

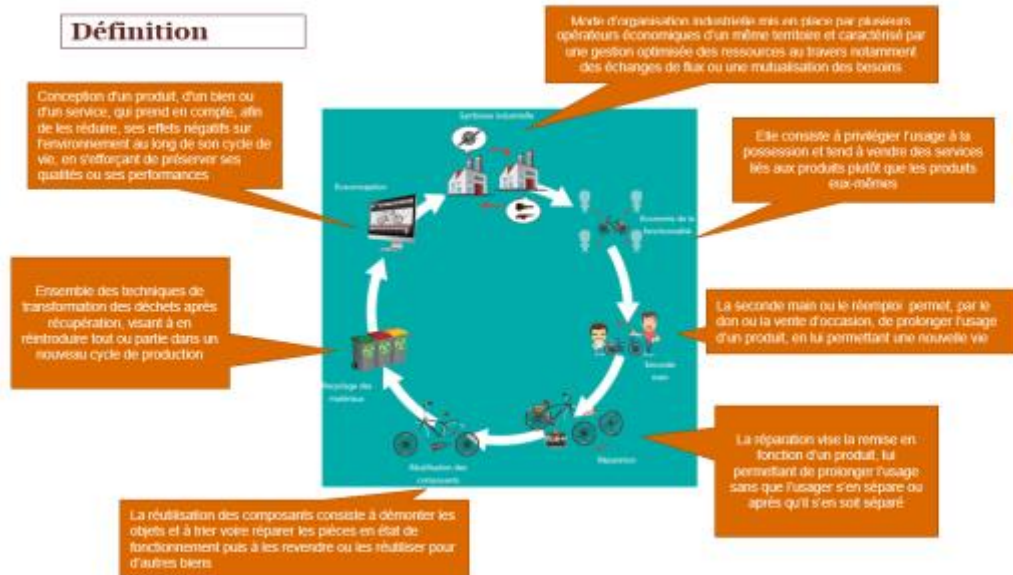
Table des annexes

Annexe 1 : Schéma de l'économie circulaire.....	2
Annexe 2 : Schéma 5 forces de Porter	2
Annexe 3: Schéma analyse SWOT	3
Annexe 4 : Taille minimum d'échantillon de répondants selon la recherche.....	3
Annexe 5 : Exemple échelle de Likert.....	4
Annexe 6 : Etude quantitative.....	4
Annexe 7: Schéma marketing-mix 7P.....	10
Annexe 8 : Notre carte	11
Annexe 9 : Surface minimum par client	12
Annexe 10 : Micro-influenceuse.....	12
Annexe 11 : Tableau comparatif prix concurrents	13
Annexe 12 : Tableau horaire de répartition du personnel.....	13
Annexe 13 : Offre campagne marketing réseau sociaux.....	14
Annexe 14 : Offres mobilier	15

Annexe 1 : Schéma de l'économie circulaire

(Source : PWC, 2016)

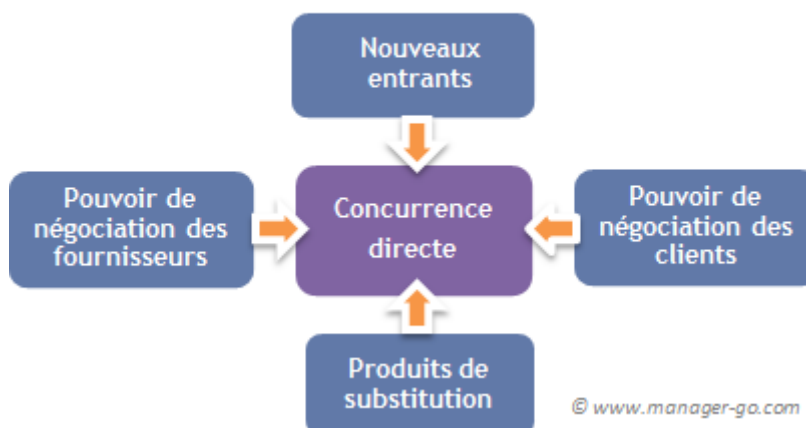
Figure 1 : Les différentes « facettes » de l'économie circulaire



