

# Sommaire

Stick Style en quelques lignes.....	2
Définition du projet.....	2
Les valeurs essentielles.....	2
Les objectifs de Stick Style.....	3
Présentation des membres.....	3
Etude de marché.....	4
Les 4 Ps.....	7
Analyse Financières.....	8

## Stick Style en quelques lignes

- **Raison Sociale** : Stick Style
- **Mission** : Stick Style tient à aider les jeunes à exprimer leurs envies, opinions ou style de vie via des autocollants.
- **Les objectifs de l'entreprise** :
  - 1-Apprendre a créé une petite entreprise.
  - 2-Savoir comment gérer une entreprise.
  - 3-Avoir la satisfaction du client.
  - 4-Gagner la compétition national et international.
- **Le produit commercialisé** : Paquets de stickers avec trois thèmes (sport/music/cartoons).
- **Le logo et le slogan de l'entreprise** : Stick Style *Stick it*



- **Date de création** : 1/12/2012
- **Adresse** : boulevard Ibn Sina Maarif Casa
- **Produit** : des autocollants.
- **Résumé des résultats financiers** :

Nombre d'actions	29
Capital	580
Ventes Unités	126
Chiffre d'affaire	856
Bénéfice	171
Dividende par action	5,9

## Définition du projet

Notre entreprise produit des stickers c'est-à-dire des autocollants. Dans un cadre général, l'usage du mot sticker désigne essentiellement des autocollants de petites tailles qui sont apposés sur les produits et surtout sur l'ordinateur dont le but de le décorer et cacher les petites taches .

## Les valeurs essentielles

### ✓ Esprit d'équipe

L'**esprit d'équipe** est un lien entre les membres de Stick Style, leur donnant le sentiment de faire corps et les poussant à œuvrer pour le bien de l'entreprise au détriment du bien individuel.

✓ **Intégrité**

Un membre de Stick Style est une personne de qualité qui ne se laisse pas corrompre.

✓ **Respect**

Le **respect** est le sentiment de considération, d'égard que l'on peut avoir envers un individu. Il se manifeste par une attitude de déférence et le souci de ne pas porter atteinte à l'objet du respect, ni le heurter inutilement. Le respect est une valeur plus profonde que la simple politesse, car il est débarrassé de toute hypocrisie. A Stick Style, la personne est libre de s'exprimer, d'être en désaccord mais le respect le plus total.

✓ **Responsabilité**

La **responsabilité** est le devoir de répondre de ses actes, toutes circonstances et conséquences comprises. Etre responsable d'un travail ou d'un département c'est le gérer afin d'atteindre les objectifs établis.

✓ **Satisfaction Client:**

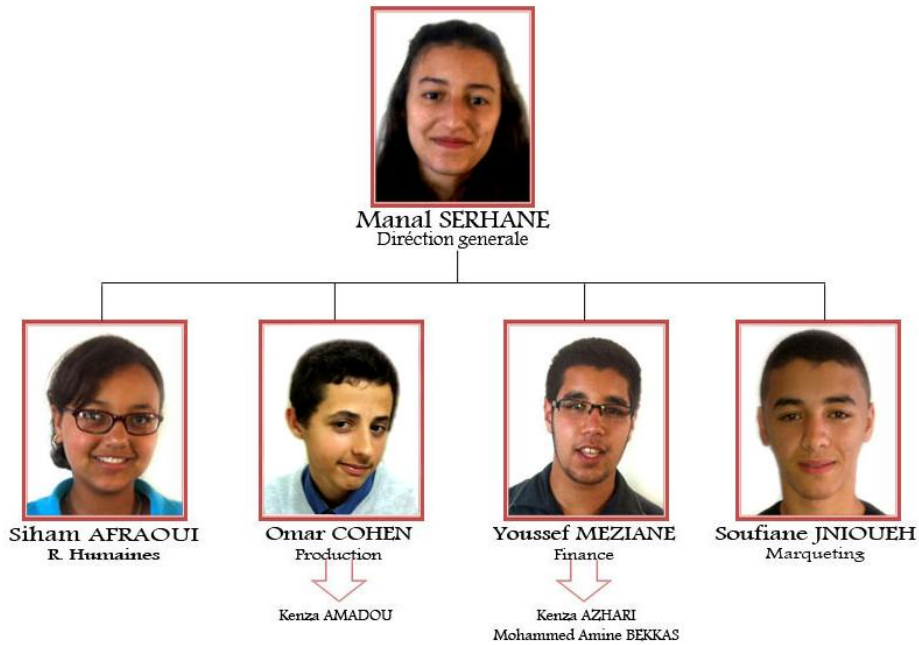
La **satisfaction client** est généralement considérée comme le pilier de la fidélisation. A Stick Style tous nos produits sont le fruit d'une étude de marché qui répond aux besoins de notre clientèle.

