



Lycée MOHAMED BEN
ABDLEKRIM ALKHATTABI
NADOR - l'Oriental

T-ECO Junior Entreprise créée dans le cadre
d'INJAZ AL-MAGHRIB

RAPPORT ANNUEL 2017

Encadré par : MOURAD LAOUKILI

ABDELILAH ELOUADDAF

dans le cadre du programme



avec le soutien de



SOMMAIRE

- Introduction
- L'organigramme de l'entreprise
- Les départements et politique de l'entreprise
 - ** la politique de communication
 - ** la politique des ressources humaines
 - ** la politique financière
 - ** la politique Marketing
 - ** la politique de production
- Conclusion

INTRODUCTION

Nous sommes les élèves de la classe de la 1ère année bac S.M BIOF sis au lycée Abdelkarim El Khattabi *Province de Nador*. Nous avons participé au Company Program d'**INJAZAI-Maghrib**, et nous avons fait notre premier pas dans le monde d'entrepreneuriat en créant notre Junior Entreprise T-ECO.

Au cours de Cinq mois, nous avons réussi à développer des techniques et des qualités afin de gérer une entreprise. Ainsi nous avons défini un cadre spécial de coopération en instaurant des objectifs et des valeurs.

NOS OBJECTIFS :

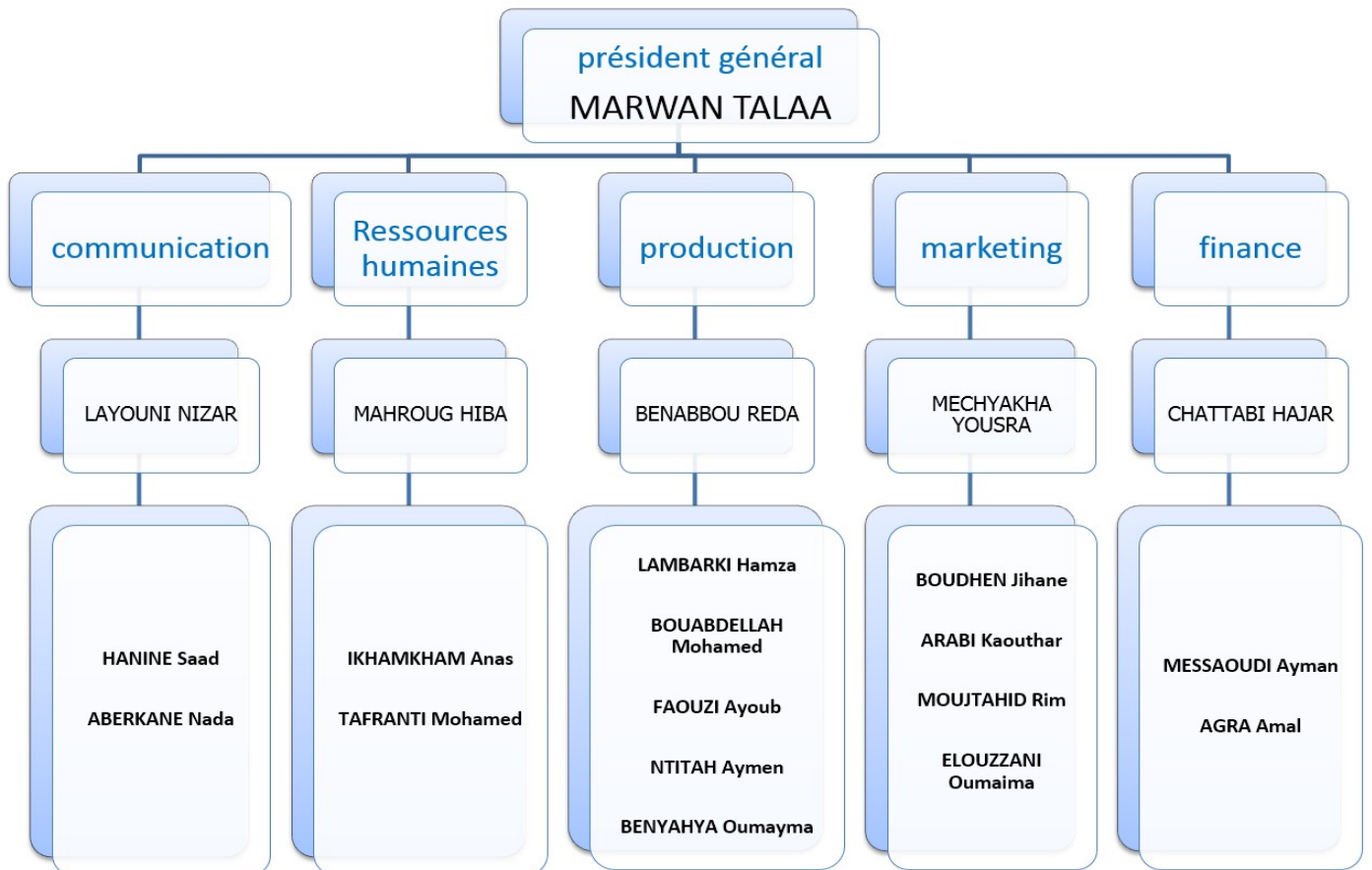
- Encourager le jardinage
- Valoriser notre environnement
- Gagner un prix dans la compétition Nationale.

