

MATURITE

2018-2020

DOCUMENT VENDEUR



GMSI APL-13

DRON Jean-Gabriel
FOUREL Timothée
GUERESCHI Maxime
18/12/2019



Table des matières

I.	Introduction	2
1.	Présentation du projet	2
2.	Présentation de l'entreprise	2
II.	Business Model CANVAS	4
III.	SWOT	5
IV.	Étude du marché	6
1.	Les profils ciblés	6
2.	Les acteurs du marché	6
3.	La concurrence sur le marché	7
4.	Évolution du marché	7
5.	Environnement du projet	9
V.	Chiffre d'affaire	11
VI.	Organisation	13
1.	Présentation du personnel	13
2.	Les fonctions	13
VII.	Modèle juridique	14
1.	Nature de l'activité	14
2.	Statut de l'entreprise	14
3.	Organismes d'aides	15
VIII.	Stratégie commerciale	17
1.	Plan de financement	17
2.	Les fournisseurs	18
3.	Site internet	19
4.	Plaquette commerciale	20
IX.	Financement	21
1.	Sources	21
2.	Coût total	21
X.	Conclusion	21



I. Introduction

1. Présentation du projet

Durant ce projet, nous devons créer une entreprise en ne partant de rien. Pour ce faire, nous devons décider des activités vers lesquelles notre entreprise se tournera, lui attribuer un nom ainsi que son emplacement géographique suivi de son rayon d'action dans lequel nous exerceront nos activités choisies. Pour nous assurer une activité prospère et lucrative, mais aussi pour que le financier à qui nous présenterons notre projet puisse y adhérer, nous devons comprendre et cerner l'organisation d'une entreprise, ses grands objectifs, ses concepts et chiffres clés au travers d'études de marchés, d'organismes d'aides qui pourront nous aiguiller, du modèle juridique utilisé, etc...

Ce projet est formateur pour nous, car il nous pousse à comprendre les enjeux primordiaux lorsque nous désirons fonder une entreprise ou lorsque nous voulons devenir auto-entrepreneur.

2. Présentation de l'entreprise

2.1. Bar ambiance BECAUSE

BECAUSE est un bar ambiance organisant des soirées à thème pour le plus grand plaisir de ses clients. De plus, des soirées dégustations d'alcools seront organisées pour les personnes voulant découvrir de nouvelles saveurs gustatives.

L'équipe du bar BECAUSE est composé de trois personnes dynamiques, motivé et chevronnés d'alcools en tout genre. Étant donné que l'établissement dispose d'une superficie importante, il est en mesure de recevoir une clientèle conséquente voulant profiter d'une atmosphère conviviale et chaleureuse, et où ils pourront retrouver un panel de rafraichissement (sans et avec alcool) varié ainsi que des planches apéritives comblant les petites fringales, tous cela étant fournie et issues de productions local.

2.2. Situation géographique de l'entreprise

Le bar BECAUSE est situé dans la ville de Pont-à-Mousson (ville constituée d'environ 14 000 habitants), au 266 Avenue des États Unis.



C'est un emplacement transversal, car le bar BECAUSE se situe entre Metz et Nancy.



II. Business Model CANVAS

Partenaire clés -Coopérative Agricole Lorraine Fournisseurs spécialisés dans les alcools divers : -Brasseurs de lorraines -Brasserie de Champigneul -Eaux de vie et liqueurs -Dimoff boissons -France boisson Fournisseurs alimentaires : -Boucherie Dron Future partenaire : -Parc des expositions (de Metz et Nancy) -Les marchés locaux -Le Kyriad hôtel (situé à Pont-à-Mousson)	Activités clés -Vente d'alcool -Dégustation d'alcool -Organisation de soirées à thèmes -Communication, commerce Ressources clés -Barman -Serveuse, serveur -Community manager -Fonds de commerce -Gestionnaire de stocks -Veille sur le métier -Comptable	Offres -Vente de boissons dans un bar -Ambiance et dégustation -Localisation -Fidélisation -Produits locaux -Sécurité -Boissons soft		Relation client -Fidélisation par carte -Cocktails offert pour les SAM -Ambiance Canaux -Flyers/voiture pub (waze) -Panneaux publicitaires -Bouche à oreilles -Réseaux sociaux -Site internet -Petit commerce	Clients -Jeunes de 18 à 29 ans, situés à Pont-à-Mousson et ses alentours -Hommes et femmes entre 30 et 65 ans -Classe Moyenne
Coûts -Bâtiment -Salaires -Communication -Site internet -Livraison -Produits -Électricité -Licence			Revenus -Boissons -Planches apéritives -Partenariats -Parrainage -Prix variable en fonction de la boisson et de la soirée		

