

Tadefi

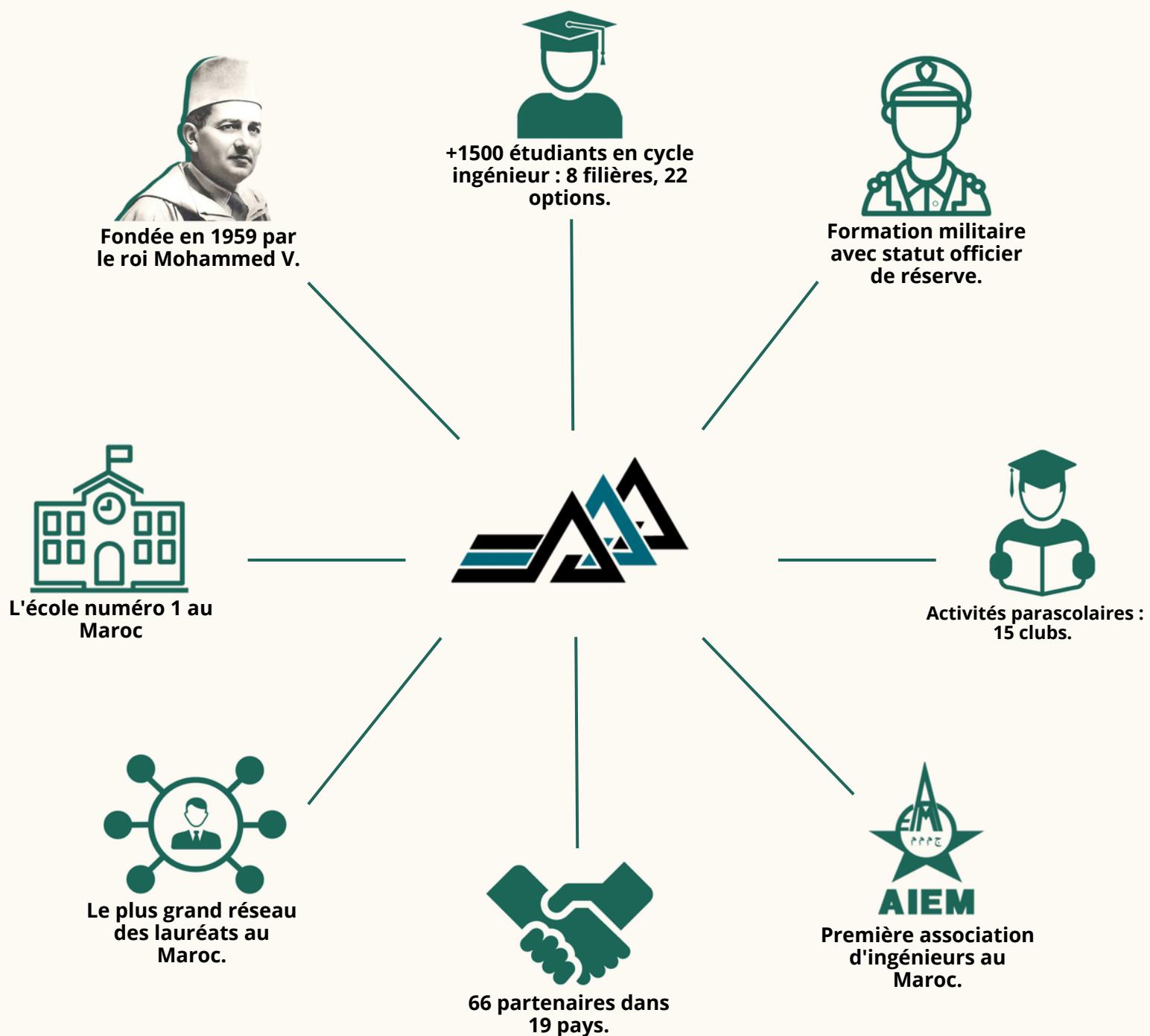
DOSIER
DE PROJET

ENACTUS EMI - TADEFI

SOMMAIRE

- 2 PRÉSENTATION DE L'ÉCOLE**
- 3 PRÉSENTATION ENACTUS EMI**
- 5 BESOINS**
- 6 OPPORTUNITÉS ET SOLUTIONS**
- 7 PRODUITS ET AVANTAGES CONCURRENTIELS**
- 8 MARCHÉ/MARKETING**
- 12 CALCUL BFR**

