



La république algérienne démocratique et populaire  
Ministère de l'enseignement supérieur et la recherche  
scientifique  
Ecole supérieure de management Tlemcen  
Incubateur de l'école supérieure de management Tlemcen



Projet pour obtenir un diplôme/start-up dans l'Arrêté Ministériel 12-75

Spécialité : management et stratégie d'entreprise

Titre du projet :

**" Le MultiTraditionnel "**

**Restaurant**



Présenté par l'étudiante : Guemmour Cheima

Date de discussion : 12/ 07/ 2023

| Nom et prénom          | Grade               | Qualité           |
|------------------------|---------------------|-------------------|
| Dr. BOURI Sarah        | Maître conférence A | Présidente        |
| Dr. BRAHIMI Assia      | Maître conférence A | Encadrante        |
| Pr. BESSOUH Nadira     | Professeure         | Co-encadrante     |
| Dr. MEZIANE Tadj       | Maître conférence A | Examinateur       |
| Dr. TABET DERRAZ Imene | Maitre conférence A | Membre incubateur |
|                        |                     |                   |

**Carte d'information:**

**Année universitaire : 2022/2023**

## **À propos de l'équipe d'encadrement du groupe de travail**

### **1- Équipe d'encadrement :**

| <b>Equipe d'encadrement</b>                            |  |
|--|--|
| <b>Encadrante principale :</b><br><b>BRAHIMI Assia</b> | <b>Spécialité :</b><br><b>Management de l'organisation</b> |
| <b>Co-encadrante :</b><br><b>BESSOUH Nadira</b>        | <b>Spécialité :</b><br><b>Sciences économiques</b>         |

### **2- Equipe de projet :**

| <b>Equipe de projet</b>                      | <b>Spécialité</b>                              | <b>Faculté</b>                                |
|--|--|---|
| <b>Etudiante :</b><br><b>Guemmour Cheima</b> | <b>Management et stratégie des Entreprises</b> | <b>Ecole supérieure de management Tlemcen</b> |

***Remerciement***

*Avant tout, nous remercions Dieu "ALLAH" le tout puissant de nous avoir accordé la force, le courage et la patience pour travailler.*

*Nous adressons nos remerciements à l'encadrante Mme.BRAHIMI Assia pour sa disponibilité, sa patience qui nous a permis de réaliser ce travail dans de bonnes conditions.*

*Nous tenons à remercier la Co-encadrante Mme.BESSOUH Nadira et les membres du jury d'avoir accepté l'évaluation de notre travail*

## Dédicace

*A ma chère mère ..*

*Les mots expressifs soient-ils restés faibles pour énoncer mon affection, mon amour et ma reconnaissance hautement profonde.*

*A mon cher père ..*

*Toutes les lettres ne sauraient trouver les mots qu'il faut, tous les mots ne sauraient exprimer ma gratitude.*

*A mes très chères sœurs ..*

*En témoignage de l'attachement, de l'amour et de l'affection que je porte pour vous*

*A mon chat ...*

*Qui m'aime sans conditions*

*A mes nièces ...*

*Nabahat et Halla*

*A mon encadrante ...*

*Madame BRAHIMI Assia*

*A mes chères proches amies ...*

# Table des matières

## Table des matières

| Objet  | Page |
|--|------|
| Remerciement                                   | -    |
| Dédicace                                       | -    |
| Table des matières                             | -    |
| Liste des tableaux, des figures et des annexes |      |
| Liste des tableaux                             |      |
| Liste des figures                              | -    |
| Liste des annexes                              |      |
| Introduction générale                          | 13   |
| Premier axe : Présentation du projet           |      |
| L'idée de projet                               | 18   |
| L'aspect juridique                             | 18   |

|  |    |
|--|----|
| Les valeurs proposées                              | 27 |
| L'équipe de travail                                | 27 |
| L'objectifs du projet                              | 29 |
| Calendrier de réalisation du projet                | 30 |
| Deuxième axe : Aspects innovants                   |    |
| Nature d'innovation                                | 32 |
| Domaine d'innovation                               | 32 |
| Troisième axe : Analyse stratégique du marché      |    |
| Segment de marché                                  | 36 |
| Mesure de l'intensité de concurrence               | 36 |
| Stratégie marketing                                | 41 |
| Quatrième axe : Plan de production et organisation |    |
| Le processus du service de restaurant              | 46 |
| Les principaux partenaires                         | 49 |
| Cinquième axe : Plan financier                     |    |
| Les Coûts et les charges                           | 52 |
| Remboursement : estimation des ventes              | 56 |
| Sixième axe : Prototype expérimental               |    |
| Le logo du restaurant                              | 66 |
| Le plan en 2D du restaurant                        | 67 |
| Zone du projet : Rue Larbi Ben M'hidi              | 68 |
| Vélo TECELA (vélo générateur)                      | 69 |
| Conclusion   |    |
| Bibliographie                                      |    |
| Liste des Annexes                                  |    |
| Résumé du projet                                   |    |

# **Liste des tableaux, des figures et des annexes**

## **Liste des tableaux**

| <b>Numéro du tableau</b> | <b>Intitulé du tableau</b>  | <b>Page</b> |
|--------------------------|---|-------------|
| <b>1</b>                 | Synthèse des circonstances nécessitant l'élaboration d'un business plan       | <b>15</b>   |
| <b>2</b>                 | Tableau récapitulatif représente la fiche technique du projet                 | <b>26</b>   |
| <b>3</b>                 | Tableau représente un calendrier de réalisation du projet                     | <b>30</b>   |
| <b>4</b>                 | Déterminaison de la clientèle cible   | <b>36</b>   |
| <b>5</b>                 | Classement des 10 meilleurs restaurant à Alger                                | <b>37</b>   |
| <b>6</b>                 | Classement des journaux selon leurs parts de lecteurs                         | <b>42</b>   |
| <b>7</b>                 | Détermination des besoins du projet en termes d'équipement et des fournitures | <b>52</b>   |
| <b>8</b>                 | Matériels pour la grande salle (patio)  | <b>54</b>   |
| <b>9</b>                 | Les coûts totaux du système TECELA  | <b>54</b>   |
| <b>10</b>                | Détermination des besoins en matière première du projet                       | <b>54</b>   |
| <b>11</b>                | Dépenses des services nécessaires au projet                                   | <b>55</b>   |
| <b>12</b>                | Détermination des besoins en main d'œuvre du projet                           | <b>55</b>   |
| <b>13</b>                | D'autres charges  | <b>55</b>   |
| <b>14</b>                | Frais administratifs  | <b>55</b>   |
| <b>15</b>                | Frais du marketing  | <b>56</b>   |

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| <b>16</b> | Les plats traditionnels proposés par notre restaurant    | <b>57</b> |
| <b>17</b> | Série de produits pour barbecue                          | <b>59</b> |
| <b>18</b> | Plats sucrés et desserts                                 | <b>59</b> |
| <b>19</b> | Liste des salades et d'apéritifs                         | <b>60</b> |
| <b>20</b> | Liste des boissons gazeuses et jus                       | <b>61</b> |
| <b>21</b> | La répartition mensuel des ventes pour la première année | <b>62</b> |
| <b>22</b> | La répartition mensuel des ventes pour la deuxième année | <b>63</b> |
| <b>23</b> | La répartition des vents pour la troisième année         | <b>64</b> |
| <b>24</b> | Les gains mensuels générer à partir du système TECELA    | <b>64</b> |

## Liste des figures

| <b>Numéro du figure</b> | <b>Intitulé du figure</b>  | <b>Page</b> |
|-------------------------|--|-------------|
| <b>1</b>                | La nature d'innovation du projet                                     | <b>32</b>   |
| <b>2</b>                | Les cinq forces de porter  | <b>41</b>   |
| <b>3</b>                | Les critères qui fidélisent les clients                              | <b>44</b>   |
| <b>4</b>                | Les critères qui incitent les clients à tester un nouveau restaurant | <b>44</b>   |
| <b>5</b>                | Processus du service   | <b>46</b>   |
| <b>6</b>                | L'organigramme du restaurant   | <b>49</b>   |
| <b>7</b>                | Le logo du restaurant  | <b>66</b>   |
| <b>8</b>                | Plan en 2D du restaurant fait par logiciel LIZA HOME                 | <b>67</b>   |
| <b>9</b>                | Carte géographique de la zone d'implantation du projet               | <b>68</b>   |
| <b>10</b>               | Comment fonctionne un générateur d'électricité                       | <b>69</b>   |
| <b>11</b>               | Les matériaux nécessaires à utiliser                                 | <b>70</b>   |
| <b>12</b>               | Support de vélo  | <b>71</b>   |
| <b>13</b>               | Faire un support pour la roue d'avant                                | <b>72</b>   |
| <b>14</b>               | Cadre de vélo  | <b>72</b>   |
| <b>15</b>               | Vélo TECELA  | <b>73</b>   |

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| <b>16</b> | Relier directement la chaîne au moteur | <b>74</b> |
| <b>17</b> | Option de la roue arrière              | <b>75</b> |
| <b>18</b> | Option Chaîne vers Moteur              | <b>76</b> |
| <b>19</b> | Moteur du scooter                      | <b>77</b> |
| <b>20</b> | Batterie de voiture 12V                | <b>79</b> |

### **Liste des annexes**

| <b>Numéro de l'annexe</b> | <b>L'intitulé de l'annexe</b> |
|---------------------------|-------------------------------|
| 01                        | Business model canva          |
| 02                        | Bilan d'ouverture du projet   |
| 03                        | Tableau de flux de trésorerie |
| 04                        | Le compte de résultat         |

# **Introduction**

# Introduction

Le présent business plan a pour but de présenter notre projet de restaurant traditionnel, qui se veut être un lieu où nos clients pourront plonger dans une expérience culinaire authentique et immersive. En tant qu'amoureux de la cuisine traditionnelle, notre objectif est de créer un espace où nos convives pourront découvrir et déguster des plats inspirés de recettes ancestrales, tout en bénéficiant d'un service attentionné et chaleureux.

Nous sommes profondément convaincus que le patrimoine culinaire d'une région est un véritable trésor qu'il faut préserver et partager. C'est pourquoi nous avons pris la décision d'ouvrir un restaurant mettant en avant les saveurs et les techniques traditionnelles propres à notre région. En proposant des plats préparés avec des ingrédients de qualité, des recettes transmises de génération en génération, et en recréant une ambiance qui reflète les valeurs et l'authenticité de notre culture, notre ambition est de créer une expérience inoubliable pour nos clients.

Ce business plan détaillera notre vision, notre mission, ainsi que les différentes étapes nécessaires pour concrétiser notre projet. Nous aborderons également notre positionnement sur le marché, nos objectifs financiers et les stratégies que nous mettrons en place pour attirer et fidéliser notre clientèle. Par ailleurs, nous examinerons les aspects opérationnels tels que la gestion des ressources humaines, la sélection des fournisseurs et l'élaboration de notre menu.

Nous sommes convaincus que notre concept unique et notre engagement envers l'excellence nous permettront de nous démarquer sur le marché de la restauration. Nous sommes impatients de concrétiser notre vision et de partager notre passion pour la cuisine traditionnelle avec les amateurs de bonnes saveurs.

- **La réalisation d'un business plan**

Un business plan peut être rédigé à différentes occasions et revêt une importance capitale dans la création ou la reprise d'une entreprise par une personne et ses éventuels associés. De plus, il joue un rôle essentiel lorsque divers services de l'entreprise (stratégie, marketing, financier) se réfèrent à lui pour le lancement d'un nouveau produit, l'expansion vers de nouveaux marchés, la gestion de partenariats, les fusions ou acquisitions d'entreprises, ainsi que pour la recherche de financements. Le document s'adresse généralement aux parties prenantes du projet, incluant les futurs investisseurs, les rédacteurs eux-mêmes, ainsi que les personnes ou services impliqués (qu'ils soient internes à l'entreprise ou externes, publics ou privés) afin de suivre les différentes opérations.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Michel kalika, jean-Pierre Helfer, Management cas et applications (2 Ed), Vuibert,2007, France, page 291

# **Introduction**

Le principal objectif du document en question est d'évaluer la pertinence, la faisabilité et la viabilité d'un projet. Dans un premier temps, il permet aux rédacteurs d'effectuer une analyse critique initiale. Ensuite, il joue un rôle de support commercial pour convaincre les parties impliquées dans le projet. Il est important de noter qu'il peut exister plusieurs versions du document, adaptées en fonction des destinataires, avec certaines informations jugées nécessaires pour certains et non pour d'autres. De plus, le document peut être réévalué et ajusté tout au long des différentes phases du projet. Il sert donc de point de référence dans la mise en place et le suivi du projet.

- **Définitions du business plan :**

La première définition : il s'agit d'un document écrit décrivant tous les éléments internes et externes liés à un domaine d'activité spécifique ou liés à de nouvelles activités commerciales. Ce plan représente un cadre complet pour les plans opérationnels (plan de production, plan marketing, plan financier et des plans des ressources humaines)<sup>2</sup>

La deuxième définition : il s'agit d'un document officiel préparé et élaboré pour décrire le travail pour lequel il est préparé. Il est utilisé pour examiner les aspects de faisabilité d'une idée d'entreprise, ainsi que pour obtenir un financement adéquat. Il sert également de feuille de route pour les activités et les opérations futures.<sup>3</sup>

La troisième définition : Le business plan, ou plan d'affaires<sup>1</sup>, est le document de synthèse de présentation d'un projet d'investissement ou de l'évolution à moyen terme d'une entreprise. Les investissements font de plus en plus l'objet d'une étude préalable détaillée, aussi bien au sein des entreprises que dans les banques et auprès des investisseurs. L'importance des montants en jeu et les aléas, tout comme l'exigence accrue de rentabilité de la part des actionnaires, expliquent le recours croissant à cette technique.<sup>4</sup>

- **Les différents aspects qu'on devra aborder dans ce document :**

Dans le cadre de la reprise ou de la création d'une entreprise, plusieurs aspects doivent être abordés dans un business plan afin d'évaluer et de prouver la pertinence, la faisabilité et la viabilité d'un projet. Ainsi on retrouve les éléments suivants :

---

<sup>2</sup> علاء عباس و محمد السالمي رياضة الاعمال و المشاريع دار التعليم الجامعي للطباعة و للنشر و التوزيع طبعة الاولى مصر 2020 ص 79

<sup>3</sup> طاهر محسن منصور الغالبي ادارة و استراتيجية منظمات الاعمال المتوسطة و الصغيرة دار وائل عمان الطبعة الاولى الاردن 2009 ص

<sup>4</sup> David Brault, Michel Sion, Réussir son Business Plan (3 Ed), DUNOD, Paris, France, 2013. Page 4

## Introduction

- Juridique : nom de l'entreprise, nom juridique
- Marketing : analyse des client, analyse des concurrents, politique de prix
- Commercial : offre (service et/ ou produits), cibles, plan d'action
- Gestion des ressources humaines : effectif, recrutement, politique salariale
- Logistique : approvisionnement, achats et distributions
- Financier : compte de résultat, trésorerie, plan de financement, bilan<sup>5</sup>

**Tableau N°01 : Synthèse des circonstances nécessitant l'élaboration d'un business plan**

| /  | A utilisation interne   | A utilisation externe   |
|--|---|---|
| Business plan financier portant sur l'ensemble de l'entreprise | Validation des orientations stratégiques et des plans d'actions vis-à vis de l'actionnaire ou de la société mère    | Levée de capitaux : capital, emprunt, subvention, valorisation de l'entreprise par la méthode des DCF dans le cadre d'une acquisition/cession ou d'une augmentation de capital<br>Retournement : estimer les chances de survie et conditions et redressement d'une entreprise en difficulté |
| Business plan projet   | Faire adopter un projet interne à l'entreprise, marchand ou non marchand dans le cadre d'une procédure de sélection | Réponse à appel d'offres générant des flux de trésorerie (partenariats publics- privé, BTP, développement de nouveaux produits spécifiques), calculer la rentabilité d'un investissement pour son client.   |

Source : David Brault, Michel Sion, opcit, p 4

---

<sup>5</sup> Michel kalika, jean-Pierre Helfer, opcit, page 292

- **Les finalités du business plan.**

- Vendre son projet. Son rôle principal est de convaincre de l'intérêt d'un projet afin de le faire adopter ou financer.
- Au préalable, la structure du business plan aide le porteur du projet à le concevoir : ce dernier doit fournir des réponses convaincantes sur chaque thème qui doit figurer dans le business plan. Il est très utile de prévoir au sein de l'entreprise un modèle de trame et financier type pour assister les responsables de projet.
- Il facilite également le dialogue entre le responsable du projet et les décideurs. La communication autour du business plan n'est pas unidirectionnelle. Après avoir étudié le projet, les destinataires du business plan peuvent, grâce à leur expérience, réagir, proposer leur propre vision et suggérer d'autres alternatives.
- Le business plan constitue également un outil de gestion du projet tout au long de son cycle de vie. Malheureusement, une fois que le projet est approuvé, le business plan est parfois relégué au second plan, sans que les réalisations ne soient comparées aux prévisions initiales. Cependant, le suivi annuel permet de détecter les erreurs ou les biais systématiques commis lors de l'élaboration des projets précédents et de les corriger pour les projets futurs. Il incite ainsi les responsables de projet à exercer une certaine prudence lors de l'élaboration de leurs prévisions, favorisant une approche plus réaliste et adaptée à la réalité du projet.
- Il joue ensuite et surtout un rôle crucial dans la gestion du projet tout au long de sa durée de vie. Certains plans d'action sont définis dans le business plan initial, tels que décider du lancement d'une nouvelle phase d'investissement en cas de succès, ou au contraire, mettre en place un plan de repli en cas d'échec. La performance d'un projet commercial est souvent évaluée en utilisant la comptabilité analytique. Ainsi, une fois que le projet commercial est validé, l'entreprise transforme les prévisions de revenus en objectifs budgétaires. Les réalisations sont ensuite comparées à ces objectifs. Cependant, la comptabilité analytique ne permet pas toujours de mesurer efficacement la performance du projet, en particulier pour les projets non commerciaux. Dans ces cas, il est nécessaire d'établir un tableau de bord de suivi du projet qui inclut des indicateurs clés de réussite, tels que la mesure des gains de productivité, l'amélioration du taux de service, l'augmentation de la satisfaction client, etc. Ces indicateurs clés de réussite permettent à leur tour d'évaluer la rentabilité du projet.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> David Brault, Michel Sion, opcit Page 7 et 8

# Premier axe : Présentation du projet

# Premier axe : Présentation du projet

## 1- L'idée de projet :

Notre projet trouve son origine dans notre expérience, nos observations et l'expression de nos envies. L'idée a été développée à travers un article qui a révélé que l'Algérie a signé un contrat avec l'ambassade américain afin de préserver et protéger le patrimoine algérien contre le vol et le pillage.

