



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE, DE
L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR ET DE
LA RECHERCHE

EDE HOT 2

SESSION 2016

CAPET CONCOURS EXTERNE

Section : HÔTELLERIE – RESTAURATION

**Option : - SCIENCES ET TECHNOLOGIES DES SERVICES EN
HÔTELLERIE ET RESTAURATION
- SCIENCES ET TECHNOLOGIES CULINAIRES**

**COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION
ET MANAGEMENT HÔTELIER**

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche – y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : La copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.

Tournez la page S.V.P.

A

Les Gourmandises Nomad's

Le sujet comporte 20 pages. Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet. L'énoncé est composé de 4 dossiers indépendants qu'il est préférable de traiter dans l'ordre indiqué.

Contenu du sujet		Page
Sommaire		2
Présentation de Gourmandises Nomad's		3
Dossier 1	Le choix des emplacements en restauration mobile.	4
Dossier 2	L'offre commerciale et la servuction en restauration mobile.	5
Dossier 3	Les prévisions d'exploitation et le montage financier du projet.	6
Dossier 4	Les partenaires financiers à convaincre.	7

Dossier documentaire		Pages
<i>Annexe 1</i>	<i>Différentes ressources sur le marché de la restauration mobile.</i>	8 et 9
<i>Annexe 2</i>	<i>Food Trucks and Online Business Model Innovation.</i>	10
<i>Annexe 3</i>	<i>A Montpellier, le démarrage à froid des food trucks.</i>	11
<i>Annexe 4</i>	<i>Le food truck « Class Burger » ne concurrencera plus Mc Donald's.</i>	11
<i>Annexe 5</i>	<i>Qu'est-ce qu'un acte de concurrence déloyale ?</i>	12
<i>Annexe 6</i>	<i>Les Titres Restaurants.</i>	13
<i>Annexe 7</i>	<i>Les caractéristiques de la SAS (Société par Actions Simplifiée).</i>	14
<i>Annexe 8</i>	<i>Le Financement participatif.</i>	15
<i>Annexe 9</i>	<i>Extraits du plan d'affaires Gourmandises Nomad's.</i>	16 à 19
<i>Annexe A</i>	Plan de financement (à rendre avec la copie)	20

L'annexe A est à rendre avec la copie.

Le sujet est librement inspiré d'une entreprise réelle. Pour les besoins de l'épreuve, les données ont été modifiées, complétées et adaptées. De ce fait, elles ne correspondent plus à la réalité même si elles restent cohérentes.

Présentation de Gourmandises Nomad's

Alice et Rémi ont 25 ans et déjà un parcours riche d'expériences. Jeunes diplômés d'un Master 2 en arts appliqués obtenu à l'université de Limoges, ils sont également passionnés de cuisine. Durant leurs études, Alice a créé et animé un blog culinaire « studentfood » à destination des étudiants, tandis que Rémi a validé par alternance un Brevet Professionnel cuisine. Les deux amis ont aussi la passion des voyages : en véritables globe-trotters, ils parcourent notamment les États-Unis et une partie du continent asiatique.

Au cours du Master 2, ils participent avec deux autres étudiants à un concours « Campus entrepreneur » organisé par la CCI de Limoges. Ils obtiennent le prix « coup de cœur du jury » pour leur concept de package innovant en restauration nomade.

L'entreprise Nomad's implantée à Limoges, leader sur le marché des arts de la table nomades (notamment le bento¹), est partenaire du concours. Mathilde Deleuze, sa dirigeante, propose à Alice et Rémi à l'issue de leur formation universitaire un stage de 6 mois dans le département stylisme. Le but est de travailler sur un projet de bento conçu spécifiquement pour un évènementiel street food².

Ce stage fait office de déclencheur pour Alice et Rémi. Ils voient dans la restauration mobile une opportunité inespérée de concrétiser un projet de création d'entreprise mûri tout au long de leur parcours d'étudiants. Ils collectent des informations sur le marché de la restauration mobile (offre, demande et environnement) et élaborent une offre commerciale pour un food truck³ à implanter sur la ville de Limoges.

Conscients de n'avoir que peu d'apports personnels, ils ont l'idée d'associer Nomad's à leur projet. Ce partenariat leur paraît intéressant à double titre : la participation du groupe au capital de l'entreprise permettrait un montage financier plus aisé, la notoriété et l'image de l'entreprise qui est un fleuron du tissu industriel limougeaud constituerait un vecteur de communication intéressant. Ils apprécient de plus la culture de cette entreprise jeune et innovante au mode de management très participatif. Le nom du projet émerge alors : Les Gourmandises Nomad's.

Alice et Rémi rencontrent Mathilde Deleuze pour lui faire part de leur idée. Engagée récemment dans une logique de diversification d'activité, avec l'édition d'un livre de cuisine nomade en collaboration avec un jeune chef régional, la responsable de Nomad's se montre très intéressée pour étudier un nouveau projet autour de la restauration.

Mathilde Deleuze connaît mal le marché de la restauration mobile et demande à Alice et Rémi de lui présenter un projet de plan d'affaires convaincant avant la fin de l'année 2016 pour valider sa participation au capital.

Vous travaillez actuellement à la CCI de Limoges où vous êtes chargé(e) de l'accompagnement des créateurs dans le secteur de l'hôtellerie-restauration.

Alice et Rémi vous présentent leur projet et sollicitent votre aide sur quelques questions :

1. Le choix des emplacements en restauration mobile.
2. L'offre commerciale et la servuction en restauration mobile.
3. Les prévisions d'exploitation et le montage financier du projet.
4. Les partenaires financiers à convaincre.

