

2017

LMIMA

Une Junior entreprise créé dans le cadre du
Company Program

INJAZ LMAGRIB

Conseiller Bénévole : Mr. Othman Jabri



L'Mima

INJAZ
LMIMA
2017



Contenu

Remerciements

Mot du directeur Général

I-Présentation de l'entreprise

1. Objectifs
2. Produits
3. Marché
4. Avantage Concurrentiel
5. Compétences de l'équipe
6. Investisseurs
7. Mission
8. Valeurs
9. Capital
10. Notre service

II-Département Production

1. Frais de livraison
2. Prix de vente des plats

III-Département Financier

1. Objectifs
2. Charges
3. Produits

IV-Département Marketing et Communication

1. Fonctions
2. Echantillon
3. Méthode de l'administration
4. Traitement des informations recueillies
5. Analyse SWOT
6. Outils Promotionnels

Conclusion

Remerciements

Avant d'entamer le contenu de ce rapport, au nom de l'équipe L'mima, nous estimons nécessaire d'adresser nos sincères remerciements à Injaz AMaghrib et spécialement JA Program Company pour cette grande opportunité

M. El Jabri, notre mentor et coach pour tout le temps qu'il nous a consacré, ses directives et conseils précieux, pour la qualité de son suivi et d'aide durant toute la période de notre formation

Nous témoignons aussi notre profond gratitude à Mr. Ouhammou , Directeur du Lycée , Mr. Khoulaki notre Professeur Encadrant. Sans oublier Mlle Fadoua, notre Coordinatrice INJAZ, pour son soutien et implication

UN Grand Merci à nos actionnaires qui nous ont fait confiance dans le projet, l'idée et l'équipe.

Nos remerciements vont également à chaque personne ayant contribué de près ou de loin la réalisation de cette entreprise.

L'MIMA

Mot du Directeur Général

Comme étant Directeur de la Jeune Entreprise L'mima, je tiens à exprimer mes remerciements à toute mon équipe, ma deuxième famille, d'avoir cru en notre idée et d'avoir mis en place tous les moyens nécessaires à la réussite de notre projet, je suis très heureux et honoré d'avoir vécu cette expérience riche en apprentissage et en émotions

Tout au long de cette expérience, nous avons eu l'occasion de nous connaître nous-mêmes, identifier nos forces, nos faiblesses, ce que nous sommes capables de faire. Grace à l'implication de toutes les parties prenantes, nos efforts et notre bonne volonté, notre Junior a pu se concrétiser. UN GRAND MERCI !

Présentation de notre Junior

Entreprise

1. Objectifs :

L'mima est une Jeune Junior Entreprise créé dans la cadre d'INJAZ LMAGHRIB, par nous, élèves en 1^{ère} année Baccalauréat du lycée Moussa Ibn Noucair

Notre entreprise a pour vocation, de livrer des repas équilibrés et variés à toute personne n'ayant pas le temps de les préparer elle-même, d'aider les familles démunies en leur offrant des paniers de nourriture , de créer des opportunités de travail pour les jeunes cuisiniers et de former les femmes aux méthodes de cuissons et des besoins journaliers en nutriments

2. Produits :

Nous proposons un service de livraison des repas équilibrés et variés recommandés par des médecins et diététiciens, préparés par des jeunes cuisiniers et destinés aux personnes intéressés ayant un manque de temps pour préparer des plats respectant un régime bien peaufiné

3. Marché :

Notre entreprise propose son service à toute personne n'ayant pas de temps pour préparer leurs repas quotidien. Notre cible principale est les personnes travaillant dans des entreprises et des administrations publiques habitant à Marrakech

4. Avantage Concurrentiel :

Nous sommes la première entreprise sociale proposant ce type de service dans la région de Marrakech. En plus, nous avons un système de livraison innovant. Ce dernier, garde les aliments chauds, les desserts et les salades froids

5. Compétences de l'équipe :

Notre entreprise se spécialise dans la livraison des différents repas. Notre compétence est de fournir de bons repas aux personnes désireuses.

