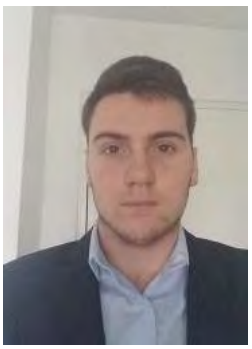
La peau à la bouche

BALABAUD Dylan
CHICOUARD Eva
DULAU Benjamin
FISKA Julian
GOIGOUX Antoine
REIX Antoine

Professeur référent : FOUGERAS David

lycée des métiers
Jean Monnet
Hôtellerie -restauration
Alimentation

NOTRE EQUIPE



Julian Fiska
19 ans
BTS Hôtellerie-Restauration

Marketing et Communication

Eva Chicouard
25 ans
BTS Hôtellerie-Restauration

Ingénierie de production et logistique de distribution

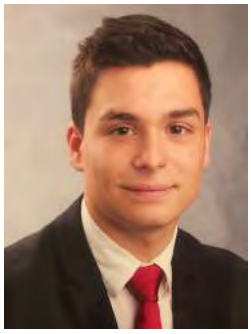
Antoine Goigoux
21 ans
BTS Hôtellerie-Restauration

Montage financier du dossier

Étudiants en support

Antoine Reix
19 ans
BTS Hôtellerie-Restauration

Dylan Balabaud
19 ans
BTS Hôtellerie-Restauration



Benjamin Dulau
19 ans
BTS Hôtellerie-Restauration

SOMMAIRE

1. Présentation et étude d'opportunité globale de notre projet ..2

1.1 Notre idée, son origine et son opportunité ..2

1.2 Analyse globale d'opportunité ..3

2. Analyse de marché ..6

2.1 Méthodologie ..6

2.2 Analyse de la demande ..7

2.3 Analyse de la concurrence ..8

3. Notre offre commerciale ..9

3.1 L'offre produit ..9

3.2 L'offre prix ..9

3.3 La logistique et l'ingénierie d'approvisionnement et de production ..10

3.4 La communication ..15

4. Étude de la faisabilité financière et choix de la structure juridique ..17

4.1 Bilan d'ouverture ..17

4.2 Étude de l'exploitation prévisionnelle et de la rentabilité potentielle du projet ..17

4.3 Étude de la trésorerie ..23

4.4 Le choix de la structure juridique ..25

Annexes

1. Présentation et étude d'opportunité globale de notre projet

1.1 Notre idée, son origine et son opportunité

Notre projet consiste en la proposition d'une offre autour du produit pelures tant de fruits que de légumes: elle pourra se décliner avant tout sur l'univers des chips mais aussi sous forme de gelées/confitures, tisanes/infusions, soupes, sels aromatisés, orangettes.

Notre idée trouve son origine dans une expérience que nous menons tous les ans autour des mesures « anti-gaspillage » et plus particulièrement l'opération « Zero Gaspi » pilotée par Limoges Métropole, qui nous a sensibilisés au gaspillage alimentaire et qui nous a laissés entrevoir un axe de projet conciliant donc conviction personnelle et opportunité commerciale.

1.2 Analyse globale d'opportunité

1.2.1 Un projet porté par des facteurs d'environnement favorables

Nous pensons notre projet porteur car il se trouve à la croisée de plusieurs tendances de fond : la lutte contre le gaspillage alimentaire, la recherche de nouvelles expériences en consommation, la tendance « healthy » donnant une importance croissante à la dimension bien-être, santé, équilibre, qualité de vie, la tendance locavore et plus généralement celle de la recherche d'une consommation responsable.

Nous donnons ci-après quelques chiffres édifiants sur le phénomène de gaspillage alimentaire au cœur de notre projet.

Avec ce que l'Europe jette chaque année à elle seule, on pourrait nourrir 1 milliard de personnes, soit l'intégralité des personnes qui souffrent de malnutrition dans le monde. Autre chiffre, 40% de la nourriture produite dans le monde n'est pas consommée.

Notons le cas particulier de la restauration qui représente 42% du gaspillage en repas alors que nous n'y prenons que 15% des repas.

Nous entendons par « locavorisme » le fait d'être de plus en plus soucieux de la provenance du produit et notamment de sa production dans un environnement de proximité, ce qui correspond pour le consommateur à la fois à un gage de qualité, de sécurité, de minimisation de la trace carbone mais aussi d'encouragement économique du tissu local et donc de gain de sens à sa consommation.

Par expérience de consommation, nous entendons le fait que le client consomme certes un produit mais aussi sa nouveauté, son originalité qui constituent autant de facteurs d'achat. La motivation de consommation dépasse donc largement la dimension stricte du produit.

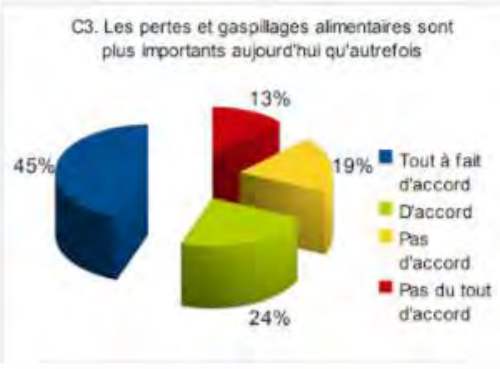
Notre projet est aussi favorisé par un environnement juridique porteur depuis notamment les textes issus du Grenelle II obligeant les producteurs de déchets organiques dont alimentaires à un tri et une revalorisation des bio-déchets. Cette réglementation concernant au départ les gros producteurs s'étend désormais à l'ensemble de la filière : restauration collective et commerciale, commerces alimentaires, industrie agro-alimentaire.

