés par chaque étudiant séparément durant l'été. Ces échanges ainsi que les multiples réunions avec les tuteurs ont permis d'aboutir à un ultime Business Model.

1.5. Remise en question méthodologique

Le PEI nous a permis d'être confronté au monde professionnel et à ses problématiques, en particulier dans le domaine de l'entrepreneuriat. Cela induit des remises en question fréquentes. Celles-ci pourront servir d'avertissement pour les futurs PEI entrepreneuriaux.

- Acquisition de connaissances sur l'entrepreneuriat

L'acquisition de connaissances sur l'entrepreneuriat a constitué une difficulté induisant un manque d'autonomie du groupe. En effet, l'intervention de nos tuteurs à de multiples reprises a été nécessaire pour comprendre le déroulement de la construction d'un projet entrepreneurial afin d'avancer. Ces lacunes ont aussi été l'une des causes de perte de temps dans le déroulé du PEI. Cela aurait pu être réduit en étudiant une bibliographie plus large en amont.

- Appropriation d'un projet entrepreneurial

Le projet venant d'une initiative étudiante, l'appropriation du sujet pour l'ensemble du groupe a nécessité un temps que nous aurions pu peut-être écourter en améliorant les temps d'échange du groupe sur le sujet. De plus, le sujet initial étant imprécis et sans ancrage à un lieu ou à un projet existant, il a été difficile pour le groupe de construire un modèle économique et de réaliser un travail détaillé avant d'appliquer le modèle au projet Agro-Ecopôle.

- Déroulé temporel effectif

Le calendrier prévisionnel du PEI n'a pas pu être exécuté comme tel. Cela est dû à la sous estimation du temps nécessaire à l'acquisition de connaissances et l'appropriation du sujet. Les conséquences sont un temps moindre pour la confrontation du modèle au terrain, des pistes et des contacts intéressants développés trop tard pour leur utilisation dans ce PEI. Cela amène un travail moins abouti qu'espéré et un peu de frustration sur certains aspects du projet qui auraient pu être développés avec plus de temps.

2. Étude de la viabilité du projet

2.1. Établissement du Business Model

2.1.1. Principe du Business Model

Le Business Model Canvas décrit dans Business Model Nouvelle Génération^[1] permet d'expliquer "les principes selon lesquels une organisation crée, délivre et capture de la valeur". Il se décompose en 9 parties qui permettent d'expliciter les différentes dimensions de l'organisation, c'est-à-dire les clients, l'offre, l'infrastructure et la viabilité financière.

Ces 9 composantes sont :

- le segment clientèle : les types de clients que nous souhaitons toucher,
- la proposition de valeur : ce que nous souhaitons offrir pour chaque segment clientèle,
- les canaux : les moyens pour transmettre notre proposition de valeur au segment clientèle,
- les relations avec le client : ce que nous proposons pour faire revenir le client, pour entretenir une relation sur le long terme avec lui et le fidéliser,
- le flux de revenus : les façons dont nos activités nous rapportent concrètement de l'argent,
- les ressources clés : les actifs que nous possédons et dont nous avons besoin pour délivrer notre proposition de valeur,
- les activités clés : les activités principales réalisées pour délivrer notre proposition de valeur,

- les partenaires clés : les organismes extérieurs, les ressources humaines nécessaires pour délivrer notre proposition de valeur,
- la structure des coûts : quels sont les coûts qu'engendre notre proposition de valeur.

Nous nous sommes appuyé sur ce canva pour construire notre Business Model (**Annexe A**) .

2.1.2. Le segment clientèle

Lors de la première construction du Business Model, nous souhaitions proposer la restauration et les animations aux touristes et aux familles locales, et la restauration uniquement aux locaux. En effet, puisque les touristes ne viendront qu'en période de vacances et les familles plutôt le week-end, il faut penser à avoir des clients en semaine, et ceci grâce aux locaux. Mais les citadins risquent de ne pas pouvoir venir manger le midi. Nous avons alors décidé de cibler les travailleurs. Ainsi, notre activité de restauration s'adresse aux travailleurs locaux surtout le midi, aux familles locales le midi et le soir surtout le midi en week-end, et aux touristes le midi et le soir surtout le soir en vacances.

Au cours de notre réflexion, nous avons décidé d'intégrer les écoles à notre Business Model en leur proposant les animations, car c'est aussi une activité périodique et que nous souhaitons réaliser cette activité en semaine hors vacances. Mais lorsque nous sommes allés interroger la mairie et les écoles sur le terrain, nous nous sommes rendus compte qu'il serait plus intéressant de proposer les animations aux centres aérés. Ainsi, notre activité d'animation s'adresse aux touristes le mercredi pendant toute les vacances et le week-end en plus lors des vacances estivales, aux familles locales le week-end surtout hors vacances d'été, et aux centres aérés le mercredi toute l'année.

2.1.3. Les propositions de valeur

Nous avons construit une proposition de valeur différente pour chaque segment clientèle et pour chaque type d'activité. Ainsi, nous avons un restaurant implanté dans un espace agricole existant proposant :

- une expérience champêtre avec une cuisine du terroir pour les touristes,
- une expérience champêtre avec une cuisine locale et paysanne pour les familles locales,
- une cuisine simple, saine, rapide et bon marché pour les travailleurs locaux.

Nous définissons une expérience champêtre comme une expérience hors de la ville et du quotidien, au coeur de la nature et de l'agriculture.

Ensuite, nous avons des animations autour de l'agriculture durable pour retracer le chemin du produit à l'assiette proposant :

- des ateliers de découverte pour les touristes et les familles locales,
- des cycles de formations couplés à une découverte gustative pour les centres aérés.

2.1.4. La relation avec le client

De même que pour la proposition de valeur, nous avons construit une relation différente avec chaque type de client :

- une fidélisation en offrant un repas ou une boisson pour les travailleurs locaux,
- une suggestion d'activités par le client pour les familles locales et les touristes,

- un apprentissage dans la durée, avec un cycle de formation co-construit avec les animateurs pour les centres aérés.

2.1.5. Les canaux

Les canaux sont importants à définir car certains d'entre eux peuvent être payant et devons donc rentrer dans la construction du plan financier. Nous utilisons donc comme canaux Internet grâce à un site et aux réseaux sociaux, des partenariats avec des associations et le réseau de producteurs pour faire de la publicité sur les marchés, le bouche à oreille, l'office du tourisme et les guides de voyage et enfin le réseau du Mas de Mirabeau.

2.1.6. Les autres parties du Business Model

Notre flux de revenus se basera sur les revenus générés par la restauration et par les animations.

Nous n'avons pour ressources clés que notre formation d'ingénieur agronome et SAADS.

Nos activités clés sont la restauration et l'animation.

Nos partenaires clés sont la mairie qui est propriétaire du foncier, l'office du tourisme de Montpellier auquel est rattachée la commune de Fabrègues, les centres aérés locaux et le Mas de Mirabeau lui-même.

Enfin la structure des coûts est principalement composée de la location du foncier, de l'aménagement du restaurant et des salaires.

2.2. Développement des propositions de valeur

2.2.1. La restauration

Comme défini plus haut, nous entendons par expérience champêtre une expérience hors de la ville et du quotidien, au cœur de la nature et de l'agriculture. Au travers de cette expérience, nous souhaitons rapprocher les citadins de la campagne et des champs, de la provenance même des aliments de leur assiette, et de leur offrir un moment de détente.

La cuisine que nous souhaitons proposer est une cuisine saine avec des produits locaux et de saison. Les recettes préparées seront même disponibles pour les clients afin qu'ils puissent les reproduire et qu'ils comprennent qu'il est possible de cuisiner de bons plats quelque soit la saison. Nous espérons ainsi les inciter à cuisiner par eux-même.

Quant aux travailleurs, le but est de leur offrir la possibilité de manger rapidement mais sainement tout en leur proposer une véritable pause au milieu de la journée.

2.2.2. Les ateliers pédagogiques

Alors que nous nous alimentons principalement dans des supermarchés dont les produits proposés sont déconnectés de la saisonnalité, nous sommes loin de connaître le chemin de « la ferme à la fourchette » de nos aliments. Afin de retracer ce chemin, le restaurant propose des activités pédagogiques favorisant une alimentation saine, savoureuse, de qualité et durable pour l'Homme et le territoire à l'intention de ses clients (des familles, des locaux et des touristes) mais aussi auprès des jeunes.

2.2.2.1. Les objectifs pédagogiques

Ce projet vise plusieurs objectifs :

- (re)donner du sens et de la valeur au territoire auprès de nos jeunes et de nos clients, en faisant découvrir les différentes cultures et pratiques qui façonnent l'Occitanie et qui sont à l'origine des produits consommés localement,
- (re)découvrir le plaisir de bien manger, avec des goûts variés et apprendre à cultiver afin de responsabiliser les clients à une alimentation locale, diversifiée et de saison,
- (re)donner un côté humain et présent à l'alimentation via la découverte des productions, de leur saisonnalité, des sens, du savoir-faire local (vin, fromage, bière...) et l'échange avec les agriculteurs.

Les ateliers seraient construits en association avec les centres aérés afin que nos jeunes deviennent davantage acteurs de leur alimentation. Ces ateliers visent à stimuler leurs sens et leur esprit critique afin qu'ils deviennent porte-paroles auprès de leur entourage. Au travers de temps d'échange, nous souhaitons responsabiliser à la fois les enfants et les parents et les sensibiliser aux sciences et métiers liés à l'agriculture et à l'alimentation.

De plus, le restaurant met en valeur des produits issus du territoire pour promouvoir une alimentation locale tout en participant à l'activité économique du lieu. Ce projet a pour but d'apporter au Mas de Mirabeau une attractivité et un échange à travers le développement des liens humains entre enfants, parents, touristes et agriculteurs. Éventuellement, si la proposition d'offre est acceptée, les bâtis du Mas du Mirabeau serviront de point de vente pour les agriculteurs.

2.2.2.2. La construction pédagogiques

Afin de proposer des séances pédagogiques, ludiques et attractives pour nos clients et les enfants, les thèmes ont été construits de la manière suivante afin de répondre aux objectifs cités ci-dessus (**Annexe B**). Tout d'abord, nous élaborons un constat à partir de différents témoignages. Puis à partir de ce constat, nous créons des ateliers afin de remédier à ce constat. Certaines associations ou écoles agricoles proposent des ateliers pédagogiques autour de l'alimentation. Il nous a été pertinent de s'inspirer ou de reprendre quelques-unes de ses initiatives. Le gouvernement recense l'intégralité des initiatives auprès des enfants au travers de témoignages afin de créer une connaissance partagée. Pour chacune de ses initiatives est référencée l'association ou la personne référente à contacter afin de former au mieux notre intervenant à cet atelier. En fonction de l'activité, nous pourrions avoir recours à un prestataire ponctuel et à d'autres prestataires. Certaines activités nécessitent quant à elles de former un prestataire auprès d'associations, ou de les contacter directement.