Annexe 2 : Schéma 5 forces de Porter

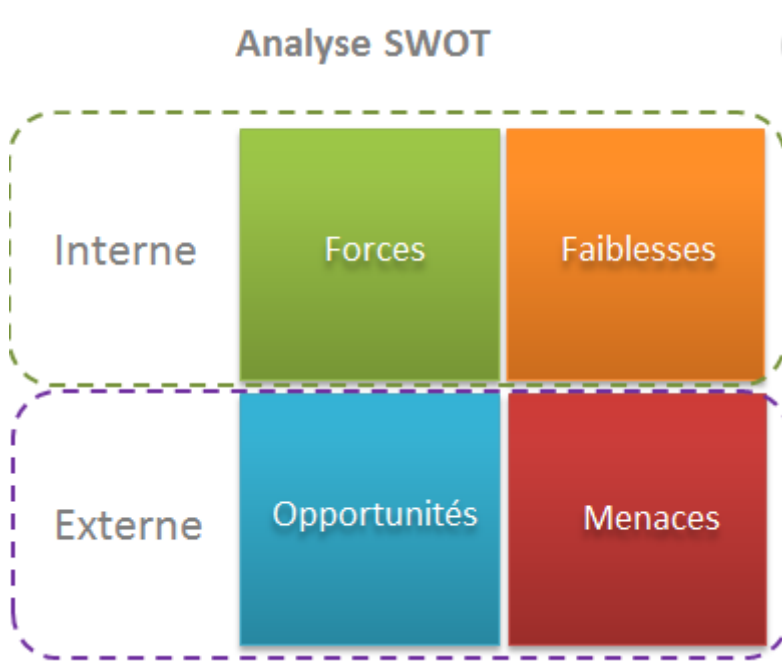
(Source: Manager-go, s.d.)

Les 5 forces de Porter



Annexe 3: Schéma analyse SWOT

(Source : Manager-go, 2017)



Annexe 4 : Taille minimum d'échantillon de répondants selon la recherche

(Source : Malhotra, Birks & Nunan, 2017)

Type of Study	Minimum Size	Typical Range
Problem identification research (e.g. market potential)	500	1,000-2,500
Problem-solving research (e.g. pricing)	200	300-500
Product tests	200	300-500
Test marketing studies	200	300-500
TV, radio, or print advertising (per commercial or ad tested)	150	200-300
Test-market audits	10 stores	10-20 stores
Focus groups	2 groups	6-15 groups

Annexe 5 : Exemple échelle de Likert

(Source : Manager-go, s.d)

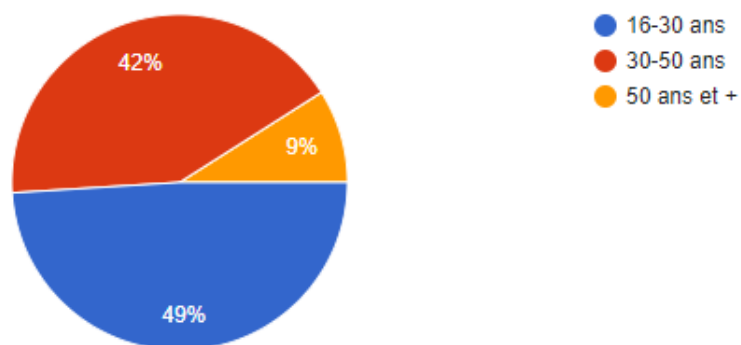
	Tout à fait d'accord	D'accord	Plutôt d'accord	Indifférent	Plutôt pas d'accord	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Je pourrais me passer de mon smartphone durant plusieurs jours	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grâce aux applications de mon smartphone, je ne suis jamais seul	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lorsque je m'ennuie, je pianote sur mon smartphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis dépendant de mon smartphone	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Annexe 6 : Etude quantitative

(Source : moi-même)

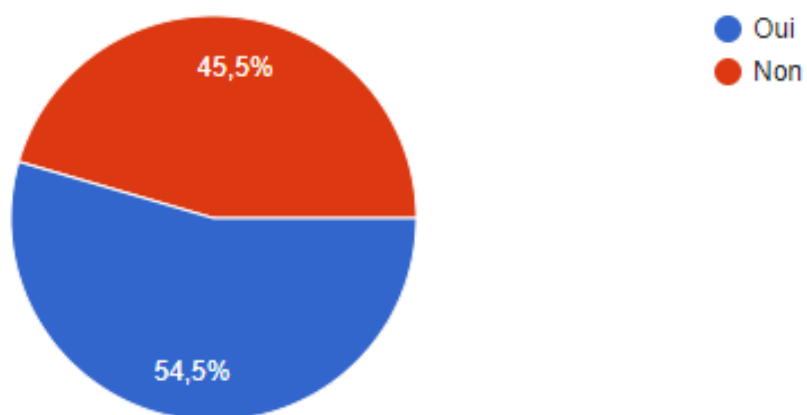
Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous?