¹ Repas rapide contenu dans un coffret (terme japonais)

² Cuisine de rue

³ Cuisine aménagée dans un camion itinérant

Dossier 1 - Le choix des emplacements en restauration mobile

Le choix des premières zones d'implantation est un point essentiel du plan d'affaires. Au départ, Alice et Rémi trouvent plus intéressant de concentrer leur exploitation sur des zones d'activités en périphérie de Limoges pour une activité méridienne. Ce choix se justifie d'autant plus que la mairie de Limoges s'est pour l'instant montrée opposée à toute implantation en centre-ville. D'autre part, l'implantation sur des parkings privés d'entreprises ou de commerçants ne nécessite pas d'autorisation administrative et relève simplement d'un accord passé avec le propriétaire du parking.

Alice et Rémi ont pensé à la zone « Ester Technopole » comme première zone d'exploitation. Il s'agit d'une zone qui réunit sur un même site le monde de l'entreprise et de la recherche. Elle se situe à dix minutes en voiture du centre-ville de Limoges. L'entreprise Nomad's est implantée sur cette zone et aucune offre de restauration ambulante n'est actuellement présente.

- 1.1. *Vous définissez la notion de zone de chalandise.*
- 1.2. *Vous indiquez à Alice et Rémi les données à collecter afin de confirmer l'opportunité d'exploitation de cette zone.*
- 1.3. *Outre les zones d'activités, vous précisez à Alice et Rémi d'autres types d'emplacements complémentaires et potentiellement porteurs pour leur futur développement pour une activité quotidienne ou plus occasionnelle.*

Alice et Rémi ont pris connaissance de nombreux articles de presse précisant que de nombreuses autorisations d'emplacement étaient refusées, car les mairies et les restaurateurs sédentaires considéraient la présence de structures mobiles comme une forme de concurrence déloyale.

- 1.4. *Vous discutez l'idée que les structures mobiles font une concurrence déloyale aux structures sédentaires.*
- 1.5. *Vous précisez pourquoi il est difficile de fonder juridiquement une concurrence déloyale entre structure sédentaire et mobile.*

Alice et Rémi souhaitent à terme exploiter des zones de centre-ville et la mairie de Limoges a fait savoir que la dimension « sociétale » du projet était déterminante dans son choix d'autorisation.

- 1.6. *Vous montrez comment le restaurant mobile Gourmandises Nomad's pourra mettre en valeur sa responsabilité sociétale dans le cadre de son exploitation quotidienne.*

Dossier 2 - L'offre commerciale et la servuction en restauration mobile

Si le choix des emplacements d'un food truck est un des principaux facteurs clés de succès de la restauration mobile, l'étude de ce marché met en évidence la nécessité de bien définir son offre commerciale.

Concernant l'offre produit, Alice et Rémi envisagent un univers « autour du monde », décliné sous deux formes :

- « Les bouchées » : Une gamme de trois bouchées salées et trois bouchées sucrées
- « Le bento » : quatre composantes : légumes frais-féculents-protéines-dessert (le bento sera produit par Nomad's avec possibilité d'une consigne)

Pour l'ouverture du concept, Alice et Rémi envisagent une offre renouvelée tous les jours, avec un prix moyen de 10 € TTC, permettant ainsi le règlement des repas du midi par des titres restaurant.

2.1. Vous commentez le positionnement de l'offre envisagée par Alice et Rémi.

2.2. Lors de leur réflexion, Alice et Rémi ont envisagé de pratiquer des prix différenciés pour une même offre produit selon la zone, le contexte de consommation (quotidien ou pas), l'heure d'arrivée à l'unité mobile et le canal de commande. Vous leur présentez les bénéfices et limites de chacun de ces critères.

2.3. Accepter les titres restaurant comme moyen de paiement des clients n'est pas neutre en termes de gestion. Vous précisez à Alice et Rémi l'impact de ce moyen de règlement sur le résultat et la trésorerie de leur future entreprise.

Un autre facteur clef de succès du marché de la restauration mobile concerne la fluidité de la servuction et donc la maîtrise du temps d'attente du client devant le food truck.

2.4. Vous précisez en quoi le temps d'attente est important en restauration mobile lors de la pause méridienne.

2.5. Sur ce point, Alice et Rémi savent que leur partenaire Nomad's dispose d'un support back-office permettant d'envisager une prise de commande en ligne. Vous présentez les avantages et difficultés liés à l'utilisation d'un système de précommande en ligne pour l'offre commerciale proposée par les Gourmandises Nomad's.

La mercatique virale via les réseaux sociaux semble constituer un mode de communication à privilégier, plus encore que dans la restauration traditionnelle. Alice et Rémi ont d'ailleurs remarqué qu'une très grande majorité de restaurants ambulants disposent d'une page Facebook pour communiquer.

2.6. Vous présentez les avantages et les conditions de réussite d'une communication via les réseaux sociaux pour le projet des Gourmandises Nomad's.

Dossier 3 - Les prévisions d'exploitation et le montage financier du projet

Un expert-comptable affilié au pôle création/transmission de la CCI de Limoges, sur la base des informations que vous lui avez transmises, vous fait parvenir les documents financiers prévisionnels des « Gourmandises Nomad's ».