Le premier témoignage « J'ai un élève qui se fait des sandwiches chips et pain de mie comme repas du soir » permet d'obtenir un premier constat duquel découle le thème 1 : Apprendre à s'alimenter dans un souci de santé. À partir de ce thème nous pouvons établir des ateliers, eux même déclinés en une ou plusieurs séances. Chaque atelier est proposé à un type de public, établis selon l'âge et le profil.

2.2.3. Les perspectives d'évolution

Afin que les lieux deviennent un lieu d'attractivité, d'échange, et de bienveillance, nous aimerions mettre en place dans l'avenir différentes activités comme :

- le principe du "café suspendu": un client qui prend un café a la possibilité de donner un 1 € en plus afin de l'offrir à une personne dans le besoin,
- offrir une bière aux personnes qui viennent jouer de la musique entre amis à table afin d'attirer des clients,
- créer des activités du soir comme du théâtre d'improvisation, ou rassembler des conteurs d'histoire, très populaire en Angleterre,
- s'ouvrir à des élèves de lycée ZEP afin de les aider à consommer autrement dans un soucis de santé.

2.3. Étude du terrain et des lieux du Mas de Mirabeau

2.3.1. Description du Mas de Mirabeau lors de notre visite

En entrant dans le Mas de Mirabeau nous traversons une zone oléicole puis une zone viticole. Une fois arrivé devant le premier bâtis, nous avons d'un côté un petit potager et de l'autre une mare avec un espace de jeux. Entre les cultures et les bâtis se trouve une petite forêt qui donne du charme au lieu. Le bémol est la proximité avec l'autoroute qui peut se faire entendre les jours de vent. Le lieu est constitué de vieux bâtis et de deux cours délimitées par un muret de pierres. Ces bâtis offrent un côté rustique et agréable. La première cours est très aérée et servira de bureaux pour les agriculteurs, avec un point de vente, un hangar et un atelier de bricolage. La deuxième cours servira de terrasse pour le restaurant. Le deuxième étage du bâtiment, donnant accès à cette cours accueillera le restaurant, tandis que le premier étage sera dédié aux activités pédagogiques (**Annexe C**).

Lors de notre première visite sur les lieux, nous avons rencontré une école d'architecture qui travaillait sur la construction d'un abris agricole commun. Nous avons eu l'occasion de visiter les bâtis et d'échanger avec eux sur leur potentiel et leur éventuel devenir. La viticultrice nous a fait visiter les nouvelles installations pour la vinification. Les installations sont récente, avec un matériel de pointe. Le lieu a été récemment aménagé ce qui offre un cadre très agréable. La visite de la cave suivi de la dégustation étaient très ludique et intéressante, confirmant l'intérêt d'un atelier d'initiation à la viti-œnologie.

2.3.2. Localisation et clientèle aux alentours

Nous nous sommes rendus sur les lieux afin d'observer l'éventuelle clientèle un mardi en période scolaire et un autre jours hors période scolaire. Nous avons observé différents points d'attraction comme :

- le parking d'un chemin de randonnée à 1 minute en voiture du restaurant. Sur les lieux nous avons croisé divers familles avec des enfants de 4-10 ans. De plus le restaurant se trouve près d'une piste cyclable qui peut également constituer une clientèle,
- les campings à quelques kilomètres,

- la ville de Fabrègues où nous sommes allés observer la clientèle dans trois restaurants de la concurrence. Un restaurant proposait des produits nobles à bas prix comme des coquilles Saint-Jacques ou du foie gras. Un autre était plutôt de type brasserie avec de la convivialité et un menu du jour à bas prix. Les deux restaurants proposaient un vaste choix. Notre restaurant se différencie grâce à une carte simple et épurée, un menu du jour au même prix et des produits locaux, de saison dans un cadre champêtre. Avec la venue du soleil, les terrasses étaient complètes,
- l'Office du tourisme de Fabrègues et de Montpellier afin d'estimer l'attractivité touristique,
- les écoles, afin de discuter avec les principaux des écoles primaires. Nous souhaitons encourager les écoles des villages alentours à participer au projet, sachant qu'ils sont déjà orientés vers un apprentissage de l'agriculture durable avec une cantine biologique et un potager.

Nous ciblons la population de Montpellier, ses environs et les villages à proximité. Mais les clients potentiels sont éloignés du restaurant et devront donc se déplacer (**Figure 2**).

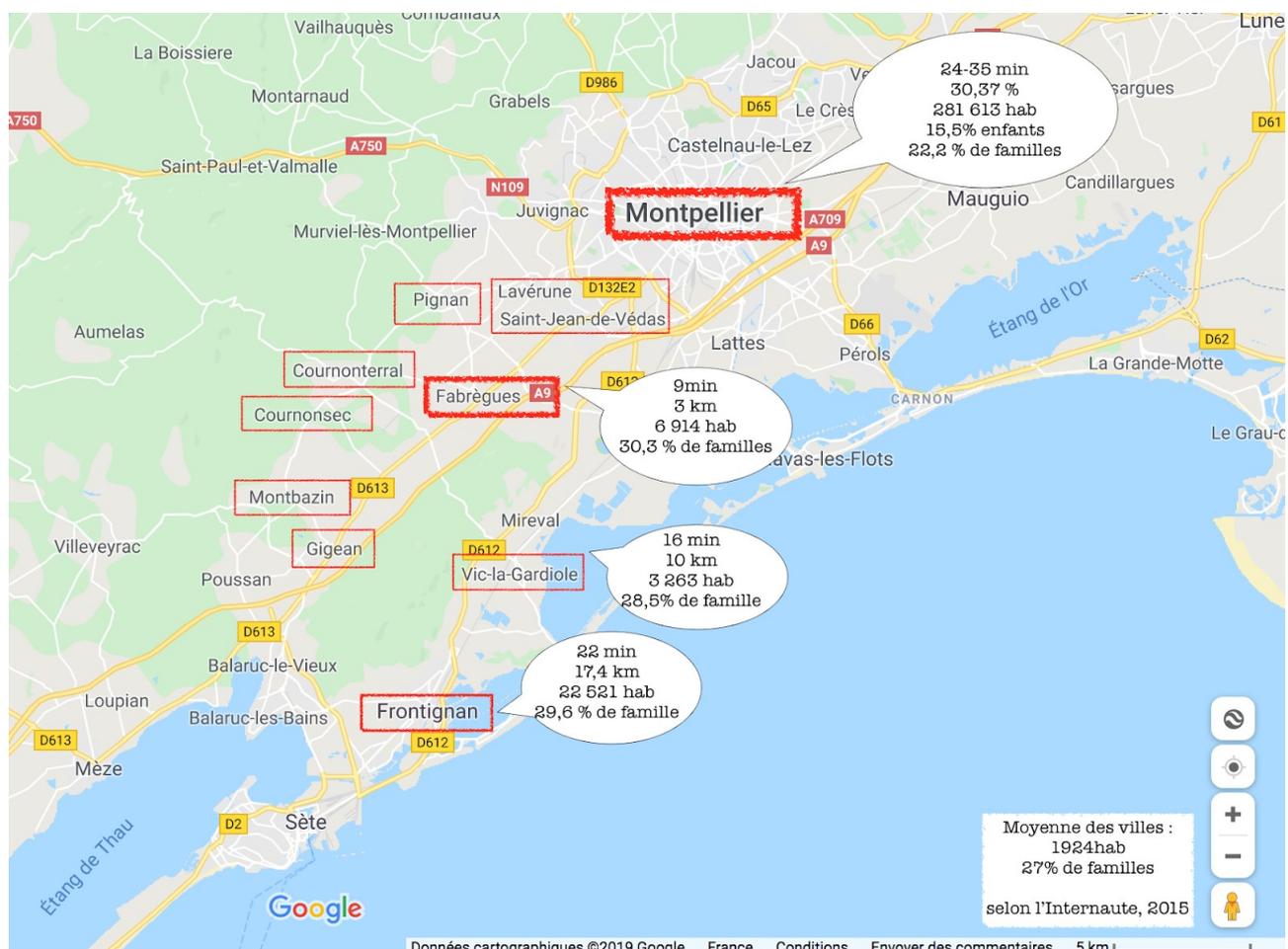


Figure 2 : Carte des clients potentiels et de leur distance au restaurant.

3. Étude de la rentabilité du projet

3.1. Établissement du plan financier

Ce document est le point clé de la démarche entrepreneurial. En effet un projet ne peut être envisagé que lorsque le plan financier prévisionnelle est solide. Ce plan financier comprend :

- un compte de résultat
- un bilan prévisionnel
- un plan de trésorerie

Le compte de résultat est un document comptable qui retrace les charges et les produits de l'entreprise sur une période donnée que nommée l'exercice comptable^[3] ^[4]. C'est le premier document que nous allons établir dans ce plan puisqu'il est simple de pouvoir prévoir les différentes charges et produits que nous allons avoir dans l'entreprise. Nous avons alors établi le compte de résultat prévisionnel sur 3 années d'exercice. La première année comprend les charges et les produits de Mars à Décembre, puis la 2ème et 3ème année est compris entre Janvier et Décembre.

Restauration :

Dans le cas d'un restaurant, les ventes de marchandises et les charges d'approvisionnement vont se déduire des prévisions du nombre de clients que nous aurions au sein de notre restaurant. Ainsi nous avons réalisé un tableau dynamique où nous avons estimé les nombres de clients par mois et par type de client (**Annexe D.1., Annexe D.2. et Annexe D.3.**).

Ces estimations sont basés sur des consultations des affluences au niveau de Fabrègues tout au long de l'année^[5], puis de l'analyse des différentes entreprises qui se trouvent autour du Mas de Mirabeau. Par exemple, pour le mois de Mars, nous avons considéré pour le calcul du nombre de travailleurs qu'il y aura en moyenne 10 clients travailleurs par midi pendant la semaine. Sachant que nous sommes fermés du dimanche soir au lundi soir, nous avons donc 4 midis dans la semaine, et 4 semaines dans le mois ce qui donne $10 \times 4 \times 4 = 160$ clients travailleurs pour le mois de mars. Ensuite pour le nombre de touriste, qui est susceptible de venir dans notre restaurant, nous nous sommes basés sur les affluences de personnes que nous avons eu par le biais de la mairie de Fabrègues et du site Internet^[5]. Nous avons réalisé ces perspectives sur une durée de 3 ans d'activité en considérant que le nombre de clients allez être croissant d'année en année du fait de la visibilité que va prendre notre restaurant. A partir de ces calculs nous avons pu obtenir une approximation du nombre de produits transformés et d'achat d'approvisionnement pour subvenir à notre demande clientèle.

