



République De Djibouti



Unité-Egalité-Paix

projet de création d'entreprise

Theme

La librairie " Book Centre

Réaliser par :

Houssein Farah Ahmed.

Houssein Mead Houssein.

Houssein Youssouf Elmi.

Charmakhe Elmi Saad.

Ifrah Houssein Ismail.

ENCADRE PAR: MM: RAHO ALI AHMED

SESSION 2019/2020

REMERCIEMENT

Dans un premier temps, je remercie **ALLAH le tout puissant** qui nous a donné la force et la santé nécessaire à l'accomplissement de cette œuvre.

Prière sur notre prophète MOHAMMED (SWC « paix et salut sur lui »).

Ensuite, nous remercions toutes les personnes qui ont contribué au succès de notre projet et qui nous ont aidés de près. Plus précisément chacun **de nos famille** ; qui nous ont tous encouragés à mener à bien cette projet, trouvent ici l'expression de notre profonde gratitude.

Nous souhaitons aussi diriger nos vifs remerciements à notre professeur Mme **RAHO ALI AHMED** notre professeur encadreur du projet, qui nous a enseigné cette semestre, nous a guidé tout au long de la réalisation de ce dossier intitulé « **Projet de création de l'entreprise** », pour son encadrement et ses constantes orientations de notre recherche en y accordant une rigoureuse attention, ainsi que pour ses conseils, ses remarques, ses directives, sa disponibilité et son extrême amabilité malgré sa grande charge de travail et l'intérêt qu'elle porte à ses étudiants.

Et enfin, nous adressons nos merveilles remerciements aux toutes les personnels de l'Université de Djibouti. Sans oublier le soutien inimaginable que nous ont accordé nos amis, nos camarades de promotion qui à chaque fois que nous exprimons le besoin, nous ont donné le coup de pouce dont nous avions besoin.

Que tous ceux qui nous ont contribués à mener à bien ce projet trouvent ici l'expression de nos parfaits considérations.

Fait par Houssein Mead

Présentation de l'entreprise

Informations juridiques

Date de création : 01 MARS 2020

**Forme juridique : société à responsabilité
limitée SARL**

Capital social : 1500.000 FDJ

Siège social

Adresse : BALBALA (HODAN)

Thème : librairie

Activité

Secteur d'activité : Commerciale

Dirigeant principal

Fonction : gérant

Nom : HOUSSEN FARAH AHMED

Lieu de naissance : DJIBOUTI

Nombre des associés : 5

Nom des associés:

HOUSSEIN MEAD HOUSSEIN

HOUSSEIN YOUSOUF ELMI

IFRAH HOUSSEIN ISMAEL

CHARMARKEH ELMI SAAD

HOUSSEIN FARAH AHMED

Sommaire

Présentation de l'entreprise.....P3.

Remerciement.....P2.

Sommaire.....P4.

IntroductionP5.

I. Description de l'idée.....P6 à P13.

II. Analyse stratégique du marché.....P13 à P18.

III. Marketing Mix.....P18 à P19.

IV. Business Model.....P20 à P21.

V. Plan d'organisation et production.....P22 à P 26.

VI. Partie Juridique.....P26 à P27.

Conclusion.....P27.

INTRODUCTION

Durant notre parcours universitaire à l'université de Djibouti, nous nous sommes vu conférer l'immense honneur d'effectuer un dossier de création d'entreprise qui a pour objectifs de créer une entreprise ou une société fictive mais qui est tout de même à caractère réaliste ainsi que toutes les caractéristiques d'une véritable entreprise Djiboutiennes. Plus tard cette entreprise pourra peut-être voir le jour et qui ne tiendrait pas sa route mais pour l'instant cela reste toujours un projet.

La création de l'entreprise est un projet qui désigne un mode de vie, un défile permanent, une vertu à mépriser avec son liquide et à prendre des actes dont les conséquences impacteront le niveau de vie de l'entrepreneur et de ses appuis.

Tout au long de ce projet, nous travaillerons par un groupe de 5 étudiants qui ont décidé de combiner leurs forces et leurs connaissances pour bien mener à créer une société fictive. Etant des étudiants en gestion des entreprises et des administrations (GEA), nous souhaitons être à la hauteur pour pouvoir créer une société de la manière la plus parfaite à l'aide de notre cher professeur. D'autant plus que pour mener à bien un tel projet, il va nous falloir passer par des étapes régulières et des études préalables avec beaucoup d'attention pour que la création de cette société soit efficace. C'est dans cet optique que nous avons finis pour créer **“une libraire ”**

Quelles sont les étapes pour réaliser notre projet ? Cependant, notre entreprise sera-t-elle rentable ?

Ainsi pour répondre à cette problématique, nous présenterons dans un premier temps une description complète de l'idée de notre projet, ensuite nous analyserons les points stratégiques de la marche, cependant nous étudierons sur le marketing mix ainsi que sur le business model et finalement après avoir détailler notre plan d'organisation et de production, **nous décortiquerons** la partie juridique ainsi que la partie financière de notre organisation.

Fait par Houssein Youssouf

I. Description de l'idée du projet

1. Description de l'idée

LA **LIBRAIRIE** est un magazine ou un lieu qui est destiné à vendre des livres, et des autres documents tels que des ouvrages, des romans...etc.

D'abord, notre librairie est une librairie indépendant qui née dans un contexte où il y a une forte demande de la part des habitants du commun de BALBALA. En effet, ce commun connaît dans ces dernières années une forte mutation en terme d'infrastructure donc c'est pour cette raison qu'il est important d'implanter une nouvelle librairie a BALBALA précieusement à HODAN afin de répondre leurs attentes.

De ce fait, notre librairie bénéficiera une situation monopole la bas car il n'y a pas d'autres librairie. Ensuite, il faut souligner que notre librairie dispose des ouvrages récents et anciens surtout elle a une partie numérique. Pour pouvoir attirer plus des clients notre librairie dispose des personnels formés et compétents qui sont capables de perfectionner le bon fonctionnement librairie.

L'objet ou le mission de la librairie est qu'il a pour une mission de fournir les ressources et les services documentaires requis pour les fins de l'enseignement ,de la recherche et des activités de soutien de l'école .Dans ce contexte, elle faut qu'elle soit un lieu propice à l'étude et à la réflexion.

2. Description du produit

« La création d'une librairie ». Pour être plus brève dans ma présentation, j'aimerais vous décrire dans un premier volet, comment la vente se fait dans cette librairie.