## Les objectifs de Stick Style

- 1- Apprendre a créé une petite entreprise. Connaitre toutes les étapes clés de la création d'une entreprise.
- 2- Savoir comment gérer une entreprise. S'initier au monde professionnel et travailler dans des conditions réelles. Savoir gérer des conflits et prendre des décisions stratégiques
- 3- Avoir la satisfaction du client. Le client est au cœur de nos soucis, sa satisfaction est un objectif principal pour lapérennité de Stick Style
- 4- Gagner la compétition nationale et internationale.

## Présentation des membres

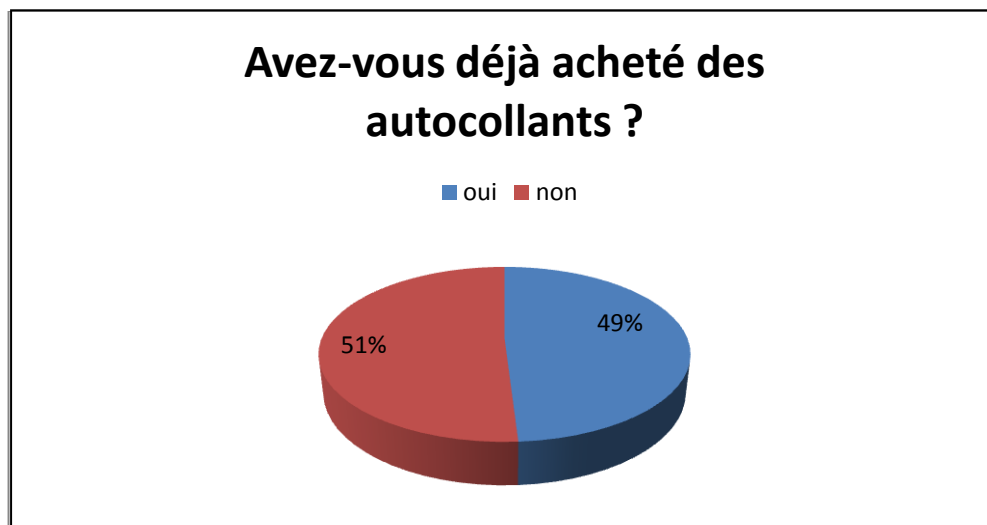
- Mademoiselle **MANAL SERHANE** de nationalité marocaine ; née le 12/09/1996 ; Etudiante au lycée Ziriab. Poste occupé : Direction Générale.
- Mademoiselle **SIHAM AFRAOUI** de nationalité marocaine ; née le 07/12/1996 ; Etudiante au lycée Ziriab. Poste occupé: Directrice Ressources Humaines
- Monsieur **SOUFIANE JNIOUAH** de nationalité marocaine ; né le 15/03/1995 ; Etudiant au lycée Ziriab. Poste occupé : Directeur Marketing.
- Monsieur **OMAR COHEN** de nationalité marocaine ; né le 25/11/1997 ; Etudiant au lycée Ziriab. Poste occupé : Directeur Production.
- Monsieur **YOUSSEF MEZIANE** de nationalité marocaine ; né le 25/05/1996 ; Etudiant au lycée Ziriab. Poste occupé : Directeur Finance.



