UNIVERSITÉ NOTRE DAME D'HAÏTI
Unité Diocésaine d'Enseignement de Recherche et de Service du Cap-Haitien (UDERS-Cap)
Faculté des Sciences Administratives (FSA)

OUVERTURE D'UN RESTAUTANT DANS LA COMMUNE DU CAP-HAÏTIEN EN OCTOBRE 2026

DENOMINATION SOCIALE: *« LE GOÛTER DU JOUR RESTAURANT »*

PROJET

Préparé par les étudiantes Irlande DESEIDE, Mirline JOSEPH et Tania JEAN

Pour l'obtention du grade de licenciées en Sciences Administratives

Sous la direction du professeur Jhony GELIN, Av M.Sc. A, Doctorant

Promotions : (2004-2008), (2009- 2013) et (2010-2014)

Juillet 2026

OUVERTURE D’UN RESTAUTANT DANS LA COMMUNE DU CAP-HAÏTIEN EN OCTOBRE 2026

DÉNOMINATION SOCIALE : *« LE GOÛTER DU JOUR RESTAURANT »*

DÉDICACES

Ce travail est dédié à :

- notre ami-frère le Dr Jean Roland DÉSIRÉ ;
- nos enfants Oscar Rock Vanderbilt JEAN, Thirtsa Orianna JEAN, Ketsia Bessora JEAN, Mirdanaël RÉMY, Christienov Maat RÉMY
- nos époux et parents Blanco JEAN, Aldanov RÉMY, Gertude JEAN, Louis-Jacques MÉHU, Célitha JOSEPH, Tajmalie MÉHU, Milie LOUIDOR, Hans Edgard LOUIDOR, Jean Edlin ZÉPHYR,

REMERCIEMENTS

Ce projet est issu d'une exigence académique ou d'une obligation envers l'Université Notre Dame d'Haïti UDERS-CAP/FSA et du souci de terminer notre cycle universitaire avec notre diplôme de licence. Il est le fruit d'un effort constant et d'énormes sacrifices.

Son aboutissement a été rendu possible grâce au concours de notre Grand Dieu qui nous a prêté la vie, la santé, la force, le courage et l'intelligence pour réaliser ce travail de recherche.

Nous remercions d'une façon particulière le professeur Jhony GELIN, notre encadrant, qui malgré ses multiples occupations, a accepté de diriger notre travail avec tant de patience, de sagesse et de motivation. Ses qualités intellectuelles, ses remarques et ses conseils ont été d'une grande importance pour l'aboutissement de ce travail.

Un grand merci également à l'ingénieure Ruth Byanca PETIT-FRÈRE qui, malgré ses longues journées, a sacrifié un peu de son temps pour réaliser les calculs liés aux travaux d'aménagement et à Mme Carlie Robert qui nous a donné de très bons conseils dans le gestion du restaurant.

Nous tenons à remercier de façon respective notre Famille : JEAN, DESEIDE, RÉMY, JOSEPH, MEHU, et plus précisément nos époux : M. Blanco JEAN, M. Aldanov Rémy. Nos enfants : Mirdanaël RÉMY, Christienov Maat RÉMY, Ketsia Bessora JEAN, Oscar Rock Vanderbilt JEAN, Thirtsa Orianna JEAN, Evenson JOSEPH. Nos remerciements s'en vont également à nos parents ; Edouarcin DECEIDE et Marie-Jeanne ZÉPHYR, Mimose FRANÇOIS et SAINCIUS JOSEPH, Gertrude JEAN et Louis- Jacques MÉHU. À nos frères et sœurs qui nous ont soutenues durant toute la course. Un remerciement bien spécial au Dr Jean Roland DÉSIRÉ, Guetty Gilles MONDESTIN, Herns MESAMOURS, Eddy AUGUSTIN, Delinois MÉHU et Duchange MÉHU, Célitha JOSEPH, CP Régine ABRAHAM.

Enfin, nous témoignons notre gratitude à tous nos collègues et amis, toutes les personnes qui de près ou de loin, matériellement ou moralement, nous ont prêté.

RÉSUMÉ

Ce projet de fin d'étude se porte sur l'ouverture d'un restaurant de spécialités locales dans la commune du Cap-Haïtien en octobre 2026 sous la dénomination sociale « Le goûter du Jour Restaurant ». Il découle du constat d'une insuffisance de restaurants offrant une alimentation locale saine, accessible et adaptée aux besoins des employés, des élèves et tout autre personne disposant de peu de temps pour préparer leurs repas à domicile. L'objectif principal du projet est d'analyser les différentes opportunités pouvant nous permettre d'accroitre nos richesses dans la zone. Le projet prévoit la création de vingt-trois (23) emplois directs et une quantité indéterminée de main d'œuvre indirecte. Il vise la réalisation d'un bénéfice estimé à 16 % du capital investi dès la première année d'exploitation et la récupération du capital dans un délai de trois (3) ans, deux (2) mois et vingt-neuf (29) jours. Son cycle de vie se résume en cadrage, conception, planification, exécution et clôture. L'entreprise adoptera la forme juridique d'une entreprise en nom collectif et sera financée à 100 % par les fonds propres de ses associées, pour un montant total de 34,196,848.20 gourdes pour une valeur de 11,398,949,40 chacune. Sa clientèle cible est composée des employés, des élèves, des parents ainsi que de toute personne souhaitant consommer des plats locaux de qualité dans un cadre convivial. Les ressources nécessaires à sa mise en œuvre sont d'ordre humain, matériel et financier. Enfin, le projet fera l'objet d'une évaluation à priori et à posteriori, basée sur le respect du calendrier des activités et l'atteinte des objectifs fixés.

Mots-clés : Ouverture, Restaurant, Commune, Cap-Haitien.

ABSTRACT

This final study project focuses on opening a restaurant specializing in local cuisine in the municipality of Cap-Haïtien in October 2027. It stems from the observation of an insufficient number of restaurants offering healthy, accessible local food adapted to the needs of employees, students, and others who have little time to prepare meals at home. The main objective is to assess the distinct opportunities that could facilitate wealth creation in the area. The project plans to create twenty-three (23) direct jobs, generate an estimated profit of 16% of the invested capital in the first year of operation, and recover the capital within three (3) years, two (2) months, and twenty-nine (29) days. It will be implemented through the phases of scoping, design, planning, execution, and closure. The company will adopt the legal form of a general partnership and will be 100% financed by the partners' equity, for a total cost of 34,196,848.20 gourdes. Its target clientele consists of employees, students, parents, and anyone wishing to enjoy quality local dishes in a friendly setting. The resources required for its implementation are human, material, and financial. Finally, the project will be subject to ex-ante and ex-post evaluation, based on compliance with the activity schedule and achievement of the set objectives.

Keywords: Catering, opening, municipality, Cap-Haittian.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS ii
RÉSUMÉ iii
ABSTRACT iv
TABLE DES MATIÈRES v
SIGLES, ABRÉVIATION ET ACRONYME viii
LISTE DE TABLEAUX ET FIGURES x
LISTE DES ANNEXES xi
INTRODUCTION 1
Contexte du projet 2
Question principale 3
Questions spécifiques : 3
Objectif Général 3
Objectifs spécifiques 3
Vision 4
Mission 4
Justification 4
Résultats attendus 5
Cadre Méthodologique 5
Méthode de gestion et d'évaluation du projet 6
Structuration du travail 10
PARTIE I : PRÉSENTATION DE LA ZONE ET ÉTUDES DE L'ENVIRONNEMENT JURIDIQUE 12
1.1.- Présentation de la zone 12
1.1.1 Démographie et Limites géographiques 12
1.1.2- Sur le plan économique 12
1.1.3-Sur le plan administratif et judiciaire 13
1.1.4- Sur le plan religieux 13
1.1.5-Sur le plan culturel et sportif 13
1.1.6-Sur le plan éducatif 14
1.1.7-Sur le plan sanitaire 14
1.1.8.-Sur le plan organisationnel et politique 15

1.2.- Étude de l'environnement juridique du projet 15
1.2.1-Raison sociale de l'entreprise 15
1.2.2- Avantages et inconvénients de la forme juridique de l'entreprise 16
1.2.3- Démarche auprès des institutions étatiques 16
PARTIE II : ÉTUDE DES STRATÉGIES DE MARKÉTING ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES 19
2.1 Stratégie de Markéting 19
2.1.1 Présentation du produit 19
. 2.1.2.-Le prix 20
2.1.3.-Promotion 20
2.1.4 La place 21
2.1.5 Clientèle Cible 21
2.1.6 Positionnement 22
2.1.7.- Études de la concurrence 22
2.1.8.- Analyse FFOM 23
2.2.- Gestion des Ressources Humaines 24
2.2.1.- Organigramme de l'institution 26
2.2.2.- Description de tâches du personnel 27
2.2.3.2- Mode de traitement des ressources humaines 40
2.2.3.3- Évaluation des employés 42
PARTIE III : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE ET SES ACTIVITÉS QUOTIDIENNES 43
3.1.- Présentation physique de l'entreprise 43
3.1.1- Description du local 43
3.1.2-Matériels et équipements 44
3.1.3- Matières Premières 44
3.1.4.- Production journalière et niveau de vente journalière 45
3.1.5.- Parties prenantes du projet 45
3.2- Activités du Projet 46
3.2.1- Étude de marché 46
3.2.2.-Résultats de l'enquête 46
3.2.3.-Phase administrative et juridique 56
3.2.4 Phase opérationnelle, location, aménagement et installation 56
3.2.5-Approvisionnement et la gestion de stock 56
3.2.5 Phase de lancement 56

3.2.6.- L'activité de gestion quotidienne (Ventes des Produits) 57
3.3- Suivi et évaluation du Projet 57
3.3.1- Analyse du mode de gestion et calendrier de suivi 57
3.3.2- Évaluation des Risques 58
PARTIE IV : ÉTUDES DE L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE DU PROJET 59
Tableau 4.1 : Tableau prévisionnel des dépenses d'aménagement 59
Tableau 4.2 : Tableau prévisionnel d'achat matériel et équipements de cuisine 60
4.3.- Dépenses prévisionnelles d'achat de matériel et équipements de bureau 61
Tableau 4.4 : Tableau prévisionnel d'achat de fournitures de bureau 63
Tableau 4.5 : Tableau prévisionnel d'achat de matériels et équipements de nettoyage 64
Amortissement de matériels et équipements de bureau 65
Tableau 4.7 : Tableau des charges d'exploitation 67
Unité monétaire : Gourde 67
Tableau 4.8 : Tableau prévisionnel d'achat des Matières premières 67
Tableau 4.9 : Tableau de récapitulation des dépenses 69
PARTIEV : Études du Financement 70
5.1 Cheminement des couts 70
5.2 Bilan d'ouverture 71
5.3.- Tableau prévisionnel de ventes pour la première année 72
5.4.- États des coûts de production 72
5.5.- État prévisionnel des Résultats 73
5.6.-Bilan de fermeture 74
5.7- Budget de caisse pour les 5 premiers mois 75
5.9.-Plan de financement 75
5.8.- Etude de rentabilité à long terme 76
5.10.- Analyse du point mort 77
CONCLUSION 78
RÉFÉRENCES 80
ANNEXE I I
ANNEXE 2 III
ANNEXE 3 V
Annexe 4 XI
Logo du Restaurant XI

SIGLES, ABRÉVIATION ET ACRONYME

ASC : Association Sportive Capoise

BAI : Bénéfice Avant Impôt

BAII : Bénéfice avant Impôt et intérêt

CA : Conseil d'Administration

CAF : Capacité Auto Financement

CDD : Contrat à Durée déterminée

CDI : Contrat à Durée Indéterminée

CDS : Centre de Santé

CFPB : Contribution Foncière des Propriétés Bâties

CIP : Carte d'Identité Professionnel

CSPJ : Conseil Supérieur du Pouvoir judiciaire

DASH : Développement des Activités de Santé en Haiti

DINEPA : Direction Nationale de l'Eau Potable et d'Assainissement

DIP : Déplacement Interne de la Population

DRCI : Délai de Renforcement du Capital Investi

EDH : Électricité d'Haïti

FFOM : Force, Faiblesse, Opportunité, Menace

FICA : Football Inter Club Association

GJR : Le Goûter du Jour Restaurant

GPEC : Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences

GRH : Gestion des Ressources Humaines

HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point (Analyse des dangers et points critiques pour leur maitrise)

INSEE : Institut National de Statistique et des Etudes Economique

IP : Indice de profitabilité

JUH : Hôpital Universitaire Justinien

LAS : Loi sur les Assurances Sociales

MAST : Ministère des Affaires Sociales et du Travail

MBB : Marge Bénéficiaire Brute

MCI : Ministère de Commerce et de l'Industrie

NIF : Numéro d'Identification Fiscale :

NINU : Numéro d'Identification National Unique

OFATMA : Office d'Assurance, Accident du Travail, Maladie et Maternité

ONA : Office National d'Assurance Vieillesse

PAJLI : Programme d'Appui à la Justice et la Lutte contre l'Impunité

PM : Point Mort

RH : Gestion des Ressources Humaines

SDPJ : Section Départementale de la Police Judiciaire

SMART : Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporel

SNC : Société en Nom collectif

SR : Seuil de Rentabilité

SRH : Service des Ressources Humaines

SRH : Service des Ressources Humaines

TRI : Taux de Rendement Interne

VAN : Valeur Actuelle Nette

LISTE DE TABLEAUX ET FIGURES

Tableau 4.6. 1:amortissement de matériels et équipement de bureau 65
Tableau 4.6. 2: Amortisement de matériels équipements suite 66
Tableau 4.6. 3: Amortissement de matériels et équipements fin 66

Figure 2 1: Organigramme de l'entreprise 26

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Annexe 2 : PROFORMA

Annexe 3 : PLAN COMPTABLE

Annexe 4 : LOGO DE L'ENTREPRISE

Annexe 5 : CARTE DU RESTAURANT

INTRODUCTION

Pour avoir une santé robuste, les gens ont besoin d'avoir une alimentation saine et équilibrée. En effet, l'amélioration de la nutrition conduit à des systèmes immunitaires plus forts, des grossesses plus sûres, un risque réduit de maladies incurables telles que le diabète et les maladies cardiovasculaires. Ainsi, les enfants en bonne santé apprennent mieux et les adultes bien nourris sont plus productifs. (Nutrition dialogue, S.D.).

L'entreprise dans sa vocation a pour but de satisfaire un ensemble de besoins de l'être humain plus précisément en alimentation. À cet effet, la raison d'être de toute entité économique dépasse la simple recherche de revenu. Elle incarne la vocation principale, guide les priorités, inspire les salariés et fédère autour d'une mission authentique (Dubois, 2025)

Les restaurants sont des entreprises ayant pour mission de répondre aux besoins des sociétés nécessiteuses. Ils favorisent aussi des conversations, de la curiosité et de l'innovation sociale. Leur rôle dépasse largement la simple fonction de nourrir. C'est un espace où se créent des liens authentiques, où se célèbrent la convivialité et le partage. Dans nos sociétés modernes, souvent marquées par la rapidité et la virtualité, le restaurant demeure un refuge précieux, un espace où l'humain retrouve sa place autour d'une table (Le Diapason, 2025).

En effet, chaque dirigeant est responsable de ses actes à l'égard du public en général et l'entreprise en particulier. Il engage donc l'entreprise par ses actes. C'est une mission complexe, incarnant à la fois le pilier et la vision de l'entreprise. Il assure des tâches très diverses : recrutement des employés, gestion administrative de l'entreprise et tenue de la comptabilité en sont des exemples. En gros, Il s'occupe de la gestion quotidienne de son entreprise. Aussi bien que dans le cas des entreprises de restauration, le gérant fait la conception et la mise en œuvre de stratégies visant à assurer le développement durable et la viabilité de son entreprise à travers le temps. Il signe également les contrats. De ce fait, c'est lui qui engage l'entreprise envers les tiers (clients, fournisseurs, banques et tant d'autres) et qui en est le décisionnaire principal. Il impulse sa vision, sa stratégie et son expérience au sein de l'entreprise. Tout son travail enchaîne la commercialisation et la gestion des hommes dans le but ultime de maximiser la rentabilité et de favoriser l'enrichissement tant personnel que collectif. (Pierre, 2025)

Tout comme les dirigeants, les clients ont aussi des droits et des devoirs. Les clients doivent être traités avec courtoisie, amabilité, justice, compréhension, et ce dans le respect de sa dignité et de ses besoins. Ils ont le droit d'être informés clairement sur les prix et les services qui s'y associent. En retour, les clients ont le devoir de payer l'intégralité de leur consommation, de respecter le règlement intérieur ainsi que le personnel, de ne pas déranger la tranquillité des autres convives.

Au cœur de la ville du cap- Haïtien, il n'existe pas mal de restaurant. Ils sont rares ceux qui répondent vraiment aux multiples attentes diversifiées de tous les clients. Ainsi, étant qu'acteur économique, nous enregistrons des irrégularités qui nous poussent à œuvrer dans le secteur.

Contexte du projet

Ouvrir un restaurant, c'est un investissement à revenu intéressant. Cependant, il y a pas mal de difficultés ou de problèmes dans le secteur qui ne sont pas tous internes. À ce stade, il nous convient de les examiner tant sur le plan national que local.

A) ***sur le plan national***

Depuis plusieurs années notre pays Haïti est enlisé dans une crise profonde reflétant une instabilité politique, économique et sociale persistante. L'effondrement quasi total des institutions étatiques bouleverse la vie quotidienne des citoyens, en particulier à Port-au-Prince et dans ses environs et plonge l'ensemble de la nation dans une incertitude angoissante. L'état de droit s'effrite sous le poids d'une crise politique sans perspective de solution immédiate. Cette crise qui n'est pas seulement politique a également des conséquences graves sur la vie économique et sociale des citoyens. Haïti est le pays le plus pauvre de l'hémisphère occidental : plus de 80% de la population vivent sous le seuil de la pauvreté, les deux tiers des haïtiens sont touchés par le chômage ou le sous-emploi, et plus d'un (1) haïtien sur quatre (4) est sous-alimenté. (Maximilien, 2013). À la vue de tous, les infrastructures routières sont dégradantes.

Sur le plan spécifique

Tous les secteurs sont touchés par l'instabilité politique et la situation d'insécurité persistante. L'économie est quasi paralysée. Les axes routiers, facilitant le transport des matières premières, sont contrôlés par les gangs armés qui pillent les marchandises. Cela entraine un ralenti dans le processus d'approvisionnement. L'absence de l'électricité, accès difficile à l'eau potable, la

réticence des banques par rapport à l'octroi du crédit, sont parmi les obstacles qui raréfient les investissements et le commerce s'effondre.

B) ***Sur le plan local***

Hormis des défis sur le plan national, il y a pas mal de défis sur le plan local dont nous tacherons de citer quelques-uns ; dysfonctionnement de la centrale électrique Simon Bolivar depuis plusieurs années, les inondations répétées, les embouteillages récurrents à cause des routes délabrées. À côté de ces éléments précédemment cités, un propriétaire de restaurant nous avoue que la crise socio politique a une grande incidence sur le fonctionnement des restaurants du Cap-Haïtien. Autrefois, la majorité de leur client était venu de Port-au-Prince, d`où la diminution du tourisme locale et les fréquentations interurbaines qui fluctuent à la baisse les commandes. Cependant cela n`empêche pas au restaurant de résister (Ménard, 2026).

Question principale

Pourquoi est-il important d'ouvrir un restaurant dans la commune du Cap-Haïtien ?

Questions spécifiques :

- Quel sera notre plan concurrentiel ?
- Quelles sont les finalités d'un tel projet ?
- Comment pouvons-nous pallier les risques du projet ?

Objectif Général

Analyser les différentes opportunités pouvant nous permettre d'accroitre nos richesses dans la zone.

Objectifs spécifiques

À côté de l'objectif général, on a des objectifs spécifiques travers lesquels nous voulons :

- Identifier un plan de concurrence adapté, pour ce secteur, dans la zone ;
- réaliser une marge de profit de 16 % du chiffre d'affaires d'ici la première année ;
- Trouver une stratégie adaptée pour pouvoir mitiger l'ensemble des risques du projet ;

Vision

Parler de la vision de notre projet, c'est en réalité présenter notre ambition, notre but. Nous aspirons à devenir la première destination gastronomique du Nord pour notre cuisine innovante, notre service exceptionnel et notre engagement envers le développement durable.

Mission

Fournir des repas sains et savoureux avec des ingrédients locaux, tout en éduquant les gens de l'importance d'une bonne nutrition.

Justification

Depuis plusieurs années, en tant que femmes à la fois professionnelles et responsables de foyer, nous sommes quotidiennement confrontées à de nombreuses difficultés pour assurer une alimentation saine et équilibrée, tant pour nous-mêmes que pour nos enfants. L'offre alimentaire disponible dans la ville se limite majoritairement à des fritures et à des pâtes alimentaires, préparées de manière répétitive et peu diversifiée. Or, ces modes de préparation présentent une faible valeur nutritive et comportent des risques pour la santé, notamment en raison de l'utilisation de graisses de mauvaise qualité et des conditions de conservation souvent inadéquates.

En prenant la ville du Cap-Haïtien comme cadre d'étude, il est aisé de constater que, tôt chaque matin, une multitude de petits marchands s'installent devant les écoles, les bureaux publics et privés pour vendre des aliments, parfois sur des tables improvisées et, dans certains cas, directement à même le sol. Cette situation engendre, d'une part, des problèmes d'ordre sanitaire et d'hygiène, et, d'autre part, contribue à l'encombrement des voies publiques, perturbant ainsi la fluidité de la circulation.

Par ailleurs, un grand nombre d'employés, d'élèves et de parents, ne disposant ni du temps ni de la proximité nécessaire pour prendre leur petit-déjeuner à domicile, se voient contraints de consommer des repas à proximité immédiats de leur lieu d'activité. Ces consommateurs recherchent également des aliments à emporter, notamment pour les boites à lunch. Toutefois, ils expriment fréquemment leur insatisfaction quant à la qualité des produits offerts, à la diversité des menus et aux conditions de service.

Face à ces constats, il apparaît nécessaire d'apporter une réponse structurée et durable à la problématique de l'alimentation urbaine au Cap-Haïtien. C'est dans cette perspective qu'est née

l'idée d'ouvrir un restaurant offrant une alternative crédible à la restauration informelle. Ce restaurant proposera des menus variés, équilibrés et préparés dans des conditions respectant les normes d'hygiène et de salubrité, dans le but de promouvoir le bien être des consommateurs, en particulier des parents et des professionnels à la recherche d'une option alimentaire saine, accessible et adaptée à leur rythme de vie.

Sur le plan académique, ce projet revêt une importance particulière, car il nous permet de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises tout au long de notre formation en Sciences administratives. Il constitue un exercice concret de planification, d'organisation, de gestion et de prise de décision, illustrant l'application des concepts liés à l'entrepreneuriat, à la gestion des ressources, au management et au développement des entreprises. Ainsi, la réalisation de ce projet contribue directement à l'atteinte de l'objectif académique principal, à savoir l'obtention du diplôme de Licence en Sciences administratives.

En définitive, la justification de ce projet repose sur une double finalité : répondre à un besoin social réel en matière de restauration saine et abordable dans la ville du Cap-Haïtien, et satisfaire aux exigences académiques liées à la formation universitaire de notre équipe, promotrices de ce projet. Ce projet pourra également servir de guide et de référence à d'autres étudiants amenés à travailler sur le même sujet ou sur des thématiques similaires. Il s'agit donc d'un projet à la fois pertinent sur le plan social, économique et éducatif

Résultats attendus

- Réalisation d'une marge de profit de 16 % du capital d'ici la première année ;
- Récupération du capital dans 3 ans 2 mois 29 jours ;
- Création de 23 nouveaux emplois fixes dans la zone.

Cadre Méthodologique

Pour réaliser le projet, le cadre méthodologique sera présenté en deux grands points : l'étude du marché et la méthode gestion et d'évaluation du projet

Études du marché

Pour la création de n'importe quelle entreprise, l'étude de marché est importante. C'est pour cela, pour assoir le projet, notre équipe se donne le devoir de mettre à notre disposition des outils et techniques ainsi que les contraintes liées à sa rédaction.

Méthodologie de collecte des données sur le terrain

Pour les outils et techniques, en voici quelques-uns :

- Consultations de documents ;
- Observation en situation ;
- Entrevue de recherches ;
- Questionnaire d'enquêtes ;
- - Exploitations des sites internet qui nous ont grandement aidés à recueillir des informations.

Notre population d'étude sera l'ensemble de parents ayant des enfants de 4 à 12 ans, les professionnels de cadres privés et publics demeurant et domiciliés à Cap-Haïtien. La taille de l'échantillon est 86 personnes choisies de façon non aléatoire par convenance.

Le traitement des données se fera à partir d'Excel. Les graphes et les tableaux de résultats nous permettent de faire l'analyse et l'interprétation des données collectées.

Méthode de gestion et d'évaluation du projet

Cadrage du projet

À ce stade, on est dans la genèse du projet. Parce qu'il est la phase d'études et d'analyse qui est aussi dénommée la phase d'initialisation. L'idée d'implanter un restaurant est venu à partir du manque de disponibilité de diversités alimentaires adapté à une alimentation saine et surtout le matin. Les institutions de restauration n'offrent, pour la grande partie, que les pâtes alimentaires et les fritures. Nous analyserons les possibilités de diversifier le menu beaucoup plus adapté à une bonne alimentation et dans les meilleures conditions afin de réduire les risques d'intoxication liés aux mauvaises conditions de préparation.

Conception et Planification

Dans la phase de conception et de planification de notre projet, nous allons définir dans le détail, ce qui doit être fait, comment et avec quel moyen. C'est dans cette phase aussi qu'on cherche les moyens pour mobiliser les ressources (humaines, matérielles et financières). Nous allons planifier dans le temps, un plan d'affaires détaillé contenant l'étude de marché analysant l'offre et la demande par rapport à la concurrence locale. Définir la stratégie markéting en mettant l'accent sur la communication de manière à être présent à travers les réseaux sociaux. Établir la politique de

prix paraphé des prévisions financières, et enfin dresser un plan opérationnel pour la gestion quotidienne (rôles et responsabilités des employés et des dirigeants).