Pour cela nous nous sommes basés sur un menu classique pour pouvoir poser des prix d'achat et de revente. A l'aide des prix de vente du marché de MERCADIS^[6] et de notre menu défini, nous obtenons un prix d'achat de 5 €. Ainsi à l'aide de notre tableau dynamique, cela nous permet d'avoir les coûts variables par le calcul suivant :

$$\text{Coût variable} = \text{nb de clients} * \text{€ d ' achat du menu}$$

Pour avoir une marge commerciale suffisamment importante et être compétitif vis-à-vis des autres restaurateurs (analyse sur le terrain des différents prix proposés par les restaurants sur Fabrègues), nous avons fixé le prix de vente de notre menu à 15 €. Ce qui nous permet d'avoir un coefficient multiplicateur de 3 (coefficient généralement appliqué en restauration), et de se situer aux alentours des prix des différents restaurants de Fabrègues (entre 2 vins, Les Fils À Papa, O'papachico, etc.). Pour les boissons, nous nous sommes basés sur les consommations moyennes des français pour pouvoir calculer la marge commerciale que nous pouvons faire sachant que nous avons notre tableau dynamique qui nous permet d'avoir le nombre de clients. D'après nos recherches, nous avons pu voir que 36 % consomme du vin, 31 % de la bière, 33 % des sodas et 87 % des français prennent un café à la fin du repas. Ainsi pour avoir le produit hors taxe, il faut faire :

$$\text{Produit boisson} = 0,31 * \text{€ bière} + 0,36 * \text{€ vin} + 0,33 * \text{€ soda} + 0,87 * \text{€ café}$$

Animations :

Dans le développement de notre entreprise, les activités proposées autour de l'agriculture est ce qui fait de notre projet quelque chose de réellement spéciale. Ces activités sont réalisées dans l'optique de sensibiliser sur le cheminement du produit de la terre à l'assiette. Pour cela, nous engageons un prestataire (animateur agricole) qui nous coûtera 25 € de l'heure. Pour ces activités, nous avons proposé de fixer le prix d'une animation éducative à 8 € les 3 heures le mercredi, samedi et dimanche midi. Nous aurons le mercredi les enfants du centre éducatif de Fabrègues, et ce sera essentiellement des familles les samedis et dimanches. De la même manière nous estimons le nombre de personnes qui vont venir à nos activités lors de ces 3 années d'exercices. Le produit de biens et de services se calcul de la manière suivante :

$$\text{Produit de biens et de services} = \text{nb de clients} * \text{€ de l'animation}$$

La rémunération de notre prestataire figurera dans nos achats de biens et de services (puisque'il n'est pas un employé). Les achats comportent aussi les coûts de divers objets que nous allons mettre à disposition lors ces activités (par exemple : faire goûter les produits des agriculteurs du Mas de Mirabeau). Ainsi en fixant ce montant à 1 €, nous obtenons les coûts variables de l'activité.

Autres achats :

Ces achats comprennent les frais d'électricité et d'eau que nous avons estimé à partir de consommation moyenne au mètre carré d'un restaurant classique^[7]. De plus la création d'un restaurant inclus de nombreux frais : matériel de cuisine, décoration, communication ou encore honoraires d'un expert-comptable. Son ouverture s'accompagne également de formalités administratives à accomplir : les frais de greffe (coût création SAS), la rédaction des statuts ou encore la publication de l'annonce légale^[8]. Par conséquent nous avons pu voir dans notre cas qu'il faudrait engager: des frais de pub, des frais administratif et juridique (honoraires d'un expert comptable et avocat), des frais kilométriques pour aller jusqu'au marché MERCADIS pour tous les produits que nous ne pouvons pas nous fournir sur l'exploitation, des frais d'assurance tout risque, et des frais de matériel de cuisine de base tels que des papiers de cuisson, des sacs poubelles, des poches à douilles, etc. Il est important de souligner que les achats de formalités administratives tels que la licence IV (obligatoire en restauration), l'entrée au greffe, les frais de mise en place d'un site web et les frais de matériel de cuisine à long terme (four, plonge, etc.) sont des immobilisations et ne figurent pas ici.

Loyer :

Il est fixé par la mairie puisque c'est elle qui est propriétaire des murs et du terrain du Mas du Mirabeau. Le montant prévu pour le bâtiment où nous voulons nous installer est fixé à 250 € par mois. Comme la rénovation est prise en charge par la mairie, alors nous n'avons aucun investissement de construction à réaliser. Cependant en ce qui concerne tous les investissements intérieur de matériel, ils seront pris en charge par nous.

Rémunérations :

Après réflexion et de nombreux essais sur le bénéfice final que nous obtenons, nous avons réalisé qu'il ne sert à rien d'avoir trop en personnel vu le nombre de clients que nous prévoyons. Par conséquent il a été décidé qu'il suffisait d'avoir seulement un chef en cuisine qui s'occupe de la gestion de stock alimentaire, de la cuisine et du nettoyage de la cuisine. Puis d'avoir en salle un serveur ou une serveuse pour s'occuper des réservations, du service ainsi que du bar pour les boissons. En ce qui concerne la plonge, nous pourrions compter soit sur le/la serveur(se) ou le chef de cuisine. Ainsi nous avons eu le coût de rémunérations de ces deux personnes à l'aide de consultation au lycée hôtelier Georges Frêche. Cependant le revenu net que touche le personnel n'est pas réellement ce qui nous coûte. En effet il vient des charges patronales et sociales qui représente 42 % du salaire net. Pour avoir le coût total de ces charges, le calcul est le suivant :

$$\text{Charges personnels} = 0,42 * \text{rémunération net}$$

Dotations aux amortissements et provisions :

Comme nous l'avons mentionné précédemment, notre investissement se basera essentiellement sur le matériel de cuisine et sur l'achat de licences. Cette investissement sera des biens qui seront immobilisés au sein de l'entreprise, ainsi sur le plan comptable nous ne prendrons en compte que la détérioration au fil du temps de ce matériel. La dotation aux amortissements prend en compte cette dépréciation des biens de production, et apparaîtra sur le compte de résultat. Par conséquent nous avons épluché l'ensemble du matériel basique et des licences^[9] qu'il est nécessaire d'avoir pour les formalités administratives. Après évaluation de tout cela, nous obtenons un investissement total de 21 054 € pour le matériel de cuisine et un investissement sur les licences de 8 041,5 €. Généralement la détérioration de matériel de cuisine s'apprécie sur une durée de 10 ans tandis que pour un bien incorporelle (licence) cette détérioration s'apprécie sur une durée de 5 ans. Ainsi à partir de cela, nous calculons cette dotation de la manière suivante (pour l'année 1, nous comptons 10 mois) :

$$\text{Dotation aux amortissements} = \text{investissement} * \frac{1}{\text{nb d'années de détérioration}} * \frac{1}{12} * 10$$

Variation de stock :

Dans le cas d'un restaurant, la variation de stock pour les produits transformés est quasiment nulle pour les bien alimentaires puisque les dates de péremption empêche de pouvoir stocker les produits transformés. Ainsi c'est pour cette raison que nous considérons que nous pouvons négliger les stocks qu'il nous restera en fin d'exercice. De plus pour les boissons, sur le Mas de Mirabeau nous avons une viticultrice et un brasseur (qui va bientôt s'installer). Par conséquent, nous n'aurons pas besoin de faire des commandes en avance pour les boissons, ce qui nous

permettra de ne pas avoir de stocks de boissons à la fin de l'exercice. Il y aura des stocks sur les sodas qu'il saura alors possible de négliger du fait des faibles quantité que nous aurons. L'ensemble de ces analyses nous permettent d'établir le compte de résultat (**Annexe E**).

La charge financière qui apparaît sur le compte de résultat résulte de prise en compte d'un prêt que nous allons réaliser en début d'activité. En effet la mise en place d'un restaurant comme nous avons pu le voir demande beaucoup d'investissement au départ. Il est alors utile de faire un prêt pour éviter de se retrouver avec un trésorerie négative qui nous empêcherait de pouvoir payer nos salariés. Ainsi pour savoir quel est montant du prêt que nous allons réaliser, nous réalisons un plan de trésorerie (**Annexe H**) qui nous permet d'obtenir la position cash. C'est à dire en quelque sorte l'argent que nous avons en banque. Si elle est négative, cela veut dire que nous ne pouvons ni payer nos salariés, ni faire aucun achat.

Dettes fournisseur :

Le premier contact avec le fournisseur ne nous permettra pas d'obtenir un délai de paiement puisque ce sera la première fois que nous travaillons avec lui. Par conséquent on considère que nous n'aurons pas de dette fournisseur les premières années d'activité.

A partir de l'établissement de ce plan de trésorerie (**Annexe H**), cela nous permet de voir qu'il est nécessaire de faire un prêt de 26 000 € en début d'activité si nous ne voulons pas être en négatif la première année. Par conséquent nous aurons une dette à long terme qui est généralement de 7 ans pour ce genre d'activité. Comme les taux d'intérêts sont très bas (0,92 %) ^[10] en ce moment, alors nous aurons une charge financière qui saura de 239,20€ d'après le calcul suivant :

$$\text{Charge financière} = (\text{prêt} * 0,0092 * 7) * \frac{1}{7}$$

Il s'en suit de toutes ces analyses, l'établissement du bilan prévisionnelle pour nos 3 années d'activité. Il manque seulement à déterminer les créances clients que nous pouvons avoir. Au niveau de la restauration, il n'y aura pas de créances puisque les clients payent comptant après avoir consommé. Cependant pour les activités fourni au centre aéré, nous pouvons laisser un délai de paiement de 60 jours. Ce qui conduit en fin d'activité à une créance qui sera égale au produit obtenu des activités du mois de novembre et décembre.

À partir de cela, nous obtenons le bilan prévisionnelle final (**Annexe F**).

