



*Plateforme de location d'objets  
et de matériel entre citoyens*

*Auberloc redonne aux établissements scolaires  
leur rôle de vie citoyenne au coeur de la ville*

## **Auberloc : une idée**

Après l'élection de l'éco délégué, nous souhaitons mettre en place une action forte pour réduire notre impact sur la planète.

Au départ, notre équipe souhaitait simplement créer une entreprise de location de biens entre particuliers. Nous étions très motivés par ce projet mais après réflexion, gérer une entreprise est quelque chose que nous apprenons en cours et ce premier projet ne nous paraissait plus assez ambitieux.

En fait, nous ne faisons qu'appliquer des compétences déjà acquises, comme faire une étude de marché, faire une analyse de l'offre ou élaborer des stratégies marketing. Mais nous voulions vraiment être innovants et aller au-delà de nos compétences.

Nous sommes alors passés d'un projet à une vision. Et de la création d'une entreprise à la création d'un concept. Auberloc, c'est donc le projet-test qui a été le support de création du kit.

## **Auberloc : un produit**

Auberloc commercialise un service : un kit de création de plateformes locales de location.

Ce kit contient toutes les informations, démarches et outils pour mettre en place une plateforme en ligne afin que les membres d'une communauté locale s'échangent des biens plutôt que d'en acheter des neufs.

Dans ce kit on retrouve :

- Une étude de marché (offre, demande et environnement)
- Un outil de calcul de la zone de chalandise
- Une étude de concurrence
- Une enquête de faisabilité
- Une synthèse des stratégies mises en place par la tête du réseau
- Un logiciel de GRC (Gestion de la Relation Client)
- Un plan d'actions commerciales pour faire connaître et pérenniser l'entreprise
- Des supports de communication en marque grise
- Un tableau de répartition des tâches
- Un tableau synoptique de gestion de projet GANTT
- Des outils pour la gestion financière de l'entreprise
- Un site internet prêt à l'emploi
- Un forum d'entraide pour les établissements
- Une guide pour organiser des actions commerciales comme une brocante ou une journée de l'économie circulaire
- etc.

## Auberloc : une cible

Ce kit est destiné aux établissements scolaires (principalement les collèges et les lycées pour l'instant).

## Auberloc : une stratégie de production/distribution

En ce qui concerne la production, nous avons misé sur la matérialisation du service. En effet, le kit est une mallette physique dans laquelle tous les outils sont matérialisés sous forme de dossiers, d'enveloppes. Elle contient également une clé USB afin que toutes les informations puissent être exportées sur un ordinateur.

Pour vendre notre kit, nous mettons en place une démarche de prospection téléphonique et physique. Nous démarchons les établissements scolaires afin de leur proposer notre service.

Grâce à nous

## Auberloc : une étude de marché

D'abord nous avons fait 2 études de marché : L'économie du partage/ de plateformes et le marché de la location.

Notre étude est très complète et comporte :

- Une analyse des niveaux de marché
- Une étude de la demande
- Une étude de l'offre
- Une étude du macroenvironnement
- Une étude du mésoenvironnement
- Une étude du microenvironnement
- Une étude de concurrence
- Une enquête clients

Selon les nombreuses études, tous les voyants de ces marchés sont au vert.

Pourtant, même si plusieurs plateformes de location ont vu le jour, nombreuses ont déjà fermé (O'leaz ; e-loue ; Ezilize ; Placedelaloc ; Zilok ; Sharinplace ; LocaBien...).

Et finalement louer un bien plutôt que de l'acheter n'est pas aussi automatique que louer une voiture, un appartement, ou une machine-outil.

Alors comment expliquer la lente croissance de la location de biens entre particuliers ?

Une étude auprès des sociétés disparues serait nécessaire. Cependant, elles avaient deux points communs :