Le projet sera financé à 100 % par le fond propre de ses associés.

Réalisation du projet

La phase de réalisation est l'aboutissement des précédentes étapes. À ce point nous faisons la mise en œuvre concrète de tout ce que nous avons planifié préalablement. Le contrôle de l'évolution des activités en respectant scrupuleusement le planning, les délais, les dépenses, les résultats par rapport au plan initial du projet. Dès que toutes les opérations seront réalisées et validées, nous serons en mesure de faire la grande ouverture et mettre la clientèle au courant de cette nouvelle aventure qu'est « Le Goûter du Jour Restaurant » et l'inviter à la dégustation de nos mets à tendance maison.

Suivi et Évaluation (Monitoring)

La phase de suivi et évaluation est importante puisqu'il faut à tout moment vérifier l'évolution du projet compte tenu des objectifs prédéfinis.

Clôture du projet

La clôture du projet c'est la dernière phase du cycle de vie du projet. Toutes les activités sont terminées. Les expériences acquises sont documentées pour les projets futurs en vue de diminuer les marges d'erreur susceptibles de se reproduire. Delà, nous produirons les rapports financiers (balance de vérification, états des résultats et bilan d'ouverture).

Limites du travail

Pour réaliser la rédaction de ce projet, nous avons fait face à pas mal de contraintes :

- Contraintes informationnelles ;
- Faible échantillonnage.

Bien que multiples, pour surmonter les contraintes, nous allons essayer de trouver des professionnels qui ont déjà l'expérience du métier dans lequel nous voulons intégrer. N'ayant pas accès à la base de donnée statistique indiquant la population, le choix d'un échantillon non probabiliste sera notre recours.

Cadre conceptuel

Restaurant : Établissement où l'on sert des repas en échange d'un paiement. Au Moyen-Âge, le mot « restaurant » désigne un lieu où l'on se restaure, où l'on se reconstitue, où l'on se remet en état. Pas de restaurant sans lieu physique, habité et incarné, proposant une hospitalité singulière et magnifiant l'art d'être à table. Le restaurant est un lieu d'artisanat culinaire avec des produits locaux, de saison, transformés sur place, par une personne de métier. La transparence sur l'origine des produits est la règle et les « serveurs » savent en parler. C'est un lieu de restauration des relations sociales et humaines autour de la table et de l'assiette. (CHARVET, 2022)

Matières premières : Matériaux d'origine naturelle faisant l'objet d'une transformation et d'une utilisation économiques. L'expression « matière première » fait référence à l'état brut d'un produit comme les minerais, les métaux ou les pétroles. Elle sous-entend une absence d'élaboration. (Dictionnaire de l'economie, 2000)

Le terme matière première fait référence aux substances ou composants de base non traités utilisé comme fondement pour la fabrication de divers produits fini. Les matières premières servent de point de départ pour la création d'une large gamme de produits, notamment des ingrédients alimentaires, des additifs pour l'alimentation animale et des matériaux industriels. (foodcom s.a, 2013)

Évaluation : une évaluation a pour objet d'apprécier de manière aussi systématique et impartiale que possible, une activité, un projet, un programme, une stratégie, une politique, un sujet, un thème, un secteur, un domaine opérationnel ou une performance institutionnelle. (OMS, 2022)

Rendement : En économie et en finance, c'est une mesure d'efficacité exprimée en pourcentage ou en ratio, comparant le résultat obtenu (gain. Production, énergie) aux moyens engages (capital, temps, Énergie consommée) sur une période donnée. (Robert, 2026)

Capital : selon le dictionnaire Larousse, plusieurs définitions sont données pour ce thème. Nous retenons celle-ci jugée pertinente pour notre travail « patrimoine possédé par un individu, une famille ou une entreprise et pouvant rapporter un revenu ».

Profit : Il existe un éventail de définition pour profit. Le Robert définit profit comme une augmentation des biens que l'on possède, ou amélioration de situation qui résulte d'une activité. Le dictionnaire de français Larousse pour sa part le définit comme un gain réalisé sur une opération ou dans l'exercice d'une activité. D'un autre côté, c'est le revenu (ou la marge) que l'entreprise doit dégager pour pouvoir rémunérer les propriétaires ou constituer de nouveaux moyens de financement ou encore « revenu né à l'occasion d'une opération de production ou de commercialisation d'un bien ou d'un service ». Tous les auteurs présentent bien le profit comme une différence, un écart, un résidu ; il s'agit toujours de retrancher « quelque chose » du produit. On obtient le profit en soustrayant seulement des recettes de l'entreprise le coût des différents achats de biens et services (matières premières, transport) et les salaires versés. (BABEAU, 1985)

Dividende : Le dividende est la distribution de bénéfices de l'entreprise à ses actionnaires, souvent sous forme de liquidités. Autrement dit, c'est un paiement versé aux actionnaires de l'entreprise à partir de son bénéfice net. Les dividendes permettent aux actionnaires d'obtenir un rendement en fonction du risque qu'elles ou ils ont pris ainsi, selon l'INSEE, les dividendes se définissent comme suit : revenus de la propriété versés aux actionnaires qui ont mis des capitaux à la disposition d'une société. (glossaire bdc)

Suivi : Le mot suivi fait objet de plusieurs considérations dont nous tâcherons de citer quelques-unes qui conviennent parfaitement à nos attentes. Pour Larousse, c'est un ensemble d'opérations consistant à suivre et à contrôler un processus pour parvenir dans les conditions aux résultats recherchés. Dans la même lignée certaines organisations comme la Banque mondiale nous fait savoir que suivi est le "Processus continu de collecte et d'analyse d'informations pour apprécier comment un projet (un programme ou une politique) est mis en œuvre, en comparant avec les performances attendues (…) Un tableau de bord qui fournit des informations régulières sur le fonctionnement" ; il consiste à réaliser "le suivi régulier des moyens mis en œuvre, des activités, des réalisations, des populations touchées, des résultats et des effets des activités de développement, tant au niveau des projets et des programmes qu'à l'échelon sectoriel, national et mondial (Mario BUCCI et Al, 2010)

Risques : Selon le Petit Larousse, risque se définit comme « danger, inconvénient possible ». Robert, lui, le présente comme « danger éventuel plus ou moins prévisible » ou « le fait de

s'exposer à un danger dans l'espoir d'obtenir un avantage » Il importe donc d'adopter une définition précise qui se démarque des différentes acceptations du langage courant. Nous dirons qu'un risque est une situation (ensemble d'évènements simultanés ou consécutifs) dont l'occurrence est incertaine et dont la réalisation affecte les objectifs de l'entité (individu, famille, entreprise, collectivité) qui le subit. (Bernard BARTHELEMY & Philippe COURREGES, 2004)

Structuration du travail

Le travail sera divisé en cinq (5) parties qui suivent.

1) Présentation de la zone l'étude de l'environnement juridique.

Dans cette partie nous nous tâcherons de présenter la commune du Cap-Haïtien sur plusieurs plans tel que ; géographique, économique et financier, pour ne citer que cela. Nous étudierons aussi le cadre juridique de la commune aussi bien que les moyens de communication et des infrastructures qui y sont disponibles. Nous définirons le cadre légal du projet (sa dénomination sociale et les démarches à entreprendre auprès des institutions étatiques)

2) Études des stratégies de markéting et la gestion des ressources humaines.

Dans la deuxième partie, nous parlerons des stratégies markéting, de la clientèle cible, du positionnement de l'entreprise en faisant l'étude de la concurrence et l'analyse FFOM. Nous élaborons sur la gestion des ressources humaines et la structure organisationnelle (organigramme, liste des taches, modes de recrutement, traitement et évaluations des employés).

3) Présentation de l'entreprise et ses activités quotidiennes

Nous faisons la description physique de l'entreprise en présentant tous les matériels et équipements qu'on en aura besoin. C'est dans cette partie que nous présenterons les différentes parties prenantes du projet : propriétaires, clientèle cible, fournisseurs, partenaires financiers. À ce stade, nous aurons la possibilité aussi de parler des différentes activités permettant l'atterrissage du projet. Du même coup, donner les résultats des enquêtes réalisées et tout autre détail relatif au bienêtre du restaurant comme le suivi et évaluation du projet et des risques associés en évaluant tous les aspects du projet.

4) Études de l'environnement économique du projet,

C'est la partie du projet ou nous aurons à présenter les différents tableaux de dépenses pour l'aménagement du local lo. L'achat des marchandises ou des matières premières. Nous présentons également le tableau prévisionnel d'achat de matériels et de fourniture de bureau. Le tableau prévisionnel d'amortissement de matériels de bureau, le tableau des charges d'exploitation et le tableau récapitulatif des dépenses du projet.

5) Études de financement,

Vous trouverez assurément, une brève présentation des tableaux de vente de service, le bilan d'ouverture de l'entreprise, l'état prévisionnel des résultats, le bilan de fermeture et le plan de financement du projet.

PARTIE I

PRÉSENTATION DE LA ZONE ET ÉTUDES DE L'ENVIRONNEMENT JURIDIQUE

Pour quelle que soit la catégorie d'entreprise, il faut un endroit bien déterminé et une étude de l'environnement juridique appropriée. Voilà pourquoi cette partie sera scindée en deux rubriques à savoir : la présentation de la zone et l' étude de l'environnement juridique.

1.1.- Présentation de la zone

Une présentation de la zone d'implantation est importante, car elle justifie notre choix en démontrant sa pertinente stratégique. Ainsi, nous présenterons la commune du Cap-Haïtien.

1.1.1 Démographie et Limites géographiques

Cap-Haïtien est le chef-lieu du département du Nord. Elle est actuellement un abri pour les déplacés internes qui engendre des défis environnementaux et d'infrastructures.

La commune s'étend sur une superficie de 53.5 km^2 avec une population à environ 700 000 habitants, pour une densité de 13 084 habitants/km^2. (Transversal Branding& Marketing, 2021). Elle est constituée de ces trois (3) sections communales : Bande-du-Nord, Haut-du-Cap et Petite-Anse. C'est une ville côtière située au nord d'Haïti. Selon le Plan Communal de Développement (PCD), elle est bornée au nord par l'Océan Atlantique, au sud par les communes de Quartier-Morin, Milot et de la Plaine du Nord, à l'est, par la commune de Quartier-Morin. Et à l'ouest, par la commune de la Plaine du Nord et de l'Océan Atlantique. La ville est protégée par le morne Jean (qui culmine à environ 718 mètres d'altitude). (Cartographie géologique des villes, 2013)

1.1.2- Sur le plan économique

Cap-Haïtien vit essentiellement des activités du secteur tertiaire à savoir les activités du commerce et des services. Les investissements sont répandus dans des différents secteurs comme des matériaux de construction, des produits alimentaires et cosmétiques, des pharmacies, des shops, des restaurants, des locations de voiture, et tant d'autres. Mais la majorité de ces commerces sont dans le secteur informel et est supporté surtout par les femmes à environ 62 %. (UN-HABITAT, 2012) La pêche est aussi exploitée et les pêcheurs en trouvent leur revenu en vendant

quotidiennement. Dans la ville du Cap, il y a un aéroport et un port international qui ajoutent beaucoup dans l'économie du département.

1.1.3-Sur le plan administratif et judiciaire

La commune est administrée par un conseil de trois membres élus au suffrage universel dénommé Conseil Municipal. Le président du conseil porte le nom de Maire principal et est suivi par deux Maires adjoints. Plusieurs institutions de l'État sont sur place pour servir la population.

Pour le système judiciaire, il y a un Cours d'appel du Nord (dont le siège est au Cap-Haïtien) qui statue sur les appels des tribunaux de première instance de la région. Un Tribunal de Première Instance local pour les affaires civiles et criminelles, des tribunaux de paix et la section départementale de la police judiciaire (SDPJ). Cap-Haïtien a un commissariat principal avec plusieurs sous-commissariats dans les zones avoisinantes. Récemment, en vue de renforcer le système à Cap-Haïtien, soit, le 23 juillet 2024 *le* Conseil Supérieur du Pouvoir judiciaire (CSPJ) a procédé à l'inauguration du Bureau de l'Annexe de l'Inspection judiciaire au Cap-Haïtien, avec le soutien du Programme d'Appui à la Justice et la Lutte contre l'Impunité (PAJLI) (Renforcement de La Justice de Proximité, 2024)

1.1.4- Sur le plan religieux

Le catholicisme est la religion officielle de l'État jusqu'à 1987. Historiquement, à Cap-Haïtien, la présence de l'Archidiocèse et la Cathédrale Notre-Dame de l'Assomption, parait comme un monument emblématique. Il y a aussi d'autres paroisses qui font briller la religion catholique dans la commune comme Sacré-Cœur, Sainte-Philomène, Don Bosco, Petite-Anse, pour ne citer que celles-là. Mais cela n'empêche pas l'expansion d'autres confessions comme le protestantisme (Baptiste, adventiste, Wesleyenne, Témoin de Jéhovah) l'Islam et le vaudou (USEmbassy, 2009)

1.1.5-Sur le plan culturel et sportif

Le Cap-Haïtien est l'une des villes les plus riches culturellement et historiquement d'Haïti. Elle est très renommée culturellement avec des écrivains, des peintres illustrés. Philomé Obin, l'un des plus importants peintres de l'histoire de l'art en Haïti, vient du Cap-Haïtien. De plus, la ville est animée par la polémique entre deux mythiques formations musicales : Septentrional et Tropicana d'Haïti. Chacun de ces groupes comptent des dizaines de milliers de fans qu'on surnomme djo

kannèl. (Transversal Branding &Marketing, 2021), sans compter les grands ténors du compas haïtien Jean-Hérard Richard et Arly Larivière qui dirigent des groupes Fares comme Klass et Nu look. Cap-Haïtien est également reconnu pour ses grandes célébrations de fêtes traditionnelles comme le carnaval, la commémoration de la bataille de Vertières, le 18 novembre et la célébration du drapeau, le 18 mai, pour ne citer que cela. Le Cap-Haïtien accueille également une grande diversité de fêtes, communément appelées « fêtes champêtres », qui s'étendent sur une longue période estivale. On y découvre les messes des fêtes patronales pour les fidèles, les pratiques vaudou pour les adeptes, ainsi que la gastronomie locale et l'accent du créole haïtien typique de la région nord, offrant ainsi aux visiteurs une immersion authentique et enrichissante. Comme pour la musique, le football, la passion des capois, est animé par une rivalité entre l'ASC et le FICA.

1.1.6-Sur le plan éducatif

Le système éducatif en Haïti est modelé sur le système français, et est sous la responsabilité du ministère de l'Éducation nationale haïtien. La plupart des établissements d'enseignement en Haïti dépendent du domaine privé, soit d'institutions religieuses, soit de partenaires internationaux (Canada, France, ou États-Unis), et totalisent 90 % des jeunes scolarisés. Le système éducatif haïtien comprend les secteurs non formel et formel. Le premier s'occupe de l'alphabétisation et la postalphabétisation des personnes âgées de 15 ans et plus. Quant au deuxième, il s'organise selon cinq grands niveaux : l'éducation préscolaire (kindergarden) ; l'enseignement fondamental ; l'enseignement secondaire ; l'éducation professionnelle et l'enseignement supérieur. Le système éducatif haïtien, sans compter le niveau supérieur, totalisant treize ans de scolarité. Dans le département du Nord, seul 50 % des enfants provenant de milieux défavorisés sont scolarisés ce qui indique que des efforts doivent être entrepris pour permettre l'accès à l'école pour tous. Cap-Haïtien se trouve parmi les villes où le taux de scolarisation est le plus bas. (UN-HABITAT, 2012)

1.1.7-Sur le plan sanitaire

Jusqu'en 2020, le Ministère de la Santé Publique dans sa carte sanitaire mentionne que la commune du Cap-Haïtien est équipée de vingt-trois (23) institutions sanitaires dont treize (13) centres de santé sans lit et dix (10) avec lit, deux (2) dispensaires / Centre communautaire de santé (1) un asile. (MSPP, 2020). Cet accès aux soins de santé est en grande partie possible grâce à l'Hôpital Universitaire Justinien (JUH) qui est le plus grand hôpital public du Nord d'Haïti et le deuxième plus grand hôpital universitaire du pays. . Grâce à une variété de services disponibles,

l'hôpital dessert une population de plus d'un million de personnes du Cap-Haïtien et des villes environnantes. On y trouve également d'autres établissements de soin de santé de référence publique comme l'OFATMA, l'hôpital de Fort St Michel, le CDS Lafossette, des hôpitaux privés comme DASH, Hôpital Notre-Dame du Nord, pour ne citer que cela et d'autres cliniques avec des médecins spécialisés dans différentes branches.

1.1.8.-Sur le plan organisationnel et politique

Cap-Haïtien comporte 28 habitations, soit 12 dans la première section, 9 dans la deuxième et 7 dans la troisième. On y retrouve aussi 92 localités avec 38 à Bande-du-Nord, 33 au Haut-du-Cap et 21 à Petite-Anse (MICT, 2022) Au niveau des infrastructures**,** Cap-Haïtien est un lieu de redistribution de produits locaux et de produits importés, de commerce et de service. Il y a des hôtels, des restaurants structurés et aussi des restaurants en plein air. Il y a des succursales de banque, de micro-crédit et des caisses populaires pour desservir la population. On y trouve aussi des magasins dans tous les domaines. Puis des échanges au niveau du port pour l'importation et l'exportation alimentent le commerce dans la ville, sans oublier le secteur transport. Bien qu'il y ait un ralenti, dans les travaux d'infrastructures routières à travers les rues, la DINEPA via son office régional (OREPA-Nord) continue à travailler pour améliorer l'accès à l'eau portable et aux autres services d'hygiène. Durand ces dernières années, on constate, l'absence presque totale de l'EDH dans la commune. Et, une grande partie de la population, pour l'éclairage, a recourt à l'installation énergétique privée (système solaire).

1.2.- Étude de l'environnement juridique du projet

L'environnement juridique englobe toutes les lois en vigueur qui établissent la limite et à la conduite et des affaires et des individus. Plus les gestionnaires des entreprises de restauration alimentaire sauront bien évaluer l'environnement juridique, plus ils seront en mesure de mener leurs affaires de façon efficace et efficiente. (LATOUR, 2018). De ce fait, nous présentons notre entreprise collective avec sa raison sociale, ses avantages et ses inconvénients ainsi que les différentes démarches que nous allons entreprendre auprès des autorités étatiques.

1.2.1-Raison sociale de l'entreprise

Étant qu'un devoir de respecter les lois et les règlements en vigueur du pays. Notre entreprise doit avoir sa raison sociale lui permettant de l'identifier vis-à-vis des tiers. Donc, elle aura pour dénomination sociale : Le Goûter du jour Restaurant.

1.2.2- Avantages et inconvénients de la forme juridique de l'entreprise

Notre projet est de partager nos compétences et valeurs en vue de faire fructifier nos investissements. Notre d'entreprise prendra la forme d'une société en nom collectif (SNC) dans la région. Théoriquement, ce type d'entreprise a ses avantages et inconvénients. Voilà pourquoi, nous tenons à les présenter de la manière suivante :

1.2.2.1 Avantages (SNC, 2023)

- Chacun des associés est libre financièrement et est responsable solidairement des charges et des dettes de l'entreprise ;
- Pas de capital minimum ;
- Les parts du capital ne peuvent être cédées qu'après avoir obtenu l'accord de tous les associés ;
- Ses gérants associés bénéficient d'une grande stabilité puisqu'ils ne sont révocables qu'à la seule unanimité des associés ;
- Aucune personne physique n'est soumise à l'obligation de déposer leurs comptes sociaux.

1.2.2.2 Inconvénient (coin des entrepreneurs, 2025)

- Obligation d'affiliation de chaque associé au régime des travailleurs indépendants ;
- Responsabilité solidaire et indéfinie de tous les associés ;
- Difficulté pour quitter la société (cessions de parts décidées à l'unanimité).

1.2.3- Démarche auprès des institutions étatiques

Pour arriver au terme de légalisation, une série de démarches est obligatoire à mener. De ce fait, « Le Gouter du jour restaurant » qui est une société en nom collectif sous commandite simple sera représenté par Irlande DESEIDE; Mirline JOSEPH et Tania JEAN auprès des institutions suivantes : le Ministère du Commerce et de l'Industrie ; le Ministère de l'Économie et des Finances.

1.2.3.1.- au niveau du Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI)

Nous entamerons des démarches au sein du MCI en vue de conserver notre nom commercial ; d'avoir notre carte d'identification professionnelle, et de conserver notre propriété industrielle.

1.2.3.2- Démarches au niveau de la Mairie du Cap-Haïtien

Pour une SNC, notre démarche au niveau de la Mairie, la principale responsable de l'administration de la commune, est de solliciter les droits de numérotage et d'affichage pour des légalisations d'actes ou des autorisations locales spécifiques à la zone d'opération. Elle consolide les rapports sociaux et la solidarité locale de l'entreprise « Le Goûter du Jour Restaurant » et les autorités locales. On va aussi faire la déclaration de CFPB du site de l'entreprise.

1.2.3.3- Démarches au niveau du Ministère des Affaires Sociales et du Travail (MAST)

Le Ministère des Affaires Sociales, à son niveau, met à la disposition des entrepreneurs les conditions de travail selon le Code du Travail en vigueur telles que :

- les grilles salariales sur la main-d'œuvre en Haïti ;
- Les droits et devoirs des patrons ;
- Les droits et devoirs des travailleurs ;
- Un code de travail.

L'entrepreneur en ce sens aura via les autorités étatiques l'autorisation de fonctionner dans la ville tout en respectant la loi relative à son activité économique.

1.2.3.4- Au niveau de la Direction Générale des Impôts (DGI)

La Direction Générale des Impôts a pour mission de contrôler, vérifier les montants imposables des contribuables. Au cours de la préparation des documents nous allons rédiger les statuts de la SNC, les faire signer par les associés, et obtenir les NIF (Numéro d'Identification Fiscale) et NINU (Carte d'Identité Nationale Unique) pour chaque associé. Ainsi l'entreprise sera bien enregistrée par son nom et on nous soumettra les rapports nécessaires pour assurer sa légalisation. Et à ce niveau, nous aurons le reçu de caisse de la patente, le reçu de caisse de la Carte d'Identité professionnelle (CIP), et le certificat de patente.

1.2.3.5- Au niveau de l'Office National d'Assurance (ONA)

L'office National d'Assurance joue un rôle important dans le suivi des personnels des entreprises. Selon l'article 178 de la loi organique du Département des Affaires Sociales du 28 Août 1967 généralement appelées LAS (Loi sur les Assurances Sociales), ONA a pour mission d'assurer à

tous les employés des entreprises commerciales industrielles, qui ont atteint l'âge et le nombre d'années de service prévu ou qui sont victimes d'incapacité physique ou mentale, des prestations leur permettant de vivre décemment. En général toute personne qui fournit un travail manuel ou intellectuel moyennant une rétribution en nature ou en espèces, toute personne qui loue ses services à un employeur en vertu d'un contrat de travail exprès ou tacite. L'Office National d'Assurance-Vieillesse assure également aux dépendants de l'employé ou de l'affilié, et au décès de celui-ci, une partie des prestations auxquelles il avait droit. (VOLMAR, 2022)

« Le Goûter du Jour Restaurant » enregistrera ses employés et les assurera afin qu'ils bénéficient de tous les avantages qui y sont relatifs. Ainsi, les employés auront en leur possession la carte d'ONA qui sert de preuve d'affiliation au système. Elle permet aux travailleurs d'accéder à leurs droits comme les pensions de vieillesse, d'invalidité, et des services financiers comme des prêts sur cotisations, garantissant ainsi une couverture sociale, une vieillesse décente et l'accès au crédit grâce à un système de gestion des cotisations employeurs/employé.

1.2.3.6- Au niveau de l'Office Assurance d'Accidents du Travail Maladie et Maternité (OFATMA)

Le bureau d'accident du travail maladie et maternité traitera les dossiers des entreprises ayant déclaré leur nombre de personnels en payant tous les mois, le pourcentage exigé pour chaque employé. Tout est sous la responsabilité de l'employeur. Et c'est aussi, la loi du 28 Août 1967 qui légalise l'OFATMA en son article 19, le Décret du 18 février 1975, mettant en vigueur l'assurance maladie et maternité et droit à la santé, et reconnaissant en son Art. 22 le droit à la Sécurité sociale. Pour y accéder aux différents services, l'employeur doit entamer les processus pour trouver la carte d'OFATMA pour chaque employé. C'est ce document d'identification qui facilitera les employés d'accéder aux services de l'OFATMA. Elle couvre les risques liés aux accidents du travail, maladies professionnelles et maternité pour les assurés.

PARTIE II

ÉTUDE DES STRATÉGIES DE MARKÉTING ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

L'étude des stratégies de markéting et la Gestion des Ressources Humaines sont parmi les éléments clés d'un projet d'investissement. La création et la vente de l'image de l'entreprise relèvent des stratégies de markéting. La Gestion des Ressources Humaines, de son côté représente le moteur via son personnel qui maintient l'image à travers son rôle de gestion du personnel. Dans cette partie du travail, nous présenterons les stratégies de markéting et la Gestion des Ressources humaines.

2.1 Stratégie de Markéting

Le markéting est par définition, un ensemble d'actions qui, dans une économie de marché, a pour objectif de prévoir ou constater, et, le cas échéant de stimuler, susciter ou renouveler les besoins du consommateur, réaliser l'adaptation continue de l'appareil productif et de l'appareil commercial d'une entreprise aux besoins ainsi déterminés (Velayos & Grivaud). Son rôle est de créer de la valeur. Dans cette section, nous présenterons le produit, le prix, la publicité, la place, notre clientèle cible, le positionnement, une étude de la concurrence et une analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM).

2.1.1 Présentation du produit

L'entreprise utilisera des produits organiques comme des épices incontournables telles que le curcuma, le gingembre, le clou de girofle, le piment, la cannelle pour ne citer que celles-là, afin de donner un goût unique et authentique à ses recettes. Elle proposera des plats de qualité, préparés à partir de produits frais et bio, mettant en valeur la cuisine locale haïtienne. Le restaurant offrira quotidiennement à sa clientèle des mets typiquement haïtiens à travers le déjeuner et le dîner.

