

LYCÉE AL KHAOUARIZMY



GreenTech
GreenTech

Rapport annuel 2010

GreenTech

junior entreprise créée dans le cadre d'INJAZ

Un

Conseillés:

- Hizam
Mohamed
- Bouattioui
Tarik

Green Tech

Springfresh, Vous aimez vos plantes ...Gardez les fraîche



GreenTech
GreenTech



PREMIER AXE

Introduction générale

Avec le développement de l'urbanisme et la quasi disparition des espaces verts dans les villes les gens commencent à chercher à s' en procurer chez soi.

De la verdure chez soi tout le monde en réclame. Toutefois, vu les contraintes de la vie moderne, les gens ont tendance à négliger l'entretien de leurs plantes.

C'est dans ce contexte que nous avons pensé à un produit (Springfresh) qui permet d'automatiser entièrement la fonction d'arrosage.



DEUXIEME AXE

Missions de l'entreprise

Nous avons deux grandes missions :

➤ Développer des solutions propres qui respectent la nature et qui facilitent l'entretien des plantes domestiques.

➤ Initier les élèves au monde de l'économie et de l'entreprise afin de développer leur esprit entrepreneurial.



TROISIEME AXE

Objectifs de l'entreprise

Green Tech escompte la concrétisation des objectifs suivants :

- ✎ Fabriquer un produit de bonne qualité qui permet l'arrosage automatique des plantes domestiques.*
- ✎ Réaliser une bonne rentabilité des capitaux investis.*

QUATRIEME AXE

Produits

Green Tech propose, dans un premier temps, un seul produit :

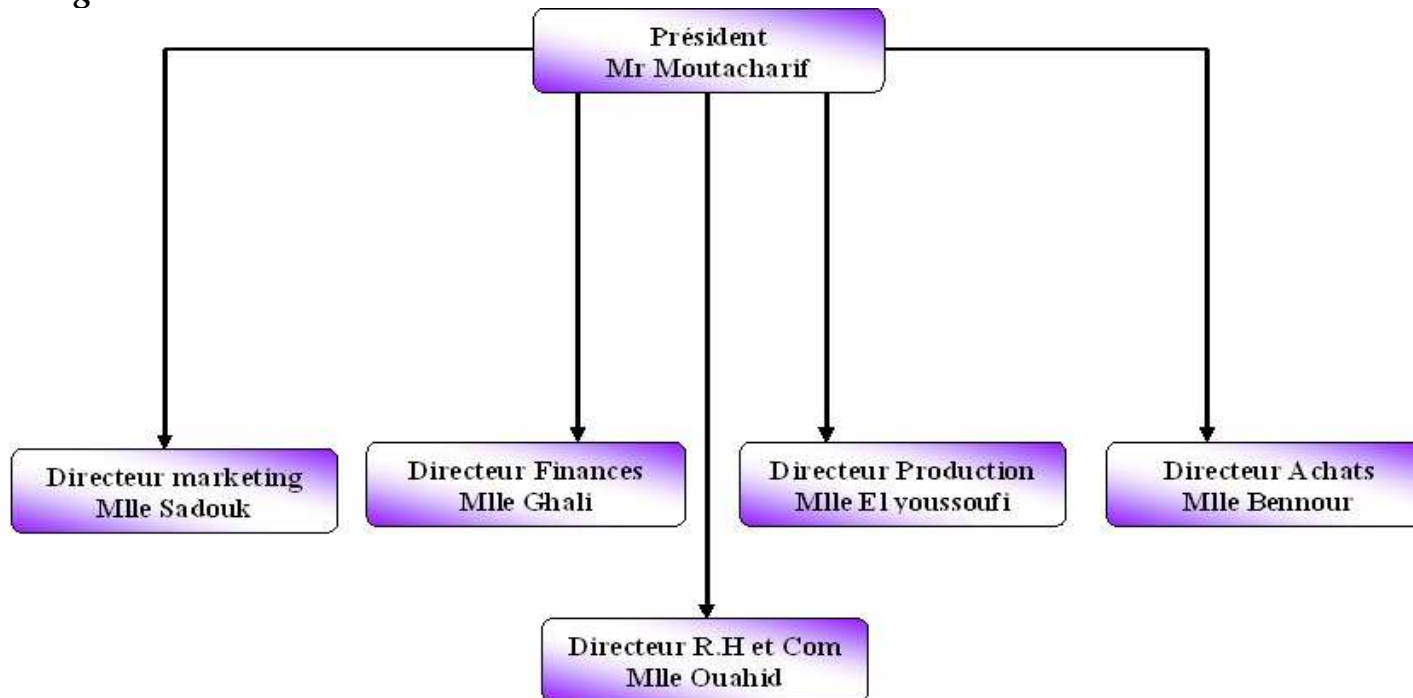
- ✎ **SPRINGFRESH:** Ce premier produit permet l'arrosage automatique des plantes domestiques sans aucune intervention de la part de leur propriétaire.*



CINQUIEME AXE

Organisation et réalisations de l'entreprise

Pour mener à bien ce projet nous nous sommes organisés en départements pour faciliter la gestion de notre jeune entreprise. Cette organisation se décline comme suit :



1. DÉPARTEMENT MARKETING

1.1 Détection du besoin

Nous avons soumis un questionnaire à des volontaires pour connaître leurs prédispositions à acheter nos produits.

