

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République algérienne démocratique et populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Université –Ain Temouchent- Belhadj Bouchaib
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج
في إطار القرار الوزاري 1275
«شهادة، مؤسسة ناشئة/ مؤسسة مصغرة أو براءة اختراع»
Dans le cadre de l'arrêté ministériel 1275
Un diplôme, une startup / micro entreprise ou brevet d'invention
لنيل شهادة الماستر
تخصص إدارة الموارد البشرية

Rosline lingerie
(مؤسسة خياطة ملابس النوم الداخلية النسوية)

من إعداد

1/ محمد بلعربي شهيناز (صاحبة فكرة المشروع) M2
2/ سيدي علي شريف رانيا M2
قسم علوم التسيير
قسم علوم التسيير

أمام لجنة المناقشة المكونة من:

| | | | |
|------------------|-----|------------------|-----------------------|
| رئيسا | MCA | جامعة عين تموشنت | د. حسناوي مريم |
| ممتحنا | MAB | جامعة عين تموشنت | د. هنداوي محفوظ |
| مشرفا | MCA | جامعة عين تموشنت | د. منقوري منال ابتسام |
| مشرف مساعد | MCA | جامعة عين تموشنت | د. لواتي خاتمة |
| ممثل الحاضنة | | جامعة عين تموشنت | د. رحمانى |
| الشريك الاقتصادي | | Delieve atelier. | |

السنة الجامعية: 2024 /2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

﴿يرفع الله الذين آمنوا والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير﴾

[سورة المجادلة - 11-]

شُكْرٌ وَقَبْلِيلٌ

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد
بعد الرضا

❖ من لا يشكر الناس لا يشكره الله ❖
بكل الحب والوفاء وبأرق كلمات الشكر والثناء، ومن قلوب
ملؤها الأخاء.

نتقدم بالشكر والإمتنان إلى الدكتورة "منقوري منال إبتسام"
على تفضلها بالإشراف على هذا العمل.
للأساتذة الأفاضل أعضاء المناقشة.

إِهْتِدَاءٌ

إلى من أوجب الرحمان برها وطاعتها وأجزل الثواب لمن رعاها
وأحسن عشرتها إلى من أعلى الله قدرها ومكانتها،

إليك **أمي** أطال الله في عمرك

إلى من رباني من الصغر وجعل الله عقوقه إحدى الكبر، إلى من
أدين له بكل نجاح أصبته بعد الإله، لمن أنا ومالي، إلى العزيز

الغالي، إليك يا **أبي** أطال الله في عمرك

إلى من كانوا عوناً في السراء والذراء، إلى إخوتي الأحباء

إلى من كانت سندا وقت الشدة وكانت عربون المحبة والوفاء،

إلى من كانت دعواتها مصدر القوة والنجاح، إلى **جدي**

الغالية، أطال الله في عمرها

رانيا

إهداء

أهدي هذه المذكرة إلى كل طالب علم يسعى لكسب المعرفة و تزويد رصيده المعرفي و العلمي.

*إلى من ساندني في صلاتها و دعائها.....إلى من سهرت الليالي تنير دري.
إل من تشاركني أفراحي و اساتي.....إلى نبع العطف و الحنان إلى أجمل ابتسامة
في حياتي ، إلى أروع امرأة في الوجود

أمي الغالية.

إلى من علمني أن الدنيا كفاح و سلاحها العلم و المعرفة إلى الذي لم يبخل بأي شيء
إلى من سعى لأجل راحتي و نجاحي إلى أعظم رجل في الكون :

أبي العزيز.

إلى أولادي فلذات كبدي فجر و غيث اللذان كانا سببا لي في التفكير في هذا المشروع
و هذه المذكرة و حتى أكون إلهاما لهما و يحدوا خطاي و يتعلما أن طلب العلم هو
سلاحهم في هذه الدنيا و أنه لا يتوقف رغم الصعاب و الظروف ومهما بلغ منهما
الكبر.

إلى زوجي الذي حثني مرارا على إكمال دراستي، و كبرهان له أنني أقبل التحدي و أنني
مثابرة و أستطيع تحقيق أهدافي رغم كل الظروف.
إلى أخواي و عائلتي ككل.

