

PROJET ENTREPRENEURIAL
Conception d'une entreprise de commercialisation de kits zéro-déchet

Projet d'étudiants Ingénieurs 2019

Salimata Fall, Lola Lerceteau, Nata Paye, Mathilde Six, Lucie Zgainski



LA CABANE DU ZÉRO-DÉCHET

MONTPELLIER

Rapport technique – Projet d'élèves ingénieurs n°9

Conception d'une entreprise de commercialisation de kits zéro-déchet



Par Salimata FALL, Lola LERCETEAU, Nata PAYE, Mathilde SIX, Lucie ZGAINSKI

Organisme commanditaire: Chaire AgroSYS

Tuteurs commanditaires : Mathieu BAYOT et Claire-Lise PEYRAS

Tuteur Montpellier SupAgro : Nicolas DEVAUX

Année de soutenance : 2019

Présenté le 19/12/2019

devant le jury :

Mathieu BAYOT, commanditaire PEI n°9, responsable de la chaire partenariale AgroSYS

Nicolas DEVAUX, tuteur PEI n°9, ingénieur de recherche à l'UMR LISAH

Claire-Lise PEYRAS, commanditaire PEI n°9, porteuse du projet

Raphaëlle DHOOSCHE-SALGUER, animatrice, responsable administrative ingénieur agronome

Pour citer cet ouvrage : Fall Salimata, Lerceteau Lola, Paye Nata, Six Mathilde, Zgainski Lucie, 2019. Conception d'une entreprise de commercialisation de kits zéro-déchet. Projet d'élèves ingénieurs n°9. Montpellier SupAgro. 71 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

Claire-Lise Peyras a présenté à la chaire AgroSYS un projet concernant la création d'une entreprise de kits zéro-déchet. La problématique concerne la proposition de valeur de cette structure et sa mise en place dans le marché actuel. Ce Projet d'Élèves Ingénieurs est donc à dimension entrepreneuriale. L'objectif du projet réside dans un cheminement de réflexion et la capitalisation des connaissances afin d'aboutir à une solution concrète, faisable et économiquement viable pour l'organisme commanditaire.

Le travail a été organisé comme une démarche entrepreneuriale en plusieurs séquences pour pouvoir créer une structure. Tout en acquérant les connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat, la réflexion et la création d'hypothèses ont permis d'élaborer des business model. Les hypothèses ont ensuite été vérifiées auprès du public à travers des entretiens qualitatifs et quantitatifs. Ces derniers ont permis la remise en question de la proposition de valeur à deux reprises et la proposition d'un nouveau concept s'est dessinée. Le business model a été réajusté, une étude financière et un bilan prévisionnel sur trois ans ont été proposés.

Mots-clés

Entrepreneuriat, innovation, zéro-déchet.

Abstract

Claire-Lise Peyras has reached the AgroSYS Chair a project concerning the creation of a zero waste kit company. The issue concerns the value proposition of this structure and its implementation in the current market. This Engineering Student Project is therefore of an entrepreneurial dimension. The objective of the project is to develop a process of reflection and knowledge capitalization in order to arrive at a concrete, feasible and economically viable solution for the sponsoring organization.

The work was organized as an entrepreneurial process in several sequences to create a structure. While acquiring knowledge in the field of entrepreneurship, reflection and the creation of hypotheses have made it possible to develop business models. The hypotheses were then tested with the public through qualitative and quantitative interviews. These have allowed the value proposition to be questioned twice and the proposal for new concepts has emerged. After two value proposition changes, the last one proved valid. The business model has been readjusted, a financial study and a three-year forecast balance sheet have been proposed.

Keywords

Entrepreneurship, innovation, zero waste.

Remerciements

Nous souhaitons remercier dans un premier temps, Claire-Lise Peyras pour nous avoir confié ce projet et pour nous avoir fait confiance tout au long de ce dernier, ainsi que Mathieu Bayot et Nicolas Devaux pour leur accompagnement tout au long de ce PEI. Leur soutien pour les aspects techniques et les formations adjacentes ont été très appréciables. De plus, leurs conseils ont été précieux et nous ont beaucoup aidé pendant le déroulé du projet. Grâce à eux, nous avons pu comprendre et travailler sur le sujet de l'entrepreneuriat et des nombreuses démarches qui y sont associées.

Nos remerciements vont ensuite à toutes les personnes, particuliers et professionnels de la restauration, ainsi que la métropole de Montpellier, qui ont accepté de répondre à nos questions et qui nous ont permis d'établir les besoins du marché.

Merci également à l'association de Montpellier Zéro Déchet, à son adhérente Laura Tardivel et à sa co-présidente Adeline Lefebvre pour leur précieux conseils sur notre projet. Nous remercions aussi la Galerie du Zéro-Déchet de Nantes et Christian Renoulin, pour avoir pris le temps de nous montrer les initiatives zéro-déchet qui existent ailleurs et nous conseiller.

Enfin nous remercions Assimine Ahamada et Géraldine Aumasson pour leur temps et leur dévouement pour mener à bien notre PEI.

Table des matières

Introduction	1
I. Démarche et méthodologie.....	2
1. Attentes du commanditaire	2
2. Calendrier prévisionnel.....	2
3. Déroulé temporaire effectif.....	2
4. Analyse des résultats	3
5. Retour sur la méthode.....	3
II. Créer une proposition d'entreprise de commercialisation de produits zéro-déchet.....	3
A. Création d'un kit zéro-déchet.....	4
1. Hypothèses à propos de la commande initiale.....	4
2. Résultats des entretiens concernant les propositions de valeurs.....	5
3. Proposition de pivot.....	6
B. Création d'une plateforme de commercialisation de produits et de services zéro-déchet à destination des restaurateurs.....	6
1. Hypothèses à propos des besoins des restaurateurs.....	6
2. Analyse et résultats de l'étude de marché des restaurateurs.....	7
3. Proposition de pivot.....	9
C. Création d'une cabane du zéro-déchet à Montpellier.....	9
1. Hypothèse	9
2. Enquêtes clients et résultats	10
3. La Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier	11
Conclusion.....	16
Références bibliographiques	
Annexes	

Liste des figures

<i>Figure 1: carte du zéro-déchet en France (Terre et Avenir, 2019).....</i>	<i>4</i>
<i>Figure 2: Lieux dédiés au zéro-déchet en France.....</i>	<i>9</i>
<i>Figure 3: Activités de la Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier</i>	<i>10</i>
<i>Figure 4: Représentation schématique du fonctionnement de la structure</i>	<i>13</i>

Liste des tableaux

<i>Tableau 1: Propositions d'innovations au regard du marché actuel et analyse.</i>	<i>5</i>
<i>Tableau 2 : Relation entre les besoins des restaurateurs et les propositions d'innovations.</i>	<i>8</i>

Liste des annexes

<i>Annexe A : Calendrier prévisionnel et corrigé du PEI</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe B: Projet kits - Benchmark de la concurrence du secteur des kits zéro-déchet.....</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe C: Projet kits - Propositions de kits personnalisables pour chaque membre de la famille.</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe D: Projet kits - Maquette et réponses du questionnaire qualitatif à destination du public pour analyser la proposition des kits zéro-déchet.</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe E: Projet Restaurateurs - Liste des fournisseurs locaux du secteur de la restauration</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe F: Projet Restaurateurs - Business model Canvas : entreprise de commercialisation de produits et de services zéro-déchet à destination des restaurateurs.....</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe G: Projet Restaurateurs - Maquette et réponses du questionnaire quantitatif pour les restaurateurs.....</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe H: Projet Restaurateurs - Maquette et réponses du questionnaire quantitatif à destination des fournisseurs</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe I: Projet Cabane – interview de la Galerie du Zéro-Déchet à Nantes</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe J: Projet Cabane – Maquette et réponses du questionnaire quantitatif à destination du public</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe K: Projet Cabane – Business Model Canvas de la Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe L : Projet Cabane – Etude financière prévisionnelle sur 3 ans.....</i>	<i>.....</i>
<i>Annexe M: Projet Cabane – Bilan financier prévisionnel sur trois ans</i>	<i>.....</i>

Glossaire, sigles et acronymes

- **Brainstorming** : technique de recherche collective d'idées originales, basée sur la communication lors d'une réunion.
- **Business Model Canvas** : c'est un outil que l'on utilise pour retranscrire de manière simple le modèle économique d'une entreprise. Il est parfaitement adapté à la phase de création, et peut aussi être utilisé pour le lancement d'un nouveau produit ou d'un nouveau service. Il prend en compte : le financement de l'entreprise, la proposition de valeur, le segment de clientèle visé, la structure des coûts, les partenaires clés, activités clés, relations clients, canaux, flux de revenus.
- **Crowdfunding** : Le financement participatif, ou crowdfunding (« financement par la foule ») est un mécanisme qui permet de collecter les apports financiers - généralement des petits montants - d'un grand nombre de particuliers au moyen d'une plateforme sur internet - en vue de financer un projet. Dans notre cas, nous envisageons ce financement participatif sous forme de dons.
- **INRA** : Institut National de la Recherche Agronomique. C'est un organisme français de recherche agronomique sous la tutelle du ministère chargé de la recherche et du ministère chargé de l'agriculture.
- **CIRAD** : Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement. C'est un organisme français de recherche agronomique pour le développement durable des régions tropicales et méditerranéennes.
- **DIY** : Do It Yourself, peut se traduire par « à faire soi-même » et s'utilise aujourd'hui lorsqu'on fait nos propres objets décoratifs, d'ameublement. Cela permet de développer le partage et la créativité de chacun.
- **PEI** : Projet d'élèves ingénieurs.
- **Pivot** : ici utilisé pour le verbe pivoter : lorsque nous changeons de proposition de valeur nous effectuons « un pivot ».
- **PLA** : Polylactic Acid en anglais, acide polylactique en français. C'est un polymère biosourcé obtenu à partir d'amidon de maïs. Il est biodégradable en compostage industriel.
- **SCOP** : Société coopérative et participative. Dans une Scop, les salariés sont associés majoritaires et détiennent au moins 51 % du capital social et 65 % des droits de vote. Si tous les salariés ne sont pas associés, tous ont vocation à le devenir. Il y a un dirigeant comme dans n'importe quelle entreprise. Mais celui-ci est élu par les salariés associés. Au sein de la SCOP, le partage du profit est équitable entre les salariés, les associés et les réserves de l'entreprise (Les Scop, 2011).
- **ZD** : Zéro Déchet
- **Zero Waste France** : ONG de protection de l'environnement spécialiste de la réduction des déchets et des ressources naturelles.

Introduction

Notre Projet d'Étudiant Ingénieur (PEI), nous a été confié par notre commanditaire Claire-Lise Peyras dont l'objectif est de créer une entreprise commercialisant des produits zéro-déchet. Ce projet est soutenu par le réseau Pépite LR, accompagnant les étudiants entrepreneurs dans leurs projets. L'école de Montpellier SupAgro et notamment la Chaire AgroSYS, appuient également la démarche de Madame Peyras dans le développement de son projet entrepreneurial.

La Chaire AgroSYS encourage la transition agro-écologique par l'ingénierie et la formation. Interface entre les mondes scientifiques et les acteurs des territoires et des filières, entre le public et le privé, elle facilite la mise en place de projets permettant de renforcer la durabilité des agrosystèmes. Pour les entreprises membres, la Chaire fait office d'interface interdisciplinaire avec la communauté scientifique de Montpellier SupAgro, ses étudiants et ses unités de recherches (associées à l'INRA, le CIRAD, etc.). Pour Montpellier SupAgro, il s'agit d'un outil de renforcement des connections avec le monde de l'entreprise dans le domaine de l'agriculture. Même si le projet de Claire-Lise Peyras ne touche pas directement à la transition agro-écologique, il concerne la création d'une entreprise commercialisant des produits durables.

Sensibles à la question de l'environnement, à l'impact de notre consommation, et plus particulièrement à la gestion des déchets, nous avons choisi de nous investir dans ce projet proposé par Madame Peyras.

Notre PEI va servir de base au commanditaire pour le lancement de l'entreprise. Il va permettre de fournir les documents d'analyse d'hypothèses pour évaluer si le type d'entreprise envisagé peut être facilement intégré sur le marché, tout en étant viable économiquement. Ce PEI s'inscrit dans un mouvement nouveau et innovant qui agit pour l'environnement. En effet, nous utilisons au quotidien de nombreux objets qui sont à l'origine de pollutions aux différentes étapes de leur cycle de vie. La finalité de ce projet est d'impulser des changements de pratiques en participant à la substitution d'objets du quotidien par des produits à moindres impacts environnementaux.

Pour cela, notre groupe a été commandité pour fournir un business model, un plan financier et un bilan prévisionnel sur 3 ans. Dans cet objectif nous avons tout d'abord posé des hypothèses et proposé des innovations. Ces derniers ont ensuite été testés sur le terrain à travers des questionnaires et des interviews. Le projet a vu naître deux changements de propositions de valeur pour s'adapter et se démarquer sur le marché : après une proposition de kits zéro-déchet, une plateforme zéro-déchet pour les restaurateurs a été envisagée. Pour finir, un projet de lieu dédié au zéro-déchet s'est construit.

Ce rapport présente le travail accompli tout au long du PEI, chaque projet et chaque pivot sera expliqué et commenté. Le projet final, son business model et sa partie financière seront détaillés afin de répondre à la demande de notre commanditaire.

I. Démarche et méthodologie

1. Attentes du commanditaire

L'objectif de notre PEI était de proposer un business model innovant et un plan financier viable pour que Madame Peyras puisse créer son entreprise de commercialisation de produits zéro-déchet (ZD). Pour cela, nous avons fait une étude de marché, étudié la concurrence, et les besoins des clients afin de vérifier nos hypothèses.

2. Calendrier prévisionnel

Le calendrier prévisionnel du PEI a été réfléchi avec les commanditaires et notre tuteur, dans l'objectif de répartir et d'organiser les tâches au cours du temps. Ce dernier a été réalisé en prenant en compte les périodes de l'année. Le diagramme de Gantt élaboré est disponible en Annexe A.

3. Déroulé temporaire effectif

3.1. Acquisition des connaissances nécessaires

Notre PEI concerne un domaine nouveau pour nous et qui est l'entrepreneuriat. Le début du projet a donc été consacré à l'acquisition des connaissances pour la conception d'un business model Canvas. Pour cela, nous avons consulté le *Business Model Nouvelle Génération* de Alexander Osterwalder et Yves Pigneur. Afin d'élaborer un plan financier nous avons également pris connaissance du précédent rapport PEI entrepreneurial de SupAgro avec la Chaire AgroSys (Cases et al. 2018). Des séances tripartites ont été organisées avec M. Bayot et M. Devaux, pour compléter nos connaissances du Business Model Canvas et du plan financier.

De plus, nous nous sommes informées davantage sur la démarche zéro-déchet. Le sujet étant nouveau, la littérature disponible à ce propos est succincte. Nous avons certaines notions concernant le zéro-déchet et ce fut une occasion d'approfondir nos connaissances dans ce domaine. En effet, ce sujet va de pair avec nos convictions personnelles de réduction de nos déchets et de notre impact sur l'environnement. Nous nous sommes informées pour comprendre l'ensemble des pratiques associées à ce mode de consommation. Nous avons aussi rencontré différents acteurs de ce domaine, comme Montpellier Zéro-déchet, ou La Galerie du Zéro Déchet de Nantes, qui nous ont parlé des différentes initiatives qui existent sur le sujet.

3.2. Réflexion et travail d'équipe

Nous avons programmé des réunions hebdomadaires avec un ordre du jour précis pour une efficacité optimale. Nous organisons également des réunions tripartites régulières. L'objectif de ces premières réunions était d'éclaircir le sujet en faisant des *brainstorming*. En effet, le fait que notre commanditaire nous ait donné carte blanche nous a laissé une certaine liberté. Cependant, cela a parfois été une contrainte puisqu'il nous a fallu du temps pour comprendre les limites du projet.

Une fois le projet cadré, et les connaissances nécessaires acquises, nous avons fait des hypothèses en nous basant sur le marché du ZD. Notre réflexion commune nous a également permis de dresser plusieurs business model. En effet, la démarche entrepreneuriale amène à modifier régulièrement le business model en faisant des aller-retours en fonction des résultats aux études de marché. Dans notre cas, notre présence sur le terrain nous a permis de changer nos propositions de valeurs en suggérant différents business model.

3.3. Démarchage et enquêtes

Ayant différentes propositions, nous avons dû faire plusieurs types d'enquêtes auprès des clients potentiels: les particuliers et les professionnels (restaurateurs et fournisseurs). Nous avons tout d'abord fait une enquête qualitative auprès des particuliers pour comprendre leurs besoins, puis des enquêtes quantitatives auprès des restaurateurs, des fournisseurs, et à nouveau des particuliers.

Les enquêtes qualitatives ont consisté à aller discuter avec les habitants de Montpellier directement dans la rue. Le but était de connaître les habitudes et besoins des clients ainsi que leur intérêt pour le ZD.

Des enquêtes quantitatives ont été également réalisées en établissant des questionnaires spécifiques aux publics visés. Ceux-ci avaient pour but de centrer nos propositions, et de confirmer ou d'invalidier nos hypothèses. Nous nous sommes réparties le travail de la manière suivante :

- Trois étudiantes se sont occupé du questionnaire quantitatif "fournisseurs". Celui-ci avait pour objectif de prendre connaissance des types de produits commercialisés, des matériaux biodégradables utilisés, de la provenance des produits, et d'en savoir davantage sur les convictions de l'entreprise concernée. Les étudiantes ont créé un document regroupant les contacts des fournisseurs locaux, et se sont chargés de prendre contact avec eux, de prendre des rendez-vous téléphoniques et de mener à bien les questionnaires.
- Deux étudiantes étaient chargées de créer et de mener à bien le questionnaire quantitatif "restaurateurs". Les contacts se sont fait par téléphone ou par e-mail.

Lors du dernier pivot, nous avons repris le questionnaire visant les restaurateurs et l'avons adapté pour les particuliers. Ce questionnaire a ensuite été posté en ligne sur différentes plateformes et réseaux sociaux pour recueillir le maximum de réponses.

4. Analyse des résultats

Suite aux enquêtes et questionnaires, nous organisons toujours une réunion de mise au point. Ces réunions étaient destinées à mettre en commun les résultats obtenus, de rédiger un document synthétique. L'enjeu était de remettre en question les hypothèses, et de réévaluer les business model proposés.

