

Larbi Elhoussini des Plantes Aromatiques et leurs Dérivées « LEPAD »

JE créée dans le cadre du programme INJAZ AL-MAGHRIB



Rapport annuel JE 2016

Encadré par :

Conseiller : M. Tayeb BENTAHAR

Professeur : M. Abdelkader YAAKOUBI

dans le cadre du programme



avec le soutien de



Sommaires :

Présentation de LEPAD	3
Mot du directeur général	4
Fiche technique de l'entreprise	5
Structure de l'entreprise	5
Organigramme de l'entreprise	6
Marketing et ventes	7
Achat et production	8
Finance	9
Ressources humaines et communication interne	10
Conclusion	11

Présentation de LEPAD

Raison sociale de l'entreprise : « LEPAD » (Larbi Elhoussini des Plantes Aromatiques et leurs Dérivées)»

Date de création : 21 mars 2016

Forme de la société : Société anonyme

Actionnaires : Elèves du lycée Larbi Elhoussini, leurs familles, professeurs, encadrant et autres

Notre Activité : Fournir un service complet de conception, de fabrication et de distributions des produits naturels créés par la Jeune Entreprise ou demandés par des clients externes.

Produits : Plantes aromatiques plantées dans une parcelle dans le lycée et exploitées par ses propres élèves.

Crèmes à mains, savons et parfum confectionnées à base des plantes et des huiles naturelles.

Mission de la société : LEPAD contribue, par le biais de production et de diffusion de cette crème, à instaurer un esprit créative, évolutif, responsable et entrepreneurial au sein des apprenants et de leurs encadrant ainsi que leur environnement proche (la famille, et toutes les personnes intéressées par cosmétique)

Nos objectifs:

- Acquérir la monopolisation du produit au marché
- Gagner la confiance de la clientèle à travers une bonne qualité
- Avoir une bonne rentabilité

Nos valeurs :

- Préservation de l'environnement
- Partage
- Esprit d'équipe
- Esprit d'initiative
- Créativité

Notre slogan : " Beauté et responsabilité "

Mot du directeur général :

Dans le cadre de Company Program on a pu créer une entreprise sous le nom « Larbi Elhoussainia des Plantes Aromatiques et leurs Dérivées » dont l'abréviation est « LEPAD ». Le premier défi majeur que nous avons rencontré était la détermination d'un produit innovant, réalisable et répondant aux attentes de la clientèle. Pour trouver le bon produit, nous avons effectué plusieurs brainstormings. Petit à petit les idées se développaient et devenaient plus claires, mais il y avait encore une pièce qui manque !

Durant un moment, nous nous sommes décidé de s'orienter vers le mascara naturel. Cependant, la conception de l'emballage est très complexe et ce dernier n'est pas disponible sur le marché. Malgré les efforts, le temps et l'investissement que nous avons consacré, nous étions incapables d'aboutir à un emballage fiable. Ceci a démotivé l'équipe et on était sur le point de baisser les bras.

Mais grâce à l'orientation de notre encadrant et ses encouragements, nous avons appris à penser différemment ! Ce que nous considérions comme « échec », était en réalité un apprentissage et de nouvelles questions se posaient :

- Qu'est ce qu'on a appris de l'exercice du mascara ?
- Quels sont les points forts à garder et à développer ?
- Quels sont les points faibles et les pièges à ne pas répéter ?
- Quels sont les éléments dont nous disposons pour créer un produit unique et différents de toutes les autres juniors entreprises ?

Après un nouveau brainstorming, nous avons décidé d'exploiter nos réalisations dans le « club environnement » qui existe déjà dans le lycée et sa parcelle cultivée par les élèves, où une partie de l'équipe participe déjà à l'activité et d'utiliser les plantes aromatiques implantées là bas pour les vendre et les utiliser pour produire des produits cosmétiques. Nous remercions M. NASSIRI le directeur de l'établissement pour son soutien et autorisation d'utiliser la parcelle ainsi que M. YAAKOUBI notre professeur de sciences naturelles qui nous a formés à préparer des matières cosmétiques à partir des huiles des plantes.

Durant cette expérience, nous avons appris beaucoup de chose, non seulement dans le monde de l'entreprise, mais aussi dans les relations humaines et le savoir vivre. Merci à INJAZ ALMAGHRIB, merci à notre établissement, merci à nos formateurs et tous ceux qui nous ont soutenu au long du travail.

Fiche technique de l'entreprise :

a- Présentation

« LEPAD » est une junior entreprise créée 21 mars 2016 par les élèves du lycée Larbi Elhousaini Oujda spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution des produits cosmétiques et des plantes préparés au sein de l'établissement.

b- Fiche technique :

Nom des produits : Les produits portent le même nom de l'entreprise : LEPAD.

Adresse : Lycée LARBI ELHOSSAINI, Oujda, Maroc.

Fondateurs : Groupe d'étudiants de la première année baccalauréat de la branche science de la vie et de la terre. Encadré par M. Tayeb BENTAHAR et M. Fahd CHEBAB sous le cadre de « Company Program ».