PRÉSENTATION DE L'ÉCOLE



PRESENTATION ENACTUS EMI

**WE BELIEVE INVESTING IN STUDENTS WHO TAKE
ENTREPRENEURIAL
ACTION FOR OTHERS
CREATES A BETTER WORLD FOR
US ALL.**

En 2003, Enactus a été lancée au Maroc et le club Enactus-EMI a été créé à l'École Mohammadia des Ingénieurs de Rabat en 2008. Ce premier club de l'école rassemble le savoir de l'enseignement supérieur, l'expertise du monde des affaires et l'énergie ainsi que l'enthousiasme des étudiants au service de la société.

Au cours de son parcours fructueux, Enactus-EMI a constamment démontré la persévérance, l'implication et la vive motivation de tous les membres de l'équipe à travers leurs réalisations. En effet, en plus de remporter de nombreux titres nationaux, Enactus-EMI est le club marocain qui a remporté le plus de trophées internationaux. Ses réalisations lui ont permis d'obtenir les résultats suivants lors des compétitions mondiales :

vice-champion en 2014, 3e et 4e place en 2015 et 2018 respectivement, et demi-finaliste en 2013, 2019 et 2020. Cette année, l'équipe a brillamment représenté le Maroc en se qualifiant pour les demi-finales de la compétition à San Juan, à Puerto Rico, en surpassant ses concurrents compétitifs. Enactus-EMI est une équipe d'ingénieurs de formation et d'entrepreneurs par passion ! Ils renforcent la résilience et visent de nouveaux triomphes.



PRESENTATION DE L'EQUIPE :



Nous nous présentons en tant qu'élèves ingénieurs de l'École Mohammadia d'Ingénieurs, membres du club Enactus EMI, et les porteurs du projet TADEFI. Nous constituons une équipe diversifiée, créative et passionnée qui s'investit pleinement pour apporter une différence positive dans notre communauté.

Notre objectif est de créer un impact positif en impliquant les femmes rurales de la région de l'arganier dans le processus de commercialisation, favorisant ainsi le développement humain, social et économique.

BESOINS



L'arganier, un arbre endémique du sud du Maroc, est aujourd'hui menacé et risque de se détériorer. Parallèlement, les femmes rurales du sud du Maroc font face à des conditions dévalorisantes, avec des salaires très bas et un manque de sécurité sociale et économique. Il est donc impératif de préserver ce patrimoine universel en utilisant de manière durable ses ressources, en impliquant la population.

OPPORTUNITES ET SOLUTIONS



Tadefi vise à valoriser le tourteau d'argan dans le domaine cosmétique tout en offrant des opportunités aux femmes ouvrières de l'industrie de l'argan. Ces femmes sont principalement responsables du concassage et du dépulpage de 82% des fruits collectés. L'objectif de Tadefi est d'être un levier de développement humain, social et économique en impliquant les femmes rurales de la région de l'arganier dans le processus de commercialisation. Cela pourrait accroître leur intérêt et leurs revenus, les motivant ainsi à protéger et régénérer l'arganier.