En ce qui concerne le déjeuner, nous offrirons du frappé de fruit, du chocolat, de l'ak-100, du café, du thé, du jus de fruits et des omelettes. Il y aura aussi une formule pour les écoliers : sandwich, spaghetti créole accompagné de jus. Sans oublier les travailleurs, nous aurons pour cette catégorie une formule spéciale ; canapé aux épinards ou maïs paysage accompagne de thé) banane bouillie accompagnée de foie de bœuf ou de cabri, selon la disponibilité. Les dimanches,

nous offrirons à notre clientèle une soupe au giraumon. Les boissons fraiches et naturelles seront disponibles dépendamment de la saison.

Pour le menu du midi couramment appelé chez nous diner, des mets exquis seront au service de la papille gustative de nos chers clients : Salade de chez nous (salade verte, oignons, tomates, œuf bouilli, blanc de poulet, ou thon), ailes de poulet (barbecue, pimentées), poisson (en sauce, au gros sel ou grillé), cabri (en sauce ou grillé), poulet (en sauce, frit ou grillé), avec deux accompagnements au choix Banane (bouillie ou frite), frites de pomme de terre, riz, purée de pois, salade du jour . Un bouillon de cabri sera servi exclusivement les samedis. Par ailleurs, des soupes tel que nouilles, panade et autres pourront être commandées.

. 2.1.2.-Le prix

L'entreprise fixe sa politique de prix en tenant compte de ces facteurs essentiels :

- Les coûts de production ;
- La disponibilité de matières premières ainsi que la rapidité de livraison des commandes.

Dans une logique de pénétration de marché, l'entreprise prévoit d'appliquer, dans un premier temps, des prix relativement dérisoires afin d'attirer la clientèle et de faire face à la concurrence, toujours en tenant compte des coûts de production. Ces prix pourront être progressivement redressés à la hausse en fonction de la notoriété acquise et de la fidélisation de la clientèle. Pour ce faire, l'entreprise disposera un menu du jour avec des tarifs différenciés selon les segments de clientèle. Par ailleurs, des réductions seront accordées aux écoliers, avec des traitements particuliers autour de trois cent cinquante gourdes (350 HTG), des prix travailleurs qui varieront entre cinq cents (500 HTG) et sept cents (700 HTG) gourdes. Des prix promotionnels seront également appliqués lors des saisons festives telles que : fêtes nationales et populaires, la Saint-Valentin, la fête des mères, le carnaval.

2.1.3.-Promotion

Les stratégies de communication que nous utiliserons pour promouvoir le restaurant comprennent la publicité sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok) et l'envoi de message robot court et direct. Certains jeunes influenceurs seront également contactés et nous leur proposerons un partenariat. Ce partenariat consistera à leur offrir des bons de réduction et en

revanchent ils devront promouvoir l'entreprise sur leurs comptes. Autre que notre grande pancarte dès l'ouverture de l'entreprise, Une bande préenregistrée sera également diffusée sur plusieurs radios et télévisions lors des transmissions des parties de football et des émissions très appréciées par le public.

2.1.4 La place

Le restaurant se trouvera dans une zone accessible et fréquentée. Il se situera entre les rues 5 A et boulevard, centre de trafic pour les écoliers, les professionnels ou toute autre personne qui utilise le transport en commun. Cette rue est une porte d'entrée sur le boulevard du Cap-Haïtien, l'endroit le plus attractif du centre-ville du Cap-Haïtien. Et aussi, plusieurs écoles primaires et secondaires se situent à quelques mètres près, sans compter, les banques, les maisons de transfert, le marché public de la rue 3 et plusieurs entreprises privées. Les plats seront consommés sur place ou emportés par les clients. Un service de livraison à domicile sera offert à partir d'une grande quantité commandée. Un coût additionnel sera ajouté à la facture. Pour être livré, le montant de la commande doit être supérieur à cinq plats et placé entre 8 :00 et 16 :00. L'entreprise va avoir également un partenariat avec Carribean E-Shop, une plateforme en ligne que les clients de partout à travers le monde peuvent utiliser pour placer leur commande. Nous accepterons des paiements par moncash, natcash, carte de crédit, ou virement bancaire. Une preuve de paiement est exigée avant la livraison. Nous utiliserons des emballages certifiés pour le contact alimentaire afin de respecter les règles strictes de sécurité sanitaire.

2.1.5 Clientèle Cible

Notre clientèle cible est composée de toutes les personnes qui voudront manger hors de leur toit familial dans un cadre inhabituel, mais attrayant. Ce sont surtout, les familles cherchant des menus enfants, professionnels de toute couche recherchant rapidité et service efficace, touriste désireux une cuisine locale et culturelle, végétarien en quête des plats spécifiques, sains bio, des écoliers, les marchandes se trouvant à proximité, les étudiants, qui constituent notre clientèle cible. Après avoir identifié la clientèle cible, tous les aspects de la gestion de l'entreprise ont été centrés sur les besoins, les désirs et les attentes de ce groupe.

La clientèle cible est composée de travailleurs, d'étudiants, de commerçants, de visiteurs et de ce vague groupe de migrants qui augmentent la population du cap et de ses environs depuis un

certain nombre d'années. Nous avons estimé le groupe des travailleurs à 40 %, ce secteur est réparti en employés de l'administration publique et privée, les employés du système bancaire, les enseignants, les policiers, les personnels de santé, et les chauffeurs. Ce seront les clients les plus réguliers. Ils opteront pour des repas rapides, des pause-déjeuner et des réunions de travail. Ensuite les étudiants attendus à 25 %. Ils fréquenteront le restaurant tôt avant la rentrée des classes, aux heures de sorties pour ceux qui peuvent se recréer en dehors du périmètre des classes et en fin de journée. Puis les commerçants et les services privés estimés à 15 % qui regroupent les boutiques, les supermarchés, les télécommunications, les métiers informels et du transport. Ils seront plutôt sensibles pour la plupart fidèle avec une consommation répétée et pour d'autres, sensibles aux prix et à la quantité. Et en fin de compte, les visiteurs estimés à 13 %, qui viendront de la diaspora ou des nationaux qui seront des clients saisonniers, mais stratégiques pour l'image et avec un plus grand budget de dépense et les vagues de migrants qui viennent des quatre coins du pays. Ces catégories représenteront les 7 %. Avec cette forte croissance à Cap-Haïtien, la consommation sera plutôt axée sur le prix.

Pour fidéliser cette clientèle, nous compterons offrir un service de qualité avec un accueil chaleureux. Questionner leur satisfaction (rétroaction) après chaque service. Offrir un petit souvenir par moment (dessins, trousseaux personnalisés de l'entreprise, pamphlets et j'en passe.

2.1.6 Positionnement

Le positionnement permet d'identifier un produit par rapport à la concurrence en mettant en avant ses différences (Imane SALIM et Al, 2026) L'entreprise promet de mettre l'accent sur la rapidité du service, l'utilisation de produits biologiques frais et des prix adaptés aux pouvoirs d'achat de la population capoise. D'où notre slogan « Le goût du bio, l'énergie du quotidien ».

2.1.7.- Études de la concurrence

La concurrence se manifeste à travers la rivalité entre entreprises qui opèrent sur un même marché et proposent des offres similaires ou substituables. (Le media de réference des Marketeurs, 2013) Le secteur dans lequel évoluera l'entreprise à Cap-Haïtien peut être classé en ces trois catégories :

- Les concurrents directs qui sont les restaurants qui offrent un service rapide et des repas similaires comme Nelly's Fastfood, A&J, Cap-Deli, Lakay, Boukanye, Gwog, pour ne citer que celles-là ;
- Les concurrents indirects qui répondent au même besoin de nourrir rapide, mais qui ne mettent pas l'accent sur une préparation de menu sain et bio. Ils sont les marchands des rues, les boulangeries qui proposent des snacks et boissons. Ils ne représentent pas une menace à cause de la qualité du service offert et surtout leur prix ;
- Les concurrents potentiels qui sont susceptibles d'être des nouveaux investisseurs locaux ou de la diaspora revenant avec des concepts modernes.

2.1.8.- Analyse FFOM

Dans cette section, nous allons présenter l'analyse FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces).

FORCES	**FAIBLESSES**
• Conseil d'administration compétent • Utilisation de produits locaux ; • Emplacement stratégique ; • Exécution de commande spécialisée; • Disponibilité de travailleurs sociaux ; • Plateforme personnalisée de commercialisation en ligne.	• Faible pourcentage de clients au démarrage ; • Accès limité au crédit ; • Manque de rendement des produits locaux.
OPPORTUNITES	**MENACES**
• Affluences des gens des autres départements vers le nord • Localisation de l'entreprise ; • Branchement au réseau de la DINEPA ; • Concentration de la majorité des institutions au centre-ville ; • Couverture médiatique accessible.	• Concurrence ; • Inondations ; • Perte du droit de locataire.

2.2.- Gestion des Ressources Humaines

Pour développer n'importe quelle entreprise, en plus des matériels et les ressources financières, l'homme a une place importante que l'on pourrait même considérer cruciale. Parce que peu importe le niveau d'installation réalisé, l'intervention humaine aura toujours sa place. Cependant, il est utile de reconnaitre qu'évoluer dans un environnement où chacun a une éducation ou un tempérament différent favorisera de potentiel conflit. Ainsi, dans le souci d'harmonisation du capital humain, la gestion des ressources humaines aura sa vraie place d'où la valeur de cette section. Nous avons retenu que la Gestion des Ressources Humaines (GRH) est l'ensemble des stratégies et pratiques visant à administrer, mobiliser, et développer le capital humain d'une entreprise ou organisation en vue d'atteindre ses objectifs couvrant tout le cycle de vie de l'employé, du recrutement à son départ, en passant par la formation , la rémunération, le bienêtre et la gestion des carrières afin d'optimiser la performance individuelle et collective tout en assurant l'alignement stratégique et le respect des lois (Cadin, Guérin , Pigeyre, & Pralong, 2012).

Comme nous l'avons évoqué ci-haut, elle est une des bases fondamentales qui permettent le développement de tout organisme professionnel. C'est une activité qui vise à améliorer la communication transversale, tout en faisant respecter l'organigramme de l'entreprise. Les ressources humaines participent à la stratégie de l'entreprise. En plus de la gestion du personnel, la gestion des ressources humaines doit être le partenaire de la stratégie de l'entreprise au quotidien, en gérant et accompagnant le changement, avec des politiques de formation et de développement des compétences. Elle doit aussi administrer le quotidien, c'est-à-dire régler la paye, gérer les tâches administratives et répondre aux obligations légales. (Petit, 2001)

Le service des ressources humaines (SRH) sait que la paie a un double enjeu dans l'entreprise. C'est une charge, mais aussi un élément de motivation pour les salariés. Le SRH doit savoir gérer l'équilibre entre les deux caractéristiques de la paie. La gestion des ressources humaines inclut plusieurs postes, et leur nombre varie selon l'importance de l'entreprise et l'ampleur de ses activités. Dans le cadre de notre projet, nous n'allons pas avoir indistinctement tous les postes liés à la GRH. Le seul, dont nous aurons, sera présenté dans notre organigramme « responsable des ressources humaines » qui assure la gestion des carrières et mobilité, responsable des relations sociales, responsable recrutement, responsable et chargé de formation, la réduction des effectifs,

la gestion des compétences la gestion des rémunérations et la maîtrise des coûts salariaux pour ne citer que cela. (Lethielleux, 2010)

En raison de toutes les considérations faites sur la Gestion des Ressources Humaines et de l'importance qu'elle revêt pour le développement, la production et la croissance d'une entreprise, nous accordons un regard particulier en ce qui a trait aux personnes qui fréquentent notre espace et spécialement nos employés. Pour le début, « Le Gouter du Jour Restaurant » ne dispose pas encore d'un service des Ressources Humaines. Entre temps, c'est l'administrateur qui remplit le rôle de Gestionnaire des Ressources Humaines et du personnel précisément. Du recrutement à l'embauche en passant par la formation jusqu'au départ, le GRH sera présent pour le bon fonctionnement de l'entreprise.

2.2.1.- Organigramme de l'institution

L'organigramme est un outil informatif et organisationnel utilisé pour indiquer les liens hiérarchiques qui existent entre les différents services selon leur fonction. (GRANGER, 2023). Ainsi nous présentons l'organigramme de notre projet

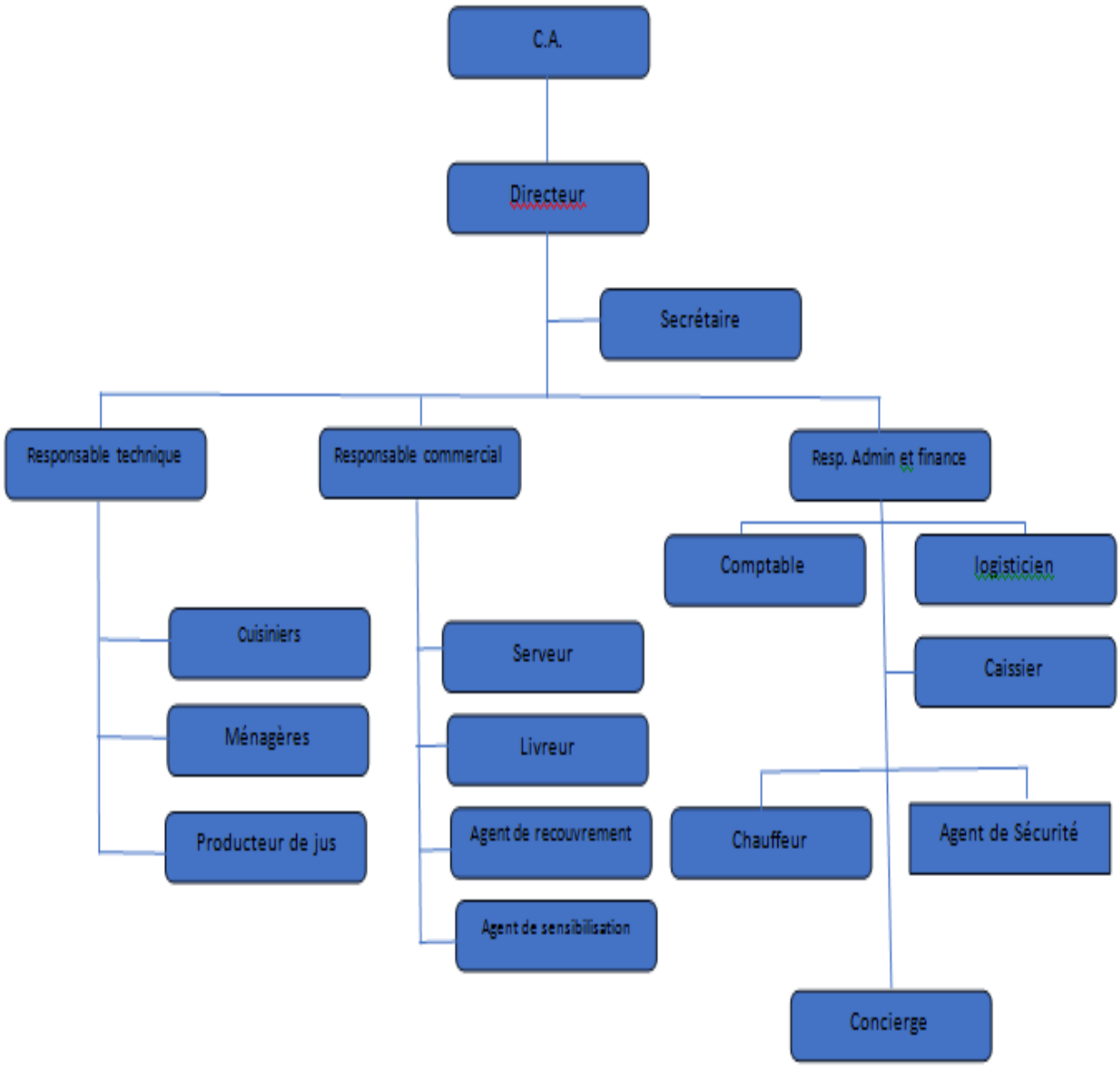


Figure 2 1: Organigramme de l'entreprise

2.2.2.- Description de tâches du personnel .

Pour éviter toute ambigüité dans les responsabilités et assurer la bonne marche de l'entreprise, se joint à l'organigramme la description de tache de chaque poste qui s'y trouve et le rôle que l'employé jouera.

- **Conseil d'Administration (CA)**

Le Conseil d'administration, composé de 3 membres est l'organe pivot et au cœur de toutes les décisions stratégiques visant à maintenir la bonne gouvernance du restaurant et tenir l'équilibre interne pour présenter une image positive de « Le Goûter du Jour Restaurant ». À cette fin, le CA a pour rôle de définir les objectifs à court, moyen et long terme en évaluant continuellement le plan d'investissements et de développement commercial ainsi que la pertinence de la stratégie adoptée, veiller au respect des procédures mis en place et réajuster si nécessaire. Les emprunts, les augmentations de capital, les dividendes et autres relèvent de la responsabilité du CA. Il est chargé de représenter l'entreprise dans les affaires juridiques et protéger l'entreprise du point de vue éthique. En gros, le CA joue un rôle de contrôle et de représentation dans toute la sphère d'activité de « Le Goûter du Jour Restaurant ».

- **Directeur**

La fonction de direction dans un restaurant joue un rôle crucial. Elle dirige, coordonne et supervise toutes les activités du restaurant. Par conséquent, le directeur est responsable de la gestion financière et la définition des tarifs appliqués dans l'établissement sous l'approbation du CA. Chargé d'organisation du travail du personnel, il participe au recrutement de ce dernier. Sous l'autorisation du CA, en collaboration avec le chef cuisinier, participe à l'élaboration des plats inscrits sur la carte (menu). Il fixe les prix en fonction du budget annuel, applique les règles prédéfinies par le CA, assure la gestion des ressources humaines en recrutant des collaborateurs permanents ou saisonniers. Le directeur doit être capable de partager son temps entre son bureau, la salle et la cuisine. Il est le garant de la satisfaction de la clientèle et la réussite de l'entreprise. La présentation des rapports du Restaurant au CA relève de sa responsabilité.

Qualités nécessaires

Le directeur doit être : bon gestionnaire, disponible, excellent commercial, manager et avoir de bonne relation interpersonnelle. Avoir une licence en administration ou domaines connexes avec au moins 2 ans d'expériences démontrées

Salaire raisonnables.

- **Secrétaire**

Le secrétaire est le bras droit administratif de la direction. En tant que tel, il assure la gestion de son agenda, l'organisation des réunions, les déplacements et la coordination de l'information. Il joue un rôle clé d'interface, filtrant les appels et visiteurs, gérant le courrier, rédigeant des documents confidentiels et optimisant le temps de la direction. En gros, il assure la fluidité opérationnelle de l'administration en gérant l'accueil, les agendas, et la rédaction de documents, véritable pilier organisationnel.

Rôle

- Gestion d'agenda et planification : Organisation des réunions, gestion du planning complexe du directeur, et coordination des rendez-vous.
- Support administratif et communication : Rédaction de courriers, comptes rendus, mails, et la gestion du courrier entrant /sortant.
- Organisation logistique : Planification des déplacements professionnels (transports, hôtels) et gestion des services généraux.
- Accueil et interface : Accueil physique et téléphonique, filtrent des interlocuteurs (clients, fournisseurs, internes).
- Suivi de dossiers : Préparation de dossiers spécifiques, recherche d'informations, et parfois suivi comptable ou RH.

Compétences requises :

Techniques : Maîtrise des outils informatiques et bureautiques, excellente orthographe, bonne connaissance du français et du créole. L'anglais et l'espagnol sont un atout.

Relationnelles : Sens de l'organisation, discrétion, rigueur, réactivité, et aisance relationnelle. Capacité à travailler en équipe et sous pression.

- **Responsable Administration et Finance**

L'administration d'une entreprise assure son fonctionnement opérationnel, sa conformité légale et sa structure organisationnelle. Elle est chargée d'optimiser la productivité et soutenir la stratégie de la direction. Ainsi, le responsable de l'administration aura pour rôle : assurer les tâches administratives ; responsable des ressources humaines, matérielles et financières ; planifier les réunions ; préparer le budget de fonctionnement annuel de concert avec le comptable ; gérer les contrats de travail remplir toutes autres tâches pour le bon fonctionnement du restaurant. Ce rôle garantit le lien entre la direction

Qualifications requises

Maitrise des outils informatiques, de gestion des projets (Des logiciels de base Word, Excel, PowerPoint) et des réseaux sociaux. Capacité à travailler sous pression. Avoir le sens de l'organisation et du détail. Être disponible. Bonne capacité de communication. Polyvalence et leadership. Travailler sous la supervision du responsable de la direction.

Avoir une licence en administration et 2 ans d'expérience au moins.

- **Comptable**

La comptabilité d'un restaurant permet d'assurer un suivi strict des produits et des charges. La fonction comptable doit ; établir et tenir les livres comptables ; produire les rapports financiers ; préparer le payroll ; faire le suivi budgétaire ; assurer la conformité des chèques ; saisir les données sur le logiciel comptable ;

- Contrôler et saisir les opérations bancaires ;
- entretenir les relations avec les banques ;
- concilier les comptes bancaires ;
- classer les pièces justificatives ;
- superviser le caissier ;
- classement et rangement des factures reçues ;
- pointage des factures et les relevés de comptes ;
- tenue de la comptabilité (fournisseurs et clients);
- vérifier les inventaires ;

- communiquer avec tous les services ayant une dépense ;
- Clôtures mensuelles ;
- effectuer toutes autres tâches liées au poste.

Qualités requises

Le comptable doit faire preuve de loyauté. 2 ans d'expériences à un poste similaire est un plus. Licence en comptabilité obligatoire.

- **Logisticien**

Le logisticien est responsable de l'organisation de la circulation des marchandises au sein de l'entreprise, depuis l'approvisionnement en matières premières par les fournisseurs jusqu'à la livraison des produits finis, en passant par la production et le conditionnement. Optimiser les flux, le stockage, le transport, la manutention. Ce sont là les principales attributions du logisticien. Bref, gagner du temps réduire les coûts**.**

Comme obligation, le logisticien doit faire preuve de rigueur et de méthode. Il doit avoir le sens de l'organisation. L'esprit de synthèse et d'analyse sont indispensables pour coordonner les opérations avec efficacité. Le logisticien doit savoir concilier les besoins et les contraintes en faisant preuve de souplesse. Il travaille sous la supervision directe de l'administration. Avec au moins 2 ans d'expérience et un diplôme en logistique, la connaissance de l'informatique et la capacité de conduire un véhicule à chiffre, sont parmi les obligations pour obtenir le poste.

- **Caissier**

Le caissier sert de caisse enregistreuse, de lecteur optiques des prix, d'ordinateur et d'autre matériel pour consigner et recevoir les paiements de clients. De ce fait, son rôle est de :

- encaisser les paiements des clients (monnaie fiduciaire, chèque, carte) ;
- rendre monnaie avec précision ;
- offrir un accueil courtois ;

gérer sa caisse (ouverture et fermeture) ;

- produire le rapport de caisse ;
- préparer les dépôts bancaires (chèques et cash) ;
- classer les duplicatas des factures reçues pour la comptabilité ;
- aider à toutes autres tâches en vue de garder l'image soignée du restaurant.

- **Chef cuisinier**

Les chefs planifient et dirigent les activités reliées à la préparation et à la cuisson des aliments, ils travaillent dans des restaurants, des hôtels, des centres hospitaliers et d'autres établissements de soins de santé, des services alimentaires centralisés, des clubs et des établissements semblables, et à bord de navires. (guichetemplois, 2025).

Voici les tâches et activités principales que le Chef cuisinier doit effectuer :

- Planifier les menus ;
- Superviser les productions culinaires ;
- contrôler la qualité de l'hygiène ;
- créer des plats et la conception des recettes ;
- déguster et ajuster les assaisonnements ;
- assurer la gestion économique de la cuisine ;
- prendre les dispositions nécessaires pour l'achat et l'entretien du matériel;
- participer au recrutement du personnel de cuisine ;
- collaborer à l'élaboration de la liste des tâches pour la cuisine ;
- préparer et faire cuire, au besoin, des aliments pour des invités spéciaux ou lors d'occasions spéciales ;
- consulter les clients au sujet des mariages, des banquets et des réceptions spéciales;
- superviser le travail des chefs spécialisés, des chefs, des cuisiniers et des autres employés des cuisines;
- expliquer les nouvelles techniques culinaires et le nouvel équipement au personnel des cuisines;
- préparer et faire cuire des repas ou des aliments de spécialité, telle que des pâtisseries, des sauces, des soupes, des salades, des légumes, des plats de viande, de volaille et de poisson, et créer des pièces décoratives pour des évènements spéciaux comme des banquets;

- enseigner aux cuisiniers à préparer, faire cuire, décorer et présenter les aliments;
- créer de nouvelles recettes;
- dresser, au besoin, des menus et commander des aliments et des fournitures de cuisine;
- préparer et faire cuire, s'il y a lieu, des repas ou des aliments de spécialité ;
- commander, au besoin, des aliments et des fournitures de cuisine ;
- superviser les cuisiniers et les autres employés des cuisines.

Il est le responsable technique du restaurant et spécialement dans la zone de cuisine.

- **Cuisiniers**

Les cuisiniers sont responsables de la cuisine. Ils sont compétents dans tous les aspects de la préparation de la nourriture. Chargés de la création des menus et de la réalisation des recettes, ils sont le point de référence de toute l'équipe en collaboration avec le chef de cuisine (responsable technique). Ils sont responsables du soin de l'hygiène de la cuisine, coordonnent le personnel auxiliaire (ménagers et autres),

Rôle.

Les cuisiniers s'occupent de préparer et cuisiner les plats, des entrées et aux desserts en veillant à leur gout et à leur saveur, mais aussi à leur présentation esthétique de manière à être agréable à la vue. Ses responsabilités ne se limitent pas à la cuisson, ils participent à la gestion et aux commandes des matières premières, proposent des fournisseurs et gèrent le ravitaillement et les stocks de produits de qualité sous la supervision du chef cuisinier.