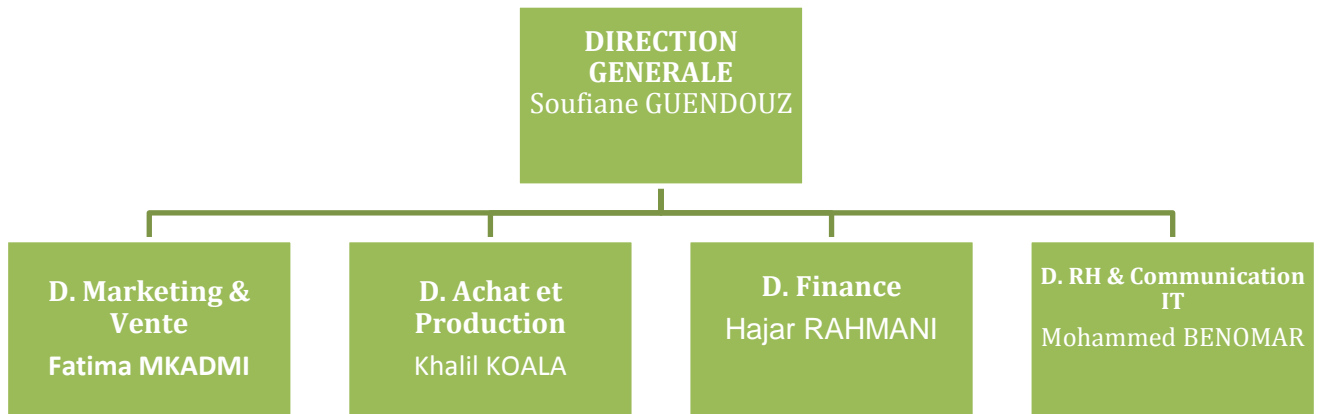
Capital social : 380 DH.

Structure de l'entreprise :

Afin de pouvoir assurer une Bonne gestion de l'entreprise, depuis l'étude du marché jusqu'à la commercialisation, nous avons décidé de créer les cinq départements suivants :

- Marketing et ventes
- Achat et production
- Finance
- Ressources humaines
- Communication interne

Organigramme de l'entreprise :



Marketing et ventes :

a- Etude de marché :

Pour une meilleure adaptation de nos produits aux besoins de nos clients, nous avons collecté les informations de base auprès de personnes dans notre lycée et comprendre leurs attentes. Cette étude a permis d'identifier les spécifications des produits que les futurs clients souhaitent. Ce contact direct avec les gens a fait que nous avons pu faire indirectement de la promotion et avoir des clients potentiels.

D'autre part, nous avons mené des recherches sur la concurrence. Nous avons trouvé que les produits cosmétiques à la base de plantes sont très nombreux sur le marché, mais on général on peut les répartir en deux parties :

- 1- Des produits avec un prix très bas : ce qui influence négativement l'image de la qualité et la confiance des clients.
- 2- Des produits coûteux : ce qui les rend inaccessible à toute les bourses.

Nous avons pensé alors, à des produits entre les deux qui ont une image appréciée par les clients tout en restant accessible à un grand nombre de clients.

b- Commercialisation :

Notre clientèle est divisée en 2 parties :

1- Les clients de l'intérieur de l'établissement :

Direction, professeurs et élèves de notre lycée constituent notre clientèle de base, voir notre plus grande part du marché. Grâce à la publicité effectuée par M. le directeur et des professeurs, nous avons réussi à faire connaître notre activité très facilement.

La demande était supérieure à ce que nous pensâmes ! Ce qui nous a poussé à assister le département de production pour assurer les commandes.

Grâce à M. le directeur, nous avons eu aussi l'occasion de présenter nos produits durant les manifestations internes de l'établissement, s'était une opportunité pour réaliser plus de vente, de développer notre relationnel, d'avoir les conseils et les recommandations des personnes présentes pour développer encore notre activité et aussi pour se préparer encore plus à la compétition.

2- Les clients de l'extérieur de l'établissement :

Ce sont les personnes de l'entourage de chacun des membres de l'équipe (familles, amis et voisins). Les achats de ses clients n'étaient pas aussi importants que ceux effectués à l'intérieur de l'établissement. Mais c'est une part de marché à développer par la suite.

c- Formation complémentaire en technique de vente :

Durant une séance de formation, nous avons consacré une heure pour un atelier en techniques de vente, animé par M. Fahd CHEBAB le coordinateur de INJAZ ALMAGHRIB, pour améliorer développer nos techniques et apprendre à mieux connaître nos clients.

L'atelier était sous forme de simulations et d'exercices pratiques pour vendre nos produits à différents stéréotypes de clients. Nous avons compris l'importance des qualités humaines et relationnelles pour obtenir et garder la confiance des clients, d'être attentif et d'écouter sans couper nos interlocuteurs.