- 3.1. *Vous commentez le compte de résultat prévisionnel présenté par l'expert-comptable.*
- 3.2. *Dans le compte de résultat différentiel, l'expert-comptable estime les « autres coûts variables » à 33 967€ en 2017 et à 35 007 € en 2018. Vous donnez des exemples de ces coûts.*
- 3.3. *Vous déterminez le seuil de rentabilité et le point mort en nombre de repas par jour pour l'année 2017. Vous expliquez pourquoi le seuil de rentabilité peut être plus rapidement atteint en restauration mobile qu'en restauration sédentaire.*
- 3.4. *Vous discutez l'hypothèse de fréquentation retenue par l'expert-comptable pour la première année d'activité, en utilisant, notamment, un calcul de marge de sécurité.*

Une seconde étape consiste à envisager les modalités de financement du projet.

Alice et Rémi ne peuvent apporter plus de 12 500 € chacun au projet. Ils vont proposer à Nomad's de s'associer à leur projet avec un apport de 5 000 € et envisagent de solliciter un emprunt de 60 000 € auprès d'une banque.

Ils ne comprennent pas l'origine des 18 000 € de Besoin en Fonds de Roulement prévu en début d'activité.

- 3.5. *Vous leur expliquez la notion de Besoin en Fonds de Roulement, à travers :*
 - les postes concernés du bilan prévisionnel
 - le lien avec la trésorerie
 - la nécessité d'intégrer ce BFR dans le plan de financement initial du projet.
- 3.6. *Vous complétez le plan de financement pour 2018 et justifiez des calculs nécessaires.*
- 3.7. *À l'issue de cette analyse, vous analysez la faisabilité financière du projet des Gourmandises Nomad's.*

Pour renforcer le montage financier, vous conseillez alors à Alice et Rémi de prendre connaissance d'une autre source de financement : le financement participatif ou *crowdfunding*.

- 3.8. *Vous expliquez les avantages financiers et non financiers de ce mode de financement pour le projet.*
- 3.9. *Vous présentez l'intérêt du mode don-contre-don et proposez trois formes de contrepartie susceptibles d'attirer les contributeurs dans le cadre de ce mode.*

Dossier 4 - Les partenaires financiers à convaincre

Pour faire aboutir leur projet et donner naissance aux Gourmandises Nomad's, Alice et Rémi vont devoir gagner la confiance de partenaires financiers.

Hormis la présentation du concept, l'étude du marché et les prévisions financières, le plan d'affaires du projet doit mettre en valeur les compétences entrepreneuriales des créateurs.

4.1. Vous identifiez les principaux atouts qu'Alice et Rémi pourront mettre en valeur pour convaincre leurs partenaires financiers de leurs compétences entrepreneuriales.

Alice et Rémi souhaitent démontrer qu'ils seront capables d'assurer la pérennité de l'entreprise par un contrôle rigoureux de l'exploitation future du food truck. Ils vous demandent de les aider à concevoir un tableau de bord adapté à leur activité.

4.2. Vous proposez des indicateurs de contrôle des performances d'exploitation spécifiques pour la restauration ambulante. Vous indiquez les données à collecter pour calculer ces indicateurs.

Le montage financier repose sur le partenariat avec l'entreprise Nomad's. Si Alice et Rémi doivent convaincre Madame Deleuze d'intégrer le capital des Gourmandises Nomad's, ils souhaitent également garder le contrôle de leur future entreprise. Vous leur conseillez alors d'opter pour la constitution d'une Société par Actions Simplifiée.

4.3. Vous montrez l'intérêt de Nomad's d'une part de diversifier son activité dans le domaine de la restauration ambulante et d'autre part de participer au projet Gourmandises Nomad's mené par Alice et Rémi.

4.4. Vous argumentez sur le choix de la structure SAS pour le projet.

Pour conclure leur plan d'affaires et en espérant convaincre leurs partenaires financiers, Alice et Rémi souhaitent démontrer que l'exploitation d'une unité mobile serait moins risquée que celle d'une unité sédentaire.

4.5. Vous discutez de cette affirmation en considérant les différentes dimensions du management d'une unité de restauration mobile.

=====

Annexe 1 - Différentes ressources sur le marché de la restauration mobile

Vers une saturation des offres food trucks ? Source : Restaurateur.com

Le nombre de camions de type food truck afflue de plus en plus, et il se peut que le marché soit arrivé à saturation, du moins dans Paris. Mais, certains ont réussi à se démarquer et à proposer une offre alternative (...). D'autres food trucks ont opté pour une différenciation comme le Glazed qui propose de délicieuses boules de glaces et sorbets. Il est même possible de s'abonner à hauteur de 20 euros par mois. Enfin, le Mum Dim Sum, le camion du restaurant éponyme où sont proposés des Dim Sum, c'est-à-dire des bouchées vapeurs cantonaises(...). Petit plus, il est possible de commander entièrement végétarien et sans gluten, de quoi ravir tous nos gourmets soucieux à ce propos.

Le marché des food trucks. Source : Businesscoot

Le food truck est une cuisine aménagée dans un camion itinérant. Il fait partie de la tendance street food qui consiste à manger de plus en plus « sur le pouce » au lieu de passer beaucoup de temps à table, notamment durant les journées de travail. Les formules vont des classiques sandwichs et hamburgers au bar à mozzarella accompagnée de légumes en passant par les sushis ou les produits frais cuisinés et servis en bocal.

Le marché des food trucks est grandissant en France. Les prix varient de moins de 5€ à 15€ environ pour un repas.

Le nombre d'acteurs augmente chaque jour, cependant, la jeunesse du marché ainsi que la capacité limitée d'un acteur font que le marché est encore dans une phase de bourgeonnement.

Il n'y a pas encore vraiment d'interaction entre les différents acteurs qui tentent généralement d'occuper des emplacements suffisamment éloignés des concurrents.