III. SWOT

	Positif	Négatif
Interne	-Situation géographique avantageuse*¹ -Établissement non franchisé -Produits issus d'une production locale -Produits qualitatifs et sélectionnés -Bar à thèmes -Équipe motivée, passionnée et dynamique -Établissement disposant d'équipements certifiés permettant de contrôler l'alcoolémie des clients désireux	-Situation géographique désavantage des fournisseurs*⁴ -Force de négociation amoindrie du fait que nos produits ne sont pas industriels*⁵ -Rénovation du bâtiment à prévoir -Les moyens financiers et humains ne sont pas conséquents en fonction des saisons -Les ruptures des stocks sont éventuelles
Marché	-Demande présente sur le marché -Partenariats possible avec les hôtels et restaurants présent à Pont-à-Mousson -Notre stocks d'alcool sera cyclé en fonction des saisons *² -Sécuritaire pour les habitants vivants à Pont-à-Mousson et voulants passer un moment convivial*³	-Marché constitué d'une multitude de concurrents -La législation actuellement en vigueur peut changer à tout moment -Un accord auprès de la mairie devra être fait au préalable si nous voulons concrétiser cette activité*⁶ -Le comportement de certains clients peut devenir aléatoire en fonction de la quantité d'alcool ingérée -Quartier peut vivace



IV. Étude du marché

1. Les profils ciblés

Pour que notre entreprise soit la plus rentable et lucrative possible, nous ne ciblerons pas un mais plusieurs profils bien définis, que vous pouvez retrouver ci-dessous, classés par ordre prioritaires croissant :

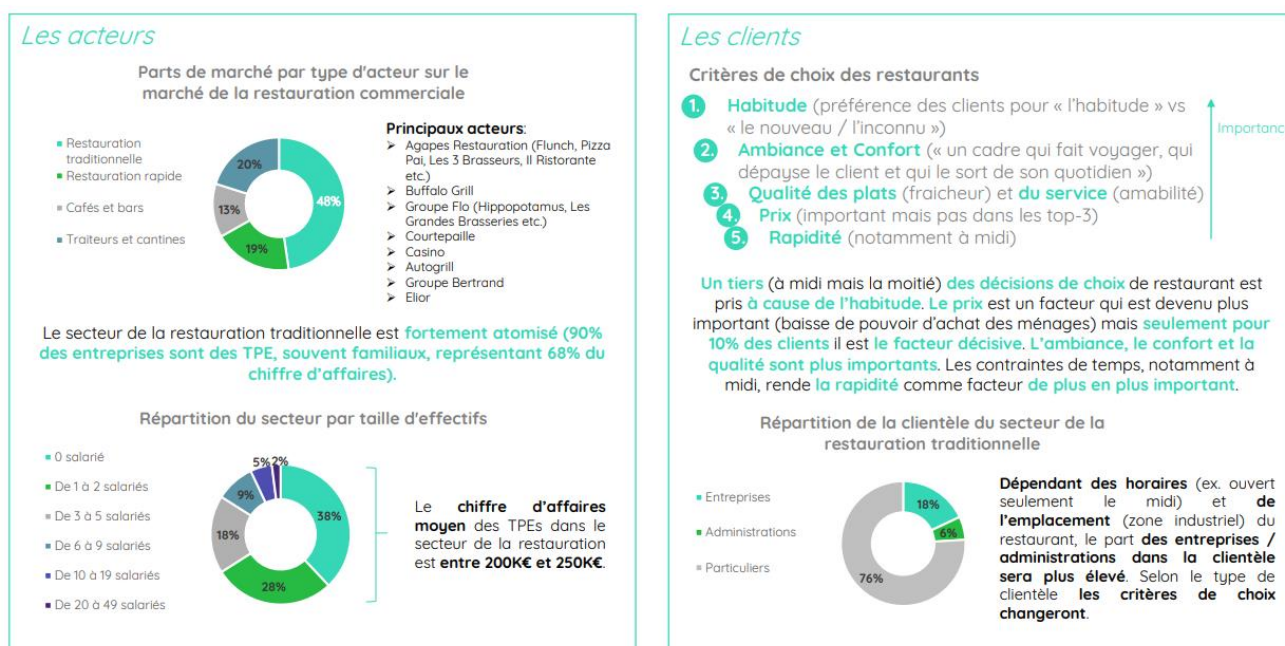
1. Les personnes se retrouvant dans la tranche d'âge comprise entre 23 et 29 ans est le public principalement visé, car faisant pour la plupart déjà partie de la vie active, ils seront plus susceptibles de consommer durant les soirées. De plus, la ville de Pont-à-Mousson est majoritairement composée d'une population comprise dans cette tranche d'âge
2. Les personnes ayant un âge compris entre 30 et 65 ans est le deuxième profil principalement ciblé. En effet, cette tranche d'âge représente un public mature, plus en phase d'être amené à vouloir déguster des alcools plus raffinés durant nos soirées dégustations
3. Le troisième profil que nous cherchons à cibler, est un profil légèrement plus jeune que les deux autres profils précédents, sa tranche d'âge se situe entre 18 et 22 ans. Les personnes comprises dans cette tranche d'âge ont généralement une forte envie de faire la fête, mais avec des ressources moindres que notre premier profil ciblé
4. Le dernier profil et minoritaire, il comprend les personnes ne désirant que des boissons non alcoolisées, généralement ces personnes ne sont que de passage, ne voulant pas s'éterniser, ou ils ne possèdent pas l'âge légal pour consommer de l'alcool (les personnes ayant un âge inférieur à 16 ans ne peuvent pas pénétrer à l'intérieur de l'établissement comme stipulé dans l'article L3342-3 du code de la santé publique)