و مسك الختام إلى أساتذتي و أهل الفضل علي الذين غمروني بالحب و التقدير

و النصيحة و التوجيه و الإرشاد. *شهباناز*

الملخص:

في إطار القرار الوزاري 1275 الذي يدعم المؤسسات الناشئة و المصغرة، تبلورت فكرة هذا المشروع ألا و هي خياطة ملابس النوم الداخلية النسوية بتصاميم مبتكرة و خاصة و أسعار تنافسية، فقمنا بوضع الأحجار الأساسية للمشروع ضمن نموذج العمل التجاري BMC و شرحناها بالتفصيل انطلاقا من القيمة الأساسية للمشروع مرورا بالشرائح المستهدفة و قنوات التوزيع، و موضحين كيف ستكون العلاقة مع العملاء و ماهي أهم الأنشطة الأساسية التي نقوم بها ، متطرقين بذلك للمصادر الأساسية و الشركاء الرئيسيين، ومفصلين كافة التكاليف اللازمة لنصل في الأخير إلى مصادر الإيرادات.

الفهرس

شكر وتقدير

إهداء

الملخص

الفهرس

1 مقدمة:

2 1. القيمة الأساسية للمشروع:

2 1.1. القيمة بالتخصيص أو التمييز:

2 2.1. القيمة بالتصميم:

2 3.1. القيمة بالسعر:

2 4.1. القيمة بالأداء العالمي:

2 5.1. القيمة بالخدمة الشاملة:

3 6.1. القيمة بسهولة الإستخدام:

3 2. الشرائح المستهدفة:

3 3. القنوات:

3 4. العلاقة مع العملاء:

4 5. الأنشطة الأساسية:

4 1.5. التصميم:

4 2.5. التموين:

| | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| 5 | 3.5 التفصيل: |
| 5 | 4.5 الخياطة: |
| 5 | 5.5 اللمسات الأخيرة (La finition): |
| 5 | 6.5 التغليف والتعليب: |
| 6 | 7.5 التسويق في الموقع الإلكتروني: |
| 6 | 6. المصادر الأساسية: |
| 6 | 1.6 الموارد المادية: |
| 6 | 2.6 الموارد المالية: |
| 6 | 3.6 الموارد الفكرية: |
| 7 | 4.6 الموارد البشرية: |
| 7 | 7. الشركاء الرئيسيون: |
| 7 | 8. التكاليف: |
| 8 | 9. مصادر الإيرادات: |
| 9 | الخاتمة: |
| Erreur ! Signet non défini. | الملاحق: |

مقدمة:

تندرج هذه المذكرة في إطار تشجيع العمل المقاوالاتي على مستوى الجامعات في الجزائر من خلال القرار الوزاري 1275 الصادر في 27-09-2022 الذي يهدف لإستغلال مخرجات البحث العلمي لفائدة الاقتصاد الجزائري.

يعتبر عالم النسيج في الجزائر من بين الأسواق التي لم تحقق الإكتفاء الذاتي، ولازال يعاني هذا السوق من فقر شديد في السلع المحلية، وطغيان السلع المستوردة عليه، وتهاافت المستهلك عليها رغم غلائها أو قلة ثمنها الذي تتبعه رداءة جودتها، وحتى وجود الحرفيين الكثيرين أو المشاغل (**Les ateliers**) المنتشرة على غرار السنوات الماضية وتوسعها، لكن هذا لم يغطي الطلب المتزايد على هذا القطاع.

وعليه يهدف هذا العمل لإقتراح إجابة الإشكالية التالية:

كيف يمكننا من خلال العمل المقاوالاتي (المؤسسة المصغرة) تغطية العجز من ملابس النوم

النسوية في الجزائر من الناحية الكمية والكيفية؟

وعليه قرنا أن نجد حلا لهذا الإشكال من خلال ولوجنا عالم المقاوالاتية وإضافة لمسة جديدة تضمن منافسة المحتكرين له من المستوردين.

ولعرض تفاصيل العمل بدقة إرتأينا أن تكون المذكرة على شكل نموذج العمل التجاري (**BMC**) الذي يمثل أداة من أدوات التخطيط الإستراتيجي التي تحدد أسس عمل الأنشطة التجارية للشركة والذي يحمل في طياته العناصر التالية:

- القيمة الأساسية للمشروع.
- الشرائح المستهدفة.
- العلاقة مع العملاء.
- الأنشطة الأساسية.
- المصادر الأساسية.
- الشركاء الرئيسيون.
- التكاليف.
- مصادر الإيرادات.

