

BUSINESS PLAN

TERRATEINTE

DE LA PEINTURE À BASE DE DECHETS EN TERRE CUITE

L'ART DE LA TERRE, LA COULEUR DE L'INNOVATION



Du 17/10/2024 au 16/10/2024

GRUPE 14

SOMMAIRE

01

OPPORTUNITÉ DE MARCHÉ

1. Chiffres du marché
2. Tendances futures
3. Facteurs de succès

02

LE PROJET

1. Présentation
2. Proposition de valeur
3. Fournisseurs
4. Les porteurs de projet

03

ÉTUDE DE MARCHÉ

1. Analyse FFMO (SWOT)
2. Analyse des concurrents
3. Les avantages concurrentiels

04

LA STRATÉGIE

1. Le business model canvas
2. La stratégie marketing
3. La gestion des risques





OPPORTUNITÉ DE MARCHÉ

1- Chiffres du marché

LE MARCHÉ DE LA PEINTURE

- Le marché mondial des peintures et revêtements est estimé à environ 160 milliards de dollars en 2023, avec une croissance annuelle prévue de 4,5 % d'ici 2026.
- Déchets de terre cuite: Une partie importante de la terre cuite finit par devenir des déchets lors de la démolition ou de la rénovation de bâtiments. Ces déchets représentent un potentiel important en matière de recyclage et de valorisation.

CHIFFRES DES MÉTIERS

4.5 milliards d'euros

2- Tendances futures - La peinture écologique

- Préoccupation environnementales grandissante au sein de la population mondiale, ce qui résulte à une forte demande en matériaux et produits écologiques.
- Actuellement, les peintures écologiques représentent environ 5 à 10 % du marché total de la peinture, mais cette part augmente chaque année avec la montée en puissance des produits durables.



Sources : www.reallygreatsite.com (2030)

LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS POUR NOTRE ENTREPRISE**Positionnement sur le marché de niche**

Le marché des produits naturels et écologiques est en croissance mais reste un secteur de niche. Notre communication sera axée sur la qualité, l'esthétique et la durabilité. Critère qui capte l'attention de notre public

**Sensibilisation sur l'écologie**

Un des facteurs clés de notre succès réside dans la capacité à informer et sensibiliser notre marché ciblé. Notre entreprise communiquera beaucoup sur la démarche écologique utilisée et l'impact du produit sur l'environnement

**Innovation du produit**

Notre produit se distingue sur une approche écologique en valorisant des déchets de construction dans une démarche d'économie circulaire. Il s'agit aussi d'un produit non toxique.

**Qualité et performance du produit**

Notre produit est facile à appliquer, a une bonne couverture et une adhérence correcte.

Nous sommes une entreprise qui produit de la peinture à base de déchets de la construction plus précisément de terre cuite et les réutilisons afin de créer une innovation artistique en proposant une alternative aux peintures chimiques.

Notre peinture, conçue à partir de terre cuite recyclée, offre une alternative écologique aux peintures chimiques, réduisant ainsi notre empreinte carbone

Notre Mission

Notre mission est de récupérer de la terre cuite provenant des déchets du bâtiment via les entreprises de BTP et de transformer ce matériau en une peinture adaptée pour le bois. Nous revendrons par la suite ces peintures aux entreprises de menuiserie à des prix moins chères que le marché.

Nos services

- Nous récupérons les déchets de terre cuite dans les chantiers.
- Nous transformons la terre cuite en poudre afin de créer une peinture pour le bois
- Nous revendons

02

LE PROJET

2- Proposition de valeur

01

Ecologie durable

Produit respectueux de l'environnement : Fabriquée à partir de déchets de terre cuite, cette peinture contribue à l'économie circulaire en réduisant les déchets et en évitant l'utilisation de produits chimiques toxiques, tels que les COV (composés organiques volatils). Cela améliore la qualité de l'air intérieur et réduit l'impact environnemental.

02

Qualité et Performance

Pigments naturels et esthétiques uniques : La peinture offre des couleurs chaudes et naturelles grâce à l'utilisation de pigments issus de la terre cuite. Ces couleurs peuvent être personnalisées, offrant ainsi une esthétique authentique et artisanale qui répond aux attentes des consommateurs soucieux de l'apparence et de la durabilité de leurs projets.

03

Avantage et économique

Coût compétitif et santé : Bien que le coût initial de production puisse être légèrement plus élevé, la peinture à base de terre cuite est susceptible de réduire les coûts de santé à long terme en éliminant les toxines présentes dans les peintures conventionnelles. De plus, la proximité des sources de matériaux peut réduire les coûts de transport, rendant le produit plus abordable pour les consommateurs.

02

LE PROJET

3 - Fournisseurs

01

Qui utilise de la terre cuite ?