6. Investisseurs :

L'mima est une jeune entreprise avec un grand potentiel de croissance dans son domaine qui est la préparation et la livraison des repas équilibrés et variés. Notre entreprise a créé son propre marché ce qui lui donne le droit d'être le monopole. De ce fait, nous garantissons à nos investisseurs un profit futur

7. Mission :

L'mima a pour mission de voir tout le monde profiter de bons repas équilibrés et variés, d'aider les familles démunies et de créer des offres d'emploi pour les jeunes. Nous voulons que les ménages s'acquittent de la tâche culinaire

8. Nos Valeurs :

Lmima eat **and feel good**

Respect

Confiance

SOLIDARITE

Honnêteté

Esprit d'équipe

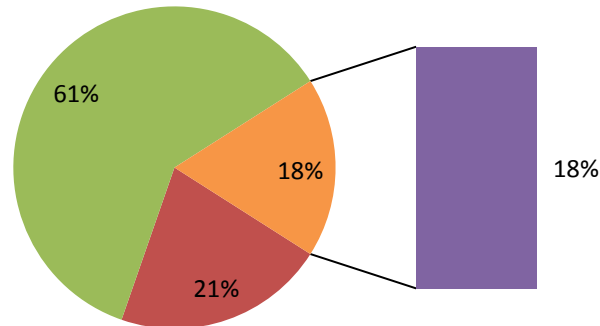
Ponctualité

9. Capital :

L'mima est une entreprise dont la structure du capital est la suivante :

Capital

■ Amis ■ Professeurs ■ Investisseurs ■ Famille ■ Autres



10. Notre Service :

L'mima propose un service de livraison de repas préparés soigneusement par des Professionnels

- **Menu :** L'entreprise L'mima prépare de bons repas variés et équilibrés pour toute personne n'ayant pas le temps pour les préparer. Nos repas respectent des régimes recommandés par des diététiciens.

- **Moyen de livraison :**

Nous avons choisi comme moyen de transport pour la livraison d'embaucher des jeunes disposant de motocyclettes (scooters, 103 Peugeot, c90) qui vont s'en charger de livrer nos clients à leur domicile ou à leur lieu de travail.

Nous avons créé une boîte de livraison qui garde les plats chauds, les desserts et les salades froids.

Département Production

Nos plats proposés sur notre menu sont préparés par des associations et coopératifs en respectant des régimes consignés par des médecins.

Le prix de vente = Prix de préparation de plats + Frais de livraison+ marge bénéficiaire

1. Frais de livraison :

<u>Marque scooter</u>	<u>Litre essence</u>		<u>Distance</u>
PEUGEOT 50 Vivacity 4T	2.50 L		100 km
HONDA NPS 50 Zoomer	2.25 L		100 km
HONDA Vision 50 NSC	2.25 L		100 km
KYMCO 125 Super 8	3.17 L		100 km
22 - APRILIA 100 Scarabeo 4T	3.17 L		100 km
PEUGEOT 50 Kisbee	3.76 L		100 km
Aprilia SR 50	3.00L		100 km
PEUGEOT 103 VOGUE	2.50L		100 km
C90	2.5L		100 km

Le prix du litre d'essence varie entre une fourchette de 10 et 11 dh pour cela nous avons pris en considération un prix moyen du litre de 10.5 dh/L

Tableau : consommation moyenne pour 1 km :

<u>Litre moyen d'essence</u>	<u>Prix du litre</u>	<u>Montant 100km</u>	<u>Montant 1 km</u>
2.83L	10.5 DH	29.715 DH	0.29715DH

Tableau : exemple de calcul des frais de transport :

<u>Distance</u>	<u>Frais unitaire de transport</u>	<u>Montant</u>
3 km	0.29715 dh	0.89145dh
5 km	0.29715 dh	1.48575 dh

Pour les chauffeurs, ils vont être rémunérés en fonction de leurs productivités, pour chaque livraison ils vont recevoir un montant fixe de 6 dh.