1. القيمة الأساسية للمشروع:

1.1. القيمة بالتخصيص أو التمييز:

إخترنا هذا المشروع لأنه على المستوى الوطني لا يوجد هذا النوع من الملابس بماركة خاصة جزائرية، فكل المنتجات إما صينية بجودة رديئة أو دول أجنبية خصوصا الأوروبية بجودة عالية وأثمان باهضة ليست في متناول الجميع، كما أنه توجد بعض المنتجات المحلية ولكن لحرفيين فقط دون إسم أو ماركة خاصة.

ولهذا أردنا التخصيص في هذا النوع من الملابس وإنشاء ماركة خاصة بنا سمينها "**Rosline**".

2.1. القيمة بالتصميم:

ويكون ذلك من خلال توفير تصاميم خاصة تختارها الزبونة حسب رغبتها .

3.1. القيمة بالسعر:

يتميز هذا النوع من الملابس بإرتفاع سعره بالنسبة للمنتوجات المستوردة خصوصا الأوروبية والتركية التي أصبحت تكتسح السوق الجزائري، والعكس بالنسبة للمنتوجات الصينية ولكن تتميز بالرداءة، ولهذا ننوي منافسة الإثنين من خلال أسعار في متناول جميع الطبقات والفئات العمرية.

4.1 القيمة بالخدمة الشاملة:

ويكون ذلك من خلال تمكين المرأة من الشراء بكل أريحية دون خجل خصوصا أننا مجتمع عربي مسلم، وهذا النوع من الملابس يمثل (**Tabou**) عند العديد من الأسر، فهناك من لا يسمح لزوجته بإقتناء هذه الأنواع من الملابس فقط لأن البائع رجل مما يسبب الإحراج للمرأة ويخالف العادات التي تربينا عليها وسيكون ذلك من خلال إنشاء موقع إلكتروني يحتوي على التفاصيل الخاصة بمنتجاتنا التي هي من تصميمنا الخاص و يحوي كل الأصناف والألوان والمقاسات والأسعار والقيام بالطلب من خلال الموقع والتواصل مع الزبونات لتأكيد الطلبية مع إمكانية التوصيل إلى العنوان المطلوب، مع خاصية (**VIP**) الخاصة بالتصميم المتفرد حسب رغبة الزبونة.

6.1. القيمة بسهولة الاستخدام:

يكون ذلك من خلال سهولة استخدام الموقع الإلكتروني الذي يمنح الفرصة لاختيار اللغة التي تناسب المستخدم (عربية، فرنسية، إنجليزية) وإيصاله بمواقع التواصل الاجتماعي أي أنه بمجرد نقرة واحدة على المنتج ينتقل إلى الموقع الإلكتروني الذي يوفر كامل المعلومات حول القطع وسهولة التصفح فيه.

2. الشرائح المستهدفة:

بعد ما تطرقنا إلى فكرة المشروع وقيمه الأساسية قد تكون استوضحت الفئة المستهدفة من الزبائن، فبطبيعة الحال الفئة النسوية هي الشريحة المستهدفة رقم واحد ذات الفئة العمرية من 16 سنة فما فوق من مختلف الطبقات، وأما الشريحة الثانية فهي التجار المختصين في هذا النوع من التجارة.

3. القنوات:

فيما يلي سنتعرف على مختلف الطرق التي ستوصلنا للعملاء، وكيف ستصل منتوجاتنا لهم، وكيفية التواصل معهم.

أولا وقبل كل شيء بما أننا سننشئ موقعا إلكترونيا فهذا يعني أننا سنتواصل مع الزبائن عبر الانترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي ننشر فيها موقعنا ونعرف فيها بمنتوجاتنا، مثلا من خلال (Market Place) عبر منصة (Facebook) وكذلك عن طريق (Instagram) وطبعا في (Google) من خلال الموقع الخاص بنا: www.roslinelingerie.com.

بالإضافة إلى خاصية التوصيل عبر مكاتب البريد إلى 58 ولاية طبعا، دون أن ننسى التواصل مع تجار البيع بالجملة وعرض منتوجاتنا التي ستكون بأسعار مغرية ومحاوله الوصول إلى اتفاقية ترضي الطرفين.