Notre projet s'appuie aussi sur le contexte économique tendu : la valorisation des déchets mais plus généralement la limitation du gaspillage alimentaire, c'est la possibilité de consommer à moindre coût mais aussi l'opportunité pour les professionnels d'obtenir une exploitation plus profitable.

Il y a donc derrière cette problématique des enjeux colossaux tant en termes de développement durable, de répartition des richesses mais aussi économiques, chacun a intérêt à considérer cette question.

Cet extrait d'enquête quantitative issu d'un dossier produit par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation en 2011 montre bien la prise de conscience très forte du caractère évitable du gaspillage alimentaire, de son impact économique et écologique important, du fait qu'il s'agisse véritablement d'un problème pour les personnes interrogées, et que ce problème soit grandissant.

Les pertes et gaspillages alimentaires – un enjeu bien identifié par les acteurs interrogés



Conscience de l'impact économique et environnemental des pertes et gaspillages alimentaires

Sur la dimension « santé , notons que la pelure est un produit antioxydant, permettant de lutter contre le cholestérol, les processus inflammatoires et composé d'un large éventail de vitamines, fibres, minéraux avec toutes les vertus associées notamment en termes de défenses immunitaires et de bon fonctionnement général des organes. La pelure en elle-même est souvent encore plus bénéfique que le reste du fruit ou du légume.

On peut aussi retrouver ce produit dans une optique beauté lui aussi porteur (crème pour la peau, produits pour cheveux..) et enfin dans un univers d'ambiance (parfum d'intérieur, bouquets...), deux axes que nous n'investirons pas dans un premier temps.

1.2.2 Quelques menaces, difficultés prévisibles

Nous pouvons citer en général la complexité de la logistique de notre projet, le caractère fragile de notre matière première et la nécessité de prospecter des filières atypiques avec les aléas possibles d'approvisionnement, le caractère très concurrentiel des marchés sur lesquels nous intervenons avec notamment la présence de grands groupes qui peuvent constituer une barrière à l'entrée.

Nous commencerons par une analyse du marché de notre projet, nous poursuivrons par la présentation de notre offre commerciale d'ouverture, nous élaborerons enfin un montage financier et juridique pour finaliser notre plan d'affaires.

2. Analyse de marché

2.1 Méthodologie

Notre méthodologie d'étude a été organisée autour de trois grands volets :

- Une étude documentaire ayant consisté en la consultation de différentes ressources en ligne sur le thème des pelures, de leur transformation et de la problématique du gaspillage alimentaire notamment.

- Une étude qualitative ayant pris la forme d'interviews d'experts avec des objectifs divers autour des différentes problématiques de notre projet : Madame OLIVE responsable de l'opération « Zero Gaspi » sur l'agglomération de Limoges concernant une analyse globale d'opportunité de notre projet. Dans le cadre de l'étude de nos sources possibles d'approvisionnement, nous avons contacté Madame BLANCHARD responsable du développement de la ceinture maraîchère de l'agglomération de Limoges, Mme JALLADEAU responsable des cuisines de la ville de Limoges, Madame ENJALBERT directrice du CIBIAL au Lycée Agricole des Vaseix.

Toujours sur la méthodologie de l'entretien qualitatif, nous avons vérifié l'adhésion d'un ensemble représentatif de nos clients potentiels particuliers ou entreprises mais aussi distributeurs (restaurateurs, cafetiers, épiceries fines, GMS)

- Notre étude a enfin comporté une dimension expérimentation, puisque dans le cadre d'ateliers de créativité en laboratoire, nous avons exploré les possibilités de production à base de pelures et vérifié la faisabilité de nos productions.

2.2 Analyse de la demande

2.2.1 - Identification des segments et attentes

Nous avons identifié plusieurs segments de clientèle : des particuliers, des restaurateurs, des cafetiers, des distributeurs spécialisés ou généralistes.

Les particuliers : on retrouve ici les attentes déjà évoquées plus haut de produits plus sains, des attentes en termes d'originalité et d'expérience, une sensibilité locavore qui permet de créer une préférence, la volonté de se faire plaisir et en même temps d'être responsable.

Les restaurateurs : les attentes restaurateurs reprennent évidemment les attentes des consommateurs puisqu'il s'agit de les satisfaire.

On peut néanmoins noter plusieurs autres éléments si l'on raisonne au niveau de l'exploitation globale de l'établissement : adopter un positionnement responsable, se différencier au regard de la concurrence, se conformer à la nouvelle réglementation sur le gaspillage alimentaire dans le secteur de la restauration, capter une clientèle qu'ils ne captaient pas jusqu'alors du fait de ce nouveau positionnement, fidéliser une clientèle existante, proposer une offre additionnelle possiblement margeuse.

Nous noterons également que les restaurateurs constituent aussi pour nous des fournisseurs potentiels dans le cadre de leur objectif de valorisation de leurs déchets.

Les distributeurs généralistes et spécialistes : concernant les distributeurs généralistes, notamment les GMS, il s'agit là aussi d'élargir la gamme de produits proposés sur un segment, de se positionner aussi de façon responsable tant sous l'angle locavore qu'anti- gaspi déjà amorcé avec la commercialisation des légumes et fruits « moches ». Concernant les distributeurs spécialisés et positionnés de façon plus pointue (bio, vegan...), il s'agit avant tout d'élargir leur gamme à un produit inédit susceptible de fidéliser leur niche de clientèle.

Concernant les entreprises hors secteur, il s'agit de créer une incentive autour d'une activité (leçon de cuisine par exemple) ou une prestation originale, d'insister sur sa responsabilité sociale et environnementale, d'améliorer la cohésion interne autour de valeurs fortes dont la responsabilité mais aussi l'innovation.

2.2.2 Estimation du potentiel de demande

Il est difficile de quantifier la demande puisque nous visons une clientèle large et du fait de notre activité de commerçant entraînant possiblement une zone de chalandise étendue. Du fait des différents éléments évoqués, nous pouvons considérer que le potentiel est très important sans pouvoir le quantifier précisément.