Formation requise

Diplômé en cuisine d'une école reconnue avec un an d'expérience

Producteurs de Jus

Le producteur de jus est chargé de valoriser la carte avec les fruits saisonniers. Il a pour mission d'offrir de jus frais en respectant les principes hygiéniques. Il est le garant de la fraicheur, du gout et de la préparation.

Voici les rôles et responsabilités clés :

Production et Préparation : Sélectionner, nettoyer, peler et couper les fruits et légumes, utiliser et manipuler les extracteurs de jus, mélangeurs et autres équipements de manière sécurisée, assurer la constance du goût, de la texture et la présentation des boissons. Maximiser le rendement en jus et gérer la séparation de la pulpe.

Hygiène et Sécurité Alimentaire :

Respecter scrupuleusement les normes d'hygiène (HACCP) et de sécurité alimentaire.

Maintenir la propreté de la zone de préparation et des machines (nettoyage régulier des équipements).

Gestion des Stocks et Qualité : Contrôler la qualité des matières premières (fruits/légumes mûrs et sains). Gérer la conservation des produits frais pour éviter le gaspillage. Éventuellement, conditionner et étiqueter les produits finis.

Service et Commercialisation (Bar à jus) : Servir les clients et fournir un excellent service. Valoriser les produits et parfois gérer les transactions.

Ce rôle est essentiel pour proposer des produits frais et naturels, ajoutant de la valeur au menu du restaurant.

Serveurs

- Accueillir et diriger les clients à leur table ;
- Gérer les réservations ;
- Aider le cuisinier à préparer les assiettes au besoin ;
- Présenter les menus et répondre de manière détaillée aux questions (à propos des portions, ingrédients ou éventuelles allergies alimentaires) ;
- Préparer les tables en dressant les couverts et les verres ;
- Informer les clients des plats du jour ;
- Suggérer des plats selon les demandes

- Proposer des produits complémentaires si appropriés
- Bien prendre les commandes de plats et de boissons, en utilisant un carnet de commandes ;
- Communiquer les détails des commandes au personnel de cuisine ;
- Servir les commandes de plats et de boissons ;
- Vérifier la propreté et la présentation des plats et couverts et signaler tout problème ;
- Arranger la disposition des tables et maintenir un espace de restauration rangé ;
- Présenter les additions et récupérer les paiements ;
- Emporter les assiettes, verres et couverts sales en cuisine pour la plonge ;
- S'entretenir avec le personnel du restaurant pour passer en revue les plats du jour, les changements au menu et les spécificités des réservations ;
- Respecter toutes les règlementations du Ministère de la Santé en matière de restauration ;
- Offrir un excellent service client. (ressources pour les employeurs, 2025)

Concierge/ ménager

- nettoyer et entretenir l'intérieur et l'extérieur de l'édifice ainsi que la cour ;
- jouer le rôle de messager ;
- nettoyer les vaisselles ;
- vider les poubelles et les autres contenants prévus pour les rebuts;
- balayer, essuyer, frotter et cirer les meubles et les tableaux ;
- entretenir les plantes ;
- nettoyer et désinfecter les toilettes ;
- déplacer, s'il y a lieu, des meubles et de l'équipement lourds ainsi que des fournitures.

Agent de sécurité

Quoique la technologie offre la possibilité de voir ce qui se passe en temps réel avec les caméras de surveillance, par contre, elle ne remplace pas la présence d'un agent de sécurité qui réagit promptement. C'est pour cela que nous aurons un agent de sécurité qui doit: observer activement leur environnement lorsqu'ils sont en service ; surveiller le système de caméras de sécurité et les

commandes du bâtiment ; rapporter avec détail toute activité suspecte pouvant compromettre la sécurité de la zone ; communiquer de manière efficace et efficiente en cas d'urgence ; coordonner avec les responsables de manière à donner des réponses.

- **Chauffeur**

Participant à la logistique, le chauffeur est chargé : de conduire le véhicule de manière efficace et en toute sécurité ; rester concentré durant la conduite ; respecter et appliquer les normes de sécurité routière (limitations de vitesse tant en transport de personnes et/ou de marchandises) ; garantir la protection des passagers et l'intégrité des marchandises transportées, assurer le transport des achats de la zone d'acquisition vers l'entreprise, respecter les trajets définis pour le transport et les délais de livraison, assurer la livraison des commandes en temps et en heure ; vérifier la conformité de la commande avant de procéder à la livraison ; maintenir un véhicule propre et en bon état de fonctionnement ; s'assurer de la satisfaction des clients lors de la livraison ; veiller à une manipulation adéquate des denrées alimentaires ; entretenir une communication efficace avec les clients et les collègues ; assister les équipes de cuisine en cas de besoin ; et toutes autres tâches s'avérant utiles.

- **Responsable commerciale**

Le Responsable commercial occupe une position stratégique au cœur de l'entreprise. Il est chargé de développer les ventes et de piloter la performance commerciale, il définit et met en œuvre les stratégies pour atteindre les objectifs fixés en lien avec la direction. Sa mission consiste à analyser le marché, la concurrence et les opportunités d'expansion pour définir un plan d'action précis.

Ses activités clés se tournent autour de : la vente, l'organisation et le suivi du déroulement de prestations (séminaires, banquets, conventions et autres évènements); la gestion de la relation clientèle (prospection de nouveaux clients); l'évaluation de la qualité du service délivré; le développement d'un Plan d'Action Commercial (analyse de performance, veille concurrentielle)

En termes de compétences , il doit pouvoir maîtriser le discours commercial et les supports de vente, créer et/ou dérouler la présentation commerciale, rédiger les offres et les contrats commerciaux, identifier de nouveaux prospects Il doit avoir la capacité de; rencontrer les clients

pour assurer le suivi commercial, réaliser une veille commerciale sur son secteur et identifier les actions à mener en fonction de chaque client en établissant une politique de fidélisation de la clientèle qui cherche à répondre à tous les besoins. Réaliser un rapport mensuel de l'activité s'assurer de la bonne réception des factures et du paiement des clients enfin promouvoir l'image et la notoriété de l'entreprise

Exigences du poste :

- connaissance de son entreprise, de son fonctionnement interne (process, méthode de vente, outils…) et de son positionnement
- Compréhension fine du produit ou service vendu et de ses avantages concurrentiels.
- Force de conviction, assertivité et leadership pour inciter ses clients à signer un contrat
- Sens de l'initiative, proactivité et autonomie
- Sens de la négociation
- Esprit de conquête

Le responsable commercial doit avoir une licence en sciences administratives ou une spécialité en markéting commercial avec minimum 2 ans d'expérience.

Livreur

Un livreur ou chauffeur livreur est généralement rattaché au service de production, de vente ou de markéting et réalise les tâches de livraison du restaurant. Il sera supervisé directement par le responsable commercial en corrélation avec le responsable logistique qui lui confie la responsabilité d'assurer les livraisons des commandes ou colis aux clients.

- **Agent de recouvrement**

L'agent de recouvrement est chargé de contacter les débiteurs pour récupérer les paiements dus, en utilisant des méthodes amiables ou judiciaires.

Compétences requises

L'agent doit être capable de communiquer, de négocier efficacement et maintenir une bonne relation avec les clients même dans les situations difficiles.

Il doit avoir une bonne compréhension des lois sur le recouvrement et les principes comptables essentiels pour gérer les créances.

Il doit être en mesure d'évaluer la situation financière des débiteurs pour adapter ses stratégies de recouvrement

Formation en sciences économiques, comptabilités ou tout autre domaine connexe.

Salaire fixe et commissions sur dettes recouvrées.

Agent de sensibilisation

L'agent de sensibilisation est responsable de la promotion des bonnes pratiques d'hygiène, de sécurité alimentaire vis-à-vis des clients, supervise les employés par rapport à leur hygiène personnelle tout en les incitant à maintenir l'environnement propre et sain en tenant compte des normes HACCP.

Travail à effectuer

Sécurité au travail (Prévention) : Prévenir les risques professionnels (coupures, brûlures, chutes, troubles musculosquelettiques) en encourageant le port des EPI (Équipements de Protection Individuelle) et le respect des consignes de sécurité.

Formation et Communication : Former les employés aux bonnes pratiques de manipulation des aliments, de nettoyage, et de désinfection.

Audit et Contrôle : Superviser le respect des normes, maintenir la propreté des locaux et s'assurer du bon fonctionnement des équipements

Formation requise : Travailleur social

L'ensemble de tous ces postes seront comblés par un effectif de 23 personnes ainsi réparties :3 membres du CA, 1 directeur, 1 secrétaire, 1 administrateur, 1 comptable, 1 logisticien, 1 chef cuisinier (responsable technique), 1 producteur de jus, 2cuisiniers, 2 serveurs, 1 caissier, 1 concierge, 1 agent de sécurité, 1 chauffeur, 1 livreur, 1 agent de recouvrement, 1 agent de sensibilisation, 1 responsable commerciale, 1 ménager, Les propriétaires sont les principaux

décideurs en collaboration étroite avec l'administration. Ils jouent le rôle d'arbitre alors qu'il confère la responsabilité de gérance au gestionnaire administrateur.

- **2.2.3. Recrutement des ressources humaines**

Après avoir présenté l'organigramme et la liste de tâche soigneusement élaborés, le recrutement est une étape essentielle pour l'entreprise en ce sens qu'il a pour fonction principale de répondre aux besoins en ressources humaines de l'organisation. Il existe deux modes de recrutement à savoir l'interne et l'externe via les réseaux sociaux professionnels, technologies et logiciels pour le recrutement pour ne citer que cela. Ils varient en fonction des objectifs de l'entreprise, du poste à pouvoir, du secteur d'activités et des ressources disponibles. Dans le cas de notre entreprise qui évolue dans la restauration, demande, une analyse approfondie de nos besoins réels. Nous considérons que chaque recrutement est un investissement important. Chaque détail est tenu minutieusement pour être rassuré que les cadres qui seront recrutés répondent vraiment à nos besoins en ressources humaines. À cet effet, nous adopterons des techniques et méthodes dans le but de construire notre capital humain avec des profils idéaux.

Pour recruter les employés dans notre entreprise, nous lancerons des avis de recrutement. Ces derniers seront affichés à la porte d'entrée de l'entreprise où tous peuvent avoir accès. Nous ferons des publications sur les réseaux sociaux professionnels comme Linkedln et autres. Des annonces médiatisées seront diffusées (télévision, radio diffusion). En fait, le recrutement, interne et externe sont tous deux utilisables tout en tenant compte du contexte actuel. Il faut dire que le recrutement interne permet de minimiser le coût lié au recrutement.

Des critères de recrutement seront définis pour faciliter le processus. Pour la sélection, un conseil sera formé en fonction des termes de références prédéfinis, en vue d'évaluer les dossiers et fait une pré-sélection. Seuls les candidats retenus seront contactés pour évaluation écrite (cadre) et/ou pratique (cuisine ou autres). Celle-ci est un test d'aptitude qui nous permettra d'évaluer un candidat sur une tâche correspondant aux compétences demandées.

2.2.3.1- Le processus de recrutement

Pour quel que soit le type d'organisation, le recrutement est un enjeu fort afin de doter l'organisation en ressources humaines soit pour anticiper les départs à la retraite, soit pour renforcer l'équipe ou encore en remplacement d'un employé quittant l'entreprise. Il se structure en 5 étapes clés que nous tacherons de présenter.

Étape 1- la définition des besoins en RH

Définir les besoins en ressources humaines (RH) consiste à anticiper, analyser les effectifs et les compétences nécessaires pour atteindre les objectifs stratégiques d'une entreprise, tant en quantité qu'en qualité. Cela implique d'évaluer l'écart entre le personnel actuel et les besoins futurs (recrutement, formation) pour optimiser la performance. Cette démarche permet d'éviter les sureffectifs ou sous-effectifs et de piloter efficacement la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC).

Étape 2- la rédaction et diffusion de l'offre

La rédaction de l'offre d'emploi doit être faite avec beaucoup de clarté en intitulant, le titre du poste, la mission, le lieu de travail, la durée du contrat dûment mentionnée (CDD, CDI) en tenant compte du code du travail. En résumé, il doit être un outil de séduction pour le candidat à la recherche d'un emploi.

La diffusion : outre les moyens traditionnels de diffusions d'annonces, l'internet est devenu un outil efficace pour diffuser les annonces en utilisant les sites spécialisés d'offre d'emploi les réseaux sociaux professionnels Linkedln, X (Twitter) et j'en passe.

Étape 3- la sélection des candidats qui concerne le tri des cv et la présélection des candidats à contacter au téléphone pour passer un entretien d'embauche

Étape 4- l'entretien d'embauche

À ce point, nous inviterons le candidat à venir défendre ce qu'il a mis dans son dossier de candidature. Ainsi, nous pourrons vérifier l'adéquation entre le candidat et le poste tout en mettant en valeur ses compétences et prouver sa motivation.

Étape 5- Le choix du candidat et l'intégration

C'est l'étape finale. Tout le processus est arrivé à terme. Maintenant, nous allons procéder à la vérification des références, la négociation, et la signature du contrat de travail. L'accueil du nouvel employé étant déjà planifié, l'employé suivra un temps de formation afin d'assurer le suivi durant la période d'essai pour garantir sa rétention.

2.2.3.2- Mode de traitement des ressources humaines

a) Processus de formation

Une fois recrutés, les employés seront soumis à une période probatoire de 3 mois pendant laquelle, ils démontreront leur capacité à pousser l'entreprise pour être plus productif et compétitif. Parallèlement, les embauchés apprennent le fonctionnement de l'entreprise via le règlement interne et les tâches ponctuelles. Des séminaires de formation seront fréquemment offerts au personnel dans le souci d'établir une culture organisationnelle et projeter une image unique du restaurant.

b) Rémunération

La rémunération ne représente pas seulement le salaire. Elle comprend un ensemble d'avantages sociaux qui stimule l'employé à offrir son plein potentiel. La valorisation du capital humain à travers la politique de rémunération dépasse largement un simple salaire.

Le paiement des employés se fera mensuellement soit le dernier vendredi. Des primes de performances, d'assiduité, de présence ou sur objectifs seront accordées à nos employés de façon périodique et parfois spontanée. Chaque membre du personnel bénéficiera une prime d'assurance ONA payable 6% employeurs et 6% employé. Les employés auront droit à un congé annuel de 15

jours ouvrables et 15 jours de congé de maladie payé. La paie sera déduite d'un montant imposable par la Direction Générale des Impôts(DGI).

N.B. : Chaque employé bénéficiera au quotidien un plat chaud.

Grille salariale

POSTE	Sal. Brut	Sal. Ann.	IRI	ONA	CAS	FDU	CFGDCT	TOTAL RETENUS	SAL. NET
Direct.	50,000.00	600,000.00	7,000.00	3,000.00	500.00	500.00	500.00	**11,500.00**	38,500.00
Resp. Tech.	40,000.00	480,000.00	4,500.00	2,400.00	400.00	400.00	400.00	**8,100.00**	31,900.00
Resp. Com.	40,000.00	480,000.00	4,500.00	2,400.00	400.00	400.00	400.00	**8,100.00**	31,900.00
Resp. Adm. et F.	45,000.00	540,000.00	5,750.00	2,700.00	450.00	450.00	450.00	**9,800.00**	35,200.00
Cpt.	40,000.00	480,000.00	4,500.00	2,400.00	400.00	400.00	400.00	**8,100.00**	31,900.00
Logist	35,000.00	420,000.00	3,750.00	2,100.00	350.00	350.00	350.00	**6,900.00**	28,100.00
Secr	25,000.00	300,000.00	2,250.00	1,500.00	250.00	250.00	250.00	**4,500.00**	20,500.00
Cs.1	25,000.00	300,000.00	2,250.00	1,500.00	250.00	250.00	250.00	**4,500.00**	20,500.00
Csr.2	25,000.00	300,000.00	2,250.00	1,500.00	250.00	250.00	250.00	**4,500.00**	20,500.00
Cuis.1	25,000.00	300,000.00	2,250.00	1,500.00	250.00	250.00	250.00	**4,500.00**	20,500.00
Cuis. 2	25,000.00	300,000.00	2,250.00	1,500.00	250.00	250.00	250.00	**4,500.00**	20,500.00
Product de Jus	25,000.00	300,000.00	2,250.00	1,500.00	250.00	250.00	250.00	**4,500.00**	20,500.00
Serveur 1	20,000.00	240,000.00	1,500.00	1,200.00	200.00	200.00	200.00	**3,300.00**	16,700.00
serveur 2	20,000.00	240,000.00	1,500.00	1,200.00	200.00	200.00	200.00	**3,300.00**	16,700.00
livreur	15,000.00	180,000.00	1,000.00	900.00	150.00	150.00	150.00	**2,350.00**	12,650.00
Ag. de recouvr.	20,000.00	240,000.00	1,500.00	1,200.00	200.00	200.00	200.00	**3,300.00**	16,700.00
Ag.de sens.	20,000.00	240,000.00	1,500.00	1,200.00	200.00	200.00	200.00	**3,300.00**	16,700.00
Ménagère 1	15,000.00	180,000.00	1,000.00	900.00	150.00	150.00	150.00	**2,350.00**	12,650.00
Ménagère 2	15,000.00	180,000.00	1,000.00	900.00	150.00	150.00	150.00	**2,350.00**	12,650.00
Chauffeur	15,000.00	180,000.00	1,000.00	900.00	150.00	150.00	150.00	**2,350.00**	12,650.00
concierge	15,000.00	180,000.00	1,000.00	900.00	150.00	150.00	150.00	**2,350.00**	12,650.00
Agent de sec.	15,000.00	180,000.00	1,000.00	900.00	150.00	150.00	150.00	**2,350.00**	12,650.00
CA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	**0.00**	0.00
CA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	**0.00**	0.00
CA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	**0.00**	0.00

2.2.3.3- Évaluation des employés

L'évaluation dans notre entreprise ne consiste pas seulement à blâmer, mais à valoriser et planifier le rendement des employés. Cet outil a pour but de chercher le niveau de satisfaction de l'employeur et de l'employé. Il est produit pour le service des ressources humaines afin de prendre les décisions qui s'imposent**.**

L'évaluation se fait le 1er de chaque mois selon des critères spécifiques sur une échelle de 1-5 en fonction de nos objectifs SMART. Un employé avec une note 5/5 est excellent. Il offre au-delà des attentes. L'évaluateur doit prouver les raisons pour lesquelles il accorde cette mention d'excellence.

Tableau d'évaluation

Critères de performance	**Accomplissement des tâches**	**Discipline**	**autonome**	**Esprit d'équipe**	**Efficacité**
score	5	4	3	2	1
mention	Excellent	Très satisfait	Satisfait	Passable	Insatisfait

Les résultats de l'évaluation nous dicteront quelle décision prendre dans le but d'assurer la pérennisation de notre entreprise. À ce niveau, un nouveau chapitre est ouvert.

PARTIE III

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE ET SES ACTIVITÉS QUOTIDIENNES

Pour ouvrir un restaurant, le choix du lieu joue un rôle prépondérant. Ainsi, dans la troisième partie du travail, nous tacherons de présenter l'espace physique du projet à savoir la description du local, la présentation des matériels et équipements que nous allons utiliser et surtout l'affichage du capital humain (propriétaires, fournisseurs, clientèle), la banque partenaire, les activités permettant la réalisation du projet, la rédaction du calendrier des activités, finalement faire le suivi et l'évaluation sont autant de points que nous aurons à discuter dans cette partie.

3.1.- Présentation physique de l'entreprise

La présentation physique d'une entreprise ou aménagement du local englobe l'ensemble des éléments tangibles qui créent l'atmosphère et l'expérience client. Dans les lignes suivantes, nous allons décrire l'ambiance à savoir; le local, ses décors et autres.

3.1.1- Description du local

« Le Goûter du Jour Restaurant » sera logé entre les rues 5 A et Boulevard. C'est un espace loué pour une durée de 5 ans renouvelable avec une surface de 200 mètres carrés. L'espace sera aménagé en plusieurs compartiments. Au rez-de-chaussée se trouve : une salle à manger ayant une capacité d'accueil de 50 couverts y compris le bar, la salle de cuisine et service. Il y a une autre grande salle avec ouverture en arrière qui sera servi pour l'entrepôt. L'administration, la comptabilité, et une salle de réunion susceptible de recevoir d'autres évènements (réception de Baptême, de mariage, conférence et autres) seront logées à l'étage. Il y aura 4 toilettes dans tout le bâtiment ; 2 en haut et 2 en bas séparés en homme et femme.

Le pavée est fait de céramique de couleur marron clair en majeure partie granulée en vue de garantir la sécurité des utilisateurs de l'espace. La décoration intérieure fixe est liée aux pavées. Tandis qu'une décoration variable sera appliquée en fonction des saisons ou périodes et même par rapport à l'activité en question. À la rentrée se trouve un petit coin botanique se conformant au changement climatique. Il y aura des réservoirs d'eau, manuel et électrique, qui alimentent tous les robinets (éviers, lavabo, arrosoir, toilettes).

3.1.2-Matériels et équipements

Le fonctionnement d'un restaurant a besoin nécessairement des matériels et équipements dont nous tacherons de citer dans les lignes qui suivent. Selon leur utilité, nous les classerons par catégorie : cuisson, conservation et stockage, préparation et service et plus.

Dans la cuisine, nous trouverons :

les matériels de cuisson; four, grilles, microonde, bain-marie, machine à sandwich et grille panini, des fourneaux et ventilation,

conservation et stockage; réfrigérateur des congélateur, étagères, paniers en bambou, conteneur gastronome (GN) bacs de conservation

préparation et service: mixeurs, hachoirs, couteaux, planche à découper, tables de travail batterie de cuisine, fouets et louches vaisselle, couverts et accessoires de table.

Nous aurons aussi d'autres équipements qui ne sont pas strictement dans la cuisine, mais qui sont tout aussi importants pour la réalisation de l'ensemble des activités du restaurant comme : laves vaisselles, écran d'affichage cuisine, système de caisse, logiciel de caisse, matériels de nettoyage, tables et chaises pour salles à manger et bureaux, tabourets, cave à vin, buffets vitrés, comptoir.

Il existe différents types de fours dépendamment de la cuisson. Nous optons pour le four mixte qui est un four à convection combiné à un four à vapeur. L'avantage majeur de ce type de four est sa polyvalence : il permet de rôtir, cuire à la vapeur, fumer, faire sauter, mijoter, gratiner ou griller. Quel que soit le type de cuisson, le four mixte est approprié. (Renard, 2024)

3.1.3- Matières Premières

Dans l'entrepôt, il y aura des étagères, des palettes et des conteneurs en bois pour étaler des produits alimentaires comme le riz national, le maïs, le pois, le lait, spaghetti, sel, sucre, farine, beurre, pâte tomate, et tant d'autres. Il y aura aussi des congélateurs pour conserver les charcuteries, les fruits de mer, les salades, les légumes et autres.

3.1.4.- Production journalière et niveau de vente journalière

Le Goûter du Jour Restaurant, vous trouverez toujours quelque chose à goûter tôt le matin. C'est pourquoi, nous comptons préparer 200 plats en jonglant tout le menu du petit déjeuner des 4hres du matin, de façon que tout soit prêt à 6hAM pour ouverture afin de servir les écoliers, les employés et tous ceux qui en auront besoin. À l'heure du diner, nous aurons à servir 100 plats principaux sur place et sur commande. Et à la veille environs 50 plats, car, les portes seront fermées vers 8hres PM.

3.1.5.- Parties prenantes du projet

Les différentes parties prenantes sont les suivantes : Les propriétaires, les fournisseurs, les catégories de clients cibles, la banque partenaire.

Propriétaire

Le Goûter du Jour Restaurant est une Société en Nom collectif représentée par Irlande DESEIDE, Mirline JOSEPH et Tania JEAN anciennes étudiantes en Sciences Administratives de l'université Notre-Dame d'Haïti(UNDH). N'ayant pas été d'une même promotion, cela n'empêche en rien que nous unissions nos ressources matérielles, intellectuelles et financières pour réaliser ce projet économique. Ensemble, nous formons un conseil de gestion pour mener à bien notre entreprise.

Fournisseurs

Nous n'avons de fournisseurs connus d'avance. Cependant, nous pouvons utiliser n'importe quel fournisseur sur place ou en ligne pour nous approvisionner soit en matières premières ou équipement de fonctionnement. Le marché informel sera pour nous un partenaire important en ce qui a trait aux approvisionnements.

Catégorie de clients ciblés

L'entreprise vise à servir toute la population haïtienne plus précisément celle du cap Haïtien. Elle offrira des plats consistant pour faciliter les élèves, les employés, tous, à passer toute une journée de classe ou de travail en bonne santé. Et même de gens souffrant de certaines maladies, qui demande de manger sous régime peut en trouver à déguster sans problème. En gros, toutes les personnes désireuses de trouver à manger sainement seront notre clientèle cible.

Banque partenaire

Initialement, nous n'avons pas de banque partenaire. Nous, les associés, mettrons en commun notre argent pour financer notre projet. Cependant, nous visons la Unibank comme partenaire financier pour effectuer des transactions comme faire les dépôts des cash et chèques reçus lors des ventes, payer les employés et autres paiements possibles.

