

# Budget participatif étudiant

“ Un café associatif au sein de la faculté de Droit ”



*Cafeteria à Polytech Département Informatique*

Ce document a pour but de présenter notre idée de projet dans le cadre du budget associatif étudiant. Ce travail rentre également dans un travail IAE M2 Gestion et Administration des entreprises.

Nous soulignons ainsi que : Le document présente le local que l'on souhaiterait aménager et le type d'organisme (association étudiante) qui en serait en charge.

**Sachant que le budget participatif est applicable uniquement au projet sans frais de fonctionnement. Nous vous demandons de ne pas prendre en compte la partie associative, mais seulement l'aménagement du local.**

IAE Tours

# Sommaire

## 1- Présentation du projet

- A) Présentation de l'association
- B) Besoins des clients
- C) L'équipe projet

## 2- Le marché et son modèle économique

- A) Le marché global (modèle PESTEL: macroenvironnement qui peuvent influencer projet (court et prix du café), marché des cafés associatifs en France)
  - a) Le marché du café: tendances; contraintes
  - b) Le monde collaboratif (frontière du café associatif, solidaire et association étudiante, importance des espaces de détente (état d'esprit, actions, etc)
  - c) Le marché des espaces de détente
- B) La zone géographique: Fac de Droit
- C) Enquête
  - a) Questionnaire
  - b) Résultats
- D) Les concurrents
- E) Le local
  - a) Superficie
  - b) lieux de détente; espace loisir;
  - c) Mobilier
  - d) Photos en annexes

## 3- Stratégie commerciale et de communication

- A) La politique produit
- B) La politique prix
- C) La politique de distribution
- D) La politique de communication

## 4- Les prévisions financières

- A) Les ventes prévisionnelles
- B) L'investissement en machines

# 1- Présentation du projet

## A) L'équipe projet

La naissance de notre projet provient d'un questionnement autour de notre environnement, nos besoins, et plus particulièrement d'une comparaison avec d'autres écoles.

Nous sommes 6 étudiants, provenant d'horizons différents, à suivre un Master 2 en Management et administration d'entreprises sur le campus des Deux Lions, au sein de la faculté de Droit. Pour Louison, Aurélien, Gwendal, Perrine et Mathilde ce Master à l'IAE complète notre formation d'ingénieur en Mécanique ou Aménagement du territoire et de l'environnement. Le Master MAE complète la formation de Fanny, qui vient du Canada et a complété sa première année de Master en Langues étrangères appliquées au domaine des affaires.

## B) Un besoin pour les étudiants

D'après un sondage auprès des élèves de la faculté de Droit <sup>1</sup>, 77% sont satisfaits de la vie sur campus mais certains aspects sont à améliorer. En effet, nous pouvons dire que l'essentiel y est. Pour étudier, on y trouve des salles de classes, des amphithéâtres, une bibliothèque. On peut se restaurer facilement grâce au restaurant universitaire. Le site est accessible en transport en commun, un parking permet de stationner si l'on vient en voiture. Cependant, nous avons remarqué un réel manque de lieu de vie et nous ne sommes pas les seuls! 80% des étudiants ont désigné l'ajout d'un lieu de détente comme première amélioration à faire sur le campus. Ainsi, cette idée a aussi été portée par l'association d'élèves "Campus Deux Lions" lors de l'élection de délégués universitaires.

Nous imaginons alors un point de détente où l'on peut venir pendant nos pauses, un lieu de rencontre, d'échanges. Une machine à café apporte un service mais ne crée pas une ambiance conviviale, de partage.

## C) Présentation de l'association

C'est pourquoi, nous avons décidé de nous inspirer de nos expériences respectives pour organiser un espace de vie où chacun pourrait passer du bon temps.

L'idée phare du projet est de monter une cafétéria, gérée par les étudiants eux-mêmes, dans un esprit durable. Le but étant qu'ils s'approprient ce lieu, qu'il puisse l'adapter à leurs besoins actuels et futurs.

Soutenu par l'initiative « Aménage ton campus » proposé par l'Université de Tours, avec le Budget Participatif Étudiant, nous allons vous présenter ici notre business Plan. Il décrira le projet de manière détaillée, en le positionnant au sein du marché. Puis, afin de répondre au mieux aux besoins des étudiants, nous analyserons leurs réponses. Enfin, nous vous expliquerons notre stratégie commerciale et financière afin que cette idée soit réellement mise en place.

---

<sup>1</sup> Questionnaire envoyé par mail auprès des étudiants fréquentant le campus des deux lions - 208 réponses

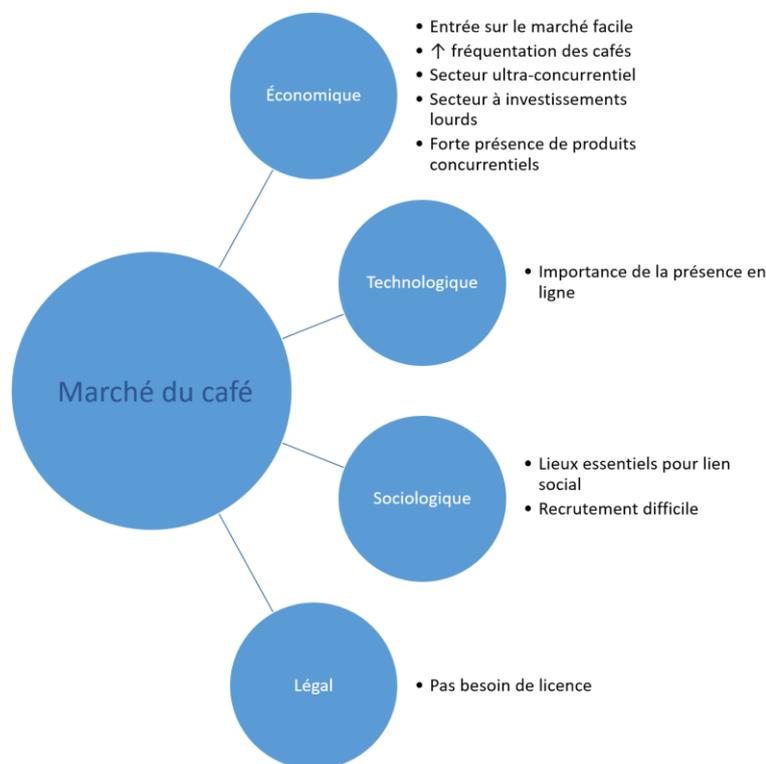
## 2. Le marché et son modèle économique