2. Les acteurs du marché

Concernant les acteurs du marché que nous ciblons, nous pouvons retrouver les acteurs suivants :

- 👤 Les clients qui fréquenteront notre établissement, et qui sont par la même occasion nos utilisateurs
- 👤 Nos producteurs distributeurs, qui sont pour rappel les suivants :
 - Coopérative Agricole Lorraine
 - Dimoff Boissons et Service
 - France Boisson
 - Boucherie Dron
- 👤 Les personnes pouvant influencer le marché que nous ciblons, telles que les œnologues
- 👤 Enfin, nous pouvons retrouver les acteurs pouvant réguler le marché, dans notre cas ces acteurs sont :
 - L'État
 - La mairie
 - La préfecture

Actuellement en France nous pouvons recenser environs 35 000 bars, avec un chiffre d'affaire moyen de 135 000 euros annuel. De plus les bars représentent 13% du marché de la restauration comme le montre l'étude faite par mymarketmetrics réalisé en 2017 :

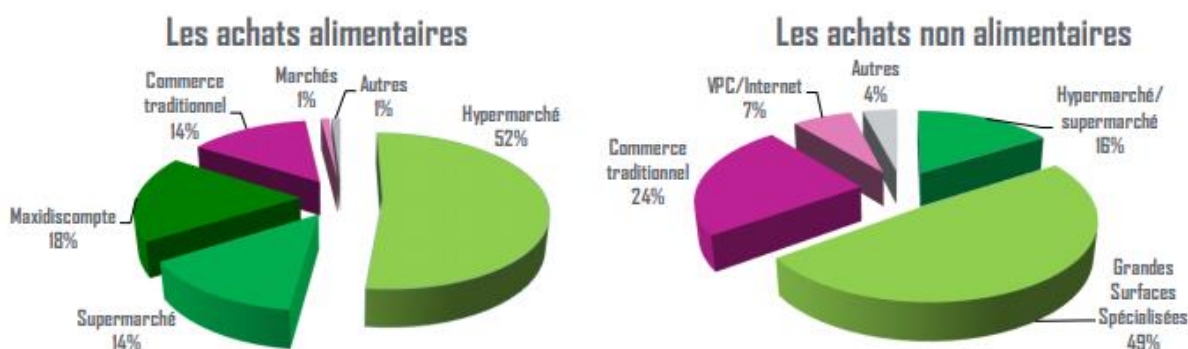


Concernant la zone géographique dans laquelle nous exerçons notre activité, et vis-à-vis de l'évolution des bars à Pont-à-Mousson, nous avons pris connaissances des constantes suivantes :

- La ville de Pont-à-Mousson est constituée de 14 404 habitants (chiffres de 2016)
- La population de l'air urbaine de Pont-à-Mousson se compose de 24 556 habitants (chiffre de 2014)
- Le nombre de bar dans cette ville est 12
- La ville de Pont-à-Mousson est majoritairement composée d'une population jeune

De plus et d'après une étude réalisée en 2012 par la chambre du commerce et de l'industrie sur les comportements d'achat des ménages du bassin de Pont-à-Mousson, nous savons qu'il y a un potentiel de consommation de 387,3 millions d'euros annuelle du bassin moussipontain (soit 7015 euros par ménage). Voici un graphique réalisé par cette même étude montrant les achats (en pourcentage) réalisé par les moussipontains :

> Les circuits de distribution fréquentés





Pont-à-Mousson est également un pôle commercial qui joue un rôle important dans l'équilibre commercial de la Meurthe-et-Moselle Sud. Même si la concurrence de Metz et Nancy est sensible.