NOS VALEURS :

- **Esprit d'équipe** : travailler en équipe et ne pas exclure une ou plusieurs personnes quelle que soit la raison.
- **Respect** : s'écouter mutuellement les uns les autres, éviter d'hausser la voix ou de jurer, et remercier les autres pour leurs travaux.
- **Ecologique** : respecter l'environnement et ne pas le nuire.

T-ECO est une jeune entreprise, active dans la fabrication des pots autonomes. Notre produit est un pot alimenté par une plaque solaire, moteur, batterie, pompe et un testeur d'humidité, ce sont tous gérés par une carte **ARDUINO**. C'est-à-dire, il n'exige pas le contrôle humain, il s'agit d'un pot écologique autonome ; écologique car il s'alimente en énergie solaire à l'aide de sa plaque qui peut suivre les rayons lumineux grâce à son **SOLAR TRACKER**. Autonome car il utilise un **ARDUINO WATERINGSYSTEM**.

L'ORGANIGRAMME DE T-ECO



La politique de communication

La stratégie de communication a été confiée au département de Com dans notre entreprise, ce département a réussi à choisir les moyens les plus pertinents destinés à informer l'acheteur potentiel et le convaincre d'acheter notre produit. Plusieurs démarches ont été mises en œuvre à savoir :

** **la raison sociale** : « T-ECO » Elle s'agit d'un groupement de deux domaines d'activités de notre entreprise ; la lettre 'T' qui signifie technologie et 'ECO' signifiant écologie.

** **la marque** : « PEA » : Pot Ecologique Autonome.

** **le slogan** : « AU SERVICE DE LA NATURE » Ce slogan résume parfaitement la tâche de notre produit.

** **logo** :



C'est la fusion entre le nom et le slogan, Ainsi la lettre **T** du domaine technologie est représentée dans le logo par une feuille d'arbre, ce qui signifie que la technologie peut et doit être au service de la nature.

** **Mascotte** : une mascotte a été imaginée par les membres du département Com, il s'agit de Mr PEA qui sera la figure emblématique de tous nos supports publicitaire.



En plus :

- La création de groupe **WHATSAPP** et page **FACEBOOK**
- Faire la mise en page des différents rapports
- Coordonner l'élaboration du rapport final
- les t-shirts
- les badges

La politique des ressources humaines

La direction des ressources humaines assure ses mission et fonctions en collaboration avec les autres directions dans une logique d'objectifs fixés par l'entreprise. Gérer les relations sociales, valoriser les carrières, recruter de bons profils sont autant de facteurs déterminants pour la réussite d'une société, et qui demande des compétences professionnelles et humaines solides.

- **L'administration du personnel :**

Le département des ressources humaines assure le suivi et le contrôle des données individuelles et collectives du personnel de l'entreprise, ainsi que le maintien de l'ordre des travaux.

- **La gestion au sens large :**

Le département des ressources humaines est chargé de la gestion des emplois, programmes de recrutement et l'évaluation des personnes. Le département RH doit aussi détecter les besoins et mettre en œuvre des actions de formation après avoir élaborer des plans de formations.