3.2- Activités du Projet

L'ensemble des activités du projet sont classées par ordre de priorité. En voici la démarcation qui sera répartie comme suit : l'étude de marché conception de plan d'affaires, les démarches administratives et juridiques auprès des institutions étatiques, la Phase opérationnelle, aménagement et installation, l'approvisionnement et la gestion de stock, la phase de lancement (markéting) et enfin l'activité de gestion quotidienne (vente des produits)

3.2.1- Étude de marché

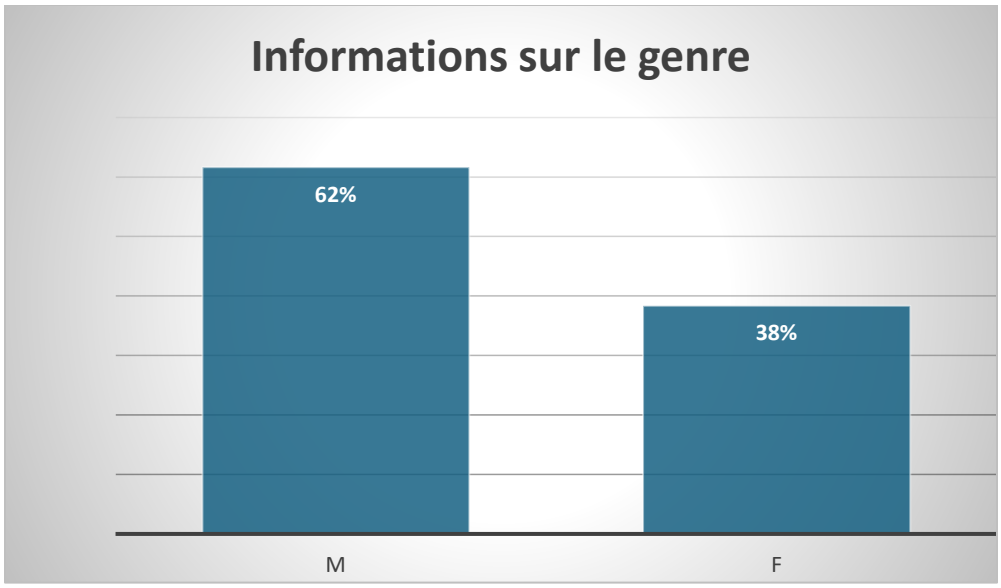
L'étude de marché sera effectuée d'abord par observation et ensuite par une enquête qui sera menée auprès de notre clientèle cible. Un questionnaire contenant des questions fermées sera distribué à notre échantillon d'étude afin de connaitre leurs avis concernant l'intégration d'un nouveau restaurant dans la ville. À la fin, nous serons en mesure d'exécuter un projet qui répond effectivement aux attentes de la population en particulier notre clientèle cible.

3.2.2.-Résultats de l'enquête

Au cours du processus d'enquête, nous avons interrogé quatre-vingt-six 86 personnes sur leur fréquentation des restaurants préexistants au sein de notre communauté. Nous avons recueilli une série de réponses, présentées dans neuf (9) tableaux que nous analyserons et interpréterons dans les sections suivantes.

3.2.2.1: Informations sur le genre

Informations sur le genre		
Sexe	Effectif	Proportion
M	53	62%
F	33	38%
Total	86	100%



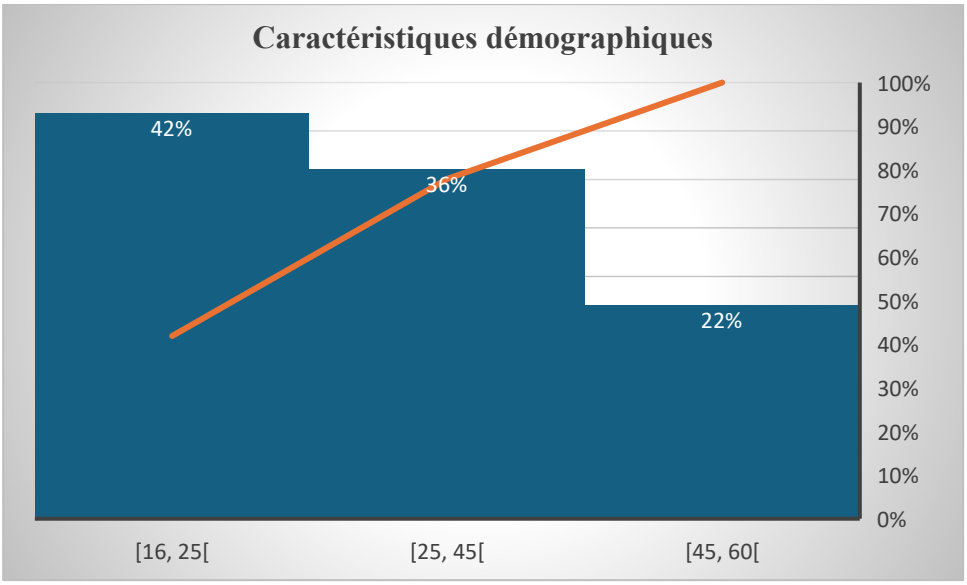
3.2.2.1: Informations sur le genre

Le tableau et le graphique montrent que parmi les quatre-vingt-six (86) personnes rencontrées, cinquante-trois (53) sont du sexe masculin, représentant 62% et trente-trois (33) sont du sexe féminin représentant 38%.

Nous comprenons que les deux genres fréquentent les restaurants, mais le genre masculin présente une fréquence de consommation plus élevée que le genre féminin.

3.2.2.2: Caractéristiques démographiques

Caractéristiques démographiques		
Age	**Effectif**	**Proportion**
[16, 25[	36	42%
[25, 45[	31	36%
[45, 60[	19	22%
Total	**86**	**100%**

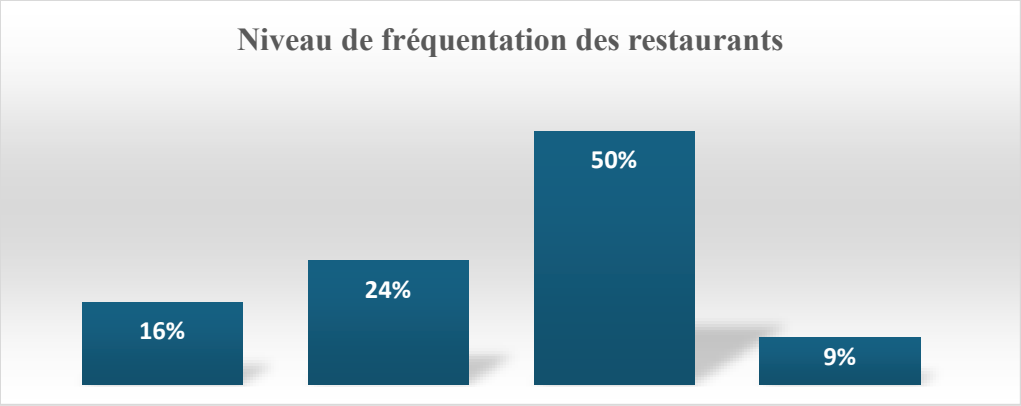


3.2.2.2: Caractéristiques démographiques

Le tableau et le graphique ci-dessus montrent que, parmi les quatre-vingt-six (86) personnes enquêtées, trente-six (36), soit 42%, sont âgées de 16 à 25 ans ; trente-et-une (31), soit 36%, appartiennent à la tranche d'âge de 25 à 45 ans ; et dix-neuf (19), soit 22%, ont entre 45 et 60 ans. Ces résultats indiquent que la tranche d'âge des 16 à 25 est la plus représentée parmi les personnes fréquentant les restaurants. Cette prédominance constitue un atout pour notre projet, vu que notre clientèle cible est principalement composée de jeunes.

3.2.2.3: Niveau de fréquentation des restaurants

Niveau de fréquentation des restaurants	Effectif	Proportion
Jamais	14	16%
Parfois	21	24%
Souvent	43	50%
Très souvent	8	9%
Total	**86**	**100%**



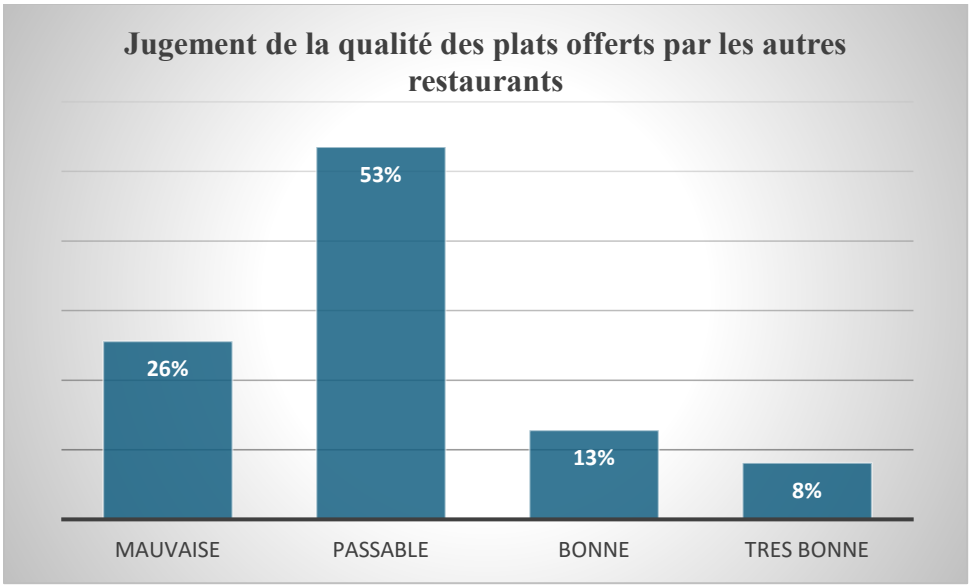
3.2.2.3: Niveau de fréquentation des restaurants

Le tableau et le graphique ci-dessus montrent que, parmi les quatre-vingt-six personnes enquêtées, quatorze (14) personnes soit 16%, ont déclaré ne jamais fréquenter les restaurants ; vingt-et-une (21), soit 24%, ont indiqué les fréquenter parfois ; quarante-trois (43), soit 50%, ont affirmé les fréquenter souvent et huit (8) soit 9%, ont déclaré les fréquenter très souvent.

Ces résultats révèlent que la majorité des personnes interrogées fréquentent les restaurants de manière régulière, puisque 50% des répondants ont indiqué s'y rendre souvent. Cela témoigne d'un intérêt marqué pour la consommation de services de restauration au sein de la communauté étudiée.

3.2.2.4: Jugement de la qualité des plats offerts par les autres restaurants

Jugement de la qualité des plats offerts par les autres restaurants	Effectif	Proportion
Mauvaise	22	26%
Passable	46	53%
Bonne	11	13%
Très bonne	7	8%
Total	**86**	**100%**

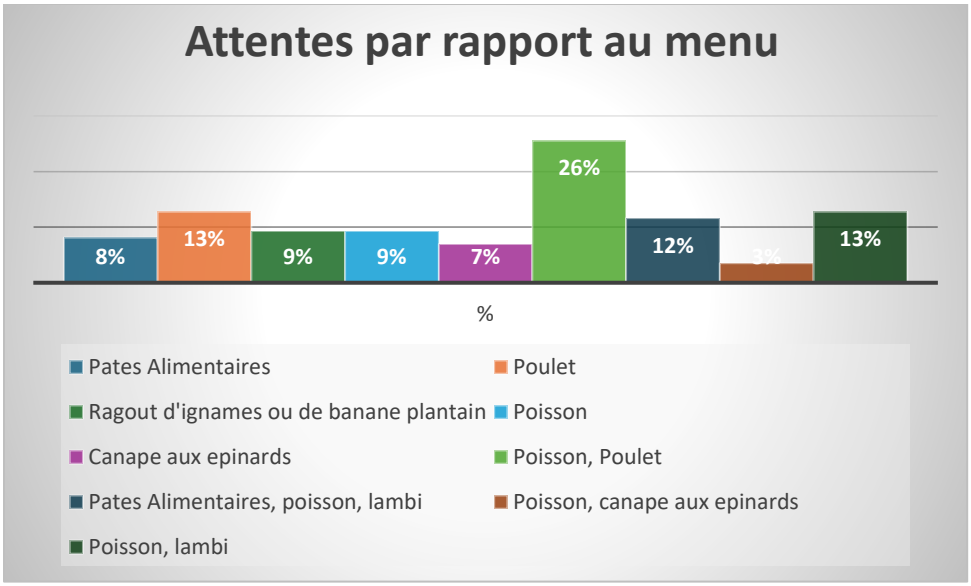


3.2.2.4: Jugement de la qualité des plats offerts par les autres restaurants

Dans ce tableau et ce graphique présenter ci-haut, nous constatons que sur les quatre-vingt-six personnes questionnées seulement sept (7) et onze (11) représentants respectivement les 8% et 13% ont jugé la qualité des plats offerts par les restaurants de la place très bonne et bonne. Pour quarante-six (46) autres représentants les 53 %, ils ont jugé qu'ils étaient passables et le dernier groupe de vingt-deux (22) soit une représentation de 26% ont jugé mauvaise la qualité des plats offerts par les restaurants concurrents d'où la nécessité d'ouvrir un restaurant avec des mets succulents pour les papilles de nos consommateurs.

3.2.2.5: Attentes par rapport au menu

Attentes par rapport au menu	Effectif	Proportion
Pâtes Alimentaires	7	8%
Poulet	11	13%
Ragout d'ignames ou de banane plantain	8	9%
Poisson	8	9%
Canapé aux épinards	6	7%
Poisson, Poulet	22	26%
Pâtes Alimentaires, poisson, lambi	10	12%
Poisson, canapé aux épinards	3	3%
Poisson, lambi	11	13%
Total	**86**	**100%**

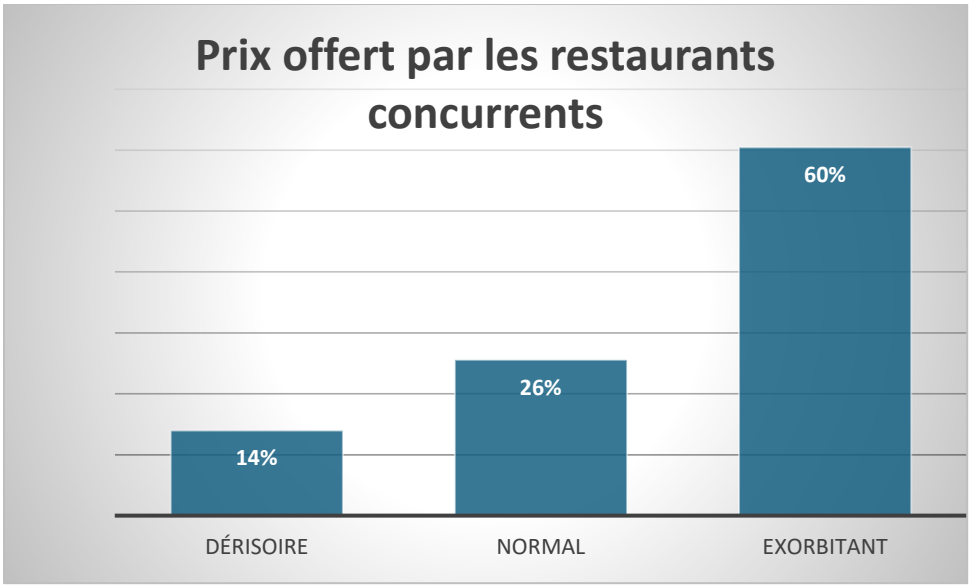


3.2.2.5: Attentes par rapport au menu

À partir de ce tableau et de cette représentation graphique, la soupe de giraumon, les vivres alimentaires, le poisson et le poulet sont les plus attendus par les consommateurs. Car sur les quatre-vingt-six personnes enquêtées trois (3) soit 3% demandent poisson et canapé aux épinards sept (7) soit 8% apprécieraient qu'on offre les pâtes alimentaires, 8 soit 9% le ragout d'ignames et de banane plantain, huit autres soit également 9% pour le poisson, douze (10) est 12% pour les pâtes alimentaires, poisson, lambi. Treize (13), d'une part, attendent du poisson et du lambi et 13 autres d'autre part espère trouver du poulet. Pour la majorité, vingt-deux soit 26% attendent à ce qu'on leur offre le poulet et le poisson. Les vivres alimentaires, le poulet et les fruits de mer comme le poisson et le lambi sont très appréciés par les consommateurs.

3.4.3.6: Prix offert par les restaurants concurrents

Prix offert par les restaurants concurrents	**Effectif**	**Proportion**
Dérisoire	12	14%
Normal	22	26%
Exorbitant	52	60%
Total	**86**	**100%**

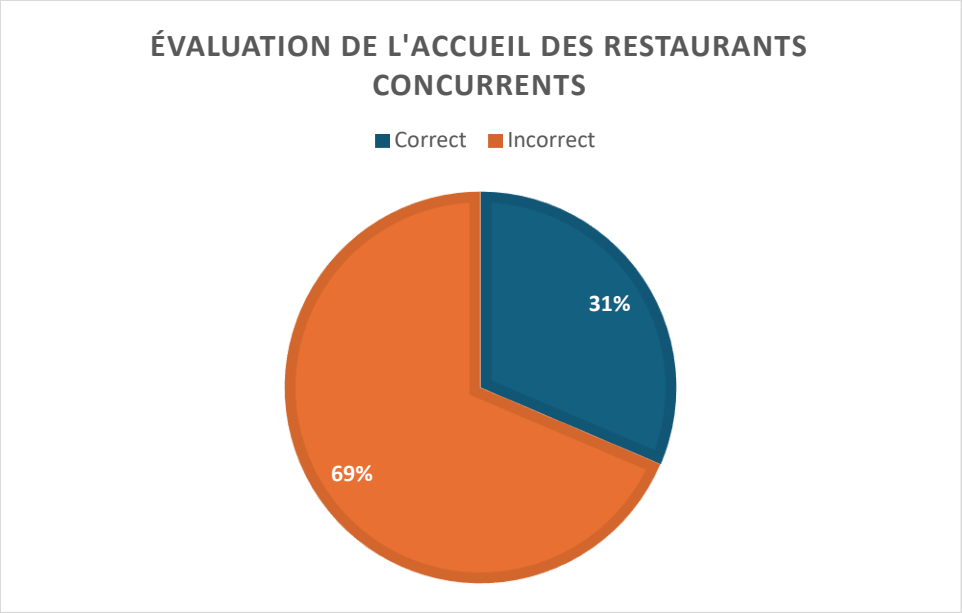


3.2.2.6 : Prix offert par les restaurants concurrents

Le tableau et le graphique présentés ci-dessus montrent qu'après analyse des données recueillies, sur les quatre-vingt-six personnes enquêtées, douze soit 14 % trouvent dérisoire le prix offert par les restaurants concurrents, vingt-deux (22) soit 26% trouvent le prix offert normal et cinquante-deux (52) soit 60% trouve les prix offerts par les restaurants de la place exorbitants. Cette réponse est favorable à notre politique puisque nous avons fixé des prix plus bas pour avoir une plus forte consommation.

3.2.2.7: Évaluation de l'accueil des restaurants concurrents

Évaluation de l'accueil des restaurants concurrents	Effectif	Proportion
Correct	27	31%
Incorrect	59	69%
Total	**86**	**100%**

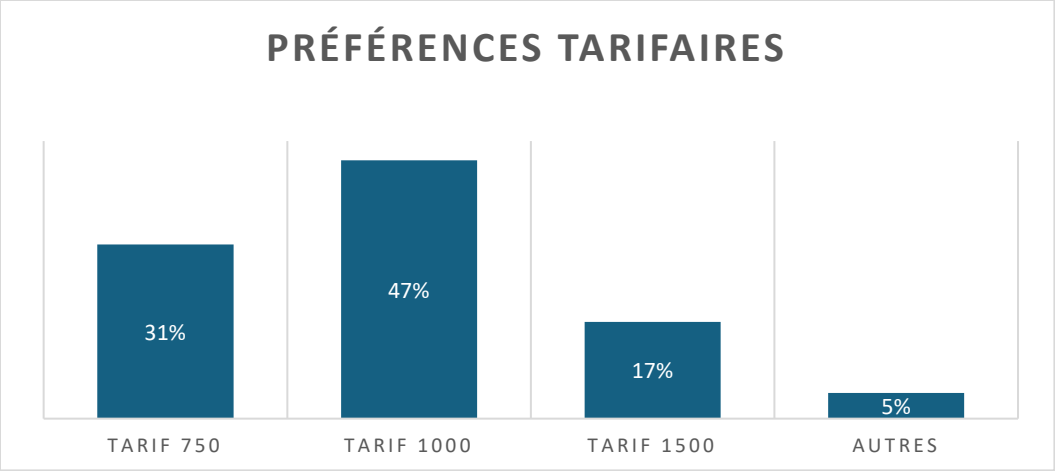


3.2.2.7: Évaluation de l'accueil des restaurants concurrents

Parmi les quatre-vingt-six (86) enquêtés, vingt-sept (27) soit 31% ont trouvé correct l'accueil des restaurants de la place et cinquante-neuf (59) soit 69% ont trouvé incorrect l'accueil reçu. Comme nous l'avons annoncé dans notre plan markéting, notre restaurant fidélisera sa clientèle par un accueil chaleureux et jouera toutes ses cartes pour que ses clients se sentent confortables.

3.2.2.8: Préférences tarifaires

Préférences tarifaires	Effectif	Proportion
Tarif 750	27	31%
Tarif 1000	40	47%
Tarif 1500	15	17%
Autres	4	5%
Total	**86**	**100%**

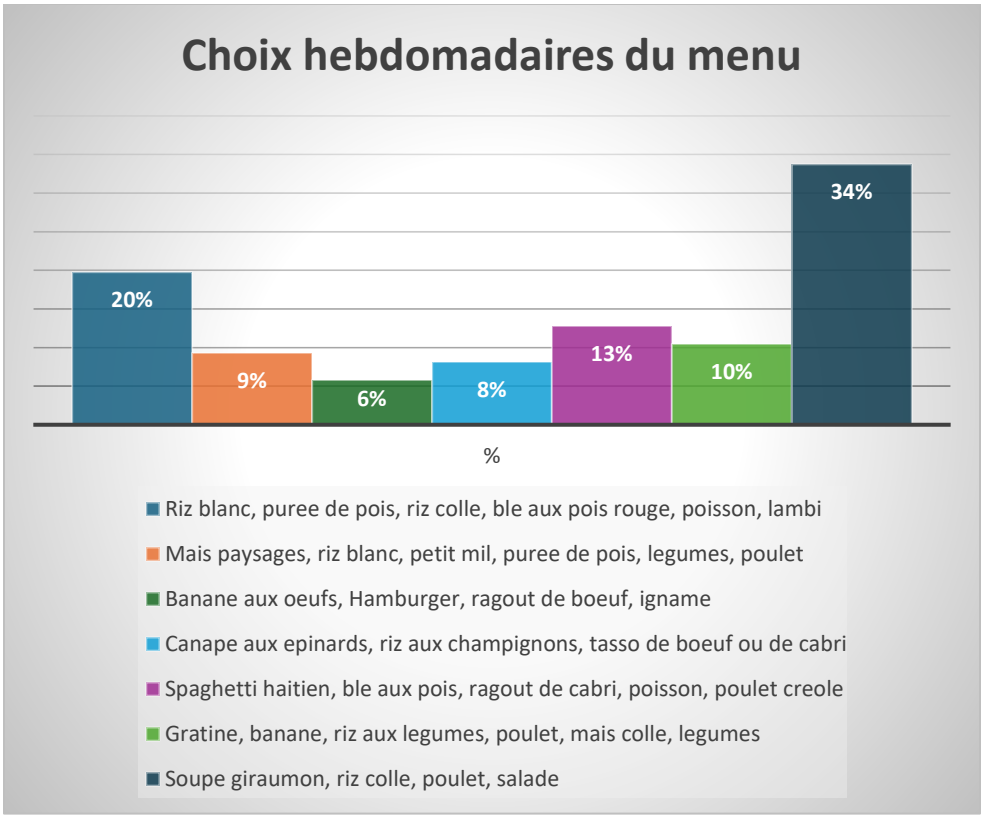


3.2.2.8: Préférences tarifaires

Avec l'analyse de ce graphique nous constatons que sur les 86 personnes enquêtées quinze (15) soit 17 % optent pour un budget de 1500 gourdes pour consommer, vingt-sept (27) soit 31 % préfèrent dépenser 750 pour un plat, quarante (40) soit 47 % ont un budget de 1000 gourdes, 4 d'entre eux soit 5 % prévoit dépenser par rapport aux plats offerts. Le prix fixé joue un rôle prépondérant dans le volume de vente de notre restaurant compte tenu du pouvoir d'achat des consommateurs

3.2.2.9: Choix hebdomadaires du menu

Choix hebdomadaires du menu	Effectif	Proportion
Riz blanc, purée de pois, riz collé, blé aux pois rouge, poisson, lambi	17	20%
Maïs paysages, riz blanc, petit mil, purée de pois, légumes, poulet	8	9%
Banane aux œufs, Hamburger, ragout de bœuf, igname	5	6%
Canape aux épinards, riz aux champignons, tasso de bœuf ou de cabri	7	8%
Spaghetti haïtien, blé aux pois, ragout de cabri, poisson, poulet créole	11	13%
Gratine, banane, riz aux légumes, poulet, mais colle, légumes	9	10%
Soupe giraumon, riz colle, poulet, salade	29	34%
Total	**86**	**100%**



3.2.2.9: Choix hebdomadaires du menu

Le graphique présentés ci-dessus expliquent le goût varié des consommateurs. Sur un échantillon de 86 personnes, cinq (5) soit 6 % ont une préférence pour un menu composé de bananes aux œufs, hamburgers, ragout de bœuf, igname, sept (7) soit 8 % ont choisi les mets qui suivent ; canapé aux épinards, riz aux champignons, tasseau de bœuf ou de cabri, huit (8) soit 9 % opte pour, mais paysages, riz blanc, petit mil, purée de pois, légumes, poulet, neuf (9) soit 10 % veulent du gratiné, banane, riz aux légumes, poulet, mais collé, légumes, onze qui représente 13 % spaghetti haïtien, blé aux pois, ragout de cabri, poisson, poulet créole, dix-sept soit 34% pour la soupe giraumon, riz collé, poulet, salade. Donc l'offre de la soupe giraumon tous les dimanches, le poulet, les fruits de mer comme le poisson et le lambi seront les plus commandés chez nous.

N.B. : Les pourcentages ont été arrondis à l'unité la plus proche ; leur somme peut donc ne pas être égale à 100 %.

3.2.3.-Phase administrative et juridique

À ce point, le CA fera un choix d'un représentant juridique en créant des liens solides et commence déjà à discuter ensemble pour la bonne marche de l'institution. Ensuite nous poursuivons avec les démarches administratives et légales pour avoir en notre possession l'autorisation de fonctionnement.