- Des entreprises pour la construction de bâtiments (tuiles, toitures, briques, carrelage...)
- Aménagement urbain (pavé, trottoirs)
- Artisans (pour de la poterie, déco ...)



02

Quand devient-elle un déchet ?

- Démolition de structures (bâtiments)
- Défaut de production et surplus de fabrication (en usine pour fabriquer les tuiles, carreaux etc)
- Dommages après sinistre
- Usure et fin de vie

03

Gestion de ce déchet

- Mise en décharge
- Utilisé pour des remblai





LE PROJET

4 - Les porteurs de projet

Lou

- Charte graphique
- Business plan
- Création d'idées

Sohaib

- Prototypage
- Création de la peinture
- Peinture

Fatou

- Des entreprises pour la constrcution de batiments (tuiles, toitures, briques, carrelage...)
- Aménagement urbain (pavé, trottoirs)
- Artisans (pour de la poterie, déco ...)

Manon

- Recherche de fournisseurs
- Devis broyeur
- Livrable intermédiaire
- Création d'idées

Elisa

- Business plan
- Manager
- Financement
- Création de la peinture
- Création d'idées

Charlotte

- Business plan et BMC
- Prototypage
- Création d'idées

Noémie

- Création de la peinture
- Peinture
- Livrable
- Création d'idées

F

Forces

- Matériau gratuit (car récupéré gratuitement sur des sites de démolition)
- Produit moins cher
- Pigments naturels
- Absence de produits chimiques
- Originalité et Innovation

O

Opportunités

- Produits écologiques en pleine tendance
- Cadre législatif favorable car le projet implique la réduction d'émission de CO2
- Partenariat avec les entreprises
- Cible de marché de niche
- Revalorisation de déchets

F

Faiblesses

- Manque de notoriété car produit nouveau sur le marché
- Cout de production potentiellement plus élevé que celui de la peinture synthétique fabriquée en masse car il s'agit de peinture artisanale...

M

Menaces

- Concurrence avec les peintures synthétiques
- La qualité de notre produit va beaucoup dépendre de la source du déchet. Sa qualité peut varier en fonction de ça.
- Potentiellement moins résistante avec des climats extrêmes .
- Perception du marché (certaines consommateurs pourraient juger le produit moins performants que les alternatives industrielles, ce qui pourrait limiter l'adoption de cette peinture.

NOS CONCURRENTS, LEURS POINTS FORTS ET FAIBLESSES

**Kreidezeit**

Forces : Large gamme de peintures écologiques, notoriété.
Faiblesses : Utilisation de pigments minéraux, pas de recyclage de matériaux.

**Auro**

Forces : Produits certifiés écologiques, bonne réputation.
Faiblesses : Prix élevé, absence de pigments recyclés.

**Les marques classiques “écologiques”**

Certaines marques conventionnelles comme Dulux Valentine ou Ripolin proposent des lignes de peintures sans COV (composés organiques volatils), mais elles restent essentiellement des produits chimiques adaptés pour répondre aux réglementations.

**D'autres marques...**

Algo, Circouleur, Colibri, envie ! ...

Nos plus grands concurrents sont Kreidezeit et Auro, Fabricant de peintures naturelles ayant une grande renommée



Dimensions	Kreidezeit	Auro	Nous
Fabrication de peinture naturelle, utilisant des pigments à base de terres minérales.	Oui	Oui	Oui
Valorisation de déchets de la construction (terre cuite)	Non	Non	Oui
Couts favorables car produits recyclés	Non	Non	Oui
Produit de qualité supérieur	Oui	Oui	Oui

4 axes qui nous permettent de nous différencier sur ce marché

Nous mettons en avant des avantages concurrentiels clés : une tarification compétitive, une qualité élevée et une approche originale, pour nous démarquer.

Prix

Nous offrons une tarification compétitive et transparente, personnalisables. Nos prix flexibles et abordables permettent d'attirer une clientèle diversifiée.

Qualité

Notre agence se distingue par un niveau élevé de qualité dans tous les aspects de nos services, garantissant une gestion professionnelle et un soutien personnalisé à chaque artiste.

Vente

Notre produit est disponible dans des points de ventes de nos distributeurs

Originalité

Nous innovons avec des approches uniques et créatives, intégrant les dernières tendances écologique pour offrir une solution distinctives et éco friendly.