Pour ceci, Nous avons fait remplir aux 50 volontaires des questionnaires axés sur les volets suivants :

- L'identification du besoin d'arrosage automatique*
- La prédisposition à se procurer nos produits*
- A quel prix ?*
- Sous quel nom ?*

1.2 Les résultats

Nous avons constaté que 82% de la population (41 personnes) est prête à acheter une solution d'arrosage automatique.

Ces personnes estiment qu'il n'existe pas sur le marché des solutions d'arrosage automatique adaptées aux plantes domestiques, sachant que la majorité de ces personnes déclare négliger l'entretien et l'arrosage de leurs plantes.

La surprise du questionnaire était de constater qu'il existe des consommateurs potentiels qui proposaient d'acheter « Springfresh » à des prix dépassants les mille dirhams.

Par ailleurs, nous avons demandé à la population questionnée de choisir, parmi la liste proposée ci-dessous, un nom pour le produit d'arrosage automatique.

Ces noms ont été arrêtés lors d'une séance de brainstorming à laquelle toute la classe a assisté :

- AROTIQUE*
- AROFRESH*
- SPRINGFRESH*
- A-ROSE*

*Le nom commercial choisi par la grande majorité était **SPRINGFRESH**.*

1.3 Détermination du prix

Le prix a été décidé en étroite collaboration avec la direction financière (prix de revient) et en tenant compte des propositions du consommateur : le prix fixé est de 150 dh.



2. DIRECTION ACHAT

La mission du département approvisionnement est de procurer au département production les composants nécessaires à la fabrication de S

pringfresh aux meilleurs prix du marché, tout en respectant les spécifications technologiques exigées par la direction de production.

Après un grand nombre de consultations nous avons choisi les fournisseurs qui proposaient le meilleur rapport qualité- prix.

Le tableau ci-après décline le prix d'acquisition des composants nécessaires pour la fabrication d'un seul produit :

Composants de Springfresh

Articles	Prix	Quantité	Valeur
Electrovanne	40,00	1	40,00
Boitier	17,00	1	17,00
Moc 3041	6,00	1	6,00
TRIAC	5,00	1	5,00
LM 324	5,00	1	5,00
LDR	5,00	1	5,00
interrupteur	3,00	1	3,00
Support 144	2,00	1	2,00
2N 2222	2,00	1	2,00
1N4148	1,00	6	6,00
LED verte	0,50	1	0,50
Fils	1,00	1	1,00
Plaque	80,00	0,07	5,60
Vis	0,20	6	1,20
Resistance	0,12	22	2,64
Total			101,94



3. DIRECTION PRODUCTION

La mission confiée à la direction de production est de choisir les meilleurs composants pour ; d'une part augmenter la qualité du produit, et d'autre part faciliter relativement la mission de la direction des achats en choisissant des composants disponibles sur le marché.

La production du prototype nous a démontré la difficulté de l'organisation de la fonction production. Nous avons consommé plusieurs Jours Homme à essayer d'organiser l'ensemble du processus de production.

Forte de cette expérience, notre direction a élaboré un descriptif détaillé de toutes les étapes de production, avec l'ordre à suivre pour chaque phase afin d'optimiser la production en série des produits.

*Le produit **SPRINGFRESH** permet d'arroser d'une façon automatique les plantes en adoptant deux détecteurs :*

🔧 Le premier composant permet de détecter le moment à partir duquel la plante commence à avoir besoin d'eau (détecteur d'humidité).

- Le second détecteur (LDR) ne permet d'arroser qu'en absence de la lumière (la nuit), afin d'éviter le gaspillage de l'eau d'irrigation par le biais du processus d'évaporation en cours de journée.

4. DIRECTION COMMUNICATION ET RESSOURCES HUMAINES

L'entité Communication au sein de cette direction avait comme première mission de vendre les actions de l'entreprise afin de souscrire le capital pré requis pour la création de la société.

Convaincre des étudiants, des professeurs et des membres de nos familles de se procurer des actions n'était pas généralement une tâche aisée. C'est vrai que nous avons des souscriptions automatiques, mais dans certains cas nous étions face à des réticences qu'il fallait gérer en expliquant le bien fondé de notre projet et en promettant des dividendes en cas de réalisation d'un bénéfice.

De cette façon nous avons pu convaincre beaucoup d'actionnaires en collectant la somme de 2250 dhs.

Quant à l'entité Ressources Humaines, elle était confrontée dès sa création au problème de l'absentéisme.