Il s'agissait de plateformes nationales

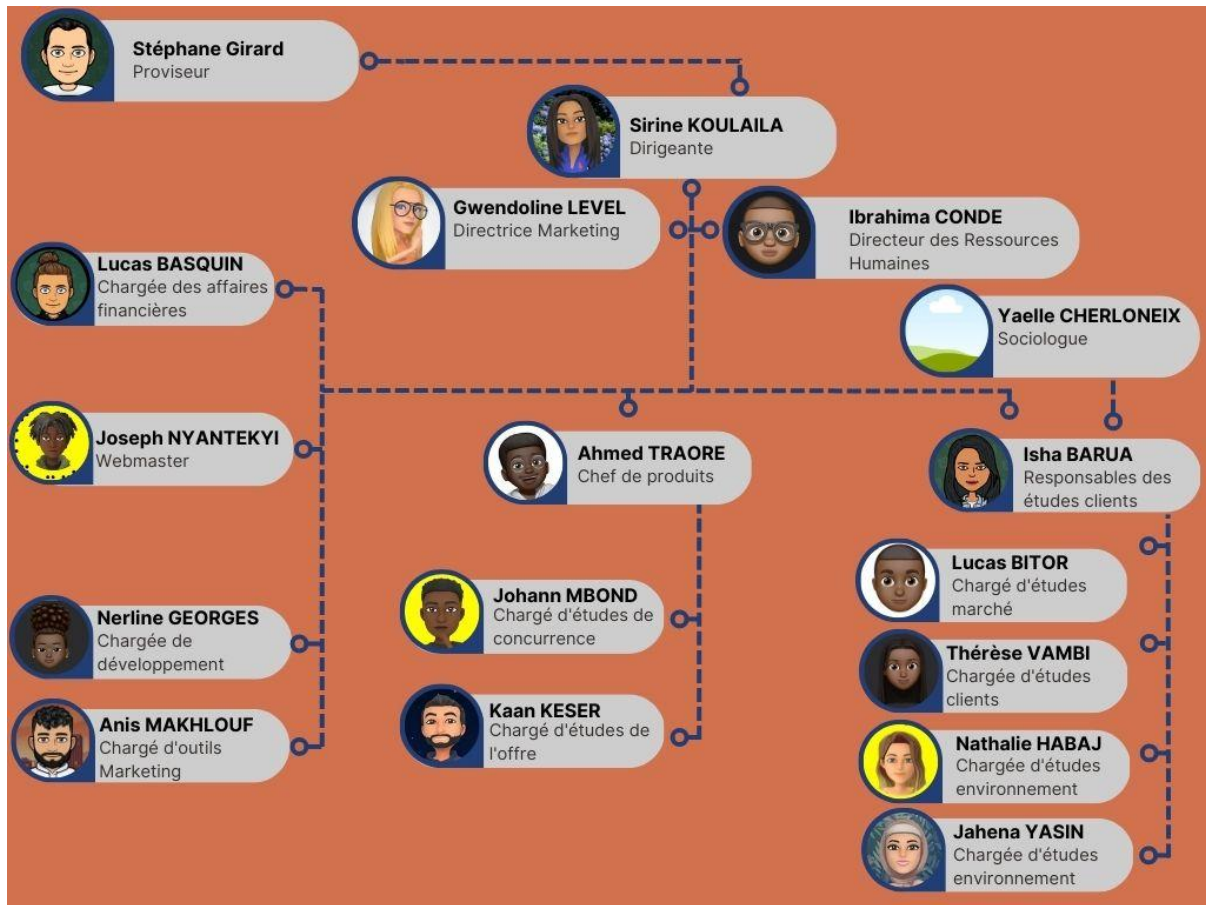
Elles ont disparu faute d'offres et de demandeurs car la location de biens du quotidien n'est pas encore entrée dans les habitudes des français.

C'est pour cela que passer par les établissements est la vraie valeur ajoutée d'Auberloc.

