

2024/2025

Elie BOUSSEAU
Theo JEZEQUEL
Jules HEMON
Matt SHAN YAN

GFCE

CinéGourmet

Sommaire

I. Business Plan « généralités »

1. Résumé du projet
2. Présentation du concept
3. Structure juridique et équipe
4. Partenaires, fournisseurs et clients
5. Étude de marché (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menace)
6. Offre commerciale
 - Formule type
 - Exemples de films & menus
7. Stratégie marketing et communication

II. Business Plan « Éléments financiers »

1. Plan de financement initial et tableau d'amortissement
2. Compte de résultat prévisionnel N et N+1
3. Analyse différentielle : seuil de rentabilité, point mort
4. Bilan prévisionnel et analyse des besoins en fonds de roulement
5. Plan de trésorerie sur 12 mois

I. Business Plan « généralités

1. Résumé du projet

Cinégourmet, c'est un concept un peu fou mais terriblement séduisant : un restaurant immersif installé à Strasbourg, où le cinéma rencontre la gastronomie dans une ambiance totalement hors du commun. Le principe ? Projeter un film culte pendant que les clients dégustent, scène après scène, des plats inspirés de l'univers du film.

Chaque soirée devient un véritable spectacle : les assiettes arrivent au rythme du scénario, pile au bon moment, comme si le film et la cuisine se répondaient. Les menus sont pensés pour coller à l'ambiance du film, à ses couleurs, à ses odeurs, à son histoire. Une vraie expérience sensorielle, où tout se mélange : l'image, le son, les parfums et bien sûr, le goût.

Prenons un exemple simple : si le film projeté est Ratatouille, le public pourrait commencer par une soupe de légumes bien chaude, enchaîner avec la fameuse ratatouille de Rémy, et finir sur une tarte aux pommes croustillante. Le tout en suivant l'histoire, comme s'ils étaient à table avec les personnages.

L'idée de Cinégourmet est née de l'envie de proposer quelque chose de différent. Pas juste un resto, pas juste une séance de ciné : un moment à part, à vivre et à partager. Quelque chose de chaleureux, original, un peu magique aussi. C'est à la fois un lieu culturel, un événement, et un rendez-vous pour les amoureux du 7e art et de bonne cuisine.

2. Présentation du concept

Nom du projet : Cinégourmet

Localisation : Strasbourg, Grand Est

Secteur d'activité : Restauration immersive / événementiel culturel

Le concept en détail :

Cinégourmet est bien plus qu'un simple restaurant ou un cinéma : c'est une expérience immersive complète, pensée pour éveiller tous les sens du spectateur-client. À chaque séance, un film culte ou thématique est projeté dans une salle spécialement aménagée, tandis que les plats emblématiques liés au film sont servis en temps réel, en parfaite synchronisation avec le déroulement de l'histoire à l'écran.

Chaque événement se transforme ainsi en voyage narratif et culinaire où le spectateur devient acteur de sa propre expérience sensorielle. Il ne se contente plus de regarder un film : il le vit, le goûte et le partage.

Objectifs du projet :

Créer une expérience immersive et multisensorielle unique mêlant narration cinématographique et dégustation en temps réel.

Innover dans le secteur de la restauration, en apportant une nouvelle forme de divertissement basée sur le plaisir et l'émotion.

Fidéliser une clientèle curieuse et à la recherche d'expériences culturelles originales.

Se démarquer à la fois des restaurants traditionnels et des cinémas classiques en proposant un format hybride inédit.

Construire une forte identité de marque capable d'attirer l'attention des médias et des influenceurs.

Développer un modèle duplicable à Strasbourg, puis potentiellement dans d'autres grandes villes via un système de franchise.

Fonctionnement d'une soirée Cinégourmet :

Accueil et immersion :

Dès leur arrivée, les spectateurs découvrent une salle transformée selon l'univers du film : déco, ambiance sonore et même odeurs.

Projection du film :

La séance commence.

Service synchronisé :

Les plats sont servis au bon moment, en lien avec les scènes.

Exemple : un espresso arrive pile quand un personnage en boit un à l'écran.

Partage et interaction :

Les invités peuvent partager leur soirée avec un hashtag dédié sur les réseaux.

Fin de soirée :

Espace lounge, quiz autour du film, photo souvenir... l'expérience continue pour ceux qui veulent prolonger la soirée.

Ce qui fait la différence :

- Un concept original, qui change chaque semaine avec un nouveau film.
- Des recettes en lien avec l'univers du film, servies au bon moment.
- Une ambiance soignée dans les moindres détails.
- Une vraie fidélisation : les gens reviennent pour l'expérience, le menu, l'émotion.
- Parfait pour l'époque : on vit quelque chose, on le partage.

3. Structure juridique et équipe

Pourquoi une SARL ?

Pour Cinégourmet, on a choisi de créer une SARL. C'est un bon compromis : chacun est responsable à hauteur de ce qu'il apporte, donc les risques sont limités. Ce statut donne aussi un cadre sérieux, ce qui rassure les partenaires, les banques ou les fournisseurs.

Autre avantage : on peut fixer librement le capital social, donc on l'adapte à nos moyens au lancement. Et comme on est plusieurs sur le projet, la SARL permet de bien répartir les rôles et d'organiser la gestion dès le début avec des statuts clairs.

Côté fiscalité, on pourra être à l'impôt sur les sociétés, ou opter pour l'impôt sur le revenu si c'est plus intéressant au départ. Bref, c'est un statut qui nous apporte à la fois de la sécurité, de la souplesse, et de la crédibilité.

Infos administratives :

- Nom commercial : Cinégourmet
- Statut : SARL
- Objet : Organisation d'événements immersifs mêlant film et restauration à thème
- Capital de départ : 10 000 €
- Code APE : 56.10A – Restauration traditionnelle
- Lieu d'implantation : Strasbourg (immatriculation au RCS)

L'équipe :

Le projet est porté par une équipe aux profils variés et complémentaires. Chacun apporte ses compétences (communication, gestion, cuisine, événementiel...) pour faire avancer le projet et assurer son succès.

