

Mini-Entreprise

« *Ties & Scarves* »

TIES & SCARVES

tomorrow's lifestyle

Luxembourg, le 2. Décembre 2022

Notre produit

Nous sommes une entreprise qui produit des cravates et foulards avec des tissus recyclés, bio et qui viennent en partie de l'Inde. Nos partenaires sont l'A.T.P. Asbl de Couture à Kehlen et l'association Autisme Luxembourg, et nos fournisseurs sont le magasin « Devi » à Luxembourg et « Mondial Tissus » à Arlon.

BUSINESS PLAN

A. Introduction et présentation de notre mini-entreprise

La mini-entreprise « Ties & Scarves » a été fondée par les trois étudiantes Redina Tesfalidet, Anita Moutinho et Mariana Melo de la classe 2GCG de l'Ecole de Commerce et de Gestion. Les départements et chefs de départements de notre mini-entreprise sont :

- Département des Ressources Humaines et des Finances dirigé par Redina Tesfalidet,
- Secrétariat Général et Département Commercial dirigé par Anita Moutinho,
- Département Technique,
- Département du Développement Durable dirigé par Mariana Melo.

Les produits de notre mini-entreprise sont des cravates et des foulards. Ils sont réalisés en collaboration avec l'A.T.P. Asbl de Couture à Kehlen et l'association Autisme Luxembourg située entre autres à Beckerich et à Luxembourg. Nos fournisseurs principaux pour les tissus réutilisés sont les magasins « Devi » à Luxembourg-Ville et « Mondial Tissus » à Arlon en Belgique. Notre mini-entreprise souhaite sensibiliser les consommateurs de vêtements à acheter de manière écologiquement et socialement responsable et à réutiliser nos vêtements.

B. Présentation du produit

Nous vendons des cravates et des foulards. Ils sont fabriqués sur la base de tissus recyclés, bio et donc dotés d'une histoire. Même si nos clients ne pourront jamais connaître leur provenance exacte, nous leur offrons la certitude qu'ils n'achètent pas un produit jetable sans importance. L'étoffe utilisée pour nos foulards provient de l'Inde, un pays riche en étoffe de satin avec des couleurs vivantes. Nos cravates sont-elles-aussi fabriquées avec des tissus réutilisés. Dans les deux cas, un vieux produit retrouve ainsi une nouvelle vie. Grâce à notre produit, nous voudrions sensibiliser plus le monde à éviter la « fast fashion » qui détruit notre environnement. La qualité de nos articles est essentielle pour nous. Pour cette raison nous choisissons tous les tissus et nous fabriquons le produit final en collaboration avec des ateliers protégés. Notre mini-entreprise se distinguera par rapport à ses concurrents en offrant des services périphériques via les réseaux sociaux, comme par exemple à l'aide d'une vidéo et des suggestions comment utiliser nos foulards de manière originale et des tutoriels pour apprendre aux hommes comment se mettre une cravate.

C. Le marché de notre mini-entreprise – Notre cible

i. La clientèle visée

La clientèle de nos produits réside plutôt au centre du Luxembourg. Nous visons en premier lieu entrepreneurs qui veulent ou doivent opter pour une tenue vestimentaire plus classique et professionnelle, mais bien évidemment, nos produits visent tout le Luxembourg qui souhaite les acheter. Nos produits sont disponibles pour tous les deux sexes, et notre cible principale sont les professionnels ainsi que des personnes âgées. Pour certaines personnes qui n'utilisent pas de cravate ou de foulard de manière quotidienne, le motif d'achat pourrait être un achat spécial et en ce qui concerne ceux qui portent ce type d'accessoire au quotidien, nous espérons qu'ils devront des acheteurs réguliers.

ii. Analyse du marché / de la concurrence

Les concurrents directs de notre entreprise sont tous les magasins qui produisent des cravates ou foulards comme par exemple la marque « Olymp » ou « Furla ». Nos concurrents indirects sont les magasins comme « Lët's Refashion », un magasin qui produit des vêtements réutilisables. > Recherchez quelques autres exemples et expliquez comment vous voulez vous démarquer par rapport à vos concurrents

D. Analyse du marché /de la concurrence

i. Analyse SWOT

<p><u>Forces</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Idée originale peu présenter sur la marche - Produit durable et local (tissu réutilisé, production en collaboration avec des ateliers protégés) - Atp.lu —> Kielener Atelier >??? En quoi est-ce que ceci représente une force? 	<p><u>Faiblesses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité limitée de tissus disponible pour les foulards - Les concurrents offrent un plus large choix couleurs et styles - Les ateliers protégés —> délai de production
<p><u>Possibilités</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Possibilité d'aider à reproduire plus durablement - La tendance du moment de miser sur la production durable est positive pour 	<p><u>Menaces</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Forte concurrence de la part de marques comme « Shein » qui produisent en masses et pas durablement

notre entreprise —> nécessité absolue d'arrêter le gaspillage et de limiter réchauffement climatique	- Difficulté de vendre des produits haut de gamme
--	---

ii. Les objectifs de la mini-entreprise

Les objectifs de notre mini-entreprise sont de sensibiliser les personnes par rapport à l'importance du recyclage et de la durabilité des produits. Notre but principal est d'aider notre planète et d'encourager davantage de producteurs sur le marché d'opter pour des produits durables.