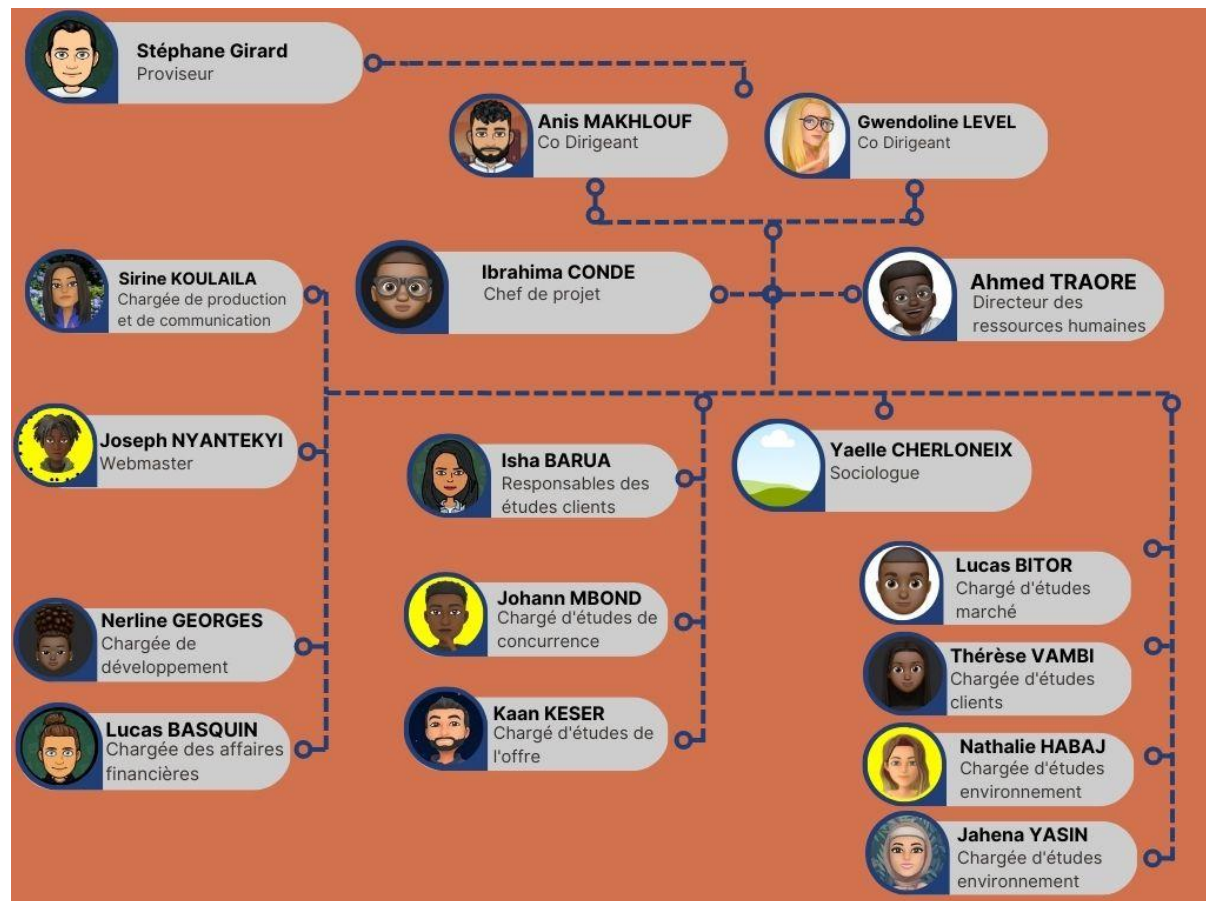
L'INEC a d'ailleurs fait un guide pour que les établissements mettent en place une démarche et des actions d'économie circulaire, nous sommes en discussion avec les responsables de ce guide pour une éventuelle collaboration. Nous espérons que l'INEC aura rejoint les soutiens d'Auberloc d'ici le 25 mai.

# Auberloc : une équipe qui "roule"

## 1er roulement



## 2ème roulement



## Auberloc : des outils

- 1 base de données sur Odoo (Progiciel de Gestion Intégré)
- 1 plateforme d'e-annonce et d'e-échange (Back et Front Office)
- 1 GANTT (Outil de gestion de projet)
- 1 présence sur presque tous les réseaux sociaux
- 1 espace numérique de travail partagé
- 1 espace de création visuel commun sur Canva

## Auberloc : une valeur ajoutée à l'économie circulaire

La valeur ajoutée d'Auberloc c'est évidemment d'avoir pensé à passer par les établissements scolaires pour sensibiliser les jeunes à l'économie circulaire.

Viser une cible très jeune est une technique marketing très connue et controversée car elle a historiquement été employée par des marques qui ont malheureusement eu des impacts négatifs sur les enfants et qui ont gardé des mauvaises habitudes quand ils sont devenus adultes.

C'est le cas de McDonald's qui a été mis en cause par l'UFC Que choisir ? qui l'accuse d'avoir recours à des partenariats dissimulés avec des enfants influenceurs, alors que c'est une pratique illégale. Cela intervient après que le géant de la restauration rapide, s'était engagé à limiter sa publicité dans des programmes ou médias destinés aux enfants à cause de précédentes accusations.

Ici, on emploie les mêmes recettes mais de manière éthique afin d'apprendre aux jeunes collégiens et lycéens à consommer de manière raisonnable.

## Auberloc : une mini entreprise pas comme les autres

Ce qui rend Auberloc unique, c'est son envergure. Quand nous avons effectué notre étude de marché nous nous sommes rendus compte que de nombreuses start-up s'étaient lancées sur ce secteur et beaucoup ont échoué. C'est aussi pour cela que nous avons décidé de segmenter notre clientèle en ciblant les établissements scolaires. En effet, l'économie de la fonctionnalité ne doit pas être un moyen de réussir un business mais doit être incontournable si on veut éviter la catastrophe écologique.

## Auberloc : une expérience humaine

Comme nous sommes en BTS, nous avons tous un parcours scolaire très différent et au début, cela a joué sur l'organisation et certains étudiants étaient plus investis que d'autres.

Beaucoup d'entre nous n'ont pas un parcours sans faute à l'école. La preuve qu'Auberloc est une expérience humaine riche est que ce projet nous a tous fait lever un samedi à 6h pour organiser une brocante dans notre lycée. Je pense qu'aucune autre raison n'aurait pu faire autant l'unanimité.

La principale difficulté à surmonter est la peur de l'échec qui nous a parfois freiné pour oser faire des choses.