3.2.4 Phase opérationnelle, location, aménagement et installation

Le Gouter du Jour Restaurant" est une entreprise qui se logera dans un ancien local à l'entrée de la ville. Il nous faut 3 mois pour la réparation et l'aménagement du bâtiment. Pendant que, nous avançons dans les travaux d'aménagement du local tout en respectant le délai préétabli, nous faisons la commande des matériels et équipement de base, comme les chaises les tables, les bureaux, les vaisselles de cuisine, et autres. Nous passons aux installations des gros équipements comme les chambres froides. Entre-temps, nous continuerons avec les recrutements dans toutes les autres branches. Tout en achetant au fur et à mesure dans les marchés aux environs, les autres ingrédients. Et à la dernière minute, celles qui ne seront pas conservées pour longtemps

3.2.5-Approvisionnement et la gestion de stock

Étant le processus d'achat de toutes les marchandises permettant à l'entreprise de fonctionner. Et pour une bonne gestion, nous commençons avec les ingrédients résistants comme les sacs de riz, le maïs, l'huile, le sucre. Nous préparerons à moulin, notre épice à goût voulu et bien la conserver. Nous rassurons les fournisseurs de viande qui font des élevages de cabris et de bœufs, se trouvant au marché de bestiaux (palan) de Labruyère. Et ceux de l'Artibonite, Borgne, et Saint Raphaël, en donnant un rendez-vous pas trop loin pour les légumes, des vives alimentaires et de fruits. Nous profiterons également la présence de certains marchands qui sont venus vendre à Cap-Haïtien plus précisément au marché Pont-Neuf et Cluny.

Après tous ces achats, nous pensons à bien gérer les stocks et la chaîne d'approvisionnement du restaurant afin de limiter le gaspillage en optimisant les coûts et les marges. Pour cela, nous aurons à réaliser des fiches techniques pour chaque plat et des inventaires de stock rigoureux; tenir un tableau de suivi annuel; responsabiliser et former ses équipes.

3.2.5 Phase de lancement

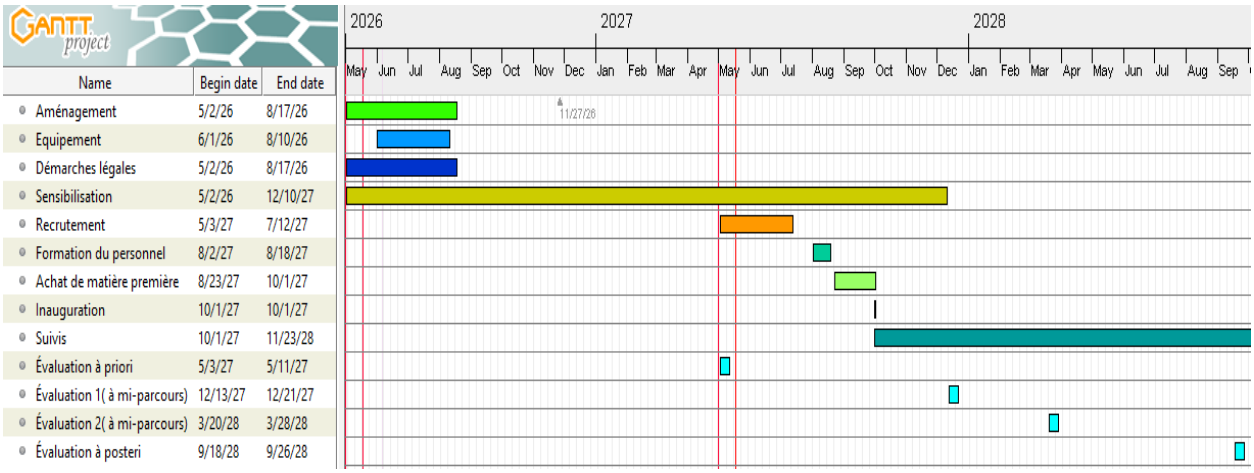
À ce stade, le CA lancera la première rencontre avec les responsables en chef dans le but de planifier un pré ouverture pour les employés, les amis et les proches afin de tester la cuisine le

service. Entre temps nous rendons visuelle l'institution par tous les moyens préétablie dans le markéting à travers la commune du Cap-Haïtien, et les zones avoisinantes (publicité, affiche, site web, réseaux sociaux, et autres). Et tout de suite, nous organiserons une soirée d'inauguration pour ouvrir les portes au grand public.

3.2.6.- L'activité de gestion quotidienne (Ventes des Produits)

Notre journée de vente sera divisée en trois temps. Premièrement, nous aurons à préparer pour le petit déjeuner, donc, tôt le matin vous aurez un endroit où trouver quelque chose à manger. Il y aura des plats déjà préparés pour les boites à lunch. La vente se fera à 3 temps au cours de la journée. Le petit déjeuner tôt le matin. À 12h pour le diner, et le soir, au coucher du soleil jusqu'à 8hPM. Tous les jours, les préparations seront exécutées selon le menu du jour.

3.2.6.1Diagramme de Gantt



Name	Begin date	End date
Aménagement	5/2/26	8/17/26
Equipement	6/1/26	8/10/26
Démarches légales	5/2/26	8/17/26
Sensibilisation	5/2/26	12/10/27
Recrutement	5/3/27	7/12/27
Formation du personnel	8/2/27	8/18/27
Achat de matière première	8/23/27	10/1/27
Inauguration	10/1/27	10/1/27
Suivis	10/1/27	11/23/28
Évaluation à priori	5/3/27	5/11/27
Évaluation 1(à mi-parcours)	12/13/27	12/21/27
Évaluation 2(à mi-parcours)	3/20/28	3/28/28
Évaluation à posteri	9/18/28	9/26/28

3.3- Suivi et évaluation du Projet

Le suivi et évaluation d'un projet est une phase très importante. Il consiste à examiner, observer le déroulement des activités à la lettre en vue de surveiller les progrès accomplis. Elle débutera dès que les activités commencent selon le calendrier. C'est l'évaluation à priori. Puis, dès l'ouverture de l'entreprise, nous aurons à faire une évaluation tout au long de l'année fiscale dans tous les aspects clés de l'entreprise c'est-à-dire le service, le personnel, la clientèle, et le produit.

3.3.1- Analyse du mode de gestion et calendrier de suivi

L'analyse du mode de gestion et calendrier de suivi est un aspect à considérer tout au long de notre projet. Car nous serons conscients de la réalité. Une analyse approfondie se fera sur nos prévisions pour réitérer les changements nécessaires à la réalisation des objectifs fixes. Nous allons

mettre sur pied un formulaire d'évaluation hebdomadaire pour mieux voir les éventuels problèmes rencontrés.

3.3.2- Évaluation des Risques

Un risque est un éventuel danger plus ou moins prévisible. Notre projet est exposé à des risques que l'on doit prendre en compte même avant son exécution afin de mettre des balises qui serviront de défenses à sa réalisation.

3.3.2.1 Probabilité des risques

Types de risques	**Improbable**	**Probable**	**Très probable**	
Ingrédients avariés				FAIBLE
Rareté de propane				
Piratage				MOYEN
Circulation de billets douteux				
Intoxication alimentaire				FORT
Incendie				
Vandalisme				

3.3.2.2 Mitigation des risques

Types de risques	**Ignorer**	**Prise en charge**	**Transfert**	
Ingrédients avariés				FAIBLE
Rareté de propane				
Piratage				MOYEN
Circulation de billets douteux				
Incendie				
Intoxication alimentaire				FORT
Vandalisme				

PARTIE IV

ÉTUDES DE L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE DU PROJET

L'étude de l'environnement économique est cruciale pour questionner ou rechercher la faisabilité du projet. Ainsi, dans cette partie, nous allons présenter les différents tableaux prévisionnels de dépenses ou de rentrées, commençant de l'achat jusqu'à la vente en passant par le salaire des employés.

Tableau 4.1 : Tableau prévisionnel des dépenses d'aménagement

Tableau 4.1 Prévisionnels des dépenses d'aménagement

Local de 200 m² – Cap-Haïtien, Haïti

Désignation	Quantité	Prix unitaire (HTG)	Montant (HTG)
Cloisons intérieures en blocs	80 m²	4,500	360,000
Enduit et finition murs	160 m²	1,200	192,000
Carrelage sol céramique	200 m²	3,500	700,000
Faux plafond PVC	200 m²	2,800	560,000
Peinture intérieure	600 m²	650	390,000
Portes en bois/aluminium	10 unités	25,000	250,000
Fenêtres vitrées	8 unités	35,000	280,000
Installation électrique complète	Forfait	-	450,000
Éclairage LED	30 unités	4,000	120,000
Installation plomberie	Forfait	-	350,000
Toilettes complètes	4 unités	75,000	300,000
Réservoir d'eau + pompe	1 lot	-	180,000
Comptoir Bar	1 unité	150,000	150,000
Aménagement cuisine	1 lot	-	500,000
Étagères dépôt	1 lot	-	120,000
Mobilier salle à manger (50 places)	1 lot	-	900,000
Climatisation	4 unités	90,000	360,000
Décoration intérieure	1 lot	-	200,000
Signalisation et sécurité	1 lot	-	75,000
Autres dépenses	-	-	693700
Total	**-**	**-**	**7,130,700**

Tableau 4.2 : Tableau prévisionnel d'achat matériel et équipements de cuisine

Unité monétaire : Gourde

Désignation	**Références**	**Quantité**	**Coût unitaire**	**Coût total**	**observations**
Four mixte		1	92,617.50	92,617.50	
Micro-ondes		1	24,512.50	24,512.50	
Grilles		1	65,957.18	65,957.18	
Bain -marie		1	38,292.50	38,292.50	
Chaudières		3	15,000.00	45,000.00	jeux de 4
Verres		12	4,817.70	57,812.40	douzaine
Cuvettes Stainless		6	6,888.68	41,332.08	
nappes personnalisées		7	10,545.68	73,819.76	douzaine (4ft, 6ft)
Napperons		30	238.50	7,155.00	douzaine
Vaisselles		12	5,019.10	60,229.20	douzaine
Machine à laver		1	172,128.10	172,128.10	
Machine à Sandwich		2	21,198.68	42,397.36	
Fourneau et ventilation		1	7,287.50	7,287.50	
Réfrigérateur-congélateur		2	274,392.93	548,785.86	
Mixeur		2	13,248.68	26,497.36	
Containers gastro-norme		2	9,936.18	19,872.36	
Extracteur de jus		2	19,873.68	39,747.36	
Table de préparation		2	38,690.00	77,380.00	
Moulin à viande		1	10,000.00	10,000.00	
Ustensiles de préparation		1	132,500.00	132,500.00	
TOTAL				**1,583,324.02**	

4.3.- Dépenses prévisionnelles d'achat de matériel et équipements de bureau

Tableau 4.3. 1: Dépenses prévisionnelles d'achat de matériels et équipement de bureau

Unité monétaire : Gourde

Désignation	**Référence**	**Quantité**	**Coût unitaire**	**Coût total**	**Observations**
Ordinateurs portables	DELL COR4 I 3	6	87,750.00	526,500.00	8GB RAM, 512 GB SSD, 15.6P. WINDOWS 11
Imprimante	Jet Pro MFP4303dw	1	128,250.00	128,250.00	
Caisses enregistreuses		2	75,000.00	150,000.00	
Calculateur à bande	Canon	2	15,000.00	30,000.00	
Chaises de bureau		9	33,750.00	303,750.00	
Bureau		9	30,000.00	270,000.00	
Chaises pour la salle à manger	Douzaine	6	95,400.00	572,400.00	
Table pour la salle à manger 1	-	6	20,000.00	120,000.00	tables de 6 couverts
Table pour la salle à manger 2	-	6	17,500.00	105,000.00	tables de 4 couverts
Téléphone		1	15,000.00	15,000.00	
Batteries inventer	Trojan 6 volts	8	29,150.00	233,200.00	
Régulateur		1	26500	26500	
inventer	3400W	1	50,000.00	50,000.00	
Panneaux solaires		4	15,000.00	60,000.00	
Générateur	VX200-5H-AM	1	430,625.00	430,625.00	
Ventilateur	Lasko	6	7,500.00	45,000.00	
Sous-total 1	**-**	**-**	**-**	***3,066,225***	

Désignation	Référence	Quantité	Coût unitaire	Coût total	Observations
Téléviseur Intelligent	wespoint 52'	1	59,650.00	59,650.00	
climatiseur	wespoint	3	50,000.00	150,000.00	
Water cooler		2	15,000.00	30,000.00	
Réservoir à 'eau		2	30,000.00	60,000.00	
Réservoir à gaz		1	50,000.00	50,000.00	1 propane, 1 pétrole
Nissan Frontier usagé	diésel	1	1,325,000.00	1,325,000.00	
Classeur métallique		2	47,250.00	94,500.00	
Sous-total 2	**-**	**-**	**-**	***1,769,150***	
TOTAL				**4,808,875.00**	

Tableau 4.4 : Tableau prévisionnel d'achat de fournitures de bureau

Description	Référence	Estimation mensuelle)	Prix unitaire	Coût total	Observations
Papier		1	8,000.00	8,000.00	caisse
perforateur		2	3,000.00	6,000.00	N /A
Babillard	17.7*23.6	3	1,750.00	5,250.00	N /A
Bande d'additions		1	7,000.00	7,000.00	caisse
Porte Menu		10	1,855.00	18,550.00	N/A
Porte-document		12	3,000.00	36,000.00	
Agrafeuses		2	2,750.00	5,500.00	
Trombone		1	1,000.00	1,000.00	boite
Sceau à encre		2	7,500.00	15,000.00	
encre à imprimante		1	87,750.00	87,750.00	
Ruban à encre	calculatrice & caisse	10	2,449.92	24,499.20	paquet
Agrafes		2	650	1,300.00	
classeur		12	4,000.00	48,000.00	
Autres fournitures		1	10,000.00	10,000.00	
TOTAL				**273,849.20**	

Tableau 4.5 : Tableau prévisionnel d'achat de matériels et équipements de nettoyage

Unité monétaire : Gourde

Produits	Références	Quantité	Coût unitaire	Coût total	Observations
Détergent en poudre		1	1,500.00	1,500.00	
Sachet poubelle		10	1,250.00	12,500.00	bobines
Gants de nettoyage		12	500.00	6,000.00	
Eponge		4	500.00	2,000.00	
Paille de fer		2	1,000.00	2,000.00	paquets
Serpillère		3	1,000.00	5,000.00	
Papier hygiénique		1	4,000.00	4,000.00	
Liquide vaisselle		5	750.00	2,250.00	
Liquide pour linge		3	1,000.00	3,000.00	
Chlorox		3	1,000.00	3,000.00	
Mistoline		2	750.00	1,500.00	
Sceau à serpillère		2	5,000.00	10,000.00	
Balai		3	500.00	1,500.00	
ramassette		2	1,000.00	2,000.00	N A
Papier hygiénique		1	3,000.00	3,000.00	caisse
Ajax		6	850.00	5,100.00	
Clean		1	4,500.00	4,500.00	caisse
Total				**68,850.00**	

Amortissement de matériels et équipements de bureau

Tableau 4.6. 1:amortissement de matériels et équipement de bureau

Unité monétaire : Gourde

Désignation	Durée de vie / année	Valeur d'origine	Amortissement	Taux d'amortissement	Valeur Comptable
Chaise	10	303,750.00	30,375.00	10%	273,375.00
Bureaux	10	270,000.00	27,000.00	10%	243,000.00
Ventilateurs	5	45,000.00	9,000.00	20%	36,000.00
Téléphones	5	15,000.00	3,000.00	20%	12,000.00
Chaise pour salle à manger	10	572,400.00	57,240.00	10%	515,160.00
Table pour salle à manger	10	240,000.00	24,000.00	10%	216,000.00
Water cooler	5	15,000.00	3,000.00	20%	12,000.00
château d'eau	10	30,000.00	3,000.00	10%	27,000.00
Climatiseur	2	50,000.00	25,000.00	50%	25,000.00
Ordinateur	2	526,500.00	263,250.00	50%	263,250.00
caisse enregistreuse	2	150,000.00	75,000.00	50%	75,000.00
classeur	5	94,500.00	18,900.00	20%	75,600.00
Imprimante	2	128,250.00	64,125.00	50%	64,125.00
panneau solaire	4	60,000.00	15,000.00	25%	45,000.00
Générateur	8	430,625.00	53,828.13	12.50%	376,796.88
Télévision	5	59,650.00	11,930.00	20%	47,720.00
Inverter	5	50,000.00	10,000.00	20%	40,000.00
Sous total 1	**-**	**-**	**-**	**-**	***2, 347,026.88***

Tableau 4.6. 2: Amortisement de matériels équipements suite

Désignation	Durée de vie / année	Valeur d'origine	Amortissement	Taux d'amortissement	Valeur Comptable
Batteries	4	233,200.00	58,300.00	25%	174,900.00
Véhicule	4	1, 325,000.00	331,250.00	25%	993,750.00
Four mixte	5	92,617.00	18,523.40	20%	74,093.60
Micro-ondes	5	24,512.00	4,902.40	20%	19,609.60
Grilles	10	65,957.00	6,595.70	10%	59,361.30
Bain -marie	5	38,292.00	7,658.40	20%	30,633.60
Chaudières	15	45,000.00	3,150.00	7%	41,850.00
Verres	2	57,812.40	28,906.20	50%	28,906.20
Cuvettes Stainless	15	41,332.05	2,893.24	7%	38,438.81
Nappes	3	73,819.73	24,360.51	33%	49,459.22
Napperons	3	7,155.00	2,361.15	33%	4,793.85
vaisselles	2	60,229.20	30,114.60	50%	30,114.60
Machine à laver	8	172,128.00	21,516.00	13%	150,612.00
Machine à Sandwich	8	42,397.00	5,299.63	13%	37,097.38
Fourneau et ventilation	5	7,287.50	1,457.50	20%	5,830.00
Réfrigérateur-congélateur	5	548,785.85	109,757.17	20%	439,028.66
Mixeur	5	26,497.35	5,299.47	20%	21,197.88
Containers gastro-norme	10	19,872.35	1,987.24	10%	17,885.12
Moulin viande	10	10,000.00	1,000.00	10%	9,000.00
Sous-Total 2					***2, 226,561.82***

Tableau 4.6. 3: Amortissement de matériels et équipements fin

Désignation	n	Valeur d'origine	Amortissement	Taux d'amortissement	Valeur Comptable
Extracteur de jus	5	39,747.00	7,949.40	20%	31,797.60
Table de préparation	15	77,380.00	5,416.60	7%	71,963.40
Sous total 3	**-**	**-**	**-**	**-**	***103,761.00***
TOTAL		**6,049,696.43**	**1,372,346.73**		**4,677,349.70**

Tableau 4.7 : Tableau des charges d'exploitation

Unité monétaire : Gourde

Désignations	**Montant/mois**	**Montant /année**
Essence	20,000.00	240,000.00
Électricité	125,125.13	1,501,501.56
Téléphone/communication	3,000.00	36,000.00
Assurance	126,425.97	1,517,111.64
Entretien et réparation	7,000.00	84,000.00
Publicité	5,000.00	60,000.00
ONA employeur	34,200.00	410,400.00
Salaires du personnel	570,000.00	6,840,000.00
loyer	132,500.00	1,590,000.00
carburant	54,000.00	648,000.00
internet	11,925.00	143,100.00
petite caisse	25,000.00	300,000.00
Total		**13,370,113.20**

Tableau 4.8 : Tableau prévisionnel d'achat des Matières premières

Tableau 4.8.1 : tableau prévisionnel d'achat de matières premières

Unité monétaire : Gourde

Désignation	**Référence**	**convertisseur**	**Quantité**	**Prix unitaire**	**Montant/Mois**	**Montant/Ann**
Riz	AGRIDUR	Marmites	5	830	107,900.00	1,294,800.00
Maïs	AGRIDUR	Marmites	1	400	8,000.00	96,000.00
Blé	AGRIDUR	Marmites	1	750	9,000.00	108,000.00
Petit mil	AGRIDUR	Marmites	1	750	9,000.00	108,000.00
Pois	AGRIDUR	Marmites	1	1,100.00	28,600.00	343,200.00
Banane	Fruit Lakay	douzaine	2	12,500.00	25,000.00	300,000.00
Patate	Fruit Lakay	Sac	1	3,000.00	3,000.00	36,000.00
Igname	Fruit Lakay	sac	2	4,500.00	9,000.00	108,000.00
Manioc	Fruit Lakay	Sac	1	4,500.00	4,500.00	54,000.00
Châtaigne	DENA Entreprise	Sac	1	3,500.00	3,500.00	42,000.00
Oignons	IMAH Production	Bokit	2	4,000.00	8,000.00	96,000.00
Poivrons	IMAH Production	Bokit	1	3,500.00	3,500.00	42,000.00
Laitues	IMAH Production	Bokit	1	2,000.00	2,000.00	24,000.00
Concombres	Jardin Métropole	jrs	1	500	13,000.00	156,000.00
Tomates	Jardin Métropole	jrs	1	500	13,000.00	156,000.00
Sous-total 1	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	***2, 964,000.00***

Tableau 4.8.2 : tableau prévisionnel d'achat de matières premières

Désignation	Référence	convertisseur	Quantité	Prix unitaire	Montant/Mois	Montant/Ann
Carottes	DG Production A	jrs	1	750	19,500.00	234,000.00
Betteraves	DG Production A	jrs	1	500	13,000.00	156,000.00
Mirliton	DENA Entreprise	jrs	1	1,000.00	12,000.00	144,000.00
Pomme de terre	DENA Entreprise	Sac	1	7,500.00	7,500.00	90,000.00
Persil	DG Production A	jrs	1	500	13,000.00	156,000.00
Poireaux	DG Production A	Parquet	1	1,000.00	26,000.00	312,000.00
Poule	Fondation Vincent et Duty		80	1,000.00	80,000.00	960,000.00
Cabris	La bruyère	lbs	300	750	225,000.00	2,700,000.00
Boeuf	La bruyère	lbs	250	500	125,000.00	1,500,000.00
Poisson	Marché informel	lbs	800	750	600,000.00	7,200,000.00
porc	La bruyère	lbs	100	500	50,000.00	600,000.00
Lambi	Marché informel	lbs	180	625	112,500.00	1,350,000.00
Giraumon			12	500	6,000.00	72,000.00
Sucre		sac	1	7,500.00	7,500.00	90,000.00
Farine		lbs	25	50	1,250.00	15,000.00
Céléri	DG Production A	Parquet	1	500	13,000.00	156,000.00
Miel	Jardin Métropole	Gallons	1	6,500.00	6,500.00	78,000.00
Sous-total 2	**-**	**-**	-	**-**	**-**	***15,813,000.00***

Tableau 4.8.3 : tableau prévisionnel d'achat de matières premières

Désignation	Référence	convertisseur	Quantité	Prix unitaire	Montant/Mois	Montant/Ann
L'huile		Gallons	1	1,500.00	39,000.00	468,000.00
Épinard		jrs	1	400	10,400.00	124,800.00
Fruits		jrs	1	1,000.00	26,000.00	312,000.00
Pain		sachet	5	325	42,250.00	507,000.00
Fromage		jrs	1	1,500.00	39,000.00	468,000.00
Mayonnaise/sauce tomate		bocal	6	1,000.00	6,000.00	6,000,000.00
Jambon		jrs	1	1,000.00	26,000.00	312,000.00
Beurre			1	1,000.00	26,000.00	312,000.00
Citron	Jardin Métropole	sac	1	6,000.00	6,000.00	72,000.00
Orange	IMAH Production	jrs	1	6,000.00	6,000.00	72,000.00
Autres			1	10,000.00	10,000.00	120,000.00
Sous -total 3					***236,650.00***	***8,767,800.00***
TOTAL					**1,801,400.00**	**27,544,800.00**

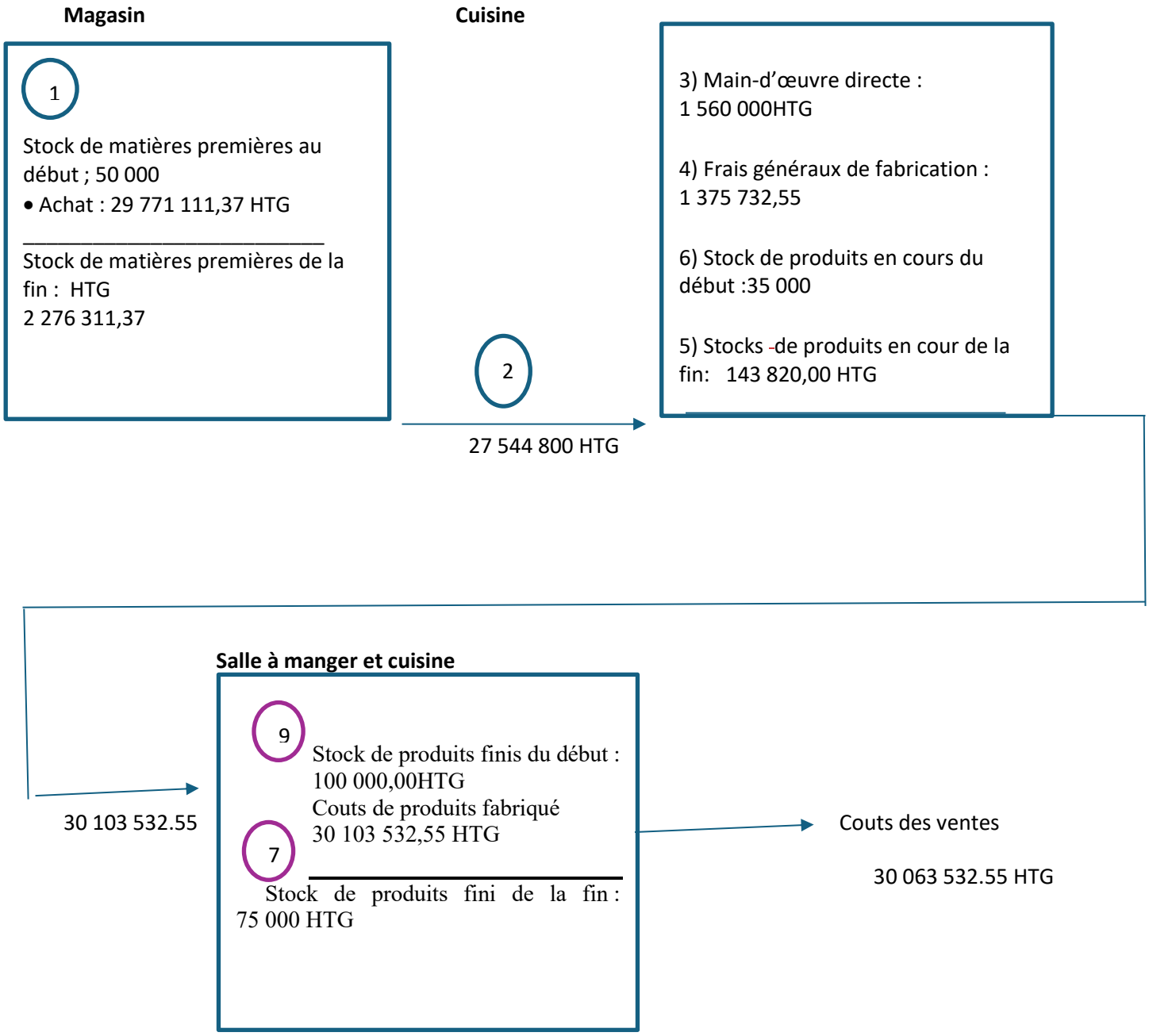
Tableau 4.9 : Tableau de récapitulation des dépenses

Désignation		**Montant en HTG**
Tableau prévisionnel d'aménagement et de la main-d'œuvre du restaurant		661,750.00
Tableau prévisionnel d'achats de matériels de bureau		4,808,875.00
Tableau prévisionnel de matériels de cuisine		1,583,324.02
Tableau prévisionnel d'achats de fournitures de bureau		273,849.20
Tableau prévisionnel de nettoyages		68,850.00
Tableau des charges d'exploitations		10,270,899.96
Tableau des matières premières		1,317,225.00
TOTAL		**17,667,548.18**

PARTIEV
Études du Financement

Pour l'étude du financement, nous allons présenter les cheminements des coûts, le tableau prévisionnel de ventes de marchandises, l'analyse du point mort, le bilan d'ouverture, l'état prévisionnel des résultats, le bilan de fermeture et le tableau du plan de financement.