Nous avons malgré tout été soucieux de vérifier la validité de notre offre en faisant valider notre proposition par un petit échantillon représentatif de nos futurs clients (cf pages annexes) ce qui nous permet d'extrapoler avec confiance à une plus grande échelle ce retour positif.

Nous sommes aussi confiants en notre potentiel de demande car nous proposons des produits pour différentes occasions de consommation qu'il s'agisse du moment de l'apéritif, du repas dont le petit-déjeuner ou le goûter, mais aussi de l'entre-repas ou tout simplement des moments de gourmandise : à travers ces différentes occasions de consommation, nous pouvons donc accompagner nos clients tout au long de la journée ou capter un large spectre de clients.

2.3 L'analyse de la concurrence

Hormis pour les orangettes, il n'existe pas de concurrence directe, c'est-à-dire d'offre centrée autour du produit « pelures ». On retrouve souvent des contributions de particuliers sur différents blogs mais le produit est très rarement utilisé à plus grande échelle et dans le cadre d'une commercialisation.

On peut remarquer globalement pour les offres, notamment sur le segment chips, une montée en gamme et une diversification, mais elle ne concerne pas l'exploitation de pelures.

Nous pouvons considérer une concurrence indirecte comme étant l'ensemble des entreprises proposant des produits similaires (chips, gelées...), sans pour autant que la pelure en soit la base.

Nous avons donc un positionnement très distinctif tant sur la dimension innovante de notre produit de base, la pelure, mais aussi de façon dérivée de ce produit de base, sur la dimension expérientielle, healthy, locavore, antigaspillage et responsable qu'elle véhicule.

3. Notre offre commerciale

3.1 L'Offre Produit

La gamme :
Initialement envisagée en version chips, elle s'est diversifiée sous d'autres formes : confitures/gelées, huiles, sels, sucres parfumés, orangettes, soupes.

La marque :
Nous avons choisi comme marque d'entreprise « la peau à la bouche » car évocatrice de deux dimensions essentielles pour nous : la gourmandise (référence à l'expression l'eau à la bouche) et la substitution du terme eau par peau dans l'expression pour faire référence à notre produit de base, la pelure.

Le logo :
Notre logo est en appui de notre marque : une bouche qui se régale, la langue étant une peau de fruit : il évoque donc bien les deux curseurs importants de notre marque : la gourmandise et la pelure.

Stylique produit-stylique package : nous avons pour les produits le nécessitant un conditionnement stylique transparent pour mettre en valeur notre produit mais aussi responsable au sens où il sera éco-durable.

3.2 L'Offre Prix

Nous avons déterminé nos prix en prenant en compte les éléments de coûts, de cible et de concurrence.

Concernant les coûts, nous pouvons considérer que celui de notre matière première principale, la peau, est celui de la gratuité ou au prix symbolique. Nous comptons faire apparaître le nom de nos fournisseurs sur nos différents produits, contribuant ainsi à leur communication, cette mention constituant aussi une rémunération indirecte et encourageant également la fillière à nous prescrire.

Comme nous l'avons précisé, nous n'avons pas de concurrents directs. Nous nous baserons donc sur nos concurrents indirects, proposant le même type de produit mais sans base de pelure. Nous considèrerons les produits ayant un positionnement qualitatif au regard desquels nous aurons une stratégie d'alignement.

Concernant la demande, nous considérons que nous nous adressons à une clientèle intéressée par l'expérience ou concernée par la responsabilité de l'offre et qui est donc prête à payer plus cher à type de produit égal.

Les prix sont présentés dans la partie financière du dossier.

3.3 La logistique et l'ingénierie d'approvisionnement et de production

3.3.1 Nos sources d'approvisionnement

Concernant l'approvisionnement qui correspond à un élément important de notre projet nous avons identifié d'ores et déjà plusieurs catégories de partenaires : les cantines scolaires de la ville et de l'agglomération de Limoges à travers la filière de collecte des bio déchets organisée par Limoges Métropole, les fournisseurs issus du développement de la ceinture maraîchère de l'agglomération de Limoges, les productions issues du lycée agricole des Vaseix et également du CIBIAL qui lui est rattaché, la filière pommes du Limousin notamment à travers les coopératives produisant les produits dérivés de ce fruit, les GMS, les restaurateurs dans le cadre de leur politique de minimisation du gaspillage alimentaire et de la valorisation des bio déchets.

Concernant en particulier le Lycée Agricole des Vaseix, un travail est mené avec la Banque Alimentaire qui récupère dans toutes les enseignes de GMS des légumes et fruits non calibrés, non commercialisables sous forme de soupes, purées, compotes. L'établissement des Vaseix se charge de transformer la matière première et estime à 40kg hebdomadaire les pelures générées du fait même de cette opération. L'établissement

nous a aussi précisé l'existence de contrats avec des grossistes en fruits et légumes régionaux (Pomona et Gautier Primex) qu'il paraît important d'exploiter. Le projet permet de travailler la transformation des matières premières en complément de l'approvisionnement issu de la serre au sein même de l'établissement et alimente entre autres le magasin de l'établissement. Il est envisageable aussi qu'à court-moyen terme la production agricole issue de la ceinture maraîchère de l'agglomération de Limoges soit valorisée au sein de l'établissement avec la production de pelures en rapport. Rien que donc au niveau des Vaseix, nous avons une source d'approvisionnement substantielle et qui plus est, en nous associant à une logique complètement responsable.