Premièrement, au sein de cette librairie la vente se déroule en deux étapes : d' une part, il ya un service permettant de livrer des inédits ouvrages récemment publiés dont l'objectif étant de pouvoir acquérir les plus des clients possibles et être plus compétitif par rapport aux autres libraires de la ville. D' autre part, il y a un service chargé à la commande d'achat en ligne .Ces deux services permettent de répondre aux attentes des clients .En effet, ceux qui ne seront pas en mesure de se déplacer jusqu'au le lieu de vente auront la possibilité de faire leurs commandes en ligne et en retour recevoir les articles commandés dans leurs propres domiciles, car il y a des agents mobiles qui sont chargés pour ce type de livraison. Par ailleurs, il est intéressant d'évoquer que cette librairie est riche en tout genre d'ouvrages (romans policiers, ouvrages historiques, philosophiques, littéraires, magasins, bandes dessinées etc.)

3. Description de l'opportunité

Le marché du livre a pour tendance à se polariser autour de la littérature générale, des livres de jeunesse et de la bande dessinée, au détriment des sciences humaines, de l'Histoire, des beaux-arts ou des dictionnaires. Chacun de ses types de livres ont des opportunités favorables pour toutes sortes des personnes qui sont fidèles à la lecture

Par exemple : le livre classique est de plus en plus concurrencé par le livre numérique c'est pourquoi elle est beaucoup plus avantageux sur le domaine de l'impression des livres sur places étant source d'une opportunité qui se développe et qui permet aux libraires de mieux satisfaire les demandes en livres rares.

On note aussi que la création de groupement de librairies permettant aux professionnels de mettre en commun leur communication à savoir l'amélioration de leurs connaissances et la mémoire ainsi que la lecture nous apprend des nouvelles choses.

Il faut qu'elle a un choix de l'emplacement, choix des livres et de s'approcher de la tendance de la librairie que je suis en train expliquer, choix des animations culturelles à organiser pour faire vivre l'établissement et un choix de positionnement clair adapté au type de clientèle visé en séduisant les acheteurs. La vente de bandes dessinées ou la spécialisation des livres en littérature jeunesse n'est qu'un exemple parmi tant d'autres pour attirer et fidéliser une clientèle spécifique.

Pour en conclure, la librairie devra animer son point de vente, va jouer sur la proximité et la disponibilité. Nous mettrons en place l'organisation des librairies en réseau qui permet la création d'outils communs en vue d'améliorer la rapidité de la livraison et d'étendre l'offre.

4. Description de la cible

La place du livre dans la société consiste un sujet séculier auquel l'essor et la critique des industries culturelles ont donnée un nouveau souffle dans les années 60.

En effet, la cible de la librairie constitue les étudiants qui sont des chercheurs d'expériences afin d'aboutir leur savoir-être dans leurs différents domaines étudiés. Ainsi que les autres catégories sociales plus particulièrement les professeurs qui sont parmi les intéressés de la librairie pour prêter ou d'acheter des livres qui permettront d'enseigner les étudiants des manuels ou des programmes accessibles à leur niveau, en plus avec une pédagogie qui leur permettra de bien enseigner.

En outre le journalier qui constitue parmi les intéressés de la librairie pour pouvoir récolter des informations liées à son travail et le chercheur documentaire sont aussi la cible de la librairie afin de mener une bonne documentation attirante.

Certes, comme la majorité de la population djiboutienne sont éduquée et alphabète, nous allons citer quelques points importants concernant la cible de notre librairie :

- **Plaisir** consiste des personnes qui ont les désirs de lire des livres dans leur temps libre.
- **Utile** sont des personnes à la recherche des informations et de savoir-faire.

- **Développement personnel** désigne des personnes qui veulent développer leur créativité et leur opinion.
- **Savant** consiste des gens veulent de renouveler leur connaissance.

Ces différents points conduisent à une diversification des pratiques de lectures dans lequel nous voulons d'accueillir beaucoup des clients dans notre librairie. Enfin des nous jour, le livre remet une question de l'avenir des structures chargées a sa diffusion.

5. Description de l'avantage concurrentiel

L'avantage concurrentiel représente les offres proposées par une entreprise qui la différencie de ces concurrents et lui procure un avantage par rapports eux.

Quels avantages possède la librairie?

La librairie se situe a BALBALA plus précisément au cité HODAN possède une qualité de répondre toutes les besoins de ces clients puisqu'elle se trouve un lieu stratégique qui se signifie en d'autre termes un avantage concurrentiel géographique par rapport aux autres librairies de la ville.

Nos avantages ne se limitent pas seulement le lieu géographique mais nous possédons d'autres avantages concurrentiels favorables aux relations clientèles (l'ouverture d'une bibliothèque d'accueil, organiser des concours de lecture hebdomadaire pour attirer plus des clients...)

Enfin l'avantage concurrentiel basé sur la différenciation est le facteur clé du succès pour être non seulement un leader de son domaine d'activité mais aussi la satisfaction de nos clients c'est-à-dire disposé un réseau de distribution plus large (vente en ligne ou à domicile) et la promotion de vente.

6. Description des porteurs du projet

Profil d'Ifrac Houssein

Je me nomme IFRAH HOUSSEIN ISMAÏL, j'ai 19ans et je suis en 2em année de gestion d'entreprise et d'administration options FC. Mon père est un commerçant et ma mère est une femme au foyer.

Je suis très motivé de créé une entreprise afin de fixer des objectifs moi-même. Pour être efficace j'aimerais me sentir libre et sans doute je suis toujours confiant de ce que je fais. L'innovation est ma priorité pour être compétitif. Je suis polyvalente et multitâche ce qui veut dire je peux assurer plusieurs rôles. Je ferai comme tâche fixe le contrôle de gestion, plus que c'est la tâche la plus importante dans une entreprise pour garder son bon fonctionnement.

Profil de Houssein Mead



Je me nomme HOUSSEIN MEAD HOUSSEIN surnommé « Lautaro-Mead ». J'ai 19ans, né à Djibouti. Je suis un jeune étudiant à l'université de Djibouti filière Gestion des entreprises administratives (GEA2) : spécialité Option finance comptable. Ce domaine comptable m'a mis sur une période de réussite car mes études scolaires se passent jusqu'à présent comme je l'espérais. Je suis quelqu'un de dynamique, responsable, motivé et je me sens à l'aise sur mes situations surtout dans le domaine marketing.

Par ailleurs, il vient toujours des idées originales pour créer toutes sortes de choses et mettre en place un type du projet de la création d'entreprise. De plus je ne cède jamais la place à une concurrence ; c'est pourquoi on dit que c'est la concurrence qui fait ressortir le meilleur de gens d'affaires.

En tant que porteur de projet, je dois améliorer les fonctions de mon entreprise et mettre en place des stratégies qui m'amènent au succès. Pour atteindre mes objectifs, je dois adopter des stratégies remarquables avec un bon comportement qui satisfait mes partenaires.