Notre projet est donc la création d'un restaurant traditionnel à thème, le site étant composé de quatre coins de cultures différentes, où chaque coin représente une région (est, centre, ouest et sud). Tous les clients pourront choisir leurs repas et les payer à la caisse puis chaque personne dégustera son plat choisi autour d'une table située dans le coin de la région choisi. Notre objectif est de le transformer en une start-up qui propose un service innovatif à ses clients qui est le vélo TECELA.

TECELA est un système de génération électrique sous forme de vélo où le client pédale durant son attente afin de transformer l'énergie mécanique produite en énergie électrique pour diminuer le coût de son repas et nous offre de l'électricité qui alimente une partie de notre restaurant.

Les restaurants sont considérés comme un élément essentiel du secteur du tourisme. Ils représentent également une vitrine du pays touristique et attirent certains visiteurs. Les bons restaurants créent une atmosphère de confort, de tranquillité et de bonheur pour leurs invités, et leur importance n'est pas moindre que celle de tout autre service de la vie moderne. Ils offrent un service essentiel et nécessaire à la vie des individus, en plus de leur rôle de divertissement en changeant les habitudes, les traditions, l'ambiance et le type de nourriture. De nos jours, les restaurants proposent des services hauts de gamme et distinctifs.

Actuellement, les restaurants se sont multipliés et diversifiés, devenant une importante source économique pour les investisseurs et un service essentiel pour les citoyens. Ils se sont répandus presque partout, que ce soit à l'intérieur des villes, dans les déserts, les montagnes ou le long des routes, etc.

## 2- Aspect juridique :

### 2-1 Formes juridiques de création d'entreprise :

Le choix de la forme juridique appropriée est crucial dans le développement du projet de la Fondation, car cette étape importante doit être étudiée en tenant compte de plusieurs facteurs

## Premier axe : Présentation du projet

tels que le nombre de partenaires, la protection du patrimoine, la taille du projet, le capital et les impôts.

La loi algérienne sur les sociétés distingue deux lois principales<sup>7</sup>, à savoir :

### a) Personne physique :

Ce modèle est généralement destiné aux entreprises de taille modeste, et n'a pas besoin de statut juridique, même sa création est simple. L'achèvement des procédures et la formation du dossier d'enregistrement au registre du commerce sont rapides. Sa remise de dette d'entreprise peut s'étendre aux biens personnels. L'inscription au registre du commerce confère la qualification du commerçant.

### b) Personne morale :

- Entreprise individuelle et société à responsabilité limitée :

Il s'agit d'une entreprise individuelle, une personne physique peut être le seul partenaire d'une société à responsabilité limitée, une LLC ne peut pas avoir un partenaire unique. Une autre société à responsabilité limitée composée de la personne qui est inspirée.

L'inscription au registre du commerce confère la personnalité juridique de la société et accorde la qualification du commerçant au gérant. Le capital est librement déterminé par l'associé dans les statuts de la société. Les biens personnels de l'initiateur sont séparés des biens privés de la société. La société à responsabilité limitée est constituée entre associés qui ne supportent pas de pertes sauf dans la limite des parts sociales accompagnées d'un état du capital social.

- Société à responsabilité limitée :

Il s'agit d'une entreprise, qui doit être composée d'un minimum de deux personnes et d'un maximum de cinquante (50) personnes. Si une entreprise compte plus de cinquante (50) associés, elle doit être transformée en société dans un délai d'un an. Dans le cas contraire, elle sera dissoute, à moins que, pendant ladite période, le nombre des associés ne soit égal ou inférieur à cinquante (50).

---

<sup>7</sup> Guide de création de fondation, disponible à l'adresse (<https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>), date de visite (18/04/2023).

## Premier axe : Présentation du projet

L’inscription au registre du commerce ne donne la personnalité juridique de la société et la qualification du commerçant qu’aux dirigeants. Le capital de la société à responsabilité limitée est librement désigné par les actionnaires dans les statuts de la société. Il est divisé en parts égales, mais ne peut être inférieur à 100 000 DZD. La valeur nominale des actions est fixée à au moins 100 dinars.

- Société avec actions pour société en commandite :

C’est un partenariat, généralement une entreprise familiale. Le nombre minimum d’associés est de deux (2) et il n’y a pas de capital social minimum, ce dernier est divisé en actions. L’inscription au registre du commerce de la société donne à la personnalité juridique et à tous les associés la qualification de commerçants, et tous les associés répondent indéfiniment aux dettes de la société. La gestion appartient à tous les associés, sauf disposition contraire dans les statuts, les actions ne peuvent être transférées qu’avec le consentement de tous les actionnaires.

- Société par actions :

C’est une société de capitaux, qui est un modèle par excellence pour les grandes entreprises, elle regroupe au moins sept (07) actionnaires hors société à capitaux publics. Le capital social minimum de sa constitution est de cinq millions (5.000.000) de dinars dans le cas d’une offre publique et d’un million (1.000.000) dinars dans le cas contraire. Il est soit dirigé par un Conseil d’Administration composé d’au moins trois (03) et douze (12) membres, présidé par un Directeur Général ou un Président assisté d’un ou deux cadres dirigeants, soit par un Conseil d’Administration composé de 03 à 05 membres contrôlé par un Conseil de Surveillance de 07 à 12 membres. Le fonctionnement des organes directeurs est soumis à des règles strictes. La responsabilité des actionnaires à l’égard des dettes de la société est à la hauteur de leurs apports. L’inscription au registre du commerce est accordée La personnalité juridique de la société et la qualité des commerçants des membres du Conseil d’Administration.

- Société à responsabilité civile simple :

Il s’agit d’une société hybride composée de personnes pour les commandités et de capital pour les commanditaires. Le capital est divisé en actions et la société est gérée par un ou plusieurs dirigeants. L’inscription au registre du commerce de la société confère à la personnalité juridique et aux commandités le statut de commerçants, les commandités répondent indéfiniment aux dettes de la société, et les commanditaires ne font pas face aux dettes de la société qui s’élèvent à leurs apports. Cette forme de partenariat est encore très rare en Algérie.

- Partenariat solidaire :

## Premier axe : Présentation du projet

Il s'agit d'une société mixte de commandités et de capital d'associés commanditaires, composée d'un ou de plusieurs commandités et commanditaires, et le nombre d'associés commanditaires ne peut être inférieur à trois (3). Le capital minimum de sa constitution est de cinq millions (5.000.000) dinars en cas d'introduction en bourse et d'un million (1.000.000) dinars s'il n'est pas généralement disponible. Il peut être géré par un ou plusieurs gestionnaires. L'inscription au registre du commerce donne la personnalité juridique de la société et la qualité des commerçants aux commandités, et les commandités répondent indéfiniment et plusieurs dettes de la société, les commanditaires sont les actionnaires et ne supportent que des pertes à hauteur du montant de leurs apports. Cette forme de société n'est pas répandue en Algérie.

### **2.2 Procédure de création d'entreprise :**

La création d'une organisation nécessite les actions suivantes <sup>8</sup>:

a) Enregistrement au Centre national d'enregistrement commercial

L'établissement ou l'exercice d'une activité commerciale en général nécessite l'inscription au registre du commerce tel que prévu à l'article 4 de la loi 04-08 du **27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, relative aux conditions d'exercice des activités commerciales**. Qui stipule : « Toute personne physique ou morale désireuse d'exercer une activité commerciale est tenue d'être inscrite au registre du commerce, et celle-ci ne peut être contestée en cas de litige ou de litige que devant les autorités judiciaires compétentes. Cet enregistrement accorde le droit au libre exercice de l'activité commerciale, à l'exception des activités réglementées et des professions soumises à inscription au registre du commerce dont l'exercice est soumis à l'obtention d'une licence ou d'une accréditation précisant le modèle de l'extrait du registre du commerce et son contenu par voie réglementaire. »<sup>9</sup>

L'article 4 du décret exécutif n° 97-41 du 9 ramadan 1417 correspondant au 18 janvier 1997, relatif aux conditions d'inscription au registre du commerce, précise également les commerçants qui sont tenus par la loi de s'inscrire au registre du commerce, comme suit :<sup>10</sup>

- Tout commerçant, personne physique ou morale.

---

<sup>8</sup> Guide de création de fondation, disponible à l'adresse (<https://and.dz/guide-de-creation-dentreprise/>), date de visite (18/04/2023).

<sup>9</sup> Loi n° 04-08 du Le 27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 18 août 2004, Algérie,  
SUIS 4- 9.

<sup>10</sup> Décret exécutif n° 97-41 du 9 ramadan 1417 correspondant au 18 janvier 1997Journal officiel de la République algérienne, No 5, 19 janvier 1997, Algérie,  
SUIS 10-15.

## Premier axe : Présentation du projet

- Tout établissement commercial basé à l'étranger qui ouvre en Algérie une agence, une succursale ou tout autre établissement.
- Toute personne morale commerciale dans sa forme ou objet commercial domiciliée en Algérie ou y ouvre une agence, une succursale ou toute autre institution.
- Toute personne physique ou morale exerçant une activité est légalement soumise à inscription au registre du commerce.
- Toute représentation commerciale ou agence commerciale d'États, de groupes ou d'institutions publiques étrangers.
- Chaque locataire gère un magasin.
- Tout établissement artisanal et tout prestataire de services, qu'il s'agisse d'une personne physique ou morale.

Le décret exécutif n° 15-249 du 15 **Dhu al-Hijjah 1436 correspondant au 29 septembre 2015** définit le contenu, l'orientation et les conditions de fonctionnement du Code des activités économiques soumises à inscription au Registre du commerce.<sup>11</sup>

- Production de biens.
  - Les services.
  - Exportation.
  - Entreprises de production artisanale.
  - Importation pour revente sur statut.
  - Distribution au détail (continentale et non continentale).
  - Distribution en gros.
- Pour compléter ce processus, les documents suivants doivent être soumis :<sup>12</sup>

### i **Pour une personne physique :**

Le dossier doit contenir les documents suivants :

---

<sup>11</sup> Décret exécutif n° 15-249 du 15 Dhu al-Hijjah 1436 correspondant au 29 septembre 2015, Journal officiel de la République algérienne, Numéro 52, 30 septembre 2015, Algérie, p 5-7.

<sup>12</sup> Décret exécutif n° 15-111 du 14 Rajab 1436 correspondant au 3 mai 2015, Journal officiel de la République algérienne, numéro 24, 13 mai 2015, Algérie, p 4-8.

## **Premier axe : Présentation du projet**

1/ Une demande signée et écrite sur les formulaires soumis par le Centre national du registre du commerce.

2/ Preuve de l'existence d'un magasin qualifié pour recevoir une activité commerciale en soumettant :

- Titre de propriété ou contrat de bail
- Ou une concession pour un conteneur immobilier qui contient l'activité commerciale
- Ou toute décision de contrat ou de licence émise par une autorité publique

3/ Réception du paiement des droits de timbre fiscal stipulés dans la législation fiscale en vigueur (4000 DZD).

4/ Réception du paiement des droits d'enregistrement au registre du commerce comme spécifié dans la réglementation applicable.

5/ Une copie de la carte de résident pour les personnes soumises à une nationalité étrangère.

6/ Une copie de la licence ou de l'accréditation provisoire reçue par les services compétents lorsqu'il s'agit d'exercer des activités ou des professions réglementées.

### **ii Pour une personne morale :**

Le dossier doit contenir les documents suivants :

1/ Une demande signée et écrite sur les formulaires soumis par le Centre national du registre du commerce.

2/ Preuve de l'existence d'un magasin qualifié pour recevoir une activité commerciale en soumettant :

- Titre de propriété ou contrat de bail
- Ou une concession pour un conteneur immobilier qui contient l'activité commerciale
- Ou toute décision de contrat ou de licence émise par une autorité publique

3/ Copie (01) des statuts contenant la constitution de la société ou copie du texte constitutif de la société dans le cas d'une institution publique à caractère industriel et commercial.

4/ Une copie de l'annonce de publication des statuts de la société dans la publication officielle des annonces légales.

## Premier axe : Présentation du projet

5/ Réception du paiement des droits de timbre fiscal stipulés dans la législation fiscale en vigueur (4000 DZD).

6/ La réception du paiement des droits d'enregistrement au registre du commerce est celle spécifiée dans la réglementation applicable.

7/ Une copie de la licence ou de l'accréditation provisoire reçue par les autorités compétentes en matière d'exercice d'activités ou de professions réglementées, comme le stipule l'article 25 de la loi 04-08 : « L'exercice de toute activité ou profession réglementée soumise à inscription au registre du commerce est subordonné à l'obtention avant son inscription au registre du commerce d'une licence temporaire ou d'une accréditation accordée par les départements ou organismes compétents. »<sup>13</sup>

✓ Il convient de noter que la personne concernée doit s'assurer de l'exactitude des informations contenues dans le dossier, car quiconque, de mauvaise foi, fait des déclarations inexactes ou fournit des informations incomplètes dans le but d'être inscrite au registre du commerce est puni d'une amende de 50.000 à 500.000 dinars (article 33 de la loi 04-08).<sup>14</sup>

✓ À l'heure actuelle, afin d'améliorer le service public, l'extrait du registre du commerce est délivré dans les 24 heures suivant la date de remise du récépissé de dépôt.

### b) Extraction de cartes fiscales (NIF)

Lorsque l'établissement est enregistré auprès du Centre National du Registre du Commerce, il se verra attribuer un numéro d'identification qui sera utilisé dans toutes ses démarches administratives et même auprès de l'Administration fiscale algérienne, l'institution nouvellement créée doit s'inscrire à la TVA pour pouvoir régler ses obligations fiscales, pour ce faire, le gestionnaire doit soumettre les documents suivants :

- 1) Une copie certifiée conforme de l'enregistrement commercial.
- 2) Un formulaire présenté par l'inspection des impôts signé et visé au nom de l'institution.
- 3) Titre de propriété de la boutique commerciale ou contrat de bail notarié (au nom de l'établissement).
- 4) Formes juridiques du fondateur.

---

<sup>13</sup> Loi n° 04-08 du Le 27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, op. cit., SUIS ص 4- 9.

<sup>14</sup>Dr Brahimi Assia, Conférences sur le droit 04-08, adressées aux étudiants de quatrième année, majeure en gestion financière, Département de la deuxième phase, École supérieure d'administration des affaires, Tlemcen, 2022/2023, p. 3.

## Premier axe : Présentation du projet

### c) Extraire le numéro d'identification statistique (NIS)

Pour obtenir le numéro d'identification statistique (RTA), un fichier administratif doit être soumis aux services statistiques des annexes régionales de l'Office national de statistique. Ce fichier varie selon le type d'institution (personne morale ou personne physique), et se compose des documents énumérés ci-dessous.

#### Personnes physiques

1. Une copie de la fiche fiscale ou de la déclaration de présence
2. Une copie de l'enregistrement commercial ou du permis d'exercice de l'activité ou la carte d'artisan
3. Extrait de l'acte de naissance n° 12
4. Remplissez le formulaire de demande de numéro d'identification statistique avec le cachet de l'institution

#### Personnes morales :

1. Une copie de la fiche fiscale ou de la déclaration de présence
2. Une copie de l'enregistrement commercial ou du permis d'exercice de l'activité
3. Remplissez le formulaire de demande de numéro d'identification statistique avec le cachet de l'institution

### d) Ouverture d'un compte bancaire

Chaque institution doit avoir son propre compte bancaire. Les documents requis sont les suivants :

- 1) Registre du commerce.
- 2) Avis du Bulletin officiel des annonces légales BOAL.
- 3) Sauf pour les formes juridiques de l'institution.
- 4) Enregistrement fiscal.

### **2-3 L'étude juridique du restaurant "Le MultiTraitonnelle"**

-Activité de restauration avec un service à table, restaurant à thème et spécialisé offrant un choix entre plusieurs types de plats

-Associant les activités de restauration et la vente des boissons non alcoolisées

-Activité réglementée (601208)

-La dénomination légale de l'activité est : restaurant

## Premier axe : Présentation du projet

Et selon le code des activités économiques sous réserve d'inscription du registre de commerce.

### La forme juridique du restaurant :

- ✓ Le choix de la forme juridique est crucial dans le développement du projet d'entreprise, car cette étape importante doit être étudié selon plusieurs facteurs tels que le nombre d'associés, la protection du patrimoine, la taille du projet, le capital, les impôts ...
- ✓ Une organisation peut exister selon plusieurs formes selon le code des sociétés algérien on distingue la forme associée à notre projet
- ✓ **La personne physique :** est destinée également aux entreprises de taille modeste, et vous n'avez pas besoin de statut juridique que la création d'un registre de commerce.
- ✓ On va exercer notre activité comme entreprise individuelle à responsabilité limité (EURL), cette forme est choisie pour les raisons suivantes :
  - C'est une institution individuelle
  - Le capital social minimum requis est de 100 000 DZD
  - Les biens meubles du fondateur de l'entreprise sont séparés des biens de son entreprise et ne peuvent être utiliser que qu'en cas de dettes accumulées sur le capital social de l'entreprise
  - L'immatriculation au registre du commerce confère la personnalité juridique de l'entreprise et la capacité du commerçant à procéder à la création d'une entreprise avec des associés, de sorte que cette formule permet à l'opérateur économique qui ne souhaite pas travailler seul et souhaite créer une entreprise avec une personne ou plusieurs personnes, la possibilité de s'engager au nom et au profit de l'entreprise en choisissant la forme juridique qui lui convient et l'aide d'avantage.