Jules Hemon – Fondateur / Directeur de projet

- Formation en communication & événementiel
- Expérience en gestion de projets culturels et création de contenus
- Chargé de la stratégie globale, du marketing et des partenariats

Théo Jezequel – Responsable opérationnel

- Spécialiste en logistique événementielle et coordination technique
- Supervision des installations, de la gestion des stocks et du personnel événementiel

Elie Bousseau – Chef(fe) cuisinier / créatif culinaire

- Expérience en restauration gastronomique et cuisine thématique
- Élaboration des menus en fonction des films, coordination cuisine-service

Matt Shan Yan – Chargé(e) de clientèle & relation publique

- Expertise en communication digitale et réseaux sociaux
- Responsable des campagnes web, du service client, et de l'animation de communauté

Points forts de l'équipe :

Une **vision partagée** du projet et une forte motivation entrepreneuriale.

Des **compétences complémentaires** en gestion, événementiel, restauration et communication. Une connaissance approfondie des **attentes du public cible** en matière d'expériences immersives et culturelles.

Une capacité à **co-construire et évoluer rapidement**, notamment via des retours clients et l'analyse de tendances.

4. Partenaires, fournisseurs et clients

Nom du projet : Cinégourmet

Localisation : Strasbourg, Grand Est

Secteur d'activité : Restauration immersive / événementiel culturel

Le concept en détail :

Cinégourmet, c'est un projet qui va un peu plus loin qu'un resto classique ou une séance de ciné. L'idée, c'est de proposer quelque chose d'immersion totale, où les gens vont vraiment vivre ce qu'ils regardent. À chaque événement, un film connu ou sur un thème précis est diffusé dans une salle faite pour ça, et en même temps, des plats sont servis, en lien direct avec les scènes.

Tout est calé : au moment où une scène importante passe, un plat associé arrive. Du coup, le spectateur devient plus qu'un simple observateur. Il goûte, il sent, il entend, il voit — tout en même temps. C'est une expérience complète, presque physique, qui mêle narration et dégustation.

Objectifs du projet :

Proposer une manière originale de vivre un film en ajoutant la dimension culinaire, au bon moment.

Apporter une idée nouvelle dans le monde de la restauration, qui s'appuie surtout sur l'émotion et le plaisir.

Attirer une clientèle qui aime les concepts différents, qui veut vivre des moments sortant de l'ordinaire.

Offrir un format hybride, entre le resto et le ciné, qu'on voit rarement ailleurs.

Créer une image de marque forte, qui puisse marquer les esprits et intéresser les médias ou les influenceurs.

Faire en sorte que le concept fonctionne à Strasbourg, et pouvoir, ensuite, le reproduire dans d'autres grandes villes grâce à un système de franchise.

Anticipation d'un stock de sécurité pour les produits non périssables à fort roulement.

Typologie des clients :

Le projet Cinégourmet s'adresse à une clientèle large mais ciblée, sensible aux expériences originales, à la gastronomie, et à la culture cinématographique.

BtoC – Grand public

Jeunes actifs (20-35 ans), en quête de sorties culturelles ludiques et conviviales.

Couples et groupes d'amis qui souhaitent vivre une soirée atypique.

Familles autour de films intergénérationnels (Disney, classiques français, etc.).

Touristes à la recherche d'activités originales à Strasbourg.

BtoB – Entreprises et événements privés

Comités d'entreprise pour soirées de fin d'année, team-building.

5. Étude de marché

Contexte général et Étude de marché :

Depuis un bon moment, on remarque que le secteur de la restauration change pas mal. Les gens, surtout les plus jeunes, ne veulent plus juste bien manger. Ce qu'ils attendent, c'est une expérience en plus. Quelque chose qui sorte de l'ordinaire, qui leur laisse un vrai souvenir. On le voit avec le succès des restos immersifs, des repas-spectacles, ou encore de tous ces ateliers culinaires qui sortent un peu du cadre. En fait, ça montre un besoin d'originalité, de sensations, d'émotion.

En parallèle, le cinéma reste super présent dans la culture d'aujourd'hui. Les vieux films cultes continuent de rassembler du monde, et créent même de vraies communautés autour. On pense à Harry Potter, Le Parrain, les Pixar ou les films japonais d'animation, qui touchent encore plein de monde.

C'est pile entre ces deux tendances que Cinégourmet vient se placer. D'un côté, on a cette envie de vivre un moment immersif autour du repas. De l'autre, il y a ce lien fort que les gens ont avec certains films, souvent liés à leur enfance ou à des émotions particulières.

Analyse SWOT – Forces, Faiblesses :

Forces	Faiblesses
Concept différenciant, mêlant gastronomie et culture	Coûts fixes importants (matériel, personnel, droits de diffusion)
Expérience multisensorielle et originale	Complexité logistique de la synchronisation plats/scènes
Capacité à fidéliser grâce à la variété de films et menus	Dépendance aux droits de diffusion (et à leur coût)
Fort potentiel de viralité (photos, vidéos, avis clients) sur les réseaux sociaux	Nécessité d'un lieu équipé, impliquant un investissement initial significatif
Adaptabilité du concept à l'événementiel privé	Concept peu connu du grand public, nécessite une stratégie pédagogique de communication

Analyse SWOT – Forces, Faiblesses :

Opportunités	Menaces
Forte demande pour les expériences originales et immersives	Rythme de fréquentation instable = risque de rentabilité incertaine
Marché français encore peu exploité sur le secteur « ciné + gastronomie »	Reproduction possible du concept par des concurrents

Possibilité de développer des franchises	Lassitude potentielle du public si les films ne sont pas régulièrement renouvelés
Ouverture vers l'événementiel (CE, festivals, mariages, écoles, etc.)	Sensibilité à la l'inflation = baisse du budget des ménages
Partenariats possibles avec des marques alimentaires, des distributeurs de films ou des festivals	Contraintes réglementaires sur les projections publiques (normes ERP, sécurité, droits d'auteur, etc.)

Potentiel de croissance

Le modèle est particulièrement évolutif:

Il peut être décliné à travers une programmation variée (saisons thématiques, festivals, soirées spéciales). Il est adaptable en version éphémère comme des pop-up restaurants lors d'événements, salons, conventions. Il peut être mis en place dans d'autres grandes villes françaises (Lyon, Bordeaux, Nantes...) via un développement en franchise.