5.1 Cheminement des couts



5.2 Bilan d'ouverture

Le bilan de départ est un élément important du projet. Il permet de mesurer avec exactitude le montant des fonds nécessaires à la création d'une entreprise. C'est la photographie de début.

Le Gouter du jour Restaurant

Bilan d'ouverture

Au 1er octobre 2026

ACTIFS		**PASSIFS**	
Actif à court terme		***Passif à court terme***	
Encaisse (UniBank)	13,000,000.00	Fournisseurs	-
Fournitures de bureau	273,849.20	Effet à payer	-
Stock de matières premières 1	50,000.00		
Matières premières a recevoir	348,424.00	Total passif à court terme	-
stock de produits en cours de début	35,000.00		
stock de produits finis de début	100,000.00	***Passif à long terme***	
Total actif à court terme	13,807,273.20	Emprunt bancaire	
Actif à long terme		**Total passif**	
Matériels et équipements	4,808,875.00	**Capitaux des associes**	
Loyer payé d'avance(5 ans)	7,950,000.00	Irlande Deseide-Captal	11,398,949.40
Aménagement	7,630,700.00	Mirline joseph- capital	11,398,949.40
Total actif à long terme	40,779,150.00	Tania Jean-Capital	11,398,949.40
Total actif	**34,196,848.20**	Total des capitaux	34,196,848.20
		Total passif +capital	**34,196,848.20**

5.3.- Tableau prévisionnel de ventes pour la première année

Désignation	Quantité	Prix	Nbre de jrs	Vente/Jr	Vente mensuelle	Vente annuellle
Goûter écolier	40	350	20	14,000.00	280,000.00	2,520,000.00
Goûter employé/professionnel	20	600	24	12,000.00	288,000.00	3,456,000.00
Sandwich	40	300	26	12,000.00	312,000.00	3,744,000.00
Spaghetti	40	500	26	20,000.00	520,000.00	6,240,000.00
Mais paysage	15	500	24	7,500.00	180,000.00	2,160,000.00
Canapé aux épinards	10	750	24	7,500.00	180,000.00	2,160,000.00
Poulet	15	1,000.00	26	15,000.00	390,000.00	4,680,000.00
Lambi	10	1,500.00	20	15,000.00	300,000.00	3,600,000.00
Poisson	10	1,500.00	20	15,000.00	300,000.00	3,600,000.00
Cabri	10	1,250.00	20	12,500.00	250,000.00	3,000,000.00
Griot	5	1,250.00	20	6,250.00	125,000.00	1,500,000.00
Légumes	10	1,000.00	12	10,000.00	120,000.00	1,440,000.00
Bœuf	10	1,000.00	12	10,000.00	120,000.00	1,440,000.00
Bouillon	10	750	12	7,500.00	90,000.00	1,080,000.00
Soupe au giraumon	20	750	4	15,000.00	60,000.00	720,000.00
Salade	5	750	26	3,750.00	97,500.00	1,170,000.00
Panade	5	450	26	2,250.00	58,500.00	702,000.00
Soupe noodles	10	500	26	5,000.00	130,000.00	1,560,000.00
Le Goûter groupe	2	7,000.00	26	14,000.00	364,000.00	4,368,000.00
Eau	25	100	26	2,500.00	65,000.00	780,000.00
Jus de fruits	25	300	26	7,500.00	195,000.00	2,340,000.00
Jus de pasteurisés	25	250	26	6,250.00	162,500.00	1,950,000.00
Gazeuses	40	200	26	8,000.00	208,000.00	2,496,000.00

5.4.- États des coûts de production

Le Goûter du jour Restaurant
État des coûts de production
Pour l'exercice terminé au 30 septembre 2026

Matières premières utilisées	27,232,800.00
Main d'œuvre directe	1,560,000.00
Frais généraux de fabrication	1,375,732.55
Stock de produits en cours au début	35,000.00
Stock de produits en cours à la fin	100,000.00
Cout de produits fabriqués	**30,103,532.55**

5.5.- État prévisionnel des Résultats

Le Goûter du Jour Restaurant
État prévisionnel des résultats
Pour l'exercice termine au 30 septembre 2027

Chiffres d'Affaires TTC		**56,706,000.00**
CA hors-taxe		**51,550,909.09**
Stock produit fini 1	35,000.00	
Coût de produits fabriqués	30,103,532.55	
Stock produit fini 2	75,000.00	
Coût des ventes		**30,063,532.55**
Profit brut		**1,487,376.54**
Charges d'exploitations		
Amortissement équipement	4,677,349.70	
Salaire	6,840,000.00	
TMS	136,800.00	
Téléphone et internet	179,100.00	
ONA	410,400.00	
OFATMA	136,800.00	
Patente	5,000.00	
Carburant	648,000.00	
Assurance	151,711.64	
Petite caisse	25,000.00	
Publicité	60,000.00	
Entretien et réparation	84,000.00	
DINEPA	25,000.00	
Loyer	1,590,000.00	
total charges		**14,969,161.34**
BAII		6,518,215.20
Intérêts		-
BAI		6,518,215.20
Impôt 30%		1,955,464.56
Résultats nets		**4,562,750.64**

5.6.-Bilan de fermeture

Le Goûter du Jour Restaurant
Bilan de Fermeture
Au 30 septembre 2027
Estimé en gourdes haïtiennes

Actif		Passif	
Actif à court terme		***Passif à court terme***	
Encaisse	16,572,500.00		
Clients	5,363,180.00		
Fournitures de bureau	198,849.20		
Stock de matières premières 2	2,276,311.37	Fournisseurs	250,000.00
Matières premières à recevoir	6,988,510.00		
Stock de produits en cours de la fin	143,820.00		
Stock de produits finis de la fin	75,000.00	Effet à payer	
Total Actifs à Court Terme	***31,618,170.57***	***Total passif à court terme***	***250,000.00***
Actif à long terme		Passif à long terme	
Matériel et équipement	4,808,875.00	Emprunt Bancaire	-
Amortissement cumulé	- 1,372,346.73	Total passif	250,000.00
Total matériel et équipements	3,436,528.27		
Loyer payé d'avance (4ans)	6,360,000.00		
Amortissement loyer	- 2,623,500.00	Capital initial	34,196,848.20
Loyer payer d'avance	3,736,500.00	Résultat net	4,344,350.64
Total actif à long terme	**7,173,028.27**	**Capital net**	**38,541,198.84**
Total Actif	***38,791,198.84***	***Total passifs +capitaux propres***	***38,791,198.84***

Au bilan de fermeture, des nouveaux comptes sont ajoutés. Parce que, non seulement le résultat net qui vient gonfler le capital puisqu'il n'a pas été réparti, mais aussi le compte fournisseur. Ce sont des personnes qui nous invitent à essayer leur produit et payer après.

5.7- Budget de caisse pour les 5 premiers mois

Unité monétaire: gourde

Désignation\Mois	Oct.2026	Nov.2026	Dec.2026	Janv.2027	Fevr.2027
Recettes	2,500,000.00	3,397,954.55	4,295,909.09	3,500,000.00	4,000,000.00
Dépenses	2,000,000.00	2,889,362.25	3,778,724.49	3,778,724.49	3,700,000.00
excédent/Déficits	500,000.00	508,592.30	517,184.60	(278,724.49)	300,000.00
Solde de l'encaisse au début	514,267.93	514,267.93	514,267.93	514,267.93	514,267.93
Encaisse fin avant ligne de crédit	1,014,267.93	1,022,860.23	1,031,452.53	235,543.44	814,267.93
Ligne de crédit	(500,000.00)	(508,592.30)	(517,184.60)	278,724.49	(300,000.00)
Solde de l'encaisse après ligne de crédit	514,267.93	514,267.93	514,267.93	514,267.93	514,267.93

Puisque la ligne de crédit est pratiquement négative, l'entreprise montre qu'elle a la capacité de s'autofinancer. Sauf qu'au mois de janvier, nous constatons que la ligne de crédit est positive dû à une accalmie provoquée par les fêtes de fin d'année.

5.9.-Plan de financement

Tableau du plan de financement

Désignations	Montants absolus	Montants relatifs
Irlande DESEIDE	11,398,949.40	33.33%
Mirline JOSEPH	11,398,949.40	33.33%
Tania JEAN	11,398,949.40	33.33%
Total	34,196,848.20	100.00%

Le projet sera financé à 100% par ses associés.

5.8.- Etude de rentabilité à long terme

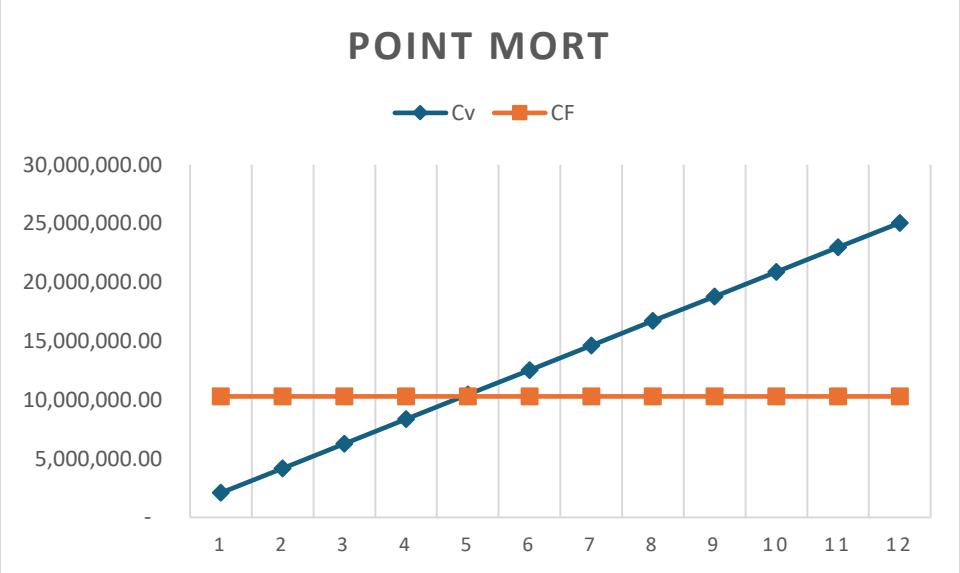
	0	1	2	3	4	5
Investissement	34,196,848.20	-	-	-	-	-
Chiffre d'affaires		51,550,909.09	54,128,454.55	56,834,877.27	55,129,830.95	56,834,877.27
Coûts variables		30,063,532.55	30,664,803.20	31,278,099.27	32,842,004.23	31,278,099.27
Coûts Fixes		10,291,811.64	10,291,811.64	10,291,811.64	10,291,811.64	10,291,811.64
Amortissements		4,677,349.70	4,677,349.70	4,677,349.70	4,677,349.70	4,677,349.70
BAII		6,518,215.20	8,494,490.00	10,587,616.67	7,318,665.39	10,587,616.67
Int.		-	-	210,000.00	200,000.00	190,000.00
BAI		6,518,215.20	8,494,490.00	10,377,616.67	7,118,665.39	10,397,616.67
IS		1,955,464.56	2,548,347.00	3,113,285.00	2,135,599.62	3,119,285.00
Résultats Nets		4,562,750.64	5,946,143.00	7,264,331.67	4,983,065.77	7,278,331.67
Dotation		4,677,349.70	4,677,349.70	4,677,349.70	4,677,349.70	4,677,349.70
CAF	-34,196,848.20	9,240,100.34	10,623,492.70	11,941,681.37	9,660,415.47	11,955,681.37
Flux nets actualisés		8,250,089.59	8,468,983.34	8,499,852.92	6,139,368.68	6,783,974.69
Cumul des flux		9,240,100.34	19,863,593.04	31,805,274.41	41,465,689.88	53,421,371.25
VAN	3,945,421.02					
TRI	16%					
IP	1.12					
DRCI	3.247564279	**3 ans 2mois 29 jours**				

Compte tenu des résultats positifs de VAN et de TRI, nous pouvons avancer sans ambages dans le projet. Car il peut générer suffisamment de revenus pour couvrir l'investissement initial tout en rapportant des excédents.

5.10.- Analyse du point mort

Chiffre d'affaires	51,550,909.09
Coûts variables	30,375,532.55
MBB	21,175,376.54
MGCV	0.41
Couts fixes	10,291,811.64
Seuil de rentabilité en valeur	25,055,150.51
Point mort	**5.832327914**

5 mois 24 jours 23 heures



Point mort

CONCLUSION

Le Goûter du Jour Restaurant, de par son nom et son offre axée sur les produits locaux, est une opportunité commerciale ancrée au cœur du dynamisme économique, et touristique du Cap-Haïtien. Invitant les familles (parents et enfants) professionnelles, étudiantes, marchandes et toutes catégories, en quête de convivialité et d'authenticité dans un espace attrayant et accueillant, ce restaurant répond aux besoins de la clientèle locale en une expérience singulière. En réalité, il fait partie d'une exigence académique, celle de recevoir le titre de licenciées en Sciences Administratives.

Le projet d'ouvrir ce restaurant est mûrement réfléchi pour répondre à un problème constaté devant les écoles chaque matin pour faire les boites dans des conditions non hygiéniques. Notre présence avec les formules faites maison sera idéale pour capter une clientèle fidèle. Notre mission est de redéfinir l'expérience culinaire locale en fusionnant modernité et innovation avec notre produit phare « Canapé aux épinards ».

En plus de notre emplacement stratégique qu'est la rue 5 A et Boulevard du Cap-Haïtien, après avoir mené une étude de marché rigoureuse, les prévisions financières confirment la viabilité et la croissance potentielle du projet dès les premières années. Notre rentrée contributoire dans l'économie génèrera 23 emplois direct sans compter la main-d'œuvre indirecte.

Les associés se sont mis d'accord en investissant à parts égales un capital de 34,196,848.20 qui sera récupéré dans 3 ans 2 mois 29jours. Ce montant sera alloué pour le financement des travaux d'aménagement, l'acquisition d'équipement de cuisine professionnel aux normes de sécurité, les matériels et équipements de bureau, les matières premières devant servir à la fabrication des produits finis, le lancement de notre stratégie markéting et autres dépenses y relatives.

Porté par une équipe rigoureuse, dynamique et passionnée, ce projet est prêt à démarrer. Nous sommes convaincus que Le Goûter du jour restaurant s'imposera rapidement comme une signature de la scène gastronomique capoise, tout en assurant un retour sur investissement attractif pour nos futurs partenaires.

Nous ne sommes pas sans connaissance des différentes contraintes qui peuvent surgir. Comme les contraintes liées aux éventuels financement par les banques traditionnelles, les contraintes

informationnelles, professionnelles et les problèmes infrastructurels et les limites liées à la sécurité, mais nous avons en vue, le futur à notre portée.

En termes de perspectives, dès sa 4e année, Le Goûter du Jour Restaurant compte ouvrir sa première annexe à l'aéroport du Cap-Haitien, en vue d'offrir aux cadres de cette institution et les usagers de l'espace, en général le pouvoir de se régaler à leur guise dans un endroit agréable accueillant et convivial qui crée des souvenirs avec les produits du terroir.

Notre vision ne se limite pas uniquement à desservir la population capoise, mais plutôt à élargir nos horizons sur tout le territoire national jusqu'à devenir une chaine de restaurant. Au final, ce projet pourra servir de guide pour non seulement, les prochains étudiants en administration désireux écrire dans ce domaine, mais aussi pour les investisseurs voulant intégrer le secteur de la restauration.

RÉFÉRENCES

BABEAU, A. (1985). *LE PROFIT.* PARIS: PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE 1969.

Bernard BARTHÉLEMY & Philippe COURREGES. (2004). *GESTION DES RISQUES Methode d'Optimisation globale.* Jouve, Paris: Éditions d'Organisation.

Cartographie géologique des villes. (2013, janvier). Récupéré sur www.bme.gouv.ht

Cartographie géologique des villes. (2013, janvier). Récupéré sur www.bme.gouv.ht

CHARVET, S. (2022, avril 2022). *Qu'est-ce qu'un restaurant.* Consulté le février 27, 2026, sur Manger Citoyen: https://www.manger-citoyen.org/publication/qu-est-ce-qu-un-restaurant-177

coin des entrepreneurs. (2025, Avril 28). Récupéré sur https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/inconvenients-de-la-snc/

CRA. (2014). *OMRH-CRA*. Récupéré sur Centre de Renseignements administratifs d'Haïti : http://www.servicespublics.gouv.ht

Dictionnaire de l'économie. (2000).

Dubois, C. (2025, juin 30). *Finalité d une entreprise : rôle, missions et objectifs*. Récupéré sur AVENTOVA: https://aventova.com

Évelyne. (2023, juin 8). *les 5 étapes du processus de recrutement.* Consulté le janvier 13, 2026, sur https://www.onerh.fr/les-5-etapes-du-processus-de-recrutement/

foodcom s.a. (2013). Récupéré sur foodcom.pl: https://food com.pl

glossaire bdc. (s.d.). Consulté le 02 26, 2026, sur bdc: https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/boite-outils-entrepreneur/gabarits-documents-guides-affaires/glossaire/dividendes

GRANGER, L. (2023, juin 11). Mise en place d'un organigramme en entreprise. *Manager GO!* , p. 2.

Guichetemplois. (2025, 12 1). Consulté le 1 12, 2026, sur https://www.guichetemplois.gc.ca/rapportmarche/profession/16420/QC;j

IHSI, Estimation Population. (2015). Récupéré sur www ihsi.ht

Imane SALIM et Al. (2026). *strategie de positionnement.* Récupéré sur fr.scribd.com: https:// fr.scribd.com

katia Velayos et Jocelyn Grivaud. (s.d.). *Notion de Markéting en restauration.* Récupéré sur ent2d.ac-bordeaux.fr: https://ent2d.ac-bordeaux.fr

LATOUR, C. (2018, Decembre 8). Récupéré sur hrimag.com

Le Diapason. (2025, Mai 01). Récupéré sur Quel est le rôle du restaurant dans nos vies: https://restaurant-le-diapason.fr

Lethielleux, L. (2010, juillet). Récupéré sur www.lextenso-editions.fr: https://fipadhd.org/wp-content/uploads/2024/06/Lessentiel-de-la-gestion-des-ressources-humaines.pdf

Loïc Cadin, F. G. (2012). *Cairn.info.* Consulté le 12 30, 2025, sur https://shs.cairn.info/grh--9782100578931?lang=fr

Mario BUCCI et Al. (2010). *Le suivi des interventions de développement.* Belgique: COTA asbl.

Maximilien, O. N. (2013, décembre 5). *Cadre de Gestion Environnementale et Sociale(CGES)*. Récupéré sur www .ute.gouv.ht

Ménard, J. R. (2026, février 14). les problèmes confrontés par les restaurants du Cap-Haïtien. (I. D. Joseph, Intervieweur)

MICT. (2022). Récupéré sur www/mcti.gv

Ministère de la Santé publique et de la population. (2011). Récupéré sur www msspp.gv

Ministère de l'intérieur et des collectivités territorial. (2022-2027). Récupéré sur www/mcti.gv

Ministère du Commerce et de l'Industrie . (2020). *Carte d'identité professionnelle*. Récupéré sur Direction du commerce intérieur : http://cip.transversal.ht

ministère du Commerce et de l'Industrie. (2024). *Enregistrement d'une Société en Nom collectif et commandite simple*. Récupéré sur https://mci.gouv.ht

MSPP. (2020). Récupéré sur www mspp.gv

Nutrition dialogue. (S.D.). *L'importance d'une bonne nutrition*. Récupéré sur https://nutritiondialogues.org

OMS. (2022, novembre). *Bureau de l'évaluation de l'OMS.* Récupéré sur cdn.who.int: https://cdn.who.int

Petit, A. M. (2001). Stratégie et gestion des ressources humaines . *Revue française de gestion*, pp. 4-10.

Pierre, A. (2025, octobre 27). *Legalstart*. Récupéré sur quels sont les enjeux fondamentaux d'un chef d'entreprise ?: https://www.legalstart.fr

Renard, S. (2024, juillet 23). *Lightspeed.* Récupéré sur https://www.lightspeedhq.fr/blog/liste-de-materiel-pour-restaurant-guide/

Renforcement de La Justice de Proximité. (2024, juillet 23). Récupéré sur https://www.undp.org/

ressources pour les employeurs. (2025, novembre 13). Consulté le janvier 13, 2026, sur indeed: https://fr.indeed.com/recrutement/description-du-poste/serveur

Robert, D. e. (2026). Dictionnaire. Dans L. RObERT.

SNC. (2023, juin 06). Récupéré sur www agence juridique.com

transversal branding & Markéting. (2021, NOVEMBRE 5). Récupéré sur www.cap-haitien.ht

Transversal Branding &Marketing. (2021).

Transversal Branding& Marketing. (2021, 11 5). Récupéré sur www.cap haitien.ht

UN-HABITAT. (2012). Récupéré sur www unhabitat.org

VOLMAR, P. J. (2022, octobre 21). *GÉNÉRALITÉS SUR LE RÉGIME JURIDIQUE DE L'ONA*. Récupéré sur www.ona.ht

Yves, E. M. (2019, may 8). *les consommateurs haïtiens sans défense*. Récupéré sur https://ayibopost.com/les-consommateurs-haitiens-sans-defense/

ANNEXE I

No ……

Questionnaire d'enquête

Nous sommes Irlande DESEIDE, Mirline JOSEPH et Tania JEAN. Alors nous sollicitons votre collaboration dans le cadre de l'élaboration de notre projet de fin d'études intitulé : « Le Gouter du Jour Restaurant ». Nous vous promettons que l'ensemble des informations collectées resteront confidentielles.

Informations personnelles

Sexe M F

Âge……Profession…….

Occupation……Adresse…….

Religion……...

Informations commerciales

Quel est votre niveau de fréquentation des restaurants ?

Jamais Parfois Souvent Très souvent

comment jugez-vous la qualité des plats offerts par les restaurants que vous avez l'habitude de fréquenter ?

Mauvaise Passable Bonne Très bonne

Quelles sont vos attentes actuelles en matière de menu

Pâtes alimentaires Poulet Ragout d'ignames ou de banane plantain

Poisson Canapé aux épinards Lambie

Quelles sont vos sélections hebdomadaires

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche	
riz blanc, purée de pois, poisson	Banane aux œufs/ Riz aux légumes, poulet	Spaghetti haïtien/ Blé au pois Miami, ragoût	Canapé aux épinards,/ Riz au champignon, Tasso de bœuf	Canapé aux épinards/ Petit mil collé aux légumes	Mais au paysage/ Riz au pois rouge, poulet créole	Soupe giraumon, riz collé, poulet, salade	

Mais aux paysages / riz blanc, purée de pois, poisson	Hamburger/ Ragoût d'igname/ Banane	Gratiné, banane, poulet/, mais collé légumes	Canapé aux épinards/ Petit mil, sauce pois noire, légumes	Canapé aux épinards/riz aux légumes, poulet	Banane aux œufs/ Blé aux pois rouge/poissons	Soupe giraumon, riz collé, poulet, salade	
Petit mil, purée de pois noire, légumes	Canapé aux épinards, / Riz au champignon, Tasso de bœuf/cabri	Spaghetti haïtien/ Riz blanc, sauce pois, Lambi	Hamburger/ Blé au pois rouge/ poisson	Canapé aux épinards, /Riz au champignon, Tasso de bœuf/chèvre	Mais aux paysages/ Riz au pois rouge, poulet créole	Soupe au giraumon, riz collé, poulet, salade	

Comment jugez-vous le prix offert par les autres restaurants

Dérisoire ☐ Normal ☐ Exorbitant ☐

Comment évaluez-vous l'accueil des autres restaurants

Correct ☐ incorrect ☐

Quel Tarif préférez-vous quand vous allez aux restaurants ?

750HTG ☐ 1000HTG ☐ 1500HTG ☐ Autres ☐

Quelles sont vos recommandations ?

……..

……..

…….

Remarques

Fait à Cap-Haïtien, le ……

ANNEXE 2

Plan Comptable

Le plan comptable est un outil indispensable pour organiser toutes les dépenses et recettes de notre restaurant « Le Goûter du jour » à travers un langage unique afin de garantir la conformité et la gestion de l'entreprise.

