



JEUNE ENTREPRISE

AquaHot



Conseiller bénévole : Maad Imane
Mouldar Jihan

SOMMAIRE

<i>Avant-propos</i>	2
I. Présentation de projet	3
1. Problématique :	3
2. Motivations :	3
II. Entreprise AquaHot :	3
1. Définition de notre entreprise :	3
2. Organigramme de la société	4
III. Département marketing :	4
1. Introduction sur le département :	4
2. Le choix du logo :	4
3. Le slogan :	5
IV. Département de production	5
1. Introduction sur le département	5
2. Matière première	5
3. Procédure et Fabrication	5
a. Produit final :	7
V. Département de finance	7
1. Introduction sur le département	7
2. Capitale Social :	7
3. Analyse Financier	8
VI. Département RH	9
1. Mission du département	9
2. Gestion d'absentéisme :	9
VII. Département de Communication	9
1. Mission du département	9
2. Les outils de mise en œuvre	9
Conclusion :	10

Avant- propos

Après de nombreuses séances de brainstorming effectuées par les membres de notre équipe dans le but de choisir le type du produit ou service qui s'adaptera avec la conservation de l'énergie en premier lieu, s'accommoder aux besoins de nos clients et aux critères d'un bon produit suivant les normes d'Injaz. Dans ce cadre, nous avons créé une entreprise sous le nom d'AquaHot.

Notre jeune entreprise a pour objectif d'utiliser l'énergie thermique perdue, pour une fonction secondaire figurée par une installation de chauffage d'eau qui permettra d'épargner de cette énergie ainsi du temps.

Le choix du produit s'est basé sur différents critères :

- Un produit qui permet de conserver l'énergie.
- Un produit simple et innovant.
- L'accessibilité de la matière première.
- La simplicité,
- L'efficacité d'utilisation pour le client
- Facilité de montage.

Présentation de projet

1- Problématique :

La cuisson des aliments a été pendant les nombreux siècles qui ont précédé une révolution industrielle et l'usage le plus courant et le plus important de l'énergie. Elle était alors basée sur des combustibles comme le bois ou le charbon. L'exploitation de ces derniers en feu a un rendement énergétique médiocre ; 5% à 20 % seulement de la chaleur atteint son but (chauffage, cuisson et éclairage) alors que le reste est restitué dans la pièce ou dans la nature.

2- Motivations :

Notre groupe souhaite enrichir ses connaissances sur le plan entrepreneurial. Ce qui nous a motivés de s'engager à mettre en œuvre un projet innovant à partir de forte réflexion de groupe, et de développer les compétences pour passer d'une idée à sa réalisation.

Après plusieurs séances de brainstorming pour la valorisation des idées, nous avons pu générer plusieurs idées que nous avons évalués selon différents critères tels que la faisabilité, l'innovation, la disponibilité de la matière première (cuivre, plastique,..), et la préservation de l'environnement.