La mise en œuvre de la ceinture maraîchère correspond non seulement à une ressource d'approvisionnement mais aussi parfaitement à notre philosophie d'entreprise puisqu' ayant pour objectifs essentiels de mieux répartir les richesses sur la filière agro-alimentaire, de favoriser l'autosuffisance alimentaire, de maintenir des emplois en local, de réduire l'empreinte écologique, de créer du lien entre ville et campagne.

3.3.2 La collecte et le traitement préalable

En ce qui concerne la collecte des pelures, il est obligatoire de prévoir une récupération régulière des pelures pour éviter toute décomposition. Nous avons établi la récurrence de la collecte à tous les deux jours. Une bonne entente avec nos fournisseurs nous permettra d'avoir des contacts fréquents qui nous aiguillera sur la nécessité de récupérer les pelures en fonction de la quantité amassée.

Un établissement de restauration a comme impératif de nettoyer tous les fruits et légumes qu'il utilise. C'est pour nous une aubaine puisque nous ne récupérerons que des produits propres. Nous avons donc prévu de procurer des bacs de conservation à nos fournisseurs. Ces bacs seront positionnés à l'extérieur des diverses entreprises, au niveau des entrées de service pour garantir leur récupération à tout moment sans forcément tabler sur les horaires et/ou disponibilités de nos fournisseurs. En effet, nous avons plusieurs fournisseurs maraîchers ou producteurs aux emplois du temps chargés. Il est donc important que notre projet n'entraîne pas de tâches supplémentaires à des personnes déjà bien occupées. Ces bacs seront bien entendu stérilisés fréquemment par nos soins. L'air sera filtré et devra pouvoir circuler un minimum pour éviter toute moisissure. Par ailleurs, grâce à la fréquence de nos ramassages, ce genre de risque ne pourra pas arriver.

En fonction des types de pelures que nous fournirons les différents points de collecte, nous aurons 4 types de bacs différents :

- un pour les pommes de terre,
- un pour les pelures de légumes divers,
- un pour les pelures de fruits,
- un pour les écorces d'agrumes.

Pour le bac « pomme de terre » et celui « légumes » :

Nous préférons différencier les épluchures de pommes de terre des autres légumes pour pouvoir satisfaire la clientèle exclusivement consommatrice de chips de pommes de terre. De plus, cela facilitera le tri au moment de la production. Pour conserver ces pelures, il faudra que les bacs soient remplis d'eau propre avec un peu d'acide ascorbique pour éviter aux pommes de terre et aux autres épluchures de légumes de noircir et de conserver ainsi un aspect esthétique agréable.

L'acide ascorbique est le nom scientifique de la vitamine C d'origine naturelle ou synthétique. L'acide ascorbique est un additif alimentaire couramment utilisé dans la production alimentaire, sous le code européen E 300. Caractérisée par des propriétés anti oxydantes, elle est utilisée comme conservateur alimentaire. Grâce à ses propriétés anti oxydantes, l'acide ascorbique empêche la prolifération des bactéries dans les préparations alimentaires. Il s'agit d'un additif qui empêche donc l'oxydation des aliments. Elle prolonge ainsi la durée de conservation des denrées en les protégeant des altérations provoquées par l'oxydation. L'acide ascorbique est un conservateur qui permet de limiter le brunissement (le changement de couleurs) des fruits, le rancissement (le mauvais goût) des matières grasses. Ainsi, les aliments conservent le maximum de leur couleur naturelle même lorsqu'ils sont mis en conserve. Ce faisant, l'acide ascorbique stabilise les couleurs.

Pour le bac « fruits » :

La plupart des pelures fruits récoltées chez nos producteurs sont déjà définies : ce sont principalement des pommes et des poires. Ces aliments peuvent garder leur aspect harmonieux grâce au jus de citron que nous fournirons au préalable.

Pour le bac « agrumes » :

Nul besoin de traitement particulier car ce sont des éléments qui ne s'abîment pas facilement, qui n'ont aucune obligation de rester humide (bien au contraire dans notre cas) pour se conserver. De plus la fréquence des collectes ne permettra à aucun moment que ces écorces soient détériorées.

3.3.3 Le process de production

Le processus de revalorisation des déchets organiques de type pelures passe par plusieurs étapes distinctes. Ces étapes seront différentes en fonction de la nature du produit (pelures ou écorces).
Pour nos essais, nous avons privilégié des aliments consommés régulièrement. Après un lavage minutieux des résidus végétaux, nous avons fait divers essais : fritures et déshydratations pour les chips de pelures, de la marmelade, du jus de fruits, ainsi que du sel, du sucre et des huiles aromatisées : tous furent couronnés de succès.

Comme dit précédemment, pour garder un aspect esthétique agréable, il est important de conserver les pelures de pommes de terre et les pelures de légumes dans de l'eau avec une infime présence d'acide ascorbique pour ne pas qu'elles noircissent et de presser un demi citron sur les résidus de pommes et de poires pour ne pas qu'ils s'abîment.

La pomme de terre, le céleri, la carotte, la pomme et la poire :

- Une partie des épluchures ont été frites dans une huile entre 180°C et 190°C, ces pelures ont l'apparence de chips dorées et sont très appréciables à grignoter.

- Les autres pelures ont été déshydratées au micro-ondes par séquence de 30 secondes entre 700W et 800W pendant environ 5 minutes. A chaque séquence de 30 secondes, il est essentiel d'ouvrir la porte du micro-ondes pour enlever l'humidité et garantir le croustillant d'une chips.

Autres types de valorisation des résidus de pommes et de poires : jus et gelée :

- Une grande partie des épluchures de pommes et de poires ainsi que les trognons ont été mis en cuisson pour faire une compotée. Une fois la préparation suffisamment cuite, nous avons mixé le tout avec un mixeur plongeant. Une fois mixé, l'ensemble fut passé au chinois étamine pour en extraire le jus. Après extraction du jus, le reste fut placé en bocal.