4. العلاقة مع العملاء:

نخطط لأن تكون علاقتنا مع عملائنا قوية جدا، ولهذا سنعد عدة إستراتيجيات نذكر منها:

- القيام بالتخفيضات للمشتريين الذين يشترون أكثر من قطعتين.

- التسليم عبر مكاتب البريد السريع ليصل المنتج إلى كافة الولايات وإلى العنوان المطلوب من طرف الزبون أو الزبونة، وتسليم ثمن المنتج بعد التحقق منه.
- التصميم الخاص الذي سنصنعه للزبونة حسب ذوقها من خلال الموقع والذي سيجعل منها أكثر تشعرا بالتميز عن الباقي وأنها ترتدي قطعة ثمينة مخصصة لها وحدها.
- وضع (Les packs) التي تحوي على قطع مختلفة بأسعار مغرية.
- إعطاء هدايا مجانية للزبونات الأكثر شراءا علينا عبر الموقع (الزبونات الوفيات).
- البيع بالجملة للتجار بأسعار تنافسية.
- منح الفرصة للزبائن بتقييم الخدمة والمنتج من خلال أيقونة على الموقع الإلكتروني.

5. الأنشطة الأساسية:

بما أن المشروع هو في مجال النسيج، سنقسم الأنشطة كما يلي:

1.5. التصميم:

يعتبر التصميم هو المرحلة الأولى والمهمة والخاصة المميزة لمشروعنا، ضمنه تنطلق الأشغال، وهو أول خطوة نقوم بها إذ يعتبر خلق تصاميم إبداعية ومتماشية مع عدة أذواق ومختلف الفئات العمرية والحالات الاجتماعية من أصعب المهام فتقريبا هي التي تحدد مبدئيا إن كانت منتوجاتنا ستلقى رواجاً أو لا، خصوصا أننا في عصر الموضة ومواقع التواصل الاجتماعي التي جعلت ذوق الزبونة يكون قريبا إلى أذواق الأجانب كالأوروبيين، خصوصا أن هذا النوع من الملابس كما هو معروف رائج في أسواقنا من المصادر الأوروبية، والتركية في الآونة الأخيرة، وتليها الصينية، مما يصعب علينا عملية التصميم التي سنعبر من خلالها إلى قلب الزبونات والذي سيعود علينا بعلاقة طردية مع التجار الرائجين في هذا المجال.

2.5. التموين:

بعد الانتهاء من مرحلة التصميم نقوم بشراء مختلف المواد الأولية التي نحتاجها لإنتاج القطع وكل مستلزمات التعبئة.

3.5. التفصيل:

إذاً بعد الانتهاء من المرحلتين الأوليتين ألا وهي إنشاء التصاميم سواء كانت التي سنطرحها إلى الأسواق أو التي تكون عبر طلب خاص من زبونة ما أو تاجر معين تأتي مرحلة التفصيل التي لا تخلو من الأهمية لأنها المرحلة التي ستجسد التصاميم على أرض الواقع، والتي تحتاج إلى مهارات خاصة ودقة في العمل حتى لا يحصل أي خطأ يسبب لنا الانتقادات التي تعتبر نقاط ضعف لنا في حضور المنافسة الأجنبية، لذا سنركز كثيرا على اليد العاملة ذات الكفاءة العليا حتى نحقق ثالث أصعب مرحلة.

4.5. الخياطة:

أي بعد ما سبق من مراحل تأتي مرحلة الخياطة أو بالأحرى التركيب وجمع النماذج المفصلة لإنتاج قطع موحدة تعكس التصاميم التي أردنا تحقيقها بكل التفاصيل من ألوان ومختلف المقاسات المعروفة، نذكر منها: **XXXL-XXL-XL-L-M-S**، ومن خلال هذه المرحلة يظهر لنا المنتج النهائي تقريبا قبل المرور إلى المرحلة الموالية.

5.5. اللمسات الأخيرة (La finition):

هذه المرحلة رغم أنها تبدو للبعض أنها ثانوية وغير مهمة إلا أنها من أخطر المراحل التي يمر عليها المنتج، فمن خلالها نلاحظ الأخطاء المرتكبة ونصححها، كما أنها تجعل المنتج مميز بسعره وجودته لأننا كما نعلم هناك الكثير من المنتجات رخيصة الثمن وذات العيوب الكثيرة في التفاصيل النهائية مما يسبب نفور عدة زبائن وحرصهم على شراء منتجات باهظة فقط لأنها تحتوي على لمسة نهائية جيدة وهذا ما يميز قطع الألبسة عامة فما أدراك هذا النوع من الملابس الذي نتجه والذي يتميز بحساسية قماشه وتفصيله والإكسسوارات المضافة إليه. ولهذا نحرص كثيرا على هذه المرحلة التي تعتبر خاتمة مرحلة الإنتاج، وبعدها ننتقل إلى مرحلة التغليف والتعليب لطرحه في الأسواق.

