

Lycée Hubert Clément
2, Rue Général G.S. Patoon
4277 Esch-sur-Alzette



AID MUNDUS

Aidez une association en achetant un de nos sweats à capuche élégant et à un prix totalement abordable !

Voici notre premier prototype
qui a été réalisé en collaboration
avec la Fondation Cancer





BUSINESS PLAN

A. Le « management summary »

Nom : Aid Mundus

Produit de l'entreprise : Vente de sweats à capuche avec des logos spécialisés faits en collaboration avec des associations au Luxembourg

Service de l'entreprise : Notre entreprise a pour but de vendre des sweats à capuche dont le design sera fait en collaboration avec différentes associations. En effet, avec les associations nous allons choisir à chaque fois un dessin/logo qui sera imprimé sur nos sweats à capuche. Ainsi, nous donnerons à la fois une part des bénéfices aux associations et nous ferons la promotion de ceux-ci.

Particularité de notre mini-entreprise :

- Collaboration avec des associations
- Diversité à 360 degrés des associations (culturel, santé, environnemental)
- Partie des bénéfices est donnée aux associations respectives

B. Le projet d'entreprise

I. Le produit / service

Notre produit est un sweat à capuche avec un logo imprimé. Chaque logo représentera une association et un part du revenu leur sera donné. C'est un produit de longue durée et même si ce n'est pas quelque chose de nouveau, on peut faire une bonne action en achetant nos Hoodies. Nous proposons aussi des services périphériques avec notre produit, on peut le commander sur notre site internet. Le principal avantage est que c'est un vêtement, donc c'est durable et on peut le porter tout le temps. Il y a aussi un facteur émotionnel, car il montre notre engagement envers une œuvre humanitaire.

II. La clientèle visée

Notre produit s'adresse à tout le monde et comme on a un site internet, même les personnes qui n'habitent pas au Sud du pays peuvent acheter notre produit. On vise à vendre notre produit dans tout le pays peu importe la région.

En plus, nos sweats à capuche seront unisex ceci facilite le choix, ainsi on ne devra pas créer des modèles pour les hommes et des modèles pour les femmes. Les tailles varient de S jusqu'au XL. En plus, dépendant des logos les personnes peuvent choisir quel sweat à capuche elles veulent acheter en fonction de quelle association elles vont aider. De plus, nos sweats à capuche seront vendus à un prix convenable, donc tout le monde aura la possibilité de pouvoir en acheter un ou même plusieurs.

Le principal motif d'achat de notre produit sera le fait d'aider une association en achetant un sweat à capuche. De même, nos sweats à capuche seront à la mode et ceci poussera les personnes à acheter notre produit.

III. La différence par rapport à la concurrence

Aid Mundus est une mini-entreprise en collaboration avec des associations luxembourgeoises. Le produit sur le marché sont des sweats à capuche avec un logo désigné avec l'association. Les concurrences d'Aid Mundus sont les suivants :

- UNICEF
- UNO
- UNESCO , ...

Ils sont notre concurrence dans le sens qu'ils sont tous des associations et qu'ils vendent des produits pour aider les gens qui ont besoin d'aide.

Il y a plusieurs différences entre notre association et les concurrences qui vont montrer que choisir notre mini-entreprise est le meilleur choix.

Premièrement, si vous habitez au Luxembourg, c'est plus avantageux d'investir et de supporter Aid Mundus. Nous sommes locales, nos fournisseurs se trouvent au Luxembourg, donc ceci ne nuit pas l'environnement. De même, la livraison ne sera pas longue, car on reste local.

Ensuite, on vend des sweats à capuche, qui sont un vêtement de longue durée et qu'on peut habiller tout le temps. Les sweats à capuche vont aussi être vendus dans un prix abordable et les logos qu'on fera avec des associations seront imprimés sur ceux-ci. En comparant avec notre concurrence, si on achète des vêtements dans des pays internationaux où dans des autres pays de l'Europe, on doit payer un frais d'expédition qui est parfois plus cher que le produit en soi. Avec Aid Mundus, les gens vivant au Luxembourg ne vont pas payer un frais d'expédition élevé s'ils font des commandes.

Notre mini-entreprise Aid Mundus promet aussi qu'un certain pourcentage du revenu sera attribuer aux associations. Nous travaillons avec différentes associations, donc les sweats à capuche vont avoir des différents logos et chaque représenta une association différente. Si vous achetez un de nos produits, vous avez aidé des personnes qu'en ont besoin.

Les sweats à capuche sont de bonne qualité et on va premièrement commencer avec la production avec l'aide de deux associations choisis (Caritas et la fondation cancer) , mais ensuite, on va avoir plus de variations . On va aussi insérer d'autre sorte de vêtements.