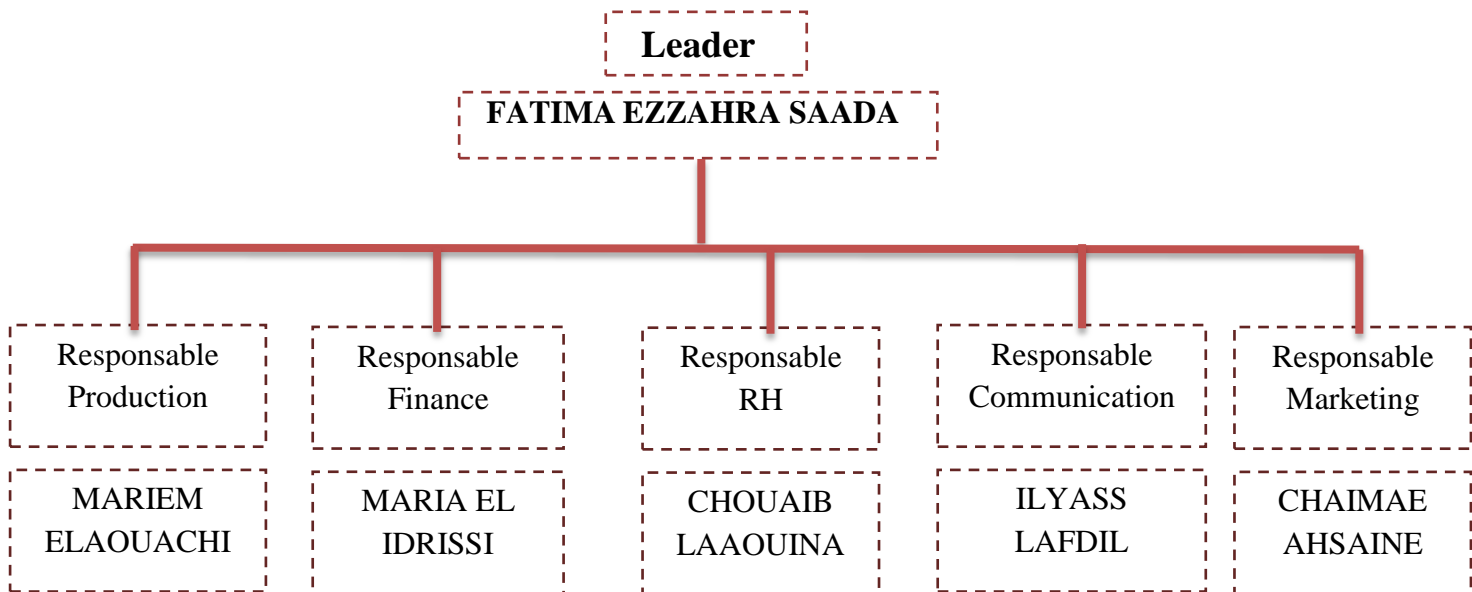
L'objectif de la création de notre entreprise s'est porté sur la fabrication d'un nouveau produit au Maroc. Ce dernier permet la conservation de l'énergie thermique pour une fonction secondaire incarnée dans un système de chauffage d'eau qui permettra d'épargner de l'énergie et du temps.

Entreprise AquaHot

1- Définition de notre entreprise :

Créer par des jeunes élèves marocains, en première année de baccalauréat lycée IBN KHALDOUN, AquaHot se base sur l'idée de réutiliser l'énergie thermique perdue dans une fonction secondaire, comme: réduire les besoins en chauffage, et plus précisément pour chauffer l'eau. Le nom de l'entreprise AquaHot se compose du préfix aqua qui signifie eau, et du suffixe hot qui signifie « chaud » en anglais.

2- Organigramme de la société



Département marketing

1- Introduction sur le département :

Le marketing d'une entreprise est l'ensemble des études et des actions qui concourent à créer des produits satisfaisant les besoins et les désirs des consommateurs et à assurer leur commercialisation dans les meilleures conditions de profit.

Le marketing d'AquaHot comprend des actions et des analyses notamment, les activités principales qui dirigent notre produit Aqua-Hot de notre site de production vers le consommateur. Ces activités incluent, des fonctions de l'achat des équipements de production, le transport, l'entreposage, la finance, la publicité, l'étude du marché et le développement du meilleur mélange des 4 p (produit, prix, place et promotion) pour notre stratégie de marketing.

2- Le choix du logo :

Le logo reflète l'utilité de notre produit, le choix de la couleur bleue pour « Aqua » signifie le côté rafraîchissant et pur de notre produit, la couleur orange pour « Hot » signifie la couleur de la flamme (énergie).



3- Le slogan :

Le slogan de notre entreprise est '**Never look away from wasted energy**' ce qui reflète la vision et la stratégie de notre entreprise.

Aqua-Hot : cherche à réutiliser l'énergie thermique perdue pendant des utilisations domiciliaires des ressources de chaleur (la cuisine, la douche...).

Département de production

1- Introduction sur le département

Ce département s'occupe de la fonction Production, qui englobe l'ensemble des activités de transformation des matières premières et composantes en produits vendus aux clients.

AquaHot est un produit de chauffage d'eau qui a pour objectif de réutiliser l'énergie gaspillée pendant l'utilisation de feu, il est simple, pratique et constitué par des matériaux très répandus et facile pendant la fabrication et l'utilisation.