5. Retour sur la méthode

Contrairement à ce qui était prévu, les activités se sont déroulées sur un temps plus condensé au vu des obligations des études d'ingénieur. La majorité des tâches ont été effectuées pendant les créneaux PEI, et notamment tout au long de la semaine dédiée au projet. L'intégration au groupe d'une nouvelle étudiante au mois de septembre 2019 nous a permis de mieux répartir les tâches restantes.

II. Créer une proposition d'entreprise de commercialisation de produits zéro-déchet

Cette partie s'articule autour des réflexions faites par les étudiantes pour répondre à la demande initiale de Mme Peyras. Elle a pour but d'explicitier les résultats obtenus et le cheminement de pensée afin de justifier et de clarifier l'évolution du projet. Tout au long du parcours, le *Business Model Nouvelle Génération* d'Alexander Osterwalder et Yves Pigneur a servi de référence pour travailler sur les points majeurs des différentes propositions.

A. Création d'un kit zéro-déchet

1. Hypothèses à propos de la commande initiale

La demande originelle du commanditaire porte sur une idée de proposition de valeur qui est la création et la commercialisation d'un kit zéro-déchet innovant. Pour valider cette proposition, le marché concurrentiel sera d'abord analysé et des hypothèses d'innovation seront posées puis vérifiées via des interviews.

1.1. État des lieux du marché et difficultés éventuelles

• La place du zéro-déchet en France

Depuis 2013 et le livre *Zero Waste Home* de Bea Johnson, le zéro-déchet est en plein essor. Le concept est même devenu une nouvelle branche commerciale en vogue. Au total, il existe plus de 1650 adresses dans l'annuaire du zéro-déchet publié sur Terre et Avenir qui regroupent boutiques bio, magasins de vrac, associations etc. (Figure 1). Pour autant, le zéro-déchet reste un marché de niche, encore peu connu du grand public des consommateurs malgré ses quelques marques phares. Pour cette raison, les produits zéro-déchets se déclinent sous toutes les formes, et notamment en kit pour attirer et initier les non-connaisseurs.

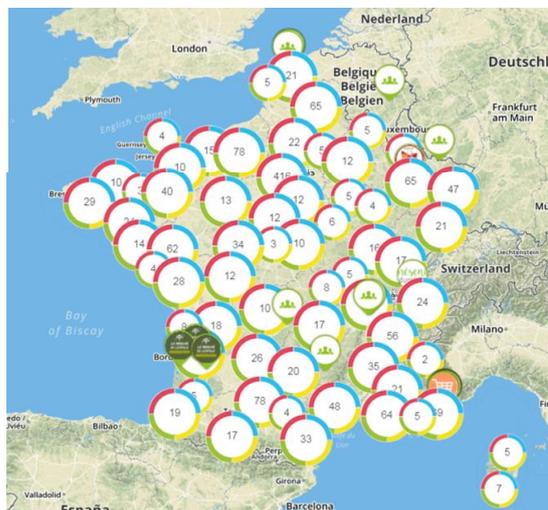


Figure 1: carte du zéro-déchet en France (Terre et Avenir, 2019)

• État des lieux du marché actuel des kits zéro-déchets

Afin de proposer une offre de produits et services différenciée, un inventaire de la concurrence est réalisé pour déterminer les caractéristiques du marché et le positionnement des concurrents existants. Les résultats se trouvent en Annexe B. La liste de concurrents étudiés n'est pas exhaustive, cependant, son analyse a permis de mettre en lumière différents types d'entreprises commercialisant des produits zéro-déchet. Plusieurs points d'intérêts ont été relevés: l'échelle, les types de produits commercialisés, les innovations mises en place, le mode de commercialisation et le public visé. Ces informations ont permis de faire un brainstorming et d'établir notre propre proposition de valeur.

1.2. Propositions de valeur

Suite à ces constatations a été établie une liste des innovations potentielles dans le domaine du kit zéro-déchet. Cette liste, visible sur le Tableau 1 présente des hypothèses qui seront ensuite testées auprès du public. En fonction des résultats nous pourrons également définir le profil client.

D'après les hypothèses posées, la valeur ajoutée de l'entreprise serait donc de proposer un kit zéro-déchet local, modulable, personnalisable et/ou adapté à chaque membre de la famille comme proposé en Annexe C. Ce kit permettrait donc à un public varié de découvrir la démarche zéro-déchet. Le client aurait le choix entre un kit DIY et un kit « prêt à l'emploi », incluant des fiches conseils pour l'utilisation de chaque produit. De plus, les produits seraient disponibles sur le site en format individuel pour encourager la fidélisation du client.

2. Résultats des entretiens concernant les propositions de valeurs

Les entretiens avec le public se sont déroulés un jour de marché dans le centre de Montpellier. Nous voulions volontairement interrogé un large panel de personnes différentes dans le but de faire ressortir un profil de client type. Ce jour-là, nous avons interrogé 10 personnes. La maquette du questionnaire et les réponses obtenues sont visibles en Annexe D. Même si la forme du questionnaire n'était pas parfaite, ces entretiens se sont révélés constructifs et ont permis de mettre en avant un client type majoritairement féminin entre 25 et 45 ans, ce qui confirme notre hypothèse sur le segment client. En revanche, ils ont permis de réfuter d'autres hypothèses, comme présenté dans le tableau ci-dessous.

Tableau 1: Propositions d'innovations au regard du marché actuel et analyse.

Proposition existante	Proposition d'innovation	Retour sur la proposition
La plupart des plateformes proposent des objets zéro-déchet dédiés aux femmes , qui sont le public visé pour l'achat.	<ul style="list-style-type: none"> • Garder les femmes comme client • Proposer des produits zéro-déchet destinés à toute la famille (enfants, adolescents, hommes) • Attirer un client plus masculin en proposant des kits spéciaux (kit zéro-déchet du papa célibataire...) 	<p>Les personnes pratiquant le zéro-déchet aiment le faire partager à leurs proches.</p> <p>Ils regrettent tous le manque de diversité de produits à destination de la famille.</p>
La composition des kits proposés est fixe (nombre et type de produits)	<ul style="list-style-type: none"> • Proposer des kits modulables en nombre et en type de produits → Le client peut choisir ce dont il a besoin dans son kit 	Les clients favorisent des kits « prêts à l'emploi » et préconçus par manque de temps
Pour les commerces proposant des kits, les produits ne sont pas commercialisés sous forme individuelle .	<ul style="list-style-type: none"> • Fidéliser notre clientèle en proposant les produits en achat individuel → Lorsque le client termine un produit il n'est pas dans l'obligation d'acheter de nouveau le kit ou d'aller voir la concurrence. 	<p>Ce besoin n'est pas ressorti pendant les interviews.</p> <p>Selon les personnes interrogées la vente de produits individuels ne favorise pas la fidélité</p>
Les produits sont les mêmes pour tout le monde .	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place un questionnaire ou un algorithme pour conseiller le produit le plus adapté au client. • Création d'un kit personnalisé. 	Les clients favorisent soit des achats individuels pour les produits spécifiques, soit ils aimeraient avoir un produit adapté mais n'ont pas besoin de conseils pour faire leur choix.

Cette enquête nous a donc permis de répondre à l'hypothèse initiale de création d'un kit innovant de produits zéro-déchets locaux. D'après les retours obtenus, les innovations proposées ne correspondent pas à la demande actuelle du marché, excepté pour les kits adaptés à chaque membre de la famille. Nos recherches précédentes nous ont permis de nous rendre compte de l'existence de marques phares de produits zéro-déchet. Ces dernières commercialisent leurs produits en ligne, en boutique et dans de nombreux magasins partenaires à travers toute la France. Pourtant, plusieurs fournisseurs de produits zéro-déchet se situent aux alentours de Montpellier, point important aux valeurs locales de notre commanditaire. Malheureusement, ces derniers proposent déjà leurs produits en vente dans divers magasins de la ville, dont certains sous forme de kits (Les trucs de Laura, 2019). Créer une entreprise de revente pour ces mêmes fournisseurs locaux, que ce soit en ligne ou en

magasin, constituerait donc le développement d'une concurrence, peu rentable et contraire aux valeurs de Mme Peyras. Ces derniers points permettent de rejeter l'hypothèse initiale.

3. Proposition de pivot

Pendant cette journée nous avons rencontré un restaurateur avec qui nous avons abordé notre sujet. Il nous a partagé son opinion sur la gestion et la réduction des déchets en tant que professionnel de la restauration. Il débutait dans le zéro-déchet et essayait de le mettre en place dans son restaurant, mais la vente à emporter lui posait problème. Suite à cette rencontre, nous avons souhaité en savoir plus. Nous sommes donc allées échanger avec d'autres restaurateurs. Cette rencontre a lancé le premier pivot de notre PEI, car la problématique était en adéquation avec notre projet. C'est ainsi que nous avons décidé de porter notre attention sur les restaurateurs et leur gestion des déchets.

B. Création d'une plateforme de commercialisation de produits et de services zéro-déchet à destination des restaurateurs

Dans l'optique de développement d'un projet innovant, nous nous sommes intéressées à un profil client différent de celui des particuliers destinés à acheter des kits zéro-déchet. En effet, dans un second temps, notre attention s'est portée sur les restaurateurs. Ces professionnels font quotidiennement face au gaspillage, alimentaire et non-alimentaire. Pendant que certains proposent de la vente à emporter dans des contenants jetables, d'autres utilisent des pailles en plastiques sur place et des serviettes en papier qui terminent également dans la poubelle. Cette constatation nous a poussés à chercher des solutions pour leur permettre de réduire leurs déchets et, pourquoi pas, instaurer le zéro-déchet dans les restaurants montpelliérains.

1. Hypothèses à propos des besoins des restaurateurs

1.1. État des lieux du marché et besoins des restaurateurs.

- **Les initiatives zéro-déchet existantes pour nourrir les Montpelliérains.**

Montpellier est une ville en plein essor en ce qui concerne le zéro-déchet. Des restaurants adoptant cette démarche s'y sont déjà installés. Ainsi, *Citizen market*, une épicerie-restaurant « anti-gaspi » propose d'utiliser, en cuisine, les légumes qui n'ont pas été vendus à temps en épicerie pour être encore esthétiques. Puis *Oléa*, un restaurant avec le même motto, n'utilise que des bocaux en verre et des produits locaux de saison. Dans un même souci d'écologie, le food truck *vegGO* circule dans la ville en proposant des produits faits maison à partir d'aliments achetés en vrac, tout en compostant leurs bio-déchets et en utilisant la consigne. La consigne refait d'ailleurs surface dans la métropole grâce à *Loopeat*. Cette association travaille désormais avec *Les Coursiers de Montpellier* pour livrer des paniers repas à domicile, en vélo et dans des récipients consignés. Une autre start-up a vu le jour : *Phenix* qui valorise les invendus de la grande distribution et de l'industrie en distribuant des paniers avec l'objectif de favoriser l'économie circulaire.

Malgré toutes ces initiatives de réduction des déchets développées à Montpellier depuis quelques années, les restaurants zéro-déchets sont rares. Changer les habitudes des restaurateurs, et donc des consommateurs, pour une transition écologique est un véritable enjeu. Notre but est de savoir si une entreprise peut aider les restaurants à s'orienter dans une démarche zéro-déchet. Le but n'étant pas d'inciter à une nouvelle stratégie commerciale mais bien à un nouveau mode de fonctionnement.

- **Les besoins hypothétiques des restaurateurs.**

La réduction des déchets est un sujet d'actualité influencé par les causes environnementales et les impacts potentiels sur la santé. Les restaurateurs qui génèrent une quantité de déchets non négligeable sont donc une cible potentielle pour développer un marché zéro-déchet, et pourraient être des leviers pour sensibiliser les citoyens. Nous avons donc réfléchi aux besoins des restaurateurs, et cherché des solutions pour réduire leurs déchets. Ces derniers sont détaillés dans le Tableau 2.

1.2. Proposition de valeur

L'identification des besoins des restaurateurs nous a permis de créer une nouvelle proposition de valeur : une vente en ligne de produits zéro-déchet à destination des restaurateurs partenaires. Parmi les produits proposés, on retrouverait des emballages biodégradables et compostables pour la vente à emporter. Le site permettrait aux professionnels de faire un achat groupé de fournitures provenant de divers fournisseurs locaux (liste visible en Annexe E). De plus, la plateforme augmenterait la visibilité des restaurants partenaires grâce à une carte interactive mettant en valeur leur engagement. Pour vérifier la cohérence de nos hypothèses, nous avons réalisé une étude de marché.

Suite aux hypothèses émises, une proposition de Business Model Canvas a été envisagée et développée. Le document complet se trouve en Annexe F.

2. Analyse et résultats de l'étude de marché des restaurateurs

Pour vérifier la viabilité économique de ce projet et la cohérence du Business Model proposé, nous avons réalisé une étude de marché. Ainsi, après élaboration d'un questionnaire quantitatif, nous avons contacté 71 restaurants, food-trucks et cafés montpelliérains. Parmi ces derniers, seuls 17, soit 23%, nous ont accordé du temps pour un entretien par téléphone ou en face à face. Ce nombre restreint d'entretiens reflète la densité des journées de travail des restaurateurs et le manque de disponibilité qui en découle.

En parallèle, nous avons élaboré un questionnaire pour les fournisseurs dans le but d'obtenir des renseignements détaillés sur les produits proposés à la vente. Nous avons tout d'abord effectué une pré-sélection sur des critères de localité et de gamme de produits zéro-déchets. Sur la vingtaine de fournisseurs contactés, nous avons reçu la réponse de 8 d'entre eux. Les questionnaires et les réponses associées sont disponibles en Annexe G et Annexe H.

De nouveau sur le terrain, nous sommes allées vérifier auprès des restaurateurs nos hypothèses afin de déterminer si nos propositions d'innovation étaient plausibles. Les résultats sont présentés ci-dessous.

Tableau 2 : Relation entre les besoins des restaurateurs et les propositions d'innovations.

Hypothèses initiales	Propositions d'innovation	Retour sur la proposition d'innovation
Les restaurateurs ont un rythme de travail intense et manquent de temps pour choisir des fournisseurs adéquats.	<ul style="list-style-type: none"> Création d'une plateforme en ligne pour regrouper tous les produits zéro-déchet utiles aux restaurants = gain de temps. 	Retour partagé : gain de temps approuvé mais, réticence à l'idée de ne pas pouvoir choisir leurs fournisseurs eux-mêmes.
Les restaurateurs doivent faire face à une concurrence omniprésente sur le marché.	<ul style="list-style-type: none"> Création d'une carte interactive pour valoriser les restaurants partenaires pour leur engagement zéro-déchet. 	D'après les restaurateurs investir dans le zéro-déchet = augmentation des prix du restaurant → non envisageable au niveau de la concurrence.
La cuisine des restaurants doit être organisée : le stock de produits zéro-déchet ne doit pas être encombrant.	<ul style="list-style-type: none"> Stock en flux tendu avec les fournisseurs. 	Validé par les professionnels car moins contraignant qu'un système de consigne. Mais cela implique une gestion des stocks en amont plus importante.
Le ramassage des déchets par la métropole de Montpellier n'est pas optimal .	<ul style="list-style-type: none"> Avoir recours aux produits zéro-déchet permet la réduction des déchets et des coûts de gestion pour la métropole et les restaurateurs. 	Les produits zéro-déchets sont souvent faits en PLA (acide polylactique). Le PLA ne se dégrade pas naturellement et nécessite des composteurs industriels indisponibles dans la métropole. Les produits finissent dans la poubelle grise → production de déchets .
Les professionnels manquent d'informations sur la démarche zéro-déchet.	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place de formations et d'accompagnement. 	Les restaurateurs pensent que c'est à la Métropole de leur offrir ces formations et ne sont pas prêts à payer .
Les restaurateurs doutent de la viabilité de leur structure avec le zéro-déchet.	<ul style="list-style-type: none"> Développement commercial: attirer un nouveau public sensible à l'écologie Mise en place d'une newsletter et proposition d'avantages aux abonnés (réductions). 	Retour partagé. Les restaurants répondent aux attentes des clients et des habitués = changement de clientèle non recherché . De plus, le zéro-déchet devrait être adopté par principe, pour partager ses valeurs, et non par intérêt.

Selon l'étude de marché, 94% des restaurateurs interrogés se disent intéressés par le zéro-déchet. Ils aimeraient avoir de meilleures alternatives pour les déchets non-recyclables, et les food-truck souhaiteraient obtenir des solutions compatibles à un espace restreint. La majorité des restaurants proposent de la vente à emporter et utilisent du carton kraft pour leurs emballages mais ils sont divisés quant au fait d'adopter des emballages biodégradables. La mauvaise conservation des qualités organoleptiques de l'aliment dans ces contenants et surtout l'investissement qui leur semble important sont les freins majoritaires. Le manque de temps pour pouvoir changer leurs habitudes et adopter une démarche zéro-déchet au quotidien s'ajoute à cela.

Dans un premier temps, les résultats d'enquête des restaurateurs se sont donc révélés prometteurs car beaucoup reste à faire dans ce domaine. Cependant, au fil des entretiens et des réunions internes et tripartites, le projet s'est annoncé plus compliqué que prévu.

Les restaurateurs aimeraient réduire voire bannir leurs déchets, d'ailleurs 64% d'entre eux affirment trier leurs déchets et la plupart participent au tri sélectif du verre, du papier et du carton. Cependant, dans la pratique, les choses sont plus difficiles à mettre en place qu'elles ne le paraissent. En effet, la gestion des déchets dépend de la métropole. Une initiative telle que celle proposée nécessite donc obligatoirement le soutien de cette dernière. La ville aurait

tout intérêt à soutenir ce genre de projets zéro-déchet. Une réduction des déchets est synonyme de réduction des coûts, que ce soit pour le ramassage comme pour le traitement final, mais est également un moyen de donner une belle image à une ville touristique en bord de littoral Méditerranéen. Nous avons donc pris contact avec la métropole pour connaître sa politique, son organisation et ses projets d'amélioration.

À l'heure actuelle, Montpellier sous-traite le ramassage des déchets du centre-ville à l'entreprise SMN. Le passage de l'entreprise se fait à des horaires peu avantageux pour les restaurateurs (18h). De plus, le coût élevé qui en découle empêche la métropole d'augmenter le nombre de ramassages ou d'installer des composteurs gratuits et améliorer le tri sélectif, comme le réclament pourtant les restaurateurs. Suite à cet entretien, nous pouvons en conclure que nous ne sommes pas actuellement en mesure d'initier un quelconque changement dans ce domaine. De plus, l'organisation des services de gestion des déchets dépasse le cadre de notre PEI et nos compétences.

