



INJAZ Al-Maghrib

A Member of JA Worldwide



المدرسة الوطنية للعلوم التطبيقية - أكادير  
FACULTÉ DES SCIENCES APPLIQUÉES - AGADIR  
ÉCOLE NATIONALE DES SCIENCES APPLIQUÉES - AGADIR



**ES-ELEC**

# Rapport d'activité

**ES-ELEC** est une junior entreprise créée par des étudiants de l'ENSA d'Agadir dans le cadre de la formation INJAZ Al-Maghrib.

2016

2017

**Be Safe, Take Control**

# SOMMAIRE

1. Présentation de l'entreprise ? .....	2
1.1. Qui sommes-nous ? .....	2
1.2. Notre Produit : .....	2
1.3. Organigramme de l'entreprise : .....	3
2. Le plan marketing : .....	3
2.1. La segmentation : .....	3
2.2. Synthèse du résultat de questionnaire : .....	3
• Interprétations : .....	4
• Interprétation : .....	5
2.3. Le ciblage .....	6
2.4. Le positionnement .....	6
2.5. Analyse des 4P .....	6
• Produit : .....	6
• Prix : .....	6
• Promotion : .....	7
• Place : .....	7
3. Produit : .....	7
3.1. Composant : .....	7
3.2. Technique : .....	8
4. Plan de communication .....	8
4.1. Stratégie de lancement.....	8
4.2. Organisation des Stands .....	8
4.3. Page Facebook .....	9
4.4. Moyens de communication .....	9
5. Plan financier .....	10
5.1. Bilan : .....	10
5.2. Compte de produits et charges.....	10
6. Vision et Avenir .....	12

# 1. Présentation de l'entreprise ?

## 1.1. Qui sommes-nous ?

Un groupe d'élèves ingénieurs de l'ENSA d'Agadir dotés d'un esprit innovant et entrepreneurial. partant d'un problème quotidien, on s'est trouvé avec une idée de produit qui vient en réponse à cette problématique, et par la suite la création d'une jeune entreprise nommée Es-ELEC, dans le cadre du programme Injaz Al-Maghreb. Ayant une vision de pallier aux problèmes causés par un excès d'alimentation électrique, nous avons appliqués nos compétences d'ingénieur en élaborant le produit ES-ELEC, afin d'assurer la sécurité, la protection des équipements électriques et l'économie de l'énergie électrique.

**Mission** : la production et la commercialisation du produit ES-ELEC répondant aux attentes du client

**Objectifs** : une production annuelle estimée à 500 pièces et signer des Partenariats avec des maisons Electroménagères.

**SLOGAN** : « Be safe, take control » désigne l'engagement de notre Entreprise a l'assurance de la sécurité du client, ainsi que la prise de contrôle de l'alimentation électrique par le biais de ES-ELEC

**LOGO** :



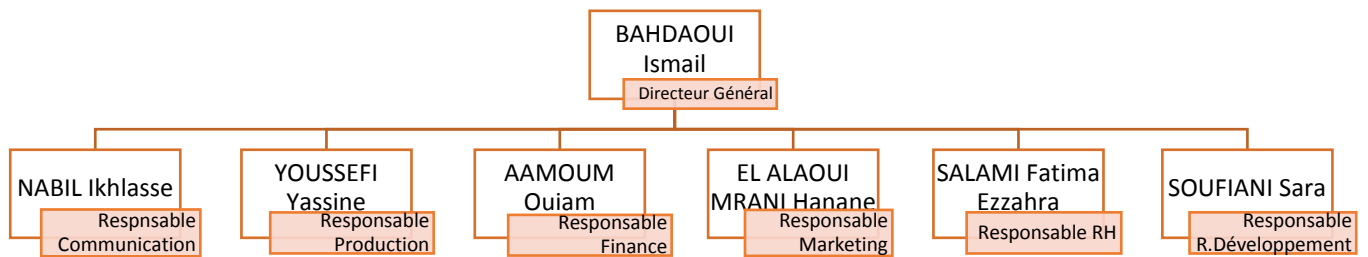
## 1.2. Notre Produit :

Une prise de courant intelligente capable de couper l'alimentation électrique pour un appareil quelconque après l'écoulement de la durée programmée par l'utilisateur.