**Tableau N°02 : tableau récapitulatif représente la fiche technique du projet**

|                          |                                   |
|--------------------------|-----------------------------------|
| Nom du projet            | Le MultiTraditionnel              |
| Nom du porteur de projet | Guemmour Cheima                   |
| Code d'activité          | 601-208                           |
| Produit du projet        | Service de restauration           |
| Endroit du projet        | Alger centre (rue Arbi Ben Mhidi) |
| Forme juridique          | EURL                              |

## Premier axe : Présentation du projet

|  |      |
|--|------|
| Main d'œuvre                                     | 9    |
| Rentabilité (récupération du chiffre d'affaires) | 1ans |

Source : établir par l'étudiante

### 3- Les valeurs proposées :

Les valeurs proposées peuvent être les suivantes :

- Performance : la qualité et la quantité des plats vont répondre aux attentes des clients.
- Faire participer le client dans la réduction des coûts et donc la réduction des prix.
- Le recyclage de la nourriture qui restante (pelure des légumes et fruits utilisés dans l'industrie de l'alimentation animaux, aussi l'utilisation des huiles collecter dans la fabrication du savon ou destiné à la vente).
- Service de restauration avec un prix bas.
- Faire connaitre notre patrimoine par notre jeune curieux et les touristes étrangers et donc préserver notre patrimoine du vol.
- Dépendance aux énergies renouvelables.
- Maturité : un service nouveau et un nouveau mode de payement d'une manière amusante à travers les vélos d'énergie.
- Gestion des couts ce qu'assure un bon rapport de qualité/ prix.
- Grace aux vélos on va faire amuser le client et occuper son temps d'attente.
- Cultiver les clients en faisant connaitre nos plats avec les décos appropriés.
- Notre service respecte l'environnement et soutien les énergies renouvelables et limite la part des énergies non renouvelables.

### 4- Equipe de travail :

La créatrice et la manager du projet sera diplômée de l'école supérieure de management, avec la spécialité "management et stratégie des entreprises "

La manager du restaurant est responsable de la gestion globale des opérations quotidiennes, de la supervision du personnel et de la garantie de la satisfaction des clients. Voici quelques-unes des principales missions d'un manager de restaurant :

## Premier axe : Présentation du projet

- Gestion du personnel : Recruter, former et superviser le personnel du restaurant, y compris les serveurs, les chefs et les commis de cuisine. Assigner les tâches, établir les horaires de travail, gérer les conflits éventuels et encourager un environnement de travail positif.
- Service client : - Assurer un service client de haute qualité en veillant à ce que les normes et les procédures de service soient respectées.
  - Résoudre les problèmes des clients et de s'assurer leur satisfaction.
  - Répondre aux commentaires et aux plaintes des clients de manière professionnelle.
- Gestion des opérations : Superviser les opérations quotidiennes du restaurant, y compris la gestion des stocks, les commandes d'approvisionnement, le contrôle des coûts alimentaires et la gestion des réservations. S'assurer que le restaurant fonctionne de manière efficace et rentable.
- Contrôle de la qualité : Veiller à ce que la nourriture, les boissons et le service répondent aux normes de qualité et de sécurité alimentaire. Effectuer des contrôles réguliers de la qualité et mettre en place des mesures correctives si nécessaire.
- Gestion financière : Élaborer et gérer le budget du restaurant, surveiller les revenus et les dépenses, et veiller à ce que les objectifs financiers soient atteints. Analyser les rapports financiers et prendre des mesures pour améliorer la rentabilité du restaurant.
- Marketing et promotion : Participer à la planification et à la mise en œuvre de stratégies marketing pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants. Mettre en place des promotions spéciales, des événements ou des partenariats avec d'autres entreprises pour accroître la visibilité du restaurant.
- Respect des réglementations : S'assurer que le restaurant se conforme aux réglementations en matière de sécurité, d'hygiène, d'emploi et d'autres exigences légales. Veiller à ce que les licences et les permis nécessaires soient en ordre.
- Développement du personnel : Encourager et soutenir le développement professionnel de votre équipe en leur offrant des possibilités de formations et de croissance. Établir des objectifs individuels et collectifs, et fournir des évaluations régulières des performances.

## Premier axe : Présentation du projet

- Planification stratégique : Participer à l'élaboration de plans stratégiques à long terme pour le restaurant, y compris l'expansion, l'amélioration des services et la recherche de nouvelles opportunités commerciales.

- Suivi des tendances du marché : Rester informé des dernières tendances dans l'industrie de la restauration, des nouveaux concepts et des attentes des clients. Adapter les offres et les services du restaurant en conséquence.

**Remarque :** Ces missions peuvent varier en fonction de la taille et du type de restaurant, mais elles fournissent une idée générale des responsabilités d'un manager de restaurant.

### 5- Objectifs du projet :

#### a) Objectifs à court terme :

- Développer notre restaurant sur Alger afin d'en faire un lieu apprécié et connu par une population élargie
- Faire progresser notre chiffre d'affaires de manière constante.
- Atteindre un seuil de notoriété fort vis-à-vis de notre cible
- Créer des opportunités d'emploi
- Fidéliser le plus grand nombre des clients

#### b) Objectifs à long terme :

- Notre objectif est de devenir le premier restaurant traditionnel en Algérie au cours des cinq premières années et gagner la plus grande part de marché
- Et même d'élargir l'activité et nous développer partout en Algérie afin d'établir une chaîne de restaurants concurrentielle implantés dans les grandes villes (Oran, Constantine, Ouargla ...)
- Encourager l'investissement dans le même secteur
- Soutenir les énergies renouvelables et limiter l'utilisation des énergies non renouvelables
- Favoriser les industries artisanales locales en signant des contrats avec des fournisseurs et des artisans qui fabriquent des matières premières traditionnelles.

## Premier axe : Présentation du projet

- Faire connaître le patrimoine algérien et même notre pays au niveau international et encourager la destination touristique locale et internationale.
- Améliorer la situation économique et financière de la porteuse de projet

### 6- Calendrier de réalisation du projet :

**Tableau N°03 : représente un calendrier de réalisation du projet**

| /        | <u>Réalisation par semaine</u>  | <u>1</u> | <u>2</u> | <u>3</u> | <u>4</u> | <u>5</u> | <u>6</u> | <u>7</u> |
|----------|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <u>1</u> | Études préalables : choix de l'implantation de l'unité de production, préparation des documents nécessaires | ×        | ×        | ×        |          |          |          |          |
| <u>2</u> | Commande des équipements  |          |          | ×        | ×        |          |          |          |
| <u>3</u> | Location du siège du restaurant   |          | ×        | ×        | ×        |          |          |          |
| <u>4</u> | Equiper le siège at installer les équipements (matériels, tables, décoration)                               |          |          | ×        | ×        | ×        |          |          |
| <u>5</u> | Achat de matière première   |          |          |          |          |          | ×        |          |
| <u>6</u> | Lancement du restaurant   |          |          |          |          |          |          | ×        |

Source : établir par l'étudiante

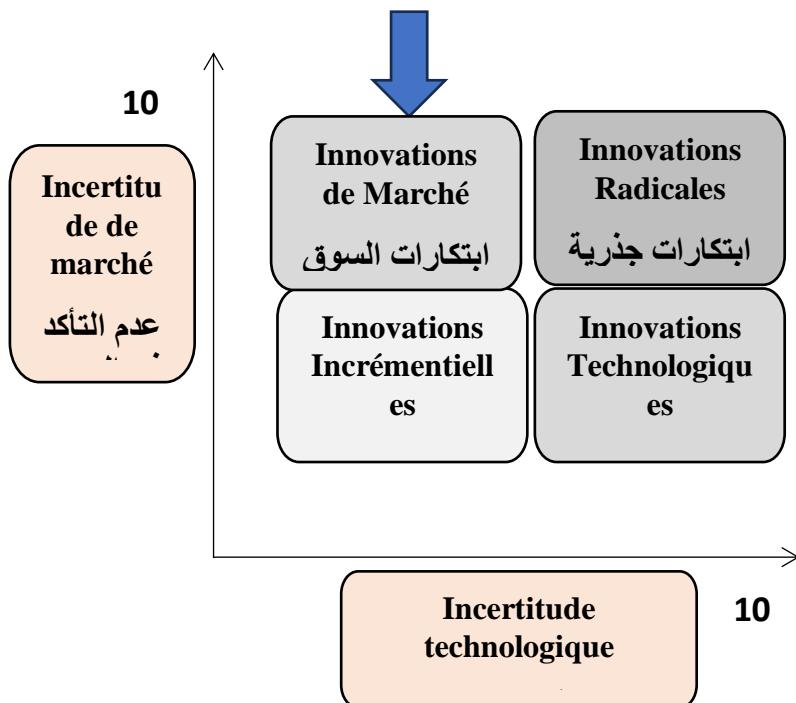


## **Deuxième axe : Aspects innovants**

## Deuxième axe : Aspects innovants

### 1- Nature d'innovation :

**Figure N°01 : la nature d'innovation du projet**



Source : guide du projet pour obtenir un diplôme start-up dans le cadre de l'arrêté ministériel  
12-75, p6

### 2- Domaine d'innovation :

L'innovation peut être définie comme le processus par lequel de nouvelles idées, méthodes, produits ou services sont développés et introduits sur le marché, apportant ainsi une valeur ajoutée et répondant aux besoins ou aux problèmes existants. Il s'agit d'une démarche créative et dynamique visant à transformer des idées novatrices en réalités concrètes.

#### 2-1 Définitions de l'innovation :

1/ Selon Porter (2001) "l'innovation est la clé de la compétitivité des entreprises parce qu'elle conditionne leur capacité à maintenir des avantages concurrentiels durables sur des marchés évolutifs"<sup>15</sup>

<sup>15</sup>HAMITOUCHÉ Fairouze "L'innovation organisationnelle comme solution facilitatrice au passage à l'innovation technologique, revue Namaa pour l'économie et commerce, issue N° 03 : juin 2018, page 1

## **Deuxième axe : Aspects innovants**

2/ Selon Schumpeter, le caractère cyclique de l'économie ne provient ni des transformations sociales, ni des évolutions démographiques, ni des variations de la monnaie. Il trouve son origine dans l'innovation. Schumpeter définit l'innovation comme « les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transports, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle ».<sup>16</sup>

3/ Selon Peter Drucker, en effet, l'innovation consiste en la recherche déterminée et organisée de changement et dans l'analyse systématique des opportunités que de tels changements peuvent offrir en termes de progrès économique ou social (Prax, Buisson *et al.* 2005) : l'innovation est l'acte qui consiste à attribuer à des ressources une nouvelle capacité de créer de la richesse et à en réaliser une diffusion. Une innovation serait ainsi une invention qui a été acceptée par le marché, c'est-à-dire qu'une idée nouvelle produite mais non exploitée, non matérialisée par un produit ou un service resterait seulement une invention. Ainsi l'innovation n'apparaît pas par hasard, mais elle est le fruit d'une capacité du marché à s'approprier de nouveaux usages, en naissant d'une dialectique entre progrès technique et progrès social.<sup>17</sup>

4/ Selon l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) : L'OCDE définit l'innovation comme “la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures”<sup>18</sup>

### **2-2 L'innovation dans le restaurant Le MultiTraditionnel :**

---

<sup>16</sup> L'innovation au cœur de la dynamique du capitalisme selon Schumpeter, site : <https://www.lumni.fr/article/l-innovation-au-coeur-de-la-dynamique-du-capitalisme-selon-schumpeter> consulté le 21/06/2023

<sup>17</sup> **Pierre Saulais, Jean-Louis Ermine**, Émergence d'innovation technologique incrémentale par application, à des experts, de l'analyse du patrimoine intellectuel inventif, Dans **Innovations 2016/1 (n° 49)**, pages 103 à 140, site : <https://www.cairn.info/revue-innovations-2016-1-page-103.htm> consulté le : 21/06/2023

<sup>18</sup> Définition de l'innovation, Site : <https://www.institutreindus.fr/wp-content/uploads/2017/11/6-Ouvrage-Chap-1.pdf> consulté le : 21/06/2023

## **Deuxième axe : Aspects innovants**

- ▶ Intégrer le système TECELA comme un outil attractif qui attire les jeunes curieux et les inciter à déguster nos plats et donc faire connaître notre patrimoine aux étrangers et bien sûr de le préserver.
- ▶ C'est le premier projet en Algérie basé sur l'utilisation de la technologie de la transformation de l'énergie mécanique en énergie électrique intégrée dans le processus de paiement d'un restaurant.
- ▶ Le client participe dans la minimisation des coûts et donc il réduit le prix du son repas

Remarque : l'aspect innovatif (système TECELA) va être bien décrit dans le sixième axe.

## **Troisième axe : analyse stratégique du marché**

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

### 1- Le segment du marché :

- a) Maché potentiel : ce projet est destiné à toute personne qui souhaite découvrir la culture algérienne et essayer des plats traditionnels (les clients n'ont pas des raisons pour ne pas consommer nos plats), le peuple algérien et les touristes étrangers.
- b) Marché ciblé : on va servir nos plats aux jeunes algériens ou étrangers en les attirant par le vélo énergétique qui sert à réduire les prix, et afin de les encourager à essayer la cuisine traditionnelle.

On a choisi ce segment afin de faire connaître notre culture et préserver notre patrimoine

**Tableau N°04 : déterminaison de la clientèle cible**

| /  | Identifier les clients potentiels | Besoins et préférences des clients   |
|----|-----------------------------------|--|
| 01 | Les familles                      | <ul style="list-style-type: none"><li>_ Trouver un espace de repos pour les familles à l'extérieur des maisons</li><li>_ Assurer un endroit respectueux et calme</li></ul> |
| 02 | Les touristes natifs et étrangers | <ul style="list-style-type: none"><li>_ Servir des plats traditionnels de la région et originaux</li></ul>   |
| 03 | Jeunes étudiants                  | <ul style="list-style-type: none"><li>_ Fournir des plats délicieux et rapide</li></ul>  |
| 04 | Employés                          | <ul style="list-style-type: none"><li>_ fournir des services de restauration avec qualité et normes</li></ul>  |

Source : établi par l'étudiante

### 2- Mesure de l'intensité de la concurrence :

A/ Les concurrents directs : il n'y a pas de concurrents directs qui pratique ce type de service en tant que projet avec une nouvelle idée et en intégrant une technologie pareille.

B/ Les concurrents indirects : y compris les restaurants traditionnels simple et les fast food

- Les concurrents indirects les plus importants sur le marché algérien qui exerce le métier de restauration sont classé selon leurs parts de marché :

**Tableau N°05 : classement des 10 meilleurs restaurant à Alger**

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

| Classement sur 253 restaurants à Alger | Le nom du restaurant    | Spécialité de chaque cuisine   | Fourchette de prix    | Adresse   |
|--|-------------------------|--|-----------------------|---|
| 01                                     | TAJ MAHAL               | Indienne, Asiatique avec des régimes spéciaux (Végétariens bienvenus, Choix végétaliens, Halal, Casher)                            | 1 486 DZD - 8 026 DZD | 7, Rue Idir Toumi Ben Aknoun 43 Route de Dely Brahim Chéraga, Alger 16000 Algérie         |
| 02                                     | SALAD BOX               | Méditerranéenne, Saine RÉGIMES SPÉCIAUX Halal, Végétariens bienvenus, Choix végétaliens  | /                     | <a href="#">Boulevard du 11 Decembre 1960 El Biar, Alger 16058 Algérie</a>                |
| 03                                     | LA PALMERAIE RESTAURANT | Marocaine, Méditerranéenne, Soupes, Internationale, Arabe RÉGIMES SPÉCIAUX Végétariens bienvenus, Choix végétaliens, Halal, Casher | /                     | <a href="#">313 coopérative El-Moustakbel Ain Allah,Dely Ibrahim, Alger 16000 Algérie</a> |

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

|    |                        |   |                            |  |
|----|------------------------|---|----------------------------|--|
| 04 | SIGNATURE              | Italienne, Française, Japonaise, Méditerranéenne, Barbecue/Grillades, Asiatique, Moyen-Orient<br><b>RÉGIMES SPÉCIAUX</b><br>Végétariens bienvenus, Choix végétaliens, Halal | 297 DZD -<br>1 338 DZD     | <a href="#"><u>09</u></a><br><a href="#"><u>Boulevard du 11 Decembre 1960 Val d'Hydra,</u></a><br><a href="#"><u>Alger 16000 Algérie</u></a> |
| 05 | JNINA                  | Arabe, Algérien<br><b>RÉGIMES SPÉCIAUX</b><br>Végétariens bienvenus, Halal  | /                          | <a href="#"><u>10 Avenue Franklin Roosevelt, Alger 16000 Algérie</u></a>   |
| 06 | DIAGONAL GLACE ET CAFE | Européenne, Française, Américaine, Algérien   | 7 431 DZD -<br>104 037 DZD | <a href="#"><u>01 Boulevard l'Arbi Khaled Rouiba, Alger 16012 Algérie</u></a>  |

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

|    |                               |  |                          |   |
|----|-------------------------------|--|--------------------------|---|
| 07 | LE BARDO                      | Méditerranéenne,<br>Internationale   | /                        | <a href="#">2 Bd<br/>Franklin<br/>Roosevelt<br/>Alger<br/>Centre,<br/>Alger<br/>Algérie</a>       |
| 08 | AUBERGEDU<br>MOULIN           | Française, Médi-<br>terranaenne, Eu-<br>ropéenne<br><b>RÉGIMES SPÉ-<br/>CIAUX</b><br>Végétariens bien-<br>venus, Halal | /                        | <a href="#">24 rue<br/>Abane<br/>Ramdane,<br/>Cheragua,<br/>Alger<br/>Algérie</a>                 |
| 09 | LES<br>ORIENTALISTES<br>ALGER | Française,<br>Européenne   | 1 219 DZD -<br>2 031 DZD | <a href="#">3 Rue de<br/>Pierre,<br/>Alger 16000<br/>Algérie</a>                                  |
| 10 | CARACOYA                      | Française, Médi-<br>terranaenne, Eu-<br>ropéenne, Halal  | /                        | <a href="#">no 2 Bois<br/>des Arcades<br/>villa Riad<br/>El Feth,<br/>Alger 16000<br/>Algérie</a> |

Source : [https://www.tripadvisor.fr/Restaurants-g293718-](https://www.tripadvisor.fr/Restaurants-g293718-Algiers_Province.html)

[Algiers\\_Province.html](https://www.tripadvisor.fr/Restaurants-g293718-Algiers_Province.html) consulté le : 24/ 06/ 2023

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

### **2-1 Analyse des forces et faiblesses des concurrents :**

- Parmi leurs atouts (ponts forts) citons :
  - Cuisine traditionnelle savoureuse
  - Décor chaleureux et appréciable
  - Menu riche en plats
  - Un bon accueil
  - Leurs anciennetés sur le marché algérien
  - La bonne réputation de certains restaurants qui leurs acquis un grand nombre de clients comme Taj Mahal
  - Certains restaurants se distinguent par une main-d'œuvre qualifiée
- Parmi leurs faiblesses on cite :
  - Un Mauvais rapport qualité-prix
  - Un mauvais rapport quantité-qualité (assiettes presque vides)
  - Paiement cash/ pas de carte de crédits
  - Manque de diversité de cuisine
  - Absence de normes d'hygiène
  - Faire les clients attendre

### **2-2 Analyse des cinq forces concurrentielles de Porter du le projet :**

La méthode des 5 forces de Porter est un outil d'analyse stratégique qui permet d'évaluer la concurrence sur un marché.