PRODUITS ET AVANTAGES CONCURRENTIELS

PRODUITS :

Elaboration probable de nouveaux produits :

- Coloration cheveux 100% BIO
- Serum pour cheveux / visage
- Crèmes hydratantes
- Masque pour cheveux
- Shampoing (liquide/sec)
- Scrubs (visage/corps/lèvres)
- Baume à lèvres
- Sheet masks visage
- Cuticle oil



AVANTAGES CONCURRENTIELS :

- Utilisation du tourteau d'argan pour sa nature et sa richesse.
- Utilisation d'une matière première à faible coût .
- Marque écologique et durable.
- Capacité à attirer une clientèle consciente de l'environnement et des produits naturels.
- Collaboration avec des organisations locales de l'arganier.
- Campagnes de marketing ciblées.



ETUDE DU MARCHE TADEFI

Le marché de la cosmétique au Maroc :

Marché Marocain (Cosmétique)

Ce marché, d'une valeur estimée à 8 milliards de dirhams, est caractérisé par une forte utilisation (90 %) de produits de maquillage, savon et de shampoings.

La demande, tant féminine que masculine, est en constante croissance grâce à l'amélioration du pouvoir d'achat

Distribution : les pharmacies, les parapharmacies, les grandes surfaces, les instituts de beauté, les spas, les parfumeries et les ventes en ligne

Acteurs internationaux: L'Oréal, Pierre Fabre, Avon, Procter & Gamble, Beiersdorf, Colgate Palmolive, Johnson & Johnson, Unilever, Yves Rocher, Oriflame

Evolution du Marché Marocain :

Selon une étude publiée par le cabinet irlandais Research & Markets en 2018, le marché de la cosmétique connaîtra une croissance soutenue dans les années à venir. Il devrait atteindre 1,93 milliard de dollars d'ici 2025, avec une croissance annuelle moyenne estimée à 7,5 %.

En 2017, l'Association Cosmétiques Maroc a été créée dans le but principal d'organiser le secteur qui compte actuellement une centaine d'opérateurs. Le développement de ce secteur est entravé par le secteur informel .

Le marché de la cosmétique Bio au Maroc :

Marché Marocain (les produit cosmétique Bio)

Le Maroc bénéficie d'un avantage concurrentiel significatif dans la production et l'exportation de certains ingrédients naturels tels que l'huile d'argan, l'huile de figue de barbarie, le ghassoul et le savon noir

Les consommateurs marocains accordent une grande importance aux ingrédients naturels dans les produits cosmétiques bio. Ils recherchent des formulations à base d'extraits de plantes, d'huiles essentielles, de beurres naturels

marques locales et internationales qui proposent des produits cosmétiques bio au Maroc :

marques locales:
Nectarome,
Argane Achifae,
Bionoor, et
Zineglob.

marques internationales:
L'Oréal, Avène,
Weleda, Dr.
Hauschka,
Melvita, Caudalie

Evolution du Marché Marocain :

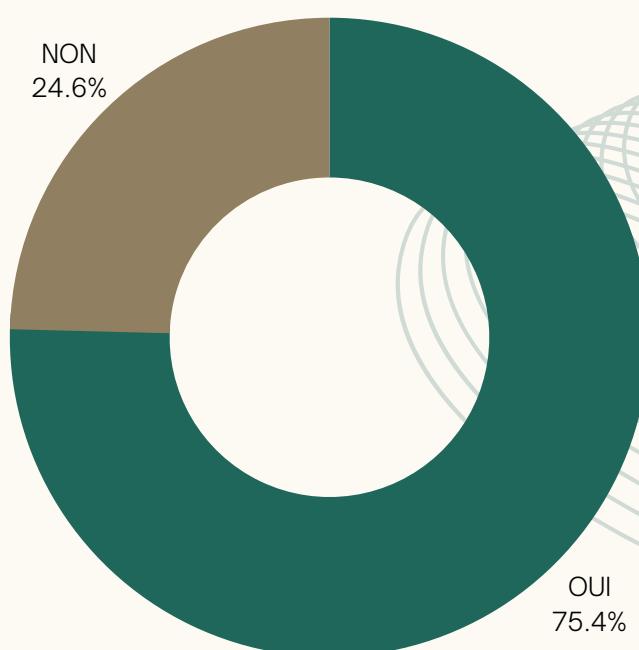
La croissance du marché atteignant environ 320-330 milliards d'euros d'ici 5 ans.