OUR Kebab, du restaurant au food truck. Source : Snacking.fr

L'enseigne de kebab chic fondée en 2010 par Damien Schmitz à Paris se lance cette semaine en version food truck. Celui qui a fait le choix de s'entourer d'un chef étoilé pour créer ses recettes et d'artisans boulangers, bouchers et primeurs pour ses produits, a choisi d'aller à la rencontre des clients qui n'ont pas l'occasion de se déplacer jusqu'à la rue de Londres près de la gare Saint Lazare. Ce nouveau food truck baptisé « In the moon for OUR » vient s'inscrire dans cette génération de camions « mono produit » qui ont choisi de proposer de la qualité. L'offre sera la même que celle proposée dans le restaurant OUR avec les emblématiques kebabs signés par de grands chefs, les frites de patates douces, les grandes salades, les tabox et les desserts maison pour moins de 10€.

Le food truck Max&Britany vous propose une restauration novatrice en osant le mariage d'une crêperie et d'un salon de café. Source : Monitinerant.com

Tous deux issus du monde de l'hôtellerie-restauration, Jean-François Sanchez et Aymeric Lion vous proposent un concept de food truck rafraîchissant, le premier café-crêpe. Retrouvez dans votre food truck un esprit convivial et populaire, des recettes gourmandes de crêpes et de galettes imaginées par de vrais chefs. Enfin, dégustez d'authentiques thés, cafés et chocolats chauds, le vrai goût du bistrot au format food truck. Les pages Facebook et Twitter vous sont ouvertes, en plus de leur site internet où vous retrouverez tout le charme de l'univers de Max&Britany !

Daily Wagon prend le train du développement. Source : Snacking.fr

Avec déjà quatre food trucks lancés ces derniers mois en région parisienne et sur des événements, les créateurs d'un des premiers réseaux de food trucks français, Daily Wagon, ont bien l'intention d'essaimer rapidement. Contrairement à la concurrence, Louis de Mallet et Francky Lirus n'ont pas opté pour une seule thématique mais ils ont déployé leur savoir-faire et leur imagination sur plusieurs food trucks mono-produits.

Ils misent d'ores et déjà sur une trentaine de véhicules l'an prochain en comptant les neuf qui sont déjà en fabrication. Si aujourd'hui quatre univers ont été déployés sur un modèle de camion entièrement équipé par eux : le végétarien en cuisine du monde, l'américain avec le burger, le mexicain et le très britannique Fish & Chips, "*d'autres idées mûrissent actuellement*", précise Louis de Malet qui évoque aussi des remorques prévues pour être tractées par les camions et offrir des thématiques complémentaires sucrées notamment des gaufres, des crêpes ou des galettes. « *Nous sommes vraiment lancés dans une belle dynamique et nos quatre premiers camions affichent de belles performances* », ajoute le cofondateur de DailyWagon. Pour asseoir leur développement, Louis et Francky misent aussi sur la création de leur cuisine/laboratoire de 250 m² qui sera livrée avant la fin de l'année.

Le chef savoyard Marc Veyrat livre à domicile. Source : L'Express Style

Le chef savoyard Marc Veyrat a décidé de coller au mouvement food trucks, mais à sa manière. Ainsi, il vient de lancer, sur Paris dans un premier temps, un système de livraison de déjeuners en bocaux par camionnettes, MesBocaux.fr.

Le but est de proposer des repas bio à un tarif abordable (menus à 11 euros ou 13,50 euros), commandés au préalable sur le site Internet. Les bocaux sont préparés le jour même.

Le chef au chapeau à votre pause déjeuner? Bien sûr, ce n'est pas Marc Veyrat lui-même qui prépare les bocaux, mais les chefs de MRS (société de restauration d'entreprise) formés chez lui, à Manigod. Trente recettes sont réalisées le jour même à partir d'aliments bio ou issus d'agriculture raisonnée, produits en France, voire en Ile-de-France.

Pourquoi ne pas cuisiner dans le camion, comme le veut le concept? Les propriétaires de food trucks apprécieront la réponse de Gilles Terzakou, directeur de MRS: "*Il est impossible de faire de la cuisine, du mijotage dans un camion.*"

Le Canard Huppé, un food truck 100% canard. Source : Les gourmands 2.0

Un restaurant mobile spécialisé dans le canard, voilà un tout nouveau Food Truck qui risque de faire parler de lui ! Le Canard Huppé souhaite débrider cette spécialité du Sud-Ouest en cuisinant le canard avec des recettes inédites. Recettes réalisées par Bruno Viala, un chef doué et surtout amoureux du canard. Afin de se démarquer des autres, Le Canard Huppé proposera des animations ponctuelles autour de leur camion. Des groupes de musiques, des artistes, des peintres et sculpteurs viendront ravir vos oreilles et vos yeux, pendant que vous dégustez les excellentes créations du food truck. Une expérience complète finalement ! Travailler avec du canard c'est bien, mais travailler avec de bons produits fermiers du Sud-Ouest c'est encore mieux. C'est pourquoi ce food truck ne propose que des canards élevés à l'air libre et nourris à partir d'aliments d'origine 100% végétale et minérale.

Sources variées – Année 2014

Annexe 2 - Food trucks and Online Business Model Innovation

(...)The success of most food trucks, for example, is dependent on a healthy online presence—Twitter feeds and other Internet-powered social media. Where the mobility of food trucks once meant they had a hard time maintaining a consistent customer base, social media - particularly Twitter - has changed that.

