

ECOLE PROFESSIONNELLE MAIN



PLAN D'AFFAIRE

DE



Présenté par:

- ✓ MARTINEZ Jackenson Harry
- ✓ ARMAND Anne-Jinna
- ✓ DESAMOURT Carlot
- ✓ JOSEPH Sindy

Apprenant(e) en Hôtellerie I

Supervision : Bureau pédagogique

Février 2026

TABLE DES MATIÈRES

1. **Présentation du projet**
 - 1.1 Présentation générale du projet
 - 1.2 Mission
 - 1.3 Vision
2. **Analyse de l'innovation locale et durable**
 - 2.1 Ressources locales utilisées
 - 2.2 Impact durable et protection de l'environnement
3. **Étude de marché**
 - 3.1 Clients ciblés
 - 3.2 Concurrents locaux
 - 3.3 Valeur ajoutée de l'entreprise
4. **Stratégie marketing**
 - 4.1 Produit / Service
 - 4.2 Stratégie de prix
 - 4.3 Distribution
 - 4.4 Communication et promotion
5. **Organisation opérationnelle**
 - 5.1 Fonctionnement du service
 - 5.2 Processus de production
 - 5.3 Organisation du personnel (Postes disponibles)
 - 5.4 Matériels nécessaires
6. **Volet financier simplifié**
 - 6.1 Besoins au démarrage (Tableau A)
 - 6.2 Estimation des ventes mensuelles (Tableau B)
 - 6.3 Calcul de la marge mensuelle (Tableau C)
 - 6.4 Seuil de rentabilité
7. **Conclusion**
8. **Annexe : Répartition des tâches**

1. PRÉSENTATION DU Plan D'AFFAIRES

1.1 Présentation générale du projet

Le divertissement est un besoin essentiel dans la vie humaine. Un enfant qui se divertit sainement grandit plus équilibré, et un jeune adulte qui ne prend jamais le temps de se détendre peut sombrer progressivement dans le stress ou même la dépression.

Dans la commune de Hinche, nous avons constaté que plusieurs espaces de loisirs existants deviennent progressivement des lieux de débauche, de perversion et de comportements nuisibles, ce qui éloigne les familles et les personnes responsables.

Face à cette réalité, nous avons décidé de créer un concept nouveau : un bar à jeux (bar ludique) combiné à une sandwicherie culturelle, où les clients pourront se divertir dans un cadre sain, sécurisé, convivial et éducatif.

Notre établissement offrira une ambiance de relaxation, sans musiques dégradantes, ni pratiques nuisibles à la jeunesse. Nous mettrons en valeur les jeux traditionnels haïtiens, aujourd'hui presque oubliés (dominos, cartes, osselets...), tout en proposant également des jeux internationaux afin de favoriser la diversité.

Côté restauration, nous offrirons une grande variété de sandwiches modernes, tout en intégrant des mets typiquement haïtiens comme le wayal, l'akasan, le bonbon siwo, le pain patate, etc.

Pour renforcer le sentiment d'appartenance communautaire, nous avons choisi le nom « **TI KWEN PA NOU** », qui signifie : « Ce n'est pas n'importe quel coin... c'est le nôtre ! »

1.2 Mission

La mission de **TI KWEN PA NOU** est de :

- Créer un espace favorisant un plaisir sain et renforçant les liens relationnels entre les clients.
- Faire découvrir une grande variété de sandwiches aux habitants de Hinche en offrant une expérience gastronomique moderne et originale.
- Créer un cadre propice au développement des jeunes, tout en contribuant à la création d'emplois.
- Réduire les déchets plastiques, en réutilisant des bouteilles et emballages plastiques pour la décoration et certains accessoires.

- Valoriser la culture haïtienne, à travers les jeux traditionnels, les musiques locales et l'intégration de mets typiques.

1.3 Vision

La vision de TI KWEN PA NOU est de devenir, à Hinche, un espace de référence pour les sorties en famille, entre amis ou en couple, en offrant un modèle d'entreprise jeune, innovante, culturelle et durable.

2. ANALYSE DE L'INNOVATION LOCALE ET DURABLE

2.1 Ressources locales utilisées

Le projet TI KWEN PA NOU s'appuie sur l'utilisation de ressources locales haïtiennes et la valorisation des produits disponibles sur le territoire.

Décoration et ambiance

- Utilisation de bouteilles et emballages plastiques recyclés (décoration murale, lampes artisanales, objets décoratifs).
- Utilisation de pneus usés repeints pour la décoration et l'aménagement.
- Utilisation de calebasses (kalbas) comme accessoires de service.
- Utilisation de capuchons de bouteilles comme pions dans certains jeux.