Profil de charmarkeh Elmi



Je m'appelle CHARMARKEH ELMI SAAD, née le 06/03/1998 à A/S. Je suis actuellement deuxième année de la filière de DUT GEA (gestion des entreprises et des administrations) à l'université de Djibouti.

En effet, comme l'auteur de rond d'Alembert dit « l'esprit qui invente est toujours mecontent de ses progrès parce qu'il voit au-delà », je suis un garçon qui invente des choses extraordinaire mais qui se sent à l'aise dans la situation où il faut faire des beaucoup de preuve d'autonomie.

Ainsi que je suis non seulement quelqu'un de rectifie de toute faute de l'extérieur mais aussi persévérant et enthousiaste.

De plus je partage de l'énergie à mon entourage. Ensuite Ensuite je suis quelqu'un dur pour atteindre mon objectif, j'ai un comportement adéquat avec mes partenaires et j'ai un talent motivateur. Enfin je suis quelqu'un qui regarde son temps réel le résultat de son effort et prend décision plus mieux qu'avant en cas d'échouer.

Profil de Houssein Farah



Je suis HOUSSEIN FARAH AHMED un étudiant en DUT2 de la Gestion des Entreprises et Administratives (GEA) à l'université de Djibouti.

Je suis très motivé au sujet de la création de l'entreprise afin d'atteindre mon objectif personnel en collaborant des futurs associés créatifs, inventifs et motivants.

L'idée de la création et de l'entrepreneuriat me sert à gérer mon propre compte et sentir confiant en soi et mes actions pour assurer mes responsabilités sans être dépendant vis-à-vis à un patron ou employeur car tant que je rêve toujours d'être un jour un directeur dans une organisation vis-à-vis de mes expériences.

Enfin l'enrichissement joue un rôle très important pour accomplir mon but c'est-à-dire le projet que je porte doit me donner des résultats positive.

Profil de Houssein Yousseuf



« Echouer, c'est avoir la possibilité de recommencer de manière plus intelligente » Henry Ford

Je me nomme HOUSSEIN YOUSSEUF ELMI. J'ai 19ans. Actuellement je suis un étudiant de 2^{ème} année de DUT GEA (Gestion des Entreprises et des administrations) plus particulièrement d'une Option FC (Finance et Comptable) à L'Université de Djibouti. . Tout d'abord, être un entrepreneur ne s'arrête pas à être dynamique et rapide mais aussi je suis une personne qui prend des risques et j'ai une certaine capacité à tolérer les risques et prendre des décisions importantes. Par ailleurs, quand je planifie un projet, je suis certaine de pouvoir le mener à bien. Certes, il y'a des obstacles à rencontrer, mais derrière tout cela, c'est ma motivation, ma capacité de travail et ma confiance en soi. Enfin, ma seule motivation est l'accomplissement parce que pour entreprendre un projet, je n'hésiterais pas à m'associer à des experts qu'à des amis. Au final, mon but est la réussite de mes efforts.

C'est pourquoi on dit que le succès est une conséquence mais non un but.

7-Historique de l'idée

Tout d'abord la librairie est un magasin spécialisé uniquement que pour les ventes de livres.

C'est un lieu spécial et unique pour toutes sortes de personnes qui sont fidèles à la lecture.

Cette idée appartient à moi et c'est moi qui avais présenté pour la première fois et à mon avis je pense toujours à la lecture, la librairie car être un jour un libraire (c'est un commerçant qui vend des livres, il conseille et renseigne les clients pour qu'il trouve le livre qu'il cherche le livre qu'il cherche tout en lui faisant découvrir de nouveaux auteurs et ouvrages) est toujours un rêve pour moi .

De plus, je préfère lire beaucoup, améliorer mes connaissances et mes compétences en faveur de la lecture. J'en conclus que c'est grâce à ses aspects que j'ai développé cette idée :

« Créer une librairie indépendante »

8-Atouts et freins

Comme tous les projets, notre projet rapporte des points positifs et des points négatifs c'est à dire des atouts et des freins.

➤ ATOUTS DU PROJET

Le Librairie est un lieu qui est destiné à vendre des livres. Et la lecture reste la meilleure moyenne de développer vos connaissances et vos compétences en faveur de votre esprit ; et aussi bien que le plan personnel que professionnel. Ce pourquoi toute librairie a pour vocation de véhiculer ou d'apporte des connaissances intellectuelles et culturelles, en étant le centre de ventes des ouvrages.

Cependant notre projet comporte de divers atouts à notre clientèle.

En priori ; l'un de plus important cas d'atouts est qu'on va gagner à être la proximité de nos clients, c'est à dire d'être plus proche à nos clients qui vient de se déplacé vers le centre-ville pour puisse lire. La librairie joue aussi un rôle central dans notre pays et dans le monde car elle facilite l'accès de certaines choses et pourra aider à toute catégorie de personnes de faire leur choix.

Le second avantage qu'on propose à nos clients est : l'amélioration de leur connaissance ,c'est à dire en va l'inciter les gens à lire car notre librairie dispose une variété d'ouvrages disponibles, et c'est en fonctions de préférence et d'âge , c'est a dire quel que soit l'âge du lecteur, il trouvera son bonheur dans le pléiade des ouvrages disponibles chez nous, et en plus en va même propose nos clientèle de choisissez vos livres en fonction de vos capacités intellectuelles que vous aurez la possibilité de développer au fil de vos lectures.

Du Coup, en va même mettre en disposition de tout le monde des ouvrages écrits dans toutes les langues possible et imaginable.

Enfin, pour notre librairie va le propose un point fort pour tous ceux qui souhaitent enrichir leur culture générale sans se ruiner.

➤ Les freins

L'internet est un frein c'est à dire dans l'internet il y'a plusieurs livres disponible plus ou moins gratuite donc le frein provient le fait que notre librairie vend des livres alors que c'est disponible dans internet sans oublier que le prix des certains articles vendus par les librairies sont trop chers. Le prix est une arme redoutable et à double tranchant, soit elle fait accueillir les clients soit elle fait fuir.

C'est un frein d'acculturation, chaque jeune qui achète un livre véhiculant une culture étrangers peut se comporter ainsi ou imiter cette culture et donc délaissé sa culture.

C'est un problème majeur au niveau d'investissement mais en retour la marge est très faible par exemple un livre on a une marge de 10/ parce-que on a dépensé autant des ressources comme la photocopieuse, main-d'œuvre etc.

La librairie peut enfin être reprochée comme étant un centre de propagation de la diffamation. C'est le cas de vendre un journal qui critique une personne alors que cette personne ne l'est pas de ce qu'il est reproché. C'est le cas des livres écrits par certains auteurs qui font des propos mensongères sur la personnalité d'une personne. En gros dans une librairie on trouve des bons et des mauvais.