3. Proposition de pivot

Cette étude de marché a révélé de nombreuses contraintes quant à la création d'une entreprise commercialisant des produits et des services zéro-déchet. Les réponses sont encourageantes car les restaurateurs sont intéressés par la démarche. La plupart d'entre eux ont la volonté de s'améliorer mais cela ne peut se faire du jour au lendemain, et encore moins sans l'aide de la municipalité. Sans soutien institutionnel de la part de la Métropole de Montpellier, et le secteur de la restauration étant lourd en réglementations, le projet paraît compliqué. Ainsi, nous avons dû mettre de côté l'idée d'accompagner les restaurateurs.

Pour initier un changement possible au sein de notre société, qui devons-nous toucher ? Et comment le faire ? Nous avons effectué notre dernier pivot grâce à la rencontre avec la coprésidente de l'association Montpellier Zéro-Déchet, Adeline Lefebvre. Notre échange a mis en lumière un marché porteur : la sensibilisation et la formation des habitants de Montpellier au zéro-déchet. Suite à cette conversation et la réunion interne qui a suivi, nous avons initié un nouveau concept de « Cabane Zéro Déchet de Montpellier ».

C. Création d'une cabane du zéro-déchet à Montpellier

1. Hypothèse

Notre proposition de valeur se veut innovante, utile et possible pour notre commanditaire. Suite à une analyse du marché actuel, nous établirons des hypothèses et une proposition de valeur que nous vérifierons ensuite auprès de la population et des potentiels clients.

1.1. État des lieux du marché

Comme nous l'avons dit précédemment, la démarche zéro-déchet est en plein essor en France, et, grâce aux nombreux acteurs investis, la ville de Montpellier y est particulièrement sensible. Pour autant, excepté l'association Montpellier Zéro Déchet et d'autres associations axées sur des valeurs similaires, il n'existe pas de lieu commun et dédié à cette pratique.

La Maison du Zéro-Déchet située à Paris a ouvert en juillet 2017 et s'affirme comme étant le premier lieu dédié au zéro-déchet. Elle a été

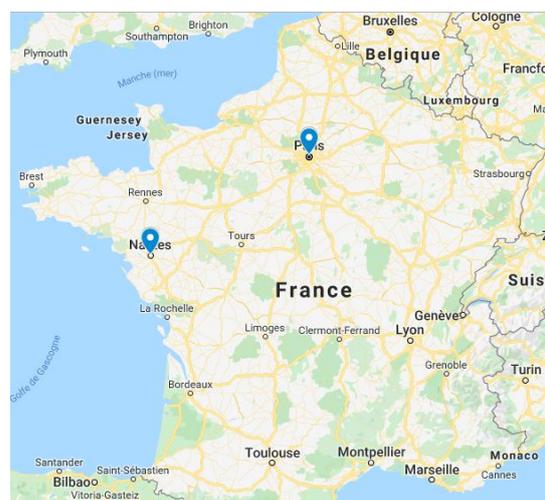


Figure 2: Lieux dédiés au zéro-déchet en France

créée à l'initiative de Zero Waste France et s'est formée grâce à une campagne de financement participatif et la création d'une association pour porter le projet. La Maison offre à ses clients un accès à une boutique d'objets zéro-déchet, des ateliers DIY (Do It Yourself), des formations, des conférences et autres évènements sur le thème du zéro-déchet.

À Nantes, la Galerie du Zéro-Déchet a vu le jour cette année avec un concept différent. En effet, cette association propose uniquement un lieu d'échange et d'informations. Chaque mois, des ateliers et des formations sont proposés mais il n'y a pas de boutique associée. Pour comprendre davantage leur fonctionnement, nous avons eu un entretien téléphonique avec l'un des responsables, Monsieur Christian Renoulin (à voir en Annexe I)

En dehors de ces deux structures, nous n'avons pas trouvé d'autre initiative ayant le même principe.

1.2. Proposition de valeur

La Maison du Zéro-Déchet de Paris nous a beaucoup inspiré dans notre proposition de valeur car elle réunit les critères souhaités par notre commanditaire : sensibilisation au zéro-déchet, valorisation des initiatives locales, vente de produits et, chose non négligeable, la possibilité d'en vivre.

Pour rendre la proposition de valeur plus réelle, nous lui avons attribué un nom : La Cabane du Zéro-Déchet. La structure se composerait d'une boutique de produits zéro-déchets mettant en avant les fournisseurs locaux, mais également d'autres marques françaises reconnues. Des ateliers DIY, des formations, des conférences et des débats seraient également proposés tout au long de l'année pour initier, compléter et maîtriser le zéro-déchet.

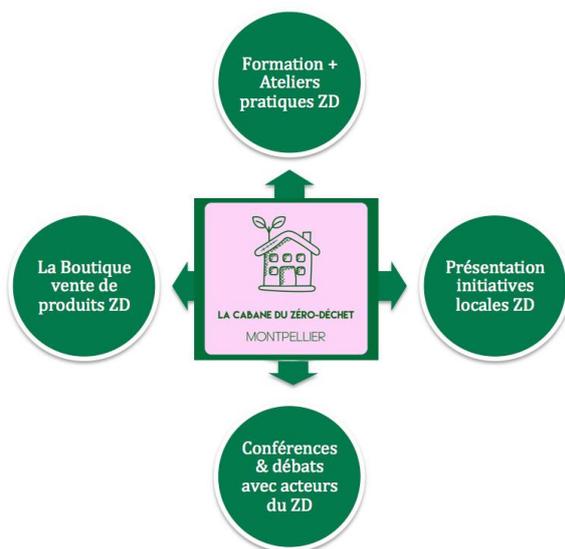


Figure 3: Activités de la Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier

Malgré le fait que la proposition de valeur semble déjà exister à Paris avec la Maison du Zéro-Déchet, cela reste un concept innovant car il se situe dans une zone géographique différente. La Cabane souhaite mettre en avant des personnalités locales dans la boutique, les formations et conférences grâce aux fournisseurs, associations et autres organisations engagées dans le zéro-déchet.

Suite à cette proposition de valeur, un premier business model a été envisagé, basé sur 4 activités (Figure 3).

2. Enquêtes clients et résultats

Afin de vérifier l'hypothèse posée, nous avons réalisé une enquête quantitative auprès de particuliers résidents en France via un questionnaire en ligne. Cela nous a permis d'augmenter la zone touchée, et de les comparer avec les réponses des habitants de Montpellier. Nous avons reçu 448 participations au questionnaire. Le questionnaire et les réponses sont en Annexe J.

Pour analyser les réponses, nous avons choisi deux axes majeurs. D'abord nous souhaitons vérifier notre clientèle cible, supposée se composer majoritairement de femmes de moins de 50 ans. Ensuite nous nous focaliserons sur l'opinion publique quant aux hypothèses proposées. Ainsi nous pourrions les affiner ou les adapter.

2.1. Analyse et résultats de la clientèle cible

Notons tout d'abord que les réponses des habitants d'Occitanie ne se différencient pas significativement des autres répondants. Nous décidons donc de considérer l'ensemble de l'échantillon comme tel.

Parmi les répondants, plus de 66% se préoccupe de la gestion des déchets, et 32% disent ne pas le faire par manque d'informations ou d'infrastructures. Ces personnes représentent de potentiels clients pour des formations sur la réduction des déchets au quotidien. D'autant plus que presque 40% d'entre eux sont enclin à revoir leur démarche de gestion des déchets et adopter un mode de vie plus zéro-déchet. D'ailleurs, un tiers de l'échantillon interrogé débute dans le domaine du zéro-déchet.

D'après l'analyse de l'échantillon, la majorité des répondants intéressés par le zéro-déchet ou l'amélioration de leur gestion des déchets sont des femmes entre 25 et 60 ans. Même si cela ne signifie pas que les autres tranches d'âges et les hommes se retrouvent exclus, cela confirme notre hypothèse de clientèle cible et permettra d'adapter l'offre proposée.

2.2. Analyse des résultats sur les propositions de valeur

Pour valider nos hypothèses de propositions de valeur, nous avons posé plusieurs questions concernant les formations et les ateliers zéro-déchet, l'idée d'avoir un lieu dédié à cela et le côté financier.

D'après les résultats, les clients potentiels aiment l'idée d'avoir accès à des formations et des ateliers DIY dans un lieu qui y est dédié. En revanche, ils préfèrent avoir des formations gratuites, mais ne sont pas contre participer financièrement aux ateliers DIY.

2.3. Conclusion de l'enquête

Cette enquête auprès des particuliers a permis de vérifier nos hypothèses pour le projet de création d'un lieu dédié au zéro-déchet. Un tel lieu semble apprécié par la communauté, ne présente aucune concurrence dans la région et valorise à la fois les engagements des associations environnantes et des fournisseurs engagés. La Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier pourrait permettre aux citoyens de s'initier et se former au zéro-déchet dans un lieu convivial. Un lieu dans lequel les formations seraient à la portée de tous et gratuites, et les ateliers DIY demanderaient une compensation financière. De plus, ils pourraient bénéficier des conseils de notre commanditaire et de la boutique pour se fournir en produits zéro-déchet et perpétuer dans une démarche écoresponsable.

3. La Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier

Dans cette partie, nous prenons en compte les résultats de l'enquête pour réajuster la proposition. Nous allons évoquer le concept de la Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier de façon à ce que notre commanditaire puisse se faire une idée précise de la proposition. Nous présenterons également le business model final, le statut juridique proposé pour la structure ainsi que la réflexion sur le plan financier établi.

3.1. La Cabane et son organisation

- **Le concept de la Cabane**

Le concept de la Cabane du Zéro-Déchet s'appuie sur 4 activités phares présentées sur la Figure 4. La Cabane comprend une boutique de vente de produits zéro-déchet composée d'une gamme de produits variés : des produits locaux et des produits issus de marques françaises connues telles que Pachamamaï ou Lamazuna.

L'association propose également aux habitants de Montpellier des conférences - débats gratuits et animés par des acteurs du zéro-déchet. En plus de cela, les initiatives locales seront mises en avant via des présentations par leurs créateurs. Par exemple, pour mettre en avant les produits fabriqués par Les Trucs de Laura, la créatrice pourra venir passer une journée à la Cabane pour promouvoir ses produits.

La Cabane propose aussi des ateliers DIY à thème pour ses adhérents. Ainsi ils pourront venir fabriquer leurs propres cosmétiques, ou laisser parler leur créativité autour d'un atelier de couture spécial zéro-déchet.

- **L'accessibilité au zéro-déchet**

Les conférences-débats ainsi que les présentations des initiatives locales seront gratuites, permettant l'accessibilité des formations à tous les habitants de Montpellier. La source de revenus de la Cabane se composera de la vente de marchandises et des ateliers DIY réservés aux adhérents de l'association.

- **Organisation de la Cabane**

La Cabane sera ouverte 6 jours sur 7, boutique incluse. Elle sera tenue soit par la responsable, soit par des bénévoles investis. Ces mêmes acteurs animeront les ateliers. Pour cela, il sera nécessaire de s'assurer de l'engagement de ces derniers, au minimum sur 4 à 6 mois pour pouvoir organiser le planning. Une quinzaine de bénévoles par an peuvent être suffisant pour assurer le bon déroulement de la structure au départ.

Les conférences-débats et les interventions d'acteurs locaux devront être également planifiés au minimum 1 mois à l'avance pour proposer environ 4 activités par mois (ateliers, conférences, expositions etc.).

Il est donc obligatoire de travailler autour de la communication et du marketing pour mener à bien ce projet. Cette tâche est réservée à une personne active dans l'association, comme la responsable ou bien une personne en service civique. Cette dernière pourra être soutenue par les bénévoles ou les adhérents au cours de l'année. La communication sur les activités de la Cabane et sur ses valeurs est un levier déterminant pour se faire connaître auprès du public et fidéliser les clients. La présence sur divers réseaux sociaux tels que Facebook ou Instagram semble indispensable.

- **Business model**

Suite aux résultats, la proposition de Business Model Canvas a été corrigée. Le document complet et corrigé se trouve en Annexe K.

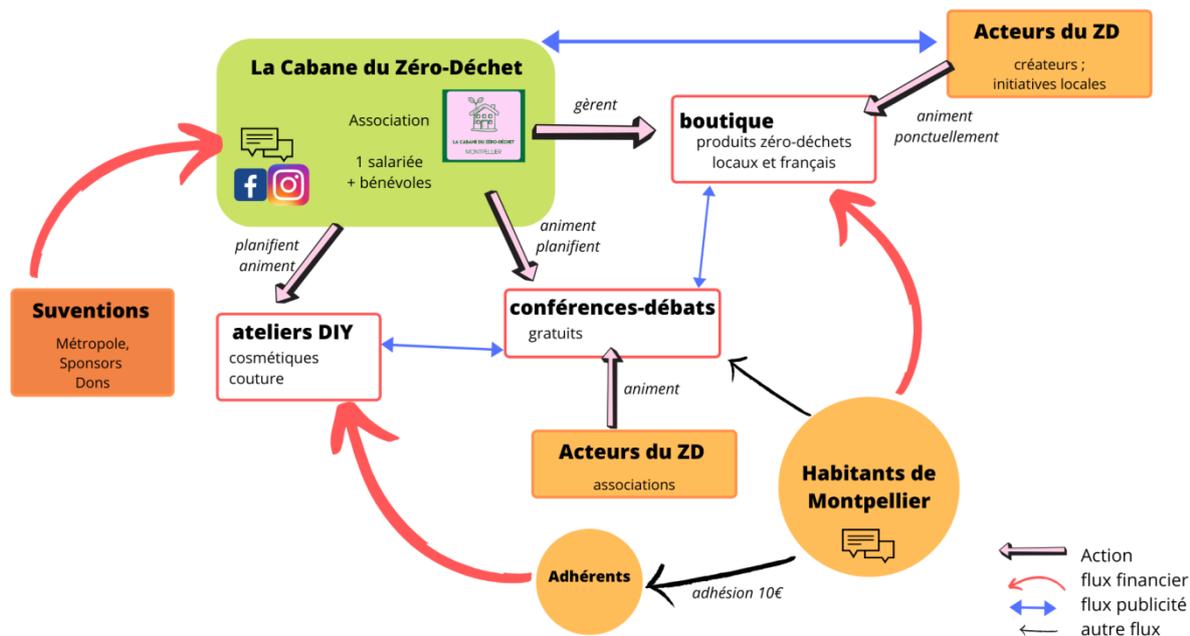


Figure 4: Représentation schématique du fonctionnement de la structure

3.2. Statut juridique de la Cabane

Nous avons opté pour la création d'une association plutôt que d'une entreprise pour plusieurs raisons. L'avantage de créer une association facilite les subventions et les dons. De plus cela permet d'avoir recours à des bénévoles et des jeunes en services civiques sans frais supplémentaires. Comme notre commanditaire est seule porteuse du projet, la présence de bénévoles ou de stagiaires serait une aide complémentaire pour l'organisation, la tenue de la boutique et les ateliers.

D'après le site ECL, il est également possible de passer par la suite d'un statut juridique d'association à un statut de SCOP (Société Coopérative Participative).

3.3. Organisation financière de la Cabane du Zéro-Déchet

Pour évaluer la faisabilité de la création de la Cabane du Zéro-Déchet et sa viabilité, il est nécessaire de mettre en place un plan financier et un bilan prévisionnel sur trois ans disponibles en Annexe L et Annexe M. Ceux-ci nous permettront d'évaluer nos dépenses et les investissements dont nous aurons besoin pour faire fonctionner l'association.

Pour cela, nous allons prendre en exemple la commercialisation de 4 produits de la marque de cosmétiques zéro-déchet Pachamamaï, qui s'avère être favorable à une collaboration.

- **Produits et services**

D'après le devis réalisé par Pachamamaï, la Cabane peut réaliser une marge de 50% sur les produits commercialisés.

En plus de cette activité de commercialisation, la Cabane met en place des services. Certains de ces services, comme les conférences-débats sont gratuits. Ils représentent un investissement marketing et publicitaire qui permettra de stimuler les ventes de la boutique.

D'autres, notamment les ateliers DIY, sont payants. Ils sont animés par la gérante ou des bénévoles et requièrent une participation de 6,5€/atelier pour les adhérents, contre 10€ pour les non adhérents. L'adhésion s'élève à 10€/an.

Il est aussi important que la gérante puisse se former davantage dans le domaine du zéro-déchet pour pouvoir animer les ateliers avec les adhérents.

- **Chiffre d'affaire**

Les chiffres d'affaires des différentes activités sont calculés en fonction des périodes de l'année et selon le degré d'avancement de l'activité, avec de faibles revenus au début qui progressent ensuite.

En effet, les activités et le chiffre d'affaire évolueront au fil des années en supposant une augmentation de 30% entre la première et la deuxième année puis de 5% entre la deuxième et la troisième année. Cette augmentation a été calculée sur la base du rapport d'activité de la Maison du Zéro Déchet de Paris 2017-2018 et sur le nombre d'habitants de Montpellier.

- **Investissement et subventions**

Nous avons remarqué que le projet n'était pas réalisable sans subventions ou apports personnels. Pour faire face à cela, nous avons envisagé plusieurs financements, dont un prêt bancaire, des subventions et des dons. Les données suivantes représentent les montants nécessaires pour que le développement de l'entreprise puisse se dérouler sans encombre. La répartition de ce montant par les différents acteurs peut varier dans la réalité.

Un financement de la banque d'une hauteur de 12 153€ pour les investissements de départ est à prévoir. En plus de cette somme, des subventions pourraient être demandées à la mairie ou des investisseurs comme le Crédit Agricole qui encouragent les projets éco-responsables ou visant à réduire la production des déchets. Le montant de ces subventions devrait être à hauteur de 10 000€. Par ailleurs, un crowdfunding est aussi attendu et pourra soutenir le financement à hauteur de 4000€ sous forme de dons. Il restera à définir si ces derniers se feront avec ou sans contreparties.

Au démarrage, nous avons mis l'accent sur les travaux d'aménagement du local, le matériel mais aussi sur la communication qui permettra de promouvoir le projet et de démarrer plus rapidement les activités.

Il est à noter que le seuil de rentabilité insuffisant et négatif de la première année devient rentable dès la deuxième

- **Charges et imprévus**

Les charges ont été calculées à partir de devis établis sur la ville de Montpellier et pour des locaux et matériel destinés à la commercialisation.

Comme pour toute activité, il est important de prévoir des imprévus, que nous avons estimés à 7% des charges annuelles.