3.2. Analyse de la viabilité financière

L'établissement de notre plan financier ci-dessus se base sur des estimations du nombre de client que nous aurons au cours de l'année de l'exercice. Or il est très probable que nous n'atteignons pas ces estimations (bien qu'elles ont été estimées à la baisse). Ainsi il est important de voir la variabilité de trésorerie si nous n'atteignons pas les clients qui sont attendus. Pour cela nous avons réalisé des graphiques montrant l'évolution de la trésorerie nette au cours des 3 années suivant si nous n'obtenons que 90 % des clients attendus ou seulement 80 % des clients attendus. Nous obtenons ainsi les graphiques ci-dessous suivant si nous faisons un emprunt au départ de 26 000€ ou de 40 000€. La trésorerie nette a été calculé de la manière suivante :

$$\text{Trésorerie nette} = (\text{capitaux propres} + \text{dettes L T} - \text{immobilisations nettes}) - (\text{actif circulant} - \text{passif circulant})$$

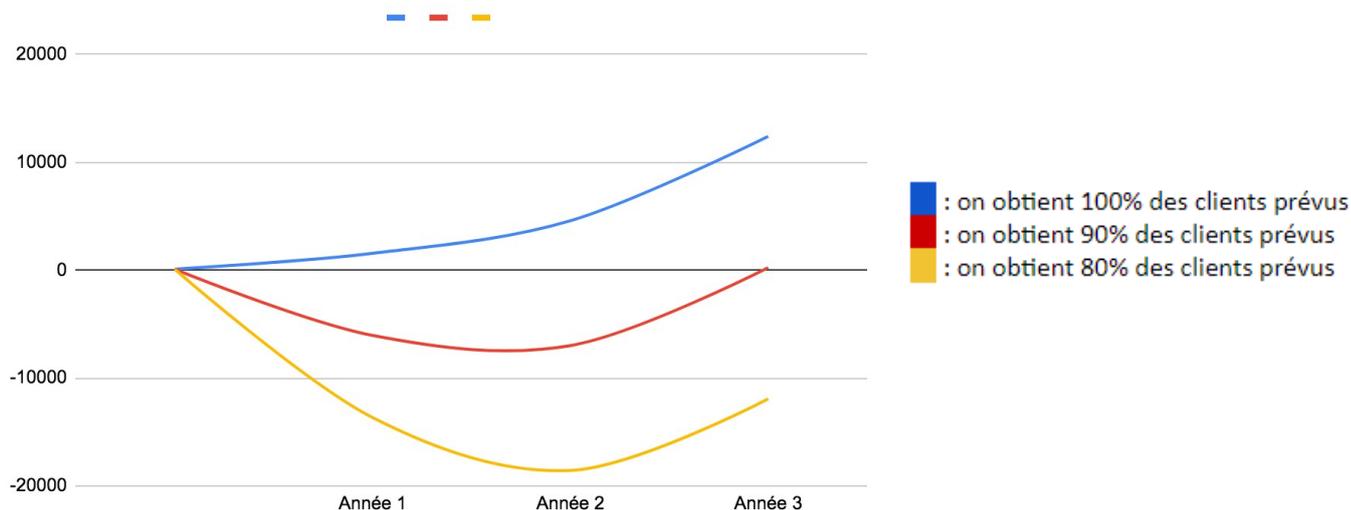


Figure 3 : Graphique montrant l'évolution de la trésorerie nette au cours des 3 années avec un prêt de 26 000 €.

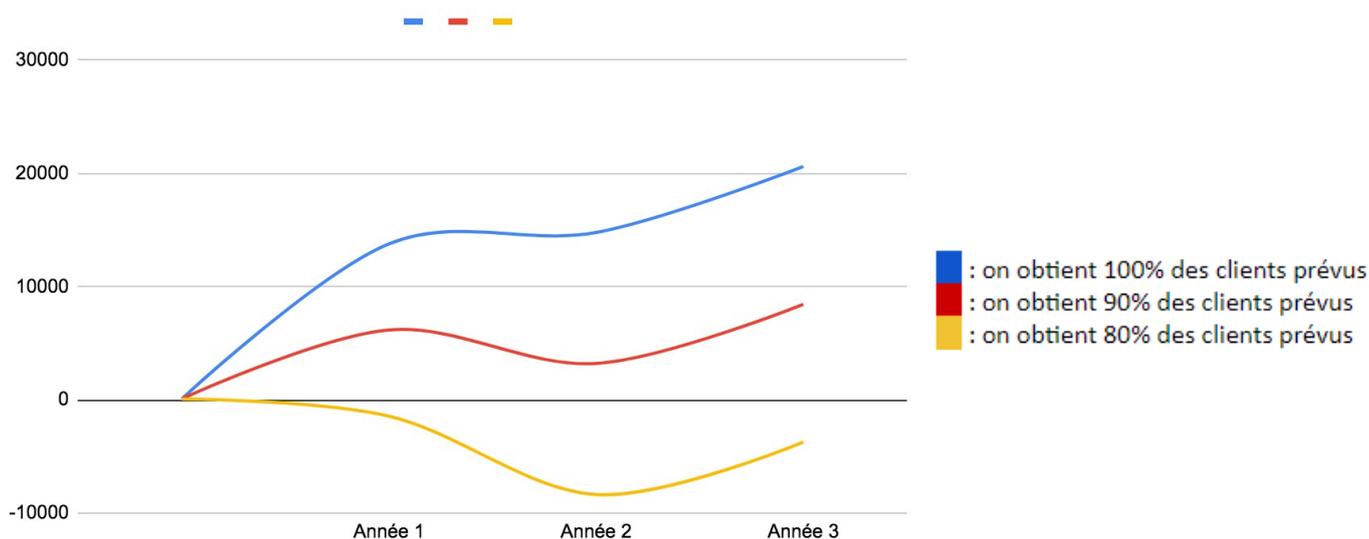


Figure 4 : Graphique montrant l'évolution de la trésorerie nette au cours des 3 années avec un prêt de 40 000 €.

Nous pouvons voir à travers des **Figure 3 et Figure 4** qu'il serait peut-être préférable de demander un emprunt de 40 000€ à la banque pour éviter d'avoir des trésoreries négatives si jamais nous venions à ne pas avoir les clients souhaités. En effet lors de l'ouverture d'une activité, notre restaurant ne sera pas visible au grand public. Il faudra être efficace sur la pub que nous allons véhiculer si nous voulons faire marcher notre activité.

Conclusion

Les enquêtes sur le terrain ont permis de remettre en question notre modèle et de se confronter à la réalité. Cela a soulevé beaucoup de problèmes et permis de construire un modèle plus adapté au contexte pour arriver à un projet qui fonctionnera potentiellement mieux et sera plus viable.

Nos résultats de viabilité sur ce projet sont présentés dans le plan financier, dont son établissement nous a permis de connaître les besoins humains et financiers nécessaires pour une telle structure. L'analyse montre que ce projet est faisable à condition d'un développement de la dynamique au niveau du Mas de Mirabeau dépendant des autres activités qui sont susceptibles de s'y implanter. Ainsi, une étude de marché viendrait compléter ce PEI mais celle-ci semble complexe à établir avec le devenir potentiel du lieu et la multitude d'activités possiblement mises en place.

Références bibliographiques

Bibliographie

[2] Alexander Osterwalder et Yves Pigneur, Pearson, 1 septembre 2011. *Business Model Nouvelle Génération : un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers.*

Webographie

[1] <https://agrosys.fr/> : Site de la Chaire AgroSys.

[3] <https://www.compta-facile.com/> : Site de comptabilité.

[4] <https://www.l-expert-comptable.com> : Site de comptabilité.

[5] <https://www.montpellier-tourisme.fr/Preparer-Reserver/Decouvertes/Montpellier-metropole/Fabregues> : Office du tourisme de Montpellier.

[6] <http://www.mercadis.net/catalogueproduit-carreauproducteurs/> : Site de Marché d'Intérêt National MERCADIS.

[7] https://www.edf.fr/entreprises/faq-entreprises/facture/les-taxes-evolutions-tarifaires-en-gaz/quel-taux-de-tva-est-applique-sur-votre-facture-de-gaz?mkwid=s&pclid=337154573469&pkw=&pmt=b&pdv=c&slid=&productid=&pgrid=63154087610&ptaid=dsa-762335996569&gclid=CjwKCAiA_MPuBRB5EiwAHTTvMT_cjALdM9pTkfhWKDqa9FRhDD2DbuqTTvKaCujk3u5t7UPc_gBOHhoCPasQAvD_BwE&gclid=aw.ds : Site d'EDF à propos des factures d'eau, d'électricité et de gaz.

[8] <https://blog.zenchef.fr/quels-sont-les-frais-a-prevoir-pour-ouvrir-son-restaurant/> : Site présentant les frais nécessaires à l'ouverture d'un restaurant.

[9] https://www.nisbets.fr/?cm_mmc=Adwords-_-2090158681-_-82567356931-_-kwd-829847599644&gclid=CjwKCAiA8qLvBRABEiwAE_ZzPT7LR1qulbfGnz_3iNWDQSn4F8ICMn7_9g9FgVteBJIAO1NSMBWY7hoCNoMQAvD_BwE : Site de vente de matériel de restauration.

[10] <https://reassurez-moi.fr/taux-prett-immobilier> : Taux de prêt immobilier.

Liste des annexes

Annexe A : Business Model Canvas final du projet.....	28
Annexe B : Activités proposées.....	29
Annexe C : Photos du Mas de Mirabeau.....	33
Annexe D.1. : Tableau dynamique prévisionnel de l’affluence, des revenus et des coûts de la restauration l’année 1, 2 et 3.....	35
Annexe D.2. : Tableau dynamique prévisionnel de l’affluence, des revenus et des coûts des animations l’année 1, 2 et 3.....	36
Annexe D.3. : Paramètres utilisés pour établir le tableau dynamique prévisionnel.....	37
Annexe E : Compte de résultat sur les 3 années.....	37
Annexe F : Bilan prévisionnelle sur les 3 années.....	38
Annexe G : Détail des paramètres utilisés.....	38
Annexe H : Bilan de trésorerie.....	39

Annexe A : Business Model Canvas final du projet.

Partenaires clés <ul style="list-style-type: none"> - Mairie propriétaire du foncier - Office du Tourisme - Centres aérés locaux - Mas de Mirabeau 	Activités clés <ul style="list-style-type: none"> - Restauration - Animation 	Propositions de valeur <p>1. Restaurant implanté dans un espace agricole existant proposant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une expérience champêtre avec une cuisine du terroir - une expérience champêtre avec une cuisine locale et paysanne - une cuisine simple, saine, rapide et bon marché <p>2. Animations autour de l'agriculture durable pour retracer le chemin du produit à l'assiette proposant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des ateliers de découverte - des cycles de formations couplés à une découverte gustative 	Relation avec le client <ul style="list-style-type: none"> - Suggestion d'activités par le client - Fidélisation (offre d'un repas, ou d'une boisson) - Apprentissage dans la durée, cycle de formation co-construit avec les animateurs 	Segment clientèle <ul style="list-style-type: none"> - Touristes - Familles locales - Travailleurs locaux - Centres aérés
	Ressources clés <ul style="list-style-type: none"> - Formation d'ingénieur agronome et SAADS 		Canaux <ul style="list-style-type: none"> - Internet (site, réseaux sociaux) - Partenariats avec des associations et le réseau de producteurs pour faire de la publicité sur les marchés - Bouche à oreille - Office du tourisme et guides de voyage - Réseau du Mas de Mirabeau 	
Structure des coûts <ul style="list-style-type: none"> - Location du foncier - Aménagement du restaurant - Salaires 		Flux de revenus <ul style="list-style-type: none"> - Revenus de la restauration - Revenus des animations 		

Annexe B : Activités proposées.