Achat et production :

a- Achat

Pour assurer le meilleur rapport qualité/prix de matière première susceptible de répondre aux exigences des clients, nous avons fait la prospection du marché pour identifier les fournisseurs potentiels. Ces derniers sont les paramédicales pour la vaseline, certains huiles essentiels et les boitiers d'emballage ainsi qu'une imprimerie pour la préparation des logos à ajouter aux produits.

Informations complémentaires :

- 1 kilogramme de vaseline coute 45 dh produit 60 boites de crème.
- 1 flacon d'huile essentiel est nécessaire pour 20 boites de crème, il coute 10 dh.
- Après négociation avec un paramédical, le prix de chaque boîte est fixé à 1dh (au lieu de 1,5dh).
- L'impression des logos sur un papier stickers format A4 donne 40 logos. La page coute 3 dh.

b- Production

Au début de l'activité, nos produits étaient : les crèmes à mains, le savons et parfum confectionnées à base des plantes et des huiles naturelles ; plus les plantes aromatiques plantées dans une parcelle dans le lycée par les élèves du club d'environnement.

Vu la complexité de tout faire à la fois, nous nous sommes concentré uniquement sur les crèmes à mains durant cet exercice et ceci pour les raisons suivantes :

- La simplicité de leur fabrication.
- Le temps nécessaire pour la production est très court.
- La forte demande de ces produits.

Nous avons produit 180 unités réparties en 3 étapes

Production de 180 unités :

Charges	Quantité	Montant en dh
Vaseline	3 kg	135
Huiles essentiels	9 flacons	90
Emballage	180 unités	180
Etiquettes	5 (format A4)	15
Charges diverses	(transport, téléphone)	80
Total		500

D'après ces informations, le coût unitaire pour chaque boîte de crème est **inférieur à 3 dh l'unité**.

Finance :

Le premier objectif du département Finance était de vendre les actions de l'entreprise et de rassembler le capital. Ce dernier était de 700 dh grâce à la vente de 35 actions de 20 dh chacune. Nous étions en mesure de vendre plus d'action, mais nous jugeons ce capital largement suffisant pour lancer notre activité.

Vu la responsabilité que crée l'argent et pour éviter tout risque, nous avons confié cet argent au bureau du surveillant général et seul à la présence de la responsable financière ou de son adjoint c'est possible de retirer ou de déposer de l'argent.

La préparation des prototypes et les premiers essais de conception de produit ne nous ont rien coûté. Nous avons travaillé avec la matière première disponible dans le département scientifique de l'établissement mise à notre disposition sous la direction du professeur M. YAAKOUBI. Ce qui nous a permis d'épargner une importante somme des dépenses. La production de cette étape a été distribuée comme des échantillons gratuits auprès des clients potentiels comme de la publicité.

Bilan : 31/05/2016			
ACTIF en dh		PASSIF en dh	
Stocks MP	0	Capitaux propres	700
Stocks PF	120	Dettes fournisseurs	0
Caisse	780	Résultat net :	200
TOTAL ACTIFS :	900	TOTAL PASSIFS :	900

CPC arrêté au : 31/05/2016			
Charges		Produits	
Achats MP	420	Chiffre d'affaires	780
Charges d'exploitation	80	Vs stock PF	120
Frais fixes	200		
Total Charges	700	Total Produits	900

- Notre marge est de : Prix de vente unitaire – Coût de revient = 5 – 3 = 2 dh par unité.
- Seuil de rentabilité : Frais fixes / (Prix de vente – Frais variable unitaire)
= 200 / 2 = 100 unités.
- En vendant 156 unités ; le bénéfice net est de : 56 x 2 = 112 dh
- Dividende : 112 / 35 = 3,2
- La valeur des l'actions est donc de **23,2 dh**.

Ressources humaines et communication interne :

Tout le long de cette expérience, nous étions amenés à :

- Mobiliser et à motiver les membres de l'équipe l'entreprise.
- Gérer les conflits.
- Faire circuler les messages et toute information utiles entre les départements.

Pour résumer, l'ambiance était bonne, les séances se sont déroulées dans un agréable climat plein d'apprentissage, de plaisir et de bonne humeur.

Conclusion : apprentissage et action citoyenne

Company program n'est pas seulement une occasion pour apprendre comment gérer une entreprise et comment réussir le lancement d'un produit ou d'un service. C'est aussi une opportunité pour mieux se connaître, découvrir les talents cachés, développer l'esprit d'équipe et s'intégrer encore plus dans la vie du lycée avec plus d'entente et de plaisir.

A ce titre, nous tenons à remercier INJAZ ALMAGHRIB qui nous a donné la chance de participer à ce programme. Nous remercions aussi M. NASSIRI le directeur de l'établissement pour sa disponibilité, encouragement et pour ses précieux conseils.

Nous tenons à partager qu'à la liquidation, nous avons décidé – après accord des actionnaires- que les biens restants seront offerts à notre lycée, plus précisément au club de l'environnement pour le développer encore plus et laisser notre trace pour les prochaines générations d'élèves.

A la fin, on note que le projet « LEPAD » est encore en phase d'amélioration, avec le soutien de notre lycée et du club de l'environnement. On espère pouvoir le présenter durant la COP22 à Marrakech.