- **Besoins en fond de roulement**

Comme nous faisons de la vente directe, il n'y a pas de créances clients. De plus, étant une nouvelle structure, l'association ne bénéficiera pas forcément de dettes fournisseurs au départ. Les fournisseurs seront payés directement à chaque commande. C'est pourquoi, nous obtenons un besoin en fonds de roulement positif, ce qui n'est pas très bénéfique pour l'entreprise.

Au fil du temps, et de l'établissement de relation de confiance avec les fournisseurs, une dette de 60 jours pourra être envisagée. Fonctionner ainsi évitera à la Cabane de toucher à sa trésorerie.

Pour le moment, nous avons choisi une stratégie de passation de commande mensuelle évoluant en fonction de la demande, en faisant l'hypothèse qu'il ne restera pas de stock à la fin de chaque mois.

- **Salaire**

Notre commanditaire sera la seule employée de l'association. Suite à sa requête, nous avons fait en sorte qu'elle puisse espérer le SMIC (Salaire Minimum Interprofessionnel de Croissance) dès la deuxième année, soit 14 056, 08 net/an. Sur la troisième année, une augmentation de 28 % pourra également être prévue.

- **Informations manquantes**

Par manque de temps, certaines informations en rapport avec les impôts relatifs aux associations n'ont pas été prises en compte dans les charges. Il serait important de les intégrer et d'évaluer de nouveau le plan financier avec ces données.

Les résultats du plan financier et du bilan financier sur 3 ans, nous permettent de dire que notre dernière hypothèse de la Cabane du Zéro Déchet de Montpellier est un modèle économiquement viable.

Conclusion

La Cabane du Zéro Déchet de Montpellier permettrait de fédérer les habitants montpelliérains aux initiatives écologiques dans un même lieu associatif. Cette association à but non lucratif commercialiserait des produits locaux Zéro Déchet dans une boutique tout en ayant des activités annexes. Ainsi, la Cabane du Zéro Déchet proposerait des ateliers de fabrication, offrirait des conférences et permettrait l'intervention d'entrepreneurs de la Région pour faire valoir leurs produits. L'entrepreneuriat social est une manière différente de créer une entreprise et permet de nombreux avantages.

Le concept de cabane Zéro Déchet proposé comme tel nécessite une forte implication marketing et une communication régulière pour rendre viable le projet. Ce concept, nouveau sur Montpellier, aura besoin de se faire connaître auprès des personnes déjà convaincues par le Zéro Déchet mais également auprès des plus réticents. Le rôle des bénévoles ou de personnes en service civique aidera à faire fonctionner l'association aisément. Des débuts raisonnés permettront au projet de se développer au fil des années pour croître.

La matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) suivante synthétise le constat émis sur la structure envisagée, correspondant au business model de la Cabane du Zéro Déchet de Montpellier.

	Atouts	Handicaps
Interne	<ul style="list-style-type: none"> - Concept innovant - Viabilité économique : le plan financier est cohérent avec les hypothèses émises - Faisabilité : les hypothèses et le profil client sont cohérents avec l'étude de marché 	<ul style="list-style-type: none"> - Les premières hypothèses n'ont pas été validées (concurrence, difficulté de mise en place et peu de rentabilité) - Forts investissements personnel et financier nécessaire - Formations au Zéro Déchet pré requises
Externe	<ul style="list-style-type: none"> - Modèle existant et fortement rentable sur Paris - Soutient possible par Montpellier Zéro Déchet - Initiative qui s'inscrit dans une transition écologique 	<ul style="list-style-type: none"> - Adapter un modèle déjà présent ailleurs dans une nouvelle région - Réticence des consommateurs à se lancer dans le Zéro Déchet → nécessité de se faire connaître.

Références bibliographiques

Bibliographie

A. Osterwalder et Y. Pigneur, 2010. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Editor John Wiley & Sons Ltd, 288 pages

B. Johnson, 2013. Zero Waste Home. Editor Scribner Book Company, 292 pages.

Cases, Louistisserand, Mouille, Terme, 2018. Etude de la faisabilité de mise en place d'un service de pâturage ovin dans les vignes. Projet d'élèves ingénieurs n°6. Montpellier SupAgro. 74 pages.

Webographie

CCI Business Builder. Construire le business model de son entreprise [en ligne]. Consulté le 8 avril 2019. <https://business-builder.cci.fr/guide-creation/le-business-model/agir-definir-votre-business-model>

Phenix [en ligne]. Consulté le 20 mai 2019. <https://wearephenix.com/>

Expertise Comptable en Ligne (ECL). Quel statut juridique pour mon entreprise ? [en ligne]. Consulté le 20 novembre 2019. <https://www.expert-comptable-tpe.fr/articles/creer-son-entreprise/quel-statut-juridique-pour-mon-entreprise/>

Expertise Comptable en Ligne (ECL). Transformer une association en société [en ligne]. Consulté le 20 novembre 2019. <https://www.expert-comptable-tpe.fr/articles/transformer-une-association-en-societe/>

La Galerie du Zéro Déchet de Nantes [en ligne]. Consulté le 5 novembre 2019. <http://lagalerieduzerodechet.fr/>

La Maison du Zéro Déchet de Paris [en ligne]. Consulté le 5 novembre 2019. <https://lamaisonduzerodechet.org/>

Lamazuna [en ligne]. Consulté le 20 novembre 2019. <https://www.lamazuna.com/>

Les Scop. Qu'est-ce qu'une Scop ? [en ligne]. Consulté le 20 novembre 2019. <https://www.les-scop.coop/sites/fr/les-scop/qu-est-ce-qu-une-scop.html>

Les trucs de Laura [en ligne]. Consulté le 20 mai 2019. <https://lestrucsdelaaura.com/fr/>

Loopeat [en ligne]. Consulté le 25 mai 2019. <https://loopeat.fr/>

Montpellier Zéro Déchet [en ligne]. Consulté le 11 novembre 2019. <https://montpellier0dechet.wordpress.com/>

Pachamamaï [en ligne]. Consulté le 20 novembre 2019. <https://pachamamai.com/>

Terre et Avenir. Carte interactive du zéro-déchet en France. [en ligne] Consulté le 20 novembre 2019. <https://www.communecter.org/network/default/index?src=https://gist.githubusercontent.com/Simroubriff/6f8b3d2ab0efc9aa53cd68954f87913c/raw/234110d778a03a5e7e33fe09537132efa274edf2/TEA>

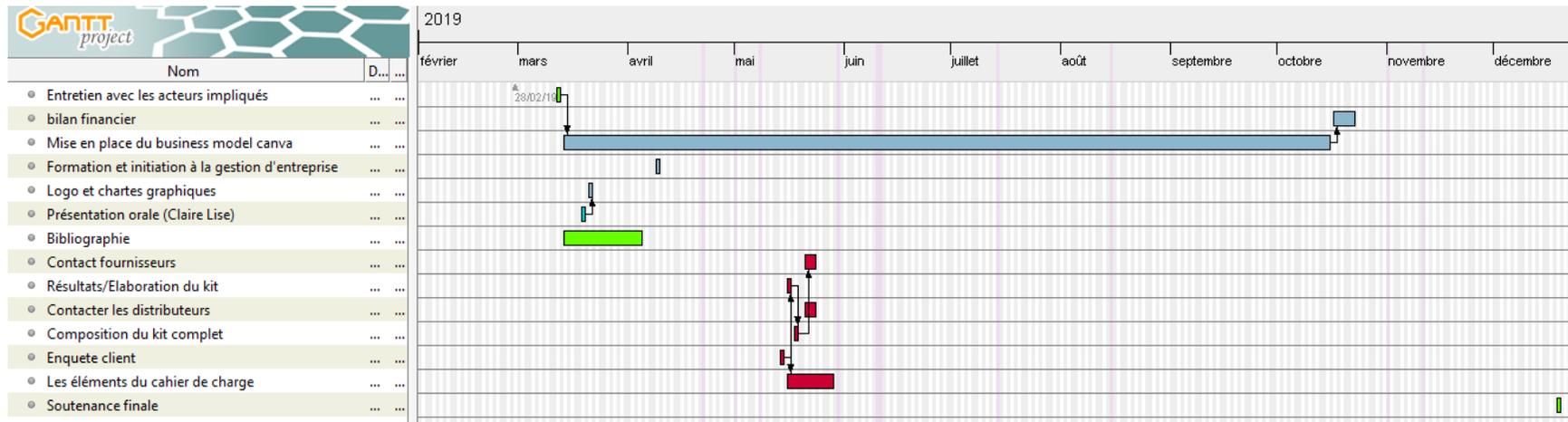
Zero Waste France [en ligne]. Consulté le 10 décembre 2019. <https://www.zerowasteFrance.org/en/>

Annexes

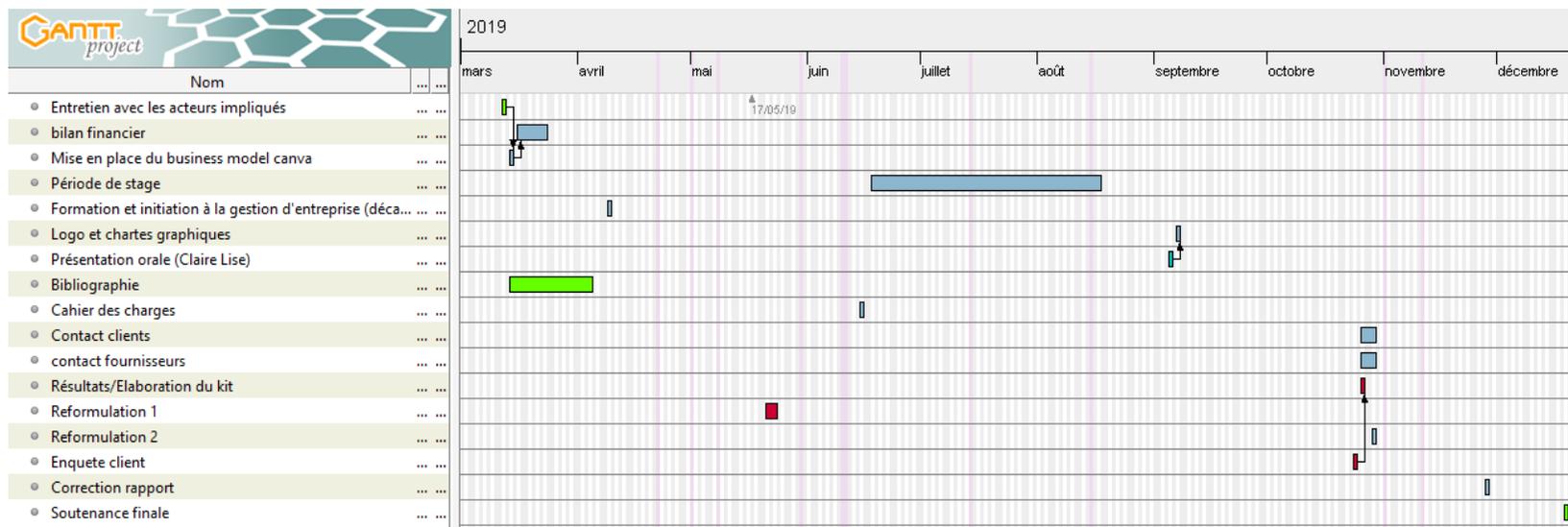
<i>Annexe A : Calendrier prévisionnel et corrigé du PEI</i>	<i>1</i>
<i>Annexe B: Projet kits - Benchmark de la concurrence du secteur des kits zéro-déchet.....</i>	<i>2</i>
<i>Annexe C: Projet kits - Propositions de kits personnalisables pour chaque membre de la famille.</i>	<i>4</i>
<i>Annexe D: Projet kits - Maquette et réponses du questionnaire qualitatif à destination du public pour analyser la proposition des kits zéro-déchet.....</i>	<i>5</i>
<i>Annexe E: Projet Restaurateurs - Liste des fournisseurs locaux du secteur de la restauration</i>	<i>9</i>
<i>Annexe F: Projet Restaurateurs - Business model Canvas : entreprise de commercialisation de produits et de services zéro-déchet à destination des restaurateurs.....</i>	<i>10</i>
<i>Annexe G: Projet Restaurateurs - Maquette et réponses du questionnaire quantitatif pour les restaurateurs... </i>	<i>11</i>
<i>Annexe H: Projet Restaurateurs - Maquette et réponses du questionnaire quantitatif à destination des fournisseurs</i>	<i>22</i>
<i>Annexe I: Projet Cabane – interview de la Galerie du Zéro-Déchet à Nantes</i>	<i>26</i>
<i>Annexe J: Projet Cabane – Maquette et réponses du questionnaire quantitatif à destination du public</i>	<i>28</i>
<i>Annexe K: Projet Cabane – Business Model Canvas de la Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier</i>	<i>34</i>
<i>Annexe L : Projet Cabane – Etude financière prévisionnelle sur 3 ans.....</i>	<i>35</i>
<i>Annexe M: Projet Cabane – Bilan financier prévisionnel sur trois ans</i>	<i>45</i>

Annexe A : Calendrier prévisionnel et corrigé du PEI

1. Calendrier prévisionnel



2. Calendrier corrigé



Annexe B: Projet kits - Benchmark de la concurrence du secteur des kits zéro-déchet

Entreprises de kits zéro-déchet :

Nom	Offre	Profil client	Origine des produits	Échelle et type de vente	Fournisseurs
Zorro déchets	<ul style="list-style-type: none"> • 1 service : Coaching de professionnels sur une zone définie : Lyon • 1 produit : 1 kit zéro-déchet → 65€ • 1 guide zéro-déchet (PDF ou papier) → 7.5€ 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers • Professionnels situés sur Lyon 	France	<ul style="list-style-type: none"> • Echelle nationale • Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Mamie Colette • My Boo Company • Soin de soi • Lamazuna • Pachamamaï • Etc.
Nos mondes alternatifs	<ul style="list-style-type: none"> • Kit à faire soi-même → 28 € • Kit prêt à l'emploi → 32 € • Box 20 -40 ans → 28 -32 € • Box 16-25 ans → 25- 32 € • Kit salle de bain • Fiches conseils (gratuites) • Jeu de société écologique → 5€ 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers : membres de la famille de tout âge et surtout enfants 	Europe et Monde	<ul style="list-style-type: none"> • Echelle nationale • Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Savonnerie Aubergine • Savonnerie nature et arôme • Autres.
The trust society	<ul style="list-style-type: none"> • 1 produit unique : kit avec gourde, bocal, confiture, produits de beauté, purificateur d'air → 50€ 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers habitant Paris 	France	<ul style="list-style-type: none"> • Livraison sur Paris, Ile de France, Nantes, Rennes, LR, Le Mans, Bordeaux • Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Caliquo • Shiloe • Pachamamaï • Gobilab • Boboco • Blooow
La bobine verte	Accessoires faits main en tissus pour la maison et la salle de bain	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers habitants de l'Aude • Revendeurs 	NC	<ul style="list-style-type: none"> • Echelle départementale : Aude • Vente en ligne et sur marchés locaux 	NC
Ozétik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kit à faire soi-même <ul style="list-style-type: none"> • Box à thèmes <ul style="list-style-type: none"> ➢ maison : lessive, ménage, vaisselle → 75€ les 3 box. ➢ Salle de bain : shampoing, brosse à dent, dentifrice, déodorant, démaquillant, soins pour la peau... → 125€ les 5 box 2. Ateliers découverte sur Paris, Strasbourg et Alsace pour particuliers et professionnels → 10-25€ 3. Guide d'utilisation 4. Produits à l'unité 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers initiés au zéro-déchet, avec des moyens financiers • Professionnels (entreprises) 	NC	<ul style="list-style-type: none"> • Vente en ligne • Echelle centrée sur Paris et Alsace 	NC

Entreprises commercialisant des kits :

Nom	Offre	Profil client	Origine des produits	Échelle et type de vente	Fournisseurs
Nuoo box	<ul style="list-style-type: none"> • 1 box différente tous les mois. • Abonnements : <ul style="list-style-type: none"> - mensuel → 19€90 (-10% sur tout le magasin) - annuel → 16€90/ mois • Cartes cadeaux, parrainage 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers : Femmes en majorité 	Monde	<ul style="list-style-type: none"> • Echelle nationale • Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Candler box provence • Clémence et Vivien • Dessine-moi un savon • Lamazuna • Nouvelle botanique • Les huilettes • Patyka
OOLution	<ul style="list-style-type: none"> • Cosmétiques naturels, 100% biologiques. • Diagnostic de peau en ligne • Abonnement gratuit → -10% sur la première commande • Kit d'essai 100% remboursé lors de la 2^{ème} commande. • Consignes de flacons de soins 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers : Femmes en majorité 	France	<ul style="list-style-type: none"> • Echelle nationale • Vente en ligne 	
Joliessence	<ul style="list-style-type: none"> • Kit de fabrication de cosmétiques Zéro-Déchet. • Livres de recettes pour cosmétiques → vente d'ingrédients aromathérapie et phytothérapie, de contenants... • Coffret cadeau • Fidélité et parrainage 	<ul style="list-style-type: none"> • Particuliers : Femmes en majorité 	France	<ul style="list-style-type: none"> • Echelle nationale • Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratoire Propos'Nature

Annexe C: Projet kits - Propositions de kits personnalisables pour chaque membre de la famille.

1. Kit salle de bain classique et personnalisable

- cure oreille - oriculi
- brosse à dent zéro-déchet
- shampoing solide adapté au type de cheveux (secs, gras, normaux, bouclés...)
- savons solides adaptés aux types de peaux (grasse, sèche...)
- déodorant solide
- dentifrice solide

2. Kit cuisine classique et personnalisable :

- Paille en inox/bambou
- boîte repas zéro déchet avec couverts pliables
- sac de vrac en tissu + sac de courses tissu
- gourde en inox
- beewrap
- éponge lavable
- brosse à vaisselle
- recouvre-bols

3. Kit bébé

- couches lavables + sac imperméable pour stocker couches lavables avant de les laver
- lingettes lavables
- lotion de nettoyage
- anneau de dentition en caoutchouc naturel (pour bébé à partir de 6 mois)
- éponge de mer naturelle
- savon doux
- débarbouillettes lavables
- biberon inox / verre

4. Personnalisation pour le kit enfant :

- paille en inox / bambou
- brosse à dent enfant bambou
- petite gourde en inox
- sac à goûter
- cure oreille - oriculi rigolo
- crayon graine
- cahier papier recyclé et biodégradable
- pom pot réutilisable

5. Proposition supplémentaire pour un kit femme :

- serviettes hygiéniques lavables
- cup menstruelle
- gamme de maquillage éthique
- démaquillant solide
- cotons démaquillant lavables

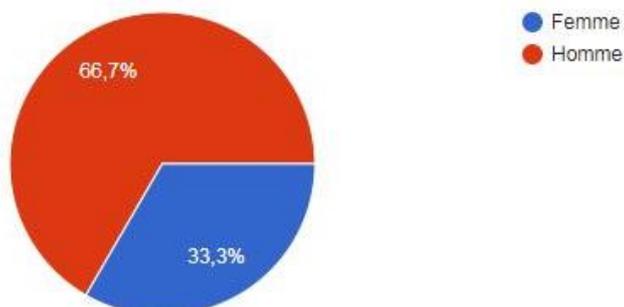
6. Proposition supplémentaire pour un kit homme

- savon de rasage mixte
- équipement de rasage (blaireau, rasoir)
- cire coiffante cheveux

Annexe D: Projet kits - Maquette et réponses du questionnaire qualitatif à destination du public pour analyser la proposition des kits zéro-déchet.