200 réponses



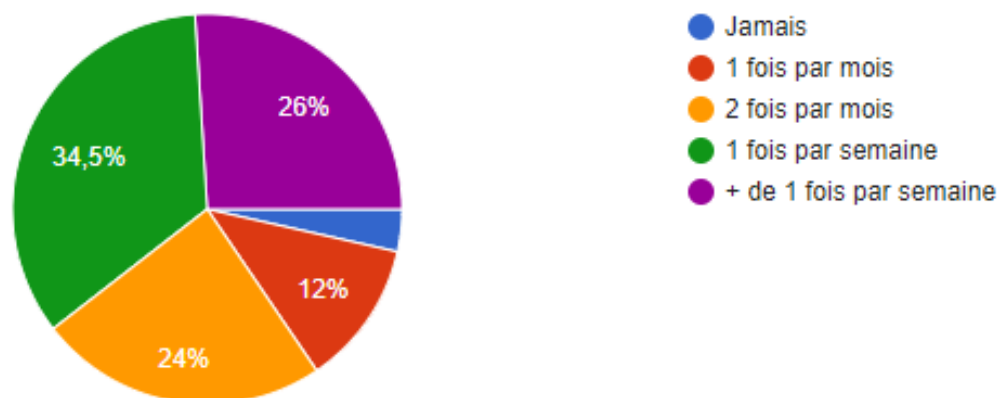
Habitez-vous en région Bruxelloise ?

200 réponses



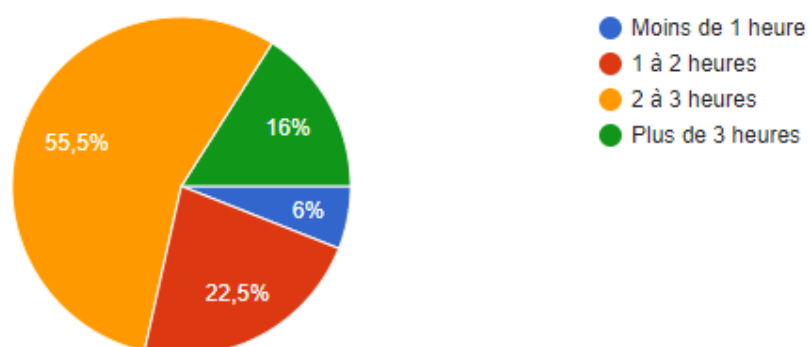
A quelle fréquence vous rendez-vous dans un bar? (Hors COVID19)

200 réponses



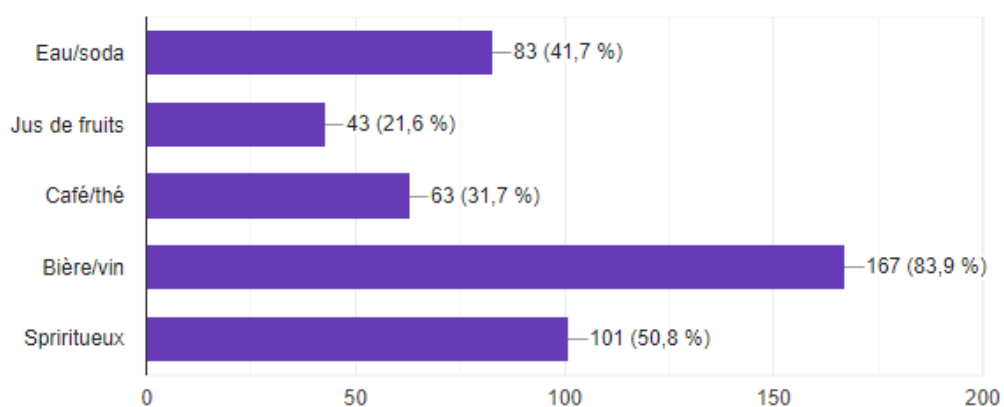
Quand vous vous rendez dans un bar, combien de temps y restez-vous ?