1.-Actifs

Numéro de compte	
1000	Banque
1010	En caisse
1020	Petite caisse
1030	Stock de produits finis
1040	Stock de produits en cours
1050	Stock de matières premières
1060	Clients
1070	Compte à recevoir
1080	Matières premières à recevoir
1090	Loyer Payer d'avance
1310	Fourniture de bureau
1320	Matériel de bureau
1340	Matériel de transport
1350	Impôt et taxes à récupérer
1360	Immobilisations

2-Passifs

Numéro de compte	
2000	Emprunt bancaire
2010	Fournisseurs
2020	Ventes à crédit
2030	Assurance à payer
2040	Salaire à payer
2050	Impôt à payer

2- Charges

Numéro de compte	
6010	TMS
6020	ONA
6030	OFATMA
6040	Carburant
6050	Publicité
6060	Aménagement

6070	Entretien Réparation
6080	Publicité
6090	Loyer
6110	Électricité
6120	DINEPA
6130	Téléphone et Internet
6140	Patente

4- Produits

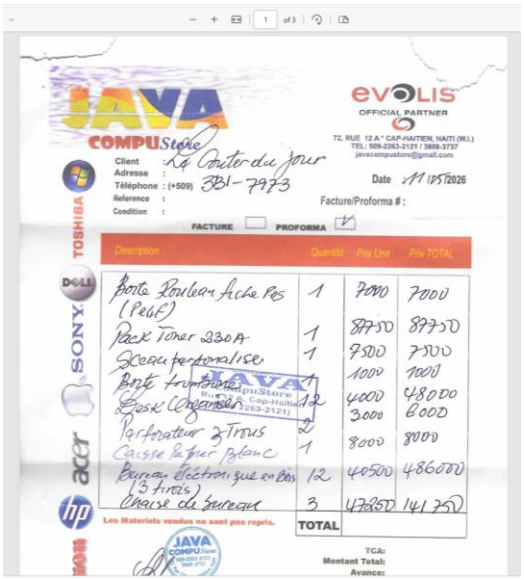
Numéro de compte	
4000	Vente de repas
4010	Forfait spécial
4020	Service traiteur et évènements

5- Capitaux

Numéro de compte	
3000	Capitaux
3010	Prélèvement
3020	Apport

ANNEXE 3

PRO FORMA



JAVA COMPUStore — EVOLIS OFFICIAL PARTNER

72, RUE 12 A ' CAP-HAITIEN, HAITI (W.I.)
TEL: 509-2263-2121 / 3808-3737
javacompustore@gmail.com

Client : Le Goutier du jour
Adresse :
Téléphone : (+509) 3131-7973
Reference :
Condition :

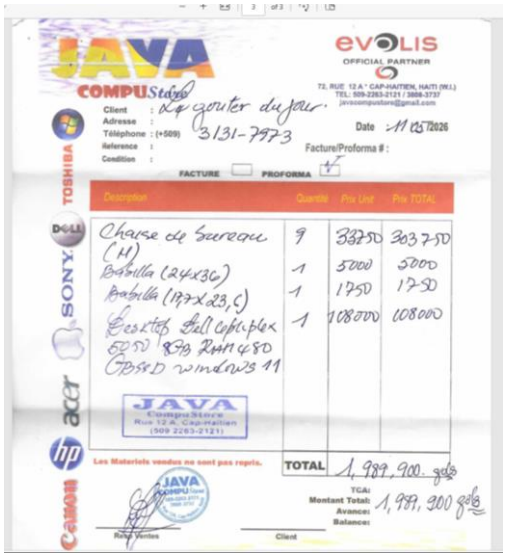
Date : 11/05/2026
Facture/Proforma # :

FACTURE ☐ PROFORMA ☑

Description	Quantité	Prix Unit	Prix TOTAL
Porte Rouleau Fiche Pos (Perf)	1	7000	7000
Pack Toner 330A	1	87750	87750
Ecran personnalisé	1	9500	7500
Porte transparent	1	1000	1000
Desk Organizer	12	4000	48000
Perforateur 2 Trous	2	3000	6000
Caisse Papier Blanc	1	8000	8000
Bureau électronique en Bois (3 Tiroirs)	12	40500	486000
Chaise de bureaux	3	47250	141750
		TOTAL	

Les Materiels vendus ne sont pas repris.

TCA:
Montant Total:
Avance:



JAVA COMPUStore — EVOLIS OFFICIAL PARTNER

72, RUE 12 A ' CAP-HAITIEN, HAITI (W.I.)
TEL: 509-2263-2121 / 3808-3737
javacompustore@gmail.com

Client : Le goutier du jour
Adresse :
Téléphone : (+509) 3131-7973
Reference :
Condition :

Date : 11/05/2026
Facture/Proforma # :

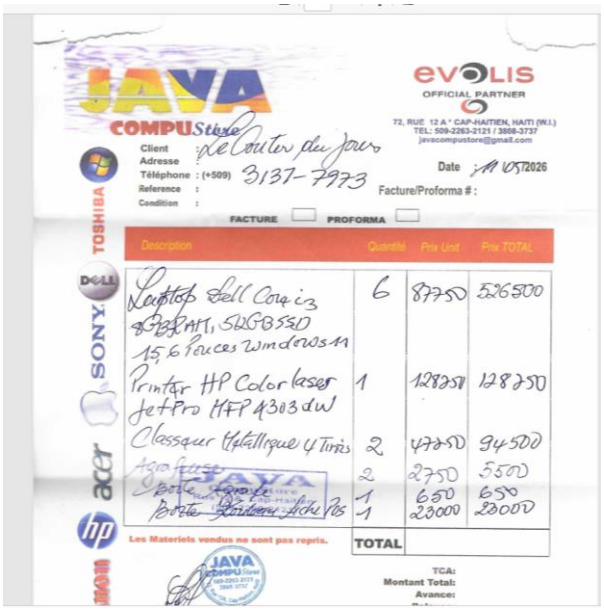
FACTURE ☐ PROFORMA ☑

Description	Quantité	Prix Unit	Prix TOTAL
Chaise de bureau (H)	9	33750	303750
Babilla (24x36)	1	5000	5000
Babilla (17,7x23,5)	1	1750	1750
Desktop Dell Optiplex 5090 8Gb Ram 480 GB SSD Windows 11	1	108000	108000
		TOTAL	1,989,900.00

Les Materiels vendus ne sont pas repris.

TCA:
Montant Total: 1,989,900.00
Avance:
Balance:

Rose Ventes — Client



JAVA COMPUStore — EVOLIS OFFICIAL PARTNER

72, RUE 12 A ' CAP-HAITIEN, HAITI (W.I.)
TEL: 509-2263-2121 / 3808-3737
javacompustore@gmail.com

Client : Le Goutier du jour
Adresse :
Téléphone : (+509) 3137-7973
Reference :
Condition :

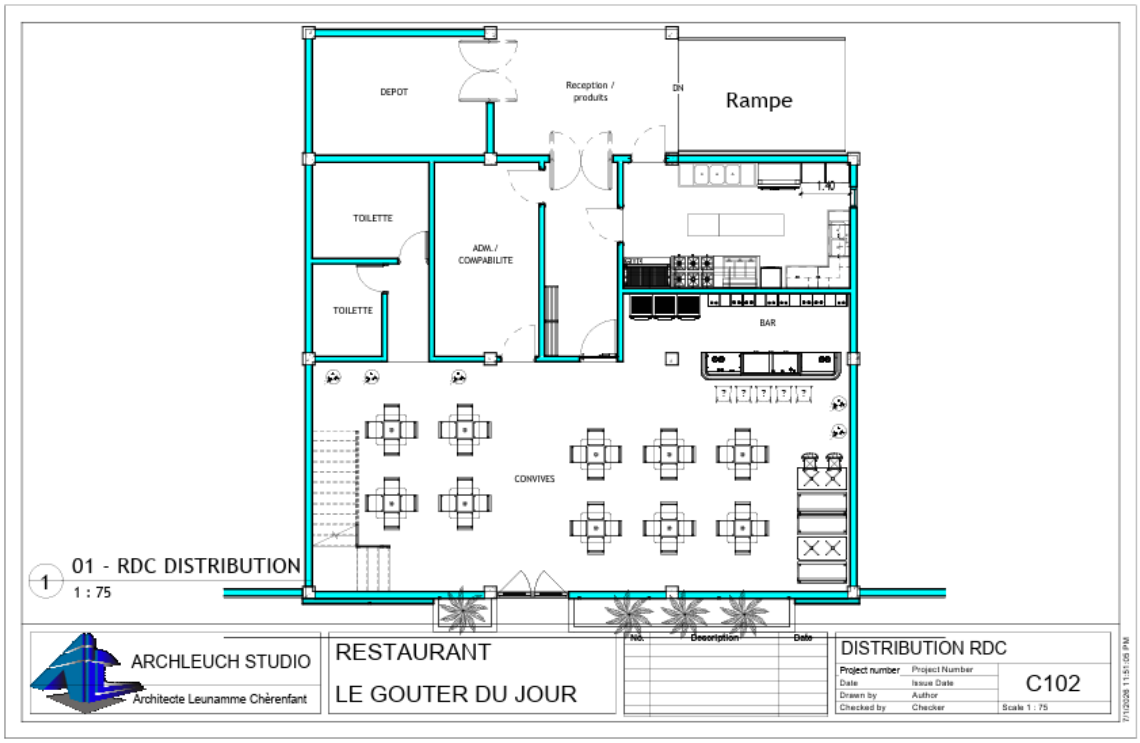
Date : 11/05/2026
Facture/Proforma # :

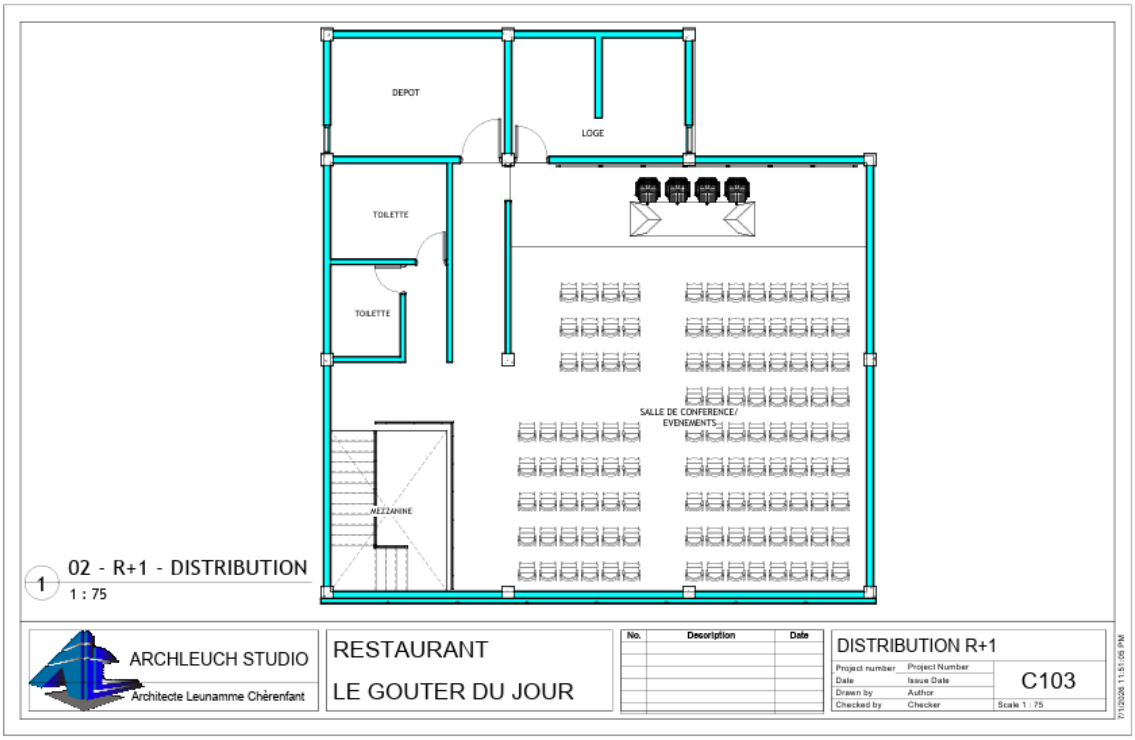
FACTURE ☐ PROFORMA ☐

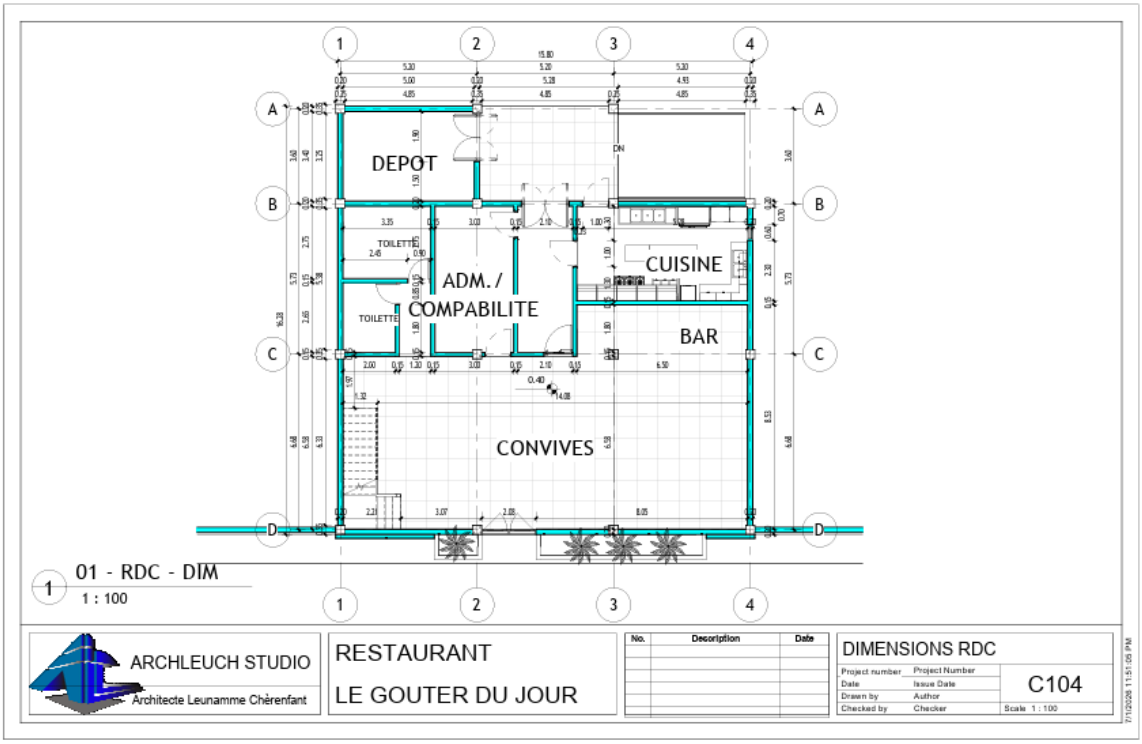
Description	Quantité	Prix Unit	Prix TOTAL
Laptop Dell Corei3 8GB RAM, 512GB SSD 15,6 Pouces Windows 11	6	87750	526500
Printer HP Color laser JetPro MFP 4303dw	1	128250	128250
Classeur Métallique 4 Tiroirs	2	47250	94500
Agrafeuse	2	2750	5500
Boite transparente	1	650	650
Boite Rouleau Fiche Pos	1	28000	28000
		TOTAL	

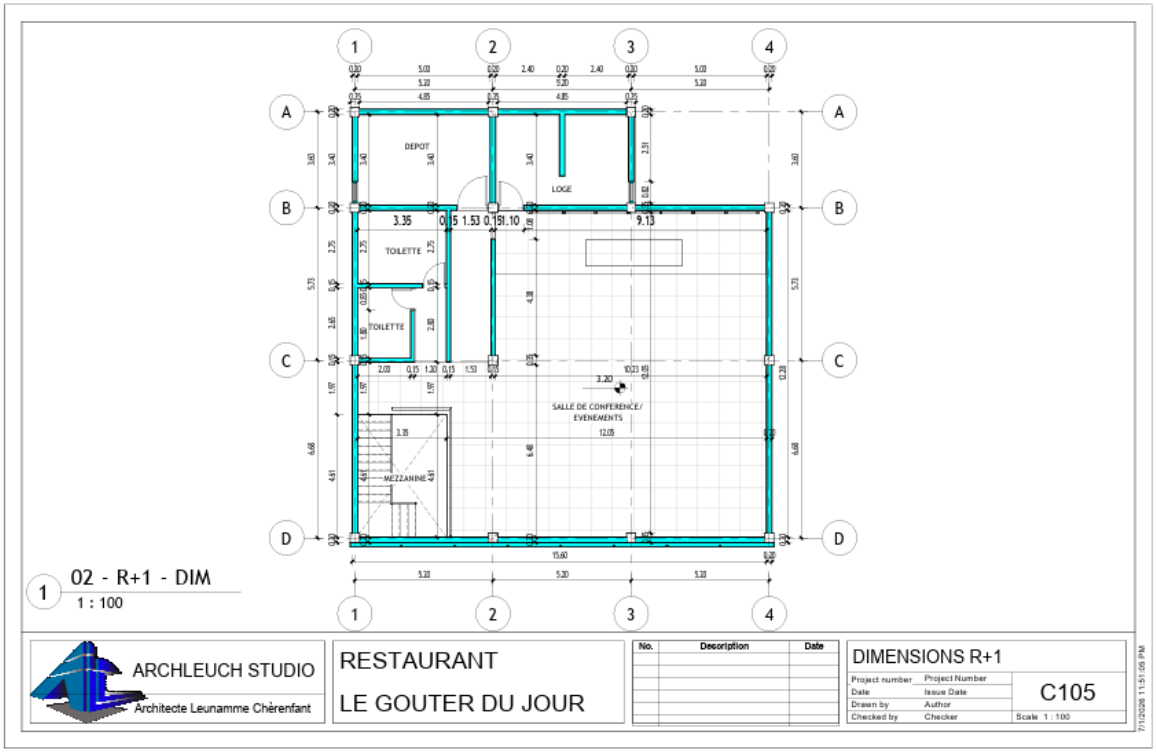
Les Materiels vendus ne sont pas repris.

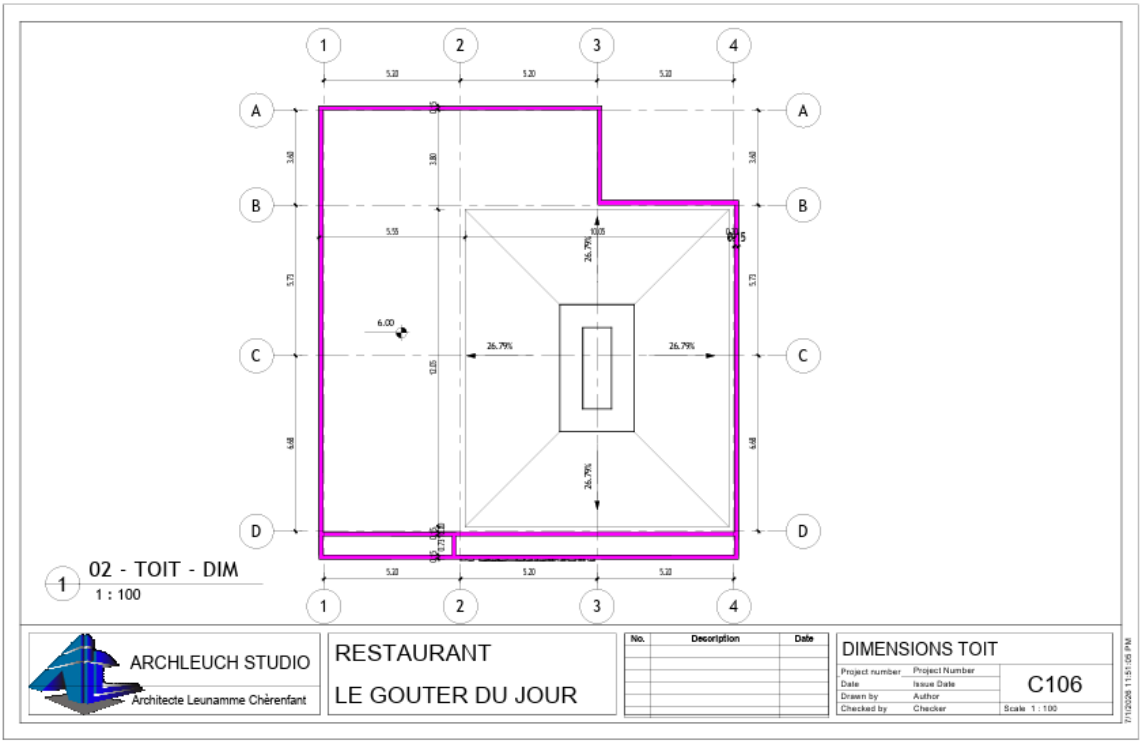
TCA:
Montant Total:
Avance:

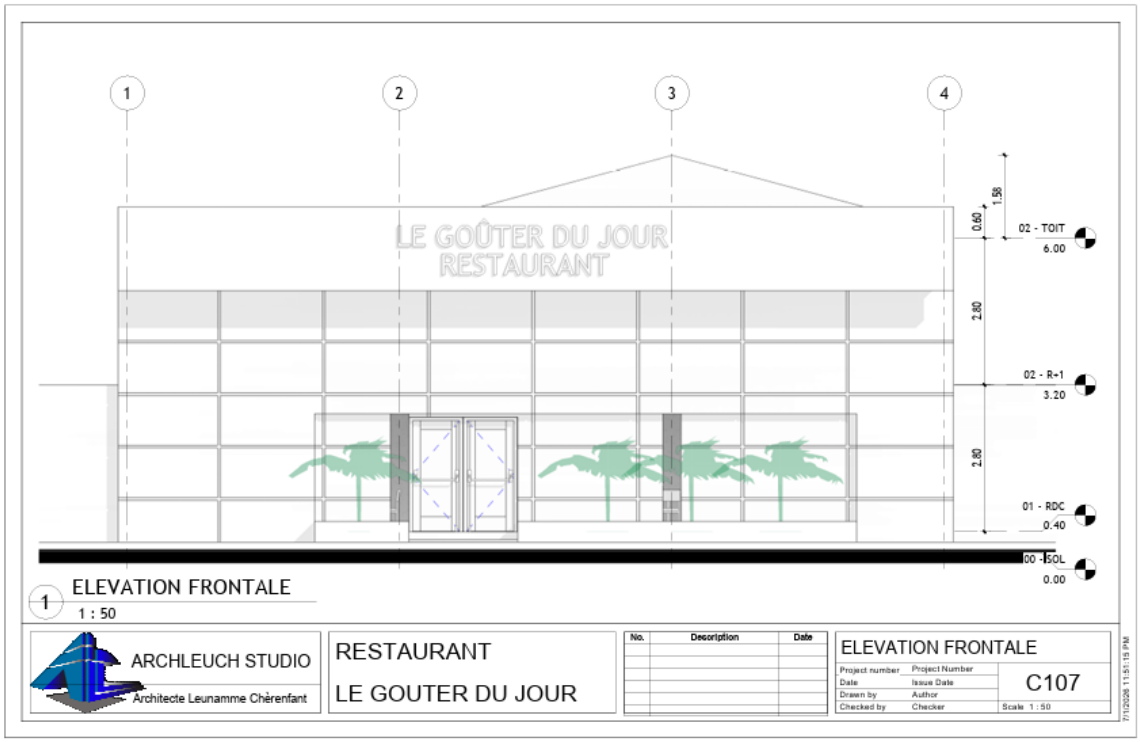

DEPOT
Reception / produits
DN
Rampe
TOILETTE
ADM. / COMPABILITE
TOILETTE
BAR
CONVIVES
1 01 - RDC DISTRIBUTION
1 : 75
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
DISTRIBUTION RDC
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
C102
Scale 1 : 75


DEPOT
LOGE
TOILETTE
TOILETTE
SALLE DE CONFERENCE/
EVENEMENTS
MEZZANINE
02 - R+1 - DISTRIBUTION
1 : 75
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
DISTRIBUTION R+1
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
C103
Scale 1 : 75


DEPOT
ADM. /
COMPABILITE
TOILETTE
TOILETTE
CUISINE
BAR
CONVIVES
01 - RDC - DIM
1 : 100
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
DIMENSIONS RDC
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
C104
Scale 1 : 100


1
2
3
4
A
B
C
D
DEPOT
LOGE
TOILETTE
TOILETTE
SALLE DE CONFERENCE/
EVENEMENTS
MEZZANINE
1
02 - R+1 - DIM
1 : 100
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
DIMENSIONS R+1
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
Scale 1 : 100
C105


1
2
3
4
A
B
C
D
26.79%
26.79%
26.79%
6.00
1
02 - TOIT - DIM
1 : 100
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
DIMENSIONS TOIT
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
Scale 1 : 100
C106


1
2
3
4
LE GOÛTER DU JOUR
RESTAURANT
02 - TOIT
6.00
02 - R+1
3.20
01 - RDC
0.40
00 - SOL
0.00
2.80
2.80
0.60
1.56
1 ELEVATION FRONTALE
1 : 50
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
ELEVATION FRONTALE
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
Scale 1 : 50
C107


LE GOÛTER DU JOUR
RESTAURANT
ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant
RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR
No.
Description
Date
PERSPECTIVE EXTERIEURE
Project number
Project Number
Date
Issue Date
Drawn by
Author
Checked by
Checker
Scale
C108

X



ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant

RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR

No.	Description	Date

PERSPECTIVE INTERIEURE

Project number	Project Number	C109
Date	Issue Date	
Drawn by	Author	
Checked by	Checker	Scale

7/1/2026 11:51:15 PM



ARCHLEUCH STUDIO
Architecte Leunamme Chèrenfant

RESTAURANT
LE GOUTER DU JOUR

No.	Description	Date

PERSPECTIVE CUISINE

Project number	Project Number	C110
Date	Issue Date	
Drawn by	Author	
Checked by	Checker	Scale

7/1/2026 11:51:15 PM

Annexe 4



Logo du Restaurant

Slogan : Le goût du bio, l'énergie du quotidien