CONSTATS	THEME	OBJECTIFS DU THEME	ATELIERS	DEROULEE DE LA SCEANCE	OBJECTIFS PEDAGOGIQUES DE L'ATELIER	ASSOCIATIONS	CONTACTS REFERENTS
« J'ai un élève qui se fait des sandwiches chips et pain de mie comme repas du soir »	Thème 1 : Apprendre à s'alimenter dans un souci de santé et de bien être : l'équilibre alimentaire.	Eduquer au goût	Les classes de goût : dégustation dans le noir	Les enfants sont invités à manger les yeux bandés des aliments locaux, issus de l'exploitation. L'enfant touche, renifle, goûte, s'amuse, en découvrant toutes ces nouvelles perceptions sensorielles qui permettent de reconnaître un légume frais, cuit ou transformé.	« Manger c'est à la fois regarder, toucher, sentir, écouter, goûter, déguster. » Cette séance a pour but de faire mobiliser les 5 sens de l'enfant dans la découverte d'un aliment. L'éducation au goût permet de travailler le développement du vocabulaire, la connaissance des aliments et leur perception sensorielle.	L'association SAPERE LES CLASSES DU GOUT aide les enfants et les jeunes à devenir des consommateurs aptes à faire des choix alimentaires équilibrés grâce à des activités pédagogiques simples et ludiques, fondées sur l'expérimentation des cinq sens.	contactsapere@laliance.comstre internet : www.sapere-asso.fr
		Apprendre l'équilibre alimentaire	Raconte moi ton assiette	La séance se déroule en 2 points, une partie qui fait intervenir les connaissances de l'enfant; et une autre d'échange et de discussion avec l'intervenant. Dans un premier les enfants sont invités à décrire la composition de leur assiette idéale. Ils sont ensuite invités à placer les aliments présent dans leur assiette sur la pyramide alimentaire et la découvrir. L'animateur reprend ensuite chaque étiquette «Aliments » mal placée. Il demande au grand groupe où chacune d'entre elles aurait du être située et apporte un commentaire nutritionnel adapté , en soulignant les aliments piégés. Il laisse le panneau affiché. L'animateur rappelle les comportement principaux : Manger de tout. Ne s'interdire aucune catégorie d'aliments. Limiter les sucres et les corps gras. Prendre ses repas ensemble. Pour chacun des repas principaux prendre une entrée, un plat et un dessert. Consommer au moins 5 fruits et légumes par jour. Construire l'équilibre sur la semaine. Définir le lien lien entre aliment et santé....	Énoncer les règles de l'équilibre alimentaire. Faire réfléchir l'enfant autour de son alimentation , Mettre en évidence les comportements alimentaire du groupe Apprendre l'équilibre alimentaire, apprendre à composer un repas équilibré, apprendre les proportions. Faire manipuler ces règles pour leur donner les moyens de les comprendre.	Les Fondamentaux, c'est une plateforme en ligne contenant près de 400 films d'animation en accès gratuit pour apprendre, de façon ludique, les notions fondamentales de l'école élémentaire dans différents domaines. Dans cet épisode de 2 minutes, le personnage s'interroge sur ce qu'il va manger : quelles sont les différentes catégories d'aliments, à quoi servent-elles et qu'est-ce que l'équilibre alimentaire ? Les fiches pédagogiques version enseignant et version parent, tout comme la vidéo, sont disponibles en téléchargement gratuit.	Les Fondamentaux Elisabeth COURSIERE (Médiatrice) Tel: 0473980961 Mail: elisabeth.coursiere@reseau-canope.frSiteinternet:https://www.reseau-canope.fr/ L'éducation alimentaire au REPPPOP , Régine BRUMENT (Co-Coordinatrice) & Camille SAISON (Médecin coordinateur) // Tel: 0472560955 // Mail: repppop69@orange.fr // Site: internet:www.repppop69.org
		Apprendre à bien manger pour bien vivre	Qu'est ce que "bien manger"?	Les enfants sont en groupe, chaque groupe reçoit un lot de photos et choisit dans ce lot la ou les photos qui représentent le plus ce qu'est le « bien manger ». Un représentant du groupe viendra ensuite expliquer les raisons de son choix à l'ensemble des participants. L'animateur conclut sur les notions communes ainsi dégagées : Bien manger dépasse le simple fait de se nourrir mais influe sur toute la vie et la santé. Bien manger est aussi une question de culture. Bien manger est aussi un plaisir. Bien manger est un acte du lien entre les personnes. Bien manger est un équilibre à maintenir.	Faire réfléchir l'enfant autour de son alimentation et de la notion de "bien manger" : Bien manger dépasse le simple fait de se nourrir mais influe sur toute la vie et la façon de la concevoir. Bien manger est aussi une question de culture. Bien manger est aussi un plaisir. Bien manger est un acte du lien entre les personnes. Bien manger est un équilibre à construire.	mangerbouger	
		Comprendre ses besoins alimentaires	Pourquoi mange ton ?	La séance s'organise à travers : - une phase de réflexion avec les question " Quand est ce que tu manges, et pourquoi tu manges ?". L'enfant répond sur un papier et les réponses sont rassemblées. La séance s'organise comme un Time's up. Chaque élèves est divisés en groupe et doivent se faire deviner les réponses à travers de divers mots. Dans un deuxième l'enfant utilisera plus qu'un mot, et dans le prochain, il devra mimer l'idée. L'animateur conclut sur les notions communes ainsi dégagées : on mange pour ses besoins physiques et intellectuelles, on mange pour être en bonne santé, pour se faire plaisir.	Identifier les raisons pour lesquelles on mange et les besoins du corps, puis apprendre à s'exprimer oralement devant un public		
		Apprendre la saisonnalité	(re)découvrir les goûts des aliments et leurs saisonnalités	Les élèves ont pu fabriquer leur propre éventail des fruits et légumes de saison, et les apprendre avec des jeux amusant (adapté à l'âge) puis, dégustation de produit de saison produit sur la ferme.			

CONSTATS	THEME	OBJECTIFS DU THEME	ATELIERS	DEROULEE DE LA SCEANCE	OBJECTIFS PEDAGOGIQUES DE L'ATELIER	ASSOCIATIONS	CONTACTS REFERENTS	
« Les enfants ne savent pas d'où proviennent les aliments qu'ils mangent et s'alimentent que dans des supermarchés. A mon époque on allait chercher le fruit sur l'arbre »	Thème 2 : D'où proviennent les aliments ?	Sensibiliser aux métiers liés à l'alimentation	« Gouter à la ferme »	Les enfants sont invités à prendre un goûter composé d'aliments produits sur la ferme puis de rencontrer et d'échanger avec un agriculteur.		Lycée agricole Les Sardières	Lycée agricole Les Sardières ChrystèleBOIVIN (Chargée de mission développement durable, territoire, alimentation Tél:0689136908 Mail : chrystele.boivin@educagri.fr Siteinternet: www.sardières.fr Lucy BRAY & Béatrice DEBIAS (Chargées de mission) commerce équitable Tél: 0474212440 Mail: adm.bourg@gmail.com	
			Initiation à viti-œnologie	Les séances de découverte et d'initiations sont toutes articulées de la même manière et varient selon les saisons et le type d'agriculteur annexé au restaurant. Elle se découpe en quatre parties: la première est une partie d'introduction à la culture, et aux procédés de fabrication. Une deuxième partie est une visite au côté de l'agriculteur afin de déceler les clefs de ce métier. Dans une troisième partie, on aimerait mettre en place un atelier de "conception de son propre miel, ou de sa bière..." ou alors un atelier de dégustation.; Dans un quatrième temps, on conclura et échangera sur les connaissances apprises et requises pour réétayer l'expérience chez sois.	Initiation et découverte afin de sensibiliser aux métiers de l'alimentation, et pourquoi pas, devenir son propre producteur.			
			Initiation au brassage					
			Initiation à l'apiculture					
		Sensibilisation au territoire	Observons mon territoire	Visite et description avec les enfants des exploitations agricole annexée au restaurant et introduction à l'agriculture à travers des images et de jeux de zone proche. Introduction à l'agriculture à traver un atelier potager et chaque élèves repartira avec un semis.				
			Jeux de piste et d'orientation	La séance est organisée en trois temps. Le premier est un temps d'échange entre les enfants autour des aliments, du territoire et de sa biodiversité. Puis dans un second temps, les enfants sont séparés en différentes équipes et ont une liste de plante et d'insecte à ramener. Si l'enfant ne connaît pas l'espèce, il pourra le retrouver à l'aide d'une carte et d'une boussole. Pour finir, une séance de cuisine (facultatif) à l'aide des aliments de la ferme qu'ils ont ramené et de dégustation est proposée aux enfants.	Observer la nature et sa biodiversité, apprendre à reconnaître les plantes, reconnaître un aliment dans la nature, s'orienter dans la nature, découverte des sens (toucher, visuel et goût)			
			Apprendre à faire son potager	Atelier de rempotage + Apprendre à faire son compost = lombricompost	Apprendre à cultiver et faire son propre potager: découverte des sens, du fonctionnement d'une graine, d'une plante, découverte de la saisonnalité			
Sensibilisation à la production agricole	Jeux de rôle : Que mangerons nous en 2050 ?	Le jeu a été créé par le lycée agricole les Sardières à Bourg en Bressel. Il s'agit d'une invitation à plonger dans trois univers futuristes où l'alimentation prend des orientations très tranchées : • « Aseptia » où tout devient gélules • « Harmonie » où la cueillette a repris le pas sur l'agriculture • «Maxifood company» où tout est transformé et à profusion. Les élèves des 3 mondes doivent confronter leurs visions, négocier et proposer un nouveau modèle pour 2050... Le jeu s'adresse à des élèves à partir de 15 ans. Il se compose de 3 phases : immersion, puis analyse-négociation et enfin présentation du « monde idéal ». Le déroulement de l'activité est le suivant : - Phase d'immersion en petit groupes dans l'un des 3 modèles alimentaires proposés - Phase d'analyse et de négociations : on mélange les groupes d'immersion, on analyse ce que l'on a vécu et on construit ensemble un système alimentaire durable- Phase de présentation : chaque groupe présente en assemblée plénière son système d'alimentation durable grâce à différents outils à leur disposition : tableau menétime, affiches, scénète théâtrale.	Piste de réflexion autour de la transition alimentaire et agricole, du modèle alimentaire et des enjeux actuels autour de l'alimentation afin de proposer des alternatives pour demain.					