6.5. التغليف والتعليب:

كما هو معروف لا يمكن طرح أي منتج في السوق دون تغليفه وتعليبه، وذلك لحمايته من كل ضرر قد يتسبب في إفساده أثناء مرحلة البيع، وبما أن المنتجات هي أقمصنة نوم داخلية نسوية مختلفة

الأنواع والألوان، فسيكون تغليفها في أكياس بلاستيكية ذات جودة عالية حتى لا يتلف المنتج ومتبوعة بملصق يمثل صورة لكل منتج، ومن ثم يتم تغليفها حسب الصنف واللون والمقاس حتى تكون عملية الشحن أثناء البيع سهلة ومنظمة سواء للتجار بالتجزئة أو للزبونات عبر مكاتب التوصيل السريع.

7.5. التسويق في الموقع الإلكتروني:

بعد الإنتهاء من بعض المنتجات نقوم فوراً بتحميلها في موقعنا الإلكتروني ويكون ذلك من خلال طرح صور المنتج وكل المعلومات الخاصة به من ألوان ومقاسات ونوع القماش، والسعر بطبيعة الحال.

6. المصادر الأساسية:

هناك عدة أنواع من المصادر الأساسية التي سنعتمد عليها في مشروعنا لأنها عملية تكاملية بين كل الفروع ولهذا سنقسم هذه المصادر إلى الآتي:

1.6. الموارد المادية:

هم موردي المادة الأولية المتمثلة في أنواع الأقمشة والخيط اللذان يعتبران المادة الأولية الأساسية لبداية الإنتاج وموردي باقي المواد التي تكون ثانوية ونحتاجها حسب القطع المصممة. ولا ننسى موردي علب التغليف والتعليب التي يجب أن تكون متوفرة دائماً.

2.6. الموارد المالية:

طبعاً في بداية المشروع ستكون الموارد المالية هي البنوك الممولة أو (NASDA) أو بأموالنا الخاصة.

3.6. الموارد الفكرية:

بما أننا نعتمد على خياطة عادية فنحن نعتمد على تصاميم خاصة ومبتكرة من طرفنا، فنعتبر نحن أصحاب المورد الفكري لأنه من بين القيم الأساسية لمشروعنا "التميز" الذي سنحققه عبر هذه التصاميم.

4.6. الموارد البشرية:

كما نعلم أن أي مشروع لا يتحقق لوحده فاليد العاملة تعتبر من أساسيات نجاح المشاريع ولهذا نريد أن نعتمد على مورد بشري ذو كفاءة ودراية بهذا المجال دون أن ننسى الإبداع الذي يعتبر نقطة مهمة، إضافة إلى المهارة، فننوي أن نضع شروط خاصة عند الإعلان على المناصب التي نريدها لاستقطاب المهارات والخبرات والإبداع في نفس الوقت لأن التصميم التي ننوي طرحها منافسة للتصاميم الأجنبية ولكن السعر أقل كون كل الموارد الأولية محلية، ولهذا سنركز جيدا على المورد البشري الذي كما قلنا أنه الركيزة الأساسية لنجاح هذا المشروع.

7. الشركاء الرئيسيون:

بما أن نشاطنا يعتمد على التصميم وإنتاج القطع وبيعها فأول شريك لنا سيكون الموردون الذين يزودوننا بالمواد الأولية إذ يجب أن نبحت عن موردين يتصفون بجملة من المميزات، أهمها:

- السعر المناسب.
- السرعة في التلبية.
- الثقة المتبادلة.

ولا يجب علينا أن نتشارك مع مورد واحد فقط بل يفضل أن يكون لدينا علاقة مع أكثر من إثنين حتى إذا طرأ مشكل مع المورد الأول ننتقل مباشرة إلى الثاني أو الثالث.