6. Offre commerciale

Le concept d'offre

L'offre commerciale de Cinégourmet repose sur un format unique : une soirée combinant la projection d'un film culte (animation, ou autre) et un menu gastronomique entièrement inspiré de celui-ci, servi au même moment que les scènes-clés. Cette fusion entre cinéma narratif et expérience culinaire scénarisée permet de créer un produit événementiel immersif.

Formules proposées :

Formule Standard (Grand public)

Contenu : 1 film projeté + 3 à 5 mets servis durant la séance

Exemples : Entrée, plat, dessert, boisson, mise en bouche intermédiaire

Tarif indicatif : 45 € TTC par personne (hors tarifs réduits)

Durée : Environ 2h30

Réservation : En ligne uniquement via une billetterie dédiée

Formule Premium (Événementiel privé) :

Contenu : privatisation totale de la salle + film + menu personnalisé

Options : personnalisation du menu, animation (quiz, décor, photobooth)

Cibles : entreprises, groupes, anniversaires, écoles

Tarif : sur devis selon le nombre de participants (à partir de 1 200 € HT)

Formule Mini-Ciné (enfant / famille) :

Contenu : film familial + 3 mets adaptés (menu allégé)

Tarif indicatif : 25 € TTC / enfant - 35 € TTC / adulte

Exemples : films Disney, Pixar, Miyazaki, DreamWorks

Exemples de soirées et menus thématiques :

Film	Menu associé (extraits)
<i>Ratatouille</i>	Soupe aux légumes • Ratatouille façon Rémy • Fromage de chèvre affiné • Tarte fine aux pommes • Tisane au thym
<i>Le Parrain</i>	Bruschetta tomate-basilic • Spaghetti alla Clemenza • Aubergines parmigiana • Cannoli sicilien • Espresso italien

<i>Harry Potter</i>	Bièraubeurre maison • Tourte à la viande • Ragoût du banquet de Poudlard • Tarte à la mélasse • Cookies au chocolat enchantés
<i>Maman j'ai raté l'avion</i>	Mac and cheese gratinés • Dinde rôtie (Noël) • Milkshake vanille • Brownies aux noix • Chocolat chaud à la cannelle

Ces menus sont élaborés par un chef et adaptés selon les saisons, les contraintes alimentaires (végétarien, sans gluten, etc.) et les événements calendaires (Noël, Halloween, Saint-Valentin...).

Programmation et renouvellement

Changement de film toutes les semaines, permettant de créer une fidélisation par nouveauté.

Programmation en lien avec :

- Les saisons (films d'hiver, d'été, rentrée scolaire...)
- Les événements du calendrier (films de Noël, Saint-Valentin, Halloween)
- Les attentes de la communauté (votes en ligne pour le film à venir)

Services additionnels

Photobooth thématique à la sortie (décor inspiré du film projeté)

Quiz ou animation en amont du film (pour soirées Premium ou événements privés)

Produits dérivés (boissons, accessoires, goodies à l'image du film)

7. Stratégie marketing et communication

Objectifs marketing

La stratégie de communication de Cinégourmet vise à :

- Créer une identité de marque forte, originale et mémorable
- Générer du bouche-à-oreille numérique via les réseaux sociaux
- Attirer une clientèle ciblée sensible aux expériences immersives
- Fidéliser les clients grâce à une programmation évolutive
- Se faire connaître rapidement à Strasbourg puis dans d'autres villes.

Identité de marque :

Nom : Cinégourmet

Slogan : "Dégustez vos films préférés."

Ton : accessible, chaleureux, passionné de films et de cuisine

Univers visuel : logo inspiré d'une pellicule transformée en assiette, couleurs chaleureuses (rouge bordeaux, doré, noir ciné), visuels immersifs mêlant plats et scènes de films

Communication digitale :

Réseaux sociaux (Social Media Marketing)

Objectif : Créer une communauté engagée et curieuse

Instagram : mise en avant de photos/vidéos esthétiques des plats et soirées ; stories « behind the scenes » ; reels avec extraits de soirées

TikTok : contenu court et dynamique : transformations de salle, préparation des menus, réactions des clients

Facebook : relai d'événements, infos pratiques, campagnes sponsorisées locales

Hashtags dédiés : #Cinegourmet, #FilmEnBouche, #DinerImmersif

Contenu immersif

Teasers vidéo pour chaque film à l'affiche, avec extraits du menu

Interviews du chef et des membres de l'équipe

Mise en scène des plats à côté des scènes qui les inspirent

Influence & relation presse :

Partenariats influenceurs :

Influenceurs locaux (food, lifestyle, ciné)

Offres découvertes en avant-première contre des promotions.

Création d'un "Club Cinégourmet" avec des ambassadeurs fidèles.

Presse & médias locaux

Communiqués de presse pour les ouvertures, nouvelles programmations ou événements spéciaux.

Collaboration avec des radios, magazines culturels locaux.

Publicité et affichage

Affiches grand format et flyers dans les cinémas, cafés, écoles, commerces Distribution de tracts lors de festivals, salons ou marchés locaux.

Affichage numérique via les réseaux d'écrans en centre-ville ou transports en commun (si budget disponible).

Site internet et billetterie

Site vitrine responsive avec :

- Présentation du concept
- Calendrier des séances
- Galerie photo/vidéo
- FAQ (allergènes, réservations, déroulement d'une soirée)
- Formulaire de contact

Intégration d'une billetterie en ligne (Weezevent, Billetweb, ou sur mesure).

Optimisation SEO avec des mots-clés comme : « restaurant immersif Strasbourg », « dîner cinéma original », « soirée à thème culinaire ».

Fidélisation et CRM

- Carte de fidélité numérique : 1 soirée offerte après 5 participations
- Newsletters mensuelles : annonces de programmation, concours, recettes exclusive
- Jeux-concours mensuels sur Instagram pour gagner des places
- Avis Google / TripAdvisor sollicités avec récompense symbolique (boisson offerte, badge VIP, etc.).