9-Objectif à long terme

Premièrement, on fait et communique des objectifs à long terme de notre librairie qui va définir des buts communs, de coordonner les efforts de chacun et d'augmenter les chances de réalisation des objectifs asservi. En plus nous lançons un défi et nous abrégeons la prise de décision pour que celle-ci soit claire, inspirante et motivante. Donc voici quelques objectifs essentiels qu'on va prendre en considération dans 5 ans :

➤ Devenir le leader de notre marché

Tout abord ce premier objectif consistera la valorisation de notre librairie afin d'être leader dans la marche. Donc, nous espérons de mettre en place des certaines astuces pour la réussite de leader :

- Créer un espace du jeu, bien sécurise, pour accueillir les jeunes enfants.
- Créer à l'intérieur de la librairie un environnement meilleur Dans lequel nous mettons la décoration, des climatisations et des fauteuils pour s'asseoir afin de donner aux clients l'envie de rester.

- Dispose des espaces devant la librairie en lui mettront des livres occasionnels afin d'attirer l'attention des clients.

➤ Atteindre 100% de la satisfaction des clients

En outre, la satisfaction des clients joue un rôle très important dans la marche. Pour obtenir beaucoup de clients à nos produits, nous allons mettre des points sur la satisfaction des clients :

- Pratiquer la remise de prix des ventes.
- Afficher très clairement, près des caisses, les informations utiles concernant les modes de paiement.
- Donner la possibilité de consulter sur place.
- Proposer la livraison à domicile pour ceux qui prennent des quantités de livres.

➤ Offre d'emplois

Enfin nous voulons participer à la croissance économique de notre pays dans le but de réduire des chômeurs en offrant des emplois pour les jeunes diplômés.

II. Analyse stratégique du Marché

- Analyse du secteur

A.L'analyse de rentabilité de secteur

Tout d'abord, notre entreprise s'agissant d'une librairie indépendante se situe dans un secteur du commerce **tertiaire** qui regroupe en générale 77.6%. Ce secteur regroupe des multitudes d'activités et englobe la plus grande part de richesse du pays.

De ce fait, notre entreprise pourra en bénéficier de cette richesse et pourra être beaucoup plus rentable que le secteur lui-même.

B.L'analyse de l'environnement

- SWOT

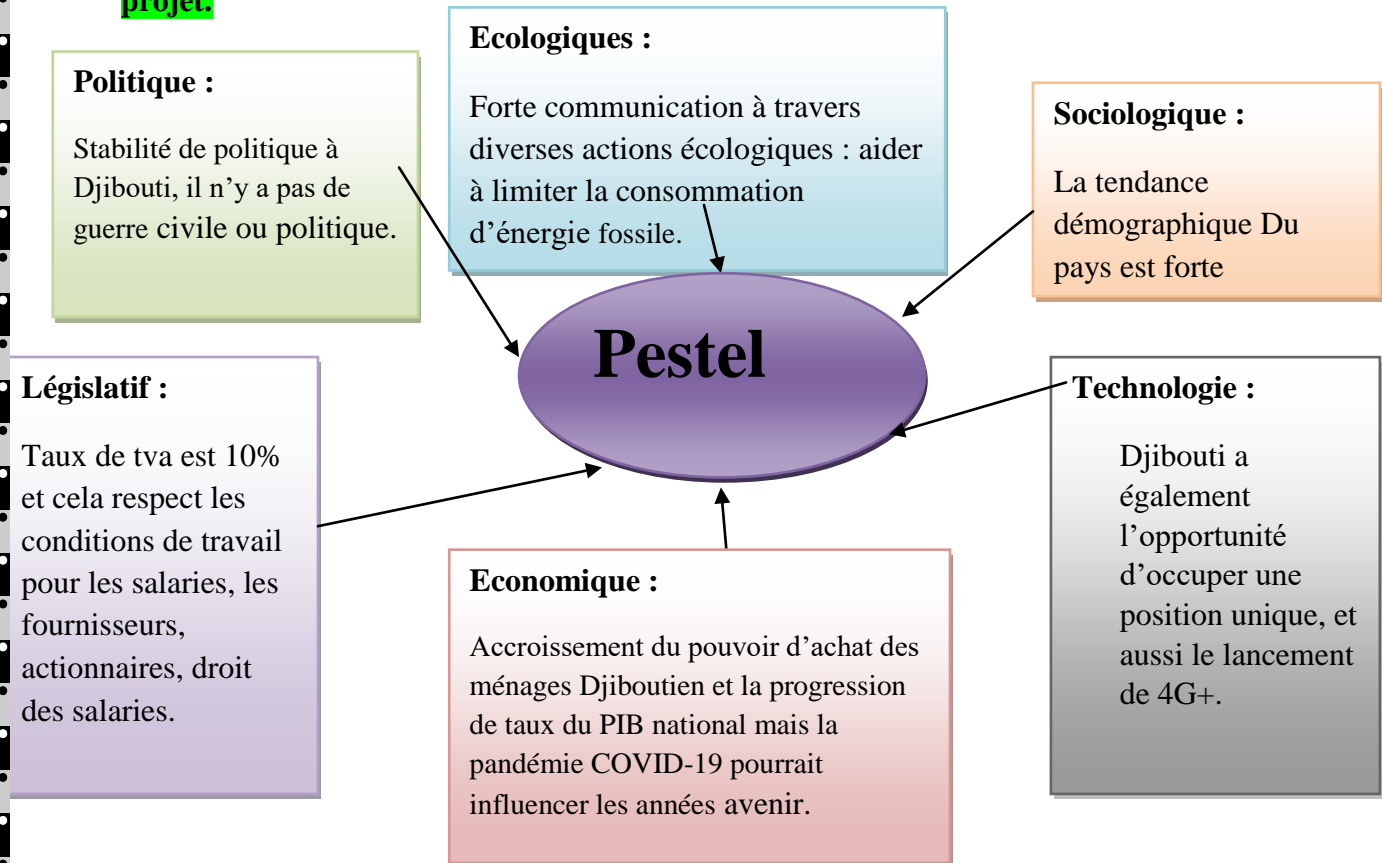
La méthode SWOT est un puissant outil pour évaluer le **positionnement stratégique** et orienter la démarche de progrès. Bien conduite, cette analyse permet en effet d'évaluer **ses forces et ses faiblesses, de lister les menaces et de détecter les opportunités** potentielles. Une librairie est tout d'abord un lieu de rencontre, un endroit où l'on prend son temps.