CONSTATS	THEME	OBJECTIFS DU THEME	ATELIERS	DEROULEE DE LA SCEANCE	OBJECTIFS PEDAGOGIQUES DE L'ATELIER	ASSOCIATIONS	CONTACTS REFERENTS
« Les enfants ne mangent pas des fruits et légumes abimés et ne terminent en général pas leur assiette. »	Thème 3 : Lutter contre le gaspillage alimentaire.	Lutter contre le gaspillage alimentaire	<i>Préparation et dégustation d'une recette Zéro Gaspi à base de pain sec (pain</i>	Les séances recettes Zéro Gaspi s'articule en trois parties : -une séance d'introduction à la thématique du gaspillage alimentaire et ses enjeux. Puis une séance de préparation d'une recette Zéro Déchets et sa dégustation. Pour finir il y'aura un temps d'échange avec les enfants sur des gestes gaspi ou anti-gaspi qu'ils auront observé entre temps.	prendre conscience de la valeur et du potentiel d'un aliment, sensibiliser au gaspillage alimentaire, apprendre à cuisiner avec des restes		RécupetGamelles Lucas BODET (Chargé de mission) Tel: 0786090378 Mail: lucas@recupetgamelles.fr Site internet: www.recupetgamelles.fr
			<i>Préparation et dégustation d'une recette Zéro Gaspi à partir de fruits ou</i>				
			<i>Jeu des saveurs</i>	La séance se déroule en trois parties : - une partie d'introduction à la thématique du gaspillage alimentaire et ses enjeux. Puis une séance de dégustation les yeux bandés d'un fruit abimé appelé "gueule cassé" et comparé le goût à un fruit « éternel » souvent moins goûtu. L'animateur rappelle la conclusion principale : il ne faut pas forcément se fier qu'au visuel! est parfois il faut être courageux et goûter !!! L'animateur ouvrira le sujet sur les systèmes de productions pour la conservation (sélection génétique et perte de goût : les tomates sans saveurs!!)	Limiter le gaspillage alimentaire et retirer les préjugés qu'un fruit abimés n'est pas bon. Sortir de notre modèle de consommation qui veut calibrer et homogénéiser les productions ce qui baisse la diversité d'une espèce.		
"Les gens ne cuisinent plus par manque de temps."	Thème 4 : Prendre du plaisir à cuisiner sans avoir l'impression de perdre son temps	Réapprendre à cuisiner	<i>Manger équilibré et se faire plaisir en peu de temps: cuisiner 2heures pour toute la semaine</i>	Pour chaque semaine, le livre propose : -- 1 liste hebdomadaire des courses -Le menu de la semaine - Les recettes inratables à réaliser en 2H - Les étapes très simples à faire le jour même résultat pour la cuisson de dernière minute. Dans ce livre, vous trouverez :10 SEMAINES DE MENUS adaptés aux débutants, soit 50 DÎNERS pour toute la famille Des plats faciles à réaliser qui privilégient des PRODUITS FRAIS et de saison UNE CUISINE 0 GASPI où tout est consommé et les restes réutilisés. Caroline Pessin est auteur et styliste culinaire depuis 6 ans. Elle travaille pour l'édition, la presse et la publicité. Elle met un point d'honneur à proposer des recettes à la fois accessibles, gourmandes et saines. Le goût du fait maison, pour elle, il n'y a que ça de vrai ! Également maman, elle connaît bien la problématique de réussir à s'organiser pour les repas quotidiens en famille quand on finit tard le travail : comment préparer à l'avance plusieurs plats, comment optimiser les restes, comment planifier des menus, comment conserver les aliments, tout en régaland sa famille.	Pour chaque semaine, le livre propose : -- 1 liste hebdomadaire des courses -Le menu de la semaine - Les recettes inratables à réaliser en 2H - Les étapes très simples à faire le jour même résultat pour la cuisson de dernière minute. Dans ce livre, vous trouverez :10 SEMAINES DE MENUS adaptés aux débutants, soit 50 DÎNERS pour toute la famille Des plats faciles à réaliser qui privilégient des PRODUITS FRAIS et de saison UNE CUISINE 0 GASPI où tout est consommé et les restes réutilisés.	"En 2h je cuisine pour toute la semaine" Caroline Pessin Caroline Pessin est auteur et styliste culinaire depuis 6 ans. Elle travaille pour l'édition, la presse et la publicité. Elle met un point d'honneur à proposer des recettes à la fois accessibles, gourmandes et saines. Le goût du fait maison, pour elle, il n'y a que ça de vrai ! Également maman, elle connaît bien la problématique de réussir à s'organiser pour les repas quotidiens en famille quand on finit tard le travail : comment préparer à l'avance plusieurs plats, comment optimiser les restes, comment planifier des menus, comment conserver les aliments, tout en régaland sa famille.	"En 2h je cuisine pour toute la semaine" Caroline Pessin Tel : 06 03 04 48 65 Mail : carolinepessin@gmail.com
			<i>Apprendre à cuisiner avec des légumes et les faire aimer aux enfants</i>				
			<i>Atelier cuisine : à la découverte d'une nouvelle culture</i>				
			<i>cuisiner 2heures pour toute la semaine (livre) magazine de recette par saison</i>				

CONSTATS	THEME	OBJECTIFS DU THEME	ATELIERS	DEROULEE DE LA SCEANCE	OBJECTIFS PEDAGOGIQUES DE L'ATELIER	ASSOCIATIONS	CONTACTS REFERENTS
"On consomme un macdo en moins de 5 minutes, tandis que son emballage sera présent sur terre encore très longtemps."	Thème 5 : Alimentation et déchets	Réfléchir à l'utilité des emballages alimentaire dans un but de moins consommé de plastique	<i>Fabriquer son propre film alimentaire</i>	La séance est composé d'une partie d'introduction autour de la thématique des déchets alimentaires et de ses enjeux. Puis une séance de création est proposé : créer son propre film alimentaire à base de cire d'abeille, ou fabriquer son propre tote bag. La séance se conclut sur une discussion et un échange avec les différents participants avec un brainstorming de geste écologique au quotidien que nous pouvons mener.			
			<i>fabriquer ses produits cosmétiques : déodorant, dentifrice, baume à lèvres, crème, mascara....</i>				
			<i>Apprendr à faire son papier recyclé</i>				
			<i>Fabriquer son propre tote bag</i>				
			<i>Ma vie sans plastique</i>	Necessite peut être d'avoir un intervenant qui a stopper l'utilisation du plastique au quotidien, et qui aimerait faire partager ses méthodes et ses difficultés mais aussi sensibiliser au plastique dans l'alimentation			

Annexe C : Photos du Mas de Mirabeau.



Photo 1



Photo 3



Photo 2



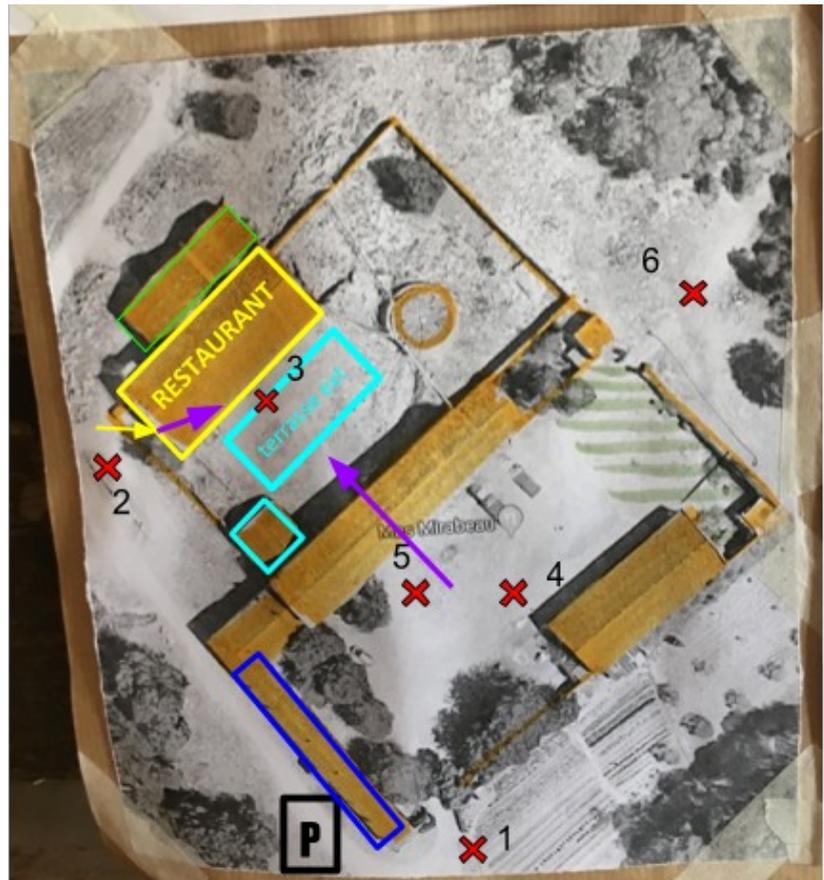
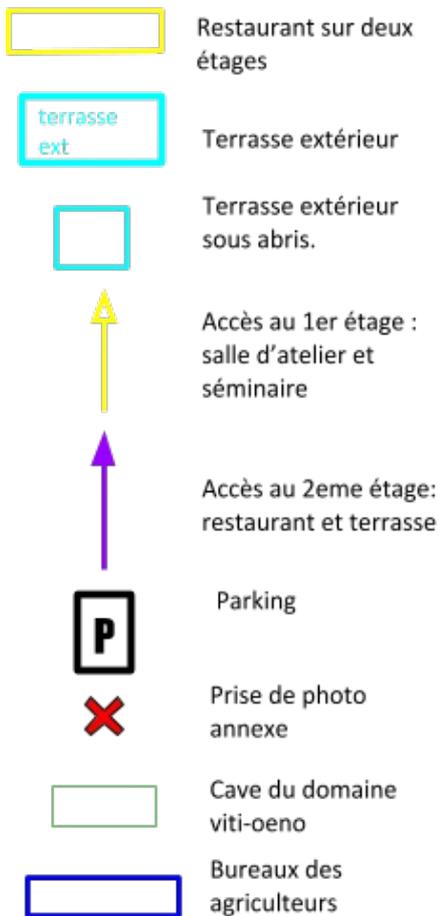
Photo 4



Photo 5



Photo 6



1- Le potager à l'entrée du domaine, proche du parking 2- Porte d'entrée du premier étage du restaurant 3- Porte d'entrée du second étage et terrasse 4- Bâtiment agricole 5- Entrée sur la deuxième cour- 6-champs

Annexe D.1. : Tableau dynamique prévisionnel de l'affluence, des revenus et des coûts de la restauration l'année 1, 2 et 3.