Cette méthode a été mise au point par Michael Porter, professeur de stratégie d'entreprise. Dans le cadre d'un diagnostic, elle s'emploie durant l'analyse stratégique externe.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Les 5 forces de Porter pour analyser l'environnement concurrentiel, site :  
<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/5-forces-de-porter-analyse-concurrence/>  
Consulté le : 21/06/2023

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

Cette analyse lui permet de disposer des informations essentielles pour prendre les bonnes décisions stratégiques

Le modèle des **5 forces de Porter** est un outil qui permet d'**analyser la concurrence** sur un marché. L'analyse repose sur les 5 axes suivants : l'intensité de la concurrence, le pouvoir de négociation des clients, le pouvoir de négociation des fournisseurs, la menace des nouveaux entrants et la menace des produits de substitution.

1/ Intensité de la concurrence degré de rivalité avec les concurrents : le marché de la restauration est généralement connu comme hautement concurrentiel et fragmenté, et les concurrents qui dominent les grandes parts de marché se basent sur la qualité de nourriture, le service client, l'emplacement du restaurant, et comme la ville d'Alger centre est riche en restaurants et malgré que leurs plats servis diffèrent de ce qu'on propose, ils restent toujours un risque pour la continuité de notre activité, c'est pour cette raison on a choisi de se distinguer par rapport aux prix et la technologie intégrée qui va attirer les clients à choisir notre établissement pour s'amuser et sortir du routine.

2/ Le pouvoir de négociation des fournisseurs : comme les fournisseurs de légumes, de fruits et les bouchers sont disponibles partout, et que notre volume d'achat est important et continu, donc leur pouvoir de négociation est faible.

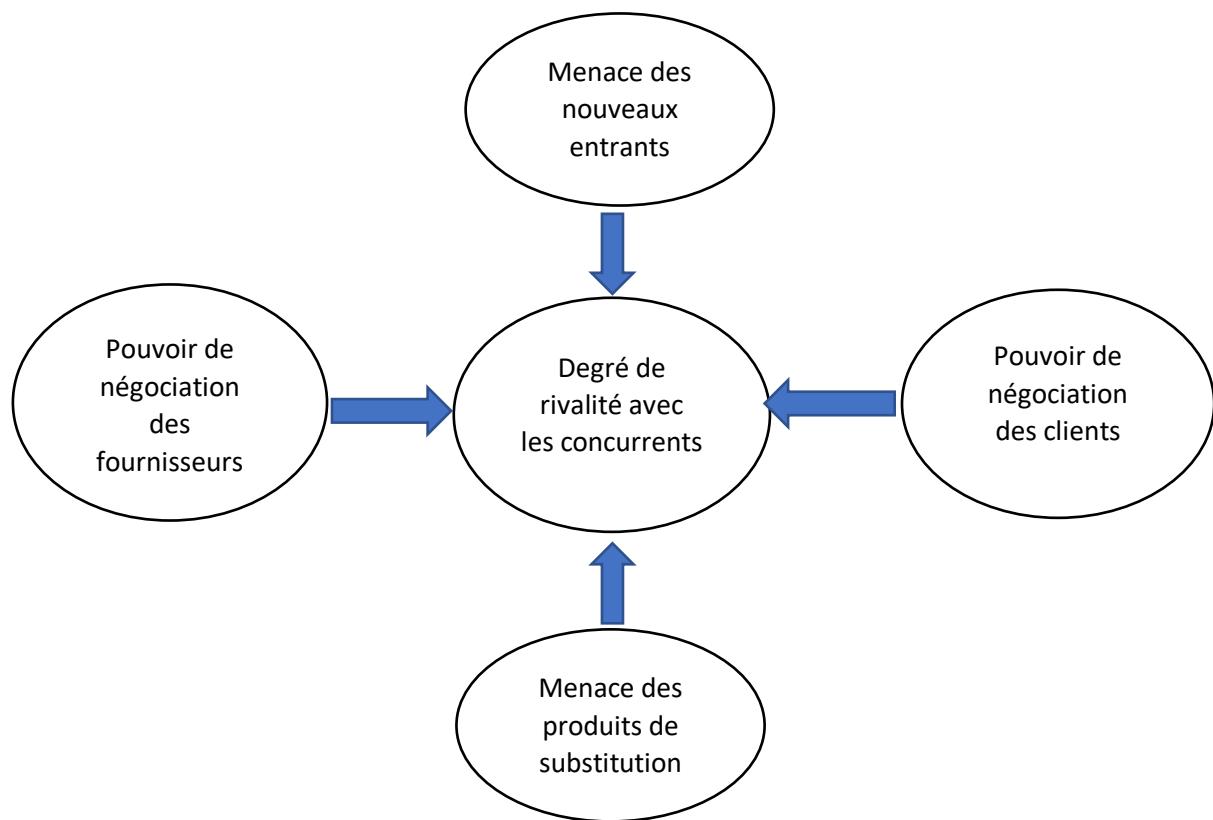
3/ Le pouvoir de négociation des clients : comme les clients sont au courant des prix et qualités des services disponibles sur le marché donc le taux de négociation sera élevé.

4/ Menaces des produits de substitution : ce sont les repas proposés par d'autres restaurants, qui sont très chers par rapport à nos repas, en ajoutant les repas servis par les restaurants rapide (fast Food), qui sont dangereux et causes des intoxications surtout en été.

5/ Menaces des nouveaux entrants : le marché de la restauration est caractérisé par de faibles barrières à l'entrée, car il ne nécessite pas de brevets ou de haute technologie, c'est pourquoi on a choisi une technologie déjà inventé et qui est devenue presque traditionnel par rapport aux inventions nouvelles.

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

**Figure N°02 : les cinq forces de porter**



Source : Le coins des entrepreneurs, <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/5-forces-de-porter-analyse-concurrence/> consulter le : 23/05/ 2023

### **3- La stratégie marketing :**

Dans notre approche de mise sur le marché de notre service, nous nous focalisons sur une stratégie de tarification raisonnable par rapport à nos concurrents, rendue possible grâce à notre maîtrise de la réduction des coûts et à l'utilisation de technologies de production d'énergie renouvelable. En effet, nous considérons la communication comme un critère essentiel pour la réussite d'un projet comme celui de Le MultiTraditionnels. Afin de pénétrer un marché des restaurants étrangers très concurrentiel, il est essentiel d'adopter une approche de communication ciblée et pertinente.

#### A) Choix des médias :

- Annonces radios locales : Nous choisirons la station locale Jil FM, faisant partie de l'organisme de radio algérienne, pour diffuser nos annonces publicitaires à destination d'un public jeune. Jil FM offre une combinaison équilibrée de divertissement musical et d'informations utiles, ainsi que du contenu informatif, culturel et pédagogique.

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

- La presse locale : Selon les résultats, la presse écrite compte un total de 12 491 425 lecteurs de journaux, dont 61 % sont des hommes, réalisé par l'Agence Media&Survey, pour mesurer les audiences et la crédibilité des médias algériens, sur un échantillon de 2165. Le sondage réaffirme le classement des onze premières années et présente la répartition suivante :

**Tableau N°06 : Classement des journaux selon leurs parts de lecteurs**

| Classement par ordre | La presse           | Le pourcentage des lecteurs |
|----------------------|---------------------|-----------------------------|
| 01                   | Echourouk EL Yaoumi | 20,32%                      |
| 02                   | El Khabar           | 19,50%                      |
| 03                   | EnNahar             | 11,34%                      |
| 04                   | El Hadef            | 10,50%                      |
| 05                   | El Watan            | 08,65%                      |
| 06                   | Liberté             | 06,34%                      |
| 07                   | Le Soir             | 04,56 %                     |
| 08                   | Le Quotidien        | 04,47%                      |
| 09                   | El Moudjahid        | 01,44 %                     |
| 10                   | Le Buteur           | 01,20%                      |
| 11                   | L'Expression        | 01%                         |

Source :"open edition journals",

<https://journals.openedition.org/multilinguaes/3435> consulter le : 23/06/2023

On a donc choisi le journal Echourouk Al yaoumi car il domine avec un taux de pénétration estimé à 20,32%

- Réseaux sociaux : on va créer des comptes Facebook et Instagram puis les sponsorisés et les certifiés afin d'obtenir un grand nombre de followers.

- Affichage : sur les panneaux, et utiliser les supports d'affichage sur le bus...

### B) Choix hors media :

- Partenariat : un moyen de communication qui nécessite peu d'investissements financiers. On établira des partenariats avec des cinéma, des facultés, des clubs, des Mall et des centres commerciaux et même des stars de cinéma, de réseaux sociaux. On prévoit également l'organisation de jeux/ concours.

## Troisième axe : analyse stratégique du marché

- Soirées spéciales : une fois par mois (jour de weekend, 8mars, ...) on organise soirée avec animation.

### ✓ Les critères de réussite du projet :

La bonne nourriture est l'une des conditions nécessaires du succès d'un restaurant, et ils existent aussi d'autres critères qui assurent ce succès, citations :

1/ Le bon environnement : qui commence par l'emplacement du restaurant, dans notre cas on a choisi la wilaya d'Alger et précisément Alger centre, Rue Arbi Ben Mhidi car

2/ Le meilleur service : lorsqu'un client se sent qu'il est le bienvenu grâce à un accueil amical, il deviendra fidèle

3/ la bonne nourriture : certaines conditions sont nécessaires pour que le restaurant réussisse à offrir de la bonne nourriture comme :

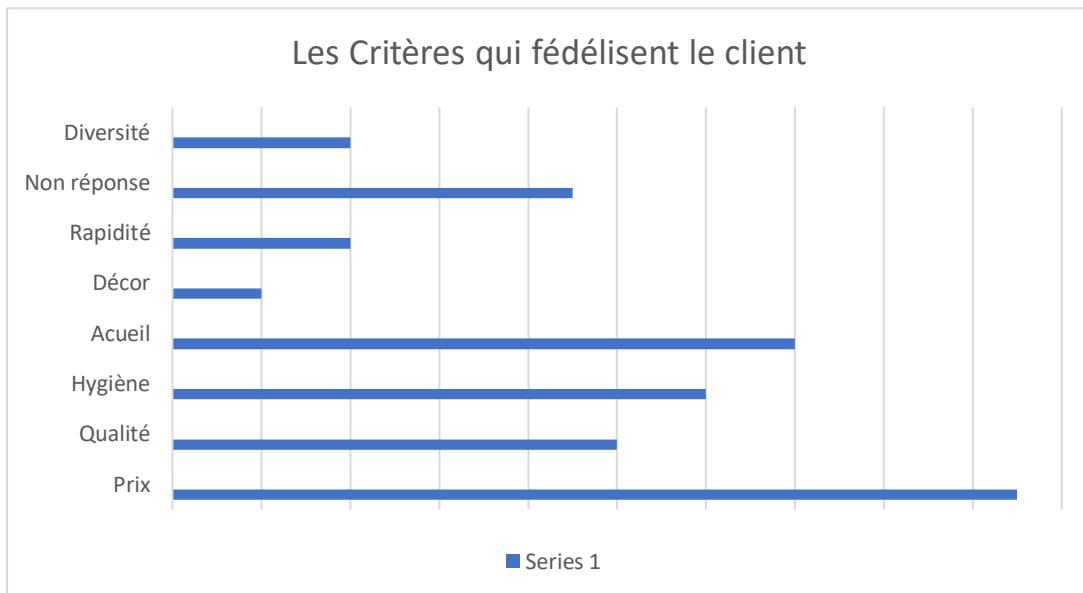
- Le bon choix de la matière première (fraîche et bio)
- Cuisiner au bon moment et se concentrer sur l'heure exacte pour servir la nourriture
- Les méthodes de cuisson doivent respecter les normes préétablies du restaurant.
- Utiliser un équipement moderne dans la cuisine

4/ un bon contrôle administratif : cela indique que le gérant d'entreprise doit superviser et être au courant du moindre détail, ainsi qu'il assure la satisfaction des désirs des clients, en formant ses employés.

On peut ajouter quelques critères collecter d'après un questionnaire fait sur un échantillon de 300 personnes :

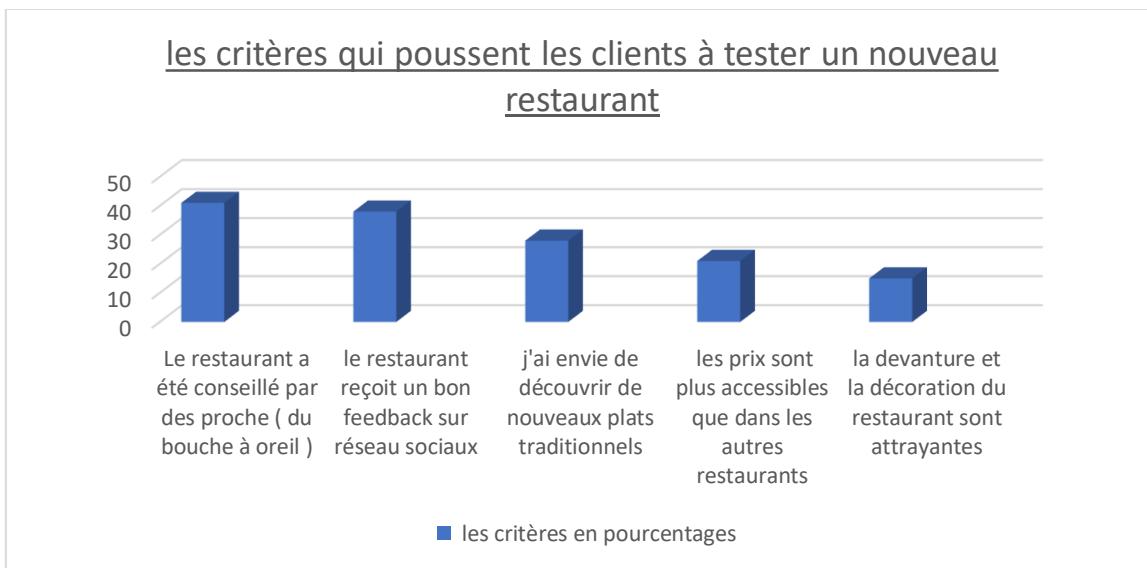
## Troisième axe : analyse stratégique du marché