5. Environnement du projet

5.1. Analyse de l'environnement du projet

Pour que notre projet d'entreprise soit viable, nous avons dû identifier les facteurs pouvant avoir une influence sur ce dernier :

- 📌 Les facteurs non favorables : les concurrents présents sur le marché, ou une potentiel perte vitesse du marché lui-même
- 📌 Les facteurs favorables : les personnes recherchant un contact social, ou ayant envie de s'amuser et de passer un moment agréable

Concernant la taille du marché de la restauration, ou les bars représentes 13% de ce marché soit environs 11,7 milliards d'euros, dont le chiffre d'affaire est en légère hausse depuis 2016 (1,2%).

5.2. Politique

Notre activité est soumise et encadrée par des lois bien définies. Tout d'abord nous sommes soumis à un régime fiscal définissant les points suivants au sujet des boissons alcoolisées :

- 📌 Est considéré comme boisson alcoolique :
 - Les boissons ayant un titre alcoométrique volumique supérieurs à 1,2% d'éthanol
 - Est considéré comme étant de la bière si la boisson a un titre alcoométrique volumique acquis à partir de 0,5% d'éthanol
 - Est considéré comme un premix une boisson prémélangée à base d'un spiritueux (gin, rhum, vodka, vin, whisky...) additionné d'un tonic, de soda (cola), et présentant un titre alcoométrique volumique acquis situé entre 1,2% et 12% d'éthanol
- 📌 L'alcool est soumis à un taux de TVA égal à 20%, dont 10% pour les boissons non alcoolisées.

De plus, et concernant la stabilité de ce marché, nous savons que le secteur de la restauration est un secteur clé pour l'économie française

5.3. Social

La France est le deuxième plus gros consommateur d'alcool en Europe d'après l'Express, et d'après une étude menée sur les habitudes des français, il a été démontré que :

- 📌 21% des hommes allés chaque semaine dans un bar contre 12% pour les femmes
- 📌 Selon les français, un bon bar est à 45% un moment convivial, et à 19% c'est un service accueillant et amical
- 📌 Un mauvais bar est à 29% un mauvais rapport qualité/prix, et à 22% c'est un temps d'attente trop long



5.4. Écologique

Étant donné que l'écologie est un enjeu majeur, et prenant de plus en plus d'ampleur au cours de ce dernier siècle aux vues des dégradations climatique qui deviennent relativement importante et inquiétante, nous avons décidé de devenir acteur dans cette démarche afin de participer à la préservation de notre planète bleue en effectuant les actions suivantes :

- 🍷 Nous recyclerons nos bouteilles de verre usagé
- 🍷 Nous privilégierons des bouteilles en verre consignés afin que nos fournisseurs puissent les réutiliser dans le futur, limitant ainsi l'impact du gaspillage

5.5. Légal

La vente d'alcool dans un établissement de débit de boisson est soumise et encadré par de multiple législations et lois. Nous devons de ce fait nous soumettre aux contraintes suivantes :

- 🍷 La vente d'alcool est interdite aux mineurs conformément à l'article L3342-1 du code de la santé publique
- 🍷 Étant donné que notre établissement propose en vente libre des boissons contenant de l'éthanol, les mineurs ayant un âge inférieur à 16 ans ne peuvent pénétrer à l'intérieur de notre établissement, conformément à l'article L3342-3 du code de la santé publique
- 🍷 Les horaires de fermeture des débits de boissons sont compris entre 2 heures et 7 heures du matin
- 🍷 L'établissement doit mettre à disposition de ses clients des dispositifs certifiés permettant de mesurer leurs taux d'alcool par air expiré

Nous devons également disposer des licences suivantes afin d'être conforme aux lois en vigueur :

- 🍷 Licence de niveau III, permettant la vente de boisson de groupe 3 (vins, bière, cidre, etc...)
- 🍷 Licence de IV, permettant la vente de boisson de groupe 4 et 5
- 🍷 Petite licence à emporter, qui permet de vendre des boissons à emporter de groupe 3
- 🍷 Licence à emporter, qui permet de vendre des boissons à emporter de groupe 4 et 5