2 - Matière première

Les composants nécessaires pour la réalisation de notre prototype sont :

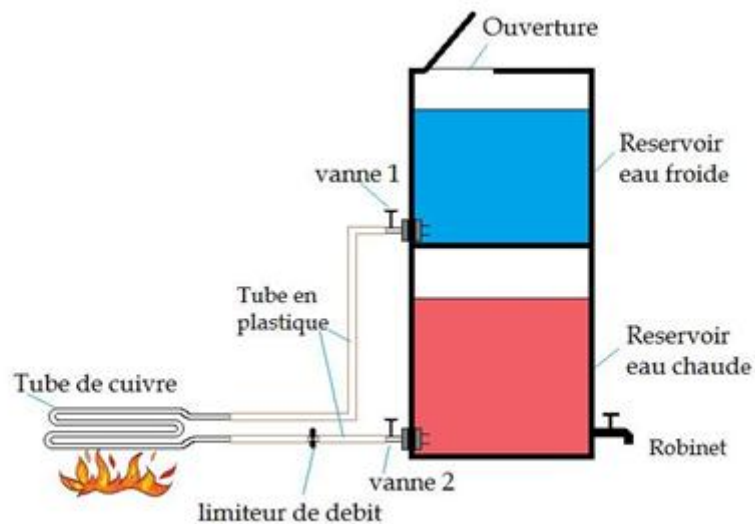
Tube en cuivre : Le cuivre représente la matière principale du produit. On l'a choisi pour plusieurs critères. D'abord il permet de transformer la chaleur rapidement, il ne coûte pas cher ainsi que c'est une matière dominante.

Tube en plastique : Permettent le transfert de l'eau entre le réservoir et les tubes. Ce qui permet de faciliter la manipulation.

Un réservoir : qui a comme rôle de garder l'eau chaude. Il garantit l'échange d'eau en contenant deux parties séparées par un trait.

3- Procédure et Fabrication

Notre tube de cuivre est installé autour du four qui contient une entrée pour l'eau froide et une sortie pour récupérer notre eau chaude .



Département de finance

1- Introduction sur le département

La fonction « finance » permet d'assurer aux décideurs qu'ils ont auront bien les fonds nécessaires à l'instant T pour financer telle ou telle activité.

Ce département accorde aussi un grand intérêt à la gestion du risque. En effet, il est très important de limiter les risques financiers qui pourraient causer du tort à l'entreprise.

2-Capitale Social :

Le capital social de notre entreprise Aqua-Hot est basé sur la vente des actions

- Actions pour l'entrepreneur
- Actions pour leur famille
- Actions pour les investisseurs

A raison de 20 DHs par action. De ce fait notre capital total est de 1 460 DHs.

3 –Analyse financière :

a. Les couts réels de MP :

Tableau 1: Les couts réels de MP

	Prix (DH)	Coût de transport et de stockage (DH)	Total (DH)	Prix unitaire de MP (DH)
8m de cuivre	130	20	136	17
10m de tube plastique	25		32	3.2
20 unités réservoirs	30		36	1.8
20 liaisons réservoirs	60	20	67	3.35
10 robinets plastiques	40		47	4.7
10 limiteurs de débit	40		47	4.7

b. Les couts opératoires :

- La production d'une seule unité nécessite :

- 0.8m x 17 dh/m= 13.6 dh pour le tube de cuivre.
- 1m x 1.2dh/m = 3.2 dh pour le tube de plastique.
- 2 reservoirs x 1.8 dh/unité = 3.2dh
- Un robinet = 4.7dh
- Un limiteur de débit= 4.7dh
- 2 liaisons x 3.35 =6.7dh

Les coûts opératoires pour produire une unité:

$$C = \sum \quad = 36.1 \text{ DH}$$

- Le coût unitaire par pièce :

Le cout de d'une pièce =le coût unitaire de production + le coût unitaire d'emballage

- On l'estime un coût d'emballage 0.4 DH / kg.

- Les couts fixes (Transport, Loyer, Salaire, équipement, électricité etc.) : 3.5 DH/kg

- Le Prix de Vente : 36.1+0.4+03.5+20= 60 DH /kg

On prévoit une marge de gain de 33% (20 DH/kg).

Département RH

1- Mission du département

Le rôle du département RH est d'assurer la formation nécessaire pour les employeurs afin d'assurer les compétences nécessaires pour le bon déroulement des activités de l'entreprise, et aussi à développer une stratégie de recrutement qui assurera les ressources humaine qui peuvent aider à réaliser les objectifs de l'entreprise et sa continuation dans le marché etc...