Finalement, on a aussi un site d'internet, un compte d'Instagram et de TikTok, où notre équipe est active et facile à contacter. On parle différentes langues aussi, donc la communication va être soulagée.

IV. Les objectifs de la mini-entreprise ?

Notre objectif est de donner aux associations une part de nos bénéfices comme don afin de les soutenir. Nous voulions également faire la promotion de ces associations et encourager les gens à faire des dons. Nous voulons également partager un moment de bonheur avec les personnes concernées des associations et leur laisser libre choix pour le design du logo qui représentera leur association. Nous veillons également à la protection de l'environnement en choisissant un fournisseur en l'occurrence NOIO qui est écoresponsable.

C. Analyse stratégique

I. Analyse de l'environnement (PEST)

À cause du changement économique, notre entreprise s'est rendu compte de l'importance et de la difficulté de trouver un fournisseur local avec un prix abordable. Ensuite, rester local et respecter l'économie sont notre priorité, car nous voulons que les dégâts restent minimaux.

Pour le changement technologique, on profite du fait qu'on se trouve dans une société moderne, car faire connaître notre produit est plus facile à l'aide des réseaux sociaux. On ne doit pas se limiter localement, on peut vendre notre produit partout dans le monde. On peut aussi rester en contact avec des futures vendeurs et associations pour répondre à leurs questions.

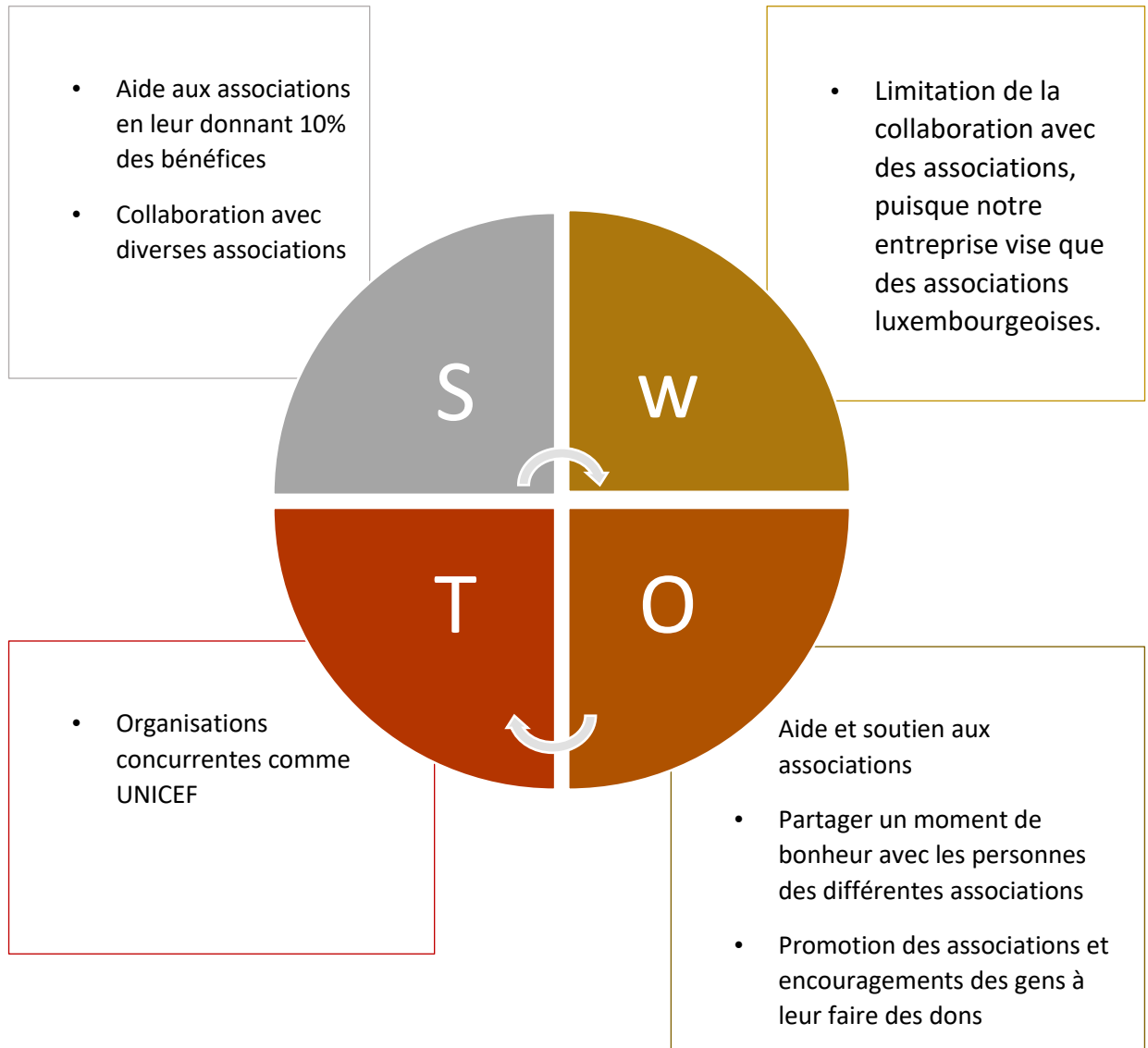
En outre, notre produit n'est ni influencé par les changements juridiques, ni par les changements politiques.