Produits alimentaires

- Fruits et légumes locaux (banane, maïs, patate douce, pois...).
- Jus de fruits saisonniers produits localement.
- Produits typiques haïtiens (wayal, bonbon siwo, akasan, pain patate...).

2.2 Impact durable et protection de l'environnement

Le projet participe activement à la protection de l'environnement à travers :

- La réduction des déchets plastiques : réutilisation et transformation des bouteilles et sachets en décoration.
- La valorisation des pneus usés : limitation des déchets de caoutchouc dans la ville.
- L'utilisation de contenants naturels : calebasses pour remplacer certains contenants plastiques.
- La sensibilisation des clients : affiches éducatives sur l'importance du recyclage.
- La consommation locale : achat de produits agricoles locaux afin de réduire l'impact environnemental lié au transport.

Ainsi, TI KWEN PA NOU constitue une entreprise qui associe divertissement, culture et développement durable.

3. ÉTUDE DE MARCHÉ

3.1 Clients ciblés

Le projet vise principalement trois grandes catégories de clients :

1. Les adolescents et jeunes adultes à la recherche d'un lieu sain pour se divertir.
2. Les familles et groupes d'amis ou collègues désirant passer du temps ensemble dans un cadre agréable.
3. Les travailleurs, étudiants et entrepreneurs cherchant un espace calme pour se détendre après une journée stressante.

3.2 Concurrents locaux

Les principaux concurrents identifiés dans la zone de Hinche sont :

- Cana (boulangerie et pâtisserie)
- Bon Goût (pâtisserie)
- Gou Pam (snack bar)
- Sky Bar (bar)

3.3 Valeur ajoutée de l'entreprise

Contrairement à ses concurrents, TI KWEN PA NOU propose un concept innovant basé sur :

- Un espace de divertissement autour des jeux de société.
- Une ambiance familiale et saine, loin de la débauche.
- La valorisation des jeux traditionnels et de la culture haïtienne.
- Un menu diversifié (sandwichs modernes + mets locaux).
- Une décoration écologique basée sur le recyclage.

Ce concept unique répond à un besoin réel : offrir un espace de loisir sécurisé, culturel et convivial pour la population de Hinche.

4. STRATÉGIE MARKETING

4.1 Produit / Service

TI KWEN PA NOU offrira :

- Une sandwicherie moderne proposant une grande variété de sandwichs.
- Un service de mets locaux haïtiens.
- Des boissons chaudes et froides.
- Un espace de jeux traditionnels et internationaux.

- Une ambiance musicale mettant en valeur les rythmes haïtiens.

| Jeux proposés | Menu proposé | | |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dominos • Jeux de cartes • Osselet • Tou kay • Tic-tac-toe • Échecs • Jeu de dames • Monopoly • Scrabble • Uno • Jenga • Ludo | <p>Sandwichs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sandwich au jambon • Sandwich au poulet • Sandwich végétarien • Sandwich au saumon • Sandwich au bœuf • Sandwich au thon • Sandwich aux crevettes • Hot dog | <p>Mets locaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acra de pois • Tchoul • Pain patate • Griot • Bannann fri • Pain de maïs • Bonbon siwo • Akasan • Pate kòde • Wayal • Konparèt • Dous makòs | <p>Boissons :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Café • Chocolat • Lait de vache • Mabi • Jus de fruits de saison |

4.2 Stratégie de prix

Les prix seront fixés en fonction :

- Du coût des matières premières,
- Des prix pratiqués par les concurrents,
- Du pouvoir d'achat des clients.

Fourchette de prix estimée

- Sandwich : 150 à 350 HTG
- Boisson : 75 à 200 HTG
- Mets locaux : 50 à 200 HTG

Mode de paiement

- Paiement en espèces
- MonCash
- NatCash

4.3 Distribution

Les ventes se feront :

- Sur place (principalement),
- Via commande WhatsApp ou téléphone,
- Possibilité future de livraison locale.

4.4 Communication et promotion

Les moyens de communication seront :

- Réseaux sociaux : Facebook, TikTok, WhatsApp, Instagram.
- Publicités Facebook à faible coût.
- Affiches dans les écoles et quartiers stratégiques.
- Enseigne visible devant le local.
- Promotions de lancement (combo sandwich + boisson, réduction sur certains jeux).

5. ORGANISATION OPÉRATIONNELLE

5.1 Fonctionnement du service

L'établissement ouvrira :

- Le matin à 7h AM : service petit-déjeuner (akasan, wayal, café, pain au beurre, pate kòde...).
- Les jeux seront disponibles à partir de 3h PM.
- Le menu sandwich et fritures sera disponible principalement en après-midi et soirée.