L'orange et le citron :

- Avec une grande partie des écorces d'oranges nous avons réalisé des orangettes. Pour ce faire, il est essentiel d'enlever le zeste des peaux d'oranges, c'est

à dire la partie interne blanche de l'écorce. Découper en lamelle de 5mm. Une fois ces tâches effectuées, placer dans un grand volume d'eau froide et porter à ébullition. Réaliser cette tâche 2 fois minimum ; le fait de blanchir les écorces enlève l'amertume de ces dernières. Après les avoir égouttées, les placer de nouveau dans une casserole, couvrir d'eau et ajouter le même volume de sucre. Laisser cuire 20 à 30 minutes à feu très doux. Laisser ensuite refroidir le tout (sirop+zestes) dans un cul de poule. Par la suite, il est possible de réitérer la prise du sirop en incorporant davantage de sucre.
Après 3 jours, placer le tout sur une grille pour séparer les orangettes du sirop et laisser reposer une journée.
Les orangettes sont prêtes à être dégustées.
Variante : tremper chacune des orangettes dans du chocolat noir fondu.

Nous avons aussi valorisé les zestes d'épluchures de citron et d'orange sous forme de sucres, sels et huiles aromatisés.
Pour ce faire, nous avons retiré le zeste et l'avons déshydraté en étuve (appareil clos dont on élève la température soit en mode vapeur soit, dans le cas qui nous intéresse, en mode sec). Une fois déshydratées, les écorces ont été réduites en poudre pas trop fine pour certaines et incorporées dans du sucre ou du sel ; les autres ont été travaillées en morceaux et placées dans un mélange d'huile de tournesol et d'eau (moitié/moitié).

Résultats : Des produits parfaitement aromatisés !

- Le sucre peut être consommé dans du fromage blanc ou encore pour diverses préparations de pâtisserie.
- Le sel peut parfumer un simple riz blanc, de la viande banche...
- Les huiles permettent de réaliser de succulentes marinades ou encore des mayonnaises étonnantes

3.3.4 Le conditionnement et la conservation

Une fois déshydratées, frites ou confites, les différentes natures de pelures se conservent très bien. Il suffit de les maintenir dans un endroit sec et à température ambiante pour les chips, dans des bouteilles ou bocaux stérilisés pour les jus, marmelades et gelées ; les fruits confits type orangettes sont conservés naturellement grâce au sucre.

Les paquets de chips, pomme de terre comme les méli-mélo de légumes, seront de différentes tailles en fonction d'un usage individuel, ou de distribution dans divers bars, cafés et épiceries. Une fois ouvertes, ces chips de pelures comme tout autre type de chips déjà existante se conservent très bien dans leur emballage soigneusement fermé plus d'une semaine. Les paquets s'échelonneront de 30 à 100 grammes.

En ce qui concerne les jus, marmelades et autres gelées, comme toute autre préparation du même genre, il est essentiel de stériliser soigneusement les contenants. Une fois ouvert, le jus doit se boire rapidement (dans les 3 jours). Les gelées et marmelades ont quant à elles plus d'un mois devant elles en prenant bien soin de les fermer totalement et de les conserver au frais. Les jus seront conditionnés dans des bouteilles de 75cl et les autres préparations dans des bocaux de 200 grammes.

Comme expliqué précédemment, les fruits confits sont conservés grâce au sucre. En fonction des goûts, il est possible de les réserver au frigo pour garder un côté moelleux ou encore de les laisser à portée de main dans une coupelle à l'air libre pour laisser la possibilité aux gourmands de se laisser tenter en toutes occasions. Le fait qu'ils soient à l'air libre n'altérera en rien leur conservation, ils seront simplement plus secs. Il est néanmoins essentiel de les placer dans un endroit sec, à température ambiante et à l'abri des rayons du soleil. Les diverses écorces d'agrumes se vendront en paquet de 150 gammes.

3.4 La communication

A destination du grand public, nous communiquerons à travers un site internet et une page virale Facebook et Instagram qui nous semblent complémentaires, l'un apportant plus d'exhaustivité d'informations, les deux autres davantage d'interactivité.

Nous développerons une communication plus relationnelle vis-à-vis de nos partenaires entreprises, en local de visu, et sous forme de marketing relationnel pour les plus éloignées.

Nous développerons aussi une mercatique relationnelle suivie vis-à-vis de nos distributeurs.

A l'ouverture de l'établissement, nous organiserons une communication évènementielle prenant la forme d'un cocktail où seront présentés et dégustés nos produits comestibles et présentés à la démonstration les autres. Des échantillons seront distribués. Nous souhaitons y convier nos clients entreprises, fournisseurs et prescripteurs. Nous comptons sur un relai local puis national par l'intermédiaire d'un communiqué de presse.

Nous comptons aussi sur tous nos partenaires de la filière anti gaspi et plus généralement dans l'univers du "consommer responsable" tant institutionnels, associatifs que commerciaux pour être des relais de communication et de prescription mutuels.
Nous envisagerons enfin de façon régulière la possibilité d'une visite d'entreprise afin de pouvoir observer notre process de production.

4. Étude de la faisabilité financière et choix de la structure juridique

4.1 Bilan d'ouverture

Actif		Passif	
Actif Immobilisé		Capitaux propres	
Immo. Incorporelles	0	Capital	12000
Immo. corporelles	14200		
Immo. financières	0		
Actif Circulant		Passif Circulant	
Disponibilités	2500	Emprunts	4700
Total général	16700	Total Général	16700

Pour lancer l'activité, notre entreprise a besoin de divers matériels : des friteuses tout d'abord, pour réaliser les chips de pelures, deux, étant donné la quantité à produire, pour une valeur de 1700€.Une étuve sera également nécessaire, d'un montant de 900€. Des plaques de cuisson ainsi qu'un four compléteront les immobilisations pour un total de 600€. Étant donné notre fréquence d'approvisionnement, nous avons besoin d'un véhicule de type fourgonette, d'une valeur de 12 000€. Nous aurons besoin de disponibilités également pour financer l'achat du petit matériel non amortissable comme les échelles, les bacs gastro, et les ustensiles de cuisine, le tout pour une valeur de 2000€. Il serait également plus confortable d'avoir une somme de départ en disponibilités, de manière à anticiper d'éventuelles complications. Au total, nos disponibilités s'élèveront à 2500€.