Using social media, truck operators can develop a meaningful connection with repeat customers, establish a brand, and answer questions about the soup-of-the-day. Additionally, the proliferation of smartphones enables customers to follow real-time feeds and use GPS to search for trucks near their location. These online services are available to traditional restaurants as well, but food trucks have a distinct need to be immediately accessible and maintain customer contact, because they are uniquely able to travel to where the demand is.

(...)Customers like the experience, convenience, variety, and novelty of buying food from a truck. There are fewer frills, and the price of food is often lower, both psychologically because tax is presumably built into the price on the menu and tipping is not the convention, and also in actuality because the trucks can charge less since they have fewer costs. These benefits to the public are precisely why food trucks are disruptive competitors to sit-down establishments and take out places (and perhaps to the incentive to pack a lunch), and thus why restaurants don't like food trucks, and feel increasingly threatened by their growing prevalence.

Similarly, many food trucks thrive on being mobile and thus able to reach different customer bases, and not having many of the startup and maintenance costs that a building requires, and intend to continue with that business model. Others, however, have used the food truck as a platform to test out customer demand for food, but still strive to open brick-and-mortar restaurants.

(...)Food trucks are not chained to traditional norms of the food service industry, and are thus more free to adopt innovative new technologies such as the aforementioned apps, or mobile payment systems.

Food trucks should continue to cater to the consumer experience, and remain open to new resources, particularly those enabled by emerging technologies. And restaurant establishments should recognize that what is in their—and their patrons'—best interests is to work on improving the food, price, and dining experience, rather than focusing on inconveniencing and displacing competitors through government regulation.

Competitive Cuisine By Ali Sternburgon August 14, 2012

Annexe 3 - À Montpellier, le démarrage à froid des food trucks.

Ici, les contraintes administratives paralysent la plupart des initiatives. On est obligé de se rabattre sur des prestations privées, dans l'événementiel ou sur les parkings d'entreprises ou commerces », constate Michaël Hedri, franchisé d'Alto Café. En juillet 2010, il a dû commencer son aventure commerciale au rayon disques de la Fnac de Montpellier ! Avec un mignon chariot rouge à roulettes, il y servait le café. Trois ans plus tard, le voilà désormais à l'entrée du Polygone, « un emplacement en or » selon lui. « C'est la SOCRI – société qui gère le centre commercial – qui est venue me chercher et nous avons signé un bail précaire ». À ce petit espace très cosy et chaleureux, il a adjoint un camion pour l'événementiel. « Mais pourquoi un camion qui ne travaille que quelques jours par mois ? Pourquoi notre chariot est-il obligatoirement à la terrasse d'un bar ? La raison est purement politique. C'est du protectionnisme de la part des autres commerces. Je suis compréhensif envers ça, mais il faut que ça change. La street food, le camion, c'est la version 2.0 du commerce ». (...)

À l'ouest de La Grande-Motte, « Le Vieux Tacot », garé chaque été entre Petit et Grand Travers, fait figure de sage. Vénérable Citroën V23 de 1952, il offre à tous son bar ombragé et son snack roboratif. À la différence des autres restaurateurs ambulants rencontrés, Samuel Bellecq approuve les limites imposées par les mairies. « En France, la loi n'est pas celle des USA où vous pouvez placer votre camion partout. Ici, si on n'a pas un emplacement bien défini, on ne peut pas travailler. C'est aussi un avantage, ça évite que ça devienne la jungle. »

Marc Dufour, adjoint aux affaires commerciales, s'explique « les demandes d'autorisations seraient trop nombreuses. On se heurte à un problème de vide juridique. La Ville a essayé de réglementer cette activité, mais cette initiative a été cassée par le tribunal au nom de la liberté de commerce qui est un principe de droit constitutionnel. Cette activité est une tendance qui vient d'apparaître et il faut trouver une solution qui contente, à la fois, l'intérêt de ces nouveaux travailleurs sans porter préjudice aux commerces sédentaires. »

Art de vivre. Septembre 2013

Annexe 4 - Le food truck « Class Burger » ne concurrencera plus Mc Donald's

Le food truck installé près du parking du Mc Donald's route d'Espagne s'est vu refuser le renouvellement de son bail par la mairie de Toulouse. La municipalité souhaite remettre à plat la réglementation des camions ambulants dans l'agglomération.

Le food truck Class Burger faisait-il de l'ombre à Mc Donald's ? C'est en tout cas la raison invoquée par la municipalité pour expliquer sa décision de ne pas renouveler, le 30 avril, le bail accordé à ce camion-restaurant géré par Ahmed Haouli. Ce jeune entrepreneur y propose des hamburgers hallal depuis mars 2013 sur un parking à proximité d'un restaurant Mc Donald's.

En décembre dernier, un conflit avait déjà opposé l'entrepreneur au restaurant voisin Mc Donald's qui lui reprochait, par sa proximité, de lui 'piquer' une partie de sa clientèle. C'est l'argument retenu par Jean-Jacques Bolzan élu adjoint au commerce pour justifier cette décision : "Il est hors de question que nous donnions une autorisation d'exercer devant un restaurant ou commerce de bouche, c'est de la concurrence déloyale".

www.metronews.fr

Annexe 5 - Qu'est-ce qu'un acte de concurrence déloyale ?

Cette notion, qui se trouve dans les articles du code de commerce et dans le code de la consommation, émane de l'article 2 de la loi de finances N° 63-628 du 2 juillet 1963.

Par définition, la concurrence déloyale est constituée de l'ensemble des procédés concurrentiels contraires à la loi ou aux usages, constitutifs d'une faute intentionnelle ou non et de nature à causer un préjudice aux concurrents.