200 réponses



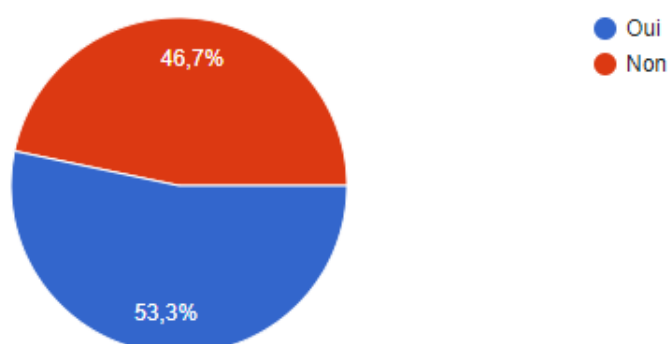
Quel(s) type(s) de boisson consommez-vous habituellement dans un bar ? (Plusieurs réponses possibles)

199 réponses



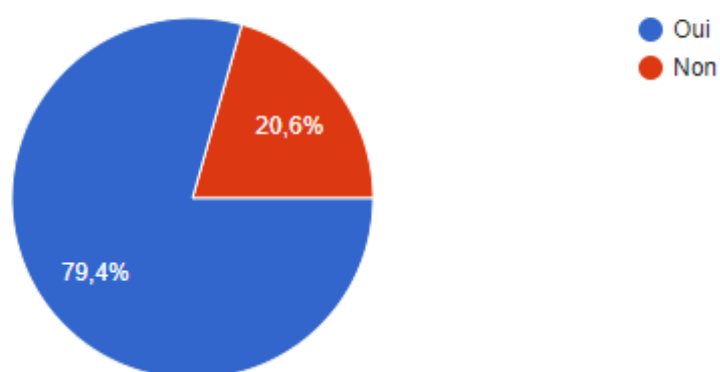
Lorsque vous allez dans un bar, avez-vous l'habitude de consommer de la petite restauration (potages, croquettes, pizzas, croques etc.) ?

197 réponses



Etes-vous familier avec les concepts d'éco-responsabilité et de circuit-court ?

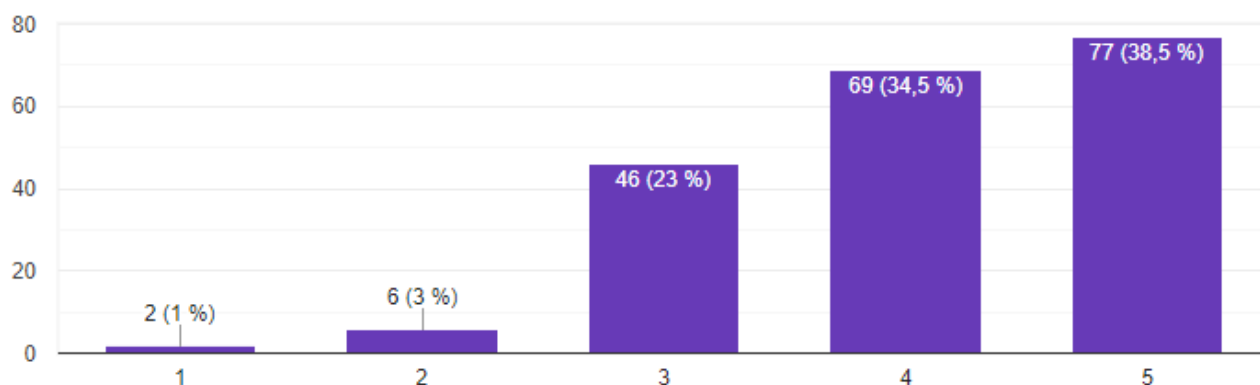
199 réponses



Sur une échelle de 1 à 5, à combien évalueriez-vous votre intérêt pour l'écologie ?