### A) Le marché global

L'approche du projet de café associatif est axée sur une offre de service pour l'étudiant sous le mode associatif et fait donc du projet un lieu où il est possible de faire plus que de seulement déguster un café. En effet, nous offrirons également un espace de partage, de coworking et de détente. En lien avec ces éléments, nous avons jugé pertinent d'explorer le marché du café, de l'associatif et des espaces de détente étudiants.

#### a) Le marché du café

La plupart de la documentation existante sur le marché du café regroupe les débits de boissons et les cafés, puisque plusieurs établissements font partie des deux catégories. En nous basant sur la fiche de AFE et d'information complémentaire, nous avons dégagé les éléments qui selon nous peuvent être des opportunités ou des menaces qui pourraient influencer un projet d'ouverture de café au niveau macroenvironnemental, selon le modèle d'analyse PESTEL. Nous expliquerons par la suite le lien entre ces obstacles et notre projet.



Explication du schéma ci-dessus.

Économique:

Opportunité	Menace
<p>-Fréquentation des établissements de ce secteur (débit de boisson et café) en hausse, lien direct avec pouvoir d'achat des ménages qui augmente et fréquentation touristique</p> <p>-Augmentation de nouveaux entrants sur le marché, donc facilité à entrer sur le marché</p>	<p>-Secteur déjà relativement saturé et très concurrentiel. Nombre d'enseignes totales en baisse</p> <p>-Secteur avec investissements lourds (machinerie, infrastructure et licence)</p> <p>- Forte présence du café dans les rayons de grandes surfaces ainsi que la popularité des machines à dosettes et des machines à espresso</p>

Sociologique:

Opportunité	Menace
<p>-60% des gens interrogés considèrent les cafés comme des lieux essentiels au lien social (Fiche AFE)</p> <p>-La consommation de café hors domicile est ancrée dans les habitudes de consommation des Français (3<sup>e</sup> boisson la plus consommée après l'eau et la bière, source : Fédération nationale des boissons <a href="http://www.fnb-info.fr/fr/Conso-cafe-en-CHR-225.html?mbID=3078">http://www.fnb-info.fr/fr/Conso-cafe-en-CHR-225.html?mbID=3078</a>)</p>	<p>-Secteur considéré comme difficile pour le recrutement, compte tenu des horaires difficiles et à l'organisation du travail souvent problématique</p>

Technologique :

Opportunité	Menace
<p>-Présence en ligne et attention client relève de la plus haute importance</p>	<p>-Présence en ligne et attention client relève de la plus haute importance</p>

Légal :

Opportunité
<p>-Contrairement aux débits de boissons qui servent des boissons alcoolisées, la licence n'est pas nécessaire pour servir des breuvages sans alcool</p>

On observe également les tendances suivantes:

- hyperpersonnalisation (cafés de différents formats et goûts)

- les cafés à thèmes et les cybercafés ainsi que des coffee shop et autres concepts novateurs, et succès des endroits qui offrent aussi un minimum de restauration.

Les éléments ci-dessus montrent que le macroenvironnement du marché du café est assez favorable pour un projet comme le nôtre.

En effet, les opportunités économiques montrent que l'entrée sur le marché est relativement facile, même si en contrepartie, c'est un marché saturé et concurrentiel. Toutefois, nous avons identifié très peu de compétition pour notre projet, pour son emplacement, ces éléments seront détaillés dans la section : concurrents. Aussi, le fait de plus en plus de produits reliés au café comme les machines à dosettes soient présents en grande surface est à prendre en considération lors de l'analyse de la faisabilité du projet. Nous considérons son impact potentiel sur le projet comme étant minime, puisque les étudiants investissent déjà les lieux où il y a des machines à café, qui sont des endroits de lien social et qui transcendent donc la simple consommation de café.

En effet, du point de vue sociologique, l'analyse PESTEL a identifié que le café est ancré dans les mœurs des Français, qui le considère comme un lieu clé de l'interaction sociale et qui aiment le consommer hors de leur domicile. En ce qui est de la difficulté de recrutement propre à ce secteur, nous envisageons qu'il pourra nous être difficile de trouver des étudiants prêts à s'impliquer dans le café associatif et ce, de façon bénévole.

Quant à l'aspect technologique de l'analyse, nous considérons qu'il nous sera important de soigner notre image en ligne et sur les réseaux sociaux. Pour finir, l'aspect légal nous est également favorable puisque contrairement aux débits de boissons qui veulent servir de l'alcool, les établissements qui ne servent pas de boissons alcoolisées n'ont pas besoin de licence.