II. Business Plan – Éléments financiers

1. Plan de financement initial et amortissements

Investissement et financement

Investissements et financements

Projet : *Cinégourmet*
Porteur de projet : *Elie Boussaute, Jules Hemon, Matt Shan Yan, Théo Jezequel*

INVESTISSEMENTS	Montant € hors taxes
Immobilisations incorporelles	188,300.00
<i>Frais d'établissement</i>	<i>5,000.00</i>
<i>Frais d'ouverture de compteurs</i>	<i>2,000.00</i>
<i>Logiciels, formations</i>	<i>10,000.00</i>
<i>Dépôt marque, brevet, modèle</i>	<i>3,000.00</i>
<i>Droits d'entrée</i>	<i>-</i>
<i>Achat fonds de commerce ou parts</i>	<i>150,000.00</i>
<i>Droit au bail</i>	<i>5,000.00</i>
<i>Caution ou dépôt de garantie</i>	<i>3,800.00</i>
<i>Frais de dossier</i>	<i>5,000.00</i>
<i>Frais de notaire ou d'avocat</i>	<i>4,500.00</i>
Immobilisations corporelles	280,000.00
<i>Enseigne et éléments de communication</i>	<i>20,000.00</i>
<i>Achat immobilier</i>	<i>-</i>
<i>Travaux et aménagements</i>	<i>250,000.00</i>
<i>Matériel</i>	<i>-</i>
<i>Matériel de bureau</i>	<i>10,000.00</i>
Stock de matières et produits	30,000.00
Trésorerie de départ	40,000.00
TOTAL BESOINS	538,300.00

FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS			Montant € hors taxes
Apport personnel			55,000.00
<i>Apport personnel ou familial</i>			50,000.00
<i>Apports en nature (en vale</i>			5,000.00
Emprunt			500,000.00
	<i>taux</i>	<i>durée mois</i>	
<i>Prêt n°1 (nom de la banque)</i>	3.50%	60	300,000.00
<i>Prêt n°2 (nom de la banque)</i>	3.25%	36	200,000.00
<i>Prêt n°3 (nom de la banque)</i>			
Subvention n°1 (libellé)			50,000.00
Subvention n°2 (libellé)			-
Autre financement (libellé)			
TOTAL RESSOURCES			605,000.00

Objectifs :

Ce tableau a pour objectif de présenter en détail les besoins financiers nécessaires au lancement du projet, ainsi que les sources de financement mobilisées. Il permet de vérifier l'équilibre entre les dépenses prévues (aménagements, matériel, fonds de commerce, etc.) et les ressources obtenues (apports, emprunts, subventions). Ce document est essentiel pour apprécier la faisabilité économique et la crédibilité du projet.

Analyse :

Ce tableau met en évidence tous les moyens mobilisés pour lancer notre projet Cinégourmet. Le montant total des investissements hors taxes s'élève à 538 300 €, répartis entre les immobilisations incorporelles (fonds de commerce, logiciels, brevet) et corporelles (matériel, travaux, mobilier).

Le projet affiche clairement une ambition forte, notamment avec 150 000 € dédiés à l'achat du fonds de commerce et 250 000 € d'aménagements, ce qui montre notre volonté de proposer un lieu haut de gamme.

Le financement repose sur une combinaison équilibrée : 55 000 € d'apport personnel, 500 000 € d'emprunts auprès des banques, et 50 000 € de subventions, pour un total de 605 000 €, soit une marge de manœuvre de 66 700 €.

Cette avance de trésorerie permet de sécuriser les premiers mois d'activité et de faire face à d'éventuels imprévus. Le montage financier est cohérent avec les besoins identifiés et renforce la crédibilité du projet.

Plan de financement à 3 ans :

	Année 1	Année 2	Année 3
Immobilisations	468,300.00		
Acquisition des stocks	30,000.00		
Variation du Besoin en fonds de roulement	- 11,229.04	- 1,122.90	- 2,470.39
Remboursement d'emprunts	126,666.67	126,666.67	126,666.67
Total des besoins	613,737.63	125,543.76	124,196.28
Apport personnel	55,000.00		
Emprunts	500,000.00		
Subventions	50,000.00		
Autres financements			
Capacité d'auto-financement	27,906.75	55,384.54	107,021.37
Total des ressources	632,906.75	55,384.54	107,021.37
Variation de trésorerie	19,169.12	- 70,159.23	- 17,174.91
Excédent de trésorerie	19,169.12	- 50,990.10	- 68,165.01

Rappel trésorerie début année 1 : 40,000.00

Objectif :

Ce tableau permet d'anticiper les performances économiques de l'entreprise sur trois ans. L'objectif est de montrer que l'activité peut être rentable de manière durable et réaliste. Il permet de définir avec précision le montant des ressources nécessaires à l'entreprise pour financer son programme d'investissements et son cycle d'exploitation.

Analyse :

Le tableau présente un plan de financement sur trois ans, détaillant les besoins, les ressources et l'évolution de la trésorerie de l'entreprise. Il met en lumière une situation initialement équilibrée grâce à un important apport de financements externes, mais

qui se détériore rapidement en l'absence de nouvelles ressources, malgré des besoins plus faibles.

En année 1, les besoins atteignent 613 737,63 €, majoritairement dus aux immobilisations (468 300,00 €) et aux remboursements d'emprunts. Les ressources s'élèvent à 632 906,75 €, principalement grâce à un emprunt de 500 000,00 €, permettant de dégager un excédent de trésorerie de 19 169,12 €.

En année 2, les besoins chutent à 125 543,76 €, mais les ressources sont limitées (55 384,54 €) faute de nouveaux financements. L'entreprise enregistre alors une variation de trésorerie négative de -70 159,23 €, creusant un déficit.

En année 3, les besoins restent similaires (124 196,28 €) mais les ressources (107 021,37 €), uniquement issues de l'auto-financement, restent insuffisantes. La trésorerie continue donc de se dégrader avec un excédent final négatif de -68 165,01 €.

Ce plan montre la nécessité d'un nouvel apport financier à moyen terme pour rétablir un équilibre financier.

Tableau capacité d'autofinancement :

	Année 1	Année 2	Année 3
Résultat de l'exercice	- 2,543.25	24,934.54	76,571.37
+ Dotation aux amortissements	30,450.00	30,450.00	30,450.00
Capacité d'autofinancement	27,906.75	55,384.54	107,021.37
- Remboursement des emprunts	126,666.67	126,666.67	126,666.67
Autofinancement net	-98,759.92	-71,282.13	-19,645.30

Objectifs :

Ce tableau mesure la capacité de l'entreprise à générer des ressources financières internes pour rembourser ses emprunts ou réinvestir. Il combine le résultat net et les dotations aux amortissements pour calculer la CAF (Capacité d'autofinancement), puis en déduit l'autofinancement net. C'est un indicateur crucial pour évaluer l'autonomie financière du projet à moyen terme.