II. Analyse de la concurrence

Nos concurrents principaux sont tous les associations humanitaires telle que Unicef, Uno, ...

En effet, ces associations procèdent également à des ventes de produits, dont les gains sont versés pour la bonne cause. Ces organisations veulent également aider ces différentes associations, ce qui les rends nos concurrents principaux. Toutefois, les organisations, ne vendent pas de produits qui sont directement conçus avec les associations concernées ce qui joue en notre faveur.

III. Analyse SWOT



D. La stratégie marketing

I. Stratégie de distribution

Au début, pour faire les personnes connaître nos produits on raconte à nos amis et membres de nos familles. Ceux-ci propageront nos produits à leurs amis et membres de familles et ainsi de suite.

De plus, on a des comptes sur des réseaux sociaux tels que TikTok et Instagram. On postera le processus de création, les dates de ventes et où elles auront lieux. On a aussi un site d'Internet sur lequel se trouve toutes les informations concernant notre entreprise et les associations avec lesquelles on travaillera.

De même, les associations avec lesquelles on travaillera propageront elles aussi le but de notre entreprise et nos produits. Afin d'attirer plus d'attention et pouvoir aider plus de personnes.

En addition, avec tous les stands que Jonk Entrepreneuren nous mettent à disposition, on a l'opportunité de faire connaître notre entreprise et nos produits.

II. Politique de prix

Le prix qu'on a choisi a été bien réfléchi. On a essayé de trouver un prix équilibré et accessible, qui n'était ni trop cher, ni trop réduit. On a comparé le prix de notre produit avec les prix des concurrentes et on a constaté que leurs produits sont un peu plus chers que les nôtres. Donc, on peut conclure que notre prix est plus abordable. Donc on a choisi un fournisseur qui nous propose un produit de haute qualité et qui reste tout de même dans notre budget.

Remarque : Une particularité dans notre stratégie Marketing est qu'on a décidé avant chaque vente d'avoir des flyers des associations avec laquelle nous collaborons pour pouvoir donner à chaque client qui achète un de nos produit, un flyer de l'association respectives, afin que le client puisse s'informer plus sur l'association et peut être se décider à leur faire un don par la suite.

iii. Politique de communication

Notre Mini-Entreprise Aid Mundus, du LHCE, cible toutes les personnes qui seraient prêtes à agir pour la bonne cause.

Pour la publicité, nous n'avons pas encore discuté au sujet de la publicité payée, mais nous ne l'excluons pas pour l'avenir. Au début, pour faire connaître notre entreprise, nous avons expliqué notre idée à nos amis et connus qui ont par la suite racontée à leurs amis. Nous avons alors partagé nos idées sur des réseaux sociaux comme TikTok et Instagram, puisque ce sont des plateformes très connues, notre travail est simplifié. Nous avons aussi créé un site web où tout concernant notre Mini-Entreprise y est expliqué en détail et il est facile à retrouver. Pour expliquer nos idées aux associations, nous avons créé des flyers, où le concept de notre idée est expliqué de manière courte et évidente. Notre logo de Mini-Entreprise est partout et facilement reconnaissable. Nous avons aussi trouvé des sponsors possibles et continuons encore à chercher.

Pour la promotion des ventes, nous n'avons pas introduit des offres promotionnelles ponctuelles afin d'inciter les consommateurs à acheter.

Ce qui concerne la vente directe, on va être face à face avec nos clients dans le futur quand nous commençons à vendre notre produit à Belle-Étoile, Cactus, etc.

Pour le marketing direct, on a, comme déjà mentionné, un compte sur plusieurs réseaux sociaux pour faire de la promotion. On a aussi un site web, qui permettra dans le futur la possibilité de vendre notre produit online.

Notre but dans ce projet est de donner une partie de la vente des produits aux associations. Nous voulons aussi faire une sorte de publicité pour les associations partenaires auprès de qui nous agissons telles que des associations caritatives, de lutter contre les maladies, les inégalités, etc.