Il suffit de brancher ES-ELEC en alimentation, préciser le temps, brancher l'appareil et par la suite l'alimentation se coupe après l'écoulement le temps précisé.

### 1.3. Organigramme de l'entreprise :

La partie humaine joue un rôle primordial dans toute entreprise l'organigramme suivant représente les différents postes de responsabilité pris pas les membres d'Es-Elec.



## 2. Le plan marketing :

### 2.1. La segmentation :

Puisque notre produit est destiné aux gens qui utilisent, les téléphones portables et les appareils électriques quotidiennement, notre segment sera sans doute ces derniers.

### 2.2. Synthèse du résultat de questionnaire :

Selon un questionnaire établi auprès des étudiants universitaires ainsi qu'autres clients potentiels interrogés lors de notre étude du marché, voici les résultats obtenus :

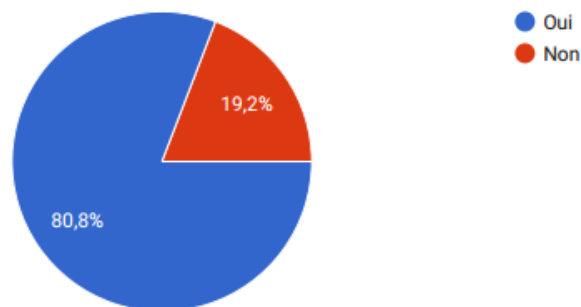
Est-ce que vous oubliez votre appareil électrique en charge ?



Vous oubliez vos équipements Branchés ? Si oui vous les oubliez ?



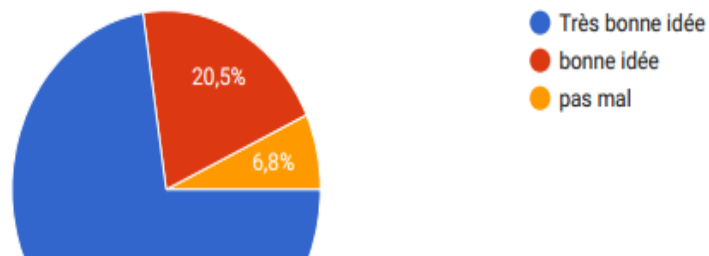
Est-ce que ca vous derange ?



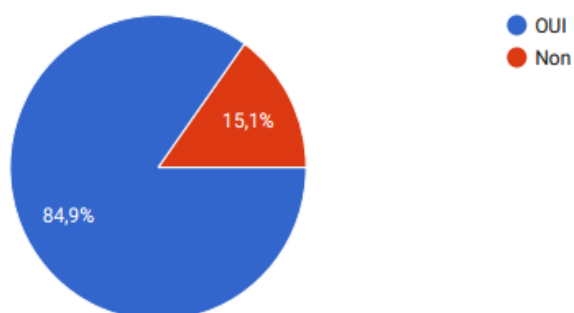
- **Interprétations :**

Ce résultat présente une détection claire du problème ainsi qu'une insatisfaction de l'utilisateur vis-à-vis ce dernier.

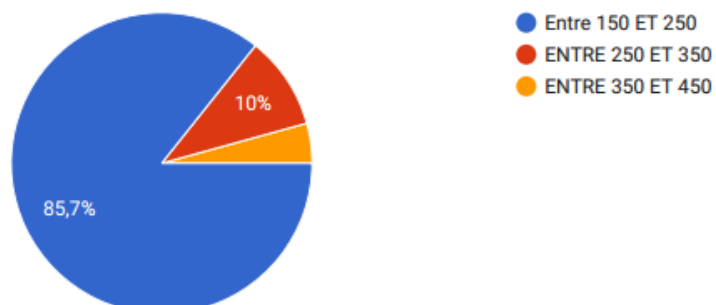
## Quelle est votre avis vis-à-vis notre produit ES-ELEC?



## Une fois ES-ELEC sur le marché vous allez l'acheter ?



## Si oui vous allez l'acheter a quel prix ?



- **Interprétation :**

On déduit que les gens ont exprimé un intérêt vis-à-vis notre produit, ainsi que leur volonté de l'acheter avec un prix estimé entre 150dh et 250dh.