- **La communication, l'information :**

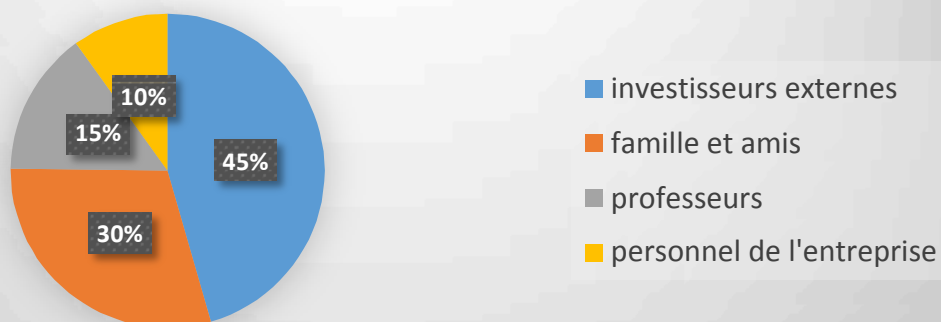
Les tâches de la direction des ressources humaines en cette matière se résument en la définition des publications orientées vers l'extérieur et la conception des messages, la conception du bilan social de l'entreprise, et la gestion des moyens de communication.

- **L'amélioration des conditions de travail :**

En cette matière les principaux thèmes sont : l'hygiène et la sécurité au travail et dans les trajets, et la prévention des risques psychosociaux et des maladies professionnelles

La politique financière

la répartition des actionnaires détenant le capital de T-ECO



Bilan de l'entreprise

ACTIF	PASSIF
Caisse : 7748.50 dh	Capital : 6880 dh
	Résultat net: 868.50 dh
Total: 7748.5dh	Total: 7748.5dh

Le Compte de produit et de charge

Charges		Produits	
- Achat MP :	3331.50	- Chiffre d'affaire:	4800.00 DH
- Achat Pots :	600.00	(03 pots * 1600 DH)	
- Benefice :	868.50		
Total :	4800.00 DH	Total :	4800.00 DH

T-ECO a décidé de distribuer un dividende de 01 DH par action à l'ensemble de ses actionnaires (344 DH), le reliquat du résultat net sera reverser dans l'affaire si l'aventure continue.

