

ICY KUBE SA

Rapport de Gestion de Projet et des Organisations

AOÛT 2025

PRÉPARÉ PAR

DOMINGUES RAMOS André 111

SUGUNAPARAJAN Sugeetha 111



IUT de Paris - Rives de Seine
Université Paris Cité

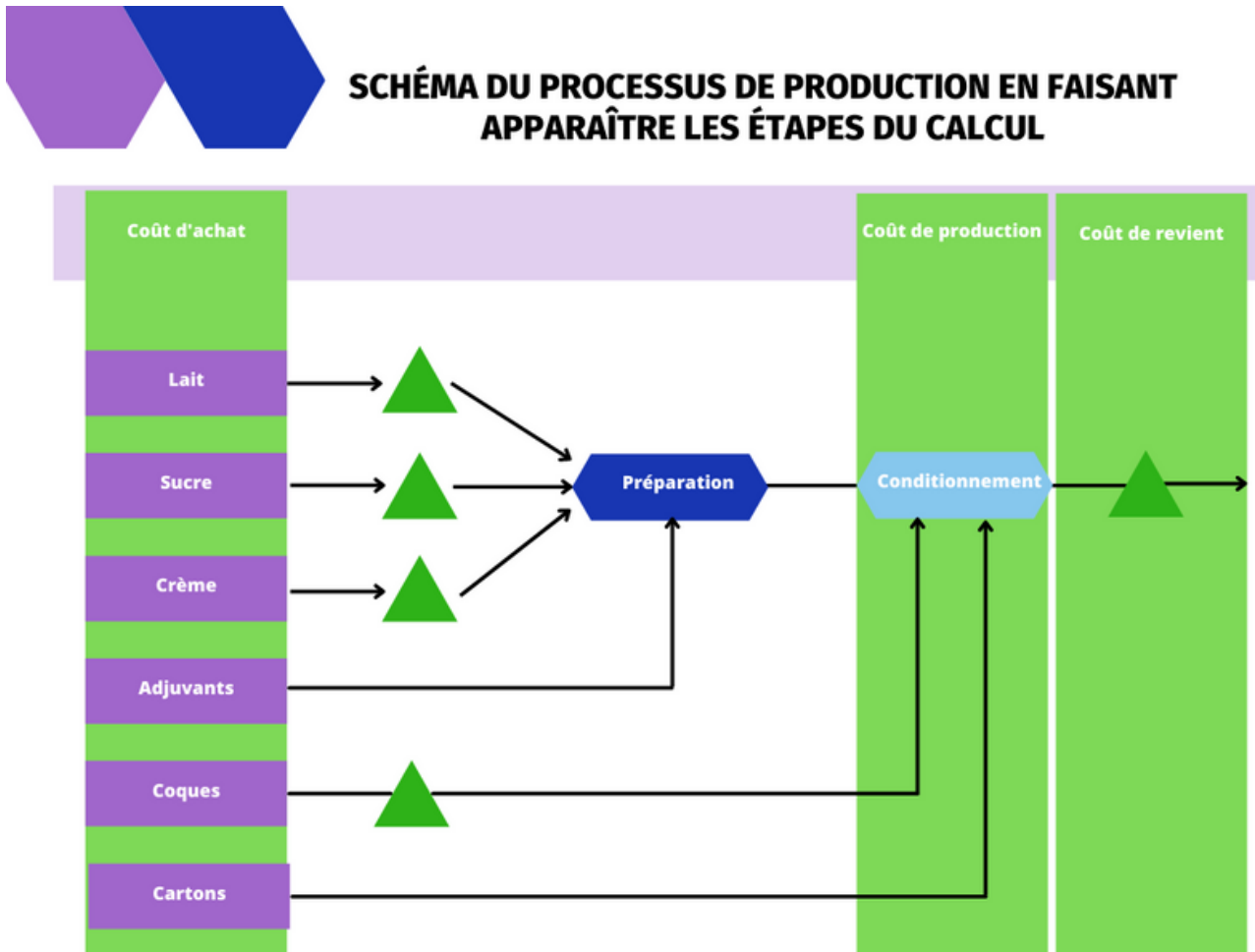


SOMMAIRE

Partie 1 (TP5) : Coût de revient de résultat analytique pour un produit.....	1
Partie 2 (TP6) : Investir ou pas ?.....	2
Partie 3 (TP7) : Choix stratégique.....	4

I) Partie : Coût de revient de résultat analytique pour un produit

- Question n°1 :



- Question n°2 :

Voir fichier excel joint au dossier.

II) Partie : Investir ou pas ?

- **Question n°1 :**

Définition : Le délai de récupération est un intervalle de temps nécessaire pour récupérer le capital investi dans un projet.

Formule : Cette notion en économie se calcule par la formule suivante :

Légende :

d = délai de récupération

I = investissement de départ

FT= flux de trésorerie constant

$$d = \frac{\text{investissement de départ}}{\text{flux de trésorerie constant}} = \frac{I}{FT}$$

Il existe également d'autres méthodes de choix d'investissement pour évaluer la pertinence d'un investissement :

- la Valeur Actuelle Nette (VAN)
- l'Indice de profitabilité (IP)
- le Taux Interne de Rentabilité (TIR)

- **Question n°2 :**

investissement initial	300 000	division = résultat x 12
-20% sur le coût de matières premières	600 000	
délai de récupération	0,5 année	
Soit :	6 mois	

Voici notre tableau de calcul pour estimer le temps nécessaire pour que l'investissement initial soit récupéré en retenant l'hypothèse la plus pessimiste (-20% sur les coûts des matières premières).