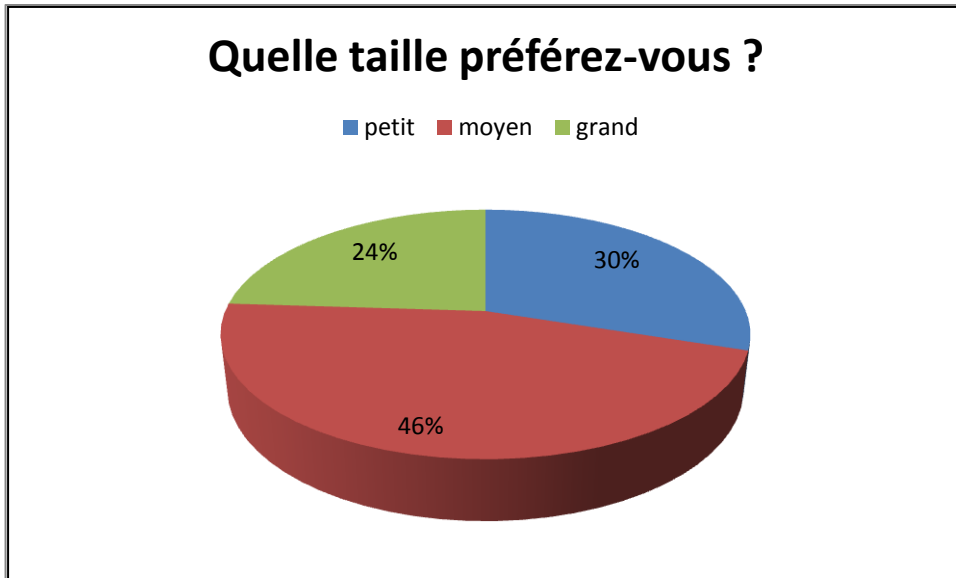
## Etude de marché

Des marques comme Dell, Mini Cooper se sont positionnées sur le segment de la personnalisation dans le but de répondre aux besoins des clients. En effet, les produits personnalisés permettent la satisfaction d'un besoin imminent chez les consommateurs qui n'est autre que celui de se détacher du lot, être unique. Stick style a voulu jouer la même carte que Dell ou mini Cooper en permettant aux clients de personnaliser leurs laptops avec des petits stickers simples, attractifs et à un prix abordable. Ainsi, les consommateurs peuvent exprimer leur personnalité ou leurs styles de vie à travers une multitude de stickers qu'offre notre société.

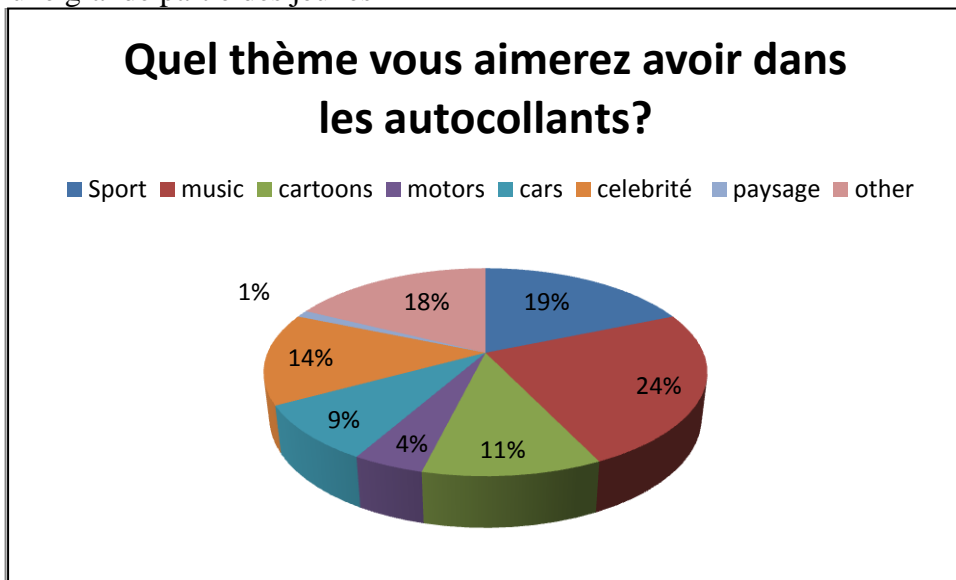
Soucieux de produire des stickers de qualité qui répondent exactement aux besoins des clients, Stick style a établi une étude de marché qui a touché 60 jeunes (27 garçons et 33 filles) entre 15 et 19 ans. Cette étude (détaillée ci-dessous) nous a permis de cerner la taille des stickers à vendre, le prix pour lequel le client est prêt à payer, les thèmes des stickers ainsi que le nombre de stickers par paquet.