<i>Forces</i>	<i>Faiblesses</i>	<i>Opportunités</i>	<i>Menaces</i>
<ul style="list-style-type: none"> ●Leader sur le marché. ●Garantir la satisfaction pleine et entière des exigences du client. ●S'approfondir dans le secteur de compétences. ●Jouer le rôle de l'innovation : se projeter dans l'avenir. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Financement insuffisante ●La forte concurrence ●Moindre présence de toutes sortes de personnes âgées. ●Le coût peut-être élevé. ●Positionnement ambigu. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Accès directe et indirecte à la clientèle ●L'amélioration de domaine de la technologie. ●Utilisation de la publicité. ●Plusieurs terrains d'expérimentations. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Rémunération du temps salarié limité et risques du bénévolat. ●Charges élèves

Le principe de SWOT consiste un tableau à 4 cases où l'on range après l'identification **les forces et les faiblesses** de l'entreprise, **les menaces** pesant sur elle à un temps donné tout comme **les opportunités** potentielles. Cet outil est rapidement devenu un incontournable de **la démarche stratégique**.

❖ PESTEL

La méthode PESTEL est utilisée lors de l'analyse de l'environnement vis-à-vis de notre projet.



2. Analyse de la marche

A. Offre

Description des concurrents et analyse des forces et faiblesses

Noms des concurrents	Types de la concurrence	Sièges social	Forces	Faiblesse
Victor Hugo	Direct	Rue de Rome, Djibouti (place Ménélik)	<ul style="list-style-type: none">✓ Long présence sur les marchés.✓ Il a les anciens ouvrages en cas de besoin, et aussi les ouvrages récents.✓ C'est un lieu reconnu par tous les peuples Djiboutien.	<ul style="list-style-type: none">✓ Il a reconnu une Baisse de pourcentage de concurrence à l'échelle nationale.✓ C'est un lieu payant, c'est à dire en paye 5000fr pour rentre.
Institut français d'Arthur Rimbaud	Direct	00 Rue de Genève, Djibouti	<ul style="list-style-type: none">✓ C'est un lieu qui propose une offre de programmes variée: concerts, projections, expositions, débats, etc.✓ Positionnement stratégique	<ul style="list-style-type: none">✓ Espace pas très importants dans le locale de service.✓ Manque d'assez d'ouvrages.✓ C'est un lieu payant aussi.
Café littéraire (Gafaneh)	Indirect	Près de la RTD	<ul style="list-style-type: none">✓ C'est un lieu qui est engagé par des écrivain.✓ C'est un lieu gratuit.✓ C'est un lieu ou les écrivains se réunissent.	<ul style="list-style-type: none">✓ c'est un lieu tout petit, c'est à dire un espace pas assez utile.✓ Aucune notoriété✓ Nouveau dans le secteur.

Discorama	Indirect	Bawadi Mall- ZI Sud-Boulaos, Djibouti	✓ Un lieu de calme, et pas de discussion. ✓ Un lieu individuel. ✓ L'un de meilleures librairies à Djibouti.	✓ Pas assez de sécurité. ✓ c'est un lieu tout petit, c'est à dire une espace pas assez utile.
-----------	----------	---------------------------------------	---	--

5 : forces de porter

Le Modèle **des 5 Forces de Porter** est un outil d'analyse stratégique et commerciale permettant d'analyser l'influence de facteurs extérieurs sur l'entreprise ou sur un Domaine d'Activité Stratégique.

IL s'agit notamment:

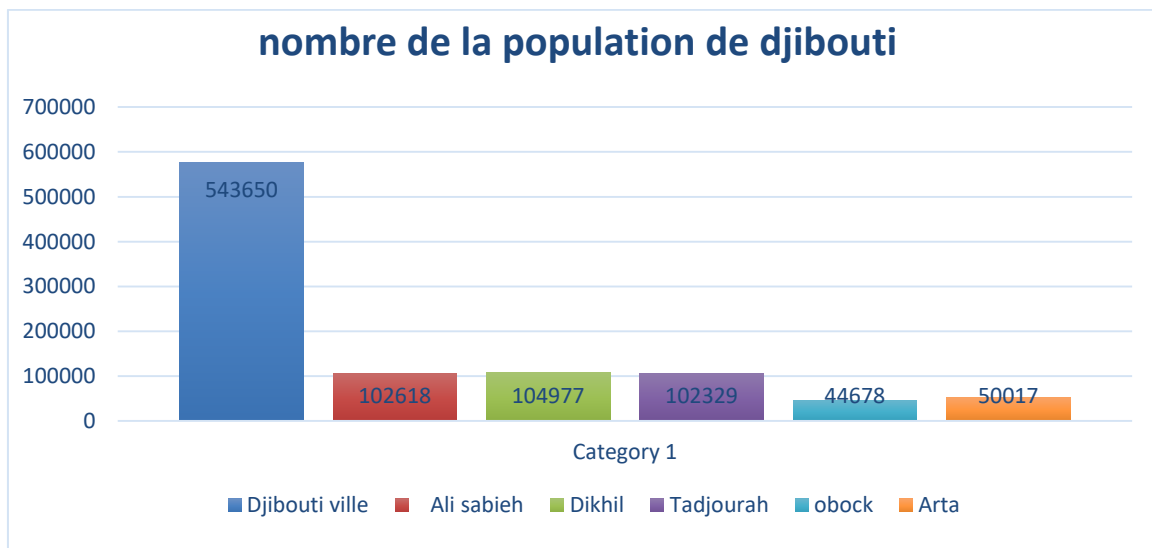
- 1- L'entrée de nouveaux concurrents (Forts) :** les barrières d'entrées dans le marché des livres sont moindres, il suffit d'avoir l'idée du projet, le lieu d'implantation et le financement pour initialiser.
- 2- Menace des produits de substitution (Très forts):** L'existence ou non de service de substitution peut modifier la concurrence dans secteur donné. L'internet nous pose le plus de problèmes.
- 3- Pouvoir de négociation des clients (Moyen):** Dans notre société Djiboutien, le pouvoir de négociation des clients sont limités seulement par leur satisfaction.
- 4- Pouvoir de négociation des fournisseurs (Moyen) :** Les fournisseurs peuvent nous influencer légèrement en agissant sur les prix, les délais, etc.
- 5- Rivalité parmi les acteurs existants du marché (Forte) :** La concurrence intra-sectorielle reste forte même si qu'on dispose un avantage géographique.

B. Demande

Les clients sont les centre d'intérêt de toute activité rentable de l'entreprise afin dégager des bénéfices. En ce sens notre entreprise vise à réaliser un champ des livres dans lequel nous voulons mettre en vente des livres au sein de la commune de BALBALA plus précisément à la

cité HODAN. Après une statistique faite sur l'estimation de la demande, les populations globales qui vivent dans les 3 communes de DJIBOUTI sont 543650 individus.