Donc, nous calculons les frais de livraison comme suit :

Frais de livraison = Frais de transport + 6 dh (chauffeur)

1. Prix de vente des plats :

Tableau des plats préparés par les femmes veuves :

<u>Plat</u>	<u>Prix</u>
<u>Pain au fromage</u>	<u>5</u>
<u>Cookies</u>	<u>2</u>
<u>Cigare aux légumes</u>	<u>4</u>
<u>Betbout Beldi</u>	<u>5</u>
<u>Salade marocaine variée (riz, légumes avec une sauce spéciale)</u> <u>LMIMA</u>	<u>6</u>

Département Financier

Ce département joue un rôle colossal dans la réussite de l'entreprise, s'assurer que notre Junior Entreprise a les moyens financiers nécessaires au financement de notre activité est notre MISSION CAPITALE !

1. Objectifs du département :

- Constituer le Capital en vendant des actions
- Optimiser le déploiement des ressources financières
- Assurer un équilibre financier

2. Les Charges :

➤ Des plats :

- Frais de matières premières : 300
- Frais de Transport : 40
- Frais de Communication : 50
- Impression, Promotion et publicité : 360
- Commissions des femmes veuves : 100

➤ De la boîte de livraison :

-Total Matières premières : 420 DH

- Câbles : 20
- Switch : 30
- Boîte : 150
- Pampe : 20
- Ventilateur : 200

3. Les Produits :

- Chiffre d'affaires : 534

Département Marketing et Communication

Identifier les besoins et attentes de nos consommateurs futurs est primordial afin de pouvoir personnaliser nos services proposés et les adapter aux préférences de chaque client cible

1. Les Fonctions :

Les fonctions de ce département s'articule autour de :

- ✓ Définir la clientèle cible qui sera intéressée par notre service
- ✓ Administrer un questionnaire auprès d'un échantillon représentatif de nos clients cibles pour pouvoir identifier ses besoins, attentes et préférences
- ✓ S'assurer que tous les membres du département marketing exécutent leurs tâches comme demandé
- ✓ Mettre en place des outils communicationnels et promotionnels permettant de promouvoir notre image de marque et de nous faire connaître auprès du grand public

2. L'échantillon :

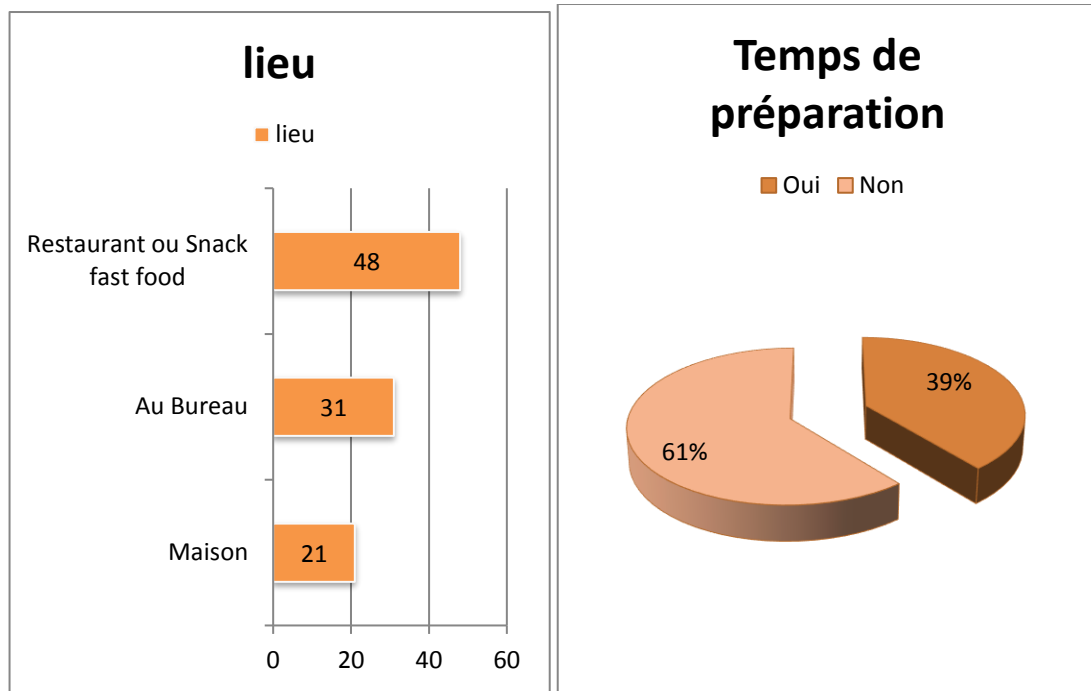
On a administré notre questionnaire auprès de 105 personnes, un échantillon, qui est pour nous représentatif, vu qu'on a veillé à ce qu'il réponde à des critères de sélection bien définis