Pour ce qui est des tendances, elles confirment qu'il serait pertinent de servir un minimum de restauration, d'avoir une offre de boisson diversifiée et donc personnalisable, et que le lieu aurait plus de chance de succès s'il avait un thème ou un concept ou une décoration qui lui donne une "âme".

Nous concluons donc que le marché est favorable à un concept comme le nôtre

## b) Le marché associatif en France

La France compte 1,3 millions d'associations actives en 2013 selon une étude de l'Insee. Il s'agit de la première enquête des statistiques publiques couvrant l'ensemble des associations françaises. Il ressort quatre domaines principaux: le sport, les loisirs, la culture et la défense de causes, de droits, ou d'intérêts. Notre projet s'inscrit dans **le domaine des loisirs**, et fera partie des 281 300 associations comptées en 2013 dans ce domaine (loisirs, divertissement, vie sociale), soit 22%.

Par définition, ce type de structure fonctionne majoritairement avec **des bénévoles**, "c'est une ressource essentielle", même si le secteur des loisirs n'en nécessite pas énormément.

Cette étude révèle aussi que, concernant les ressources des associations, leurs ressources sont des **subventions publiques** pour celles culturelles, et plus privée pour celle de loisirs. Pour notre cas, nous serons principalement aidés par des subventions publiques puisque nous sommes dans le cadre de l'université. Comme plus de la moitié des associations françaises, nous bénéficierons "**d'avantage en**

**nature**”, comme par exemple, le local (ce qui représente 52% des avantages en nature), ou encore une gratuité ou tarification avantageuses de l’énergie ou de l’eau (17%).

Il est important aussi de comprendre le **rayonnement** de notre association. Ici, elle est principalement dédiée aux étudiants de la faculté des Deux Lions. N’étant pas fermée, nous nous positionnons comme 42% des associations, c’est à dire que nous intervenons à **l’échelle locale**.

Cependant, en 2013, 35% font partie d’un ou plusieurs réseaux. Cela permet entre autre de mutualiser des moyens humains, financiers, d’avancer ensemble. Aujourd’hui nous serions la première association de ce type, en université. Si notre idée fonctionne, elle pourra alors être étendue aux autres universités, un réseau pourra alors être créé. En attendant nous bénéficions du soutien des autres cafétérias de Polytech, l’école d’ingénieurs juste à côté de la faculté de Droit. Elles sont liées par l’école, mais aucune mise en commun des ressources n’est faite pour le moment. Ce qui pourrait alors être à développer.

### c) Le marché global - Les espaces de détente étudiants en France

Pour se détendre, c’est bien connu, les étudiants vont dans les bars, sortent en ville. Pourtant ils passent la majorité de leur temps à l’école, à l’université. Il apparaît donc indispensable que ce lieu ne soit pas qu’un simple lieu d’étude mais aussi un environnement où l’on peut se distraire, se relâcher. Il existe alors une grande différence entre un espace de détente dans une école ou dans une faculté et cela est dû essentiellement au nombre d’étudiants qui le fréquente. En effet, les écoles regroupent souvent moins d’étudiants. Ils s’approprient alors plus facilement le local, il est davantage personnalisé, et surtout il est tenu par les élèves.



*Cafétéria dite “Atelier” à Polytech Département Aménagement*

Alors qu’au sein d’une faculté, on y trouve des cafétérias, mais souvent tenues par le Crous, l’université elle-même. Le lieu répond alors aux besoins des étudiants mais sans réelle convivialité.

Cependant, naissent de plus en plus d'espaces de détente à proprement dit. C'est à dire que ce sont des espaces de travail plus détendu qu'une bibliothèque par exemple. On y trouve des canapés, fauteuils, des livres, un accès un internet, des bureaux, le tout dans une ambiance calme et apaisée.



Exemple d'espace de détente à l'Université Lille 2 Source: [www.lavoixletudiant.com](http://www.lavoixletudiant.com)

Cette nouvelle tendance peut être une source d'inspiration pour notre projet d'autant plus que plus de 50% des élèves interrogés ont demandé l'ajout d'espace de co-working. Il s'agit d'un espace où l'on peut travailler en collaboration en partageant des ressources.

L'accès à internet serait assuré par l'université et nous pourrions ajouter des multiprises afin d'assurer le chargement des ordinateurs portables. Pour les ressources bibliographiques, la bibliothèque est située juste à côté.