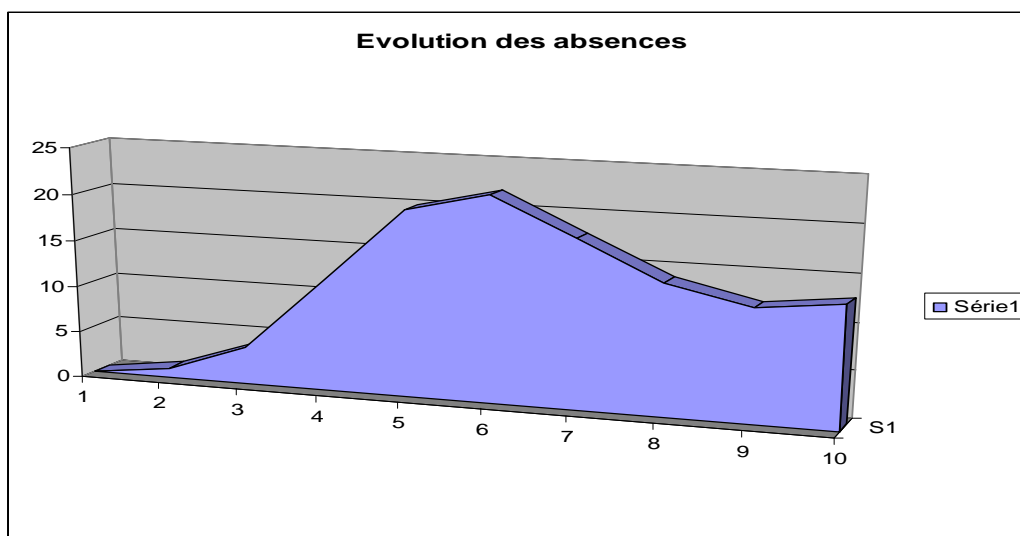
Au début une grande partie des étudiants assistait aux réunions préparatoires. Au fil du temps, nous avons constaté un désintérêt de la part d'une grande partie de la classe surtout lors de la période de préparation des examens.

La direction s'est réunie pour essayer de remédier à ce problème en proposant les solutions suivantes :

- **La motivation :** nous avons demandé à nos conseillers de parler à l'ensemble de la classe de la compétition entre les lycées et qu'il est du devoir de chacun d'eux que le lycée AL Khawarizmy remporte la compétition.
- **La responsabilisation :** il s'agit de responsabiliser l'ensemble des membres de la junior entreprise en leur demandant de contribuer effectivement dans l'une des activités de l'entreprise.

Suite à ces deux actions, les efforts de la direction étaient fructueux et nous avons constaté un regain d'intérêt d'une grande partie de la classe.

Ci-après un graphique illustrant l'évolution des absences constatées :



5. DIRECTION FINANCIÈRE

Capital Social

Les actions vendues aux actionnaires sont au nombre de 150 actions au prix unitaire de 15 dh par action.

Nombre d'action	Prix d'émission	Capital social
150	15	2250



Bilan d'ouverture

Actif		Passif	
Trésoreries	2 250	Capital	2 250



Chiffre d'affaires

	unitaire	Qté	Total
Chiffre d'affaires	150	7	1050

Compte de produits et de charges

Chiffre d'affaire	1050
VS	366
Total produits	1416

Composants	1020
Marketing (stands)	200
Total charges	1220

Résultat	196
-----------------	------------

Capitaux propres	2250
Taux de rentabilité	8,7%

Prix de revient			
	unitaire	Qté	Total
Composants	102	10	1020
Marketing (stands)	20	10	200
Prix de revient	122	10	1220

Stock			
SI			
SF	3	122	366
VS			366

Bilan			
Actif		Passif	
		Résultats	196
Stock	366	Capital social	2250
Trésorerie	2080		
Total actif	2446	Total passif	2446

Dividende	
Résultat	196
Nombre d'actions	150
Dividendes par action	1,31

SIXIEME AXE

Perspectives

Notre entreprise a pu développer un produit de très bonne qualité capable de dispenser le propriétaire de plantes de leur entretien.

Pour le futur nous pensons développer d'autres produits pour faciliter l'entretien des plantes domestiques.

D'un autre coté nous estimons qu'à travers quelques modifications notre produit peut être utilisé dans le jardinage et dans le domaine agricole.

Pour ce faire notre prochaine étape est de breveter notre innovation pour la protéger contre toute utilisation frauduleuse.



Table des matières

PREMIER AXE.....	3
Introduction générale	3
DEUXIEME AXE	4
Missions de l'entreprise.....	4
TROISIEME AXE.....	5
Objectifs de l'entreprise	5
QUATRIEME AXE	5
Produits.....	5
CINQUIEME AXE	6
Organisation et réalisations de l'entreprise	6
1. Département marketing	7
2. Direction achat.....	8
3. Direction production	8
4. Direction communication et ressources humaines.....	9
5. Direction financière	10
SIXIEME AXE	12
Perspectives	12
Table des matières	13