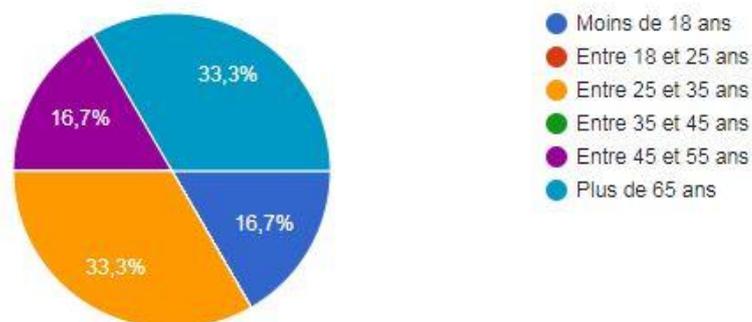
Sexe

6 réponses



Quel âge avez-vous ?

6 réponses



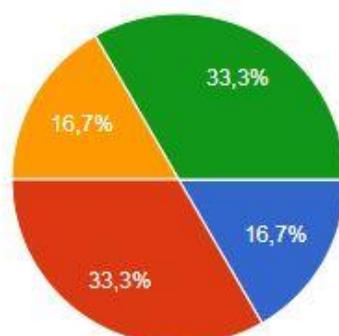
Pratiquez-vous quotidiennement le zéro déchet ?

8 réponses



Quel est votre statut?

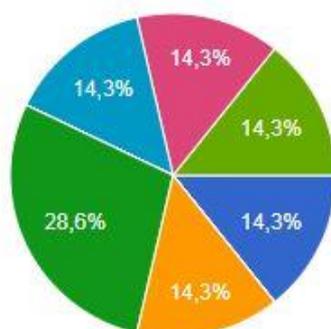
6 réponses



- Etudiant
- Travailleur à plein temps
- Travailleur à temps partiel
- Retraité
- En congés maladie

Parmi vos produits du quotidien, lequel d'entre eux pensez-vous pouvoir remplacer par un produit zéro déchet?

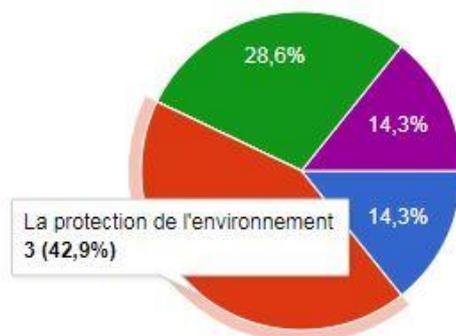
7 réponses



- Coton-tiges/ Coton
- Produits d'entretien (éponge, liquide vaisselle...)
- Produits pour les menstruations (cup, culotte réutilisable...)
- Produits d'hygiène (shampooing, sav...)
- Jeux éducatifs pour les enfants
- Lessive
- Pailles, à emporter : compostable (...)
- Gros bidons de 5 litres pour produit...

Quelles seraient vos motivations pour acheter des produits zéro déchet? (Par exemple, pourquoi une brosse à dent en bois plutôt qu'une en plastique?)

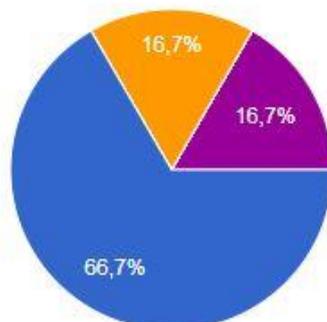
7 réponses



- Des prix attractifs
- La protection de l'environnement
- La santé
- Un gain de temps lors des courses : on peut penser sur le long terme
- Prix moins cher pour pas avoir de répercussion sur le prix.

Si vous vous mettiez au zéro déchet, sous quelle forme souhaiteriez-vous trouver vos produits?

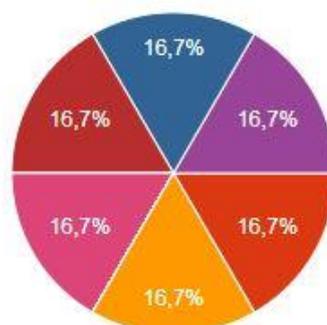
6 réponses



- Produit individuel en vrac
- Kit de produits en vrac (pour composer ses produits soi-même)
- Kit pré-conçu (produit tout prêt et composition du kit imposée, ex : un kit de salle de bain)
- Kit pré-conçu à composer soi-même (produit tout prêt mais choix dans la...)
- Kit tout prêt ne pas faire ses produits soi-même car manque de temps

Pourquoi sous une forme plus qu'une autre ?

6 réponses

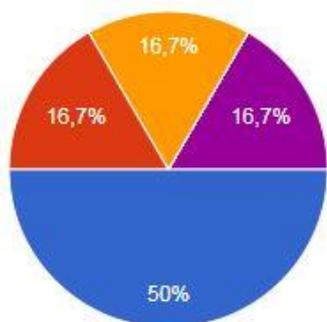


- (kit tout prêt) Je ne suis pas bien inf...
- (kit tout prêt) Gain de temps : un ac...
- (kit à composer) J'aime avoir le choi...
- (kit à composer) Je ne souhaite pas...
- (kit vrac suggestion) Je souhaite ré...
- (kit vrac suggestion) Gain de temps...
- (kit vrac à composer) Je pratique le...
- (Kit vrac à composer) Je ne veux q...

▲ 1/2 ▼

Si vous vous mettiez au zéro déchet, seriez vous intéressé par du coaching pour vous accompagner dans l'utilisation de ces produits ?

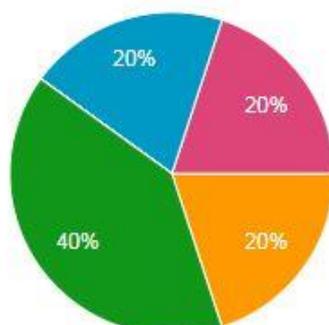
6 réponses



- Non, je me débrouille.
- Oui, uniquement sous forme de fiches "tuto" pour rester autonome.
- Oui, avec un coach physique pour que ce soit plus conviviale et motivant.
- Oui, avec un coach virtuel pour regarder les vidéos "tuto" quand j'ai...
- Bien choisir ses fournisseurs : à eux d'informer ? Vrac = contrainte de te...

Avez-vous déjà pensé à acheter un produit zéro déchet pour l'un de vos proches ou pour vous même?

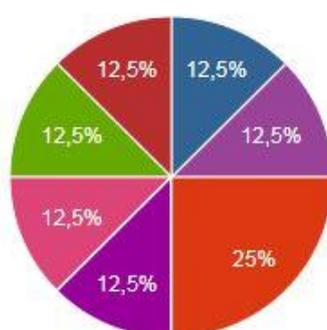
5 réponses



- J'en achète pour moi mais je n'ai jamais osé en offrir.
- Je n'en achète que pour moi, je ne veux pas imposer mes idées "écolo".
- Non, je ne suis pas intéressé donc je ne pense pas que les autres puisse...
- J'en achète pour moi et j'aime sensi...
- Je ne pratique pas le zéro déchet m...
- Non
- Oui

Si vous deviez acheter des produits zéro déchet, où souhaiteriez vous les trouver ? (un site de vente particulier pourrait-il influencer votre choix?)

8 réponses

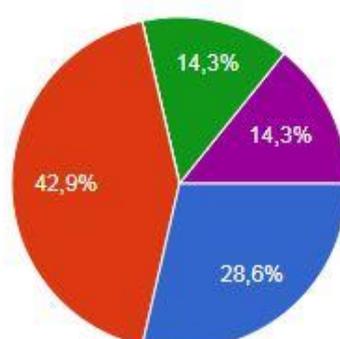


- Dans un supermarché
- Dans un magasin bio
- Dans une boutique de vrac
- Sur le marché
- Vente particulière : réunion tupperw...
- En ligne
- Dans un magasin spécialisé surtout...
- Au supermarché avec un rayon zd...

▲ 1/2 ▼

Seriez-vous prêts à payer plus cher pour consommer des produits zéro déchet?

7 réponses

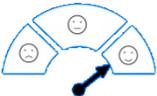


- Oui
- Non
- ça dépend vraiment du produit
- Cmocka.romycafe@gmail.com
- Conseil : viser deliveroo... restauration rapide !

Annexe E: Projet Restaurateurs - Liste des fournisseurs locaux du secteur de la restauration

Nom de l'entreprise	Produits commercialisés	Localisation
Geldis	Emballages biodégradables sur place ou à emporter	Alpes Maritimes
OJETABLES	Vaisselle biodégradables	Haute Garonne
THOUY	Vaisselle compostables	Haute saône
BAMBOUK	Pailles en bambou faites par un producteur vietnamien et bols de coco	Lille
PAILLE INTOX Montpellier	Pailles en inox à Montpellier	Montpellier
FILAO	Fournitures destinées à la cuisine	Montpellier
Firstdipal	Emballages éco-responsables	Montpellier
Vaisselle unique	Vaisselle jetable biologique	Paris
NISBETS	Vaisselle biodégradable compostable	Paris
Vision verte (filiale de Firplast)	Vaisselle biodégradables et compostables	Rhône
Papstar	Vaisselle à usage unique en matériaux renouvelables	Metz
LSBIO	Vaisselle biodégradable	Seine et Marne
ABCDécoration	Emballages éco-responsables pour la restauration rapide	Toulouse
Un bureau sur la terre	Vaisselle écologique et recyclée	Toulouse
Voussert	Matériel d'évènements biodégradable	Var/Yvelines
Pacbio (prodana Group)	Produits 100% compostables fabriqués à partir de produits dérivés ou de déchets	Allemagne
LES PAILLES	Pailles comestibles, compostables ou réutilisables	France/ Espagne
COMPOST-TABLE	Vaisselle jetable bio et compostable	France
Emballage futé	Emballages biodégradables	France
Ecolomique	Vaisselle écologique	France
La boutique du jetable	Vaisselle jetable	France

Annexe F: Projet Restaurateurs - Business model Canvas : entreprise de commercialisation de produits et de services zéro-déchet à destination des restaurateurs.

<p>Partenaires clés</p> <ul style="list-style-type: none"> Fournisseurs de produits Zéro Déchet locaux (Occitanie) 	<p>Activités clés</p> <ul style="list-style-type: none"> Plateforme pour les professionnels Vente d'emballages et vaisselles biodégradables et écoresponsable Formations aux professionnels et aux particuliers Inventaire des restaurants Zéro Déchet de Montpellier. 	<p>Proposition de valeur</p> <ul style="list-style-type: none"> Gain de temps et d'argent : proximité Réduction des déchets Accompagnement 	<p>Relation client</p> <ul style="list-style-type: none"> Newsletter Formations et accompagnement Cartes cadeaux Publicité et communication 	<p>Segments de clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> Restaurateurs Montpelliérains. 
<p>Structure des coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> Employés (livreurs et formateurs) Frais de l'atelier Transport de marchandises Formation continue des employés Achats primaires (stock) 	<p>Sources de revenus</p> <ul style="list-style-type: none"> Revente de produits professionnels. Formations aux professionnels et aux particuliers. Revente de produits Zéro Déchet pour particuliers. Commissions sur le site internet 			
<p>Ressources clés</p> <ul style="list-style-type: none"> Financement de Pépite LR Employés : Livreurs, formateurs... 	<p>Canaux de distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> Plateforme internet Livraisons directes (vélo) L'atelier 			

Annexe G: Projet Restaurateurs - Maquette et réponses du questionnaire quantitatif pour les restaurateurs

La gestion des déchets dans votre entreprise

Dans cette partie nous souhaitons en savoir davantage sur la gestion des déchets au sein des restaurants et enseignes de restauration de Montpellier. Ainsi, pour nous aider à mieux comprendre vos situations, n'hésitez pas à détailler et expliquer le plus clairement possible votre cas et votre avis.

Parmi ces trois réponses, à laquelle vous associez-vous le plus ? *

- Je fais systématiquement attention à la gestion des déchets de mon entreprise
- Je fais attention à la gestion des déchets de mon restaurant mais pas de manière systématique
- Je ne fais pas vraiment attention à la gestion des déchets de mon restaurant

Suite à la question précédente, précisez comment vous gérez vos déchets : *

Réponse longue

Que souhaiteriez-vous améliorer dans la gestion des déchets de votre restaurant ?

Réponse longue

Le concept "zéro-déchet"

Késako ? Le ZD (zéro-déchet) ne signifie pas ne plus produire de déchets, mais plutôt de RÉDUIRE la production des déchets qui ne sont ni recyclables, ni compostables.

Est-ce que la notion de ZD éveille en vous un intérêt ? *

- Oui
- Non

Du zéro-déchet dans un restaurant ?

Dans cette rubrique, nous nous intéressons à votre avis sur le concept de ZD, et notamment quelles sont (ou seraient) vos motivations et vos freins pour adopter ce concept dans votre entreprise.

Actuellement, avez-vous une démarche zéro-déchet au sein de votre restaurant ? *

- Non, absolument pas
- Oui, nous débutons
- Oui, nous le faisons mais pas totalement
- Oui, c'est notre philosophie au restaurant
- Autre...

Est-ce que votre restaurant propose de la vente à emporter ? *

- Oui
- Non

Quels types d'emballage utilisez-vous pour la vente à emporter ? *

- Carton
- Contenants biodégradable
- Plastique
- Consigne
- Autre...

Seriez-vous prêt à opter uniquement pour des emballages biodégradables/recyclables pour la vente à emporter ?

- | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Pas du tout d'accord | <input type="radio"/> | Tout a fait d'accord |

Quelles sont les 3 raisons principales qui vous ont poussé/ qui pourraient vous pousser à mettre le ZD en place dans votre restaurant ?

- L'utilisation de produits à usage unique non recyclables nécessitent des ressources non-renouvelables
- Le traitement des déchets pollue.
- La production de déchets nuit fortement à la biodiversité.
- Les déchets dénaturent nos paysages.
- La production d'ordures ménagères génère des gaz à effet de serre.
- Les déchets recyclables ne sont pas toujours triés et recyclés correctement.
- A long terme le ZD me revient moins cher.
- Réduire mes déchets permet de diminuer mes impôts.
- Avoir un commerce ZD valorise mes produits et services.
- La philosophie ZD me permet de répondre à la demande actuelle.
- Le ZD respecte la santé de mes clients qui ne consomment plus dans du plastique.
- Réduire nos déchets et leur pollution a un effet bénéfique sur la santé.

Quels sont les freins que vous rencontrez pour passer au ZD ? *

- Le manque d'informations
- Le manque de temps
- Je ne suis pas convaincu.e par le ZD
- Cela nécessite un fort investissement
- Je ne souhaite pas me prononcer

Les fournisseurs de la restauration

Dans cette brève partie, nous vous posons quelques questions sur vos fournisseurs, leur localisation et vos critères de choix. Cela nous aidera à définir de nombreux critères pour notre projet, tel que la distance maximale à définir pour les fournisseurs, et comment les choisir pour qu'ils représentent au mieux les envies et besoins des restaurateurs de la ville.

A l'heure actuelle, à quelle échelle sont situés la plupart de vos fournisseurs ? *

Dans le département

Dans la région

En France

En Europe

Hors Europe

Quels sont vos principaux critères pour sélectionner vos fournisseurs ? *

Leur localisation

la composition de leurs produits.

leur éthique

leur prix

leur gamme suffisamment large

Autre...

	pas du tout d'accord	plutôt pas d'accord	indifférent	plutôt d'accord	totalemment d'accord
Il est important que le personnel suive des formations sur le zéro-déchet adaptées pour pouvoir le mettre en place correctement dans le restaurant					
Un accompagnement personnalisé serait bénéfique pour améliorer la démarche zéro-déchet de mon restaurant					
Il me semble normal de participer financièrement pour des formations et/ou un accompagnement personnalisé					
Je préfère avoir affaire à des fournisseurs locaux plutôt qu'à des fournisseurs nationaux ou internationaux, même si la matière première utilisée n'est pas locale					
Je préfère me fournir moins cher chez un gros fournisseur plutôt que de payer plus auprès d'un petit entrepreneur					
J'apprécierai d'avoir une seule plateforme en ligne gérée par un unique interlocuteur pour commander toutes mes fournitures (vaisselle, emballages recyclables...)					
En échange d'une forte publicité en ligne pour mon restaurant je suis prêt.e à faire un geste auprès des clients fidèles au site					
Je suis intéressé.e pour que mon restaurant soit répertorié en ligne et reconnu pour son engagement zéro-déchet					

A propos de la question sur les fournisseurs locaux : à quelle distance maximum estimez-vous les fournisseurs comme locaux ?

- Entre 50 et 100 km maximum
- Entre 100 et 200 km maximum
- Entre 200 et 400 km maximum
- Tant qu'il est situé en France, ça me va.
- Me fournir en ZD à l'étranger ne me dérange pas.
- Autre...

Lumière sur vous...

Description (facultative)

Quel type de restauration proposez-vous ? *

- Restaurant
- Café
- Food-truck
- Autre...

Quel est le nom de votre entreprise de restauration ? *

Réponse courte

Depuis combien de temps êtes-vous installés ? *

- Moins d'1 an
- Entre 1 et 5 ans
- Entre 5 et 10 ans
- Plus de 10 ans

Parmi les propositions suivantes, à laquelle vous associez-vous le plus ? *

- Mon équipe et moi sommes présents depuis le début.
- Mon équipe est stable en nombre mais le personnel change tous les 6 mois.
- Mon équipe s'agrandit.
- Mon équipe s'agrandit et le personnel change tous les 6 mois.
- Mon équipe réduit.