V. Chiffre d'affaire

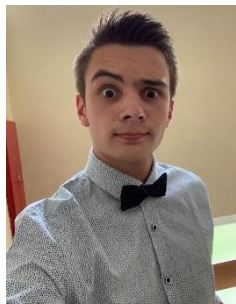
	Année 1	Année 2	Année 3
PRODUITS (HT)			
<i>Ventes de marchandises</i>	186240	195552	204864
<i>Production stockée</i>	3500	3675	3850
<i>Prestations de services</i>			
<i>Subventions d'exploitation</i>			
<i>Autres produits</i>			
<i>Produits financiers</i>			
<i>Années précédentes</i>		29680	68847
TOTAL PRODUITS	189740	228907	277561
CHARGES (HT)			
CHARGES D'EXPLOITATION			
<i>Achats (charges variables)</i>	42000	42000	42000
<i>Achat de marchandises</i>	42000	42000	42000
<i>Charges externes</i>	42000	42000	42000
<i>Loyers de crédit-bail</i>			
<i>Loyers et charges locatives</i>	36000	36000	36000
<i>Assurances</i>	6000	6000	6000
<i>Autres charges externes</i>	3160	3160	3160
<i>Internet</i>	360	360	360
<i>Publicité</i>	1000	1000	1000
<i>Frais de transport</i>	1800	1800	1800
<i>Impôts et taxes</i>	900	900	900
<i>Frais de personnel</i>	72000	72000	72000
<i>Salaires et charges sociales des salariés</i>	72000	72000	72000
TOTAL CHARGES	160060	160060	160060
RESULTAT avant impôts	29680	68847	117501
<i>Impôt sur les sociétés *</i>			
RESULTAT NET	29680	68847	117501



	Année 1	Année 2	Année 3
CA (HT)	189740	228907	277561
Total charges variables (HT)	42000	42000	42000
Marge sur coûts variables	147740	186907	235561
Taux de marge sur coûts variables	78%	82%	85%
Total charges fixes (HT)	118060	118060	118060
Seuil de rentabilité	151622	144589	139110

VI. Organisation

1. Présentation du personnel



Timothée Fourel

20 Ans

Aime faire la fête
et la bière



Jean-Gabriel Dron

20 Ans

Aime faire la fête et les
jolies filles

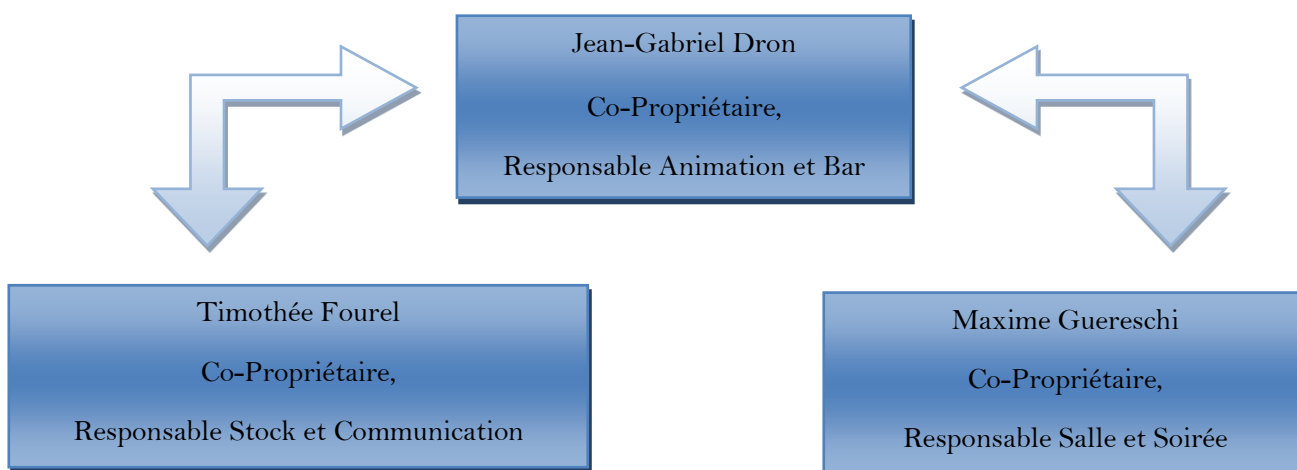


Maxime Guereschi

21 Ans

Aime faire la fête et un
grand amateur de
whisky

2. Les fonctions





VII. Modèle juridique

1. Nature de l'activité

Sur le site du gouvernement on peut trouver plusieurs natures d'activité (agricoles, artisanal, industriel, commerciale...) La définition du gouvernement pour notre type d'établissement est très claire.