E. La stratégie marketing

i. Stratégie de distribution

La stratégie de la mini-entreprise sera directe mais aussi indirecte. Nous vendrons notre produit à l'école et il est également prévu de participer à la vente en commun des mini-entreprises à la Belle Etoile en mars 2023. Nos clients ont également la possibilité de commander en ligne.

ii. Politique de prix

Notre produit se situe dans le segment moyen. En effet, nos produits coûteront entre 35 et 40 euros, ce qui n'est pas beaucoup par rapport aux entreprises qui vendent aussi des cravates et des foulards. Ces produits coûtent généralement entre 75 et 150 euros. Si nos produits se vendent bien, nous augmenterons nos prix pour faire du profit. Pour notre entreprise, nos prix de production sont élevés car nous disposons d'un capital limité. Mais par rapport à nos concurrents, notre prix de vente est relativement bas, ce qui peut aussi être un point positif.

iii. Politique de communication

Les canaux que nous utiliserons pour communiquer avec nos clients sont notre adresse e-mail et notre page Instagram @tiesandscarves. Nous utiliserons Instagram pour attirer l'attention de nos clients. Par exemple, nous y présenterons nos tissus et le produit fini. Nous y publierons également tout ce qui se passe derrière les coulisses, par exemple pour montrer les processus de production durable de notre entreprise. Nous allons aussi cibler des banques et autres entreprises dont les employés pourraient être directement intéressés par notre produit. La promotion des ventes aura principalement lieu sur les réseaux sociaux. Finalement, lorsque nous vendons nos produits en direct, nous avons l'idée de mettre nos

cravates et foulards ce jour-là pour convaincre les clients et pour qu'ils puissent avoir une meilleure image de notre produit.

F. Aspects financiers

- Investissement nécessaire : 650 Euro
- Financement du projet et nombre d'action à vendre : 650 Euro et 65 actions
- Calcul simplifié du coût de revient : $300/30=10 + 320/30=10,6$ $10,6 + 10 = 20,6$
- Estimation du nombre de produits vendus : 30
- Calcul simplifié du chiffre d'affaires : $34,99 + 29,99 + 24,99 * 30 = 814,68$
- Calcul du seuil de rentabilité : $600 / 814,68 = 0,74$ $300 / 0,74 = 404,41$

G. Partenaires clés

Notre premier partenaire est l'entreprise « Devi » située à Luxembourg-ville et qui travaille avec des femmes en Inde qui fabriquent des vêtements avec des tissus qui ne sont à la base pas en bonne état. Deuxièmement, Madame Isabella Malena, qui dirige le « Kielener Atelier » situé à Kehlen et qui embauche des gens avec des maladies mentales, sera responsable de la couture des cravates et foulards. De plus, nous commanderons des tissus auprès de « mondial tissus », situé en Arlon. Dernièrement, l'atelier protégé « Autisme.lu », qui travaille avec des individus atteints d'autisme et qui est situé à Hollerich nous livrera des emballages recyclés.

Annexe

Charges variables

Intitulé	Nbre de produits à vendre	Coût unitaire pour produire 1 unité	Montant total
Salaires de production	70	10	700,00
Matières premières	70	6,00	420
Total			1120

Charges fixes

Intitulé	Quantité	Coût unitaire	Montant total
Charges diverses	1	50	50
Total			50

- **Charges totales** = *charges variables + charges fixes*

$$= 1120 + 50$$

$$= 1170$$

$$1170/70 = 16,71$$

- **Coût de revient** = $1120 / 70 + 50 / 70$

$$= 16,71$$

-

- Coût de revient : 16,71

+

- Marge bénéficiaire(40%) = 6 ,68

- Prix de vente HTVA : 23,39

- +

- TVA 17% 3,98

- Prix de vente du Produit TTC : 27,37€

- Calcul du seuil de rentabilité

- Chiffre d'affaires totales : 1915,9

-

- Charges variables totales 1170

=

- Marge sur coût variable 745,9

-

- Charge fixe total 50

=

- **Bénéfice avant impôts = 695,9**

Calcul du seuil de rentabilité

Marge sur coût variable = charge fixe

La marge sur coût variable par rapport au chiffre d'affaires s'écrit :

Taux de marge = Marge sur coût variable / chiffre d'affaires

$$745,9/1915,9 = 0,39$$

Charges fixes = $y_1=y_2$

$$50=0,39x$$

$$X= 128,2$$

Seuil de rentabilité en chiffre d'affaire : 128,2€

Seuil de rentabilité en en nombre de produit à vendre : 5 produits