Les résultats du questionnaire sont disponibles à l'adresse suivante : [ICI](#)

Que souhaiteriez-vous améliorer dans la gestion des horaires de travail ?	de faciliter	Avoir une	La perte	Rien car je	La perte c	plus faire	(réduire en moins d	satisfait de	Plastique	e Alternative	dechet org	Nous pourr	A ce jour	Compost	ne plus
Est-ce que la notion de ZD éveille en vous une prise de conscience ?	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Actuellement, avez-vous une démarche zéro déchet ?	Non, absolu	Non, absolu	Oui, nous l	Non, absolu	Oui, c'est r	Oui, nous l	Oui, nous le faisons m	Non, absolu	Oui, nous l	Oui, nous l	Oui, nous l	Non, absolu	Oui, nous l	Oui, nous l	Oui, c'
Est-ce que votre restaurant propose de la vente à emporter ?	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Quels types d'emballage utilisez-vous pour la vente à emporter ?	Carton	Carton	Carton, Cc	Carton, Cc	Carton, Plc	Consigne,	Contenant	Carton,	Contenants b	biodegradable	Consigne,	Carton	Carton, Plc	Carton, Cc	Carton, Plc
Seriez-vous prêt à opter uniquement pour du zéro déchet ?	1	1	5	5	2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	2
Quelles sont les 3 raisons principales qui vous empêchent d'être zéro déchet ?	Les déchets	Les déchets	Le traiteme	L'utilisation	L'utilisation	L'utilisation	La product	Les déchets	dénature	Les déchet	Le traiteme	Le traiteme	Avoir un c	L'utilisation	L'utilisation
Quels sont les freins que vous rencontrez pour être zéro déchet ?	Le manque	Le manque	Le manque	Le manque	Je ne suis	Le manque	Cela néces	Cela nécessite un fort	Je ne souh	Le manque	Le manque	Je ne souh	Le manque	Cela néces	Le manque
A l'heure actuelle, à quelle échelle sont situés vos déchets ?	Dans la ré	En France	Dans le dé	Dans la ré	Dans le dé	Dans le dé	Dans le dé	Dans le dé	Dans le dé	Dans la ré	En France	Dans le dé	Dans la ré	En France	Dans le dé
Quels sont vos principaux critères pour sélectionner un fournisseur ?	leur prix,	fi imposés	pas du tou	pas du tou	pas du tou	tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait
[Je suis prêt.e à ce que mon personnel suive une formation zéro déchet ?	pas du tou	pas du tou	pas du tou	tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait	(tout à fait
[Je suis convaincu.e qu'un accompagnement est nécessaire pour être zéro déchet ?	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou
[Il me semble évident de participer financièrement à la mise en place d'un zéro déchet ?	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou
[Je préfère avoir affaire à des fournisseurs locaux plutôt qu'à des fournisseurs étrangers ?	plutôt pas	plutôt pas	plutôt pas	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou
[A qualité égale, je préfère me fournir auprès de fournisseurs locaux plutôt qu'auprès de fournisseurs étrangers ?	plutôt pas	plutôt pas	plutôt pas	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou
[J'apprécierais d'avoir une seule plateforme pour acheter tous mes produits zéro déchet ?	tout à fait	tout à fait	plutôt pas	pas du tou	plutôt pas	indifférent	tout à fait	indifférent	tout à fait	indifférent	tout à fait	indifférent	tout à fait	indifférent	tout à fait
[Je suis intéressé.e pour que mon restaurant soit zéro déchet ?	tout à fait	tout à fait	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou
[En échange d'une publicité en ligne pour moi, je suis prêt à accepter que mon restaurant soit zéro déchet ?	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou	pas du tou
A propos de la question sur les fournisseurs locaux, comment voyez-vous l'avenir ?	Me fournir	Entre 100	Entre 50 et	Entre 100	Tant qu'il	Entre 50 et	Entre 50 et	Entre 50 et	Entre 50 et	Entre 200	Entre 50 et	Tant qu'il	Entre 100	Entre 50 et	Tant qu'il
Quel type de restauration proposez-vous ?	bar à vin/	chaîne	Food-truck	Food-truck	Food-truck	Food-truck	Food-truck	Food-truck	Food-truck	Restaurant	Restaurant	Restaurant	Restaurant	Restaurant	Restau
Quel est le nom de votre entreprise de restauration ?	Egrogore	Les fils à mam	Le Repaire	Sacrébleu	BREAK TR	VEGGO	The Last C	Emc	MIKAmion	40 Degres	Diligence	FOLIA	Les demois	broc café	DEL'S CO
Depuis combien de temps êtes-vous installé ?	Moins d'1	Moins d'1	Entre 1 et	Entre 1 et	Entre 1 et	Moins d'1	Moins d'1	Entre 1 et	Moins d'1	Moins d'1	Plus de 10	Entre 5 et	Entre 1 et	Entre 1 et	Entre 1 et
Parmi les propositions suivantes, à laquelle êtes-vous le plus intéressé ?	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe	Mon équipe
Merci beaucoup pour votre participation !	Oui	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Oui	Oui
Pouvez-vous nous indiquer vos coordonnées ?	legregoren	bruno.bach	rosser@gm	kanim-one	@hotmail.fr	contact@vi	contact@the	lastcup.fr	contact@em	rvjeddd@	info@la-d	ilimdec	olbert@fla	ugergu	broccafem

Résultats, analyse du questionnaire restaurateurs et conclusion

Introduction : suite au projet restaurateurs 0 déchets nous avons élaboré un questionnaire, corrigé par Claire-Lise et Lucie Sirrieix. Nous avons choisi d'établir un contact par téléphone puis d'arranger un rendez-vous téléphonique ou présentiel avec eux afin de leur poser les questions. Sur la liste pré-établie des restaurateurs, cafés et food-trucks de Montpellier, peu se sont montrés réceptifs et présents pour répondre au questionnaire à cause de leur activité et de leur manque de temps à nous consacrer. Nous n'avons donc obtenu que 17 réponses à ce questionnaire.

- Leur gestion des déchets :

64% affirment faire systématiquement attention à leur gestion des déchets

La plupart participe au tri sélectif du verre, papier et carton

Certains sont engagés dans une philosophie zéro-déchet et mettent en place des systèmes innovants : réutilisation de marc de café pour les agriculteurs, compostage, recyclage de l'huile de friture

D'autres avouent que par manque de temps, tout part à la poubelle grise.

Beaucoup nous posent le problème de la gestion des déchets par la ville de Montpellier : compost payant, obligation de mettre ses poubelles dans la rue, le manque de tri des déchets organiques...

Lorsqu'on leur demande ce qu'ils souhaiteraient améliorer dans cette gestion de déchets, là encore, la ville de Montpellier est sur la 1ère place critiquée :

- Une meilleure gestion de l'organisation de ramassage des déchets de la ville : passage plus régulier, adaptation des horaires.
- Mise en place de poubelles pour les bio-déchets, déchets organiques + poubelles jaune en centre-ville inexistante à l'heure actuelle
- Mise en place d'une plateforme de compostage dans la métropole
- Avoir de véritables poubelles pour le carton et adapter les autorisations de sorties de poubelles (actuellement, ne peuvent pas sortir leurs poubelles avant 18h)

Mais aussi :

- Avoir de meilleures alternatives pour les déchets non-recyclables (serviettes, sets de table...)
- Obtenir des solutions 0 déchets faciles à mettre en place pour les food-trucks car pas de stockage.
- 94% sont intéressés par la notion de ZD, 31% disent le faire « totalement » et 31% « absolument pas ». La majorité des restaurants proposent de la vente à emporter et utilisent du carton kraft pour leurs emballages mais sont divisés quant au fait d'adopter des emballages biodégradables. La raison ? Le goût de l'aliment, et la durée de ces emballages qui sont

souvent faits pour manger directement des aliments qui ne contiennent pas trop d'eau, sinon, l'emballage se dégrade vite, se ramolli...

Les personnes impliquées dans la réduction de déchets sont souvent influencées par le côté environnemental et l'impact sur la santé : pollution des emballages, dénaturation des paysages, microplastique...

Le frein majeur reste l'investissement qui leur semble important, et le manque de temps pour pouvoir changer leurs habitudes, mettre en place du ZD et le gérer. Au quotidien, la plupart pensent que le ZD demande plus de gestion et de temps.

Les fournisseurs se situent surtout dans la région (marché, producteurs...), d'autres ont recours à des structures plus importantes comme Metro par exemple pour se faciliter la vie. Ils les choisissent surtout en fonction du 1. Prix, 2. Localisation, 3. Composition des produits. Mais l'éthique commence également à trouver sa place dans le top 3 avec 31% des réponses.

Les restaurateurs sont plutôt d'accord pour faire des formations initiales, mais l'accompagnement ne leur semble pas forcément nécessaires en fonction des personnes et des types de restaurations, ce qui pourrait donc être une formule à proposer en plus. En revanche, peu sont prêt à payer pour ces formations car ils payent déjà une partie de formation sur le salaire de leurs employés, à leurs yeux, les formations devraient être payées par la municipalité ou le département.

Ils favorisent tous le local, et sont prêts à payer plus cher à qualité égale pour promouvoir les entrepreneurs locaux. Pour les fournitures, ils sont partagés sur l'utilité d'une même plateforme car certains préfèrent aller directement chercher leurs fournisseurs, d'autres n'en ont déjà qu'un (metro par exemple) mais ils valident le fait que d'avoir une seule plateforme serait bénéfique si leurs fournisseurs favoris y sont inclus. La large majorité est intéressée pour être reconnus pour leur engagement ZD, mais pas pour appliquer un % de réduction aux clients.

La plupart des restaurateurs estiment qu'un produit local est situé entre 50 et 100km de chez eux, mais d'autre l'estiment au niveau de la région ou même de la France.

La majorité est installée depuis moins de 5 ans à Montpellier et ont la même équipe depuis leurs débuts.

Analyse

Au vu des résultats, on se rend compte que les restaurateurs représentent un client potentiel pour l'entreprise de Claire-Lise. De plus, ils sont très ouverts sur le concept de ZD et sont prêts, pour la plupart, à s'engager dedans. Le point noir est causé par la gestion des déchets de la ville de Montpellier qui ne met pas en place de dispositif qui inciteraient les gens à trier, composter et réduire leurs déchets davantage.

Les restaurateurs privilégient dès qu'ils le peuvent le « local » mais n'ont pas tous la même définition de ce terme. Pour eux, promouvoir les entrepreneurs locaux c'est à la fois encourager ceux de leurs régions mais ils ne semblent pas complètement fermés quant au fait d'acheter des produits français plutôt que locaux si c'est ZD. De plus, cela ne semble pas les déranger que les matières premières ne soient ni locales, ni Françaises.

Quant au projet prédéfini : les restaurateurs sont prêts à se former au ZD, mais pas forcément prêts à payer pour cette formation car leur budget est assez restreint. Il serait donc envisageable de proposer des formations gratuites, ou payées par la localité ou encore par une association, en étant salarié de cette association ? La large majorité est intéressée pour être reconnus pour leur engagement ZD, il faudrait donc travailler sur ce point pour savoir comment les mettre en valeur ? Le petit futé ZD semble être une bonne idée, mais la grande majorité des restaurateurs ne sont pas favorables au fait d'imposer une réduction pour les clients fidèles au site, car pour eux ce serait un geste uniquement intéressé et si les consommateurs sont vraiment impliqués, eux aussi sont prêts à payer le prix du service. D'autres font déjà des réductions avec des sites (lafourchette etc) et sont donc prêts à le faire également avec le nôtre sans problème. La solution serait donc de proposer aux restaurateurs qui le veulent d'appliquer une réduction aux clients abonnés à la newsletter. La plupart de ces restaurateurs sont de jeunes restaurateurs, plus engagés et ayant la volonté de s'améliorer mais cela ne peut pas se faire du jour au lendemain, et encore moins sans aide des municipalités.

Annexe H: Projet Restaurateurs - Maquette et réponses du questionnaire quantitatif à destination des fournisseurs

Nom de votre entreprise

Votre réponse _____

Quels type de produits biodégradables, ou éco-responsables commercialisez-vous ?

- assiette
- couverts
- bol
- gobelet
- paille
- lunch box
- set de table
- serviette de table
- Tous les éléments mentionnés
- éponge lavable
- grattoir
- essui-tout
- charlottes en tissus pour conserver les produits
- Autre : _____

Quels matériaux sont utilisés pour la fabrication de vos produits ?

- bambou
- bois de coco
- inox
- carton
- tissu
- Autre : _____

D'où proviennent les matériaux utilisés ?

- de ma région
- de france
- d'europe
- Autre : _____

Fabriquez-vous vos propres produits ?

- oui c'est le cas
- non nous avons des fournisseurs, nous sommes une plateforme de revente

Où sont fabriqués vos produits ?

Votre réponse _____

Est-ce que vos produits sont biodégradables recyclables ou réutilisables à l'infini ?

- biodégradable : produits qui se décomposent
- recyclable : produits qui se recyclent
- réutilisable après lavage
- Autre : _____

S'ils sont biodégradables, combien de temps faut-il pour que vos produits se décomposent ?

- moins de 6 mois
- entre 6 mois et 1 an
- +1 an
- je ne sais pas
- Autre : _____

Quelles sont les valeurs qui vous tiennent à coeur dans votre entreprise ?

Votre réponse _____

Quelles sont vos limites en matière de quantité ?

- pas de limites
- limites de commande minimale fixées
- limites maximales de commande

Est-ce que vous seriez prêt à faire un partenariat avec notre start-up pour commercialiser vos produits à l'ensemble des restaurateurs de Montpellier ?

- oui cela m'intéresse pour développer mon entreprise
- oui cela m'intéresse mais j'aimerais avoir plus d'informations sur votre projet
- non cela ne m'intéresse pas
- Autre : _____

Est-ce que vous seriez prêt à travailler en flux tendu ?

- Oui c'est possible pour nous de vous expédier vos commandes dès que vous avez vous même des commandes de la part de restaurateurs de Montpellier
- Non, nous avons besoin que vous nous fassiez de grosses commandes
- Autre : _____

Les résultats du questionnaire sont disponibles à l'adresse suivante : [ICI](#)

Nom de votre entreprise	Quels type de produits biodégradables, ou éco-resp	Quels matériaux sont utilisés pour la fabri	D'où proviennent les matériaux utilisés ?	Fabriquez-vous vos propri	Où sont fabriqués vos p
Paille INOX MTP	paille	inox	Chine	non nous avons des four	en chine par fournisseur
Firplast	Tout	carton , bois, PLA	ça dépend des matériaux voir fiche technique	non nous avons des fournisseurs	
thouy	assiette, couverts, bol, gobelets, paille, set de table , s	palmier, fibre de canen , amidon de maïs	d'europe	non nous avons des four	espagne, italie
Prodana pack bio	assiette, couverts, bol, gobelet, paille, lunch box, se	bambou, carton, Pulpe mais, PLA	Europe et Asie	non nous avons des four	Asie principalement mai
BAMBOUK	bol, paille	bambou, bois de coco	de l'étranger	non nous avons des four	Vietnam par artisan ave
Filao	set de table, serviette de table, éponge lavable, grat	tissu, Tissu issu de recup et tissus bio	Recup locale mais donc fabrication partout	oui c'est le cas	Saint aunes et Montpelli
Sophissac Emballages	assiette, couverts, bol, gobelet, paille, lunch box, se	bambou, inox, carton	de france, d'europe	non nous avons des four	cela dépend de l'article.
	assiette, couverts, bol, gobelet, paille, lunch box, es	bambou, carton	d'europe	non nous avons des fournisseurs, nous sommes	

Annexe I: Projet Cabane – interview de la Galerie du Zéro-Déchet à Nantes

Récapitulatif de l'entretien fait entre Mathilde SIX, Lucie ZGAINSKI et Christian RENOULIN

❖ Personnel :

A l'heure actuelle : 1 stagiaire, 25 bénévoles actuellement.

Dans l'avenir : 1 personne salarié prévue.

❖ Quelles sont les activités proposées ?

- Pas de ventes !
- Organisation d'événements : conférences, ateliers, intervenants, expositions
- Collaboration avec Open-street map pour la création d'une carto-vrac/ repair-café → carte qui répertorie les magasins de vracs de la ville et de la région

Plusieurs zones réservées à l'information :

- Stop pub avec des fiches explicatives
- Aremacs → pour avoir des poubelles de recyclage pour les événements
- Cartes avec endroits où on peut acheter de bouteilles consignées
- Plastique fait à partir de mégots
- Explications sur les composteurs / lombricomposteurs
- Sensibilisation sur l'économie de l'eau
- Ou acheter durable ?
- Explications sur les couches en tissu
- Espaces bibliothèque : guides ZD

❖ Planning :

Ouverture il y a 1 mois et demi. Ouverture du local mardi et samedi après-midi et autres jours de la semaine il ouvert si ateliers.

• Ou se trouve votre Galerie? Et comment est-elle organisée ?

Situé en centre-ville proche de la gare.

Ancien bâtiment des beaux-arts, espace chaleureux avec canapés, fauteuils et dispositifs d'information.

Pièces de démonstration : cuisine, chambre, salle de bain.

• Comment vous êtes-vous procuré votre local ?

Local prêté par la ville, donc pas de loyer mais charges à payer. Pour l'instant le lieu est prêté pour 5 ans.

• Proposition de valeur :

- Ce sont les bénévoles qui planifient les ateliers
- Ce sont les structures indépendantes qui viennent animer leurs ateliers. Pour cela ils doivent adhérer à l'association à hauteur de 35€ pour faire 6h d'ateliers.
- Les adhérents payent 10€ par an
- Les ateliers peuvent accueillir entre 15 et 20 personnes. Les clients des ateliers n'ont pas l'obligation d'être adhérents.

• Clients types :

- La clientèle est largement représentée par des adultes ou des familles. L'association prévoit de travailler avec les écoles pour sensibiliser davantage les enfants.

Financements :

• Quelles sont vos rentrées d'argent ?

Comme il n'y a pas de vente, il n'y a pas de rentrée d'argent, juste des subventions ou du mécénat.

- **Quelles sont vos subventions ?**

Aide de la région 11000€ en 1 fois au début.
5000€ / an de la part du mécénat

- **Est-ce que les ateliers sont payants pour les clients ?**

Les ateliers sont gratuits si c'est une association qui l'anime, et payants si ce sont des professionnels qui viennent l'animer. Les clients payent directement au professionnel, il n'y a pas d'argent qui circule dans l'association.