#### B) La zone géographique: Fac de Droit

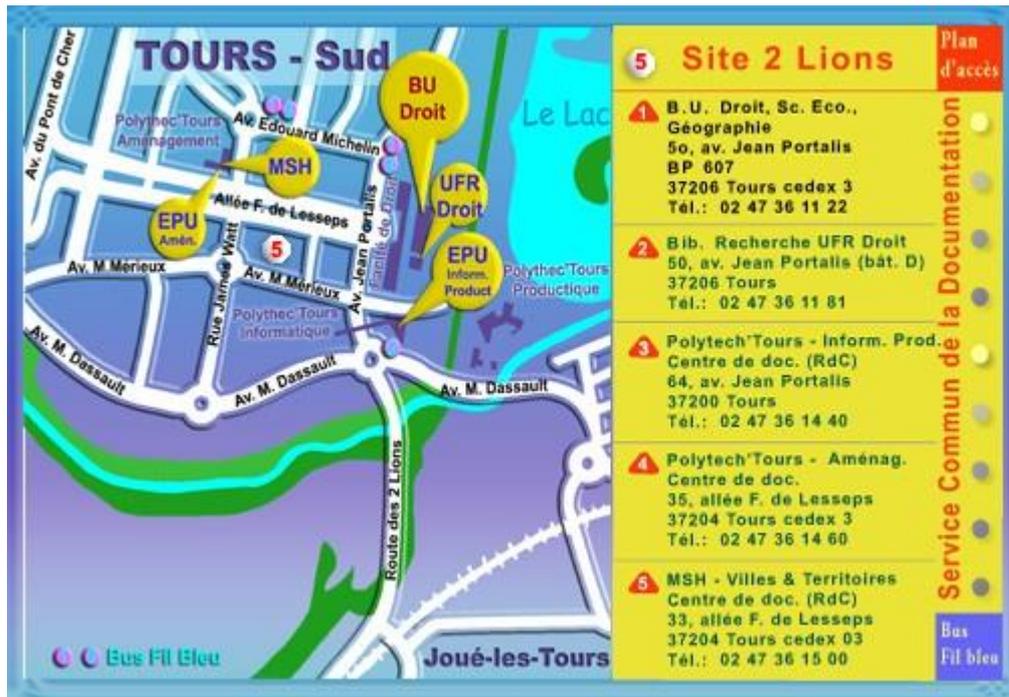
Notons que notre café associatif sera situé dans le quartier des Deux-Lions, dans le sud de la ville de Tours. Son développement est initié au début des années 1990 sous le dernier mandat de Jean Royer et est toujours en cours à la fin des années 2010. Il accueille au début surtout des établissements d'enseignement supérieur, Polytech'Tours et l'UFR de droit de l'Université de Tours, puis des divertissements et un important centre commercial en 2009. Les logements se développent progressivement, puis des zones sont dédiées à l'implantation d'entreprises.

Plus précisément, le café sera localisé au 50 Avenue Jean Portalis, c'est à dire au cœur de l'UFR de droit, économie et sciences sociales de l'Université de Tours - campus des Deux Lions. Le site accueille également l'institut d'administration des entreprises (IAE) de Tours, l'École universitaire de management de l'université de Tours.



Sur les quelque 5 700 étudiants inscrits à Université de Tours, près de 4 600 sont à l'UFR de Droit, Économie et Sciences sociales.

En ce qui concerne les transports, le site est desservi par le Tram A - arrêt Fac 2 Lions, ainsi que par les lignes de bus 5 et 35 - arrêt Portalis.



Il est important de préciser que notre café associatif se situera au rez-de-chaussée du bâtiment B, bâtiment de droit, dans le local dont les photos sont présentées en annexe.

Comme le montre la carte ci-dessous, le bâtiment B se trouve en face de la Bibliothèque Universitaire de droit, ce qui est un atout potentiel pour notre café puisqu'on peut espérer que les étudiants viendront facilement, entre deux révisions, faire une pause détente dans notre café.

## F) Enquête

### a) Questionnaire Démarche

Dans le but de vérifier l'intérêt pour le projet de café associatif, nous avons rédigé un questionnaire qui vise à sonder sur un axe qualitatif les étudiants, membres du personnel enseignant mais également du personnel administratif. L'objectif est de déterminer le plus efficacement possible si les différentes personnes qui fréquentent la faculté de droit de l'université de Tours participeraient au projet. Par participer au projet, nous entendons d'abord fréquenter le café pour y consommer des produits ou pour investir l'espace de détente lors de ses temps libres. Nous cherchons également à sonder l'intérêt d'investissement de temps dans le projet, puisque le café serait sous forme associative et aurait pour but d'offrir un espace de services dédié aux étudiants, géré par les étudiants.

### Rédaction des questions et contenu du questionnaire

Après avoir déterminé le type d'informations que nous voulons collecter, nous avons rédigé un questionnaire très court qui comporte dix questions. Puisque nous avons plutôt pour objectifs de sonder l'intérêt pour le projet ainsi que l'investissement et la participation potentielle des sujets à celui-ci, nous avons préféré un questionnaire court à une forme plus longue. Le but est bien évidemment de refléter l'intérêt potentiel porté au projet par les répondants, mais également de pouvoir exclure les répondants qui ne fréquentent pas l'université.

Également, nous avons le souci de pouvoir déterminer le type de public auquel s'adresse ce café associatif. En effet, nous savons que la majorité des gens qui fréquentent la Faculté de droit sont des étudiants, mais qu'il y a également des intervenants extérieurs, le personnel d'enseignement et le personnel administratif qui interviennent dans ses locaux.

Nous avons donc rédigé la première question *"Pourquoi fréquentez-vous le campus des 2 lions?"* pour pouvoir classer les répondants en fonction de leur activité à la Faculté, et également ajouté une question visant à savoir les heures où ils y ont leur(s) activité(s). Cette dernière information servira notamment à savoir les heures potentielles d'ouverture du café.

Nous avons orienté les deux questions suivantes : *"Êtes-vous satisfait de la vie sur le campus?"*, *"Quels éléments seraient à améliorer pour dynamiser la vie étudiante sur le campus?"* pour obtenir de l'information sur la satisfaction des répondants quant à la vie sur le campus, dans l'optique de savoir ce que les répondants souhaiteraient améliorer pour dynamiser le campus. Plusieurs réponses peuvent être cochées, et nous avons également laissé la possibilité aux répondants d'ajouter des réponses qui leur sont propres.