La nature de notre activité est commerciale (voir définition ci-dessous). En effet nous revendons des biens au détail en l'état. Et nous proposons une prestation de service qui est comprend le service et l'emplacement du bar. Tout ça étant compris dans le prix de nos boissons.

Commerciale	• Achats de biens pour leur revente en l'état (commerce en gros ou de détail) • Vente de prestations de services commerciales (location de matériel, transport, agence immobilière, hôtellerie-restauration, entreprise de spectacles, activité de sécurité privée, location, etc.)	Ouverture d'un commerce
-------------	---	---

2. Statut de l'entreprise

Pour le choix du statut de notre entreprise nous avons choisi de nous orienter vers une SARL.

Ce choix c'est fait par rapport a plusieurs critères de sélection.

- 👤 Nous avons un patrimoine à protéger par rapport à nos biens personnels.
- 👤 Nous sommes plusieurs associés
- 👤 Il ne s'agit pas d'une activité libérale
- 👤 Notre entreprise sera un commerce à but lucratif

Grâce au site de BPI France et à leur simulateur nous avons rentrés les différentes informations liées à notre bar et voilà le résultat :

Vos choix :

- Vous voulez créer :	à plusieurs
- Dans le but :	de gagner de l'argent
- Votre activité nécessite-elle des investissements importants ?	oui
- S'agit-il d'un activité libérale ?	non
- Avez-vous un patrimoine à protéger ?	oui

Orientez votre choix vers la création d'une **SARL** (société à responsabilité limitée), d'une **SAS** (société par actions simplifiée) ou d'une **SA** (société anonyme) Ces structures vous permettront de protéger votre patrimoine personnel ainsi que celui de vos associés.

» La SARL est une structure souple susceptible de s'adapter à de nombreuses situations. Le montant de son capital social est déterminé librement par les associés, en fonction de la taille, de l'activité et des besoins en capitaux de l'entreprise.
Les apports en espèces peuvent cependant être libérés sur 5 ans avec un versement initial minimal de 20 % de leur montant.

» La SA et la SAS seront particulièrement recommandées si l'importance de vos investissements nécessite dès le départ de faire appel à des capitaux extérieurs ou si votre entreprise est susceptible de croître rapidement.
Dans le cadre de ces statuts vous serez, en tant que dirigeant, affilié au régime général de la sécurité sociale.



Notre orientation vers la SARL c'est principalement orienté grâce aux responsabilités liées au montant de nos apports au capital. De plus les règles que nous devons appliquer sont celles fixées par le code de commerce.

Le document officiel qu'il faudra que l'on remplisse pour la création de notre SARL se trouve en annexe

3. Organismes d'aides

L'aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise (ACRE) est un dispositif d'exonération des cotisations sociales.

Depuis le 1er janvier 2019, tous les créateurs ou repreneurs d'une entreprise sont éligibles au bénéfice du dispositif d'exonération de charges sociales, qu'ils soient ou non demandeurs d'emploi. Les conditions s'appliquent quelle que soit la date de création ou de reprise de l'entreprise.

Assurer le contrôle effectif de la société

Lorsque l'activité est exercée sous forme d'une société (SARL, SAS, etc.), le créateur ou repreneur d'entreprise doit remplir l'une des conditions suivantes :

- Soit détenir directement ou avec sa famille plus de 50 % du capital social dont 35 % au moins à titre personnel ;
- Soit être dirigeant et détenir directement ou avec sa famille au moins 1/3 du capital social dont 25 % au moins à titre personnel, aucun associé hors de sa famille ne détenant plus de 50 % du capital ;
- Soit détenir, avec d'autres bénéficiaires de l'ACRE ou d'autres demandeurs d'ACRE, plus de 50 % du capital de la société, l'un au moins des demandeurs doit avoir la qualité de dirigeant, et chaque demandeur doit détenir une part du capital au moins égale à 10 % de la part détenue par le principal actionnaire ou porteur de parts.

Les cotisations exonérées

Le créateur ou repreneur d'entreprise est exonéré des cotisations d'assurance maladie-maternité, retraite de base, vieillesse, invalidité-décès et d'allocations familiales à condition que son revenu professionnel annuel ne dépasse pas un certain plafond.

Pour la création ou la reprise d'une entreprise en 2019, le créateur ou repreneur bénéficiera :

- D'une exonération totale des cotisations mentionnées ci-dessus si son revenu professionnel est inférieur à 30 393€
- D'une exonération dégressive si son revenu professionnel est supérieur à 30 393€ sans dépasser 40 524€
- D'aucune exonération si son revenu professionnel atteint 40 524€.