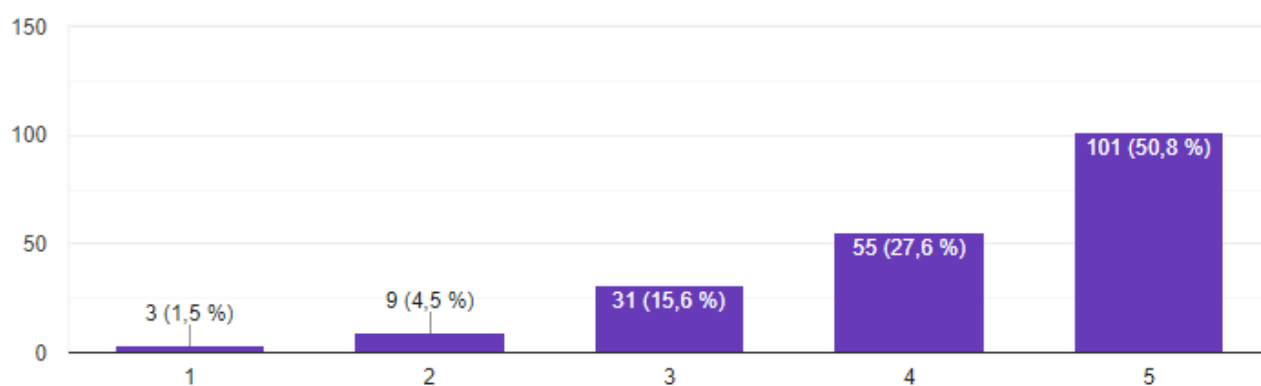


200 réponses



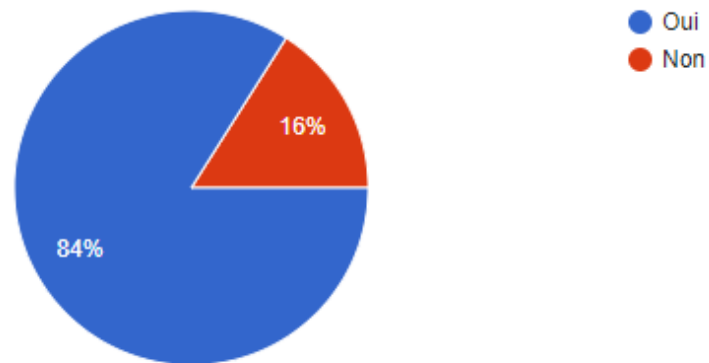
Sur une échelle de 1 à 5, à combien évalueriez-vous votre intérêt pour le "consommer local" ?

199 réponses



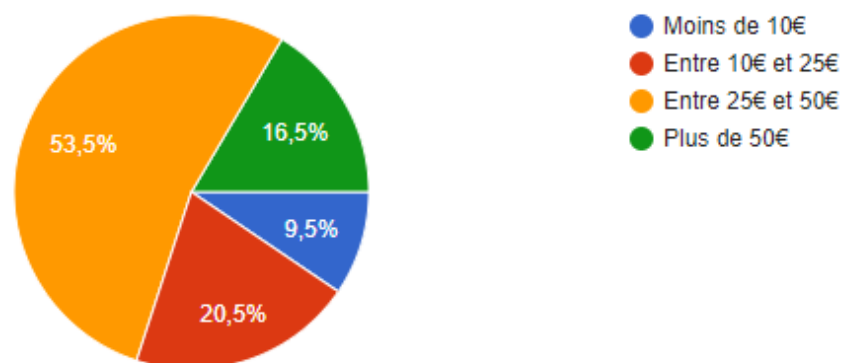
Le fait qu'un établissement réduise un maximum son empreinte écologique, respecte ses travailleurs et sélectionne ses fournisseurs de manière locale constitue-t-il un argument qui pourrait vous faire aller dans cet établissement plutôt que dans un autre ?

200 réponses



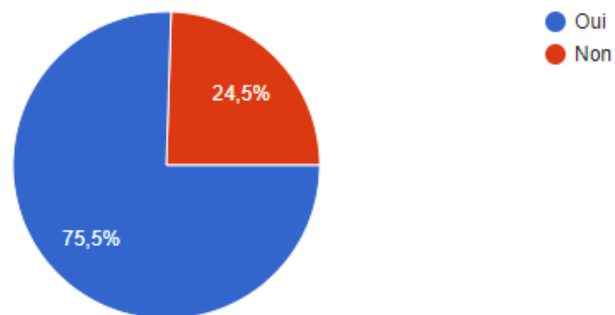
Quel budget dépensez-vous en moyenne dans un bar ?