3. Méthode d'administration du questionnaire :

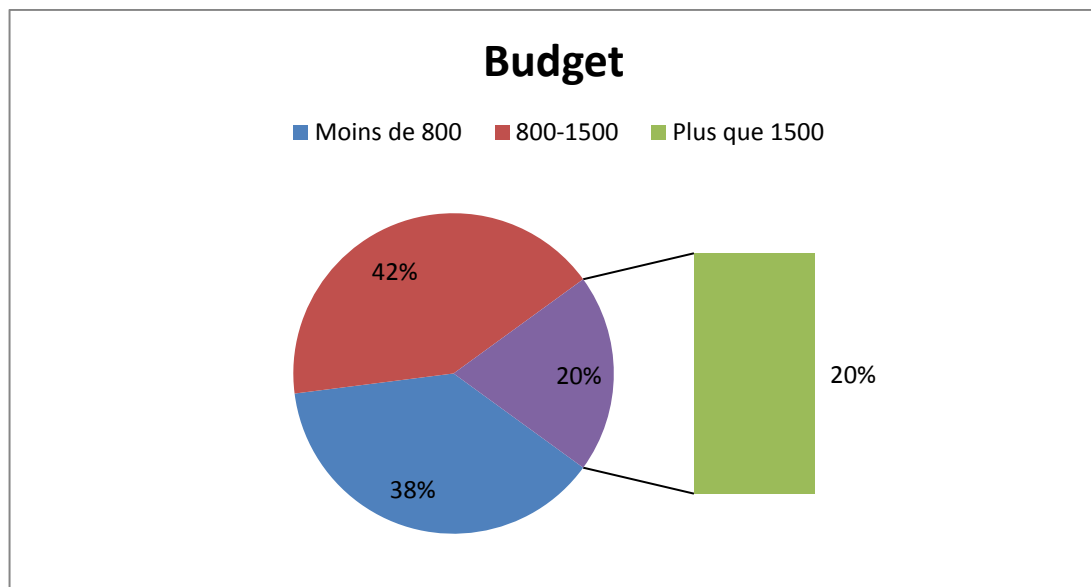
On a préféré faire appel au mode d'administration 'FACE A FACE', puisqu'on pense que c'est le mode le plus efficace qui pourra nous permettre des informations fiables, correctes et en même temps, notre souci était de nous assurer que les sondés comprennent nos questions et répondent réellement aux questions posées