En termes de notre entreprise « Librairie », nous pratiquons le **B to C** (business to consumer). Parmi nos clients ciblés comme toutes catégories des personnes et les écoles font partis. De nos cotés, nous s'adressons fortement aux clients particuliers dont nous allons faire une estimation de notre clientèle potentielle :



➤ $543630 \times 0.55 = \underline{298997}$: c'est le nombre de ménages.

➤ $298997 \times 0.35 = \underline{104649}$ individus (35% de la population pauvres) qui habitent à BALBALA.

Enfin, on fait la différence de nos deux résultats et on trouve 194348. Donc, nos clients potentiels représentent 65% de la population de BALBALA qui correspond environ 194348 personnes de tout âge.

III. Mark ting mixte

Le marketing mix, appelé en français plan démarchage, regroupe l'ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit, service, marque ou enseigne sur son marché.

On considère les décisions et actions du marketing mix sont prises essentiellement dans 4 Grand domaines ou comme nous appelons les 4P.

1. Politique du produit

Cette notion désigne l'ensemble caractéristique et spécifique liés à un produit ou un service. Dans notre cas, nous proposons une librairie de qualité à notre clientèle. Nous offrons des différents catégories des livres telle que : des romans, des bandes dessinées, livres des poésies, livres de poche etc. sans oublier les services de ventes d'achat en ligne qui est très bénéfique pour ceux qui ne veulent pas se déplacer .Nous offrons à nos clients des œuvres publiés récemment qui enrichissent leurs connaissances intellectuelles.

2. Politique de prix

La politique de prix désigne la stratégie et le positionnement du niveau de prix. Elle répond comment et la manière dont nous valorisons nos produits tout en prenant en compte les coûts et les faits et la façon de séduire nos clients. Chaque type ou catégorie de livre aura un meilleur prix qui varie entre 1500FDJ pour les livres de poche à 10000FDJ pour les annales des baccalauréats et les dictionnaires de LAROUSSE et nous proposons des remises pour attirer plus de clients et leurs fidéliser.

3. Politique de distribution /place

Celle-ci représente la meilleure manière de distribuer nos produits ou services afin de se battre à la concurrence et d'être leader dans le marché. Notre librairie se situe à la cité HODAN, nous avons choisis ce quartier pour une stratégie qui se différencie des autres librairies concurrentes car nous sommes une entreprise naissante et nous devons s'éloigner de la concurrence jusqu'à ce que nous soyons en haut niveau. Puis là bas à balbala, la présence d'une librairie est rare. Donc on est motivé, fixé des objectifs comme attirer beaucoup des clients situant à balbala. Cela nous représente une énorme opportunité pour nous. Pour cibler les habitants de HODAN qui souhaitent lire des livres et qui préfèrent en profiter de cette chance. C'est un lieu trop stratégique et cela va nous apporter de beaucoup de profitabilité où rentabilité.

4. Politique de communication

C'est la stratégie de la communication (La publicité) pour attirer plus de clients, il nous faut de la publicité. Ce dernier est le moyen pour déployer l'action.

Nous ferons de publicité sur la télévision car on sait que la totalité du peuple Djiboutien suit bien la télévision. C'est une opportunité pour nous car ils font prescrire leurs enfants dans notre librairie. Et aussi bouche à oreille car c'est la plus simple et notre société partage rapidement les informations entre eux et créer aussi des sites web pour faciliter la tâche aux personnes qui habitent aux centres-villes.

Partie IV. Business model

Partenaires clés:	Activités clés:	Offre principales :	Relations avec les clients :
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les noms de nos fournisseurs à l'étranger : <p>.Librairie des colonnes (situé au Maroc).</p> <p>.Cook and BOOK (librairie situé à Belgique).</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'Etat : exonération des impôts ➤ Banques : emprunt ➤ Actionnaires : Capital ➤ Fournisseurs : services Livraison des livres 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vendre des livres ➤ Communiquer et Animer. ➤ Edition de livres. ➤ Planification stratégique ➤ Marketing <p>Gestionnaire des stocks : stocks physiques ou virtuels des livres.</p> <p>Canaux de distributions : Direct et parfois indirect (vente en ligne) librairie+site internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Offrir aux clients des livres de qualités avec des prix convenable ➤ Vente à proximité de nos Consommateurs. ➤ Livraison des maximums des livres pour les bibliothèques des écoles. ➤ Offerts à des moments privilégiés aux clients 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vente direct à la clientèle. ➤ Vente en ligne ➤ S'entretenir une relation de confiance avec la clientèle fidèle ➤ Accueillir parfaitement nos clients et faire une économie des couts pour ceux qui achètent leurs livres au meilleur prix.

Segments de la clientèle:	Ressources clés:	Structure des couts	Source des revenus.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proposer une offre privilégiée à sa clientèle ➤ Clientèle de proximité. <p>Etablissements scolaires à proximité</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Segmentation par genres d'ouvrages. ➤ Etablir des segments de clientèle aux besoins homogènes. 	<p>Des ressources humaines : des personnels qualifiés.</p> <p>Des ressources financiers: prix de vente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Charges fixes : (loyers, salaires) ➤ Charges variables : les couts des partenaires clés et la publicité. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le capital ➤ Ventes de livres par les clients. Prix fixe, non-variable.

- Business model CANVAS : c'est un modèle par lequel une société crée de la valeur, via une stratégie de développement de l'activité principale, la valeur doit se traduire par des retombées financières pour l'entreprise à la hauteur de la satisfaction de client.
- Pour un projet de création d'entreprise, il est parfaitement adapté puisque c'est le bon moment pour analyser le potentiel de notre modèle économique.

- **Partenaires clés** : Dans un premier temps, il existe tout un réseau de fournisseurs belges français et marocains spécialisés avec lesquels la librairie a établi des relations fiables. Leurs enjeux économiques sont éminemment liés. S'il y'a par exemple une perte de vente chez notre librairie peut induire bien sûr une perte de revenus chez les fournisseurs. Il est donc garder une relation de confiance avec les fournisseurs. La banque joue aussi un rôle très important dans le domaine de l'emprunt ou de dépôt de l'argent. De nos jours appelé l'Etat providence a pour mission de rendre un certain nombre de service comme garantir la défense du pays mais en nous prélevant des impôts.
- **Activités clés** : Pour assurer le meilleur prix pour la satisfaction de notre clientèle, nous allons faire une bonne étude sur les prix et les services proposés par la concurrence. Le fait de communiquer et animer augmente la valeur de notre entreprise bien plus que la qualité de conseil dépend du savoir-faire des libraires.
- **Offre principale** : offrir à des livres de qualités à nos clients, un lieu unique et une ambiance chaleureuse et des animations, événements forts ou les clients qui entreront auront envie de rester et de flâner.
- **Relation avec les clients** : nous entretenons une relation de confiance avec la clientèle fidèle. L'entreprise est assurée de faire une économie de coûts pour que notre clientèle achète leurs livres au meilleur prix. La relation client est donc adaptée en fonction de client.
- **Segments de clientèle** : il est important de bien connaitre, de cerner ses attentes et de lui proposer une offre qui réponde mieux aux besoins. Donc l'organisation établit des segments de clientèle aux besoins homogènes et de choisir quel groupe cibler en particulier.
- **Ressources clés** : premièrement, ces sont des ressources humaines, d'autant plus d'aujourd'hui car les clients se déplacent pour bénéficier d'un conseil et entretenir une relation privilégiée avec la librairie. Puis, c'est celle de la ressource financière (prix de vente).
- **Canaux de distribution** : ce circuit sera un circuit direct car les clients peuvent acheter nos livres directement en librairie mais aussi en ligne sur notre site.