200 réponses



Dans un bar, seriez-vous prêt à payer un montant légèrement plus élevé que la moyenne pour consommer des produits belges et respectueux de notre environnement ?

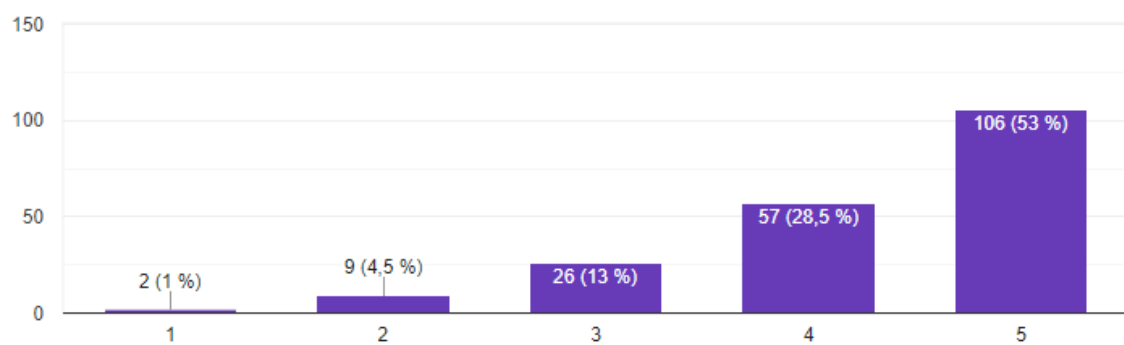
200 réponses



Sur une échelle de 1 à 5, à combien évalueriez-vous votre intérêt pour que des artisans/artistes belges puissent exposer leurs œuvres au sein du bar (ce qui ferait office de décoration) ?



200 réponses



Annexe 7 : Schéma marketing-mix 7P

(Source: Service-Sens, 2016)



Annexe 8 : Notre carte

(Source : moi-même)



Jus de fruits

Pomme et fraise	3.70€
Pomme et cerise	3.70€
Ananas	3.70€
Orange sanguine	3.70€

Softs

Simone a soif: - rhubarbe/lavande	3€
- pomme/géranium	
- poire/immortelle	

FERM Kombucha: - menthe/lavande	3€
- citron	
- groseille	

Le Classic Tonic	3€
Le Dry Tonic aux agrumes	3.5€

Boissons chaudes

Café du Guatemala	2.6€
Thé From Paris with Love	3€
thé Blue island	3€

Bières

La Renard Pils	4.4€
L'Adorée (gingembre)	4.7€
La Grézienne (Triple)	5€
La Blanche de Boussu	4.4€
La Sarazen Triple	4.7€
La Sarazen Brune	5€

Vins

Brin de paille (Blanc)	4€/20€
L'Osez rosé	4€/20€
La Source (Rouge)	4€/20€

Spiritueux

Gin BUSS N°509 Master CUT	7€
Gin BUSS N°509 PEACH	9€
Shack Rhum Epicé	9€



Annexe 9 : Surface minimum par client

(Source : EnergiePlus, 2007)

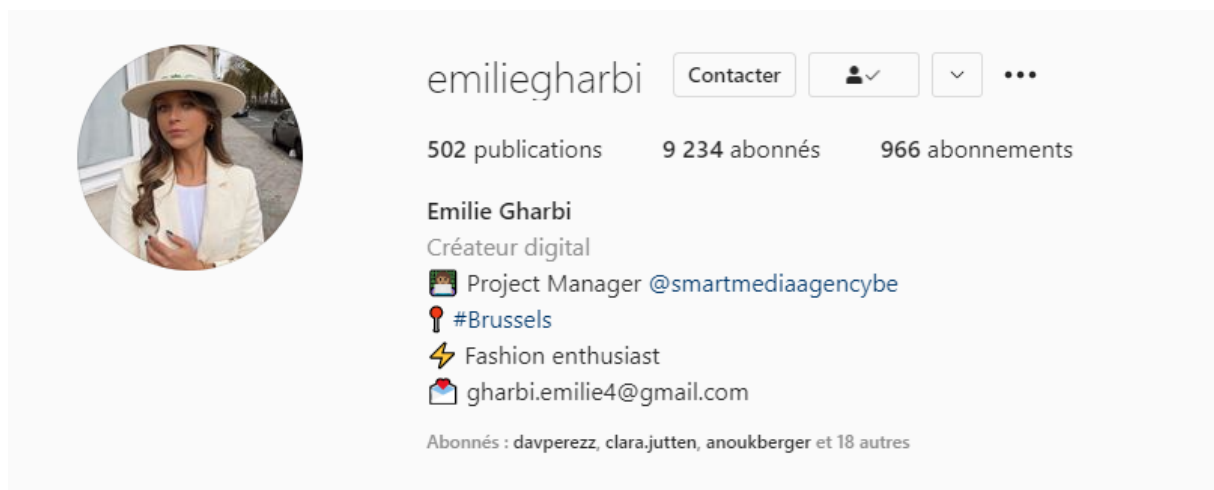
Surface cuisine + stockage + distribution + laverie