Les questions suivantes pour sur le cœur du projet :

*À quel moment de la journée êtes-vous le plus souvent sur le campus?*

*Si on vous proposait l'idée d'un café associatif, mené par les étudiants, à la Faculté de droit, vous diriez..*

*Si ce café associatif était mis en place à la Faculté de droit, y prendriez-vous votre café?*

*Dans le cadre de ce projet, seriez-vous prêt à vous investir?*

*Si vous avez répondu oui à la question précédente, seriez-vous prêt à le faire bénévolement?*

*Quel type de produit aimeriez-vous trouver dans un café associatif? Vous pouvez cocher plus d'une case*

Elles visent comme mentionné ci-haut à sonder l'engouement des répondants quant au café associatif, en proposant différentes réponses croissantes, pour par exemple déterminer la fréquence à laquelle les répondants fréquenteraient le café. Elles visent également à déterminer si les répondants seraient intéressés à s'impliquer dans le projet et ce, bénévolement, ou s'ils attendaient une rémunération. Ensuite, nous avons ajouté une question en lien avec les produits que pourraient offrir le café associatif, en donnant quelques suggestions tout en laissant la question ouverte à l'ajout d'idées propres à chaque répondant.

La dernière question est une question ouverte et vise à recueillir le maximum de suggestions concernant le nom donné au café puisque nous le conceptualisons comme un lieu qui se veut participatif et par l'étudiant

## b) Analyse des résultats obtenus dans le questionnaire

La section suivante vise à présenter une analyse sommaire des résultats obtenus grâce au questionnaire et à en faire ressortir la pertinence quant au projet et aux axes que nous avons choisis de prendre.

*Qui sont les répondants?*

Suite à la diffusion du questionnaire par la boîte mail universitaire du questionnaire, nous avons recueilli 208 réponses, dont plus de 98% proviennent d'étudiants dont 30% au niveau Master et 68% au niveau licence. Un pourcentage très bas de membres du personnel de l'université y a également répondu, soit un peu plus d'un pourcent.

Notons que cette clientèle est particulièrement intéressante puisque, selon les études de l'Insee, "c'est à l'université où, de manière classique, l'on trouve le plus gros bataillon d'étudiants - soit 1,46 millions de jeunes inscrits en fac".

En termes de filière, ce sont les sciences humaines et sociales qui, avec 227.600 étudiants à la rentrée 2016, attirent le plus grand nombre d'étudiants. Viennent ensuite le droit et les sciences politiques et économiques avec 204.200 étudiants.

D'après ces chiffres, on peut donc aspirer à un développement croissant de notre clientèle puisque notre café associatif se verra accueillir toujours plus d'étudiants à chaque rentrée. Également, le lieu choisi pour ouvrir le café est en adéquation avec ce segment de clientèle puisqu'il est au sein de la Faculté de Droit.

### ***Que disent les répondants concernant....***

#### *Leur satisfaction relative à la vie sur le campus?*

Un peu plus des ¾ des répondants se considèrent satisfaits de la vie sur le campus, mais considèrent que des éléments seraient à améliorer.

#### *Les éléments à améliorer pour dynamiser la vie sur le campus?*

Par ailleurs, six éléments ont été identifiés par la majorité des répondants pour améliorer la vie sur le campus. Notons que les autres éléments étaient minimes en importance.

- Ajout de lieux de détente (80,3%)
- Ajouter des lieux/améliorer l'espace existant pour déjeuner lorsqu'on apporte son repas (58,2%)
- Ajout d'espace de coworking (51,9%)
- Plus d'événements sociaux (45,7%)
- De la diversité de choix pour manger (38,5%)
- Création d'une vitrine pour les formations (ex: témoignages et contacts anciens étudiants) (29,3%)

Nous pouvons donc identifier un besoin d'avoir accès à plus de lieux de détente et une volonté d'adapter ces lieux pour pouvoir y apporter son repas. Les répondants ont également un intérêt pour avoir plus d'espaces de co-working.

Ces résultats sont en adéquation avec notre projet, puisque l'espace du café associatif serait à la fois un espace de détente, de co-working et de convivialité pour y manger son repas. Il y a en effet très peu de lieux de détente sur le campus, ou d'endroits où il est possible de s'installer pour manger son repas, ou bien de travailler en groupe et d'avoir la possibilité de parler à voix haute. Également, une micro-onde est déjà disponible sur place et nous voudrions en mettre une deuxième à disposition des étudiants, en plus d'installer des multiprises pour favoriser l'espace de co-working.

D'autres idées ont également été suggérées, mais avec un engouement qui était moindre (moins de 1% des répondants par idée).

### *Leur enthousiasme face au projet de café associatif?*

Le questionnaire a mesuré que 62,4% des répondants sont intéressés par le projet de café associatif, dont 35,6 % considèrent que c'est une bonne idée et 26,9% considèrent que c'est une idée géniale. Une partie des répondants n'a affirmé ni enthousiasme ni animosité face au projet et ont répondu *Pourquoi pas* à 33,2%. Les détracteurs au projet sont très minimes, soit 4,3%. Nous pouvons donc considérer grâce à cette enquête que la majorité des répondants est favorable ou intéressée par projet de café associatif.

### *Leur intention de fréquenter le café*

Les répondants ont donné la fréquence à laquelle ils seraient intéressés à consommer un café si le café associatif était mis en place. La moitié des répondants (50%) a affirmé qu'ils y prendraient leur café quelques fois par semaine, 11,5% des répondants a affirmé qu'ils y prendraient leur café à tous les jours et 5,8% des répondants ont répondu ne pas être intéressés à y prendre leur café.

De plus, une partie non négligeable des répondants, soit 25,5%, a affirmé que leur consommation dépendrait du choix de café offert. Cet élément confirme la tendance du marché à l'hyperpersonnalisation et montre l'importance d'offrir un choix varié de boissons. Les autres réponses suggérées ont obtenu des résultats moindres, soit moins de 1% pourcent.