à moitié des personnes n'ont jamais acheté de stickers ce qui représente une grande opportunité pour stick style. Ces personnes n'ont jamais acheté de stickers car ils n'en trouvent pas ou les stickers présent dans le marché ne les intéressent pas.

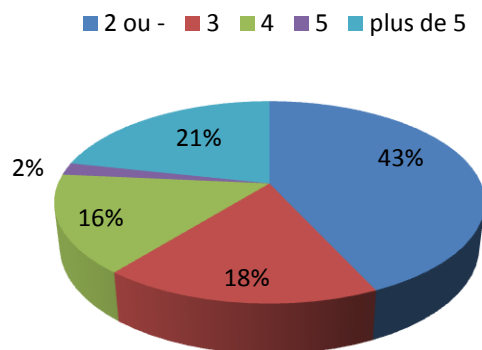


46% des personnes veulent des stickers moyens (7cm\*7cm). 30% sont intéressés pas des stickers plus petit que 7cm\*7cm et 24% veulent des stickers plus grand que 7cm\*7cm. En combinant des stickers de 7cm\*7cm ainsi que d'autres tailles par paquet, nous pouvons toucher une grande partie des jeunes

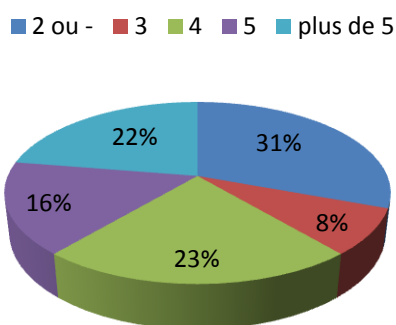


Les thèmes sont assez variés puisque chacun veut exprimer sa personnalité ou son style de vie via les stickers. Les thèmes les plus demandés sont : musique (24%), sport (19%), célébrités (14%) et Cartoons (11%). Stick style a décidé de répondre aux besoins de ses clients en offrant 3 thèmes à savoir musique, sport et cartoons. Le thème célébrité a été écarté car musiquer et sport inclus les célébrités.

### Combien d'autocollants aimeriez-vous coller sur votre ordinateur?

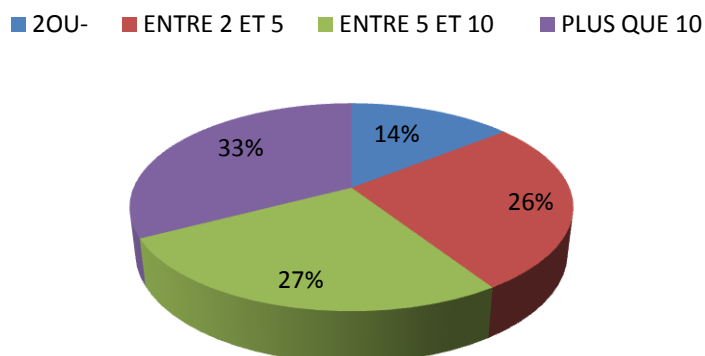


### Combien d'autocollants voulez-vous acheter à la fois?



Les personnes qui ont répondu à notre questionnaire veulent coller un seul sticker sur leurs ordinateurs portables mais sont prêts à acheter un paquet qui contient 4 stickers.

### Selon vous, que devrait être le prix max d'un pack d'autocollant ?



Le prix du stickers dépendra de sa taille et du nombre de stickers par paquet. Cependant, 26% des jeunes questionnés sont prêt à payer de 2 à 5dhs pour un paquet, 27% entre 5 à 10 dhs et 33% au-delà de 10 dhs. Le prix de vente se décidera en fonction de ces données, tout en ayant un produit concurrent et profitable.