Fait par Houssein Mead

PARTIE V : Plan d'organisation et de Production

1 : Processus de Service

Le processus de production et de commercialisation du livre, considéré dans sa stricte dimension économique. Tout d'abord, il s'agit d'une vision schématique destinée à éclairer les lecteurs. Chacun des acteurs intervient et perçoit une partie du prix du livre.

Je dois un peu vous parler la fabrication du livre : tout d'abord l'auteur est le créateur de la matière première, le contenu du livre. Il est représenté par un agent littéraire pour la cession de ses droits de traduction. Dans ce cas, le traducteur a également le statut d'auteur. Ensuite, nous gérons les relations auprès des compositeurs, imprimeurs et papeteries et leur demandons les devis selon les prévisions de tirage et format. Et puis il y'a l'élaboration physique et numérique du livre jusqu'à sa livraison. Et enfin il y'a la diffusion c'est-à-dire la force de vente qui est composée d'une direction commerciale, d'une équipe de représentants couvrant l'ensemble du territoire francophone (comme les librairies en ligne, ventes directes, numérique, etc.) et la distribution (l'aspect logistique) : stockage papier et numérique et livraisons aux points de vente.

Ici notre entreprise s'agissant une librairie indépendante offre des services de ventes des livres à notre clientèle. Nous respectons la commercialisation des livres. Dans ce cas, le processus de production est la servuction.

Nous avons deux fournisseurs à l'étranger. Ces deux fournisseurs nous livrent le maximum de quantité des livres. Ces livres sont un guide pratique pour améliorer la qualité des prestations de service. Ce dernier est destiné à toutes les personnes qui sont en relation directe avec les clients. Donc pour mieux satisfaire notre client, on a pour objet de l'améliorer l'accueil et la qualité de service, faire une bonne étude sur les prix et services proposés par la concurrence. De plus, nous entretenons une relation de confiance parfaite avec la clientèle fidèle en leur assurant qu'on va faire une économie des couts pour que nos clients achètent leurs livres au meilleur prix. Notre entreprise va tout faire afin de régler le souci de notre clientèle en lui faisant un rapport détaillé de la consultation, en lui apportant de conseil à n'importe quel moment où il le désire. Comme ça, la clientèle sera satisfaite. Notre processus de service est bien clair puisqu'il commence directement par l'arrivé d'un client.

Voici une image parfaite qui décrit tout simplement la distribution des livres



Dans les coulisses, voici comment les grandes librairies distribuent les livres. Ça nous fait parfaitement plaisir d'être comme eux et d'atteindre un jour nos objectifs.

2 : Approvisionnement

Notre entreprise « **librairie book center** » vend des services plus précisément de livres qui nous nous approvisionnés à des fournisseurs de l'étranger. On ne produit rien, nous achetons nos livres à un lieu précis des librairies situant en Europe. C'est-à-dire, nous avons deux principaux fournisseurs qui se situent à l'étranger : l'un est un fournisseur belge appelé **Cook and Book** (librairie situé à Belgique) et l'autre est un fournisseur français appelé **librairie des colonnes** (situé en France). Mais aussi, **EBOOK** nous livre à une très grande quantité de livres (romains, de la littérature...). Pour cela, on vend directement nos livres à notre clientèle fidèle au meilleur prix. C'est la commercialisation des livres à son différent type. Nous avons un libraire qui gère le lieu de vente exclusivement dédié au livre et sélectionne les livres référenciés dans son magasin avec les représentants et gère les stocks (commandes).

Fait par Houssein Farah.

3 : Ressources techniques

Pour les ressources techniques, nous avons besoin des :

- Des matériels informatiques tels que des ordinateurs, des logiciels, imprimantes...etc.
- Des matériels de transport : Camions, des coulisses pour la distribution des livres.
- Des matériels bureautiques : des bureaux, des tables, des chaises, un immeuble, des armoires pour le classement des livres.

Voici une image d'une table et des chaises :



Nous avons aussi besoin des climatiseurs pour le rafraîchissement afin que celle-ci puisse améliorer la concentration de la lecture et la satisfaction de la clientèle.



Des ordinateurs performants pour les enregistrements
Comptable et facilite la vente en ligne.

4 : Ressources humaines

Il nous reste qu'à énumérer nos facteurs de travaux tels que les connaissances et la compétence nécessaires pour la réalisation de notre projet. Premièrement, nous allons faire appel à un libraire étranger qui est doté d'une compétence et qui a déjà travaillé parfaitement à une grande librairie afin qu'on puisse suivre son technique de travail et bien suivre sa formation. C'est grâce à sa formation qu'on pourra améliorer les autres domaines de travail. Ensuite, nous allons recruter que 4 salariés qualifiés, y compris la sécurité et les femmes de ménages.

Fonction	Nombre des personnes.
Marketing	2
Comptable	1
Assistance du service	2
Sécurité	1