وثاني شريك مهم لنا هم مكاتب التوصيل السريع لأننا نعتمد في سياستنا على خاصية توصيل المنتج حتى باب المنزل للزبونات الذين يقدمون الطلبات على الموقع الإلكتروني وهذا حتى نحافظ على صورتنا ومكانتنا في السوق، إذ من المهم جدا لنا التعاقد مع مكاتب توصيل ذات مصداقية ولا تقوم بالتأخير في التوصيل ولا تفسد عندها المنتجات أو تفقدها. وأخيرا نتطرق إلى أهم شريك ألا وهو الممول برأس المال أي البنوك، لأنها المانحة للقرض الذي هو المصدر الأساسي لتمويل المشروع ككل.

8. التكاليف:

وهي كل الأعباء المالية المطلوبة لتنفيذ المشروع من البداية إلى غاية الحصول على المنتج التام أو النهائي

1.8. التثبيتات المادية:

2.8. المعدات والأدوات:

3.8. المواد الأولية:

4.8. التغليف والطباعة:

5.8. اليد العاملة:

9. مصادر الإيرادات:

كأي مقال أو صاحب مشروع نتطلع إلى هذه المرحلة لأنها ناتج ما سبق من مراحل وثمره العمل بين كل الوحدات (عدد الوحدات المنتجة \times سعر بيع الوحدة)، ونحن كمؤسسة إنتاجية فالمصدر الأول للدخل هو من خلال بيع المنتج النهائي، فعند الإنتهاء من خياطة القطع كلها نقوم ببيعها للعملاء والممثلين في التجار عن طريق البيع بالتجزئة، وكذلك عند إستلام الطلبات من طرف الزبونات من خلال الموقع الإلكتروني، فنقوم بتوصيل القطع حسب الولاية والمنطقة وعند الإنتهاء نجمع المداخل كلها من الموقع الإلكتروني والبيع بالتجزئة.

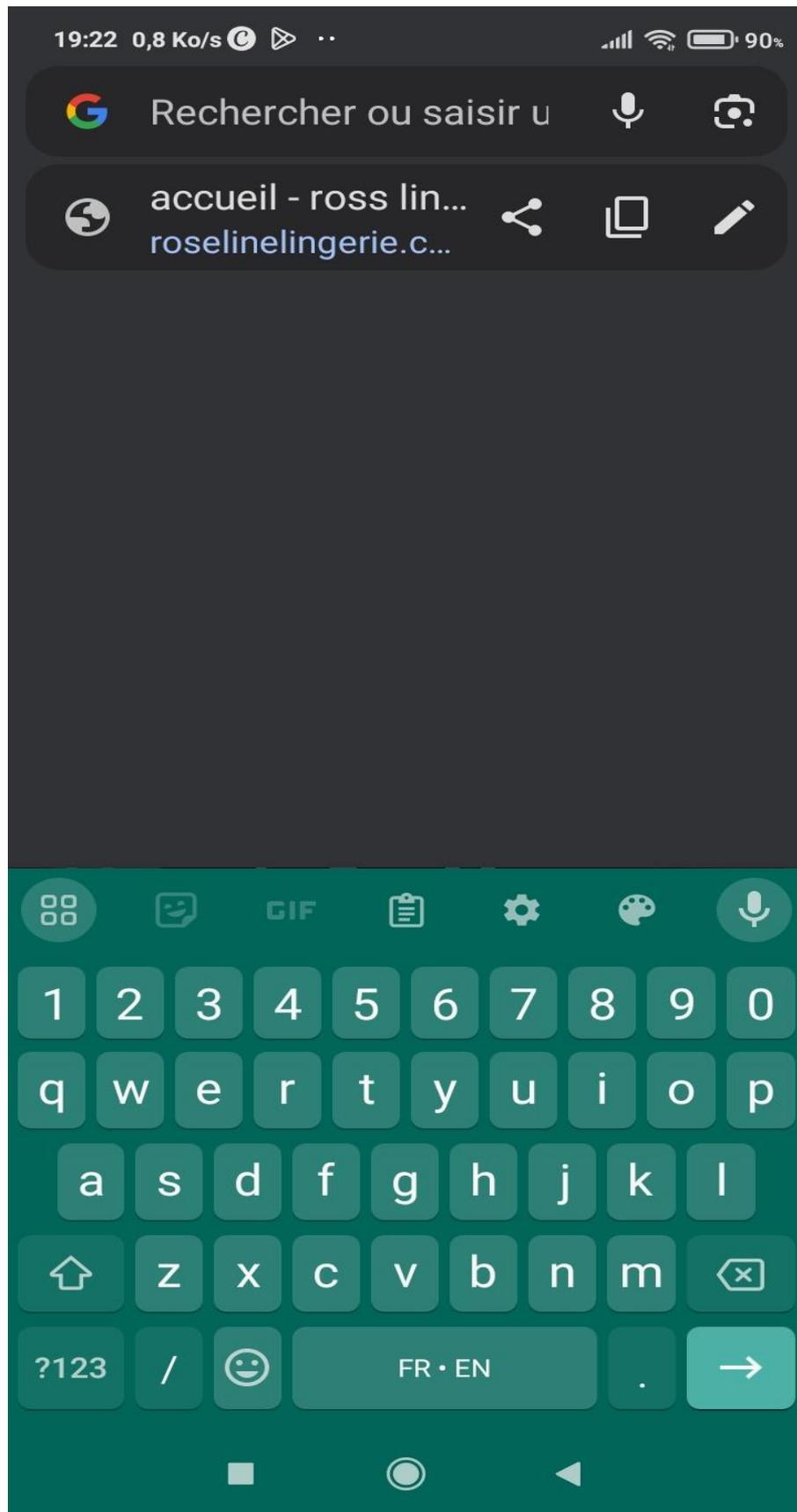
الخاتمة:

من خلال ما سبق نركز على احد اكثر الجوانب المجزية لمهنة الخياطة وهو القدرة على التعبير والإبداع سواء كان الامر يتعلق بتصميم منتج حسب الطلب وهو الميزة الاساسية او منتج معروض حيث ان الخياطة ليست مجرد مهنة فقط بل تستدعي الدقة و الاهتمام بالتفاصيل،
و هي عدة أقوال وعلى رأسها:

1/ الخياطة هي الخيط الذي يربط الإبداع والتطبيق العملي.

2/ بدون براعة يكون الالهام مجرد قصة تهمز في مهب الريح.

الملاحق: الموقع الالكتروني (prototype)





للطلب عبر واتساب اتصل 792967490



Bienvenue chez **Roseline** Votre Lingerie Sur Mesure en Algérie

Découvrez la première marque en Algérie à offrir des produits de lingerie sur mesure. Chez Roseline Lingerie, nous combinons élégance, confort et personnalisation pour créer des pièces uniques qui répondent parfaitement à vos besoins et à vos désirs.



Home



boutique



Cart



whatsapp



Découvrez la première marque en Algérie à offrir des produits de lingerie sur mesure. Chez Roseline Lingerie, nous combinons élégance, confort et personnalisation pour créer des pièces uniques qui répondent parfaitement à vos besoins et à vos désirs.

ACHETER MAINTENANT

CONSULTATION

 عاتنا الحصرية اليوم

المنتجات المميزة



Home



boutique



Cart



whatsapp



Promo!

Robe de Chambre en Velours Rouge

Uncategorized

~~3.800,00~~ 1.800,00

couleur

Taille

☆☆☆☆☆

ADD TO CART



Promo!

Ensemble de Lingerie en Dentelle Verte

Nuisettes

~~3.800,00~~ 1.800,00

couleur

Taille

☆☆☆☆☆

ADD TO CART



Promo!

Kimono Léopard en Dentelle

Nuisettes

~~3.800,00~~ 1.800,00

couleur

Taille

☆☆☆☆☆

ADD TO CART



Promo!

Nuisette en Dentelle Bleue

Nuisettes

~~3.800,00~~ 1.800,00

couleur

Taille

☆☆☆☆☆

ADD TO CART



Promo!