**Figure N°03 : Les critères qui fidélisent les clients**

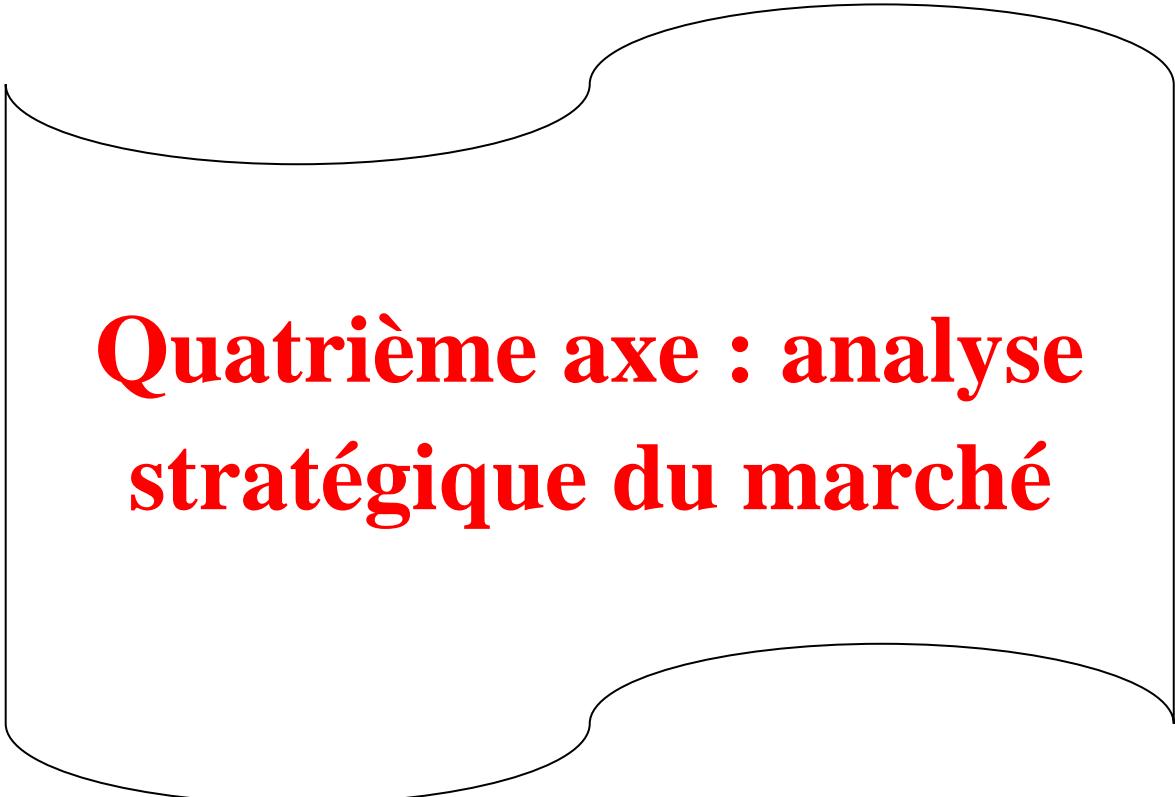


Source : établi par l'étudiante

**Figure N°04 : Les critères qui incitent les clients à tester un nouveau restaurant**



Source : établi par l'étudiante

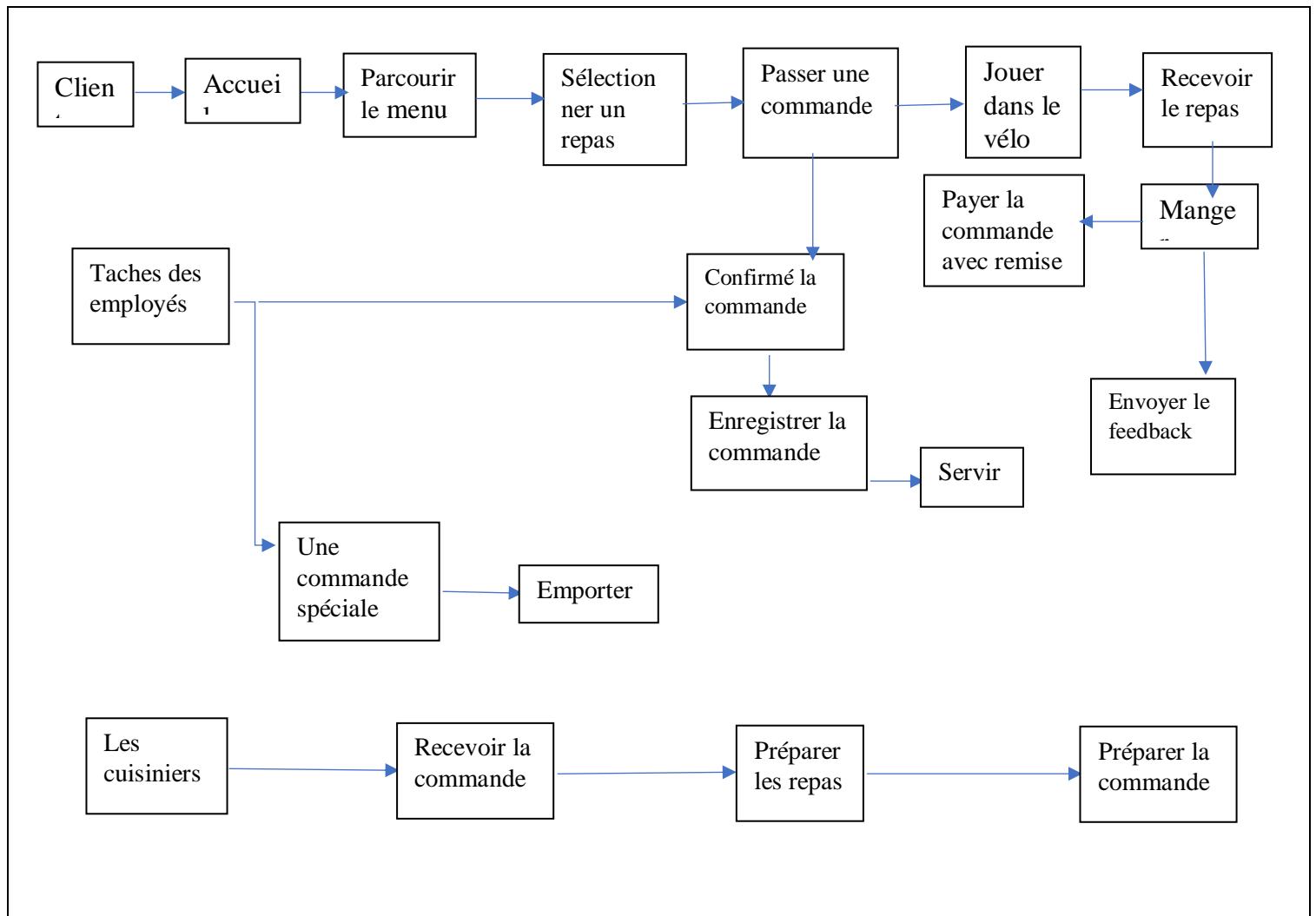


## **Quatrième axe : analyse stratégique du marché**

## Quatrième axe : analyse stratégique du marché

### 1- Le processus du service de restaurant :

**Figure N°05 : processus du service**



Source : établi par l'étudiante

#### 1-1 Etapes du service à table :

Les étapes du service à table dans un restaurant peuvent varier en fonction de l'établissement et du type de service proposé. Voici cependant une description des étapes suivies par le personnel du "Le MultiTraditionnel" courantes :

**1. Accueil des clients :** Les clients sont accueillis à leur arrivée au restaurant, les saluer avec sourire. Un membre du personnel les guide jusqu'à leur table et leur présente les menus et décrire le fonctionnement du système TECELA.

## **Quatrième axe : analyse stratégique du marché**

**2. Prise de commandes :** Le serveur fournit le menu, prend les commandes des clients, en notant leurs choix pour les boissons, les entrées, les plats principaux et les desserts. Il peut également répondre à des questions ou donner des recommandations sur les plats comme le plat du jour. Il faut qu'il parle clairement et poliment.

**3. Service des commandes :** Le serveur apporte des entrées, les boissons et les plats principaux commandées aux clients, telles que les, les sodas, l'eau, les salades .. etc.

**4. Vérification de la satisfaction :** Le serveur s'assure régulièrement que les clients sont satisfaits de leurs repas et répond à leurs demandes ou préoccupations éventuelles.

**5. Débarrassage des plats :** Une fois que les clients ont terminé leurs plats, le serveur les débarrasse de la table. Il peut également demander s'ils souhaitent des desserts ou des thés.

**6. Offrir l'addition :** À la fin du repas, le serveur apporte l'addition à la table.

**7. Encaissement et remerciements :** Une fois que les clients ont payé l'addition, le serveur les remercie pour leur visite et peut les inviter à revenir.

### **1-2 La planification des besoins en ressources humaines :**

#### **1) La main d'œuvre :**

La présence d'un personnel compétent et bien formé est essentielle dans les établissements de restauration, car cela a un impact direct sur la réalisation de leurs objectifs. Par exemple, le chef de cuisine et les cuisiniers jouent un rôle crucial dans la qualité du service. L'objectif principal de ces établissements est de satisfaire et fidéliser leur clientèle. Ainsi, les individus employés ne se contentent pas simplement de fournir un service, mais ils contribuent également à l'image positive de l'établissement. Ils doivent donc se distinguer par leur apparence soignée, leur hygiène personnelle irréprochable et leur comportement respectueux envers les employés et les clients.

Notre projet va créer environ 9 emplois directs.

#### **⊕ Descriptif qualitatif des besoins de personnels :**

##### **1/ Serveurs de salle : (04 employés)**

- accueillir les clients
- assurer la propreté des tables dans la grande salle

## **Quatrième axe : analyse stratégique du marché**

- prendre les commandes et servir la nourriture commandée par les clients
  - ils doivent être dynamique et souriants.
  - On doit recruter des serveurs sensibilisés aux différentes cultures des régions représentées, on prévoit une formation d'une demi-journée pour les serveurs pendant laquelle nous nous attacherons à définir leurs missions, en insistant sur l'accueil et l'amabilité.
  - Tables doivent être débarrassés des plateaux que les clients laisseront, salle organiser et propre.
  - Propager une ambiance chaleureuse.
- 2/ Caissier :** (un seul employé)
- S'occuper de l'accueil des clients
  - Encaisser le paiement des clients
  - Renseigner les clients
  - Enregistrer les commandes
  - Effectuer l'encaissement du client à l'aide des différents modes de paiement (espèces, cartes.)
  - Effectuer les échanges ou les remboursements.

**3/ Les chefs de cuisine :** (04 chefs)

Chacun d'eux prépare les plats d'une région spécifique selon sa spécialité :

Chef N°01 : prépare les plats traditionnels de la région d'est, comme Ijari, Bourek, Chakhchoukha.

Chef N°02 : prépare les plats traditionnels de la région d'ouest comme Hrira, Zeitoun, Bastila.

Chef N°03 : prépare les plats traditionnels de la région du sud comme

Chef N°04 : prépare les plats traditionnels de la région du centre comme Sfisia, Methaouem

**Les horaires de travail :**

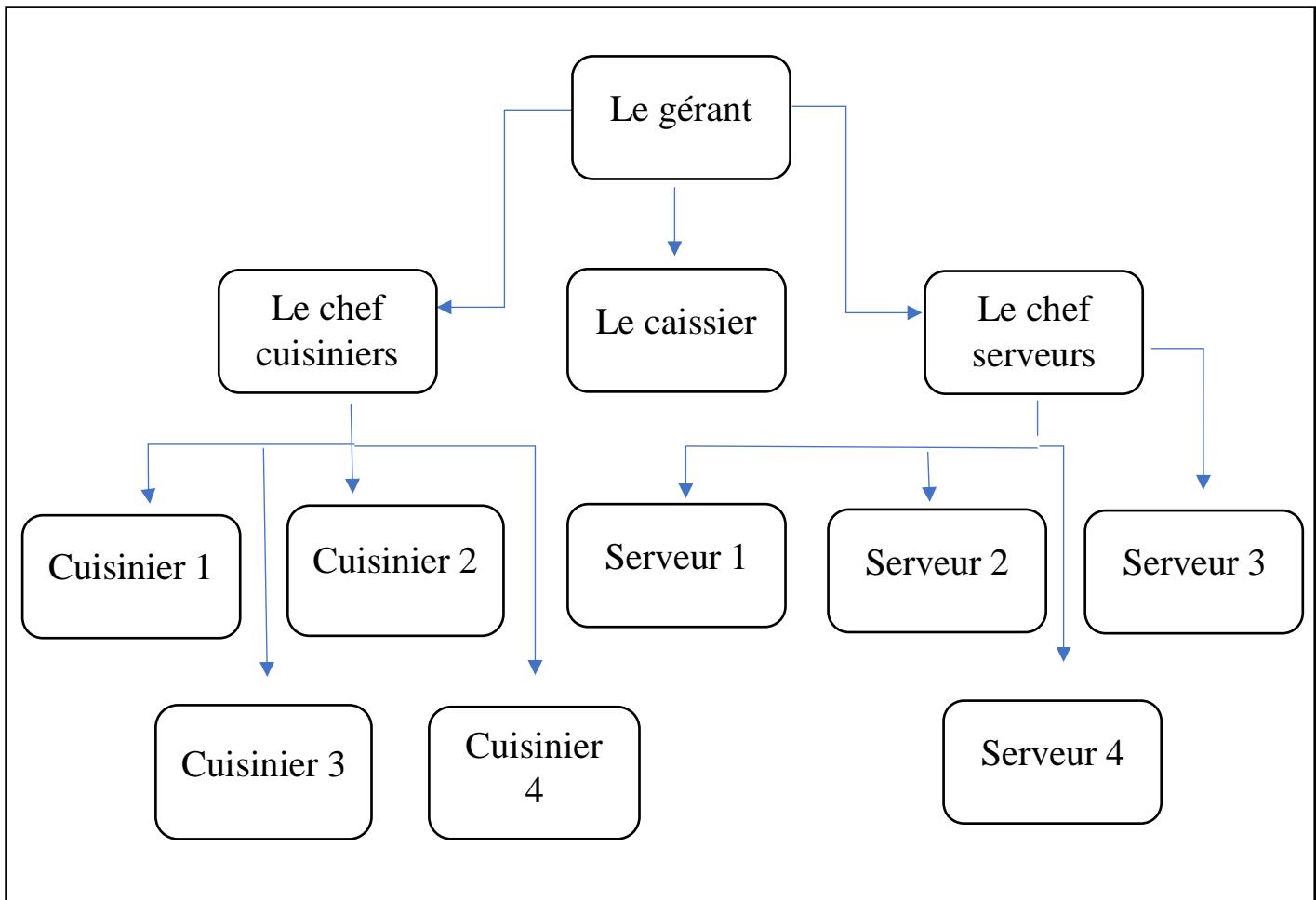
- Du Samedi au Mercredi de 10 :30 à 23 :00h
- Vendredi et jeudi de 10 :30 à 24 :00h

## Quatrième axe : analyse stratégique du marché

- Il n'y aura pas un jour de fermeture, le service s'arrêtera une heure avant la fermeture.  
Les jours de fermeture exceptionnelle seront : -Eid el Fitr – Eid el Adha

### 2) L'organigramme du restaurant :

**Figure N°06 : l'organigramme du restaurant**



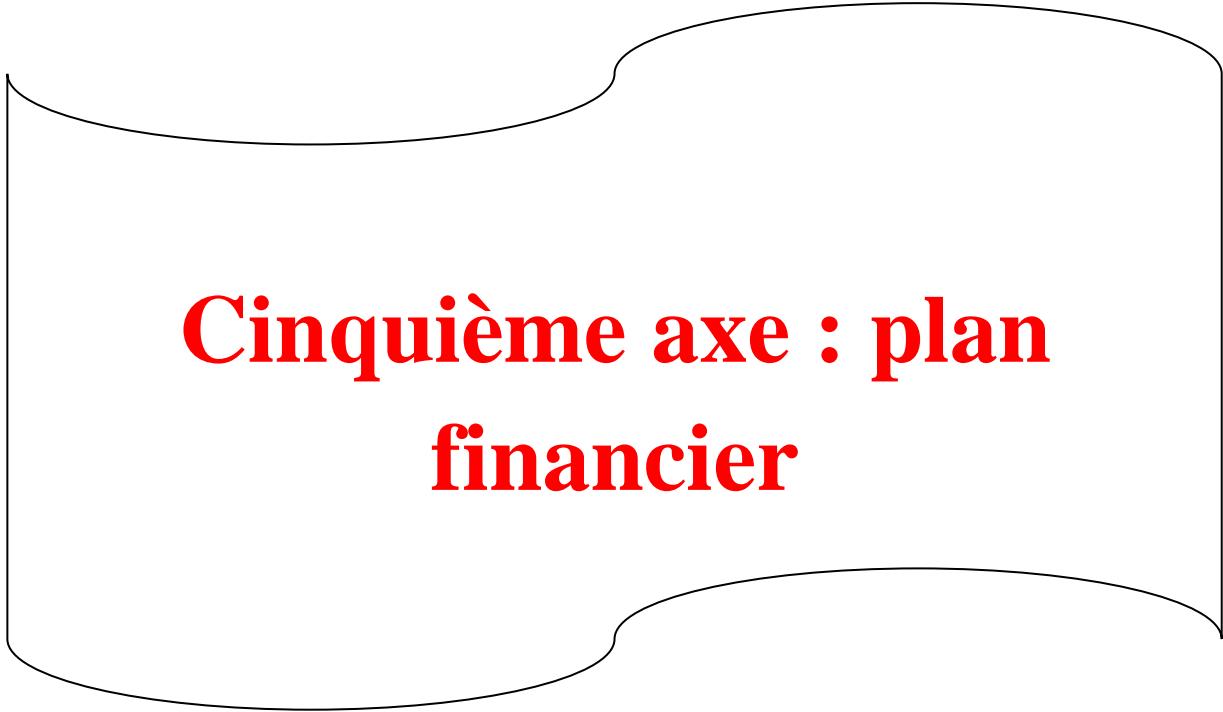
Source : établi par l'étudiante

### 2- Les principaux partenaires :

- La banque d'Algérie – SONALGAZ – SEACO
- Les fournisseurs de matière première, citons :
- Les bouchers, marchands des fruits et légumes, grossistes d'alimentation générale, fournisseurs d'eau minérale et de boissons non alcoolisées.
- Les fournisseurs artisans (femmes qui fabriquent les pâtes)
- Direction du commerce (chambre de commerce)

## **Quatrième axe : analyse stratégique du marché**

- Direction du tourisme et de l'artisanat
- Ministère de l'économie de la connaissance et des start-ups
- Ets Inside Home Création (entreprise du décor intérieur)
- L'entreprise CUISINOX, fournisseur d'équipement de cuisine