Création ou reprise d'entreprise depuis le 1er janvier 2019

L'aide sera attribuée automatiquement par l'URSSAF à tout créateur ou repreneur qui remplit les conditions mentionnées ci-dessus. Il n'y a pas de dossier spécifique à constituer.



Pour notre bar nous disposons de toutes les conditions nécessaires pour bénéficier de l'ACRE :

- On est dirigeant et on détient directement avec notre famille au moins 1/3 du capital social dont 25 % au moins à titre personnel, aucun associé hors de sa famille ne détenant plus de 50 % du capital ;
- Et nous créons une entreprise après le 1^{er} Janvier 2019

VIII. Stratégie commerciale

1. Plan de financement

PLAN DE FINANCEMENT A 3 ANS			
	1ère année	2ème année	3ème année
BESOINS (durables)			
Investissements immatériels			
Frais d'enregistrement			
Honoraires			
Dépôt de marque à l'Inpi			
Publicité au démarrage	10000		
Droit d'entrée franchise			
Brevet, licences	1410		
Création site internet	1000		
Logiciel			
Fonds de commerce ou droit au bail			
Investissements matériels			
Travaux / aménagements	80000		
Véhicule	15000		
Mobilier	30000		
Matériel informatique	1000		
Charge/assurance	12270		
Investissements financiers			
Achat local	250000		
Garanties professionnelles (ex : agent immobilier, transporteur)			
Besoin en fonds de roulement (BFR)			
Constitution	14050		
Accroissement			
Remboursement (emprunts à moyen et long terme)			
Prêt bancaire	10000		
Autres prêts	5000		
Rémunération exploitant individuel			
Distribution de dividendes			
TOTAL DES BESOINS	429730	0	0
RESSOURCES (durables)			
Capitaux propres			
Capital - Compte de l'exploitant (si entreprise individuelle)			
Comptes courants d'associés	30000		
Capacité d'autofinancement (CAF)	29680		
Primes et subventions			
Capitaux empruntés (emprunts à moyen et long terme)			
Prêt bancaire	245000		
Autres prêts	150000		
TOTAL DES RESSOURCES	454680	0	0
ECART = Total Ressources - Total Besoins	24950	0	0

2. Les fournisseurs

Pour notre approvisionnement notre concept est de présenter des produits locaux voici une liste des différents fournisseurs avec qui nous allons travailler :



ZAC d'Augny 2000,
57685 Metz-Augny

Brasserie



3 Rue du Bois le Prêtre, 54700
Pont-à-Mousson

Brasserie Artisanal et Soda



10 Route des 2 Hameaux,
88100 Saint-Dié

Eaux de vie et Liqueur



1 Rue de la Gare,
54200 Lucey

Vin de Toul Bio



13a Rue du 20e Corps Américain,
57000 Metz

Brasserie Artisanal

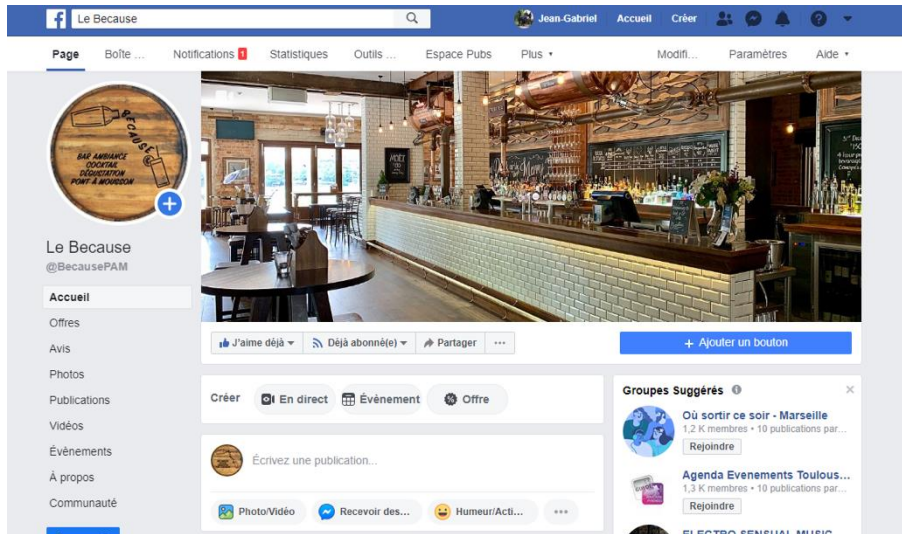


253 Rue de la République,
54200 Bruley

Vin de Toul Bio



3. Site internet



Notre page Facebook va nous servir à diffuser toutes les informations liées à notre Bar.