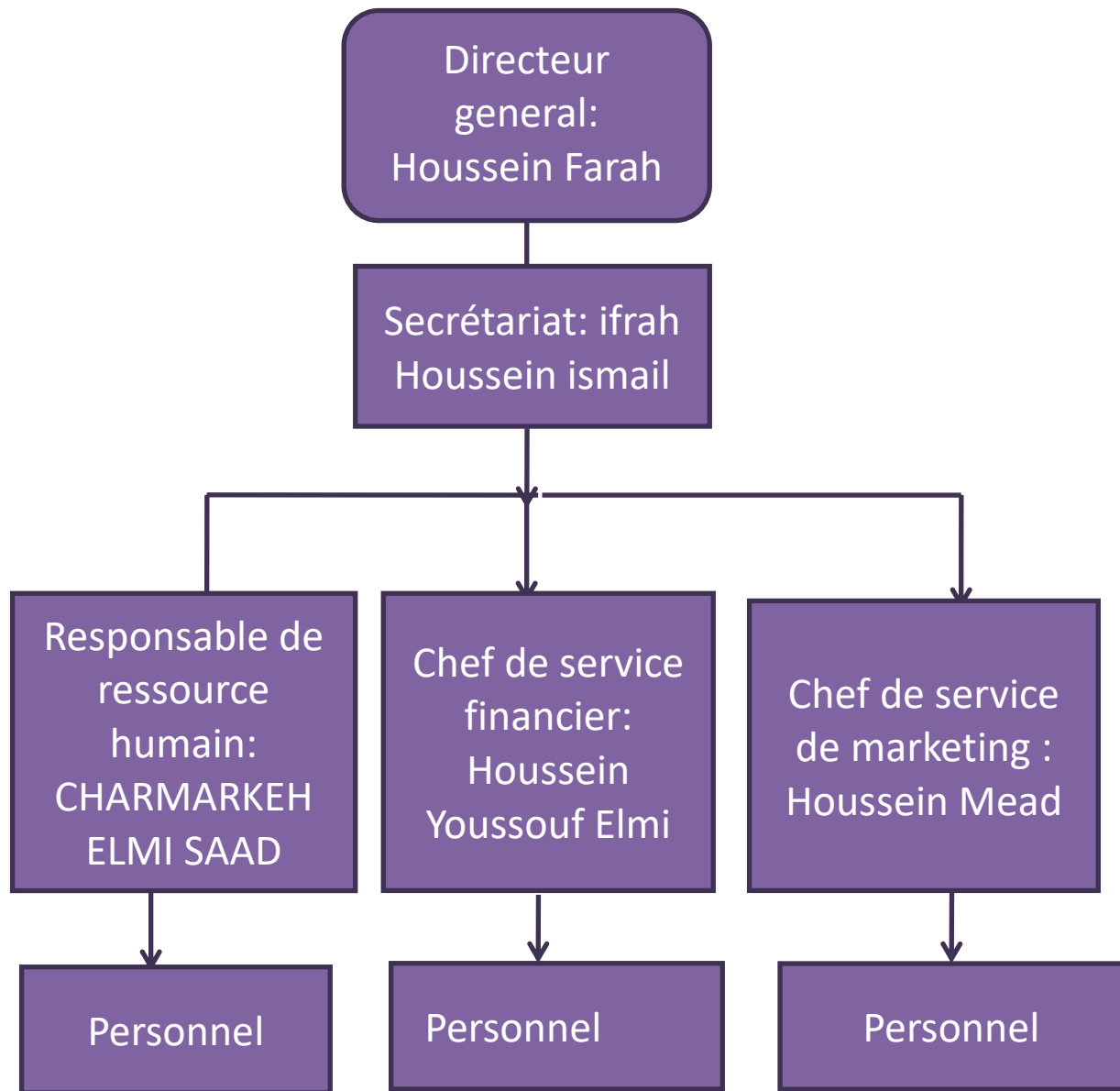
Ces photos décrivent parfaitement notre librairie (surtout l'image de personnels)



- Exemple d'une image de clients qui font leurs choix.



5: Organigramme ET style de management



Le management au sens où nous l'entendons ici concerne la capacité des managers à diriger les employés d'une entreprise. Notre style de management est de type délégitif. Il est très tourné au résultat. C'est un style de management très fréquent dans les relations entre les tops-managers et les managers intermédiaires. De plus, la responsabilité des décisions est en partie laissée aux subordonnés, ce qui amène à une forme de responsabilisation. Ce style a pour avantage d'avoir une meilleure communication, détection des talents et autonomie.

6 : Implantation

Nous implantons notre entreprise à Balbala plus précisément à Hodan car c'est l'endroit qui nous paraît déterminant pour notre réussite et pour bénéficier d'un environnement de travail agréable. Les habitants de Balbala nous semblent d'une population qui aime la lecture et qui pourra beaucoup améliorer leur vocabulaire en tant que adolescent et compétence en tant que adulte. Nous voyons ce lieu d'implantation comme un lieu parfait et optimal pour notre entreprise.

Fait par Charmakhe Elmi.

VI) Partie juridique

•LA FORME

La forme juridique de notre entreprise est la SARL (société à responsabilité limitée) car c'est un statut qui permet une certaine flexibilité à la création de notre société. Nous, les associés de l'entreprise peuvent bénéficier une certaine protection (comme par exemple protéger son patrimoine personnel...).

• L'OBJET

Notre librairie est un lieu unique et chaleureux qui a pour objet d'offrir des services des ventes de livres par la vente d'achat en ligne et la vente normal à Balbala plus précisément à Hodan.


•LA DÉNOMINATION

Le nom est **Book Center**. Notre logo est fait dans ce tableau juste en bas.

Slogan: “ Lire c'est parfaitement grandir”

•Siège sociale

Notre librairie se situe à Hodan.

Dénomination	Book Center
Logo	

Slogan	“Lire c’est parfaitement grandir”
Adresse	Balbala plus précisément à Hodan
E-mail	Book-center12@gmail.com
Objet	Vente des livres

Fait par Ifrah houssein

CONCLUSION

Pour en conclure, ce projet de création d’entreprise joue un très grand rôle dans notre parcours scolaire et il nous a appris beaucoup des choses. Chacun faisait une partie de son travail et ceci nous a permis de développer nos compétences et nos connaissances.

De plus, tout au long de ce projet, on était guidé sur l’une de professeur la plus expérimentée de ce domaine. On était bien placé pour faire ce projet et c’était l’essentiel de s’entourer de ses conseils et d’avis pour ne pas se retrouver dans des situations délicates. Cet accompagnement est beaucoup plus recommandé par une table de matières (suivie pour certaines étapes) car créer une société est une tâche complexe et relativement longue qui demande beaucoup de recherches et de réflexion au niveau de choix à mettre en œuvre. Mais ce projet de création nous a donné une vision générale et positive sur nos capacités, la façon d’être motivé et la créativité afin de bénéficier en avance ce parcours de formation.

Et puis, nous avons choisi comme thème « la librairie » qui est un thème merveilleux, qui est aussi bénéfique pour nous et pour la population de Djibouti. C’est un lieu unique où on vend des livres. Un lieu chaleureux qui accueille parfaitement notre clientèle afin que celle-ci satisfasse leur besoin. Ce thème nous a réjouis, nous a rendu fier et sa concrétisation était avantageuse pour nous.

Enfin, pour mettre en œuvre et mener à bien cette création d’entreprise, nous avons travaillé en équipe et avec la ferme volonté de réussir. Cela nous a permis d’atteindre notre objectif.

Fait par HOUSSEIN MEAD