En d'autres termes, cela regroupe de manière assez générale tous les actes qui ne correspondent pas à une concurrence saine.

Il est à noter que la notion de concurrence déloyale est contraire à la libre existence du commerce dans les relations commerciales, principe de liberté du commerce et de l'industrie qui tient sa source de la loi Le Chapelier des 2 et 17 mars 1791 et est rappelé dans l'article premier de la loi Royer du 27 décembre 1973 qui pose un grand nombre de principes dans le droit de la concurrence.

Afin de pouvoir attaquer un commerçant sur le fondement de l'acte de concurrence déloyale dans un litige et, de ce fait, obtenir une sanction, il faut avoir à l'esprit que cette notion ne se situe pas dans le domaine répressif. Traditionnellement, l'action est exercée sur le fondement de la responsabilité délictuelle régie par l'article 1382 et 1383 du Code civil.

Il existe quatre types de fautes en concurrence déloyale. Ce sont : la concurrence déloyale par dénigrement, la concurrence déloyale par désorganisation de l'entreprise, la concurrence déloyale par confusion, la concurrence déloyale par parasitisme.

Le dénigrement : C'est le fait de jeter le discrédit sur la personne, le produit, le service d'un concurrent.

La confusion : créer dans l'esprit du public une confusion avec l'entreprise concurrente de telle sorte que la clientèle se trompe et soit attirée.

La désorganisation : il s'agira soit d'une désorganisation interne de l'entreprise concurrente (révélation de secret, espionnage, détournement de fichier...), soit d'une désorganisation de l'activité ou des méthodes commerciales du concurrent.

Le parasitisme est l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de profiter sans rien dépenser de ses efforts et de son savoir-faire.

Juripole-pratique

Annexe 6 – Les Titres-Restaurant

Le législateur a donné du titre-restaurant une définition qui reflète très précisément l'objectif qu'il s'était assigné dans le cadre des orientations générales en matière d'aide à la restauration salariale : les pouvoirs publics de l'époque ont en effet souhaité assurer le développement d'une aide au déjeuner bénéficiant d'un régime fiscal et social favorable, tant pour les entreprises que pour les salariés, et permettant d'offrir une alternative à la restauration collective d'entreprise. Les titres-restaurant ont été, ainsi, définis comme des "titres spéciaux de paiement remis par les employeurs à leur personnel salarié pour lui permettre d'acquitter en tout ou en partie le prix d'un repas consommé au restaurant" (Article L3262-1 du Code du Travail)

Questions/réponses :

Peut-on utiliser plusieurs titres-restaurant pour régler un repas ou un achat de préparations alimentaires destinées à remplacer le repas ?

L'utilisation des titres-restaurant est limitée à un montant maximum de dix-neuf euros par jour. Lorsque les titres-restaurant sont émis sous forme dématérialisée, le salarié est débité de la somme exacte à payer, dans la limite du montant maximum journalier de dix-neuf euros (article R3262-10 du Code du travail).

Peut-on utiliser les titres-restaurant les dimanches et jours fériés ?

En l'état actuel de la législation, les titres-restaurant ne sont utilisables que les jours travaillés de la semaine : leur utilisation les dimanches et jours fériés est interdite (art R 3262-8 du Code du travail). Toutefois, les salariés qui travaillent le dimanche, et exclusivement ceux-ci, peuvent utiliser ce jour-là leurs titres, à la condition que leur employeur ait fait inscrire sur les titres papier une mention spéciale élargissant au dimanche la validité des titres remis à ces personnes.

Par qui et comment sont remboursés les titres-restaurant ?

Les sociétés privées spécialisées qui émettent les titres-restaurant ont une obligation de remboursement : elles doivent donc honorer les titres qui leur sont présentés à cette fin par les restaurateurs et commerçants assimilés qui les ont acceptés dans le cadre de leur activité commerciale. (...)

Le législateur a imposé aux sociétés émettrices d'effectuer ce remboursement dans un délai qui ne peut excéder 21 jours à partir de la date de remise des titres par les commerçants.

Hormis le délai maximum de remboursement des titres imposé par la réglementation qu'elles se doivent de ne pas outrepasser, **les sociétés émettrices de titres-restaurant opérant sur le marché national déterminent librement, et sous leur responsabilité propre, les modalités de remboursement des titres qu'elles ont émis, notamment les conditions tarifaires appliquées à cette opération.**

Quelques exemples de sociétés émettrices et tarifs des commissions sur titres-restaurant support papier (mise à jour en novembre 2015)

Sociétés émettrices	Titres-restaurant	Conditions tarifaires de remboursement
EDENRED FRANCE		De 1,18 % (remboursement lent (21 jours) à 4,9% (remboursement express (3 jours)
CHEQUE DEJEUNER		
SODEXO PASS FRANCE		

document d'auteur d'après www.cntr.fr et www.crt.asso.fr

Annexe 7 - Les caractéristiques de la SAS (Société Par Actions Simplifiée)

Ses principales caractéristiques : une grande souplesse de fonctionnement et la possibilité pour les associés d'aménager dans les statuts les conditions de leur entrée et de leur sortie de la société.

Précision : la SAS ou société par actions simplifiée ne peut pas faire d'offre au public de titres financiers.

Associés

Une SAS peut être constituée d'un ou plusieurs associés, personnes physiques ou morales. Si elle ne comprend qu'un seul associé, il s'agit alors d'une SASU (société par actions simplifiée unipersonnelle).

Engagement financier

Les associés fixent librement le montant du capital social.

Les associés peuvent effectuer des apports en numéraire ou en nature.