I - Restauration

	Année 1	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total année
Touristes	Mid	0	0	5	5	20	30	50	150	30	0	0	0	290
	Soir	0	0	10	30	80	200	250	450	200	5	5	0	1230
Familles	Mid	0	0	150	150	200	200	200	50	200	150	100	0	1400
	Soir	0	0	80	80	80	80	60	60	80	80	80	0	680
Travailleurs	Mid	0	0	160	160	160	160	100	5	160	160	160	0	1225
	Soir	0	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	45
Totaux	Mid	0	0	315	315	380	390	350	205	390	310	260	0	2915
	Soir	0	0	95	115	165	285	315	515	285	90	90	0	1955
Clients / Jour / Service	Mid	0	0	12	12	15	15	13	8	15	12	10	0	0
	Soir	0	0	4	5	8	13	14	23	13	4	4	0	0

Chiffre d'affaire	Mid	0,00 €	0,00 €	6 372,45 €	6 372,45 €	7 687,40 €	7 889,70 €	7 080,50 €	4 147,15 €	7 889,70 €	6 271,30 €	5 259,80 €	0,00 €	58 970,45 €
	Soir	0,00 €	0,00 €	2 396,85 €	2 901,45 €	4 162,95 €	7 190,55 €	7 947,45 €	12 993,45 €	7 190,55 €	2 270,70 €	2 270,70 €	0,00 €	49 324,65 €
	Total	0,00 €	0,00 €	8 769,30 €	9 273,90 €	11 850,35 €	15 080,25 €	15 027,95 €	17 140,60 €	15 080,25 €	8 542,00 €	7 530,50 €	0,00 €	108 295,10 €

Coûts variables	Mid	0,00 €	0,00 €	-1 943,55 €	-1 943,55 €	-2 344,60 €	-2 406,30 €	-2 159,50 €	-1 264,85 €	-2 406,30 €	-1 912,70 €	-1 604,20 €	0,00 €	-17 985,55 €
	Soir	0,00 €	0,00 €	-681,15 €	-824,55 €	-1 183,05 €	-2 043,45 €	-2 258,55 €	-3 692,55 €	-2 043,45 €	-645,30 €	-645,30 €	0,00 €	-14 017,35 €
	Total	0,00 €	0,00 €	-2 624,70 €	-2 768,10 €	-3 527,65 €	-4 449,75 €	-4 418,05 €	-4 957,40 €	-4 449,75 €	-2 558,00 €	-2 249,50 €	0,00 €	-32 002,90 €

Marge brute	Mid	0,00 €	0,00 €	4 428,90 €	4 428,90 €	5 342,80 €	5 483,40 €	4 921,00 €	2 882,30 €	5 483,40 €	4 358,60 €	3 655,60 €	0,00 €	40 984,90 €
	Soir	0,00 €	0,00 €	1 715,70 €	2 076,90 €	2 979,90 €	5 147,10 €	5 688,90 €	9 300,90 €	5 147,10 €	1 625,40 €	1 625,40 €	0,00 €	35 307,30 €
	Total	0,00 €	0,00 €	6 144,60 €	6 505,80 €	8 322,70 €	10 630,50 €	10 609,90 €	12 183,20 €	10 630,50 €	5 984,00 €	5 281,00 €	0,00 €	76 292,20 €

Frais fixes	Electricité	0,00 €	0,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	458,00 €	0,00 €	4 122,00 €
	Eau	0,00 €	0,00 €	14,35 €	15,05 €	19,08 €	23,63 €	23,28 €	25,20 €	23,63 €	14,00 €	12,25 €	0,00 €	170,45 €
	Loyer	0,00 €	0,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	2 500,00 €
	Total	0,00 €	0,00 €	722,35 €	723,05 €	727,08 €	731,63 €	731,28 €	733,20 €	731,63 €	722,00 €	720,25 €	250,00 €	6 792,45 €

Salariés	Chef	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	Serveur	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	Plongeur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Barman	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

EBE	0,00 €	0,00 €	-2 198,99 €	-1 838,49 €	-25,62 €	2 277,64 €	2 257,39 €	3 828,76 €	2 277,64 €	-2 359,24 €	-3 060,49 €	-7 871,24 €	-6 712,65 €
EBE avec les animations	0,00 €	0,00 €	-1 298,99 €	-798,49 €	874,38 €	3 177,64 €	3 457,39 €	5 028,76 €	3 177,64 €	-1 534,24 €	-2 385,49 €	-7 571,24 €	2 137,35 €

	Année 2	Trimestre 1 : Janvier-Mars	Trimestre 2 : Avril-Juin	Trimestre 3 : Juillet-Septembre	Trimestre 4 : Octobre-Décembre	Total année
Touristes	Mid	30	120	400	10	560
	Soir	50	404	1050	30	1534
Familles	Mid	350	608	570	350	1878
	Soir	160	300	220	200	880
Travailleurs	Mid	700	720	350	480	2250
	Soir	40	60	30	30	160
Totaux	Mid	1080	1448	1320	672	4520
	Soir	250	764	1300	208	2522
Clients / Jour / Service	Mid	14	19	17	9	59
	Soir	4	12	20	3	39

Chiffre d'affaire	Mid	21 848,40 €	29 293,04 €	26 703,60 €	13 594,56 €	91 439,60 €
	Soir	6 307,50 €	19 275,72 €	32 799,00 €	5 247,84 €	63 630,06 €
	Total	28 155,90 €	48 568,76 €	59 502,60 €	18 842,40 €	155 069,66 €

Coûts variables	Mid	-6 663,60 €	-8 934,16 €	-8 144,40 €	-3 360,00 €	-27 102,16 €
	Soir	-1 542,50 €	-4 713,88 €	-8 021,00 €	-1 293,36 €	-15 569,74 €
	Total	-8 206,10 €	-13 648,04 €	-16 165,40 €	-4 653,36 €	-42 671,90 €

Marge brute	Mid	15 184,80 €	20 358,88 €	18 559,20 €	10 234,56 €	64 337,44 €
	Soir	4 765,00 €	14 561,84 €	24 778,00 €	3 954,48 €	48 060,32 €
	Total	19 949,80 €	34 920,72 €	43 337,20 €	14 189,04 €	112 406,76 €

Frais fixes	Electricité	1 374,00 €	1 374,00 €	1 374,00 €	916,00 €	5 038,00 €
	Eau	46,55 €	77,42 €	91,70 €	30,80 €	246,47 €
	Loyer	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	3 000,00 €
	Total	2 170,55 €	2 201,42 €	2 215,70 €	1 696,80 €	8 284,47 €

Salariés	Chef	1	1	1	1	4
	Serveur	1	1	1	1	4
	Plongeur	0	0	0,67	0	0,67
	Barman	0	0	0,67	0	0,67

EBE	-15 884,47 €	-944,42 €	-1 403,03 €	-21 161,48 €	-39 443,40 €
EBE avec les animations	-13 484,47 €	1 905,58 €	1 846,97 €	-19 061,48 €	-28 793,40 €

	Année 3	Semestre 1 : Janvier-Juin	Semestre 2 : Juillet-Décembre	Total année
Touristes	Mid	150	450	600
	Soir	480	1200	1680
Familles	Mid	1000	1000	2000
	Soir	500	500	1000
Travailleurs	Mid	1500	900	2400
	Soir	120	60	180
Totaux	Mid	2650	2350	5000
	Soir	1100	1760	2860
Clients / Jour / Service	Mid	16,98717949	15,06410256	
	Soir	7,051282051	11,28205128	

Chiffre d'affaire	Mid	53 609,50 €	47 540,50 €	101 150,00 €
	Soir	27 753,00 €	44 404,80 €	72 157,80 €
	Total	81 362,50 €	91 945,30 €	173 307,80 €

Coûts variables	Mid	-16 350,50 €	-14 499,50 €	-30 850,00 €
	Soir	-7 887,00 €	-12 619,20 €	-20 506,20 €
	Total	-24 237,50 €	-27 118,70 €	-51 356,20 €

Marge brute	Mid	37 259,00 €	33 041,00 €	70 300,00 €
	Soir	19 866,00 €	31 785,60 €	51 651,60 €
	Total	57 125,00 €	64 826,60 €	121 951,60 €

Frais fixes	Electricité	2 748,00 €	2 250,00 €	5 038,00 €
	Eau	131,25 €	143,85 €	275,10 €
	Loyer	1 500,00 €	1 500,00 €	3 000,00 €
	Total	4 379,25 €	3 933,85 €	8 313,10 €

Salariés	Chef	1	1	2
	Serveur	1	1	2
	Plongeur	0	0,33	0,33
	Barman	0	0,33	0,33

EBE	-14 581,69 €	-15 212,51 €	-29 794,20 €
EBE avec les animations	-9 106,69 €	-9 812,51 €	-18 919,20 €

Annexe D.2. : Tableau dynamique prévisionnel de l'affluence, des revenus et des coûts des animations l'année 1, 2 et 3.

II - Animations

		Année 1	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total année	
Centres aérés	Mercredi		0	0	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	60	1140
	Week-end		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Touristes	Mercredi		0	0	0	30	0	0	0	60	60	0	30	0	0	180
	Week-end		0	0	0	0	0	0	0	60	60	0	0	0	0	120
Familles	Mercredi		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Week-end		0	0	120	120	120	120	120	60	60	120	90	90	0	900
Totaux	Mercredi		0	0	120	150	120	120	120	180	180	120	150	120	60	1320
	Week-end		0	0	120	120	120	120	120	120	120	120	90	90	0	1020
Clients / Jour / Groupe	Mercredi															
	Week-end															
Chiffre d'affaire	Semaine		0,00 €	0,00 €	960,00 €	1 200,00 €	960,00 €	960,00 €	1 440,00 €	1 440,00 €	960,00 €	1 200,00 €	960,00 €	480,00 €		10 560,00 €
	Week-end		0,00 €	0,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €	720,00 €	720,00 €	0,00 €		8 160,00 €
	Total		0,00 €	0,00 €	1 920,00 €	2 160,00 €	1 920,00 €	1 920,00 €	2 400,00 €	2 400,00 €	1 920,00 €	1 920,00 €	1 680,00 €	480,00 €		18 720,00 €
Nb d'heures d'activités	Semaine		0	0	12	15	12	12	18	18	12	15	12	6		132
	Week-end		0	0	24	24	24	24	24	24	24	24	24	0		216
	Total		0	0	36	39	36	36	42	42	36	39	36	6		348
Coûts variables	Semaine		0,00 €	0,00 €	-360,00 €	-450,00 €	-360,00 €	-360,00 €	-540,00 €	-540,00 €	-360,00 €	-450,00 €	-360,00 €	-180,00 €		-3 960,00 €
	Week-end		0,00 €	0,00 €	-660,00 €	-660,00 €	-660,00 €	-660,00 €	-660,00 €	-660,00 €	-660,00 €	-645,00 €	-645,00 €	0,00 €		-5 910,00 €
	Total		0,00 €	0,00 €	-1 020,00 €	-1 110,00 €	-1 020,00 €	-1 020,00 €	-1 200,00 €	-1 200,00 €	-1 020,00 €	-1 095,00 €	-1 005,00 €	-180,00 €		-9 870,00 €
Marge brute	Semaine		0,00 €	0,00 €	600,00 €	750,00 €	600,00 €	600,00 €	900,00 €	900,00 €	600,00 €	750,00 €	600,00 €	300,00 €		6 600,00 €
	Week-end		0,00 €	0,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	75,00 €	75,00 €	0,00 €		2 250,00 €
	Total		0,00 €	0,00 €	900,00 €	1 050,00 €	900,00 €	900,00 €	1 200,00 €	1 200,00 €	900,00 €	825,00 €	675,00 €	300,00 €		8 850,00 €