Pour se financer, les trois associés de départ apporteront chacun une somme équivalente d'un montant de 4000€. Le financement des 4 700 euros restants se fera par emprunt.

4.2 Étude de l'exploitation prévisionnelle et de la rentabilité potentielle du projet

Il était difficile pour nous d'estimer un CA prévisionnel du fait de la demande difficilement estimable. Nous avons donc choisi de calculer le volume de ventes critique pour atteindre le seuil de rentabilité et d'évaluer si ce volume critique est facilement atteignable.

Nous débutons par une analyse précise des coûts, charges et marges. Nous établirons à la suite le seuil de rentabilité.

4.2.1 Évaluation des coûts et charges

Calcul du taux de marge sur coût variable

Nous vendons plusieurs produits. Leur prix de vente a été fixé en suivant le principe ci-après : nous avons choisi une stratégie d'alignement au regard de la concurrence indirecte ayant un positionnement qualitatif.

Pour les chips par exemple, les paquets de 150g se vendent aux alentours de 2€ pour les marques types Lay's, Vico. Les marques qui produisent des chips de légumes proposent leurs produits à des tarifs allant de 3,50 à 5€. Nous avons choisi un prix de 3,70€ qui permet à la fois d'être abordable et de nous permettre une marge intéressante. Il s'agit aussi du prix valorisant une offre innovante, artisanale, proposant une expérience nouvelle et qui a du sens du point de vue de la responsabilité de l'offre.
Pour considérer le coût matière, la plupart des fournisseurs étant disposés à nous céder les pelures pour un prix symbolique, on parle ici du prix des matières utilisées comme le sel et les autres épices, l'eau et l'huile mais surtout du packaging (sacs kraft type SOS avec fenêtre en carton recyclable qui coûteront 20€ les 100, sans compter d'éventuelles réductions liées au nombre important de commande, soit 20 centimes maximum par paquet de chips): on obtient donc un coût matière moyen de 25 centimes par paquet de chips.

Le positionnement au niveau du prix est le même pour les autres produits.

Etant dans l'incapacité de connaître exactement la composition des ventes à venir , nous avons considéré le produit Chips comme le produit phare, avec 40% des ventes, et avons réparti équitablement les 60% de ventes restants entre les 5 autres produits, 12% donc pour chaque référence. On obtient donc un prix moyen tous produits confondus de 5,96€, un coût matière de 0,41€ et donc une marge sur coût variable de 5,54€. Le taux de marge sur coût variable est donc de (5,54/5,96) *100 soit 93%

Produit	Chips (150g)	Tisanes (100g)	Soupes (1L)	Gelées (100g)	Orangettes (125g)	Huiles (1L)
Prix	3,70 €	9,00 €	3,30 €	5,10 €	17,00 €	2,90 €
Coût Matière	0,25 €	0,60 €	0,20 €	0,30 €	1,00 €	0,50 €
Marge/CV	3,45 €	8,40 €	3,10 €	4,80 €	16,00 €	2,40 €
Composition des Ventes	40,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%

Calcul des charges fixes

A) Charges de personnel

Salaire : le montant de 4826,1€ a été obtenu par cette multiplication 1149,07*3*1,4
Nos trois associés seront rémunérés au SMIC, montant auquel s'ajoute 40% de charges patronales. Nous sommes partis sur la base de trois personnes sur l'année 1 et 2, puis quatre l'année 3 du fait de l'augmentation du volume de ventes en relation avec l'extension de notre zone de chalandise à une échelle nationale. Nous considérons à chaque fois un temps plein pour l'activité support (gestion/commercialisation), le reste correspondant aux activités opérationnelles (approvisionnement, production, conditionnement)

B) Coûts d'occupation (hors dotations aux amortissements)

Les coûts d'occupation ont été obtenus en effectuant une recherche des locaux sur la Zone Nord de Limoges en rapport avec la superficie nécessaire.
Nous avons choisi la Zone Nord car elle permet de desservir facilement nos lieux de collecte et de distribution en local. Notre local est avant tout fonctionnel, même si nous pourrons y installer un magasin usine. Il n'est donc pas nécessaire d'avoir une implantation plus centrale.

C) Dotations aux amortissements

En ce qui concerne les amortissements, ils sont au nombre de 4, tous selon le mode linéaire. Nous opterons pour un véhicule de type fourgon à un prix fixé à 12 000€ comme vu sur lacentrale ou paruvendu par exemple. Nous avons besoin d'un véhicule spacieux pour transporter les pelures. Le véhicule est amorti linéairement sur 5 ans soit 2400€/an ou 200€/mois.

Année	Base amortissable	Amortissement	Amortissements cumulés	Valeur Nette comptable
1	12000	2400	2400	9600
2	12000	2400	4800	7200
3	12000	2400	7200	4800
4	12000	2400	9600	2400
5	12000	2400	12000	0

Les deux friteuses et l'étuve sont essentielles pour la transformation des pelures. Nous avons repéré des prix moyens sur des sites spécialisés en vente de matériels de cuisine. Le total s'élève à 2600€ pour les trois appareils amortis sur 10 ans chacun : 1700€ pour les deux friteuses, et 900€ pour l'étuve.