2- Gestion d'absentéisme :

L'absentéisme est un synonyme de la baisse de productivité. De ce fait le département s'est chargé aussi de la gestion d'absentéisme tout au long de la période de la création de notre jeune entreprise.

Département de communication

1.-Mission du département

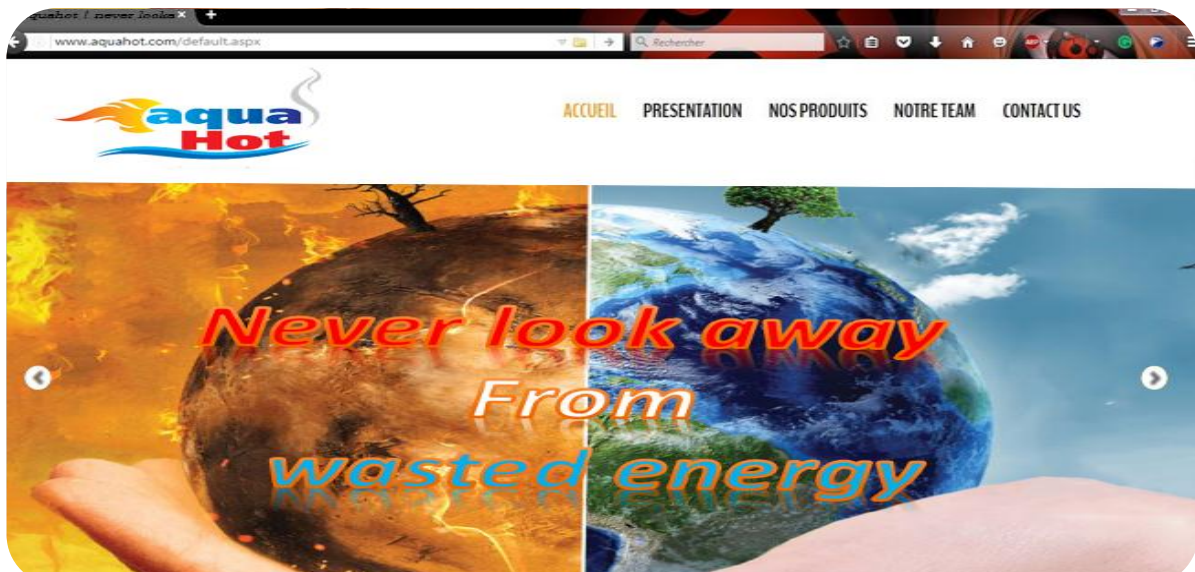
- Valoriser une ou plusieurs facettes de notre image institutionnelle
- Renforcer auprès de nos publics internes leurs liens identitaires avec les autres départements et auprès des publics externes notre attractivité.
- Développer nos relations externes économiques et sociales.
- Pérenniser au sein du service à l'origine du projet, une méthodologie de mise en œuvre lui donnant les moyens de reproduire seul, l'événement.

2-Les outils de mise en œuvre

Nous avons retenu quelques supports qui s'avèrent être en adéquation avec nos objectifs de communication. Notre infrastructure de communication se base sur le Site web, le mailing et les blogs.

Nos moyens de marketing et communication inclus :

- Site Web



- Page Facebook



- Carte visite et flyer



CONCLUSION

Notre entreprise AquaHot entre dans le cadre de l'intégration de l'entrepreneuriat, propose la fabrication un système de chauffage d'eau. Ce dernier permet d'épargner de l'énergie, éviter son gaspillage, diminuer le taux de consommation des sources énergétiques (bois, charbon..).

Un tel projet vise principalement à encourager les jeunes entreprises à participer dans l'économisation de l'énergie dans le royaume du Maroc en se basant sur l'utilisation de l'énergie gaspillée pour une seconde fonction.

Pour réaliser ce projet, nous avons commencé par une étude détaillée du besoin requis. Ensuite, nous avons construit une modélisation de processus du futur produit. Au sein de département production de l'entreprise, nous avons proposé des expériences pour la fabrication de nos produits prototypes tout en choisissant les moyens et les techniques nécessaires à la réalisation du projet.

Enfin, nous avons intégré le standard de control de qualité qui nous permet de tester et assurer la bonne qualité du produit final.