### *Les moments durant lesquels ils fréquentent le campus*

Deux périodes ont recueilli plus du ¼ des réponses, soit de 8h à 12h (77,4%) et de 14h à 18h (83,2%). La période du midi, soit de 12h à 14h, a obtenu 58,2% de réponses et celle du soir, de 18h à 20h, 22,6%. Notons qu'il était possible de cocher plusieurs cases à cette question.

Ces éléments peuvent nous donner un indice sur les périodes durant lesquelles l'activité connaîtrait un pic, puisque ce sont les moments durant lesquels les étudiants, notre clientèle cible, est sur le campus. Nous pouvons donc connaître les périodes durant lesquelles il serait le plus intéressant pour le café d'opérer son activité.

### *Leur volonté de s'impliquer dans le projet*

32,4% très ponctuellement pour des événements

8% oui

Majorité soutiendrait en consommant (56,3%)

### *Bénévolement?*

38,5% sont prêts à s'impliquer de façon bénévole, 46,2% oui mais ne dirait pas non d'être payé

Nous pouvons conclure que la majorité des répondants qui voudraient donner leur temps préférerait être rémunérés pour leur implication. Nous pouvons donc prendre en considération qu'il serait souhaitable de pouvoir rémunérer les étudiants qui travaillent au café associatif.

### *Quels produits voudraient-ils voir le café offrir?*

Nous y reviendrons plus en détails dans la section Politique produit et services.

G) Les concurrents : Perrine

---

D'après la carte ci-dessous, le quartier des Deux-Lions propose le centre commercial de l'Heure Tranquille, situé à 500 mètres de l'UFR de Droit, Économie et Sciences sociales. Ce centre commercial accueille 6 restaurants / brasserie / fast food / lieux pour se restaurer : Hippopotamus, Il Restorante, La Casa Pizza Grill, Pittaya, Sushi Kyo, Holly's Dinner, Subway, O'Tacos, Chez Marcel et Patacrêpe. Plus loin, on retrouve un McDonald's et encore plus éloigné (1.2 km, soit 15 min à pied), on rencontre le Bar des Amis et le restaurant Le P'tit Cher.

Plus proche de la Faculté, on trouve le restaurant Universitaire Oury-Gatelmand qui propose, lui aussi un espace cafétéria à certains horaires de la journée.

Du même principe que notre café associatif à l'origine d'étudiants, pour les étudiants, on retrouve les 3 cafétérias des trois bâtiments de l'école d'ingénieur Polytech Tours :

- l'Atelier, situé à 450 mètres du campus des Deux-Lions,
- le Foyer, situé à 700 mètres,
- la K'Fet, situé à 200 mètres.

Cette dernière pourrait constituer notre principal concurrent par son concept équivalent et sa situation géographique proche des bâtiments de l'UFR de Droit, Économie et Sciences sociales.

Cependant, il est bien connu que les étudiants entrent difficilement dans un bâtiment qui n'est pas le leur, d'autant que son accès reste limité car nécessitant une carte étudiante particulière.

Finalement, on peut annoncer que notre café associatif au cœur des bâtiments de l'UFR de Droit, Économie et Sciences sociales ne présente pas de concurrents directs.

Cependant, il présentera également plusieurs concurrents indirects, à savoir les 8 machines à cafés industrielles situées dans l'ensemble des bâtiments A, B, C et D de l'UFR.

---

#### H) Le local

Le local que nous avons choisi pour installer le café associatif est au sein du bâtiment A de la Faculté de Droit de l'UFR. Il compte des machines à café industrielles et distributrices de sandwiches et friandises. Sur le site des Deux-Lions, ce serait le seul lieu de détente auquel tous les étudiants de l'UFR pourraient avoir accès, si on considère que les autres cafés aux alentours à l'intérieur des bâtiments sont ceux de Polytech et leur accès est réservé à leurs étudiants. Les étudiants de l'IAE et de la Faculté de Droit qui fréquentent généralement les bâtiments A, B, D et la bibliothèque universitaire auraient donc un lieu de détente et de convivialité pour partager une boisson chaude et un snack, en plus d'avoir accès aux distributrices et machines à café industrielles qui sont déjà dans ces différents bâtiments.

Situation physique avantageuse parce qu'au cœur du bâtiment; comme mentionné ci-haut, pas de concurrence directe

Du mobilier étant déjà présent sur place, le local est d'autant plus apte à l'accueil d'un tel projet. Une atmosphère bien particulière permettrait aux étudiants de s'approprier les lieux au maximum. Des canapés, télé, consoles pourraient venir au fur et à mesure s'intégrer dans ce local.



*Local actuel*

## 4- Le plan d'action

### E) La politique produit et service

Nous basons notre politique produit en fonction de notre étude qualitative, de la concurrence et de nos expériences personnelles.