Par le groupe 14

Projet : Peinture à base de terre cuite

Date : 17/10/2024

Version : 01

<div>Partenaires Clés</div> <ul style="list-style-type: none">- Fournisseurs de terre cuite : entreprises de construction et chantiers de démolition pour la collecte des déchets et ValoBat une organisation écologique.- Distributeurs (Leroy Merlin) : magasins de bricolage et boutiques spécialisées.	<div>Activités clés</div> <ul style="list-style-type: none">- Recherche et développement de la peinture (formulation, tests de qualité).- Production et conditionnement de la peinture.- Marketing et promotion de la peinture naturelle.- Gestion des relations avec les fournisseurs et distributeurs.	<div>Propositions de valeur</div> <ul style="list-style-type: none">- Peinture écologique fabriquée à partir de déchets de terre cuite.- Utilisation de pigments naturels, offrant des couleurs uniques et authentiques.- Absence de composés organiques volatiles, ce qui est bénéfique pour la santé et l'environnement.- Personnalisation des teintes selon les souhaits des clients.	<div>Service client</div> <ul style="list-style-type: none">- Service client personnalisé pour répondre aux questions sur le produit.- Engagement via les réseaux sociaux et newsletters pour éduquer sur les avantages de la peinture naturelle.- Offrir des ateliers ou des démonstrations sur l'application de la peinture.	<div>Segment de clientèle</div> <ul style="list-style-type: none">- Particuliers : propriétaires, amateurs de bricolage soucieux de l'environnement.- Professionnels : architectes, designers d'intérieur, entreprises de construction écologique.- Distributeurs : magasins de bricolage et boutiques spécialisées dans les produits écologiques.
	<div>Ressources Clés</div> <ul style="list-style-type: none">- Équipement : broyeurs, mélangeurs, contenants hermétiques, etc.- Compétences humaines : spécialistes en chimie, marketing, vente, production.- Réseaux : partenariats avec des entreprises de construction, artisans locaux, et sources de déchets de terre cuite.		<div>Cannaux</div> <ul style="list-style-type: none">- Vente en ligne : site e-commerce pour atteindre les particuliers.- Magasins physiques : distribution dans des magasins de bricolage et boutiques spécialisées.- Partenariats avec des entreprises de construction pour des projets spécifiques.	
<div>Structure des coûts</div> <ul style="list-style-type: none">- Coûts de production : matières premières (liants,), équipement, et main-d'œuvre.- Coûts marketing : campagnes publicitaires, participation à des salons et événements.- Coûts logistiques : stockage, transport des matières premières et des produits finis.			<div>Flux de revenue</div> <ul style="list-style-type: none">- Vente de peinture à base de terre cuite recyclée en ligne et en magasins partenaires.- Possibilité de vente en gros à des entreprises de construction (grands groupes) et distributeurs.- Offrir des services de consultation pour les projets d'écoconstruction (optionnel).	

Notre stratégie marketing intègre divers leviers pour promouvoir efficacement nos artistes. En combinant feedback régulier, relations presse, référencement, tarification stratégique, événements et marketing digital, nous maximisons leur visibilité et impact.

Feedback

Nous recueillons régulièrement les avis des artistes et des partenaires pour affiner nos services. Le feedback direct nous aide à améliorer notre offre, à répondre aux attentes et à ajuster notre stratégie pour mieux servir nos clients.

Relation presse

Nous développons des relations solides avec les médias pour accroître la visibilité de nos artistes. En établissant des contacts avec journalistes et influenceurs, nous assurons une couverture médiatique efficace et pertinente pour promouvoir les talents.

Référencement

Nous optimisons notre présence en ligne grâce au référencement. En utilisant des mots-clés stratégiques et des techniques d'optimisation, nous augmentons la visibilité de notre site et attirons davantage de visiteurs intéressés par nos artistes.

Pricing

Nous adoptons une stratégie de tarification flexible et transparente. En proposant des options adaptées aux différents besoins des artistes, nous équilibrons compétitivité et rentabilité, tout en offrant des services de haute qualité à des prix attractifs.

Évènementiel

Nous organisons des événements mémorables pour promouvoir nos artistes, tels que des expositions, des concerts ou des lancements de projets. Ces événements augmentent la visibilité des talents et renforcent leur présence sur le marché.

Marketing digital

Nous exploitons les outils de marketing digital pour atteindre un large public. Grâce à des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux, la publicité en ligne et le marketing par e-mail, nous maximisons l'impact et la portée des promotions pour nos artistes.



Risques	Probabilité	Impact sur le projet	Plan de secours
Risque de qualité et performance	30%	Moyen	Investir dans la R&D pour optimiser la formulation. Tester la peinture sur différentes surfaces et faire un controle qualité
Matière première	40%	Fort	Diversifier les fournisseur de déchets de terre cuite et établir les partenariats solides.
Concurrence acrué	60%	Très fort	Se differencier avec du marketing fort sur la valorisation des déchets du btp et innover régulièrement en grandissant en gamme de produits

MERCI

d'avoir lu notre business plan

CONTACT

Groupe 14



SALFORD & CO.