Les jeux seront accessibles uniquement aux clients qui consomment.

5.2 Processus de production

Les étapes principales seront :

1. Achat et réception des produits.
2. Stockage des aliments (réfrigérateur).
3. Préparation des ingrédients.
4. Cuisson ou assemblage.
5. Service au client.
6. Nettoyage et inventaire journalier.

5.3 Organisation du personnel (Postes disponibles)

Manager

- Coordonner le travail du personnel.
- Gérer l'approvisionnement.
- Négocier avec les fournisseurs.
- Veiller au bon fonctionnement de l'établissement.
- Assurer le suivi financier.
- Gérer la promotion et la publicité.
- Encadrer et motiver les employés.

Chef de cuisine

- Préparer les plats et sandwiches.
- Organiser les tâches en cuisine.
- Faire l'inventaire journalier.
- Coordonner les achats avec le manager.
- Maintenir l'hygiène de la cuisine.

Barman / Caissier

- Gérer la caisse.
- Préparer les boissons.
- Assurer la mise en place du bar.
- Jouer le rôle de réceptionniste.
- Participer à la vente des produits.

Serveur

- Assurer la mise en place de la salle.
- Accueillir les clients.
- Prendre les commandes.
- Aider les clients avec les jeux.
- Veiller au bon déroulement du service.

5.4 Matériels nécessaires

- Four
- Sauteuse
- Réfrigérateur
- Tables et chaises
- Lèche-frite
- Blender
- Coffee maker
- Planche à découper
- Bassines
- Cocottes
- Plateaux de service

- Ustensiles (couteaux, fourchettes, râpe, tamis...)
- Assiettes, tasses, sous-tasses
- Serviettes en papier
- Pailles

6. VOLET FINANCIER SIMPLIFIÉ (HTG)

TABLEAU A : BESOINS AU DÉMARRAGE

| Éléments | Description | Montant estimé (HTG) |
|---------------------------------|---|-------------------------|
| Équipements & Outils | Four, réfrigérateur, blender, coffee maker, jeux, ustensiles | 180 000 |
| Aménagement | Peinture, enseigne, installation électrique, tables/chaises, déco | 120 000 |
| Matières Premières | Stock de départ (pain, viande, légumes, boissons...) | 70 000 |
| Communication | Publicité Facebook, affiches, crédit téléphone | 25 000 |
| Fonds de réserve | Imprévus du 1er mois | 40 000 |
| TOTAL | | 435 000 |

TABLEAU B : ESTIMATION DES VENTES MENSUELLES

| Produit ou Service | Prix unitaire (A) | Quantité/mois (B) | Revenu Total (A×B) |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Sandwichs variés | 250 | 600 | 150 000 |
| Boissons (jus, café, mabi...) | 150 | 700 | 105 000 |
| Mets locaux | 100 | 500 | 50 000 |
| Fritures | 200 | 250 | 50 000 |
| TOTAL DES VENTES | | | 355 000 |

TABLEAU C : CALCUL DE LA MARGE MENSUELLE

| Poste | Calcul | Montant (HTG) |
|-------------------------|--|---------------|
| Revenu Total | Total Tableau B | 355 000 |
| Dépenses du mois | Loyer + salaires + matières + autres charges | 315 000 |
| BÉNÉFICE NET | 355 000 – 315 000 | 40 000 |

6.4 Seuil de rentabilité

Dépenses mensuelles estimées : 315 000 HTG

Prix moyen d'un sandwich : 250 HTG

- Seuil de rentabilité = $315\ 000 \div 250 = 1\ 260$ sandwiches / mois
- Seuil de rentabilité par jour : $1260/30 = 42$ sandwiches

Donc, à partir de 42 sandwiches vendus par jour, l'entreprise couvre ses charges et commence à être rentable.

7. CONCLUSION

Le projet **TI KWEN PA NOU** représente une initiative innovante qui répond à un besoin urgent dans la commune de Hinche : offrir un espace sain, culturel et convivial pour la détente.

En combinant un bar ludique et une sandwicherie moderne, en valorisant la culture haïtienne, les jeux traditionnels et le recyclage, **TI KWEN PA NOU** se positionne comme une entreprise durable et rentable, capable de créer des emplois et d'apporter un impact positif sur la jeunesse et la communauté.

8. ANNEXE : RÉPARTITION DES TÂCHES

| Partie du plan | Responsable |
|--|--------------------------|
| Présentation du projet, Analyse durable et innovation | MARTINEZ Jackenson Harry |
| Étude de marché, Marketing | ARMAND Anne-Jinna |
| Organisation | DESAMOURT Carlot |
| Partie financière et tableaux | JOSEPH Sindy |