4. Traitement des informations recueillies :

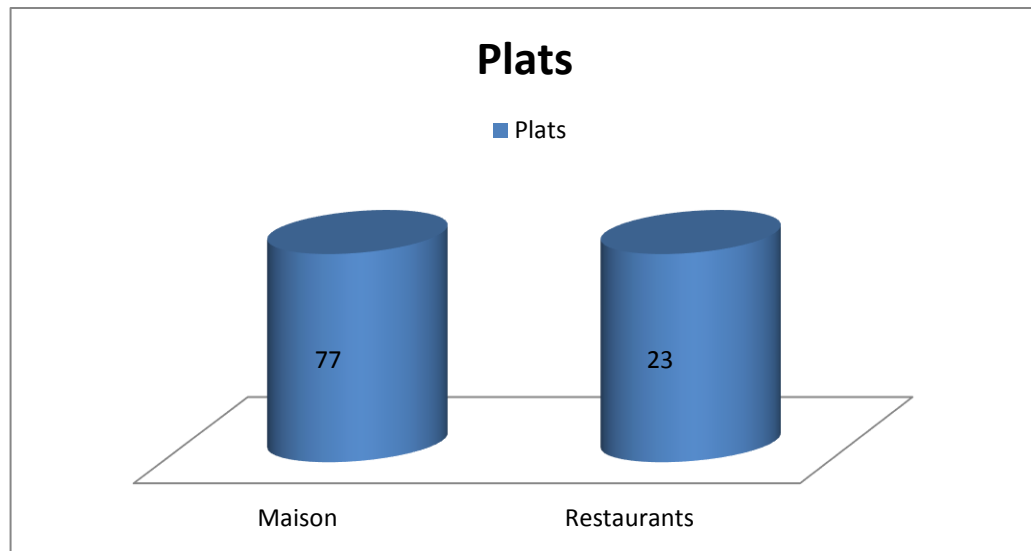
- Ou mangez-vous fréquemment et avez-vous le temps de préparer vos repas :



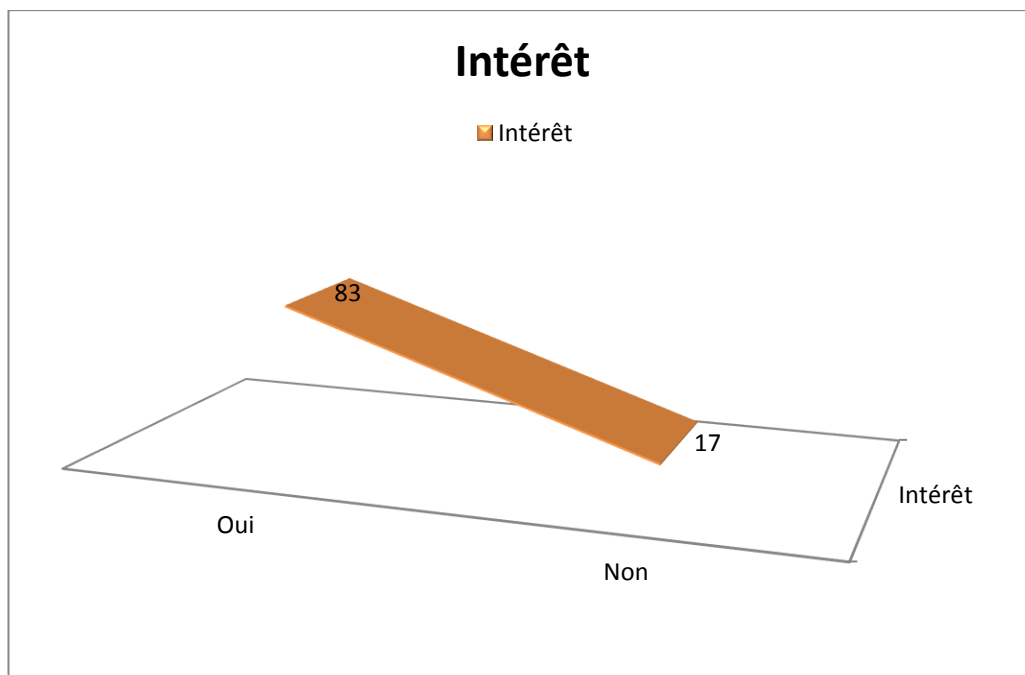
- Quel est votre budget mensuel alloué à l'alimentation :