- **Quels sont vos coûts ?**

Nous devons payer les charges tous les mois (électricité, eau...) .
Nous avons dû rénover le local : 3000€

Fournisseurs :

- **Quels sont vos fournisseurs ?**

Nous n'avons pas de fournisseurs mais nous exposons des produits de certaines marques.

Communication :

- **Quels sont vos moyens de communication ?**

Le bouche à oreille et surtout les réseaux sociaux.

- **Comment assurez-vous votre clientèle ?**

En proposant des ateliers réguliers et en misant sur la communication.

En proposant aux personnes qui viennent un endroit chaleureux où les gens peuvent discuter et se rencontrer.

Partenariats :

- **Quels sont vos partenariats ?**

Zéro-Waste adhérente de l'association de la galerie, mais la Galerie n'appartient pas à Zero Waste pour rester indépendante et ne pas avoir de problème avec la mairie → Zero Waste a une image d'association militante.

Annexe J: Projet Cabane – Maquette et réponses du questionnaire quantitatif à destination du public

Parmi ces trois réponses, à laquelle vous associez-vous le plus ?

429 réponses



Suite à la question précédente, précisez comment vous gérez vos déchets :

429 réponses

Je trie globalement ce qui est verre - papier - carton mais pas les autres déchets. En dehors de la maison j'essaie de jeter les déchets dans les poubelles appropriées (si elles existent...)

Différentes poubelles

Tri selon consignes

Je ne fais pas systématiquement le tri de mes déchets

Compost, tri sélectif

J'évite d'en avoir, je trie (poubelle jaune), je composte ce qui peut l'être et le peu qu'il reste va dans la poubelle noire

Séparation des cartons, du verre et du plastique

Recyclage/verre/composte/le reste

Différents tri sélectifs verre plastique carton. Et j'essaie d'acheter en vrac

Tri

Je tri entre les déchets recyclables ils vont dans la poubelle jaune et les déchets non recyclables qui vont dans la

Que souhaiteriez-vous améliorer dans votre gestion des déchets ?

429 réponses

Je voudrais réduire mes productions de déchets plastiques
j aimerais acheter sans aucun emballage!
Mieux être informée sur comment faire le tri (changement d'une collectivité à une autre)
Moins d'aliments suremballés
Meilleure notion de ce qui se recycle ou pas
La collecte des déchets par la municipalité ou la communauté de communes
Trouver un endroit pour pouvoir mettre mes déchets alimentaires
plus d'endroits où on puisse trier
Une poubelle à biodéchets, car il est difficile de mettre en place le compostage en appartement en ville
Moins de déchets alimentaires
Des poules pour le gaspillage alimentaire.
Limiter les emballages davantage

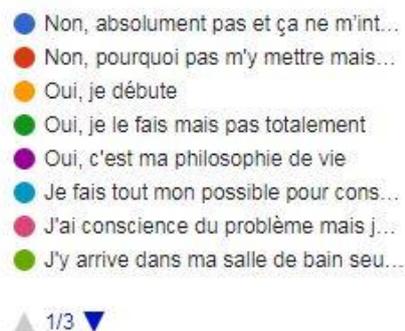
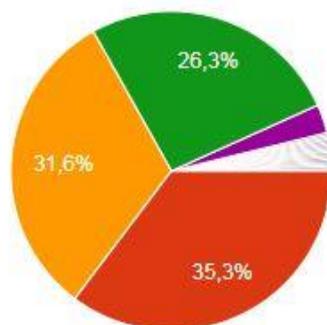
Est-ce que la notion de ZD éveille en vous un intérêt ?

429 réponses



Actuellement, adoptez-vous une démarche zéro-déchet?

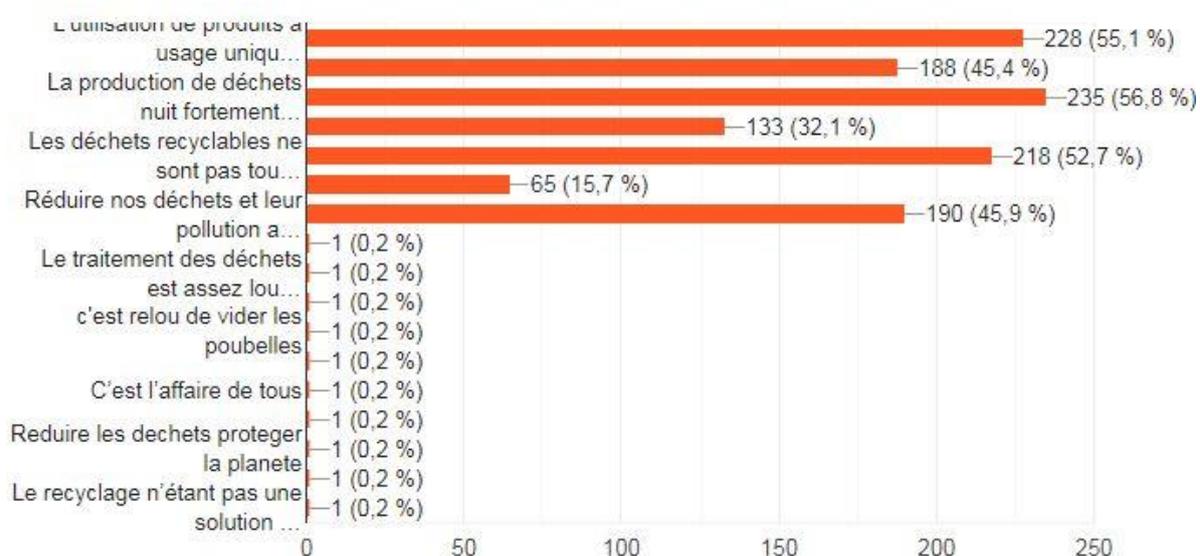
414 réponses



▲ 1/3 ▼

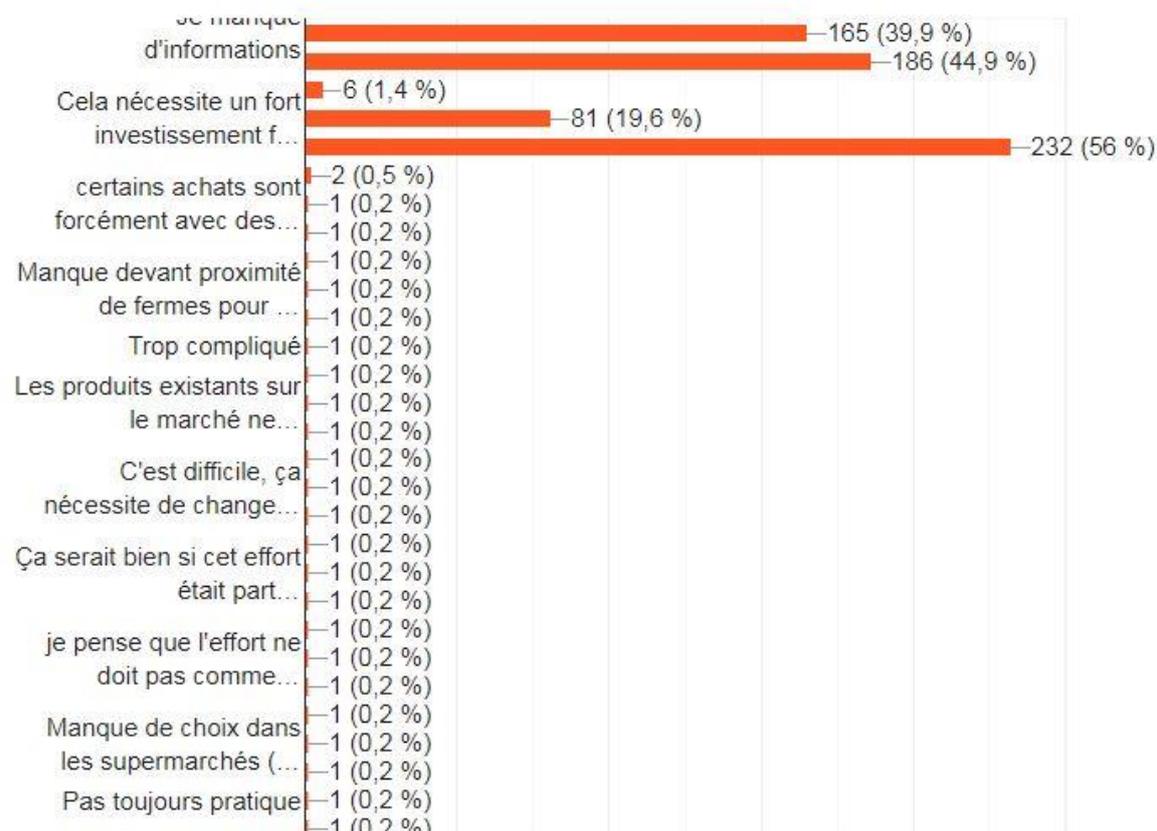
Quelles sont les 3 raisons principales qui vous ont poussé/ qui pourraient vous pousser à mettre le ZD en place chez vous ?

414 réponses



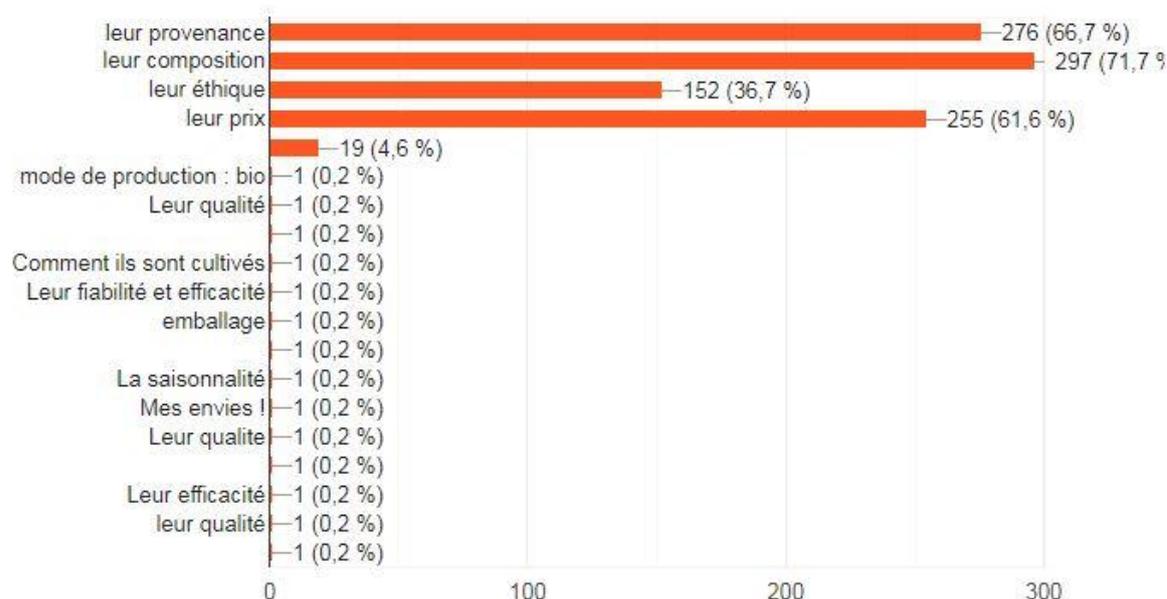
Quels sont les freins que vous rencontrez/ avez rencontré pour passer au ZD ?

414 réponses



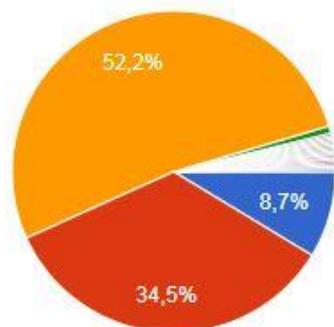
Quels sont vos principaux critères pour sélectionner vos produits (hors alimentaire) ?

414 réponses



Que signifie pour vous le terme "produits locaux" ?

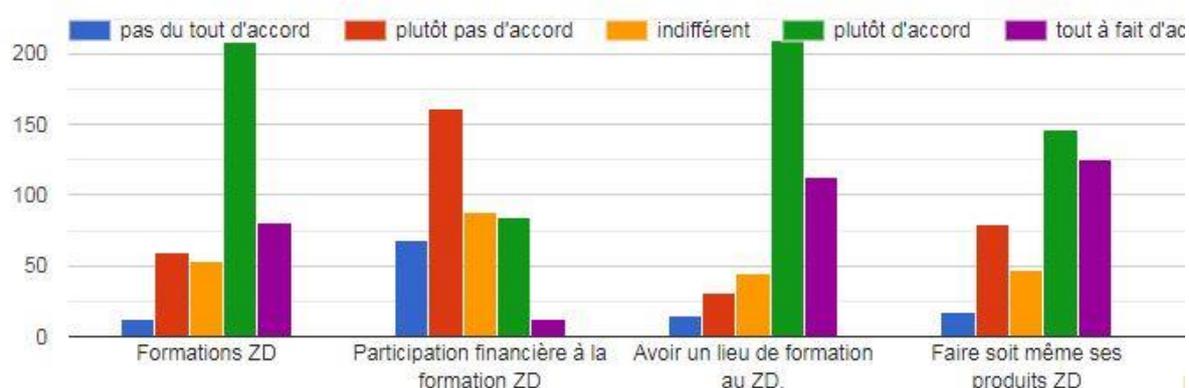
414 réponses



- Tant que c'est situé en France, ça...
- Des produits venant du département.
- Des produits venant de la région.
- Me fournir à l'étranger ne me déran...
- Des produits venant d'un périmètre...
- C'est une notion assez complexe à...
- ça dépend du produit. Si on parle d'...
- Des produits venant d'un rayon de...

▲ 1/3 ▼

Que pensez-vous des propositions suivantes ?



Les réponses sont disponibles [ICI](#)

Horodateur	Parmi ces trois réponses, suite à la question précédente, que souhaitez-vous en faire, c'est-à-dire la notion de ZD actuellement, souhaitez-vous...	Quelles sont les 3 raisons	Quels sont les freins qui	Quels sont vos princ			
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Compost	Oui	Non, absolument pas et c	L'utilisation de produits à	Je manque de temps, Ce	leur composition, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Moins de déchets	Oui	Non, mais ça m'intéresse	L'utilisation de produits à	Je manque d'informations	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Pouvoir faire du compost	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque d'informations	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Mettre en place un systèr	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque d'informations	leur éthique
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Faire du compost	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Cela nécessite un fort inv	leur composition, leur
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Plus de poubelles jaunes	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Cela nécessite un fort inv	leur prix
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Compost, tri sélectif	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque d'informations	leur composition, leur
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Séparation des cartons d	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	Le traitement des déchets	Cela nécessite un fort inv	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Tri	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque de temps, Je	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Je voudrais réduire mes f	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Cela nécessite un fort inv	leur composition, leur
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Recyclage si possible	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque d'informations	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Par le tri principalement	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque d'informations	leur composition, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Je cherche toujours à sau	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	L'utilisation de produits à	Je manque de moyen en	leur composition, leur
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Tri collectif	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	La production d'ordures n	Je manque de temps, Je	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Je trie poubelle jaune, po	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	Le traitement des déchets	Je manque d'informations	leur prix
04/11/2015	Je fais attention à la gest	Tri sélectif, au moins pou	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	Le traitement des déchets	Je manque d'informations	leur prix, Leur qualité
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Tri sélectif, compost et re	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	Le traitement des déchets	Je manque de temps, Je	leur provenance, leur
04/11/2015	Je fais systématiquement le tri	Je cherche principalement à la m	Oui	Non, pourquoi pas m'y m	Le traitement des déchets	Je manque d'informations	leur provenance, leur

Analyse des résultats

66 % des personnes interrogées (429) disent faire systématiquement attention à la gestion de leurs déchets, en ville ou à la maison. Cette gestion se fait principalement par :

- Tri sélectif : cartons, plastiques, papiers, verre
- Réduction de l'achat de produits sur-emballés
- Compostage

- Achat en vrac, savons solides
- Produits faits maison « cosmétiques, alimentation »
- Éviter le gaspillage et la surconsommation
- Être un maximum 0 zéro déchet mais si pas le choix : contenants recyclables.
- Sac en tissu pour le shopping ou bocaux
- Livres en recycl-livres
- Linge en point relais
- Eco-lieu (1 personne)
- Ramassage de déchets
- Gourdes
- Lombricomposteur
- Suppression cotons tiges et disques à démaquiller

32% font attention à la gestion mais pas de manière systématique, ils sont conscients qu'ils pourraient s'améliorer, cela passe aussi par le manque d'infrastructures proposées par la ville, que ce soit en centre-ville ou dans leur immeuble. Une harmonisation des types de poubelles dans les différents lieux aideraient les gens à s'impliquer davantage car ils ne savent pas toujours où ils doivent mettre tel ou tel déchet. D'autres disent ne pas avoir le choix lorsqu'ils achètent car tout est sur-emballé mais ils trient après avoir fait leurs courses. Même en faisant attention de ne plus acheter de produits emballés, malheureusement pour certains cela reste inévitable.

Seulement 1,6% ne fait pas attention à la gestion des déchets, soit 7 personnes sur 429, par manque de temps, d'envie ou d'infrastructures de tri à proximité.

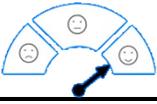
Améliorations à apporter : travailler avec la ville pour mettre à disposition plus d'infrastructures de tri, éduquer la population au tri qui ne sait toujours pas comment faire et dans le pays, harmoniser la façon de trier pour que les gens ne soient pas perdus.

La notion de Zéro Déchet éveille l'intérêt de plus de 90% des personnes interrogées. Ce phénomène prend de l'ampleur, beaucoup commencent à s'y intéresser mais sont encore peu informés et ne savent pas comment s'y prendre pour démarrer une démarche ZD.

Plus de 50% des personnes interrogées ont opté pour ZD pour des raisons environnementales : diminution de l'utilisation de ressources non renouvelables pour les produits non recyclés, pollution environnementales et de l'air, c'est donc dans une optique de protection de l'environnement par diminution de la production de gaz à effet de serre. d'autres pensent que le recyclage prend trop de temps.

Clientèle type : Les personnes sont favorables à un lieu dédié au ZD, mais ne veulent pas payer les conférences. En revanche, ils sont prêts à participer financièrement aux ateliers puisqu'ils repartent avec leurs créations. La majorité des personnes interrogées et qui sont intéressées par le ZD sont des femmes de moins de 65 ans.