Analyse :

Ce tableau montre comment évolue la capacité d'autofinancement (CAF) de l'entreprise sur trois ans. On y prend en compte le résultat net, les amortissements et le remboursement des emprunts. L'objectif, c'est de voir si l'entreprise peut financer ses besoins par ses propres moyens, sans avoir à dépendre de financements extérieurs.

En première année, l'exercice se termine avec un résultat négatif de -2 543,25 €. Heureusement, la dotation aux amortissements s'élève à 30 450,00 €, ce qui permet à la CAF d'atteindre 27 906,75 €. Mais avec un remboursement d'emprunts assez lourd (126 666,67 €), l'autofinancement net plonge à -98 759,92 €.

L'année suivante, la situation s'améliore un peu : le résultat passe à 24 934,54 €, et la dotation reste la même. La CAF grimpe donc à 55 384,54 €. Malgré ça, le remboursement d'emprunts étant toujours aussi élevé, l'autofinancement net reste dans le rouge à -71 282,13 €.

En troisième année, les choses s'améliorent nettement. L'entreprise réalise un bon résultat, à 76 571,37 €, ce qui fait monter la CAF à 107 021,37 €, le meilleur chiffre sur toute la période. Pourtant, avec un remboursement qui ne change pas, l'autofinancement net reste encore déficitaire à -19 645,30 €.

En résumé, la CAF progresse chaque année, ce qui est encourageant. Mais elle ne suffit toujours pas à couvrir les remboursements d'emprunts. Pour atteindre l'équilibre, il faudra soit renégocier ces remboursements, soit continuer à améliorer les résultats de l'entreprise.

	Année 1	Année 2	Année 3
Amortissements incorporels	2,450.00	2,450.00	2,450.00
<i>Frais d'établissement</i>	500.00	500.00	500.00
<i>Logiciels, formations</i>	1,000.00	1,000.00	1,000.00
<i>Droits d'entrée</i>	0.00	0.00	0.00
<i>Frais de dossier</i>	500.00	500.00	500.00
<i>Frais de notaire ou d'avocat</i>	450.00	450.00	450.00
Amortissements corporels	28,000.00	28,000.00	28,000.00
<i>Enseigne et éléments de communication</i>	2,000.00	2,000.00	2,000.00
<i>Achat immobilier</i>	0.00	0.00	0.00
<i>Travaux et aménagements</i>	25,000.00	25,000.00	25,000.00
<i>Matériel</i>	0.00	0.00	0.00
<i>Matériel de bureau</i>	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Total amortissements	30,450.00	30,450.00	30,450.00

Objectif :

Le tableau des amortissements a pour objectif principal de refléter la perte de valeur progressive d'un bien à travers les années, en tenant compte de son usure ou de son obsolescence.

En comptabilité, ce mécanisme est essentiel pour respecter les règles fiscales et comptables, puisqu'il permet de ne pas imputer tout le coût d'un investissement sur une seule année, mais de lisser cette dépense sur plusieurs exercices.

Le tableau des amortissements améliore ainsi la lisibilité financière d'un projet, en offrant une vision plus juste de la rentabilité réelle, indépendamment des achats ponctuels d'équipements. Il aide aussi à anticiper le renouvellement du matériel en signalant la fin de vie comptable des biens utilisés.

En résumé, il s'agit d'un outil indispensable à la fois pour la gestion, le pilotage financier et la conformité administrative d'un projet.

Analyse :

Le tableau des amortissements permet de constater la répartition des investissements sur la durée. Cinégourmet prévoit 30 450 € d'amortissements par an, qui sont répartis entre immobilisations incorporelles (brevets, logiciels, frais d'établissement) et corporelles (les travaux et aménagements à hauteur de 25 000 € par an).

Cette régularité sur les trois premières années garantit une stabilité comptable et évite les variations brusques dans les résultats nets. En amortissant correctement ses investissements, l'entreprise respecte les normes comptables tout en se dotant d'un outil de suivi fiable. Cette gestion prévisionnelle prudente limite les risques fiscaux et nous permet d'avoir une transparence essentielle dans la relation avec les financeurs et partenaires.

2 - Compte de résultat prévisionnel N et N+1

Compte de résultat prévisionnel sur trois ans :