## **Cinquième axe : plan financier**

## Cinquième axe : plan financier

### 1- Les Coûts et les charges :

**Tableau N° 07 : détermination des besoins du projet en termes d'équipement et des fournitures :**

| N° | Désignation                                | Quantité | Prix unitaire/<br>HT | Total en<br>HT |
|----|--|----------|----------------------|----------------|
| 01 | Table réfrigère adosse inox 04 portes      | 1        | 328000,00            | 328000,00      |
| 02 | Hôte en inox 2000X900X540 avec turbine 9/9 | 1        | 130 000,00           | 130000,00      |
| 03 | Egouttoir pour frite inox                  | 1        | 7000,00              | 7000,00        |
| 04 | Barbecue en inox avec hôte                 | 1        | 195000,00            | 195000,00      |
| 05 | Four ventilé 04 plats                      | 1        | 195000,00            | 195000,00      |
| 06 | Meuble armoire de rangement                | 1        | 69000,00             | 69000,00       |
| 07 | Garde chaud en inox                        | 1        | 165000,00            | 165000,00      |
| 08 | Etagère murale 02 niveau inox              | 3        | 15000,00             | 45000,00       |
| 09 | Plonge de vaisselle 02 bac 1900x700x850    | 1        | 95000,00             | 95000,00       |
| 10 | Armoire réfrigère cap 1400 litres          | 1        | 265000,00            | 265000,00      |

## Cinquième axe : plan financier

|                   |                                     |   |             |            |
|-------------------|-------------------------------------|---|-------------|------------|
| 11                | Rayonnage perforé<br>1800X400X1800  | 3 | 69000,00    | 207000,00  |
| 12                | Rôtissoire à la<br>braise 04 broche | 1 | 350000,00   | 350000,00  |
| TO-<br>TAL<br>HT  | /                                   | / | /           | 2051000,00 |
| TVA               | /                                   | / | /           | 184590,00  |
| TO-<br>TAL<br>TTC | /                                   | / | /           | 2235590,00 |
| 13                | Cuisinière Arthur<br>Martin 05 feux | 1 | 85000,00    | 85000,00   |
| 14                | Batteur mixeur                      | 2 | 30000,00    | 60000,00   |
| 15                | Climatiseur                         | 2 | 80000,00    | 160000,00  |
| 16                | Chauffe-bain                        | 1 | 20000,00    | 20000,00   |
| 17                | La louche grande<br>forme           | 3 | 1800,00     | 5400,00    |
| 18                | Marmite                             | 3 | 6000,00     | 18000,00   |
| 19                | Couteaux                            | 2 | 3000,00     | 6000,00    |
| 20                | 20000,00                            | 1 | Micro-ondes | 20000,00   |

Source : établi par l'étudiante

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau 08 : matériels pour la grande salle (patio)**

| Matériels salle               | Quantité                        | Prix unitaire | Coûts     |
|-------------------------------|---------------------------------|---------------|-----------|
| Vaisselles                    | Suffisante pour<br>70 personnes | En gros       | 200000,00 |
| Télévision plasma<br>32" IRIS | 01                              | 26000,00      | 26000,00  |
| Tables                        | 12                              | 8000,00       | 96000,00  |
| Fauteuils                     | 24                              | 13500,00      | 324000,00 |
| Logiciel caisse               | 01                              | 120000,00     | 120000,00 |
| Caméras                       | 04                              | 11000,00      | 44000,00  |
| TECELA SYSTEM                 | 04                              | 35000,00      | 140000,00 |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N° 09 : les coûts totaux du système TECELA :**

| Composantes                   | Quantité | Prix unitaire | Coûts totaux |
|-------------------------------|----------|---------------|--------------|
| Vélo (occasion)               | 04       | 5000,00       | 20000,00     |
| Moteurs du scooter (occasion) | 04       | 5000,00       | 20000,00     |
| Batterie 12v (occasion)       | 04       | 8000,00       | 32000,00     |
| Multimètre                    | 04       | 1700,00       | 6800,00      |
| Autres                        | 04       | 15300,00      | 61200,00     |
| Total                         | 04       | 35000,00      | 1400000,00   |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N°10 : détermination des besoins en matière première du projet**

|                                 |               |
|---------------------------------|---------------|
| Matière premières               | Coût annuels  |
| Pâte traditionnels              | 858000,00 DA  |
| Viande                          | 1500000,00 DA |
| Fruits et légumes               | 440000,00 DA  |
| Matières premières alimentaires | 420000,00 DA  |
| Produits détergents             | 10000,00 DA   |
| Total                           | 3228000,00 DA |

Source : établi par l'étudiante

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°11 : Dépenses des services nécessaires au projet**

| Services nécessaires | Coûts     |
|----------------------|-----------|
| Electricité et gaz   | 80000,00  |
| Eau                  | 40000,00  |
| Internet             | 18000,00  |
| Frais du transport   | 144000,00 |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N°12 : détermination des besoins en main d'œuvre du projet**

| <b><u>Position</u></b> | <b><u>Nombre</u></b> | <b><u>Salaire</u></b> | <b>CASNOS<br/>(15%)</b> | <b>Total salaires<br/>mensuels</b> |
|------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Gérant                 | 01                   | 40000,00              | /                       | 40000,00                           |
| Chef cuisiniers        | 01                   | 30000,00              | 4500,00                 | 34500,00                           |
| Cuisiniers (03)        | 03                   | 90000,00              | 13500,00                | 103500,00                          |
| Caissier               | 01                   | 20000,00              | 3000,00                 | 23000,00                           |
| Serveurs               | 04                   | 80000,00              | 12000,00                | 92000,00                           |
| <b>Total</b>           | <b>10</b>            | <b>240000,00</b>      | <b>33000</b>            | <b>293000,00</b>                   |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N°13 : d'autres charges**

| Autres charges                     | Coûts          |
|------------------------------------|----------------|
| Local (frais de location annuelle) | 6600 000,00 DA |
| Travaux d'aménagement              | 200000,00 DA   |
| Décor d'endroit                    | 200000,00 DA   |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N°14 : frais administratifs**

|                              |          |
|------------------------------|----------|
| Frais du notaire             | 10000,00 |
| Taxe du registre de commerce | 4000,00  |
| Frais du marketing           | 80000,00 |

Source : établi par l'étudiante

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°15 : frais du marketing**

| <b>Choix du médias</b>               | <b>Coûts annuels</b> |
|--------------------------------------|----------------------|
| Radio                                | 20000,00             |
| La presse                            | 20000,00             |
| Affichage (Panneaux...)              | 10000,00             |
| Sponsorisation (Facebook, Instagram) | 30000,00             |
| Total                                | 80000,00             |

Source : établi par l'étudiante

### **2- Remboursement : estimation des ventes**

Il est indéniable que le flux touristique, tant national qu'international, vers toutes les destinations touristiques en Algérie est influencé par la saisonnalité. Les saisons du printemps et de l'été sont considérées comme les périodes touristiques les plus importantes, entraînant ainsi une augmentation du nombre de visiteurs.

La demande pour les services touristiques et de restauration connaît également une augmentation pendant les périodes de vacances scolaires, ce qui se traduit par une forte demande durant les mois de mars, avril, mai, juin, juillet, août et décembre. En revanche, la demande est généralement modérée pendant les mois de janvier, février, avril, septembre, octobre et novembre. Il est également observé que le nombre de clients diminue pour le dîner, sauf les jours de week-end.

Sachant que le nombre de clients diminuera pendant le mois de mars 2024 car il coïncidera avec le mois de Ramadan.

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°16 : Les plats traditionnels proposés par notre restaurant :**

| Le plat      | Sa photo  | Le prix |
|--------------|---|---------|
| Chakhchoukha |    | 700,00  |
| Zefiti       |    | 500,00  |
| Djari        |    | 400,00  |
| Rechta       |   | 700,00  |
| Methaouem    |  | 700,00  |
| Dobara       |  | 500,00  |
| Sfiria       |  | 500,00  |

## Cinquième axe : plan financier

|           |   |        |
|-----------|---|--------|
| Herira    |    | 400,00 |
| Zeitoun   |    | 700,00 |
| Berkoukes |   | 700,00 |
| Couscous  |  | 700,00 |
| Arica     |  | 700.00 |
| Daghabis  |  | 400.00 |

Source : établi par l'étudiante

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°17 : série de produits pour barbecue**

| Plats         | Photo   | Prix unitaire |
|---------------|---|---------------|
| Rôti d'agneau |  | 60,00         |
| Rôti de dinde |  | 40,00         |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N°18 : plats sucrés et dessert**

| Le plat          | Sa photo  | Prix   |
|------------------|---|--------|
| Refis            |  | 500,00 |
| Lham h lou       |  | 700,00 |
| Jus naturel      |  | 300,00 |
| Salade de fruits |  | 400,00 |

Source : établi par l'étudiante

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°19 : liste des salades et d'apéritifs**

| L'apéritif /salade  | Photo   | Prix unitaire |
|---------------------|---|---------------|
| Bourek              |    | 150,00        |
| Hemis               |    | 200,00        |
| Bestila             |    | 250,00        |
| Fritte              |   | 200,00        |
| Salade verte variée |  | 350,00        |
| Salade césar        |  | 400,00        |
| Salade macédoine    |  | 350,00        |

Source : établi par l'étudiante

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N° 20 : liste des boissons gazeuses et jus :**

| Boissons gazeuses (canettes) et jus | Prix unitaire |
|-------------------------------------|---------------|
| Coca                                | 100,00        |
| Sprit                               | 100,00        |
| Fanta                               | 100,00        |
| Shweps                              | 140,00        |
| Lben 1L                             | 150,00        |
| Coca 1L                             | 150,00        |
| Sprit 1L                            | 150,00        |
| Fanta 1L                            | 150,00        |
| Jus Rouiba 1,5 L                    | 150,00        |
| Ramy 1,5 L                          | 150,00        |

Source : établi par l'étudiante

a) Estimation d'un panier pour une personne :

- (Un plat traditionnel + salade + boisson) =  $700 + 350 + 100 = 1150$
- (Un plat de viande rôti + fritte + boisson) =  $600 + 200 + 100 = 900$
- (Soupe + Bourek + salade + boisson) =  $400 + 150 + 350 + 100 = 1000$
- (Un plat sucré + boisson) =  $500 + 150 = 650$
- La moyenne calculée :  $(1150 + 900 + 1000 + 650) / 3 = 1233,33 \approx 1200$  DA

b) Estimation de ventes de la première année :

Chiffre d'affaires prévisionnel :

-Scénario pessimiste : repas par jour :  $40 \times 1200 = 48000$

-Scénario neutre :  $70 \times 1200 = 84000$

-Scénario optimiste :  $100 \times 1200 = 120000$

-La moyenne :  $(40 + 70 + 100) / 3 = 70$

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°21 : La répartition mensuel des ventes pour la première année**

| Mois              | 01      | 02      | 03      | 04     | 05      | 06     | 07     | 08     | 09      | 10     | 11      | 12     | Total    |
|-------------------|---------|---------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|--------|---------|--------|----------|
| Quantité par jour | 70      | 70      | 50      | 70     | 70      | 100    | 100    | 100    | 70      | 70     | 70      | 100    | /        |
| Quantité par mois | 2170    | 1960    | 1550    | 2100   | 2170    | 3000   | 3100   | 3000   | 2170    | 2100   | 2170    | 3000   | 28490    |
| Prix du paniер    | 1200    | 1200    | 1200    | 1200   | 1200    | 1200   | 1200   | 1200   | 1200    | 1200   | 1200    | 1200   | 1200     |
| Valeur des ventes | 2604000 | 2352000 | 1860000 | 252000 | 2604000 | 360000 | 372000 | 360000 | 2604000 | 252000 | 2604000 | 360000 | 34188000 |

Source : établi par l'étudiante

**Remarque :** le mois du Ramadan pendant l'année 2024 sera le mois de mars donc les quantités vendues diminueront.

Aussi les ventes augmenteront pendant les mois de vacances

c) Estimation de ventes de la deuxième année :

Chiffre d'affaires prévisionnel :

-Scénario pessimiste : repas par jour :  $100 \times 1200 = 72000$

-Scénario neutre :  $150 \times 1200 = 144000$

-Scénario optimiste :  $200 \times 1200 = 204000$

-La moyenne :  $(100 + 150 + 200) / 3 = 150$

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°22 : La répartition mensuel des ventes pour la deuxième année**

| Mois               | 01     | 02     | 03     | 04     | 05     | 06     | 07     | 08     | 09     | 10     | 11     | 12     | Total   |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Quantité par jours | 150    | 150    | 120    | 150    | 150    | 180    | 180    | 180    | 150    | 150    | 150    | 180    | /       |
| Quantité par mois  | 4650   | 4200   | 3720   | 4500   | 4650   | 5400   | 5580   | 5400   | 4650   | 4500   | 4650   | 5400   | 57300   |
| Prix du paniер     | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200   | 1200    |
| Valeur des ventes  | 558000 | 504000 | 446000 | 540000 | 558000 | 648000 | 669000 | 648000 | 558000 | 540000 | 558000 | 648000 | 6876000 |

Source : établi par l'étudiante

d) Estimation de ventes de la troisième année :

Chiffre d'affaires prévisionnel :

-Scénario pessimiste : repas par jour :  $150 \times 1200 = 72000$

-Scénario neutre :  $200 \times 1200 = 144000$

-Scénario optimiste :  $250 \times 1200 = 204000$

-La moyenne :  $(150 + 200 + 250) / 3 = 200$

## Cinquième axe : plan financier

**Tableau N°23 : La répartition mensuel des ventes pour la troisième année**

| Mois               | 01  | 02  | 03  | 04  | 05  | 06  | 07  | 08  | 09  | 10  | 11  | 12  | Total |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Quantité par jours | 180 | 180 | 150 | 180 | 180 | 210 | 210 | 210 | 180 | 180 | 180 | 210 | /     |
| Quantité par mois  | 558 | 504 | 465 | 540 | 558 | 630 | 651 | 630 | 558 | 540 | 558 | 630 | 6822  |
| Prix du pani er    | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 1200  |
| Valeur des ventes  | 669 | 604 | 558 | 648 | 669 | 756 | 781 | 756 | 669 | 648 | 669 | 756 | 8186  |
|                    | 600 | 800 | 000 | 000 | 600 | 000 | 200 | 000 | 600 | 000 | 600 | 000 | 4000  |
|                    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   |       |

Source : établi par l'étudiante

**Tableau N°24 : Les gains mensuel générer à partir du système TECELA :**

| Electricité généré | Prix d'une unité | Gains obtenus en un an |
|--------------------|------------------|------------------------|
| 7008 KWH           | 4,179 DA         | 29286,43               |

Source : établi par l'étudiante

## **Sixième axe : prototype expérimental**

## **1- Le logo du restaurant :**

**Figure N°07 : le logo du restaurant**



Source : établi par l'étudiante avec logiciel Canva

### **>Description du logo :**

-L'arc : on a ajouté tout d'abord un arc qui montre la tradition (la forme des portes utilisée dans l'architecture des anciens châteaux comme celui de la Casbah à Alger, de Constantine et les citadelles des Zianides à Tlemcen).

-La roue de la bicyclette entre la fourchette et le couteau : la roue est ajoutée à la place de l'assiette, qui représente la roue du vélo TECELA, l'aspect innovatif ajouté par rapport aux autres restaurants.

-La couleur rouge : La couleur rouge est fréquemment employée dans les restaurants afin de générer une ambiance chaleureuse, stimulante et énergique. Sa réputation en termes d'impact psychologique est bien établie, car elle a la capacité d'accroître l'appétit, d'encourager les échanges et de susciter un sentiment de vitalité.

## Sixième axe : prototype expérimental

### 2- Le plan en 2D du restaurant :

**Figure N°08 : plan en 2D du restaurant fait par logiciel LIZA HOME :**



Source : établi par l'étudiante

Un plan de restaurant est une représentation visuelle de l'aménagement et de la disposition de l'espace du restaurant. Voici la description de chaque pièce :

Pièce 1 : salle à manger : C'est la zone principale avec une surface de 126,7 m<sup>2</sup> où les clients sont installés pour prendre leurs repas. Les tables et les chaises sont disposées de manière à offrir un confort et une convivialité aux clients. Il y a des différentes sections dans la salle à manger, comme une zone de banquet, des tables individuelles, des tables de groupe, etc. (estimer à 12 tables)

Pièce 2 : cuisine : la cuisine est l'endroit où les plats sont préparés avec une surface de 37,9 m<sup>2</sup>. Elle comprend des différentes zones comme la zone de préparation, la zone de cuisson, la zone de lavage, etc. La disposition de la cuisine est organisée de manière à faciliter le flux de travail et la coordination du personnel de cuisine., elle possède 2 portes, une porte de secours à l'arrière, une porte d'entrée à l'avant et un passe-plat situé à l'avant également.

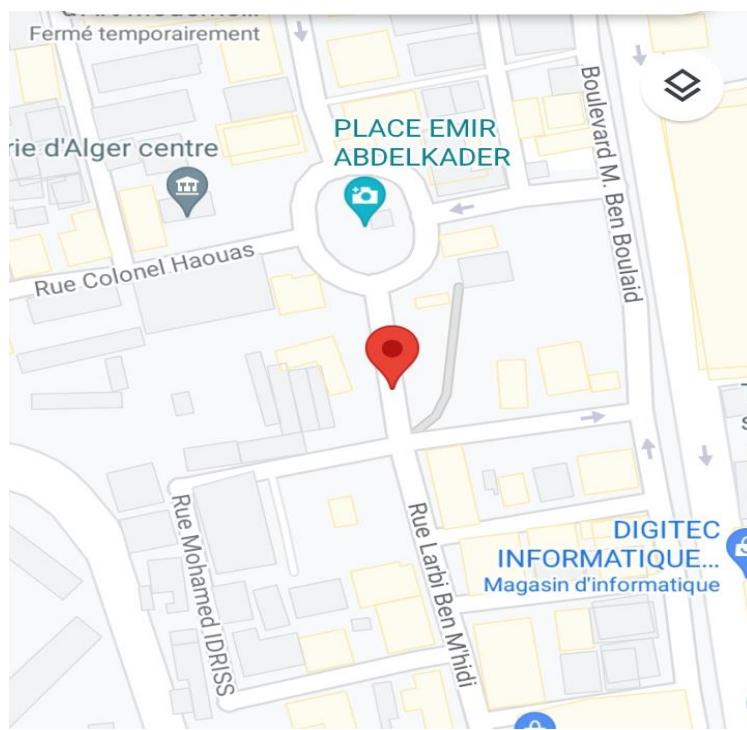
## Sixième axe : prototype expérimental

Pièce 3 et 4 : toilettes : pour les clients et le personnel sont généralement situées à des endroits accessibles et facilement repérables dans le restaurant. Les toilettes sont plaquées contre le mur, ou il y a au moins un lave mains et un miroir dans chaque toilette, avec une surface de 7 m<sup>2</sup>.