### 2.3. Le ciblage

Notre entreprise vise à cibler les jeunes qui utilisent fréquemment les Smartphones, les tablettes...et les adultes qui sont pressés par le temps et occupés par le travail de façon qu'ils n'ont pas assez de temps pour charger leurs appareils que durant la nuit.

### 2.4. Le positionnement

Pour se positionner dans l'esprit du client, nous avons travaillé sur deux points :

- ✓ Communication de l'originalité de l'idée : il s'agit d'une mise en valeur de notre produit en le présentant comme une idée originale, plus précisément un produit marocain innovant à 100%.
- ✓ Poids et dimension : un poids léger estimé à (245g) avec une dimension (4.5cm\*9cm\*8cm), la chose qui traduit la facilité de sa transportation (voyage, sac-à-main...).

### 2.5. Analyse des 4P

- **Produit :**

**Qualité :** offrir une excellente qualité qui va assurer une augmentation de la durée de vie et la sécurité des équipements différents.

**Option :** ES-ELEC comprend un écran qui affiche le temps restant ainsi qu'il visent à ajouter d'autre option (pile, alarme, commande par distance ...)

**Esthétique :** ES-ELEC est un produit léger avec un poids de 250g ayant une largeur de 4,5cm, une longueur de 8cm et une hauteur de 9cm.

La couleur et le design du produit se diffère selon l'âge, le sexe et l'utilité (ES-ELEC Panini, ES-ELEC portable...)

**Service après-vente :** Une maintenance et des pièces de rechange ainsi que des conseils seront à la disponibilité des personnes ayant achetés ES-ELEC.

**Garantie :** ES-ELEC offre une garantie de deux ans sur tous ses produits.

- **Prix :**

La politique prix a été menée suivant deux volets :

Le premier volet se base sur le pouvoir d'achat des clients, et le deuxième dépend de l'estimation des coûts.

A partir de cette politique, on arrive aux informations suivantes :

- Le pouvoir moyen d'achat : 175,5MAD
- Coût estimé de fabrication : 141,61MAD
- Bénéfice=20% du coût de fabrication
- Prix de vente : 170MAD

L'entreprise aura de façon continue comme objectif une réduction de coût de production (fournisseurs, matières premières...), afin d'augmenter son budget publicitaire pour but de rester constamment dans l'esprit des clients.

- Le prix diffère selon les fonctionnalités et le type d'usage voulu.
- L'entreprise offre ses clients une remise occasionnelle sur ses différents types de produit.

- **Promotion :**

La promotion du produit ES-ELEC sera faite via :

- Représentants commerciaux.
- Publicité à travers les réseaux sociaux et les médias.
- Salons et expositions.
- Sponsoring.

- **Place :**

La distribution du produit ES-ELEC va se faire via deux types de canaux : directe ou indirecte.

Pour la distribution indirecte, on a opté pour les intermédiaires suivants :

- Grossiste
- Agent commercial

## **3. Produit :**

### **3.1. Composant :**

- Un clavier matriciel
- Un afficheur LCD
- Un microcontrôleur
- Un switch
- Prises et fils



### 3.2. Technique :

- Un transformateur 220/5v qui alimente le NANO Arduino, le Switch et l'afficheur LCD.
- Une carte NANO Arduino programmé en langage C agit sur le Switch selon les données de base entrées par le clavier matriciel
- Un afficheur LCD qui permet de communiquer avec l'utilisateur.