Compte de résultats prévisionnel sur 3 ans

Projet : *Cinégourmet*

Porteur de projet : *Elie Bousseau, Jules Heman, Matt Shan Yan, Théo Je*

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	455,400.00	500,940.00	601,128.00
<i>Chiffre d'affaires HT vente de marchandises</i>	<i>455,400.00</i>	<i>500,940.00</i>	<i>601,128.00</i>
<i>Chiffre d'affaires HT services</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Charges d'exploitation	136,620.00	150,282.00	180,338.40
<i>Achats consommés</i>	<i>136,620.00</i>	<i>150,282.00</i>	<i>180,338.40</i>
Marge brute	318,780.00	350,658.00	420,789.60
Charges externes	76,740.00	76,740.00	76,740.00
<i>Assurances</i>	<i>9,000.00</i>	<i>9,000.00</i>	<i>9,000.00</i>
<i>Téléphone, internet</i>	<i>180.00</i>	<i>180.00</i>	<i>180.00</i>
<i>Autres abonnements</i>	<i>500.00</i>	<i>500.00</i>	<i>500.00</i>
<i>Carburant, transports</i>	<i>5,000.00</i>	<i>5,000.00</i>	<i>5,000.00</i>
<i>Frais de déplacement et hébergement</i>	<i>5,000.00</i>	<i>5,000.00</i>	<i>5,000.00</i>
<i>Eau, électricité, gaz</i>	<i>3,600.00</i>	<i>3,600.00</i>	<i>3,600.00</i>
<i>Mutuelle</i>	<i>7,560.00</i>	<i>7,560.00</i>	<i>7,560.00</i>
<i>Fournitures diverses</i>	<i>2,000.00</i>	<i>2,000.00</i>	<i>2,000.00</i>
<i>Entretien matériel et vêtements</i>	<i>1,800.00</i>	<i>1,800.00</i>	<i>1,800.00</i>
<i>Nettoyage des locaux</i>	<i>3,000.00</i>	<i>3,000.00</i>	<i>3,000.00</i>
<i>Budget publicité et communication</i>	<i>12,500.00</i>	<i>12,500.00</i>	<i>12,500.00</i>
<i>Loyer et charges locatives</i>	<i>21,600.00</i>	<i>21,600.00</i>	<i>21,600.00</i>
<i>Expert comptable, avocats</i>	<i>5,000.00</i>	<i>5,000.00</i>	<i>5,000.00</i>
<i>Libellé autre charge 1</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Libellé autre charge 2</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Libellé autre charge 3</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Valeur ajoutée	242,040.00	273,918.00	344,049.60
Impôts et taxes	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Salaires employés	43,000.00	43,000.00	43,000.00
<i>Charges sociales employés</i>	<i>19,350.00</i>	<i>19,350.00</i>	<i>19,350.00</i>
Prélèvement dirigeant(s)	96,000.00	96,000.00	96,000.00
<i>Charges sociales dirigeant(s)</i>	<i>43,200.00</i>	<i>43,200.00</i>	<i>43,200.00</i>
Excédent brut d'exploitation	37,990.00	69,868.00	139,999.60
<i>Frais bancaires, charges financières</i>	<i>10,083.25</i>	<i>10,083.25</i>	<i>10,083.25</i>
<i>Dotations aux amortissements</i>	<i>30,450.00</i>	<i>30,450.00</i>	<i>30,450.00</i>
Résultat avant impôts	- 2,543.25	29,334.75	99,466.35
Impôt sur les sociétés	-	4,400.21	22,894.98
Résultat net comptable (résultat de l'exercice)	- 2,543.25	24,934.54	76,571.37

Objectif :

Le compte de résultat sur trois ans est un outil essentiel pour évaluer la performance financière d'une entreprise. Il permet d'analyser les revenus, les coûts et les bénéfices, offrant ainsi une vue d'ensemble de la structure financière de l'entreprise. Ce document aide à la prise de décision stratégique, à la planification financière et à la mesure de la rentabilité. Il facilite également la communication avec les parties prenantes et assure la conformité aux normes comptables. Enfin, il permet d'identifier les tendances du marché et les cycles économiques, offrant une vision claire et détaillée de la performance financière de l'entreprise.

Analyse :

Ce tableau présente un compte de résultat prévisionnel sur trois ans. Les produits d'exploitation, principalement issus du chiffre d'affaires des ventes de marchandises et de services, augmentent de 455 400,00 € en Année 1 à 601 128,00 € en Année 3. Les charges d'exploitation, incluant les achats consommés, suivent cette tendance à la hausse, passant de 136 620,00 € à 180 338,40 € sur la même période. La marge brute, qui est la différence entre les produits et les charges d'exploitation, augmente de 318 780,00 € en Année 1 à 420 789,60 € en Année 3. Les charges externes, telles que les loyers et les assurances, restent stables autour de 76 740,00 € pour les loyers et 9 000,00 € pour les assurances.

La valeur ajoutée, représentant la richesse créée par l'entreprise, passe de 242 040,00 € en Année 1 à 344 049,60 € en Année 3. Les salaires et charges sociales augmentent proportionnellement, passant de 43 000,00 € à 43 200,00 € pour les salaires et de 96 000,00 € à 96 000,00 € pour les charges sociales. L'excédent brut d'exploitation, mesurant la rentabilité opérationnelle, montre une forte augmentation, passant de 37 990,00 € en Année 1 à 139 999,60 € en Année 3.

Enfin, le résultat net comptable passe d'un déficit de 2 543,25 € en Année 1 à un bénéfice de 76 571,37 € en Année 3, reflétant une amélioration continue de la rentabilité globale de l'entreprise.

En conclusion, le compte de résultat prévisionnel sur trois ans montre une croissance constante des produits d'exploitation et une augmentation proportionnelle des charges d'exploitation. La marge brute, qui est un indicateur clé de la performance financière, augmente chaque année, passant de 318 780,00 € en Année 1 à 420 789,60 € en Année 3. Cette tendance positive reflète une amélioration continue de la rentabilité opérationnelle de l'entreprise. De plus, le résultat net comptable passe d'un déficit en Année 1 à un bénéfice en Année 3, ce qui indique une amélioration significative de la santé financière globale de l'entreprise.

3. Analyse différentielle : seuil de rentabilité, point mort

Seuil de rentabilité économique :

Projet : *Cinégourmet*

Porteur de projet : *Elie Bousseau, Jules Hemon, Matt Shan Yan, Théo Je*

	Année 1	Année 2	Année 3
Ventes + Production réelle	455,400.00	500,940.00	601,128.00
Achats consommés	136,620.00	150,282.00	180,338.40
Total des coûts variables	136,620.00	150,282.00	180,338.40
Marge sur coûts variables	318,780.00	350,658.00	420,789.60
Taux de marge sur coûts variables	70%	70%	70%
Coûts fixes	311,240.00	311,240.02	311,240.02
Total des charges	447,860.00	461,522.02	491,578.42
Résultat courant avant impôts	- 2,543.25	29,334.75	99,466.35
Seuil de rentabilité (chiffre d'affaires)	444,628.57	444,628.60	444,628.60
Excédent / insuffisance	10,771.43	56,311.40	156,499.40
<i>Point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré</i>	<i>1,778.51</i>	<i>1,778.51</i>	<i>1,778.51</i>

Objectif :

Ce tableau calcule le chiffre d'affaires minimum que l'entreprise doit atteindre pour couvrir l'ensemble de ses charges (fixes et variables), sans réaliser ni perte ni bénéfice. Il nous permet également de déterminer le point mort, c'est-à-dire le moment dans l'année où la rentabilité est atteinte. C'est un indicateur pour évaluer le niveau de risque et de performance d'un projet.

Analyse :

Le calcul du seuil de rentabilité montre que notre Cinégourmet est un projet rentable dès sa première année.

Le seuil est fixé à 444 628 €, alors que le chiffre d'affaires prévisionnel pour cette même période est de 455 400 €, soit un excédent de 10 771 €. Ce dépassement du seuil dès le lancement est un très positif et témoigne d'une construction budgétaire réaliste.