### **D'après cette étude de marché :**

- **Stick style a une grande opportunité car la moitié des personnes questionnées sont intéressés par le produit mais n'ont jamais acheté un sticker**
- **La taille du sticker doit avoisiner 7cm\*7cm, et le nombre de stickers par paquet doit être aux alentours de 4**
- **Les thèmes des stickers retenus sont la musique, le sport et les cartoons**
- **Les clients potentiels sont prêts à payer au-delà de 10dhs pour un paquet**

## **Les 4 Ps**

### **1. Le produit :**

Notre produit est un paquet A5 de 4 à 6 stickers pouvant être collés sur des pc portables. Tous nos paquets contiennent en haut à droite le logo de notre entreprise « Stick-Style », en haut à gauche le thème du paquet, à savoir, sport, musique ou cartoons, et enfin, en bas à droite le logo de notre sponsor « Newmerique » :

- **Sport** : d'après le questionnaire, nos clients potentiels confondent sport avec football. Ainsi, nous avons choisi les paquets suivants :

- Des joueurs de « Real Madrid », logo « Real Madrid », une inscription « Real Madrid ».
- Des joueurs de « FC Barcelona », logo « FC Barcelona », une inscription « FC Barcelona ».
- Des joueurs de « RCA », logo « RCA », une inscription « RCA ».
- Des joueurs de « WAC », logo « WAC », une inscription « WAC ».
- Des joueurs de « FC Bayern München », logo « FC Bayern München », une inscription « FC Bayern München ».
- Des joueurs de « AC Milano », logo « AC Milano », une inscription « AC Milano ».
- Des joueurs de « PSG », logo « PSG », une inscription « PSG ».

- **Musique** : les paquets musique sont variés pour toucher une large clientèle. En effet, on y trouve du Rap (2Pac, Snoop Dog...), du Reggae (Bob Marley), R N'B (Beyoncé), Rock (Nirvana, Linkin Park), Pop (MJ), House (DJ Tiesto, David Guetta)...

- **Cartoons** : « Stick-Style » s'est focalisé sur les dessins animés et jeux les plus célèbres comme: Bleach, One piece, Naruto, Angrybirds, Dofus...

### **2. Le prix :**

Le prix a été déterminé selon 3 critères :

- le prix pour lequel les clients sont prêts à payer (étude de marché),
- le prix de la concurrence,
- avoir un produit profitable.

D'après notre étude de marché, nos clients sont prêts à payer au-delà de 10Dhs par paquet, mais notre environnement externe nous oblige à avoir un prix compétitif qui avoisine 7Dhs. Notre étude financière nous a permis de fixer le prix de vente à 7Dhs tout en ayant un produit rentable.

### 3. La place :

Notre produit peut être vendu dans tous les lieux dans lesquels peut circuler notre clientèle cible, à savoir, les collégiens/les lycéens : Marjane, DerbGhellef, le siège d'Injaz, les magasins spécialisés dans les ventes des pc...

### 4. La promotion :

Des affiches A3 ont été conçues et imprimées spécialement pour la promo et la vente des stickers. Nous avons aussi communiqué sur notre produit via la radio locale de notre lycée Ziryab.

Les deux dernières semaines de vente ont connu deux promotions afin de liquider le stock :

- La première semaine : 3 paquets à 20Dhs.
- La deuxième semaine : 1 paquet à 5,50Dhs.

## Analyse Financières

✓ **Capital** : Valeur d'action\*Nombre d'action

$$=20dh *29$$

$$=580 MAD$$

	Nombre d'actions	%
Actinaire Stick Style	4	14%
Actinaire HORS Stick Style	25	86%
Total	29	100%

✓ **Chiffres d'affaires réaliser** :  $126*6,8=856 MAD$

✓ **Frais Fixe** : ce sont l'ensemble des dépenses générées par la création et la gestion d'une entreprise, qui existent même si aucun article n'est produit.

✓ **Frais variables** : les frais variables, comme leur nom l'indique, varient en fonction du niveau de l'activité. Il s'agit, en général, du coût des matières premières, l'emballage, les commissions aux vendeurs

Frais fixes	Montant	Frais variables	Montant
Impression d'affiche	180	Impression des stickers	300
Frais de déplacement	42	<b>Total frais variables</b>	<b>300</b>
Frais Marketing	33		
Rapport annuel	130		
<b>Total frais fixes</b>	<b>385</b>		

$$\text{Frais fixes unitaires} = 385/126 = 3,05$$

$$\text{Frais variables unitaires} = 300/126 = 2,38$$

**Le seuil de rentabilité** correspond au nombre de produits qu'il faut vendre avant de pouvoir faire du profit. Une fois le prix de vente fixé et les frais fixes totaux et frais variables connus, et rapportés à l'unité, la direction de la production est en mesure de calculer le seuil de rentabilité