## 4. Plan de communication

### 4.1. Stratégie de lancement

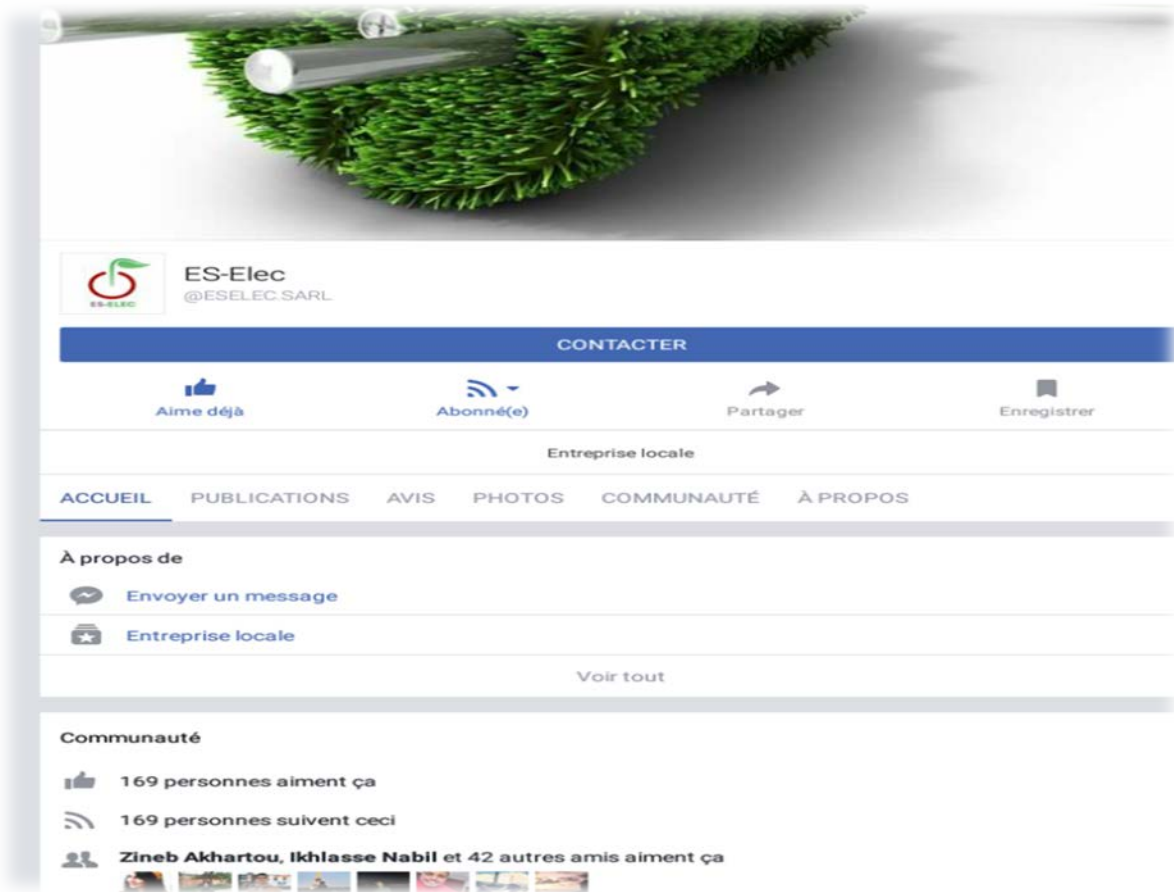
L'organisation des stands pour le lancement de notre produit ES-ELEC était une stratégie suivie par notre entreprise qui a pris lieu le 19/05/2017 au sein de l'école nationale des sciences appliquées (ENSA-Agadir), avant cette échéance l'équipe de communication a invité le maximum possible de personnes pour qu'ils puissent comprendre notre produit et avoir une idée sur l'interaction du client avec notre produit.

### 4.2. Organisation des Stands

ES-ELEC, cette jeune entreprise a organisé un stand au supermarché MARJANE, le 21/05/2017 afin de diffuser l'idée et savoir la réaction des gens vis-à-vis le projet, ainsi de cibler une autre catégorie de clients qui est l'employeur en leur donnant un rendez-vous le jour de lancement de notre produit. Pendant ce stand plusieurs personnes ont apprécié ce produit en laissant leurs coordonnées personnelles (Facebook, Gmail et Téléphone) pour que nous puissions les contacter pour leur informer que notre produit est prêt. D'autres stands ont été organisés à l'Ecole Nationale des Sciences Appliquées (ENSA Agadir), l'Ecole Supérieure de Technologie (EST-Agadir) et Universiapolis-Agadir qui ont pris lieu le 17/05/2017 et 18/05/2017, dans le but de faire connaître l'idée du projet aux étudiants universitaires et d'assurer l'inscription de ceux qui veulent bénéficier de ce produit. Durant ces stands aux universités, nous avons expliqué le fonctionnement de notre produit, puis nous avons distribué les cartes visites et les brochures de notre entreprise, tout en diffusant une vidéo explicative du fonctionnement de notre interrupteur intelligent.