Les Ventes ont atteint 281 milliards d'euros en 2019 .

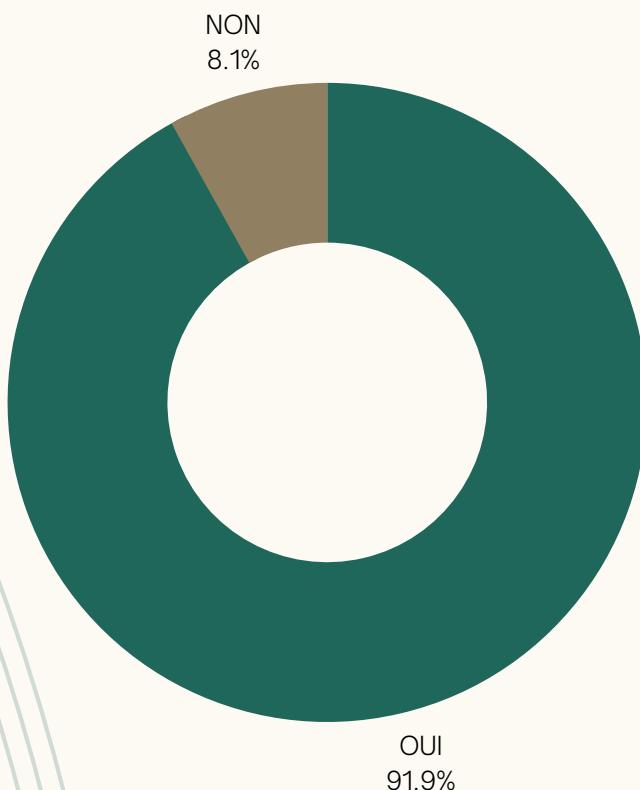
Etude qualitative et quantitative :

- Produit à valeur : culture marocaine et ressources naturelles locales .
- Produit à valeur social : Autonomisation des femmes, Promotion du développement local.
- Produit avec prix attractif : Un coût estimé à 35 DH ; regroupant la matière première à 3 à 4 dh/ kg , saponification au laboratoire (17dh), main d'œuvre et packaging (4dh).
- Une clientèle solide : 75,4 % des participants de notre échantillon, âgés entre 18 et 55 ans, se montrent intéressés par ce produit,

**Est ce que vous seriez intéressés par un produit à base de composants recyclés ?
(175 réponse)**



**Seriez vous encore plus motivés si ce produit est à base d'ARGAN ?
(174 réponses)**



Tadefi est un produit qui génère une valeur sociale en créant des opportunités économiques pour les femmes rurales, en améliorant les conditions de vie et en contribuant au développement local. Il s'inscrit dans une démarche d'entrepreneuriat social qui vise à résoudre des problèmes sociaux tout en proposant des produits respectueux de l'environnement.

CALCUL BFR

Les charges et les dépenses compte tenu d'une production de 100 unités :

Cout de production : 20dhs (déjà estimé) *100

Frais de marketing : - coûts liés à la promotion du produit et à la publicité : 0-300dhs

- les échantillons gratuits : 200dhs

Distribution : environ 1,5dh sur chaque unité = 150dhs

Gestion et stockage : 100dhs

Les certifications : 500dhs

En sommant tous les frais, on obtient le BPR pour une production de 100unités

BFR = 3250dhs

Contact Us

Imane LAMNOUAR

+212 6 60 01 65 97

Imaanelamnouar@gmail.com

Ilyas EL ALLALI

+212 689-919944

ilyaselallali3@gmail.com

Ilyas SEHAKI

+212 650-462883

ilyasehaki@outlook.fr

IG