Les apports en industrie sont autorisés, mais ils ne concourent pas à la formation du capital social et sont effectués en échange d'actions inaliénables.

La moitié au moins du montant des apports en numéraire doit être libérée à la constitution, le reste dans les cinq ans.

Responsabilité

Simple actionnaires : Responsabilité limitée aux apports.

Dirigeants : Responsabilité pénale et civile du chef d'entreprise (notamment en cas de faute de gestion).

Fonctionnement

■ **Direction** : Les associés déterminent librement dans les statuts les règles d'organisation de la société :

- nomination d'un président unique ou d'un organe collégial de direction avec désignation d'un président habilité à engager la société,
- possibilité de choisir ou non un dirigeant non actionnaire,
- possibilité de désigner ou non une personne morale en tant que dirigeant,
- modalités de nomination, de révocation,
- délégation de pouvoirs à des comités spéciaux, etc.

La SAS a l'obligation de désigner un représentant légal qui peut être le président ou une personne ayant le titre de directeur général ou directeur général délégué.

■ **Décisions collectives** : Les associés déterminent également librement dans les statuts les modalités d'adoption des décisions collectives : définition des décisions devant être prises collectivement, conditions de forme, de quorum et de majorité, droit de veto à un associé en particulier, etc.

Régime fiscal (société)

- Imposition de droit à l'impôt sur les sociétés (IS)
- Option sous conditions pour l'imposition des bénéfices à l'impôt sur le revenu (IR)

Régime social des dirigeants

Il correspond à celui du directeur général de SA : régime des "assimilés-salariés". Il ne bénéficie pas du régime d'assurance chômage.

Agence Pour la Création d'Entreprise

Annexe 8 – Le financement participatif

Le financement participatif « permet que des projets spécifiques soient financés par de nombreuses personnes, principalement par l'intermédiaire de sites internet. Le développement de ce nouveau mode de financement permet d'offrir en particulier aux PME et jeunes entreprises innovantes, un outil de financement complémentaire ».

Source : Loi du 2 janvier 2014 habilitant le Gouvernement à simplifier et sécuriser la vie des entreprises.

Le crowdfunding – ou financement participatif- comme source de financement d'amorçage de projets pour les start-up s'est invité dans le paysage de l'offre de capitaux, ouvrant aux entrepreneurs une nouvelle alternative aux financements bancaires mais aussi aux investissements de capital-risqueurs.

De nouveaux portails internet ont été créés pour faciliter la collecte de fonds de porteurs de projets d'investissement auprès des particuliers. Ces derniers ont plusieurs options : donner de l'argent sans rien attendre en retour ou contre une récompense en nature, prêter contre intérêt ou investir en devenant associé.

La question de l'encadrement juridique de cette innovation se pose notamment en France où plus de 78 millions d'euros ont été collectés en 2013 auprès d'un peu plus de 328 000 contributeurs pour financer 32 317 projets via une quarantaine de plateformes.

Économie et Management – Juin 2014

Une nouvelle réglementation :

Le **financement participatif en échange de parts sociales** (aussi appelé **crowdequity**, où les internautes deviennent actionnaires des entreprises qu'ils soutiennent) sera autorisé sans avoir à se plier aux exigences de l'AMF (Autorité des Marchés Financiers), jusqu'au seuil d'un million d'euros. Le nombre d'investisseurs ne sera pas limité. Les plateformes permettant d'accueillir l'argent des internautes obtiendront le statut de CIP (Conseiller en Investissement Participatif) sans minimum de fonds propres prérequis. Elles seront garantes de l'information aux internautes à propos des risques qu'ils prennent.

Le **financement participatif en prêt** de particuliers à entreprise devient lui possible. Les internautes pourront chacun prêter **1.000 euros à une entreprise**. Celle-ci ne pourra pas récolter plus d'un million d'euros par projet. Les prêts seront rémunérés. De même que pour le crowdequity, les plateformes de crowdfunding en prêt rémunéré devront obtenir un statut particulier à leur activité. Elles garantiront aussi une information suffisante aux internautes pour qu'ils prennent leur décision d'investissement en connaissance de cause.

Le **crowdfunding en don-contre-don**, le troisième mode de financement participatif, est lui peu impacté par la nouvelle réglementation. Les entreprises pourront toujours lever de petites sommes d'argent auprès des internautes en échange d'une contrepartie (un produit ou une attention particulière de la part de la marque).

Les Échos Business - Février 2014

- Investissements et financements -

Les investissements prévus sur la période :

Investissements	2017	2018
Immobilisations corporelles	90 000	
<i>CAMION AMÉNAGÉ</i>	80 000	
<i>MOBILIERS</i>	5 000	
<i>MATÉRIELS DE CUISINE</i>	5 000	
Total des investissements à réaliser	90 000	
Immobilisations existantes		90 000
Total des immobilisations	90 000	90 000

Le détail des amortissements :

Amortissements	2017	2018
Amortissements corporels	18 000	18 000
<i>CAMION AMÉNAGÉ</i>	16 000	16 000
<i>MOBILIERS</i>	1 000	1 000
<i>MATÉRIELS DE CUISINE</i>	1 000	1 000
Total	18 000	18 000

Le financement des investissements :

Financements des investissements	2017	2018
Apports en capital	10 000	
<i>CAPITAL</i>	10 000	
Apports en comptes courants	20 000	
<i>ALICE ET RÉMI *</i>	20 000	
Emprunts	60 000	
<i>EMPRUNT **</i>	60 000	
Total des financements	90 000	

* Comptes courants rémunérés à 3% l'an, bloqués pendant 5 ans.