Au niveau d'un avant-projet, on peut grosso-modo considérer les surfaces suivantes :

Nombre de repas	Surface (m ² /repas)
Jusqu'à 50	2
50 à 200	1,5
200 à 500	1
500 à 1 000	0,8
> 1 000	0,6

Annexe 10 : Micro-influenceuse

(Source : Instagram, 2021)



The image shows an Instagram profile for 'emiliegharbi'. The profile picture is a circular portrait of a woman wearing a white hat and a light-colored jacket. To the right of the profile picture, the name 'emiliegharbi' is displayed in a large font, followed by a 'Contacter' button and three icons: a person with a checkmark, a dropdown arrow, and a three-dot menu. Below the name, the statistics are shown: '502 publications', '9 234 abonnés', and '966 abonnements'. The bio section includes the name 'Emilie Gharbi', the title 'Créateur digital', and several lines of text with icons: 'Project Manager @smartmediaagencybe', '#Brussels', 'Fashion enthusiast', and 'gharbi.emilie4@gmail.com'. At the bottom of the bio, it says 'Abonnés : davperez, clara.jutten, anoukberger et 18 autres'.

Annexe 11 : Tableau comparatif prix concurrents

(Source : moi-même)

	Café Belga	Bar du Marché	Le tigre	El café	Ginette Bar	Moy. Totale
Moy. Bières	4,5 €	4,8 €	4,3 €	3,8 €	4,2 €	4,3 €
Moy. Spir.	7,0 €	8,0 €	7,0 €	7,0 €	7,0 €	7,2 €
Moy. Bout. Vins	19,0 €	18,5 €	16,0 €	17,5 €	21,0 €	18,4 €
Moy. Verre Vins	4,0 €	3,5 €	3,0 €	3,0 €	4,0 €	3,5 €
Moy. Softs	2,5 €	3,0 €	2,0 €	3,0 €	3,3 €	2,8 €
Moy. Jus	3,0 €	3,0 €	2,8 €	3,5 €	4,5 €	3,4 €
Moy. Café	2,3 €	2,6 €	2,1 €	2,3 €	2,5 €	2,4 €
Moy. Thé	3,3 €	2,5 €	2,6 €	2,5 €	3,0 €	2,8 €

Annexe 12 : Tableau horaire de répartition du personnel

(Source : moi-même)

	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
14h-18h	/						
18h-1h	/						
	2 employés						
	3 employés						

Annexe 13 : Offre campagne marketing réseau sociaux

(Source : UX web&design, 2021)



Offre de prix n° 065-2021

Zoë Englander
Co-Founder & Managing Partner
Graphic Design - Marketing



Bar Lève ton vert !

Date: 15/02/2021

DESCRIPTION	PRIX
CAMPAGNES RÉSEAUX SOCIAUX	
Facebook / Instagram	
1 groupe d'annonce (pour H et F // fr et nl) > Visuel et wording adapté >> Facebook va répartir automatiquement vers la cible la plus efficace / Les différents placements : Fil d'actu (Facebook/Insta) - In-Article / lien vers page FB	4.500€ / 3 mois
Création du visuel (plusieurs essais et corrections prévues)	250 €
Fee d'agence sur budget média	15%
TOTAL	5.462,5€

Annexe 14 : Offres mobilier

(Source : Facebook, 2021)