II) Partie : Investir ou pas ?

Pour calculer le délai de récupération, nous avons récupéré la donnée de l'investissement initial qui est 300 000 euros et nous avons calculé la diminution des 20% sur le coût de matières premières en procédant au calcul suivant.

En lisant le texte, nous savons que :

" le coût total est de 6 millions d'euros par an, dont la moitié représente le coût des matières premières ".

Par conséquent, la valeur du coût des matières premières est de 3 millions d'euros ($= 6\,000\,000 / 2$) dont on diminue de 20 % ($3\,000\,000 \times 0,2$) pour obtenir : 600 000.

Enfin, pour obtenir le délai de récupération, nous devons diviser le coût de l'investissement initial par les -20% sur le coût de matières premières. Ainsi, on en conclue qu'il nous faut 0,5 mois, soit **6 mois** pour rembourser l'intégralité de l'investissement.

- Question n°3 :

Compte tenu de l'évolution actuelle du marché, la généralisation de ce type d'équipement à l'ensemble des chaînes de fabrication est judicieuse. En effet, cette nouvelle méthode a garanti l'augmentation colossale des ventes de glaces de 70%. De plus, pour motif que la glace est légère ("light"), les clients sont prêts à déboursier de l'argent malgré la variation augmentant du prix de celle-ci de près de 5%. C'est ce qu'on appelle en économie, l'élasticité prix de la demande. Ici, on en déduit que l'élasticité prix de la demande est comprise entre -1 et 0, la variation du prix du produit n'influe en aucun cas, la demande de celle-ci.

III) Partie : Choix stratégique

Afin de contrer notre crise actuelle nous avons analysé les différentes demandes de nos plus fidèles clients, nous avons décidé d'élaborer une **nouvelle stratégie commerciale de domination par coût** et de **différenciation**. En effet, nous avons mis un stratagème pour effectuer une **plus grande marge** sur nos produits et se distinguer des autres concurrents, afin d'attirer des **clients potentiels**. Voici un extrait de notre **démarche commerciale**.

La première demande de nos clients à satisfaire dans les plus courts délais est de produire des glaces de **faible apport calorique**. C'est pourquoi, notre **axe stratégique** s'est ainsi recentrée sur nos deux volontés, à savoir produire des **glaces surgelées** mais également de **faible calorie**. Nous avons **étudié une large gamme de glaces**, et nous nous sommes penchés sur les **sorbets**. Ces types de glaces essentiellement composées de **fruits** sont riches en **sucres naturels**. Nous avons donc élaboré une nouvelle recette basée sur les ingrédients suivants : **fruits** (noix de coco, fraise, orange, citron ou banane) et **sirop de sorbet**.

Par conséquent, pour chaque boîte de sorbets produits, nous avons besoin uniquement de **deux ingrédients**. Ainsi, on effectue par rapport aux glaces précédentes commercialisées, une très **grande marge**. Cet argument nous inclue dans une **stratégie de domination par coût**.

De plus, nous souhaitons cibler une **plus grande clientèle**, à savoir les **végans** et les personnes **intolérants au lactose**. Les autres grandes marques de fabricants de glaces ne visent pas ces catégories de personnes. Ainsi, nous avons plus de clients potentiels et nous pouvons les **fidéliser** à acheter nos **produits uniques** par rapport au marché. Ce deuxième argument inclue aussi la **stratégie de différenciation**.

De plus, pour produire ces sorbets, nous avons besoin d'une **grande quantité** de fruits. Pour préserver une **bonne image** auprès de nos clients, nous avons fait le choix de **sélectionner** des fruits venant directement de fruiticulteurs. Nous sommes donc allés à la **rencontre des fruiticulteurs français** et nous avons opté pour les **meilleurs** du marché. Les fruits récoltés sont certifiés **bio**, **sans conservateurs** et sont issus des fruiticulteurs **locaux**. Afin de préserver la nature, nous avons décidé de favoriser l'utilisation de **fruits de saison** pour nos recettes. Nous avons eu l'idée de produire des glaces de saison en fonction du fruit du mois. Par exemple, en mars, les fraises étant les fruits de saison, nous proposons des **glaces phares du mois**. Dans ce cas précis, elles seront à la fraise. Exceptionnellement, pour certaines glaces, nous avons également pensé à exporter des **produits exotiques** tout comme le fruit du dragon. Ces glaces-là auront un impact plus conséquent sur leur gamme de prix. De plus, ces glaces ne sont généralement pas commercialisées par nos concurrents ce qui les rend uniques.

Nous avons effectué un petit croquis du packaging de notre gamme de glaces noix de coco. Des **certifications** (made in France, sugar free, 100%vegan) en anglais pour se faire comprendre à l'international sont inscrites sur nos produits. Car oui, nous souhaitons évoluer pour **intégrer** et **conquérir** le **marché international** des glaces.



Titre: Prototype de notre produit