### 4.3. Page Facebook

Pour partager les nouveautés de notre jeune entreprise et s'approcher à nos clients, notre équipe a créé une page Facebook pour assurer un espace très vaste d'informations et d'échange pour répondre à toute question .Notre page Facebook a 170 Abonné(e)s qui suivent les actualités de notre proje



### 4.4. Moyens de communication

Pour avoir une image claire sur notre entreprise nous avons conçu des t-shirt qui portent le logo et le slogan d'ES-ELEC.

On a distribué des cartes visites, des stylos, des agendas aux personnes voulant avoir plus d'informations sur notre produit.

On a créé un Roll-up portant notre logo, slogan définissant l'entreprise, il est utilisé dans les stands.

## 5. Plan financier

### 5.1. Bilan :

<b>Actif</b>		<b>Passif</b>	
Désignation	Montant	Désignation	Montant
✓ T-shirt	180	✓ Capital propre	4460
✓ Achat de matière première	10080	✓ Dons	7408
✓ Prototype	242	✓ résultat	866
✓ Impression	52		
✓ Support de communication (Roll-up, badges.. )	1460		
✓ Connexions et téléphones	300		
✓ Transport	420		
<b>Total</b>	<b>12734</b>	<b>Total</b>	<b>12734</b>

- **Compte de produits et charges**

<b>CPC</b>	<b>MONTANT</b>
<b>Produit d'exploitation :</b> Ventes marchandises	13600
<b>Total</b>	13600
<b>Charges d'exploitation :</b> Achat + consommation de matière	10080 2654

et fourniture Autres charges externes	
<b>Total</b>	12734
<b>Résultat d'exploitation</b>	866

D'après le bilan et le CPC, le chiffre d'affaire est de 13600 MAD, les charges variables s'élèvent à 10800 MAD (MP + transport + connexion internet et téléphone) et les charges fixes à 1934 MAD (support de communication + impression + prototype).

- **La marge sur la charge variable** est :  $MCV = CA - CV$   
 $= 13600 - 10800$   
 $= 2800 \text{ MAD}$
- **Le taux de la marge sur coût variable** est :  $TMCV = MCV/CA$   
 $= 2800/13600$   
 $= 0.2$

Donc

- **le seuil de rentabilité** s'élève à :  $SR = CF/TMCV$   
 $= 1934/0.2$   
 $= 9670 \text{ MAD}$

D'après ces calculs, nous concluons que nous avons besoin de vendre **56 produits** ES-ELEC la première année, pour pouvoir générer des bénéfices. Chose qui est très réalisable.

## 6. Vision et Avenir

Vision à moyen terme :

Une campagne publicitaire intense visant à introduire notre projet au marché.

- ⇒ Un chiffre d'affaire estimé à 25500
- ⇒ Participation au salon expo national et international pour la promotion de la notoriété de marque.
- ⇒ Chercher et choisir nos fournisseurs en termes de meilleure offre et par la suite signer des partenariats avec eux.
- ⇒ Production assurée par les étudiants.

Vision à long terme :

- ⇒ Amélioration du produit : il s'agit d'une amélioration de côté esthétique ainsi que l'ajout de différent fonctionnalité (pile, alarme, support, télécommande, commande par distance...)
- ⇒ Elaboration d'un marketing virtuel intense
- ⇒ vente en ligne
- ⇒ production au sein d'un atelier.
- ⇒ Partenariat avec des maisons électroménager
- ⇒ Un chiffre d'affaire annuelle qui dépasse 200000 MAD

# Remerciement

Un remerciement chaleureux à INJAZ EL MAGHRIB, de nous avoir donné l'opportunité de créer notre propre entreprise et acquérir des informations dans le monde de l'entrepreneuriat qui pourraient nous être utiles dans nos vies professionnelles. Avant de commencer ce rapport de projet, nous tenons à remercier vivement nos conseillères Mme BOULOIZ Hafida et Mme TOURABI Amina, qui nous ont fait partager leurs compétences pour réaliser ce magnifique travail. Nos remerciements vont également à Mme AFAF pour le temps qu'elle nous a consacré le long de cette édition INJAZ ALMAGHRIB.