Nous allons proposer dans un premier temps des produits que nous considérons comme "sur" :

**Boissons chaudes** : Café, Cappuccino, Chocolat chaud, Infusions.

**Petits déjeuners** : Croissant, Pain au chocolat

Bars chocolatées, **snacks**, friandises

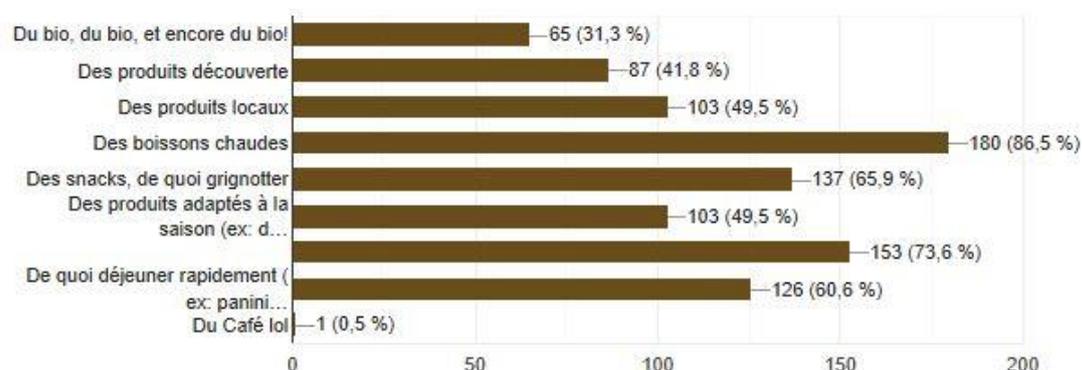
**Déjeuners rapides** : Pizzas, Sandwich triangle, chips, ramen, pastabox, soupes

Ces produits sont ceux qui reviennent le plus souvent dans notre étude qualitative.

- 86.5% des personnes souhaitent des boissons chaudes
- 73.6% des personnes souhaitent de quoi prendre le petit déjeuner
- 65.9% des personnes souhaitent des snacks, de quoi grignoter
- 60.6% des personnes souhaitent de quoi rapidement déjeuner

## Quel type de produit aimeriez-vous trouver dans un café associatif? Vous pouvez cocher plus d'une case.

208 réponses

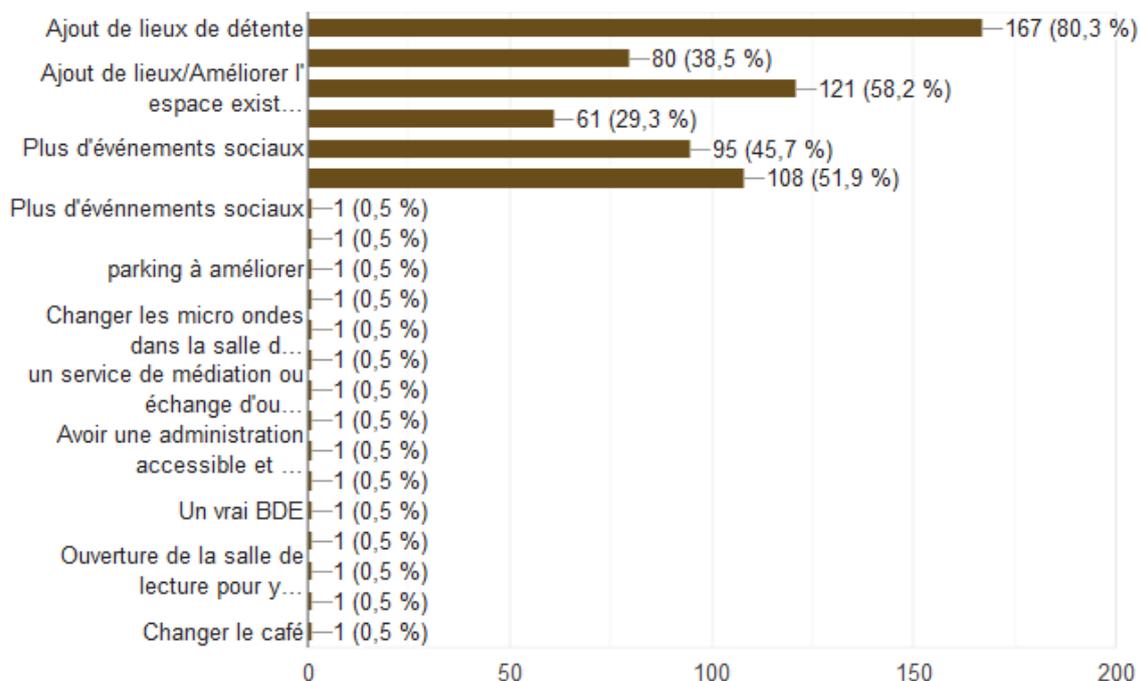


De plus leur succès dans d'autres structures similaires "ex : Polytech" vient appuyer notre choix.

Par la suite nous ferons des enquêtes clients afin de savoir les potentiels produits que nous pouvons incorporer à notre offre.

**Des goûters, évènements** (Noel, Chandeleur, Epiphanie, Halloween ...) pourront être proposés par l'association en charge du local afin de faire vivre le lieu.

En effet l'envie de plus d'**évènements sociaux** apparaît dans notre étude (45%)



Nous essayerons de développer au maximum notre gamme de produits en circuit-court, durable et équitable.

En plus d'être un lieu de détente et de restauration ce lieu pourra devenir un lieu d'**organisation d'événements** plus large (Rencontre Erasmus, Rencontre Alumni, Afterwork) et de **co-working**. Le silence n'étant pas obligatoire comme dans une BU, il devient alors l'espace parfait de co-working dans et en dehors des horaires d'affluence

Cela permettra de répondre à une autre demande sortant de notre enquête :

- Ajout d'espace de coworking (51,9%)

Il peut également être le lieu d'affichage souhaité par environ 30% des personnes enquêtées.

*-Création d'une vitrine pour les formations (ex: témoignages et contacts anciens étudiants) (29,3%)*

#### F) La politique prix

Nous souhaitons proposer nos différents produits à faibles coûts. Si des profits sont réalisés, ils serviront à la création d'événements ou à l'investissement de nouveaux équipements.