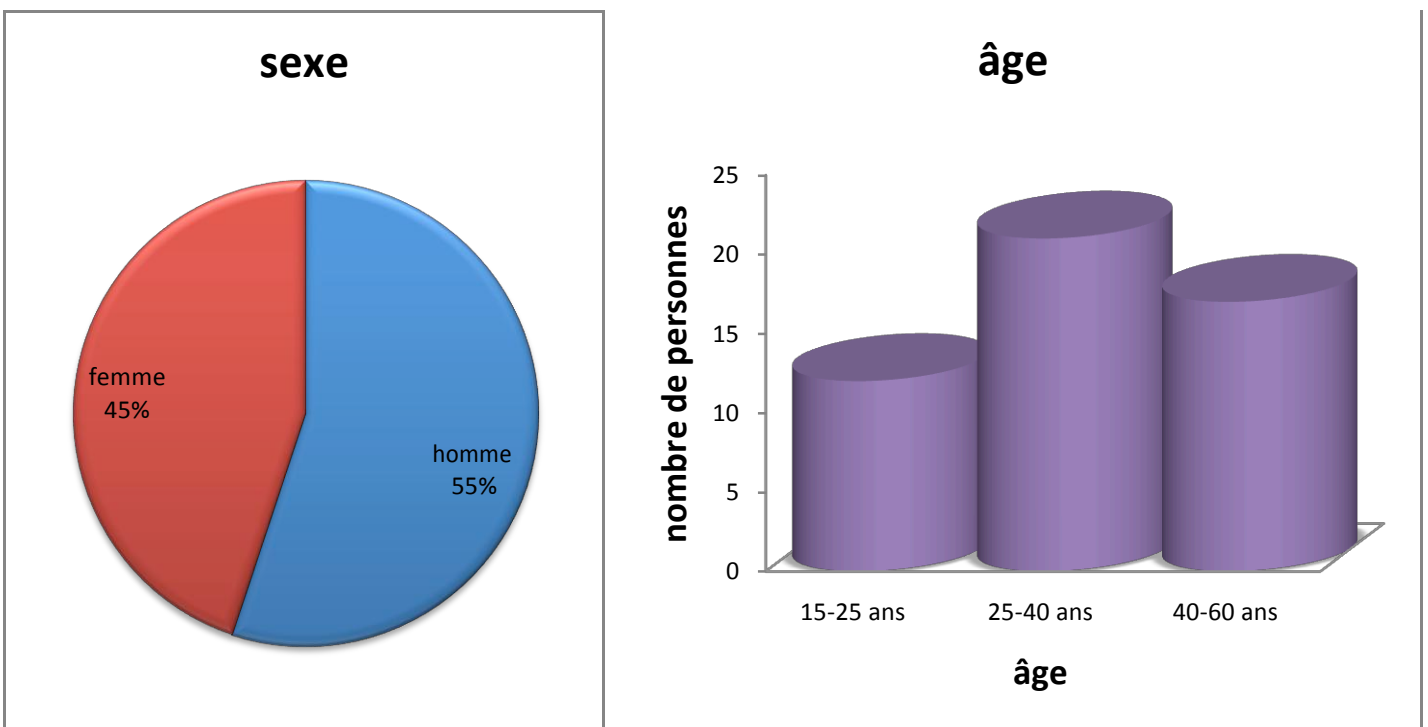
La politique marketing

➤ Etude de marché

Comme il y'a toujours une part de rêve dans chaque projet, nous avons opté pour une étude de marché afin d'affronter nos théorie de départ avec la réalité du marché.

Résultat du questionnaire :

D'après le sondage effectué, 55% des personnes qui ont répondu au questionnaire sont des hommes, âgés entre 25-40 ans, et 45% sont des femmes.



Ainsi, nous avons classé les clients selon leurs pouvoirs d'achat en 3 catégories :

⇒ Catégorie A : entre 800-1200DH

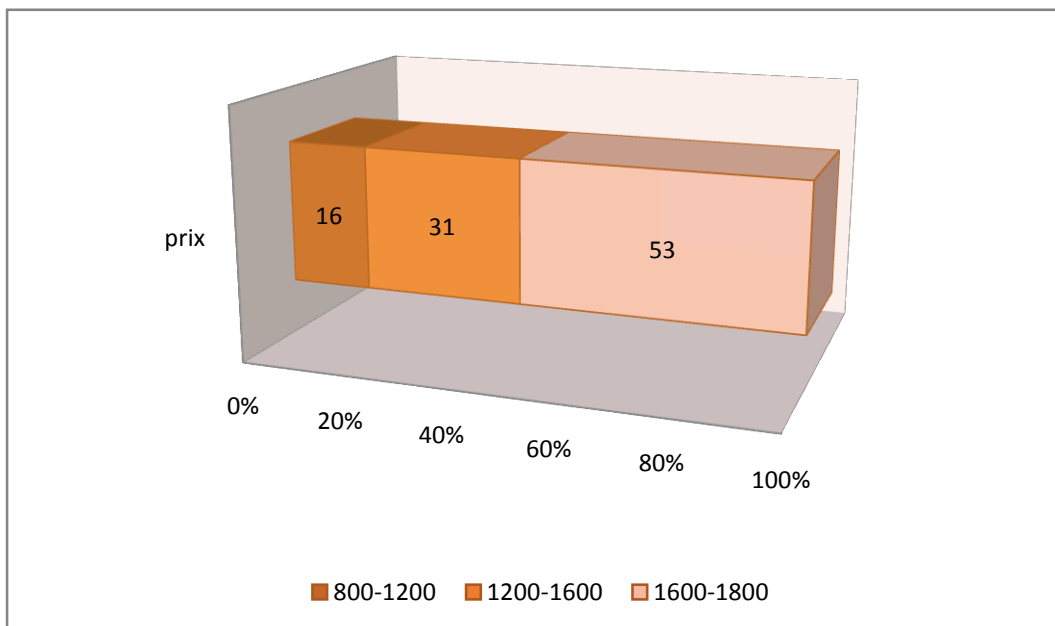
Cette catégorie représente 16%

⇒ Catégorie B : entre 1200-1600DH

Cette catégorie représente 31%

⇒ Catégorie C : entre 1600-1800DH

Cette catégorie représente 53%



Ainsi d'après cette étude de marché nous avons pu limité notre cible à :

- Les particuliers qui disposent de maison individuel ou des syndics d'appartements.
- Les Café, restaurants et hotel
- Les agences bancaires
- Les commerçants disposant de boutiques ou de vitrines

➤ Le marketing mix

Politique du produit :

L'étude de marché a pu nous éclaircir l'image sur de notre pot et a confirmé notre choix final de ce dernier. Cependant il fallait offrir des avantages particuliers par rapport aux concurrents qui existent au marché.