Remarque : Il convient de noter que la disposition et la conception d'un plan de restaurant peuvent varier en fonction de la taille, du concept et du style du restaurant. Chaque restaurant peut avoir son propre agencement spécifique pour répondre à ses besoins et à son ambiance particulière.

### 3- Zone du projet : Rue Larbi Ben M'hidi :

**Figure N° 09 : Carte géographique de la zone d'implantation du projet**



Source : établi par l'étudiante avec google Maps

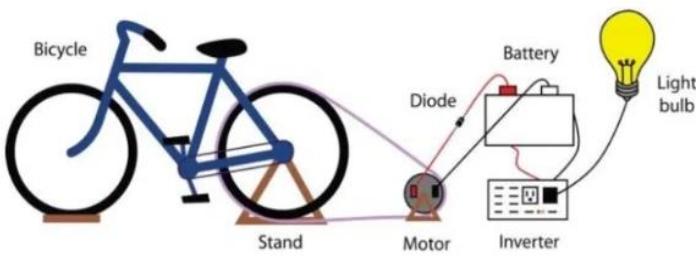
Cette rue est l'une des principales artères commerciales du centre-ville d'Alger mène de la place de la Grande Poste vers Bab el Oued. Rue Larbi Ben Mhidi est coupée au milieu par la place de l'Emir-Abdelkader. Elle est accessible par les bus de l'ETUSA, lignes 11 et 101.

## Sixième axe : prototype expérimental

### 4- Vélo TECELA (vélo générateur) :

**Figure N° 10 : Comment fonctionne un générateur d'électricité**

## How Does a Bicycle Generator Work?



Source : établi par l'étudiante

Les énergie renouvelables provient de ressources que la nature renouvelle sans cesse. Elles sont inépuisables à notre échelle par opposition aux énergies non renouvelables dont les stock s'équipent. Les énergies renouvelables sont non polluante.

Elles proviennent de deux grandes sources naturelles : le soleil (à l'origine du cycle de l'eau, des marées, du vent et de la croissance des végétaux) et la terre (qui dégage de la chaleur).

Surnomées "énergies propres" ou énergies vertes", leur exploitation engendre très peu de déchets et d'émissions polluantes mais leur pouvoir énergétique est beaucoup plus faible que celui des énergie non renouvelables.

### 4-1 Production de l'électricité à partir d'une énergie renouvelable :

Le fonctionnement de cette technologie est simple : on produit de l'électricité par la transformation de l'énergie mécanique produite par un vélo qui pédale en électricité à l'aide d'un système de génération électrique, puis de stocker cette énergie pour une utilisation ultérieure.

Nous cherchons une solution basée sur les sources de production renouvelables, on aura besoin donc de la force musculaire de nos clients

### 4-2 Pourquoi cette invention ?

- Cette invention pourrait mettre de l'électricité gratuite à la portée de tous et minimise même le moindre coût
- Innovation écologique et durable

## Sixième axe : prototype expérimental

- Elle est une : énergie propre
- Intérêt économique
- Lutte contre l'obésité
- Accès plus simple aux ressources
- Simple installation et fonctionnement

### **4-3 Comment construire un générateur de vélo ?**

En utilisant quelques pièces facilement accessibles, vous pouvez créer un générateur de vélo pouvant alimenter divers appareils électronique, tels que des ordinateurs portables et des batteries.

### **4-4 Les matériaux nécessaires à utiliser :**

- Support à bicyclette
- Cadre de vélo
- Moteur de trottinette ou scooter 24V 300W DC
- Chargeur de batterie DC-DC : Thunder 620-300W 200A
- Une batterie de voiture ou quelque chose de similaire : batterie plomb-acide 12 V 18 A/h modèle 7448K51
- Onduleur DC-AC : 400W Modèle 6987k22
- Fils pour connexions électriques et outils de vélo <sup>20</sup>

**Figure N°11 : Les matériaux nécessaires à utiliser**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter le :

20/04/2023

---

<sup>20</sup> Site internet : "Instructables" <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/>  
consulter le : 20/04/2023

## Sixième axe : prototype expérimental

### 4-5 Etapes de fabrication :

#### Etape 1 : support de vélo

Pour maintenir votre vélo, il est essentiel de disposer d'un support approprié. Vous avez deux options : construire votre propre support ou l'acheter tout fait. Dans notre cas, nous avons opté pour l'achat d'un support pour la roue arrière et avons fabriqué le nôtre pour la roue avant.

Les supports du commerce sont particulièrement pratiques pour la roue arrière, car certains d'entre eux offrent une fonction de réglage latéral. Cela signifie qu'ils peuvent être ajustés de manière à s'adapter aussi bien au côté droit qu'au côté gauche du cycliste. Cette capacité de réglage facilite l'alignement de la connexion avec le moteur, assurant ainsi une intégration harmonieuse.

**Figure N° 12 : support de vélo**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter

le : 20/04/2023

#### Etape 2 : Faire un support pour la roue d'avant :

Nous avons utilisé des blocs de bois pour fabriquer un support de vélo avant. La base a été créée à partir d'un bloc de bois mesurant 4x4x24 pouces. En utilisant deux planches de 2x4 pouces, nous avons créé des supports en perçant des trous à une hauteur confortable pour une utilisation pendant le trajet. Dans notre cas, la hauteur était d'environ 12 1/2 pouces par rapport au sol, mais cela peut varier en fonction de la taille de votre vélo. Les blocs de support, qui encadrent les deux supports supérieurs, ont été réalisés en coupant environ 4 pouces des planches de 2x4. Ces blocs de support ont été fixés à la base en utilisant des vis de 2,5 pouces, en laissant suffisamment d'espace entre eux pour accueillir les gros boulons de fixation. Enfin, des vis de 3 pouces ont été insérées en diagonale de chaque côté des blocs de support, passant à travers les blocs de fixation pour les maintenir solidement sur la base inférieure. Nous avons

## **Sixième axe : prototype expérimental**

ensuite insérer les boulons à travers les trous des deux planches de 2x4 pour créer un endroit où la fourche avant du vélo peut reposer. Lorsque vous percez des vis, il est conseillé de pré-percer l'emplacement prévu avec une mèche légèrement plus petite que la taille de la vis, ce qui facilite grandement le processus. Ces instructions s'appliquent si vous n'avez que le cadre du vélo. Si vous avez déjà une roue avant attachée, pas d'inquiétude.

**Figure N°13 : Faire un support pour la roue d'avant :**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter  
le : 20/04/2023

### Etape 3 : cadre de vélo

N'importe quel cadre de vélo fera l'affaire, tant que les pédales font tourner la chaîne.

**Figure N°14 : cadre de vélo**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter  
le : 20/04/2023

### Etape 4 : du vélo au moteur

## Sixième axe : prototype expérimental

Il existe deux options : utiliser la roue arrière pour entraîner le moteur ou relier directement la chaîne au moteur. Utiliser la roue arrière entraîne une perte d'énergie due aux frottements et à la masse en rotation. Cette étape est à la fois pratique et complexe. Il est préférable d'utiliser la roue arrière comme liaison avec le moteur.

Pour choisir un moteur, vous pouvez opter pour un moteur pas à pas, un alternateur de voiture ou un moteur de scooter électrique. Dans notre cas, nous avons utilisé un moteur de scooter. Ce moteur génère une tension proportionnelle à sa vitesse de rotation (RPM) et produit du courant en fonction de la charge qui lui est connectée. Par exemple, un pneu de VTT roulant à 20 mph tourne à environ 250 RPM. Les RPM supplémentaires nécessaires pour le moteur sont obtenus grâce au rapport entre la taille de la roue et le cylindre de friction du moteur.

**Figure N°15 : vélo TECELA**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter le :

20/04/2023

## Sixième axe : prototype expérimental

**Figure N°16 : relier directement la chaîne au moteur**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter  
le : 20/04/2023

### Étape 5 : Option de la roue arrière

La méthode la plus courante pour fabriquer un générateur de vélo consiste à utiliser la roue arrière. Vous devez trouver un moteur capable de monter un cylindre qui peut adhérer solidement à la roue arrière du vélo. En utilisant une charnière et différentes plaques en aluminium, vous pouvez construire un support réglable pour le moteur, ce qui vous permettra de contrôler la quantité de contact entre le cylindre et la roue. Fixez le moteur sur la plaque supérieure et ajustez la position ou l'angle de la plaque à l'aide d'un boulon ou d'une vis. L'option de la roue arrière vous offrira tous les RPM dont vous avez besoin, car le rapport de transmission entre la roue et le cylindre à l'arrière génère suffisamment de RPM pour produire une tension plus que suffisante. Les RPM supplémentaires nécessaires pour le moteur sont obtenus grâce au rapport entre la taille de la roue et le cylindre de frottement du moteur.

## Sixième axe : prototype expérimental

**Figure N°17 : Option de la roue arrière**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter

le : 20/04/2023

### Étape 6 : Option Chaîne vers Moteur

Si vous souhaitez relier directement la transmission de votre vélo au moteur, quelques ajustements de rapport de transmission seront nécessaires. Commencez par régler la chaîne principale du plus grand plateau à l'avant vers le plus petit pignon à l'arrière. Si vous avez un dérailleur (l'élément qui permet de changer les vitesses arrière), vous n'aurez pas besoin d'ajuster la longueur de la chaîne. Sinon, vous pouvez suivre un tutoriel, comme celui de carlo.urmy, pour apprendre à ajuster la longueur de la chaîne. Vous pouvez également retirer la jante arrière de l'essieu en coupant les rayons, mais veillez à ce que les rayons soient solides.

Obtenez une deuxième chaîne et ajustez-la de manière à passer du plus grand pignon arrière à votre boîte de vitesses (plus de détails à ce sujet prochainement). Vos pignons arrière auront maintenant deux chaînes. Si vous utilisez des fentes au lieu de trous pour fixer la boîte de vitesses au support, vous pourrez faire glisser la boîte de vitesses vers le haut et vers le bas pour ajuster la tension de cette chaîne. Même avec la double chaîne, vous ne produirez probablement qu'entre 3 et 6 volts, mais le pédalage sera très facile.

Le moteur de la trottinette produit une tension proportionnelle aux tours par minute (RPM) de son arbre. Pour augmenter le nombre de tours par minute, nous avons ajouté une boîte de vitesses avec un rapport de 1 à 8. Une boîte de vitesses ou une transmission prend simplement les tours d'un arbre d'entrée et fait tourner un arbre de sortie plus rapidement ou plus lentement. Dans notre cas, nous avons utilisé un vieux moteur AC à double arbre comme boîte de vitesses. Nous avons ajouté un coupleur entre l'arbre de sortie de la boîte de vitesses et l'arbre d'entrée de notre moteur. Grâce à ces tours par minute supplémentaires, le cycliste n'avait aucun problème pour générer la tension nécessaire. Cependant, notre boîte de vitesses avait également

## Sixième axe : prototype expérimental

une fonction qui réduisait les tours par minute lorsqu'un couple excessif était appliqué, ce qui limitait la production de courant à seulement 0,7 ampère lorsque la batterie était activée.

Nous avons également fixé un grand plateau (pignon) aux pignons arrière pour obtenir un rapport plus élevé. Grâce à cette stratégie, nous pouvions produire entre 12 et 15 volts. Le choix du moteur est un autre moyen d'ajuster les tours par minute. Dans notre cas, notre moteur était évalué à 24 volts lorsqu'il tournait à 2800 tours par minute. Les moteurs avec des tours par minute nominaux plus bas seront plus difficiles à faire tourner, mais produiront une tension plus élevée par tour. Quelle que soit la méthode utilisée pour obtenir des tours par minute supplémentaires, vous devrez faire tourner un arbre à l'aide de la chaîne de vélo.

Nous avons utilisé un petit pignon provenant d'une cassette et l'avons soudé à un manchon en métal. Ensuite, nous avons réalisé un trou taraudé et vissé un boulon pour fixer le pignon sur l'arbre. Si vous préférez, vous pouvez également trouver des coupleurs prêts à l'emploi disponibles à l'achat. Félicitations, cette partie était la plus complexe et vous l'avez bien réalisée.

**Figure N°18 : Option Chaîne vers Moteur**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter le :

20/04/2023

## Sixième axe : prototype expérimental

**Figure ° 19 : Moteur du scooter**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter le :

20/04/2023

---

### Étape 7 : Du moteur au chargeur

La nécessité d'un chargeur : Pour recharger les batteries, il est important de fournir une tension légèrement supérieure à leur tension de sortie. Cependant, une tension trop élevée peut endommager les circuits internes de la batterie, réduisant ainsi sa durée de vie. Habituellement, les circuits de charge envoient un faible courant dans la batterie. Cependant, dans le cas d'un vélo qui génère des watts, vous souhaitez envoyer des ampères plus élevés. Les chargeurs de batterie maintiennent une tension constante au niveau approprié, puis augmentent le courant, permettant une transmission de puissance plus élevée que la normale.

Choix d'un chargeur : Il est important de prendre en compte que la tension de votre moteur variera en fonction de la vitesse de pédalage. Le chargeur que nous avons utilisé accepte des tensions de 12 à 24 volts. Bien que les chargeurs puissent afficher des sorties de 10 à 20 ampères, les batteries ne supportent pas un tel courant. Par exemple, la batterie que nous avons utilisé une limite de courant de charge maximale de 5,4 ampères. Assurez-vous que le courant de votre chargeur correspond à la limite de courant de votre batterie.

À l'aide d'un multimètre, mesurez la tension de sortie de votre moteur. Connectez la sortie positive du moteur à l'entrée positive du chargeur et inversement avec le fil de terre. Notez que selon le sens dans lequel vous faites tourner le moteur, le fil positif peut ne pas être de couleur rouge. Le moteur fonctionne dans les deux sens mais fournit une tension inverse. Si possible, réglez également le courant de sortie. Un courant plus élevé chargera la batterie plus rapidement, mais rendra le pédalage plus difficile.

---

## Sixième axe : prototype expérimental

Avertissement : Assurez-vous de ne pas surcharger le chargeur ! Selon votre système d'engrenage, il peut être très facile de dépasser les 24 volts, ce qui endommagerait votre chargeur. Si vous prévoyez que d'autres personnes utiliseront le système, il est recommandé d'ajouter des diodes Zener pour protéger contre une tension excessive.

- Quelques chiffres à considérer : Par exemple, une batterie d'iPhone 5 a une capacité d'environ 1440 mAh. Supposons que vous envoyez 2 ampères du vélo vers la batterie de 12 volts et utilisez une prise sur l'onduleur pour charger votre téléphone. Il faudrait alors 40 minutes de pédalage pour générer suffisamment d'énergie pour charger complètement votre iPhone. De même, à 4 ampères, cela prendrait seulement 20 minutes. Pour recharger complètement la batterie, cela prendrait environ 9 heures en envoyant 2 ampères.

### Étape 8 : Du chargeur à la batterie

La nécessité d'une batterie : Charger votre ordinateur portable peut prendre plusieurs heures, et vous ne souhaitez probablement pas rester sur votre vélo stationnaire pendant tout ce temps. Une batterie permet de stocker l'énergie que vous avez générée pour la distribuer selon vos besoins.

Choix d'une batterie : Les batteries de voiture traditionnelles sont généralement des batteries au plomb-acide, mais vous ne voulez pas risquer d'avoir de l'acide de plomb qui s'écoule de votre batterie en cas de renversement. De plus, les batteries de voiture renversées peuvent entraîner des courts-circuits et des explosions. Il est préférable d'opter pour des batteries marines ou des batteries scellées qui peuvent résister aux secousses. Assurez-vous également que la batterie que vous choisissez est rechargeable. Enfin, sélectionnez la capacité de la batterie en fonction de vos besoins. Par exemple, nous avons choisi une batterie de 18 ampères-heure, ce qui équivaut à environ l'énergie de trois ordinateurs portables.

Connexion : Lors de la connexion de la batterie, utilisez la même prudence que lorsque vous faites un saut de batterie pour une voiture. Connectez d'abord la borne positive pour des raisons de sécurité. La tension à travers votre batterie variera en fonction de son état de charge, de sa charge et de sa décharge. Généralement, elle sera d'environ 14 V lors de la charge, 12,5 V lorsqu'elle est au repos et 11 V lorsqu'elle se décharge. Consultez la fiche technique de votre batterie pour connaître la tension maximale recommandée lors de la charge. Dans notre cas, la fiche technique de notre batterie indiquait d'arrêter la charge lorsque la tension atteignait 14,4 V. Assurez-vous de vérifier les spécifications de votre batterie pour connaître son point de tension maximale recommandé.

## Sixième axe : prototype expérimental

**Figure N°20 : Batterie de voiture 12V**



Source : <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter le :

20/04/2023

### Étape 9 : De la batterie à l'onduleur

La nécessité d'un onduleur : L'onduleur AC (courant alternatif) convertit la tension DC (courant continu) de la batterie en tension AC, qui est celle qui est utilisée dans les prises électriques murales. Les onduleurs sont couramment utilisés dans les adaptateurs de voiture pour convertir l'énergie de la batterie de la voiture en énergie utilisable. Dans notre cas, nous avons besoin d'un onduleur pour obtenir une sortie AC à partir de la batterie du vélo.