Les prix sont fixés grâce à notre étude budgétaire.

#### G) La politique de distribution

Les produits seront vendus au bar par les bénévoles. Sur la pause du midi et lorsque les étudiants impliqués ont des pauses et du temps à donner.

#### H) La politique de communication

Afin de promouvoir notre projet nous allons mettre en place une campagne de communication importante.

- Affichage amont à l'ouverture dans les locaux des 2 Lions (Fac de droit, Ru, Bu)
- E-mail sur les listes étudiant
- Création de réseaux sociaux (Fb, SnapChat, Instagram)
- Afterwork d'ouverture

Nous pourrions travailler l'ouverture de ce lieu en partenariat avec Animafac, Ated, I.A.E Asso Tours.

## 5- Les prévisions financières

Dans cette section, nous avons essayé de prévoir les besoins d'investissements de notre projet. Ils sont regroupés en deux parties : les investissements liés aux travaux prévisionnels ainsi que les investissements en machines. Nous ne prenons pas en compte les besoins de fonctionnement, qui rentre dans le budget de l'association.

A) Travaux prévisionnels

Pour la réalisation des devis ci-dessous, nous avons fait une simulation de travaux en ligne.

a) Plomberie

i) Travaux de préparations plomberie :

Désignation	Description des travaux	Prix de la fourniture	Prix de la main d'œuvre	Quantité	Coût total
Préparation et rétablissement chantier	Retouche des murs pour l'entrée des tuyaux et rétablissement après travaux	–	80 € par intervention	3	240 €
	Enlèvement des gravats et nettoyage avant et après chantier	100 €	–	1	100 €
	Réalisation de coffrage pour cacher les tuyauteries et pose de carrelage	40 €/m2		16 m2	640 €
<b>Sous-Total HT</b>		<b>980,00 €</b>			
<b>TVA (10 %)</b>		<b>98,00 €</b>			
<b>Sous-Total TTC</b>		<b>1 078,00 €</b>			

ii) Travaux de plomberie, cuisine

Désignation	Description des travaux	Prix de la fourniture	Prix de la main d'œuvre	Quantité	Coût total
Réalisation de la plomberie cuisine	Pose d'un évier à une cuve avec égouttoir à encastrer	100 €	70 €	1	170 €
	Raccordement de l'évier à	10 €	15 €	1	25 €

	l'alimentation en eau – Branchement en cuivre				
	Raccordement du lave-vaisselle à l'alimentation en eau – Branchement en cuivre	10 €	15 €	1	25 €
	Pose du mitigeur pour évier	60 €	20 €	1	80 €
	Installation de la robinetterie pour lave-vaisselle	10 €	15 €	1	25 €
	Travaux de raccordement pour l'évacuation des eaux provenant de l'évier et du lave-vaisselle	55 € par équipement		2	110 €
<b>Sous-Total HT</b>		<b>435,00 €</b>			
<b>TVA (10 %)</b>		<b>43,50 €</b>			
<b>Sous-Total TTC</b>		<b>478,50 €</b>			

Nous obtenons donc un investissement de plomberie total de 1556,50 €.

#### b) Travaux création bar

Les travaux pour le bar sont plus difficilement quantifiables, ils ont été estimés entre 2000 et 3000€. Nous choisissons de retenir le montant le plus risqué, pour ne pas être surpris en cas de surcoût.

Le montant total des travaux est de **4556,50 €**

#### B) L'investissement en machines

Dans cette partie, nous évoquerons les différents besoins en machine, ne nous prendrons pas en compte le mobilier puisque l'on considère le réutilisation de celui existant, tables, chaises et canapés.

Machine à café :

La Nuova Simonelli Appia II 2 groupes est une machine espresso professionnelle semi-automatique, équipée de deux buses vapeurs et une sortie d'eau chaude

Coût d'achat : 3350 € sur [Maxicoffee.com](http://Maxicoffee.com)



Machine à thé :

Aicok Bouilloire Électrique Thermostat Réglable, 6 températures préréglées pour Bouilloire à Thé Bouilloire Inox 1.7L, Arrêt Automatique 2200W

Coût d'achat : 40,99 € sur [Maxicoffee.com](http://Maxicoffee.com)

Réfrigérateur :

Réfrigérateur statique HISENSE RT156D4AG1 : rangement par zone de froid - Congélateur dégivrage manuel. Dimensions : LxHxP : 48.1 x 118 x 51 cm, volume : 120 L. Silencieux (40dB) - Eco A+

Coût d'achat : 248 € (avec livraison et pose) sur [Boulanger.com](http://Boulanger.com)



Lave-vaisselle

Lave-vaisselle HOTPOINT HRFC 3C24. Dimensions : L x H x P : 60 x 85 x 60 cm. Capacité de 14 couverts - 44 dB - A++. Consommation moyenne d'eau par cycle de 9L avec option Départ différé 24 heures et 7 programmes. Moteur induction silencieux et robuste.

Coût d'achat : 399 € (avec livraison et pose) sur [Boulanger.com](http://Boulanger.com)

## Micro-Ondes

2 micro-ondes LISTO MOM L7. Programmes : Réchauffer et décongeler.  
Plateau 24,5 cm - Pour 1 bol. Puissance 700W. 6 niveaux de puissance.  
Facile d'utilisation.

Coût d'achat : 44,99 €/unité (frais de port inclus) soit un total de 89,98€  
(frais de port inclus) sur Boulanger.com



Le montant total des machines est de **4327,97 €**.

Nous avons prévu un besoin d'investissement total (travaux+machines) de **8884,47 €**.