E. Organisation

Notre équipe est constituée de cinq membres motivés et compétents. Notre diversité apporte une grande plus-value à notre équipe.



Tâches effectuées au sein de la Mini-entreprise

- Rédaction de rapports semainier sur les travaux effectués au sein de la Mini-entreprise
- Rédactions de courriels avec les associations
- ...

F. Aspects financiers

Investissement nécessaire : Pour les investissements nécessaires, on a premièrement dû payer 25 € pour pouvoir travailler avec Jonk Entrepreneur. Leurs nombreux conseils nous ont permis d'ouvrir et de maintenir notre mini entreprise. On doit investir aussi dans des cartes de remerciement. Ensuite, les sweats à capuche et l'imprimé nous seront fournis par Noio, notre fournisseur. Finalement, nous avons dû investir dans les prototypes de notre produit final.

Financement du projet : La plupart du projet sera financée par nos sponsors, par exemple la production de nos sweats à capuche. On est toujours à la recherche des sponsors, on a déjà envoyé quelques demandes et nous sommes toujours dans l'attente de quelques réponses. Or, les choses les plus petites telles que le prototype qu'on a demandé ceci sera financé par les membres du groupe.

Charges Variables HTVA pour 100 sweats à capuche

Intitulé	Nombre de produits à vendre	Coût unitaire pour produire 1 unité	Montant Total
Salaires de production	100	14,352	1.435,20
Matières premières	100	0,3231	32,31
		Total	1.467,51 €

Charges Fixes HTVA pour 100 sweats à capuche

Intitulé	Quantité	Coût unitaire	Montant Total
Salaires	5	5	25
Charges diverses	2	10	20
		Total	45 €

Coût de revient :

$$\begin{aligned}\text{Charges totales pour 100 unités} &= \text{Charges variables totales} + \text{Charges fixes totales} \\ &= 1.467,51 + 45 \\ &= 1.512,51 \text{ €}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Coût de revient unitaire} &= \text{Charges variables par pièce} + \text{Charges fixes par pièce} \\ &= (1.512,51 / 100) + (45 / 100) \\ &= 15,13 + 0,45 \\ &= 15,58 \text{ €}\end{aligned}$$

Prix de vente HTVA et TTC :

Coût de revient	15,58 €
+	
Marge bénéficiaire (60 %)	9,35 €
=	
Prix de vente HTVA par produit	24,93 €
+	
TVA 17%	4,24 €
=	
Prix de vente du Produit TTC	29,17 €

Calcul du seuil de rentabilité pour 100 produits :

Chiffre d`affaires total	2.493,00 €
-	
Charges Variable totales	1.467,51 €
=	
Marge sur coût variable	1.025,49 €
-	
Charges fixes totales	45,00 €
=	
Bénéfice avant impôts	980,49 €

Calcul du seuil de rentabilité :

$$\begin{aligned}\text{Taux de marge} &= \text{Marge sur coût variable} / \text{Chiffre d`affaires} \\ &= 1.025,49 / 2.493 \\ &= 0,41\end{aligned}$$

$$\text{Charges fixes } y_1 = 45$$

$$\text{Marge sur coût variable } y_2 = 0,41 x$$

$$\text{Au seuil de rentabilité : } y_1 = y_2$$

$$45 = 0,41x$$

$$x = 109,76$$

Seuil de rentabilité en chiffre d`affaires : 109,76 €

Seuil de rentabilité en nombre de produits à vendre : 5

Les membres :

Freitas Catarina

Rodrigues Melissa

Adrovic Sejla

Rauchs Nicolas

Zouhir Imane

Le coach : Thiebert Anne Marie

L`enseignant : Jasovic Sulejman

The logo for Aid Mundus features the word "Aid" in red and "Mundus" in black, with decorative horizontal lines and dots above and below the text.

The logo for JONK ENTREPRENEUREN LUXEMBOURG includes the text "JONK ENTREPRENEUREN LUXEMBOURG" in green and a stylized green arrow graphic pointing upwards and to the right.

The logo for Fondation Cancer features a stylized black and red graphic above the text "Fondation Cancer" in black and red, with "Info · Aide · Recherche" below.

The logo for caritas LUXEMBOURG features the word "caritas" in red and "LUXEMBOURG" in black below it.

The logo for BIL 1856 features the word "BIL" in purple and "1856" below it, with a purple shield-like graphic to the right.

The logo for NOVO merchandising & digital solutions features the word "NOVO" in black and blue, with "merchandising & digital solutions" below it.

Courriels : aidmundus.entreprise@gmail.com

Site Internet : <http://Aidmundus.com>

Instagram : [aidmundus](https://www.instagram.com/aidmundus)

Tiktok : [aidmundus](https://www.tiktok.com/@aidmundus)