Le taux de marge sur les coûts variables atteint 70 %, ce qui montre que le modèle économique fonctionne bien, notamment grâce à des services qui apportent beaucoup de valeur.

Analyse point mort :

Le point mort, ou seuil de rentabilité, est un indicateur intéressant pour évaluer la performance financière d'une entreprise. Dans le tableau, le point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré est constant à 1 778,51 € sur les trois années.

Cette stabilité du point mort par jour ouvré montre que l'entreprise maîtrise bien ses coûts fixes et variables. Cela signifie que l'entreprise doit générer un chiffre d'affaires d'au moins 1 778,51 € chaque jour pour couvrir ses charges et atteindre son seuil de rentabilité.

En conclusion, la stabilité du point mort à 1 778,51 € par jour ouvré sur les trois années indique une bonne santé financière et une gestion efficace des coûts de l'entreprise.

4. Bilan prévisionnel N et analyse du Fonds de Roulement (FR), Besoin en Fonds de Roulement (BFR) et Trésorerie :

Besoin en fond de roulement :

Analyse clients / fournisseurs :

	délat jours	Année 1	Année 2	Année 3
Besoins				
Volume crédit client HT	0	-	-	-
Ressources				
Volume dettes fournisseurs HT	30	11,229.04	12,351.95	14,822.33
Besoin en fonds de roulement		- 11,229.04	- 12,351.95	- 14,822.33

Analyse :

L'analyse du BFR nous confirme la solidité de la structure financière du projet. Le BFR est négatif sur les trois premières années, ce qui signifie que Cinégourmet n'a pas besoin d'immobiliser de trésorerie pour son cycle d'exploitation.

Cette situation, qui est favorable, provient du fait que les clients nous paient à l'avance lors de la réservation, alors que les fournisseurs sont réglés avec un délai moyen de 30 jours.

En année 1, le BFR s'établit à -11 229 €, ce qui présente une avance de trésorerie structurelle, réinvestissable dans le développement de l'activité. C'est un point fort majeur du modèle économique, qui garantit une grande fluidité dans la gestion quotidienne sans recours à des découverts bancaires.

EMPLOIS	N	RESSOURCES	N
EMPLOIS STABLES		RESSOURCES STABLES	
Immobilisations incorporelle	188,300	Capitaux propres	102,457
Immobilisations corporelles	280,000	Provisions pour risques et charges	
Immobilisations financières		Amortissements et dépréciations	30,450
		Dettes financières	373,333
Total I	468,300	Total I	506,240
ACTIF CIRCULANT		PASSIF CIRCULANT	
Stocks et encours	30,000	Dettes fournisseurs	11,229
Créances clients		Autres dettes	
Autres créances			
Total II	30,000	Total II	11,229
TRÉSORERIE ACTIVE		TRÉSORERIE PASSIVE	
VMP		Concours bancaires courants	
Disponibilités	19,169		
Total III	19,169	Total III	0
TOTAL GÉNÉRAL	517,469	TOTAL GÉNÉRAL	517,469

	N		N
Ressources stables	506,240	Ratios d'équilibre financier	
- Emplois stables	468,300	Financement des immobilisations	1.08
FRNG	37,940	Couverture capitaux investis	1.04
Actif circulant	30,000	Ratios de structure	
- Passif circulant	11,229	Intensité capitalistique	0.90
BFR	18,771	Indépendance financière	3.64
FRNG	37,940		
- BFR	18,770.96		
Trésorerie Nette	19,169		
Trésorerie Active	19,169		
- Trésorerie Passive	0.00		
ification Trésorerie Nette	19,169		

Analyse :

Le tableau présente une analyse fonctionnelle de la situation financière de l'entreprise à l'année N. Les emplois stables s'élèvent à 468 300 €, répartis entre immobilisations incorporelles (188 300 €) et immobilisations corporelles (280 000 €), sans immobilisations financières. En face, les ressources stables atteignent 506 240 €, composées essentiellement de dettes

financières (373 333 €), de capitaux propres limités à 102 457 €, et de dotations aux amortissements (30 450 €). Cela permet un fonds de roulement net global (FRNG) positif de 37 940 €, indiquant que les ressources à long terme financent correctement les immobilisations.

L'actif circulant, qui est constitué uniquement de stocks pour 30 000 €, dépasse le passif circulant (11 229 € de dettes fournisseurs), qui génère un besoin en fonds de roulement (BFR) positif de 18 771 €. Ce besoin est couvert par le FRNG, ce qui permet à l'entreprise de dégager une trésorerie nette positive de 19 169 €. Cette trésorerie est composée uniquement de disponibilités, sans concours bancaires, et confirme une bonne gestion de la liquidité à court terme.

Les ratios financiers nous confirment une solidité à court terme : le financement des immobilisations est maîtrisé (ratio de 1,08), tout comme la couverture des capitaux investis (1,04). Toutefois, des points de vigilance apparaissent dans les ratios de structure : une intensité capitalistique élevée (0,90) montre une forte dépendance aux investissements fixes.

En résumé, l'entreprise est en mesure de financer ses besoins à court terme et dispose d'un équilibre fonctionnel satisfaisant, mais sa structure de financement reste fragile sur le long terme en raison d'une faible autonomie financière.