**Remboursement par annuités constantes pendant 7 ans ; au taux de 3%

- Frais généraux prévisionnels -

Les charges externes prévues :

Charges externes	2017	2018
Fournitures consommables	41 000	42 230
Emballages	26 000	26 780
Électricité	1 000	1 030
Eau	1 000	1 030
Carburant	10 000	10 300
Petit équipement	500	515
Produits d'entretien	1 000	1 030
Vêtement de travail	1 000	1 030
Fournitures administratives	500	515
Services extérieurs	9 700	9 840
Entretien et réparations	1 000	1 030
Primes d'assurances	1 000	1 030
Honoraires comptables / juridiques	4 000	4 120
Frais postaux	500	515
Frais télécommunications	1 000	1 030
Services bancaires	1 700	1 600
Cotisations, dons...	500	515
Total	50 700	52 070

Les impôts et taxes de la période :

Impôts et taxes	2017	2018
Impôts locaux	2 000	2 000
Total	2 000	2 000

- Salaires et charges sociales -

Les rémunérations annuelles des gérants :

Personnel	2017	%	2018	C.S. Sal.	C.S. Pat.
GÉRANTS	48 000	5%	50 400		

Le détail des salaires bruts et des charges sociales :

Salaires bruts	2017	2018
Dirigeant	48 000	50 400
GÉRANTS	48 000	50 400
Charges sociales	2017	2018
Cotisations TNS	21 552	22 280
Allocation familiale	2 520	2 646
Maladie / Maternité, Indemnités journalières	3 456	3 629
Retraite, Invalidité / Décès	10 337	10 534
CSG déductible, FPC	3 374	3 522
CSG + CRDS non déductible	1 865	1 949

- Compte de résultat prévisionnel -

Évolution du compte de résultat :

Compte de résultat	2017	%	2018	%
Production vendue	252 000	100%	264 600	100%
Chiffre d'affaires	252 000	100%	264 600	100%
Total des produits d'exploitation	252 000	100%	264 600	100%
Achats effectués de matières	73 605	29%	76 760	29%
Variation de stock de matières	-525	0%	-26	0%
Fournitures consommables	41 000	16%	42 230	16%
Services extérieurs	9 700	4%	9 840	4%
Charges externes	50 700	20%	52 070	20%
Impôts et taxes	2 000	1%	2 000	1%
Salaires bruts (Dirigeant)	48 000	19%	50 400	19%
Cotisations TNS	21 552	9%	22 280	8%
Charges de personnel	69 552	28%	72 680	27%
Dotations aux amortissements	18 000	7%	18 000	7%
Total des charges d'exploitation	213 332	85%	221 484	84%
Résultat d'exploitation	38 668	15%	43 116	16%
Charges financières*	8 367	3%	8 392	3%
Résultat financier	-8 367	-3%	-8 392	-3%
Résultat courant	30 301	12%	34 724	13%
Impôt sur les bénéfices	4 545	2%	5 209	2%
Résultat de l'exercice	25 756	10%	29 515	11%

* les charges financières comprennent les intérêts de l'emprunt, les intérêts des comptes courants et les commissions sur moyens de paiement.

L'expert-comptable prévoit une ouverture de 280 jours la première année, et une vente journalière de 100 repas à un prix moyen HT de 9 euros.

- Compte de résultat différentiel-

	2017	2018
Ventes + Production réelle	252 000	264 600
Achats consommés	73 080	76 734
Autres coûts variables	33 967	35 007
Total des coûts variables	107 047	111 741
Marge sur coût variable	144 953	152 859
Taux de marge sur coût variable (%)	57,52%	57,77%
Coûts fixes	114 652	118 135
Total des charges	221 699	229 876
Résultat courant avant impôt	30 301	34 724

- Bilan prévisionnel -

Le bilan prévisionnel de la période :

Bilan	31/12/2017	31/12/2018
Immobilisations	90 000	90 000
- Amortissements, Provisions	18 000	36 000
Immobilisations nettes	72 000	54 000
Stocks, Encours de production	525	551
Autres créances	19 200	20 208
Disponibilités	32 813	67 812
Actif circulant	52 538	88 571
Total de l'actif	124 538	142 571
Capital social	10 000	10 000
Réserves, Report à nouveau		25 756
Résultat de l'exercice	25 756	29 515
Capitaux propres	35 756	65 271
Emprunts et dettes assimilés	72 170	64 105
Dettes fournisseurs	12 051	12 502
Dettes fiscales et sociales	4 561	693
Total des dettes	88 782	77 300
Total du passif	124 538	142 571

- État de trésorerie -

L'évolution du solde de trésorerie :

Etat de trésorerie	Initial	2017	2018
Fonds de roulement		35 926	75 376
Besoin en fonds de roulement	18 000	3 113	7 564
Trésorerie	-18 000	32 813	67 812

Documents réalisés avec l'aide de l'expert-comptable de l'entreprise.

Annexe A - Plan de financement

(À rendre avec la copie)

Plan de financement	01/01/2017 (avant ouverture)	2017	2018
Acquisitions d'immobilisations	90 000		
Variation du B.F.R.	18 000		
Remboursements d'emprunts		7 830	
Total des besoins	108 000	7 830	
Apports en capital	10 000		
Apports en comptes courants	20 000		
Souscription d'emprunts	60 000		
Variation du BFR		14 887	
Capacité d'autofinancement		43 756	
Total des ressources	90 000	58 643	
Solde de trésorerie	-18 000	50 813	
Solde de trésorerie cumulée	-18 000	32 813	

Détail des calculs nécessaires :