Année	Base amortissable	Amortissement	Amortissements cumulés	Valeur Nette comptable
1	1700	170	170	1530
2	1700	170	340	1360
3	1700	170	510	1190
9	1700	170	1530	170
10	1700	170	1700	0

Année	Base amortissable	Amortissement	Amortissements cumulés	Valeur Nette comptable
1	900	90	90	810
2	900	90	180	720
3	900	90	270	630
9	900	90	810	90
10	900	90	900	0

Les plaques de cuisson, également indispensables à la production d'une valeur de 600€ seront amorties sur 10 ans.

Année	Base amortissable	Amortissement	Amortissements cumulés	Valeur Nette comptable
1	600	60	60	540
2	600	60	120	480
3	600	60	180	420
9	600	60	540	60
10	600	60	600	0

D) Les Frais Généraux

Ils correspondent au prix de l'essence et des différents trajets et représentent un montant total de 260€ mensuel.

Charges Fixes	Mois	Année 1	Année 2	Année 3
Salaires	4826	57913	57913	77218
Coûts d'occupation	500	6000	6000	6000
Dotation aux amortissements	226,7	2 720,00 €	2 720,00 €	2 720,00 €
Véhicule	200,0	2 400,00 €	2 400,00 €	2 400,00 €
Friteuses 2	14,2	170,00 €	170,00 €	170,00 €
Étuves	7,5	90,00 €	90,00 €	90,00 €
Piano	5,0	60,00 €	60,00 €	60,00 €
Emprunt	85,5	1026,3	1026,3	1026,3
Frais généraux	260	3120	3120	3120
Total charges Fixes	5898	70779	70779	90084

4.2.2 Estimation du seuil de rentabilité

Le total des charges est donc de 5898,28€ par mois, soit 70 779,40€ annuellement. Grâce à ce total, nous pouvons obtenir le seuil de rentabilité.

On a donc : charges fixes / taux de marge sur coût variable = seuil de rentabilité. Ici, 6337€ mensuels correspondant à 76 040€ annuels.

En divisant ce seuil en euros par le prix moyen, on obtient le nombre de produits à écouler mensuellement et annuellement pour atteindre la rentabilité.

Ici donc, 1063 produits mensuels, soit 12756 annuels.
Ce seuil nous semble aisément atteignable.
Les tendances générales de marché évoquées dans le début du dossier, le positionnement innovant des produits, l'absence de concurrence directe et la validation de la demande à travers les retours que nous avons eus nous poussent à croire en un potentiel commercial élevé. Nous pouvons donc raisonnablement considéré que ce seuil sera largement atteint.

4.2.3 Calcul du CA prévisionnel

Pour ne pas être trop ambitieux, nous avons fixé le nombre de produits distribués à 1400 par mois. Voici le compte de résultat différentiel de l'entreprise

Chiffre d'affaires	100128	120073	144088
Charges variables	6888	8306	9967
Marge sur coûts variables	93240	111767	134121
Charges fixes	70779	70779	90084
RCAI	22461	40988	44037

Et voici le compte de résultat sous une forme plus détaillée

	Mensuel 1	Année 1	Année 2	Année 3
Prix moyen	5,96	5,96	5,96	5,96
Coût Matière	0,41	0,41	0,41	0,41
Marge/CV	5,54	5,54	5,54	5,54
Taux de marge sur coût variable	0,93	0,93	0,93	0,93
Nombre de Produits vendus	1400	16800	20160	24192
Chiffre d'affaires	8338	100128	120073	144088
Seuil de Rentabilité	6337	76040	76039	96778
Charges Fixes	Mois	Année 1	Année 2	Année 3
Salaires	4826	57913	57913	77218
Coûts d'occupation	500	6000	6000	6000
Dotation aux amortissements	226,7	2 720,00 €	2 720,00 €	2 720,00 €
Véhicule	200,0	2 400,00 €	2 400,00 €	2 400,00 €
Friteuses 2	14,2	170,00 €	170,00 €	170,00 €
Étuves	7,5	90,00 €	90,00 €	90,00 €
Piano	5,0	60,00 €	60,00 €	60,00 €
Emprunt	85,5	1026,3	1026,3	1026,3
Frais généraux	260	3120	3120	3120
Total charges Fixes	5898	70779	70779	90084
Charges variables	577	6888	8306	9967
Total Charges	6475	77667	79085	100051
RCAI	1863	22461	40988	44037
Impôt Sur le Revenu	621	7487	13663	14679
Résultat Net	1242	14974	27325	29358

Le seuil de rentabilité, en nombre de jours, est atteint le 277ème jour de l'année. On obtient cette date en divisant le seuil de rentabilité par le CA/365.
La première année, le point mort est donc le 277ème jour. La deuxième, le seuil de rentabilité sera atteint le 231ème jour de l'année. La troisième année, étant donné l'augmentation des charges fixes, le seuil de rentabilité sera décalé au 245ème jour de l'année.

Nous avons donc une marge de sécurité d'exploitation importante.
Globalement notre exploitation montre une évolution favorable sur les trois années explicable par l'élargissement de notre zone de chalandise (du local au national) permettant d'estimer un accroissement des ventes de 20% par an, par une marge confortable réalisée du fait du coût matière très maîtrisé et par l'investissement relativement faible de départ.

4.3 Etude de la trésorerie

4.3.1 Calcul du BFR

Pour calculer la variation du BFR, n'ayant pas de valeurs à proprement parler, nous avons estimé les différents délais nécessaires à son évaluation.
Ainsi, la rotation des stocks étant plutôt rapide, nous avons basé nos valeurs sur 5 jours. Le règlement des clients se fera avec un délai de 30 jours maximum, soit un délai moyen de 15 jours.