Annexe K: Projet Cabane – Business Model Canvas de la Cabane du Zéro-Déchet de Montpellier

<p>Partenaires clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • ZéroWaste France • Montpellier Zéro Déchet • Associations Zéro Déchet, recyclage, sociales • Métropole Montpellier • Autres structures (donations invendus) • Fournisseurs 	<p>Activités clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vente de Produits • Ateliers pratiques • Conférences et Débats, • Intervenants extérieurs : vente de nouveaux produits 	<p>Proposition de valeur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en valeur des entrepreneurs locaux et français (vente de produits ZD) et des associations engagées • Formation des particuliers au ZD (ateliers pratiques) • Réduction de déchets • Visibilité 	<p>Relation client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter avec calendrier des ateliers • Conseils personnalisés • Sensibilisation : conférences, débats. 	<p>Segments de clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habitantes de Montpellier (<45 ans) • Intervenants extérieurs : Entrepreneurs locaux du Zéro-Déchet • Métropole • Adhérents 
<p>Structure des coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frais administratifs et juridiques (création association) • Loyer pour un local en centre-ville de Montpellier - aménagement • Achat marchandises et matériel • Charges 		<p>Sources de revenus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vente de produits ZD. • Ateliers payants. • Subventions. • Prestations. 		

Annexe L : Projet Cabane – Etude financière prévisionnelle sur 3 ans

Etude financière prévisionnelle sur 3 ans



La cabane du zéro déchet

**Projet entrepreneurial
zéro déchet**

Entreprise individuelle au réel (IR)

pei2019-zerodechet@supagro.fr
Montpellier

15/12/2019

Investissements et financements

Projet: *Projet entrepreneurial zéro déchet*

Porteur de projet: *La cabane du zéro déchet*

INVESTISSEMENTS	Montant € hors taxes
Immobilisations incorporelles	510,00
<i>Frais d'établissement</i>	-
<i>Frais d'ouverture de comptes</i>	-
<i>Logiciels, formations</i>	200,00
<i>Dépôt marque, brevet, modèle</i>	210,00
<i>Droits d'entrée</i>	-
<i>Achat fonds de commerce ou parts</i>	-
<i>Droit au bail</i>	-
<i>Caution ou dépôt de garantie</i>	-
<i>Frais de dossier</i>	100,00
<i>Frais de notaire ou d'avocat</i>	-
Immobilisations corporelles	11 018,99
<i>Enseigne et éléments de communication</i>	2 509,99
<i>Achat immobilier</i>	-
<i>Travaux et aménagements</i>	4 200,00
<i>Matériel</i>	2 986,00
<i>Matériel de bureau</i>	1 323,00
Stock de matières et produits	624,00
Trésorerie de départ	-
TOTAL BESOINS	12 152,99
	-
FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS	Montant € hors taxes
Apport personnel	-
<i>Apport personnel ou familial</i>	-
<i>Apports en nature (en valeur)</i>	-
Emprunt	12 152,99
<i>Prêt n°1 (banque postale)</i>	8 152,99
<i>Prêt n°2 (nef)</i>	4 000,00
<i>Prêt n°3 (nom de la banque)</i>	-
Subvention n°1 (La mairie, crédit agricole...)	10 000,00
Subvention n°2 (libellé)	-
Autre financement (crowdfunding)	4 000,00
TOTAL RESSOURCES	26 152,99

Salaires et charges sociales

Projet: *Projet entrepreneurial zéro déchet*

Porteur de projet: *La cabane du zéro déchet*

Statut juridique: Entreprise individuelle au réel (IR)

Bénéfice de l'AcCre: Non

Statut social du (des) dirigeant(s): Travailleur non salarié

	Année 1	Année 2	Année 3
Rémunération du (des) dirigeants	12 000,00	14 052,00	18 000,00
<i>% augmentation</i>		<i>17%</i>	<i>28%</i>
Charges sociales du (des) dirigeant(s)	4 445,30	8 466,62	9 455,53
Salaires des employés	-	-	-
<i>% augmentation</i>			
Charges sociales employés	-	-	-

Détail des amortissements

	Année 1	Année 2	Année 3
Amortissements incorporels	60,00	60,00	60,00
<i>Frais d'établissement</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
<i>Logiciels, formations</i>	<i>40,00</i>	<i>40,00</i>	<i>40,00</i>
<i>Droits d'entrée</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
<i>Frais de dossier</i>	<i>20,00</i>	<i>20,00</i>	<i>20,00</i>
<i>Frais de notaire ou d'avocat</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
Amortissements corporels	2 203,80	2 203,80	2 203,80
<i>Enseigne et éléments de communication</i>	<i>502,00</i>	<i>502,00</i>	<i>502,00</i>
<i>Achat immobilier</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
<i>Travaux et aménagements</i>	<i>840,00</i>	<i>840,00</i>	<i>840,00</i>
<i>Matériel</i>	<i>597,20</i>	<i>597,20</i>	<i>597,20</i>
<i>Matériel de bureau</i>	<i>264,60</i>	<i>264,60</i>	<i>264,60</i>
Total amortissements	2 263,80	2 263,80	2 263,80

Compte de résultats prévisionnel sur 3 ans

Projet : *Projet entrepreneurial zéro Déchet*
Porteur de projet : *La cabane du zéro déchet*

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	84 969,50	110 460,35	116 269,47
<i>Chiffre d'affaires HT vente de marchandises</i>	<i>80 568,00</i>	<i>104 738,40</i>	<i>109 975,32</i>
<i>Chiffre d'affaires HT services</i>	<i>4 401,50</i>	<i>5 721,95</i>	<i>6 294,15</i>
Charges d'exploitation	40 284,00	52 369,20	54 987,66
<i>Achats consommés</i>	<i>40 284,00</i>	<i>52 369,20</i>	<i>54 987,66</i>
Marge brute	44 685,50	58 091,15	61 281,81
Charges externes	26 898,48	27 003,72	27 000,92
<i>Assurances</i>	<i>212,40</i>	<i>212,40</i>	<i>212,40</i>
<i>Téléphone, internet</i>	<i>706,80</i>	<i>706,80</i>	<i>706,80</i>
<i>Autres abonnements</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Carburant, transports</i>	<i>280,00</i>	<i>280,00</i>	<i>280,00</i>
<i>Frais de déplacement et hébergement</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Eau, électricité, gaz</i>	<i>1 219,32</i>	<i>1 219,32</i>	<i>1 219,32</i>
<i>Mutuelle</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Fournitures diverses</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Entretien matériel et vêtements</i>	<i>415,00</i>	<i>415,00</i>	<i>415,00</i>
<i>Nettoyage des locaux</i>	<i>1 680,00</i>	<i>1 680,00</i>	<i>1 680,00</i>
<i>Budget publicité et communication</i>	<i>2 700,00</i>	<i>2 700,00</i>	<i>2 700,00</i>
<i>Loyer et charges locatives</i>	<i>13 400,00</i>	<i>13 400,00</i>	<i>13 400,00</i>
<i>Expert-comptable, avocats</i>	<i>828,00</i>	<i>828,00</i>	<i>828,00</i>
<i>taxe de voirie et de devanture</i>	<i>153,00</i>	<i>153,00</i>	<i>153,00</i>
<i>frais d'ouverture de compteur</i>	<i>18,46</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Frais d'atelier et conférence</i>	<i>3 500,00</i>	<i>3 500,00</i>	<i>3 500,00</i>
<i>Imprévus</i>	<i>1 785,50</i>	<i>1 909,20</i>	<i>1 906,40</i>
Valeur ajoutée	17 787,02	31 087,43	34 280,89
Impôts et taxes	-	-	-
Salaires employés	-	-	-
<i>Charges sociales employés</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Prélèvement dirigeant(s)	12 000,00	14 052,00	18 000,00
<i>Charges sociales dirigeant(s)</i>	<i>4 445,30</i>	<i>8 466,62</i>	<i>9 455,53</i>
Excédent brut d'exploitation	1 341,72	8 568,81	6 825,36
Frais bancaires, charges financières	705,56	601,56	498,66
Dotations aux amortissements	2 263,80	2 263,80	2 263,80
Résultat avant impôts	- 1 627,64	5 703,45	4 062,90
Résultat net comptable (résultat de l'exercice)	- 1 627,64	5 703,45	4 062,90

Soldes intermédiaires de gestion

Projet : *Projet entrepreneurial zéro déchet*
 Porteur de projet : *La cabane du zéro déchet*

	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%
Chiffre d'affaires	84 969,50	100%	110 460,35	100%	116 269,47	100%
Ventes + production réelle	84 969,50	100%	110 460,35	100%	116 269,47	100%
Achats consommés	40 284,00	47%	52 369,20	47%	54 987,66	47%
Marge globale	44 685,50	53%	58 091,15	53%	61 281,81	53%
Charges externes	26 898,48	32%	27 003,72	24%	27 000,92	23%
Valeur ajoutée	17 787,02	21%	31 087,43	28%	34 280,89	29%
Impôts et taxes	-	0%	-	0%	-	0%
Charges de personnel	16 445,30	19%	22 518,62	20%	27 455,53	24%
Excédent brut d'exploitation	1 341,72	2%	8 568,81	8%	6 825,36	6%
Dotations aux amortissements	2 263,80	3%	2 263,80	2%	2 263,80	2%
Résultat d'exploitation	- 922,08	-1%	6 305,01	6%	4 561,56	4%
Charges financières	705,56	1%	601,56	1%	498,66	0%
Résultat financier	- 705,56	-1%	- 601,56	-1%	- 498,66	0%
Résultat courant	- 1 627,64	-2%	5 703,45	5%	4 062,90	3%
Résultat de l'exercice	- 1 627,64	-2%	5 703,45	5%	4 062,90	3%
Capacité d'autofinancement	636,16	1%	7 967,25	7%	6 326,70	5%

Capacité d'autofinancement

	Année 1	Année 2	Année 3
Résultat de l'exercice	- 1 627,64	5 703,45	4 062,90
+ Dotations aux amortissements	2 263,80	2 263,80	2 263,80
Capacité d'autofinancement	636,16	7 967,25	6 326,70
- Remboursement des emprunts	3 630,60	3 630,60	1 630,60
Autofinancement net	- 2 994,44	4 336,65	4 696,10

Seuil de rentabilité économique

Projet : *Projet entrepreneurial zéro déchet*
Porteur de projet : *La cabane du zéro déchet*

	Année 1	Année 2	Année 3
Ventes + Production réelle	84 969,50	110 460,35	116 269,47
Achats consommés	40 284,00	52 369,20	54 987,66
Total des coûts variables	40 284,00	52 369,20	54 987,66
Marge sur coûts variables	44 685,50	58 091,15	61 281,81
Taux de marge sur coûts variables	53%	53%	53%
Coûts fixes	46 313,14	52 387,70	57 218,91
Total des charges	86 597,14	104 756,90	112 206,57
Résultat courant avant impôts	- 1 627,64	5 703,45	4 062,90
Seuil de rentabilité (chiffre d'affaires)	88 064,46	99 615,23	108 560,96
Excédent / insuffisance	- 3 094,96	10 845,12	7 708,51
<i>Point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré</i>	<i>352,26</i>	<i>398,46</i>	<i>434,24</i>

Besoin en fonds de roulement

Analyse clients / fournisseurs :

	délai jours			
Volume crédit client HT	0	-	-	-
Variation de stock		5 952,00	7 737,60	8 124,48
Volume dettes fournisseurs HT	0	-	-	-
Besoin en fonds de roulement		5 952,00	7 737,60	8 124,48

Plan de financement à trois ans

Projet : *Projet entrepreneurial zéro déchet*
Porteur de projet : *La cabane du zéro déchet*

	Année 1	Année 2	Année 3
Immobilisations	11 528,99		
Acquisition des stocks	624,00		
Variation du Besoin en fonds de roulement	5 952,00	1 785,60	386,88
Remboursement d'emprunts	3 630,60	3 630,60	1 630,60
Total des besoins	21 735,59	5 416,20	2 017,48
Apport personnel	-		
Emprunts	12 152,99		
Subventions	10 000,00		
Autres financements	4 000,00		
Capacité d'auto-financement	636,16	7 967,25	6 326,70
Total des ressources	26 789,15	7 967,25	6 326,70
Variation de trésorerie	5 053,56	2 551,05	4 309,22
Excédent de trésorerie	5 053,56	7 604,61	11 913,83

Rappel trésorerie début année 1 :

-

Budget prévisionnel de trésorerie

Projet : *Projet entrepreneurial zéro déchet*

Porteur de projet : *La cabane du zéro déchet*

Première année – Hors TVA

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5
Apport personnel	-				
Emprunts	12 152,99				
Subventions	10 000,00				
Autres financements	4 000,00				
Vente de marchandises	1 248,00	1 320,00	2 400,00	6 000,00	7 200,00
Vente de services	-	171,50	343,00	343,00	343,00
Chiffre d'affaires (total)	1 248,00	1 491,50	2 743,00	6 343,00	7 543,00
Immobilisations incorporelles	510,00				
Immobilisations corporelles	11 018,99				
Immobilisations (total)	11 528,99				
Variation de stocks	624,00	36,00	576,00	2 376,00	2 976,00
Échéances emprunt	302,55	302,55	302,55	302,55	302,55
Achats de marchandises	624,00	660,00	1 200,00	3 000,00	3 600,00
Charges externes	2 241,54	2 241,54	2 241,54	2 241,54	2 241,54
Impôts et taxes	-	-	-	-	-
Salaires employés	-	-	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-	-	-
Prélèvement dirigeant(s)	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00
Charges sociales dirigeant(s)	370,44	370,44	370,44	370,44	370,44
Total charges de personnel	1 370,44	1 370,44	1 370,44	1 370,44	1 370,44
Frais bancaires, charges financières	58,80	58,80	58,80	58,80	58,80
Total des décaissements	16 750,32	4 633,33	5 173,33	6 973,33	7 573,33
Total des encaissements	27 400,99	1 491,50	2 743,00	6 343,00	7 543,00
Solde précédent	-	10 650,67	7 508,84	5 078,51	4 448,19
Solde du mois	10 650,67	- 3 141,83	- 2 430,33	- 630,33	- 30,33
Solde de trésorerie (cumul)	10 650,67	7 508,84	5 078,51	4 448,19	4 417,86

Budget prévisionnel de trésorerie (suite)

Projet : *Projet entrepreneurial zéro déchet*

Porteur de projet : *La cabane du zéro déchet*

Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
							-
							12 152,99
							10 000,00
							4 000,00
8 400,00	4 800,00	4 800,00	12 000,00	9 600,00	8 400,00	14 400,00	80 568,00
343,00	343,00	343,00	343,00	343,00	343,00	343,00	3 601,50
8 743,00	5 143,00	5 143,00	12 343,00	9 943,00	8 743,00	14 743,00	84 169,50
							510,00
							11 018,99
							11 528,99
3 576,00	1 776,00	1 776,00	5 376,00	4 176,00	3 576,00	6 576,00	5 952,00
302,55	302,55	302,55	302,55	302,55	302,55	302,55	3 630,60
4 200,00	2 400,00	2 400,00	6 000,00	4 800,00	4 200,00	7 200,00	40 284,00
2 241,54	2 241,54	2 241,54	2 241,54	2 241,54	2 241,54	2 241,54	26 898,48
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	12 000,00
370,44	370,44	370,44	370,44	370,44	370,44	370,44	4 445,30
1 370,44	1 370,44	1 370,44	1 370,44	1 370,44	1 370,44	1 370,44	16 445,30
58,80	58,80	58,80	58,80	58,80	58,80	58,80	705,56
8 173,33	6 373,33	6 373,33	9 973,33	8 773,33	8 173,33	11 173,33	100 116,93
8 743,00	5 143,00	5 143,00	12 343,00	9 943,00	8 743,00	14 743,00	110 322,49
4 417,86	4 987,53	3 757,20	2 526,87	4 896,54	6 066,22	6 635,89	
569,67	- 1 230,33	- 1 230,33	2 369,67	1 169,67	569,67	3 569,67	
4 987,53	3 757,20	2 526,87	4 896,54	6 066,22	6 635,89	10 205,56	

Budget prévisionnel de trésorerie sur 3 ans

	Année 1	Année 2	Année 3
Apport personnel	-	-	-
Emprunt	12 152,99	-	-
Subvention	10 000,00	-	-
Autres financements	4 000,00	-	-
Vente de marchandises	80 568,00	104 738,40	109 975,32
Vente de services	3 601,50	4 681,95	4 916,05
Chiffre d'affaires (total)	84 169,50	109 420,35	114 891,37
Immobilisations incorporelles	510,00	510,00	510,00
Immobilisations corporelles	11 018,00	11 018,00	11 018,00
Immobilisations (total)	11 528,99	11 528,00	11 528,00
Variations de stocks	5 952,00	7 737,60	8 124,48
Echéances emprunt	3 630,60	3 630,60	1 630,59
Achat de marchandises	40 284,00	52 369,20	54 987,66
Charges externes	26 898,48	27 003,72	27 000,92
Impôts et taxes	-	-	-
Salaires employés	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-
Prélèvement dirigeants	12 000,00	14 052,00	18 000,00
Charges sociales dirigeants	4 445,30	8 466,62	9 455,53
Total charges de personnel	16 445,30	22 518,62	27 455,53
Frais bancaires, charges financières	705,56	601,56	498,66
Total des décaissements	100 116,93	83 003,52	83 619,17
Total des encaissements	110 322,49	109 420,35	114 891,37
Solde précédent	-	10 205,56	36 622,39
Solde de l'année	10 205,56	26 416,83	31 272,20
Solde de trésorerie (cumul)	10 205,56	36 622,39	67 894,59

Annexe M: Projet Cabane – Bilan financier prévisionnel sur trois ans

Années	1	2	3
ACTIF immobilisé	11 529€	9 265€	7 001€
Immobilisations incorporelles	510€	450€	390€
Immobilisation corporelles	11 018,99€	8 815,19€	6 611,39€
ACTIF circulant	10 830€	27 228€	32 124€
Valeurs disponibles	10 206€	26416,83	31272,2
Stocks	624€	811€	852€
Créances subv fonctionnement	0	0	0
Créances subv investissement	0	0	0
Créances clients	0	0	0
TOTAL actif	22 359€	36 493€	39 125€
Capitaux propres	4000		
Capital individuel	0		
Don	4000		
Subvention	10000		
Dettes	8699	5141	3517
Emprunt LT	8699	5141	3517
Emprunt CT	0		
TOTAL passif	22699	5141	3517