Robe de Maternité en Dentelle

Nuisettes

~~3.800,00~~ 1.800,00

couleur

Taille

☆☆☆☆☆

ADD TO CART

NOTRE HISTOIRE

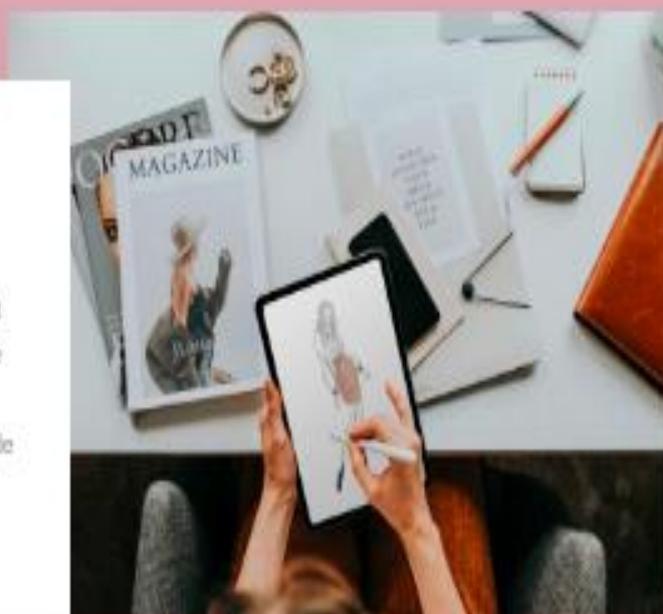


Notre Histoire

Fondée en 2024, Rossline Lingerie est née de la passion pour la mode et le confort. Depuis nos débuts, nous avons toujours cherché à révolutionner le monde de la lingerie en proposant des pièces qui allient esthétique et fonctionnalité.

Notre Engagement

Chez Rossline, nous nous distinguons par la qualité exceptionnelle de nos matériaux, la finesse de nos designs et notre souci du détail. Chaque pièce est conçue pour offrir une expérience unique de confort et de séduction. Nous nous engageons à utiliser des matériaux durables et respectueux de l'environnement dans toutes nos créations.



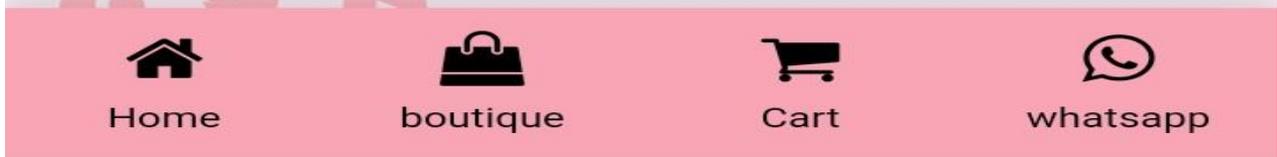
NOTRE ÉQUIPE

Notre équipe est composée de designers talentueux, d'artisans expérimentés et de conseillers dévoués qui travaillent ensemble pour créer des pièces uniques et répondre aux besoins de nos clientes. Nous croyons en l'importance d'une approche personnalisée pour garantir la satisfaction de chaque cliente.





vip lingerie brand



Découvrez l'Exclusivité Rossline

Produits vip Personnalisés

منتجات مخصصة - اكتشفوا :
حصريا

في نحن نفهم أن كل امرأة فريدة من نوعها"
لذلك نحن نقدم لكم الفرصة لتخصيص الملابس
الداخلية الخاصة بكم بشكل مثالي لتناسب
: أذواقكم واحتياجاتك

COMMENT ÇA MARCHE

Chez Roseline Lingerie, nous sommes déterminés à rendre le processus de création de lingerie sur mesure aussi simple et agréable que possible pour vous. Voici comment cela fonctionne :



Home



boutique



Cart



whatsapp

19:27 9,8 Ko/s

89%



inelingerie.com



سيل سريع لكل ولايات دفع عند الاستلام



Avis des Clients

ما يقوله عملاؤنا



Home



boutique



Cart



whatsapp

ما يقوله عملاؤنا

TÉMOIGNAGES ET AVIS DE NOS CLIENTES



التصاميم رائعة ومريحة. كيما نحبها،
أنيقة وناعمة

AMINA MK



Home



boutique



Cart



whatsapp

Rejoignez l'Expérience VIP

اتصلوا "Contactez-nous"

"بنا"

اتصلوا الآن

Pour plus d'informations ou pour commencer votre expérience de personnalisation, contactez nous ;

Pour plus d'informations ou pour commencer votre expérience de personnalisation, contactez nous ;

الاسم

رقم الهاتف

الموضوع

Enter Your Message..

ارسل



Home



boutique



Cart



whatsapp



vip lingerie brand



Menu

- accueil
- boutique
- À Propos de Nous
- Produits vip
- Avis des Clients
- Contact

Newslater

Your Email

Subscribe Now

©copyright roseline lingerie 2024


Home


boutique


Cart


whatsapp