Choix d'un onduleur : Lors de l'achat d'un onduleur, vous devez prendre en compte plusieurs caractéristiques. Tout d'abord, assurez-vous que la tension AC de sortie correspond aux prises murales standards de votre région. Aux États-Unis, cela est généralement d'environ 120 V, mais une plage de 110 à 130 volts AC conviendra. Vérifiez également que la fréquence de sortie est de 60 Hz, ce qui est la norme aux États-Unis.

La puissance de sortie de l'onduleur dépendra des appareils électroniques que vous prévoyez d'alimenter. Différents appareils ont des exigences de puissance différentes, par exemple, la recharge d'un téléphone portable nécessite moins de 5 watts, tandis qu'un four à micro-ondes peut consommer jusqu'à 1500 watts. Assurez-vous donc de choisir un onduleur dont la puissance de sortie correspond aux besoins de vos appareils. Gardez à l'esprit que la puissance de sortie de l'onduleur aura une incidence sur le coût de celui-ci.

Une autre caractéristique importante à rechercher est la capacité de l'onduleur à accepter une plage de tensions d'entrée. Les batteries peuvent avoir des variations de tension en fonction de leur état de charge, il est donc important de trouver un onduleur capable d'accepter cette plage de tensions d'entrée.

## **Sixième axe : prototype expérimental**

En ce qui concerne notre choix d'onduleur, nous avons opté pour le convertisseur Wagan 400W avec deux ports USB supplémentaires, modèle 6987K22 de McMaster-Carr. Nous avions besoin d'une puissance suffisante pour alimenter des appareils tels qu'un ordinateur de bureau et un écran, ce qui représentait environ 250 watts de puissance. Cet onduleur reconnaîtra les surcharges de tension d'entrée et s'éteindra pour protéger vos appareils contre les surtensions. Il est également livré avec des pinces de batterie pour une connexion facile.

Connexion : Pour connecter l'onduleur à la batterie, utilisez les pinces fournies pour les terminaux de la batterie. Assurez-vous de connecter la borne positive de la batterie à la borne correspondante de l'onduleur, puis la borne négative de la batterie à la borne de terre de l'onduleur. Suivez les instructions fournies avec votre onduleur pour une connexion correcte et sécurisée.

Il est important de noter que l'onduleur génère de la chaleur lors de la conversion du courant continu en courant alternatif. Assurez-vous donc de le placer dans un endroit bien ventilé pour éviter la surcharge.

---

# Conclusion

## **Conclusion**

En conclusion, notre business plan témoigne de notre engagement à créer un restaurant traditionnel unique, qui se distinguera par son authenticité, sa gastronomie d'excellence et son service attentionné. Nous sommes animés par une passion profonde pour la préservation du patrimoine culinaire de notre région, et nous sommes convaincus que notre concept répondra aux attentes des amateurs de cuisine traditionnelle.

En misant sur des ingrédients de qualité, la transmission de recettes ancestrales et la création d'une atmosphère conviviale, nous sommes confiants dans notre capacité à attirer une clientèle fidèle et à générer des revenus solides.

Nous avons fixé des objectifs financiers réalistes et élaboré des stratégies marketing efficaces pour promouvoir notre restaurant et attirer une clientèle diversifiée. Nous avons également pris en compte les aspects opérationnels tels que la gestion des ressources humaines, la sélection rigoureuse des fournisseurs et la création d'un menu varié et authentique.

Notre équipe compétente et passionnée est prête à relever tous les défis et à s'adapter aux évolutions du marché de la restauration. Nous sommes déterminés à offrir à nos clients une expérience culinaire exceptionnelle et à faire de notre restaurant traditionnel un véritable succès.

En résumé, nous sommes impatients de concrétiser notre projet et de partager notre amour pour la cuisine traditionnelle avec nos clients. Nous croyons fermement en notre succès et sommes convaincus que notre restaurant deviendra une référence incontournable pour tous les passionnés de saveurs authentiques.

# Bibliographie

# Bibliographie

## La liste des références :

### - Les références en Francais :

#### 1/ Les ouvrages :

1/ Bruno-Laurent MOSCHETTO, "Le Business Plan"(3Ed), édition Economica, Paris, France, 2005.

2/ David Brault, Michel Sion, Réussir son Business Plan (3 Ed), DUNOD, Paris, France, 2013.  
Page 4, 7 et 8

3/ Michel kalika, jean-Pierre Helfer, "Management cas et applications" (2 Ed), edition Vuibert, France, 2014

#### 2/Thèses et mémoires :

1/ Dr Brahimy Assia, Conférences sur le droit 04-08, adressées aux étudiants de quatrième année, majeure en gestion financière, Département de la deuxième phase, École supérieure d'administration des affaires, Tlemcen, 2022/2023

#### 3/ Articles :

HAMITOUCHÉ Fairouze "L'innovation organisationnelle comme solution facilitatrice au passage à l'innovation technologique, revue Namaa pour l'économie et commerce, issue N° 03 : juin 2018, Algerie

#### 4/ Décret et lois :

1/ Décret exécutif n° 97-41 du 9 ramadan 1417 correspondant au 18 janvier 1997 Journal officiel de la République algérienne, No 5, 19 janvier 1997, Algérie, SUIS 10-15.

2/ Loi n° 04-08 du Le 27 Jumada II 1425 correspondant au 14 août 2004, Journal officiel de la République algérienne, n° 52, 18 août 2004, Algérie, SUIS 4- 9.

3/ Décret exécutif n° 15-249 du 15 Dhu al-Hijjah 1436 correspondant au 29 septembre 2015, Journal officiel de la République algérienne, Numéro 52, 30 septembre 2015, Algérie.

4/ Décret exécutif n° 15-111 du 14 Rajab 1436 correspondant au 3 mai 2015, Journal officiel de la République algérienne, numéro 24, 13 mai 2015, Algérie.

#### 5/ Internet :

1/ Définition de l'innovation, Site : <https://www.institutreindus.fr/wp-content/uploads/2017/11/6-Ouvrage-Chap-1.pdf>

2/ Émergence d'innovation technologique incrémentale par application, à des experts, de l'analyse du patrimoine intellectuel inventif, Pierre Saulais, Jean-Louis Ermine, Dans Innovations 2016/1 (n° 49), site : <https://www.cairn.info/revue-innovations-2016-1-page-103.htm> consulté le : 21/06/2023

## Bibliographie

- 3/ Guide de création de fondation, disponible à l'adresse (<https://and.dz/guide-de-creation-den-treprise/>), date de visite (18/04/2023).
- 4/ Les 5 forces de Porter pour analyser l'environnement concurrentiel, site : <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/5-forces-de-porter-analyse-concurrence/> Consulté le : 21/06/2023
- 5/ L'innovation au cœur de la dynamique du capitalisme selon Schumpeter, site : <https://www.lumni.fr/article/l-innovation-au-coeur-de-la-dynamique-du-capitalisme-selon-schumpeter> consulté le 21/06/2023
- 6/ Site internet : "Instructables" <http://www.instructables.com/id/How-to-Build-a-Bicycle-Generator-1/> consulter le : 20/04/2023

### - Les références en arabe :

#### الكتب

1/ علاء عباس و محمد السالمي، "ريادة الاعمال و المشاريع"، دار التعليم الجامعي للطباعة و النشر، الطبعة الأولى مصر، 2020

2/ طاهر محسن، منصور الغالبي، ادارة و استراتيجية منظمات الاعمال المتوسطة و الصغيرة، دار وائل، عمان،طبعة الأولى،الأردن، 2009

#### المذكرات والاطروحات

د. براهيمي آسية محاضرات في القانون ، 04-08 موجهة لطلبة السنة الرابعة، تخصص إدارة مالية، قسم الطور الثاني، المدرسة العليا لإدارة الأعمال، تلمسان.

# **Les annexes**

## Les annexes

### Annexe N°01 : business model canva

| <b><i>Partenaires clés</i></b>   | <b><i>Activités clés</i></b>  | <b><i>Valeurs proposées</i></b>   | <b><i>Relation client</i></b>   | <b><i>Clients</i></b>  |
|--|---|---|---|--|
| -Les fournisseurs des produits agricoles<br><br>-Les fournisseurs artisans (femmes qui fabriquent les pâtes)<br><br>-Ets Inside Home Création (entreprise du décor intérieur)<br><br>-CUISINOX : vente d'équipement de cuisine<br><br>-Direction du commerce (chambre de commerce)<br><br>-Direction du tourisme et de l'artisanat<br><br>-La banque d'Algérie (BNA) | -Activité de restauration avec un service à table, restaurant à thème et spécialisé offrant un choix entre plusieurs types de plats<br><br>-associant les activités de restauration et la vente des boissons non alcoolisés<br><br>-activité réglementée (601208) | -Un bon rapport prix/qualité par rapport aux concurrents<br>- un nouveau mode de paiement d'une manière amusante à travers les vélos d'énergie<br>- Cultiver les clients en faisant connaitre notre patrimoine<br>- service respecte l'environnement et soutien les énergies renouvelables et limite la part des énergies non renouvelables<br>- Dépendance aux énergies renouvelables. | - un bon accueil<br>- la technique du vélo est considérée comme un outil de fidélisation<br>- carte de fidélité<br>- offre de repas et pack avec un code promo publier dans la page officielle du notre restaurant dans les réseaux sociaux | -les jeunes curieux natifs et étrangers<br><br>-Les familles<br><br>-Les touristes natifs et étrangers<br><br>-Etudiants et employés |
| <b><i>Ressources clés</i></b>  |   | <b><i>Canaux</i></b>  |   |  |
|  |   | <b><u>choix du média</u></b><br>:<br>-la publicité sur les réseaux sociaux comme Facebook et Instagram<br>-Louer l'espace de panneaux d'affichage<br>-la presse : publicité sur les journaux  |   |  |

## Les annexes

|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Equipements du système d'énergie renouvelables</li> <li>-Recettes</li> <li>-licence ou agrément</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Annonces radios locales comme JIL FM</li> </ul>  |
| <p><b><u>Coûts</u></b></p> <p><b>1/ Coûts fixs : 3 679 590,00 DA</b></p> <p><b>Local, équipements de cuisine, équipements du salle, équipements du TECELA</b></p> <p><b>2/Coûts variables : 3 803 000,00 DA</b></p> <p><b>Salaires, matière première, frais d'autre services comme gaz, eau, intenet</b></p> | <p><b><u>Revenus</u></b></p> <p><b>- Revenues de la 1<sup>ère</sup> année : 55656000,00 DA</b></p> <p><b>-Revenues de la 2<sup>ème</sup> année : 68760000 DA</b></p> <p><b>- Revenues de la 3<sup>ème</sup> année : 81864000 DA</b></p> <p><b>- Revenues générer à partir du système TECELA (vélo) pendant une année : 29286,43 DA</b></p> |

Source : établi par l'étudiante

### Annexe N° 02 : Bilan d'ouverture du projet

| <b>ACTIF</b>                           | <b>Montant</b> | <b>PASSIF</b>                     | <b>Montant</b> |
|--|----------------|-----------------------------------|----------------|
| <b><u>Actif non courant</u></b>        |                | <b><u>Capitaux propres</u></b>    |                |
| <u>Immobilisations incorporelles</u>   | 30000          | Capital émis                      | 6800000        |
| Logiciel de caisse                     | 30000          |                                   |                |
| <u>Immobilisations corporelles</u>     | 3511990        |                                   |                |
| Matériel et outillage industriel (1)   | 140000         | <u>Σ capitaux propres</u>         | 6800000        |
| Autres immobilisations corporelles (2) | 3371990        | <u>Passif non courant</u>         | 0              |
| <b><u>ΣA non courant</u></b>           | <b>3541990</b> |                                   |                |
| <b><u>Actif courant</u></b>            |                |                                   |                |
| Matières première et fournitures       | 3224000        | <u>Passif courant</u>             | 0              |
| Autres approvisionnements (3)          | 10000          |                                   |                |
| Disponibilité                          | 24010          |                                   |                |
| <b><u>ΣA courant</u></b>               | <b>3258010</b> | <b><u>ΣP C et non courant</u></b> |                |
| <b><u>ΣActif</u></b>                   | <b>6800000</b> | <b><u>ΣPASSIF</u></b>             | <b>6800000</b> |

(2) Système TECELA

(3) Matériel de cuisine et salle

## Les annexes

### (4) Produits détergents

Source : établi par l'expert financier

### Annexe N°03 : Tableau de flux de trésorerie

| Libelle   | Première année     |
|---|--------------------|
| <b>Flux de trésorerie liée à l'activité :</b>             |                    |
| Resultat net  | 40890888.43        |
| Dotations aux amortissements et aux provisions            | 674398             |
| Plus value de cession                                     | 0                  |
| Marge brut d'autofinancement                              | <b>41565286.43</b> |
| Besoin en fonds de roulement                              | -3258010           |
| Eléments extraordinaire (produits)                        | 29286.34           |
| <b>Flux net de trésorerie généré par l'activité</b>       | <b>38336562.77</b> |
| <b>Flux de trésorerie liée à l'investissement :</b>       |                    |
| Acquisitions d'immobilisations                            | -3541990           |
| <b>Flux net de trésorerie généré par l'investissement</b> | <b>-3541990</b>    |
| <b>Flux de trésorerie liée au financement :</b>           |                    |
| Dividendes versé  | ( )                |
| <b>Flux net de trésorerie liée aux financements</b>       |                    |
| <b>VARIATION DE TRESORERIE</b>                            |                    |
| Trésorerie d'ouverture                                    | 24010              |
| Trésorerie de clôture                                     | 34818582.77        |

Dividendes versé : pas encore déterminer

Source : établi par l'expert financier

### Annexe N°04 : Le compte de résultat

## Les annexes

| Libelle  | Première année     | Deuxième année     | Troisième année    |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|
| Chiffre d'affaire  | 55656000           | 68760000           | 81864000           |
| <b>PRODUCTION DE L'EXERCICE</b>                              | <b>55656000</b>    | <b>68760000</b>    | <b>81864000</b>    |
| Achats consommés   | 3228000            | 38736000           | 39510720           |
| Services extérieurs et autres consommations                  | 282000             | 282000             | 282000             |
| <b>CONSOMMATION DE L'EXERCICE</b>                            | <b>3510000</b>     | <b>39018000</b>    | <b>39792720</b>    |
| <b>VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION</b>                         | <b>52146000</b>    | <b>29742000</b>    | <b>42071280</b>    |
| Charges de personnel   | 3120000            | 3432000            | 3775200            |
| Impôts, taxes et versements assimilés                        | 396000             | 435600             | 479160             |
| <b>EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION</b>                          | <b>48630000</b>    | <b>25874400</b>    | <b>37816920</b>    |
| Autres produits opérationnels Autres charges opérationnelles | 7094000            | 7094000            | 7094000            |
| Dotations aux amortissements et aux provisions               | 674398             | 674398             | 674398             |
| Reprise sur pertes de valeur et provisions                   |                    |                    |                    |
| <b>RESULTAT OPERATIONNEL</b>                                 | <b>40861602</b>    | <b>18106002</b>    | <b>30048522</b>    |
| Produits financiers  |                    |                    |                    |
| Charges financières  |                    |                    |                    |
| <b>RESULTAT FINANCIER</b>                                    | <b>0</b>           | <b>0</b>           | <b>0</b>           |
| <b>RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS</b>                       | <b>40861602</b>    | <b>18106002</b>    | <b>30048522</b>    |
| Impôts exigibles sur résultats ordinaires                    | 0                  | 0                  | 0                  |
| <b>RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>                 | <b>40861602</b>    | <b>18106002</b>    | <b>30048522</b>    |
| Eléments extraordinaires (produits)                          | 29286.43           | 29286.43           | 29286.43           |
| Eléments extraordinaires (charges)                           | 0                  | 0                  | 0                  |
| <b>RESULTAT EXTRAORDINAIRE</b>                               | <b>29286.43</b>    | <b>29286.43</b>    | <b>29286.43</b>    |
| <b>RESULTAT NET DE L'EXERCICE</b>                            | <b>40890888.43</b> | <b>18135288.43</b> | <b>30077808.43</b> |

Impôts exigibles sur ordinaires : **exonérés pendant 4 ans**

Source : établi par l'expert financier

## Résumé du projet

Le MultiTraditionnel, un restaurant traditionnel à thème, il est composé de quatre coins de cultures algériennes différentes où chaque coin représente une région (est, centre, ouest et sud). Notre objectif est de proposer un service innovatif à nos clients qui est le système TECELA (système de génération électrique sous forme de vélo) se qui attire nos clients à visité notre restaurant.

**Mots clés : Restaurant – Tradition – Electricité – Vélo TECELA – Alger Centre.**

### Abstract

The MultiTraditionnel is a traditional themed restaurant consisting of four corners representing different Algerian cultures, with each corner representing a specific region (east, west and south). Our goal is to provide innovative service to customers which includes the TECELA system (an electricity generation system in the form of a bicycle).

**Key Words : Restaurant – Traditions – Electricity – TECELA bicycle – Algiers.**

### ملخص المشروع

مليتيрадيشونال هو مطعم ذو طابع تقليدي، يتكون مقره من أربع زوايا تضم ثقافات جزائرية مختلفة، حيث يمثل كل ركن منطقة (الشرق، الوسط، الغرب والجنوب). هدفنا هو تقديم خدمة مبتكرة لعملائنا وهو نظام تسلا (نظام توليد الكهرباء باستعمال دراجة) لتشجيع العملاء على اختيار مطعمنا.

**الكلمات المفتاحية: مطعم، تقليدي، كهرباء، دراجة تسلا، الجزائر العاصمة.**