Pour les fournisseurs, étant donné la faible valeur des coûts matières, le règlement se fera rapidement, avec un délai moyen de 5 jours. Le volume des ventes ayant été fixé à 16 800 produits vendus la première année au minimum, avec un coût matière moyen de 0,41 centimes, on obtient donc une estimation de nos coûts matières annuels : 6888€. Le chiffre 1,1 correspondant à la TVA. On obtient donc pour l'année 1 :
Stocks = consommations matières * 5 / 365 = 94€
Clients = CA HT * 1,1 * 15 / 365 = 4526
Fournisseurs = consommations matières * 1,1 * 5/365 = 104

Pour l'année 2, les délais restent les mêmes, seuls les coûts matières évoluent à la hausse de 20%. Ils passent de 6888€ à 8305,92€

Pour l'année 3 nos coûts matières sont augmentés de 20% également et s'élèvent à un total de 9967,1€.

Année	1	2	3
Stocks	94	114	137
Clients	4526	5428	6514
Fournisseurs	104	125	150
BFR	4516	5166	6501
Variation du BFR	0	650	1335

Notre BFR est positif. On aura donc besoin de trouver des moyens de financement à court terme. Le BFR est également en augmentation. Il est possible de mettre en place une politique différente pour faire baisser sa valeur en imposant un règlement plus rapide par exemple.
Toutefois, étant donné le fait que l'entreprise serait nouvellement créée, il est plus judicieux de conserver ce BFR positif, et de trouver des moyens alternatifs de financement à court terme. Les découverts bancaires, s'ils n'entraînent pas de charges financières excessives sont un excellent moyen de se financer à court terme

4.3.2 Le plan de trésorerie

Année	1	2	3
Besoins de financement			
Investissements	16700	/	/
Remboursements d'emprunts	885	912	939
Augmentation BFR	4516	650	1335
Total des emplois	22101	1562	2274
Ressources de financement			
CAF	12427	10993,5	11846,5
Emprunts Bancaires	4700		
Augmentation des fonds propres	12 000		
Total Ressources	29127	10993,5	11846,5
Trésorerie initiale	7026	7026	16457,5
Flux T Annuel	7026	9431,5	9572,5
Trésorerie finale	7026	16457,5	26030

Notre trésorerie est positive et en augmentation plutôt conséquente. On peut donc couvrir notre BFR grâce à cet excédent, et ne pas avoir recours à des concours bancaires.

4.4 Le choix de la structure juridique

Nous avons choisi la SAS comme structure juridique et ce pour plusieurs raisons. Il n'y a pas de minimum en capital requis. Elle limite la responsabilité aux apports des associés ce qui est rassurant pour nous lors d'une première création. Elle permet beaucoup de souplesse dans la rédaction des statuts ce qui permet de les adapter à un éventuel développement de notre entreprise en franchise grâce à l'entrée éventuelle de nouveaux associés. Elle minimise aussi les risques de blocage dans la prise de décision, ces éléments pouvant être considérés dans la rédaction des statuts. Le régime social des dirigeants est aussi plus favorable que dans le cas d'une SARL : les dirigeants bénéficient du régime de sécurité sociale et de retraite des salariés.

Nous tenons à remercier l'ensemble des personnes qui nous ont aidées dans l'élaboration de ce projet : les intervenants de l'Association Limousine des Challenges pour leurs ressources relatives à chaque étape de l'élaboration de notre plan d'affaires, les experts contactés et qui se sont montrés disponibles lorsque nous les avons sollicités, nos enseignants pour leur suivi pendant cette année scolaire

ANNEXES

SAUVEZ
votre peau !
La peau à la bouche, l'entreprise qui valorise vos pelures.
La peau à la bouche

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise ..... :

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

La Vie Claire
Neuf par Neuf Sarl - Franchisé Indépendant
1, place du Poids Public - 87000 LIMOGES
Tél. / Fax 05 55 34 64 45
RCS Limoges 504 758 962

lycée des métiers
Jean Monnet
Hôtellerie - restauration
Alimentation

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Armstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise Le Panier Limousin :

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

2017 - 2018

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

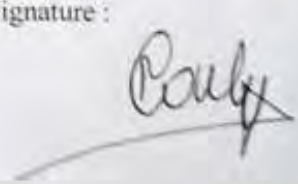
Je soussignée, entreprise ...LA LOCALE - café épicerie.....

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

Fait à : LIMOGES
Le : 20/02/2018

Signature :



lycée des métiers Jean Monnet
Hôtellerie - restauration Alimentation

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet théorique de valorisation des déchets type pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise ..... GAEC La ferme de Bord .....

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

Fait à : St Hilaire la Treille

Le : 02/02/18

la peau à la bouche

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise ...Collège JBC COROT... :

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

Le chef d'établissement

Cachet de l'établissement

COLLEGE J.B.C. COROT
87700 AIXE SUR VIENNE
Tél. 05 55 70 10 16
Fax 05 55 70 10 26

lycée des métiers
Jean Monnet
Hôtellerie - restauration
Alimentation

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise ..... Mairie Aixe sur Vienne ..... :

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise ..... :

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS 2017 - 2018
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Amstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise ..... Subway Limoges ..... :

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

Fait à : Limoges
Le : 20/02/18

Signature :

ANNEXES

Groupe d'étudiants de 2ème année de BTS
Lycée Jean Monnet
12 rue Louis Armstrong
87000 Limoges

Contact : eva.chicouard1gmail.com
Téléphone : 0650568104

2017 - 2018

Objet : Accord de principe projet chips de pelures

Madame, Monsieur,

Je soussignée, entreprise .....;

- Donne mon accord de principe pour fournir des pelures de fruits et légumes dans le cadre d'une transformation de matière propre à la vente.

- Donne mon accord de principe pour distribuer/commercialiser les chips de pelures.

La peau à la bouche

lycée des métiers
Jean Monnet
Hôtellerie -restauration
Alimentation