Politique de distribution :

Une fois le produit réalisé, nous avons procédé à la méthode de vente directe. Pour cela toute l'équipe T-ECO a été impliquée. Nous nous sommes également rendus à MARJANE Nador afin d'exposer notre produit et avoir le retour des clients sur notre travail. Ainsi pendant que nous participons à la semaine verte de Nador, nous avons reçu l'offre d'une association avec un spécialiste de fabrication de pots, ce qui va nous ouvrir les portes d'un grand marché à Nador et dans la région de l'oriental.

Politique de promotion :

Le département marketing a fourni des efforts considérables afin de promouvoir le produit et d'inciter les clients potentiels de l'acheter.

Plusieurs moyens ont été menés : élaboration des supports publicitaires : affiches, brochures, prospectus ...

Politique du prix :

Notre objectif consiste alors à offrir à nos clients un produit de qualité à un prix compétitif. Ce prix a été fixé à 1600DH en tenant compte du prix de revient, du rapport qualité/prix et aux résultats du questionnaire. Ainsi un benchmarks a été réalisé afin de nous positionner sur le marché de vente des pots de fleurs. Ce benchmarks nous a montré que le prix proposé par notre entreprise sera acceptable par le marché.

Benchmarks prix des pots

Nom de l'entreprise / caractéristiques du produit	T-ECO	Medina Résine	KITEA	Auchamps	BRICOMA
Prix de vente en MAD	1600	1500	1299	1200	1299
Matière de fabrication	Polyester	Polyester	Polyester	Polyester	Polyester
Dimension	70*110*35	50*105*50	35*76*30	50*90*30	35*75*30
Système auto-arrosage	OUI	Non	Non	Non	Non

La politique de production

P.E.A(*pot écologique autonome*)est un pot écologique autonome, Ecologique car il s'alimente en énergie solaire grâce à sa plaque qui peut suivre les rayons lumineux grâce à son **Solar Tracker**, Autonome car il utilise un **arduino wateringsystem**.

Pendant la fabrication de notre premier prototype nous avons rencontrés plusieurs problèmes que nous avons soulevés :

Problèmes rencontrés	Solutions trouvées
Manque de la matière première -électronique -	*Cherche de sites en ligne. *Achats de quelques matériaux de Fès.
Insuffisance de possibilité de travail en groupe pendant le mois de Juin .	*Augmentation du temps de travail *Division de la fabrication de P.E.A en taches individuelles.
Des difficultés pour la programmation de la carte <i>arduino</i> .	*Apprendre pendant une séquence de tutoriels durant toute la formation INJAZ. *Prendre en compte les conseils des fonctionnaires dans notre lycée qui sont spécialisés en informatique.

Cout de revient PEA

Materiel	Prix (DH)
MG945-180 degrés – Servo moteur metal	110
30A 12V/24v PWM régulateur de charge solaire	120
300L/h DC12v pompe pour eau	100
12v 3w Mini panneaux solaires	130
Arduino uno	135
Chanel module de relais	25
pot	200
Batterie	160
6 x attache	6
Tuyaux 2m	12
Pack arduino	312
Total: 1310.5DH	

CONCLUSION

Notre Junior Entreprise a fait preuve d'une énorme capacité d'adaptabilité au besoin du marché, nous avons compris pendant cette courte durée d'entrepreneuriat que nous devons être toujours à l'écoute de notre environnement externes, à savoir nos clients, nos prospects et nos partenaire.

Nous avons pu nouer des relations et des partenariats avec différents partie prenante dont nous ignorant l'existence notamment des associations de protection de l'environnement, des entreprises concurrentes et des entreprises partenaire.

Nous remercions **INJAZ** qui nous a donné l'occasion d'expérimenter un nouveau domaine qui marquera cette période de notre vie ainsi que notre carrière. Cette expérience nous a permis de savoir comment travailler au sein d'un groupe et évoluer notre esprit d'entreprendre. On a pu innover et créer un produit nouveau et inhabituel apprécié par plusieurs personnes. En ce qui concerne le futur, nous visons à aller plus loin avec notre produit. Aussi, nous exprimons nos sincères remerciements à :

- **Nos conseillers bénévoles** pour la qualité de leur encadrement
- **Toute personne** ayant participé de près ou de loin au bon déroulement de ce travail.

On renouvelle nos remerciements à **INJAZ** pour cette bonne initiative.