5. Plan de trésorerie sur 12 mois :

Première année

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6
Apport personnel	55,000.00					
Emprunts	500,000.00					
Subventions	50,000.00					
Autres financements						
Vente de marchandises	39,600.00	36,000.00	36,000.00	39,600.00	37,800.00	39,600.00
Vente de services	-	-	-	-	-	-
Chiffre d'affaires (total)	39,600.00	36,000.00	36,000.00	39,600.00	37,800.00	39,600.00
Immobilisations incorporelles	188,300.00					
Immobilisations corporelles	280,000.00					
Immobilisations (total)	468,300.00					
Acquisition stocks	30,000.00					
Échéances emprunt	10,555.56	10,555.56	10,555.56	10,555.56	10,555.56	10,555.56
Achats de marchandises	11,880.00	10,800.00	10,800.00	11,880.00	11,340.00	11,880.00
Charges externes	6,395.00	6,395.00	6,395.00	6,395.00	6,395.00	6,395.00
Impôts et taxes	208.33	208.33	208.33	208.33	208.33	208.33
Salaires employés	3,583.33	3,583.33	3,583.33	3,583.33	3,583.33	3,583.33
Charges sociales employés	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50
Prélèvement dirigeant(s)	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
Charges sociales dirigeant(s)	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Total charges de personnel	16,795.83	16,795.83	16,795.83	16,795.83	16,795.83	16,795.83
Frais bancaires, charges financiè	840.27	840.27	840.27	840.27	840.27	840.27
Total des décaissements	544,974.99	45,594.99	45,594.99	46,674.99	46,134.99	46,674.99
Total des encaissements	644,600.00	36,000.00	36,000.00	39,600.00	37,800.00	39,600.00
Solde précédent	-	99,625.01	90,030.01	80,435.02	73,360.03	65,025.03
Solde du mois	99,625.01	- 9,594.99	- 9,594.99	- 7,074.99	- 8,334.99	- 7,074.99
Solde de trésorerie (cumul)	99,625.01	90,030.01	80,435.02	73,360.03	65,025.03	57,950.04

Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
						55,000.00
						500,000.00
						50,000.00
						-
41,400.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	37,800.00	32,400.00	455,400.00
-	-	-	-	-	-	-
41,400.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	37,800.00	32,400.00	455,400.00
						188,300.00
						280,000.00
						468,300.00
						30,000.00
10,555.56	10,555.56	10,555.56	10,555.56	10,555.56	10,555.56	126,666.67
12,420.00	10,800.00	11,880.00	11,880.00	11,340.00	9,720.00	136,620.00
6,395.00	6,395.00	6,395.00	6,395.00	6,395.00	6,395.00	76,740.00
208.33	208.33	208.33	208.33	208.33	208.33	2,500.00
3,583.33	3,583.33	3,583.33	3,583.33	3,583.33	3,583.33	43,000.00
1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	19,350.00
8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	96,000.00
3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	43,200.00
16,795.83	16,795.83	16,795.83	16,795.83	16,795.83	16,795.83	201,550.00
840.27	840.27	840.27	840.27	840.27	840.27	10,083.25
47,214.99	45,594.99	46,674.99	46,674.99	46,134.99	44,514.99	1,052,459.92
41,400.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	37,800.00	32,400.00	1,060,400.00
57,950.04	52,135.05	42,540.05	35,465.06	28,390.07	20,055.07	
- 5,814.99	- 9,594.99	- 7,074.99	- 7,074.99	- 8,334.99	-12,114.99	
52,135.05	42,540.05	35,465.06	28,390.07	20,055.07	7,940.08	

Objectif :

Le plan de trésorerie prévisionnel permet de visualiser les flux d'encaissements et de décaissements mois par mois sur la première année d'activité, afin d'anticiper les besoins de liquidité et de prévoir les pics ou creux de trésorerie.

Analyse :

Le projet "CinéGourmet", combinant restauration et expérience cinématographique, repose sur une structure financière ambitieuse dès le départ.

Un financement initial important de 605 000 € (apport personnel de 55 000 €, emprunt de 500 000 € et subvention de 50 000 €) a permis de lancer l'activité, avec de lourds investissements en immobilisations : 188 300 € pour les éléments incorporels (probablement logiciels, site web, droits d'exploitation cinématographiques) et 280 000 € pour les corporels (cuisine, salle de projection, mobilier, etc.).

Ces investissements massifs au mois 1 alourdissent les décaissements immédiats (544 974,99 €), réduisant d'emblée la trésorerie à 99 625,01 €, malgré des encaissements élevés. Sur l'année, le chiffre d'affaires total atteint 455 400 €, avec une certaine stabilité entre les mois : entre 36 000 € et 39 600 €, sauf en fin d'année où il chute à 32 400 € en mois 12. Ce recul pourrait s'expliquer par la période hivernale ou les fêtes de fin d'année, où les habitudes de consommation changent (vacances, moins de sorties, concurrence accrue). Inversement, le mois 7 (juillet) présente le chiffre le plus élevé (41 400 €), ce qui peut être lié à l'attractivité estivale, période où les sorties en soirée sont plus fréquentes. Cela souligne l'importance de la saisonnalité dans un concept tel que le ciné-gourmet.

D'un point de vue des charges, celles-ci restent stables, en particulier les salaires (3 583,33 €/mois), les charges sociales, et les remboursements de prêt (10 555,56 €/mois), mais les achats de marchandises varient légèrement (de 9 720 € à 12 420 €), témoignant d'une adaptation à la fréquentation.

Les mois 1 et 10 affichent les décaissements mensuels les plus élevés (plus de 47 000 €), alors que les soldes de trésorerie baissent régulièrement jusqu'à atteindre un plancher critique de 7 940,08 € en fin d'année. Cela signifie que la trésorerie est quasiment consommée, avec un rythme de dépenses supérieur à la rentabilité réelle de l'activité.

On remarque aussi que les mois de juin, octobre et novembre sont particulièrement délicats en termes de solde mensuel, avec des sorties qui dépassent les encaissements, ce qui devrait nous talerter sur la gestion du fond de roulement.

Parmi les points positifs, on peut voir la régularité des ventes, une masse salariale bien calibrée, et une gestion plutôt stable. Le projet montre aussi qu'il existe une demande réelle, en particulier l'été.

Mais les points négatifs sont préoccupants : les investissements sont trop lourds dès le départ, la rentabilité reste faible par rapport aux dépenses, aucune dynamique de croissance n'est visible sur les ventes, et la trésorerie s'épuise. De plus, l'absence de services en hiver ou d'événements spécifiques pour booster l'activité à ces périodes est un manque stratégique. Et ce, à cause du manque d'activité du restaurant.

En conclusion, notre CinéGourmet est porteur mais doit mieux intégrer la saisonnalité dans sa stratégie commerciale, dynamiser sa communication pour attirer davantage durant les mois faibles, et revoir ses charges fixes pour dégager une marge suffisante. Sans ajustements, le projet pourrait ne pas supporter une deuxième année d'activité avec un tel rythme financier. Une stratégie ciblée sur l'optimisation des coûts, la diversification de l'offre et l'exploitation d'événements thématiques par saison est recommandé.