Affiché nos horaires d'ouverture,

Nos différentes soirées : Mojitos, Beaujolais, Rhum et bien d'autres

De montrer à nos potentielle client les avis de nos habitués





4. Plaque commerciale



SOIRÉES À THÈMES
SOIRÉES DÉGUSTATIONS
SERVICE DE RESTAURATION
PRODUITS LOCAUX.





266 Avenue des Etats Unis., Pont-à-Mousson,
54700
03 83 31 54 50
bar@because.fr
www.because.fr



BAR AMBIANCE

Les alcools



Les bières

Pression	25cl	33cl	50cl
-Leffe	3.50€	4€	4.80€
-Grimbergen brune	3€	4€	5.50€
-Blonde 3 brasseurs	3.80€	5€	6€
-L'IPA 3 brasseurs	3.80€	5€	6€
-Kastel Kriek	3.80€	5.50€	7.50€

Bouteilles

	Prix
-Lindemans Faro 33cl	3€
-La noireude 33cl	3.50€
-Abbaye des prémontrés 33cl	3.50€
-Lux Divina 33cl	3.50€
-La 14 - 18 33cl	3.50€
-Tripel Karmeliet 33cl	3.50€
-Metz Coast Ipa 33cl	4€
-Bon Poison Pale ale 33cl	4.50€
-Bon Poison Brown Ale 33cl	4.50€
-La levrette 33cl	4.80€
-La Stan 33cl	5€

Les vins

	Verre	Bouteille
-Gris de Toul 2018 AOC Lelievre	2.70€	14€
-Cotes de Toul Blanc Laroppe 2015	2.80€	14.50€
-Cotes de Toul Rouge Laroppe 2017	2.90€	14.80€
-Gewurztraminer 2016 bio	3€	15€
-Pinot Noir Symphonie 2018 bio	3€	15€
-Crémant d'Alsace Brut Bio	3.50€	16€

Les alcools forts

	Verre	Bouteille
-Mirabelle de lorraine 45°	4€	
-Jack Daniels 42°	7.50€	35€
-Ballentine 40°	7.50€	35€
-Don Papa 40°	9€	50€
-Belevedere 40°	9€	50€

Les cocktails

	Prix
-Mojito	10€
-Piña Colada	11€
-Sex on the beach	12€
-Bois Blanc	12€
-Pink Elephant	12€

Les softs



	Prix
-Café	2€
-Jus de fruits	2.50€
-Perrier	3€
-Coca Cola	3.30€
-Ice tea	3.30€
-Orangina	3.30€
-Red bull	3.80€

Les planches apéros



	Prix
-Planche simple	10€
-Planche moyenne	14€
-Planche grand format	18€

BECAUSE

HORAIRES

Lundi : Fermé
Mardi : Fermé
Mercredi : 11h00 - 14h30 et 18h00 - 02h00
Jeudi : 11h00 - 14h30 et 18h00 - 02h00
Vendredi : 11h00 - 14h30 et 17h00 - 08h00
Samedi : 21h00 - 04h00
Dimanche : 14h00 - 23h00

DÉGUSTATION

Si vous souhaitez assister à nos soirées dégustations, veuillez directement vous adresser aux gérants de l'établissement ou prenez rendez-vous via notre page Facebook ou notre site Internet.

CONTACT

Téléphone : 03 83 31 5450
Mail : bar@because.fr
Site Internet : www.because.fr
Facebook : Le Because



IX. Financement

1. Sources

Comptes courants d'associés	30000
<i>Prêt bancaire</i>	245000
<i>Autres prêts</i>	150000
Capitaux empruntés	395000
TOTAL	425000

2. Coût total

Investissements immatériels	11000
<i>Publicité au démarrage</i>	10000
<i>Création site internet</i>	1000
Investissements matériels	125000
<i>Travaux / aménagements</i>	80000
<i>Véhicule</i>	15000
<i>Mobilier</i>	30000
Investissements financiers	250000
<i>Achat local</i>	250000
Besoin en fonds de roulement (BFR)	14050
<i>Marchandise</i>	3500
<i>TAXE MUSIQUE</i>	900
<i>Salaires</i>	6000
<i>Charge eau électricité gaz</i>	3000
<i>Carburant véhicule</i>	150
<i>Assurance</i>	500
Trésorerie	24950
TOTAL	425000

X. Conclusion