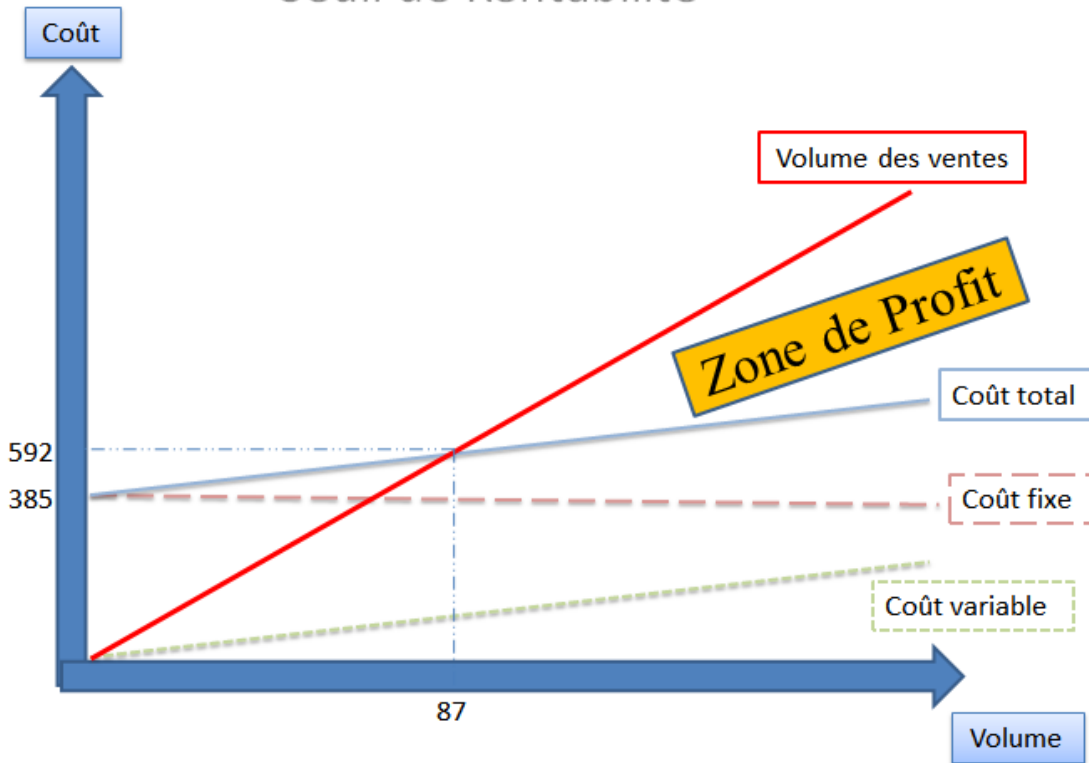


Total des frais fixes

seuil de rentabilité : 
$$\frac{\text{Total des frais fixes}}{\text{prix de vente} - \text{frais variables unitaires}} = \frac{385}{6,8 - (300/126)} = 87 \text{ unités min}$$

Il faut vendre 87 stickers pour atteindre le nombre max du sticker après en va gagner des bénéfices

### Seuil de Rentabilité



**Profit:** Chiffre d'affaire - les coûts variables et fixes =  $856dh - (300dh + 385dh) = 171dh$

### Compte de produits et de charges

Charges	Montant	Produits	Montant
Impression des stickers	300	Vente de produits finis	856
Impression d'affiche	180		
Frais de déplacement	42		
Frais Marketing	33		
Impression Rapport annuel	130		
<b>Total Charges</b>	<b>685</b>	<b>Total Produits</b>	<b>856</b>

<b>Bénéfice</b>	<b>171 MAD</b>
-----------------	----------------

Dividende par action :  $171/29 = 5,9$  MAD

### Bilan

Actif		Passif	
Caisse	751	Capital	580
		Bénéfice	171
<b>Total Actif</b>	<b>751</b>	<b>Total Passif</b>	<b>751</b>