Le plus gros avantage de cette aventure, c'est le réseau de professionnels que nous avons rencontré. D'abord on se connecte au directeur des ventes de FedEx, puis on commente une publication d'un délégué ministériel en mentionnant la 1ère ministre. Cette expérience nous a appris à oser !

Ce dont on est le plus fiers, c'est d'avoir su se fixer des petits objectifs qui ont presque tous été atteints. Nous sommes partis de rien, et avons décidé de se débrouiller tout seul et le projet a un énorme succès et intéresse énormément de monde. C'est cette reconnaissance qui est la plus importante.

## Auberloc : une mini entreprise solidaire

Lors de notre journée d'inauguration "Aubercante : la journée de l'économie circulaire, nous avons invité de nombreuses associations. Parmi elles, nous avons offert 10 mètres d'espace brocante gratuitement à l'association AMELIOR afin que les "Biffins" de l'association puissent vendre leurs objets. AMELIOR s'engage contre la précarité et aide les biffins à exercer leur activité de revente de manière légale. Lors de cette journée, nous avons également conclu que l'association pourrait installer un conteneur de collecte de vêtements et de chaussures usagers dans la cour du lycée.

## Auberloc : une entreprise qui souhaite aider ses camarades

Nous avons choisi de donner la totalité de nos bénéfices à l'association AuberCorp. qui a été créé spécialement pour accompagner les projets d'entrepreneuriat des étudiants du lycée Henri Wallon. Ainsi, nous souhaitons aider nos camarades de 1ère année de MCO à lancer leur propre projet d'entreprise. En effet, ils ont choisi une activité qui demande un investissement important : l'organisation d'un tournoi esport. Nous leur souhaitons de connaître autant de réussite que nous. La majorité des étudiants de la classe se sont déjà proposés de les accompagner ponctuellement l'an prochain et à être présents le jour de leur événement.

## Auberloc : une gestion habile

Nous allons diviser cette partie en 2. D'abord nous allons vous parler d'Aubercante (Organisation d'une matinée événementielle autour d'une brocante et d'un programme d'animation) puisque pour récolter des fonds nous avons miser sur notre travail plutôt que sur la générosité. Puis nous vous donnerons nos prévisions pour la vente du kit.

### Aubercante

L'organisation d'Aubercante ne nous a demandé aucun investissement. Nous avons annoncé la brocante sur le site videgreniers.org puis nous avons commencé à récolter l'argent des exposants.

Prix de location du mètre linéaire : 2,5 €

Prix de location des tables et chaises : 1 €

Nombre de mètres linéaires réservés : 52

Nombre de tables et de chaises louées : 50

Chiffre d'affaires : 180 €

Avec ces 180 €, nous avons fait quelques achats pour la brocante :

- 24,99 € pour l'achat de jeux pour l'espace jeux
- 91,11 € pour l'achat de produits alimentaires pour le snack/boisson

Nous dégageons donc un petit bénéfice de 63,90 €

Le jour de la brocante nous avons organisé une tombola

Nous avons vendu 72 tickets à 2€ ce qui fait un chiffre d'affaires de 144 €

Nous avons également généré un chiffre d'affaires de 139 € au snack

Au total, le bénéfice de la journée Aubercante s'élève à :

$180 + 144 + 139 - 24,99 - 91,11 = 346,90 \text{ €}$

## Auberloc : le kit

Prix de vente		
Kit	399,00	prix d'appel année 1 - puis 999 €
Abonnement assistance	199,00	en option avec le kit
Renouvellement	299,00	après 1 an
<b>• Charges fixes</b>		
La banque postale	118,56	
MAE	76,52	
abonnement site web	180,00	
Abonnement téléphonique	169,92	
1 salarié à mi temps	10306,00	
<b>Total</b>	<b>10851,00</b>	
<b>• Chiffre d'affaires à date et prévisionnel</b>		
	20935,00	Au 31 mars 2024
Ventes prévisionnelles : 40 kits sur la France	15960,00	Au 31 mars 2024
Ventes prévisionnelles : 25 abos sur la France	4975,00	Au 31 mars 2024
<b>• Charges variables</b>		
kit	350,10	Coûts en consommables des kits vendus
	8,75	Coûts en consommables pour 1 kit
<b>• Besoin en capital</b>		
	8000,00	Voire total investissement
<b>• Valorisation des stocks</b>		
	225,64	Reste consommables suite vente 40 kits
<b>• Bénéfice à date et prévisionnel</b>		
	10084,00	
<b>• Seuil de rentabilité</b>		
CA	20935,00	100
CV	350,10	1,67
MSCV	20584,90	98,33
CF	10851,00	
RN	9733,90	
SR	11035,55	
SR en volume kit + abo	18,45	
SR en volume kit seul	27,66	
ROI	0,26	
Valeur des parts à 5€	6,30	