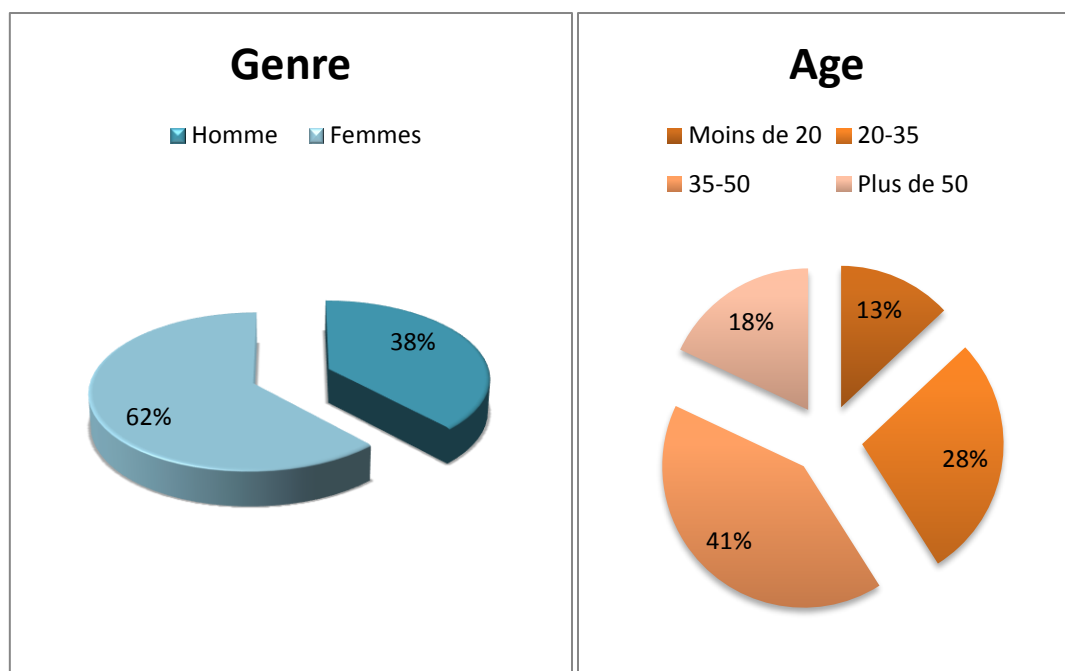
- Vous préférez les plats que vous mangez aux restaurants ou des plats préparés à la maison :



- Serez-vous intéressés par des plats faits maison, équilibrés et variés, livrés :



- Graphique Genre et Age :



Les informations qu'on a pu collecter auprès de nos enquêtés ont montré que la plupart des personnes sont prises par le travail et n'arrivent pas à compenser travail et cuisine, ils nous ont précisé qu'ils sont forcés de manger aux restaurants, snacks ... vu les contraintes du travail, ils ont largement encouragé notre projet, et nous ont invité à le concrétiser tout en manifestant un intérêt énorme

5. Analyse SWOT :

<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>
<ul style="list-style-type: none"> -Service Unique et Original -Des plats équilibrés et variés -Des prix abordables -Un bon rapport qualité-prix -Répondre à une cause sociale en offrant des opportunités d'emploi et en aidant les femmes veuves en situation grave 	<ul style="list-style-type: none"> -Problème de rémunération des femmes veuves (vu qu'on vient de commencer notre projet et on ne peut pas leur proposer des salaires mais seulement des commissions)
<u>Opportunités</u>	<u>Menaces</u>
<ul style="list-style-type: none"> -Une qualité supérieure à celle offerte par les concurrents 	<ul style="list-style-type: none"> -émergence de service similaire offrant des avantages supplémentaires

6. Outils promotionnels :

Afin de promouvoir notre image de marque et faire connaître notre service aux clients, des actions promotionnelles ont été mises en place, la plus importante était celle de Marjane où on a exposé nos plats pour la première fois, on était surpris par la forte demande qu'on a eu

Quelques photos pour illustration :



Nous proposons aussi pour nos clients fidèles ayant une carte d'abonnement et ayant commandé nos plats du Lundi au Jeudi, un plat gratuit 'Le COUSCOUS' du Vendredi, un plat offert par LMIMA à ses CHERS CLIENTS

Conclusion

C'est avec grand plaisir qu'on a vécu cette expérience qui nous a positivement changé personnellement et professionnellement, c'est grâce à ce programme, qu'on a pu découvrir le monde de l'entreprise, et qu'on pu apprendre à travailler en équipe, s'entraider et collaborer afin de réaliser nos objectifs communs