		Année 2	Trimestre 1 : Janvier-Mars	Trimestre 2 : Avril-Juin	Trimestre 3 : Juillet-Septembre	Trimestre 4 : Octobre-Décembre	Total année
Centres aérés	Semaine		360	360	360	300	1380
	Week-end		0	0	0	0	0
Touristes	Semaine		30	30	120	30	210
	Week-end						0
Familles	Semaine		0	0	0	0	0
	Week-end		300	360	360	220	1240
Totaux	Semaine		390	390	480	330	1590
	Week-end		300	360	360	220	1240
Clients / Jour / Groupe	Semaine						
	Week-end						
Chiffre d'affaire	Semaine		3 120,00 €	3 120,00 €	3 840,00 €	2 640,00 €	12 720,00 €
	Week-end		2 400,00 €	2 880,00 €	2 880,00 €	1 780,00 €	9 920,00 €
	Total		5 520,00 €	6 000,00 €	6 720,00 €	4 400,00 €	22 640,00 €
Nb d'heures d'activités	Semaine		39	39	48	33	159
	Week-end		72	72	72	48	264
	Total		111	111	120	81	423
Coûts variables	Semaine		-1 170,00 €	-1 170,00 €	-1 440,00 €	-990,00 €	-4 770,00 €
	Week-end		-1 950,00 €	-1 980,00 €	-1 980,00 €	-1 310,00 €	-7 220,00 €
	Total		-3 120,00 €	-3 150,00 €	-3 420,00 €	-2 300,00 €	-11 990,00 €
Marge brute	Semaine		1 950,00 €	1 950,00 €	2 400,00 €	1 650,00 €	7 950,00 €
	Week-end		450,00 €	900,00 €	900,00 €	450,00 €	2 700,00 €
	Total		2 400,00 €	2 850,00 €	3 300,00 €	2 100,00 €	10 650,00 €

		Année 3	Semestre 1 : Janvier-Juin	Semestre 2 : Juillet-Décembre	Total année
Centres aérés	Semaine		720	660	1380
	Week-end		0	0	0
Touristes	Semaine		60	150	210
	Week-end		0	0	0
Familles	Semaine		0	0	0
	Week-end		890	580	1270
Totaux	Semaine		780	810	1590
	Week-end		690	580	1270
Clients / Jour / Groupe	Semaine				
	Week-end				
Chiffre d'affaire	Semaine		6 240,00 €	6 480,00 €	12 720,00 €
	Week-end		5 520,00 €	4 640,00 €	10 160,00 €
	Total		11 760,00 €	11 120,00 €	22 880,00 €
Nb d'heures d'activités	Semaine		78	81	159
	Week-end		144	120	264
	Total		222	201	423
Coûts variables	Semaine		-2 340,00 €	-2 430,00 €	-4 770,00 €
	Week-end		-3 945,00 €	-3 290,00 €	-7 235,00 €
	Total		-6 285,00 €	-5 720,00 €	-12 005,00 €
Marge brute	Semaine		3 900,00 €	4 050,00 €	7 950,00 €
	Week-end		1 575,00 €	1 350,00 €	2 925,00 €
	Total		5 475,00 €	5 400,00 €	10 875,00 €

Annexe D.3. : Paramètres utilisés pour établir le tableau dynamique prévisionnel.

Coût menu	Midi	-5,00 €	Prix de vente	Midi	15,00 €
	Soir	-6,00 €		Soir	20,00 €

Salaires/mois	Chef	3 000,00 €	1 250,00 €	4 250,00 €
	Serveur	1 522,00 €	639,24 €	2 161,24 €
	Plongeur	1 522,00 €	639,24 €	2 161,24 €
	Barman	1 600,00 €	672,00 €	2 272,00 €
	gérant	1 200 €		

Coût eau	Eau/L	0,0035
	L/couvert (L)	10

	bière(33cl) artisanale	vin(bouteille)	soda (33cl)	café	
coût boisson	1,59 €	4,42 €	0,37 €	0,19 €	HT
prix de vente	7,00 €	20,00 €	3,00 €	1,40 €	TTC
prix de vente HT	5,83 €	16,70 €	2,50 €	1,26 €	HT
	4,24 €	12,28 €	2,13 €	1,08 €	

On applique un coefficient de 4.5 pour la vente d'une bouteille de vin en restaurant
3 € pour le soda est fixé par le prix moyen de vente qui se trouve à 3,4 €
Bière artisanale, local, sans intermédiaire

	1,90 €	5,30 €	0,44 €	0,22 €
		5,23 €	1,17 €	
		1,41 €		

TVA PAYEE	0,32 €	0,88 €	0,07 €	0,04 €
TVA GAGNEE	1,17 €	3,30 €	0,50 €	0,14 €
dTVA	0,85 €	2,42 €	0,43 €	0,10 €
		0,71 €		

Coût Sortie	Semaine	-0,50 €	Prix de vente	Semaine	8,00 €
	Week-end	-0,50 €		Week-end	8,00 €

Honoraire/heure	Animateur	-25,00 €	25 € de l'heure 3 h d'animation
-----------------	-----------	----------	------------------------------------

Nb personnel/groupe	Ecole	30
	Familles/Touristes	15

Annexe E : Compte de résultat sur les 3 années.

			Année 1	Année 2	Année 3	
Produit de l'exploitation	Production vendue	Produits transformés	108 295,10 €	155 069,66 €	173 307,80 €	
		Bien et services	18 720,00 €	22 640,00 €	22 880,00 €	
	Variation de production stockée		0,00 €	0,00 €	0,00 €	
	Production immobilisée		0,00 €	0,00 €	0,00 €	
	Indemnités et subventions de l'exploitation		0,00 €	0,00 €	0,00 €	
	Resultat produit			127 015,10 €	177 709,66 €	196 187,80 €
Charges de l'exploitation	Achat	Approvisionnement	32 002,90 €	42 662,90 €	51 356,20 €	
		Autres achats	18 376,92 €	22 021,38 €	22 021,38 €	
		Achat pour activité	9 870,00 €	11 990,00 €	12 005,00 €	
	Variation de stock			0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Loyer, charges locatives			2 500,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €
	Impôt, taxes			0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Rémunérations (dont les gérants)			57 220,00 €	68 664,00 €	68 664,00 €
	Charges sociales et patronales			18 992,40 €	22 790,88 €	22 790,88 €
	Dotations aux amortissement et provisions			3 094,75 €	3 713,70 €	3 713,70 €
	Résultat charges			142 056,97 €	174 842,88 €	183 551,16 €
CHARGES FINANCIERE			199,33 €	239,20 €	239,20 €	
BENEFICE DE L'EXPLOITATION			-15 241,21 €	2 627,60 €	12 397,44 €	

Annexe F : Bilan prévisionnelle sur les 3 années.

Passif					Actif					
		Année 1	Année 2	Année 3			Année 1	Année 2	Année 3	
		NET					NET			
Capitaux propres	Capital social	20 000,00 €	0,00 €	0,00 €	Actif immobilisé	Immobilisation corporelle	17 959,25 €	14 245,55 €	10 531,85 €	
	Bénéfice/Perte reporté	-15 241,21 €	2 627,60 €	12 397,44 €		Immobilisation incorporelle(licence)	6 701,25 €	5 092,95 €	3 484,65 €	
	Subvention	0,00 €	0,00 €	0,00 €		Immobilisation financière	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
DETTES	Découverts	0,00 €	0,00 €	0,00 €	Actif circulant	Stock	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
	Emprunts	21 763,84 €	19 999,25 €	16 103,45 €		Créances clients	1 440,00 €	1 440,00 €	1 440,00 €	
	Dettes fournisseurs	0,00 €	0,00 €	0,00 €		Disponibilité	422,14 €	1 848,34 €	13 044,39 €	
TOTAL PASSIF		26 522,64 €	22 626,84 €	28 500,89 €	TOTAL ACTIF		26 522,64 €	22 626,84 €	28 500,89 €	

Dette fournisseur de 60 jours
3 mois de créances pour les centres aérés

Annexe G : Détail des paramètres utilisés.

Achat licence 4	7 500,00 €
Frais de pub	250,00 €
Frais d'immatriculation au greffe	41,50 €
Frais administratif et juridique	15 000,00 €
Frais création d'un site web (site vitrine en freelance)	500,00 €
Frais kilométrique pour aller à Mercadis	3,42 €
Frais d'assurance multirisque pro, garantit bâtiment, assurance perte exploitation	1 300,00 €
Biens et services	Les activités
Produits transformés	Menu vendues et boissons avec le prix TTC
Approvisionnement	Matières premières et boissons achetées au prix TTC
Autres achats	Ce qui est en orange, l'électricité, l'eau (en année 2 il n'y a plus l'achat de la licence, les frais du greffe et la création du site)
Les taux immobilier d'investissements sont à 0,92% en ce moment	
Équipements de cuisines	Four mixte (3000 €), réfrigérateur (3000 €), piano à 4 feux (2400 €), congélateur (720 €), cellule de refroidissement (3800 €), plan de travail (600 €), plancha (2000 €), friteuse (200 €), mixeur plongeur (100 €), batteur (400 €), échelle gastronomique (250 €), 5 bacs (50 €), rail à ustensil (25 €), blender (280 €), chauffe assiette (380 €), 2 marmites (110 €), bain marie (200 €), lave vaisselle (1800 €), cave à vin (250 €), 1 hotte (100 €), pétrin (750 €), plonge (250 €),essoreuse à salade (99 €), 6 planche à découper (112 €), siphon chantilly (100 €), entonnoir conique (119 €), 2 louches (27 €), 2 grille inox (16 €), étiqueteuse (136 €)
	Total 21 054,00 €
Investissement dans une licence	8 041,50 €
Autres charges de cuisine	3 paquets de poche à douille (99 €), 5 paquets de 500 papiers de cuisson (50 €), 2 cartouches à gaz (50 €), 4 films pvc et plastique (77 €), 100 sacs sous vide (12 €), 10 paquets de sacs poubelle de 100 (500 €)
	Total 711,00 €

Annexe H : Bilan de trésorerie.

Trésorerie	Année 1	Année2	Année 3	
				Pas de créances clients car paiement au comptant
EBIT	-15 041,87 €	2 866,80 €	12 636,64 €	Pas de stock de produit alimentaires sinon péremption
+ Amortissement	3 094,75 €	3 713,70 €	3 713,70 €	Pas de stock boisson car viticultrice et brasseur sur le site
- BFR	1 440,00 €	1 440,00 €	1 440,00 €	Stock sur soft
<i>Trésorerie opérationnelle</i>	<i>-13 387,12 €</i>	<i>5 140,50 €</i>	<i>14 910,34 €</i>	Créance pour les centres aérés avec accord de 60 jours de paiement
<i>Trésorerie d'investissement</i>	<i>-29 095,50 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	Pas de dette fournisseur la 1er année
Fond propres	20 000,00 €	0,00 €	0,00 €	Emprunt sur 7ans au taux 0,92
Dette LT	26 000,00 €	0,00 €	0,00 €	
Dette remboursée	3 095,24 €	3 714,29 €	3 714,29 €	
Revenues financiers	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
<i>Trésorie financière</i>	<i>42 904,76 €</i>	<i>-3 714,29 €</i>	<i>-3 714,29 €</i>	
Variation de trésorerie nette	422,14 €	1 426,21 €	11 196,05 €	
Position cash	422,14 €	1 848,34 €	13 044,39 €	