

# Business plan

---



# SOMMAIRE

---

- **I. A propos**
  - 1.1 Confidentialité
  - 1.2 Objectif
- **II. Présentation du projet**
  - 2.1 Statut juridique & investissement
  - 2.2 Localisation et production
  - 2.3 Responsabilité sociétale du projet
- **III. Description du produit**
  - 3.1 Produits
  - 3.2 Analyse concurrentielles
  - 3.3 Prévision de production
  - 3.4 Ressources
- **IV. Analyse du marché**
  - 4.1 Le secteur de l'apiculture au Maroc
  - 4.2 Méthode d'élevage
  - 4.3 Les races d'abeilles au Maroc
  - 4.4 Production, importations/Exportation
- **V. Plan stratégique marketing**
  - 5.1 Proposition de valeur
  - 5.2 Mix Marketing
  - 5.3 Forces de Porter
  - 5.4 Alliances stratégiques
- **VI. Ressources Humaines**
- **VII. Plan Financier**

# I. À propos

---

## 1.1 Confidentialité:

Ce document est une présentation confidentielle et ne doit être, en aucun cas, partagé, sans l'aval de ses propriétaires.

Cette dernière a pour but de vous présenter de manière claire et concise le business model de la société « Domaine d'Ouchen ».

Ce document vous aidera également dans votre prise de décision d'investissement, qui, nous l'espérons, sera un choix stratégique dans le cours de votre vie.

Bien évidemment, si des détails vous échappent ou que vous cherchez à avoir de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter directement.

# I. À propos

---

## 1.2 Objectifs:

Les objectifs des investissements sont propres à chacun. En ce qui nous concerne, nous souhaitons donner la possibilité à la communauté musulmane de s'émanciper aux travers d'actions collectives, qui permettront de valoriser les richesses et de s'entraider de manière licite.

Au travers de cela, il est important de donner vie :

- À des projets qui respectent la législation d'Allah
- Avoir de la rigueur dans notre travail
- Avoir un sens aigu du respect des dépôts que l'on nous confie

# II. Présentation du projet

---

## 2.1 Statut juridique & Investissement

La société est une société à responsabilité limitée (S.A.R.L), au capital de 100 000 dh, localisée au Maroc, à Rabat.

Vous retrouverez de plus amples informations à ce sujet, sur votre contrat.

# II. Présentation du projet

## 2.2 Localisation et production

La production du miel se fera principalement dans la région du Gharb (Sidi Yahya) à environ 30 km de Kénitra. Cette région, qui est la première région apicole du Maroc, a été choisie pour la qualité du climat qu'elle offre, ainsi que pour la diversité et l'abondance de sa flore mellifère.

L'on y retrouve des forêt d'Eucalyptus, de nombreux vergers à agrumes, des cultures fourragères (luzerne), ainsi que des plantes naturelles de montagne telles que le Thym, l'Euphorbe, le Romarin, la Lavande ou encore l'Armoise, qui participent toutes à la production de miel de qualités.

Mais la production de miel passera aussi par une transhumance dans différentes régions du Maroc, correspondant aux périodes de floraison d'autres plantes mellifères à travers le royaume, où seront transportées les ruches afin de varier et d'optimiser la production de ces dernières.

Périodes	Plantes	Région
MARS - AVRIL	ORANGER	LOUKKOUS / GHARB
MARS - JUIN	EUCALYPTUS	LOUKKOUS / GHARB
MAI - JUILLET	TOURNESOL ET AUTRES PLANTES	LOUKKOUS / GHARB
	THYM / EUPHORBE	SOUSS
OCTOBRE	EUPHORBE	BÉNI MELLAL
NOVEMBRE	EUPHORBE	SOUSS

# II. Présentation du projet

---

## 2.3 Responsabilité sociétale du projet

La production de miel joue un rôle socio-économique important pour lutter contre la pauvreté au Maroc, par le biais du circuit « informel ».

Il est important que l'impact sociétale de notre projet s'inscrive dans cette même ligne. C'est un des objectifs que notre société s'est fixé au travers de l'investissement mais également sa politique de RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise).

Lorsque la reine d'une ruche voit sa productivité baisser (environ -70%), les abeilles ouvrières désignent une nouvelle reine plus productive.

Ces reines mises à la retraite forcée, mais toujours en capacité de donner naissance à de nouvelles abeilles et de fonder de nouvelles ruches, seront récupérées afin d'être offertes à des personnes et familles nécessiteuses, ces reines formeront ainsi de nouvelles colonies et apporteront un complément de revenu à des personnes dans le besoin, qui pourront ainsi produire et revendre un miel maison et enrichir leur consommation personnelle.

***C'est dans ce sens que nous prévoyons d'offrir environ 500 reines par an !***

# III. Description du produit

---

## 3.1 Produits

Nous allons commercialiser deux types de produits, le miel et la cire d'abeille: en ce qui concerne les miels il y en a trois, qui seront les suivants:

- Miel d'Eucalyptus = 80 dh /kg
- Miel d'Oranger = 80 dh /kg
- Miel de Thym / Euphorbe = 150dh /kg

Le miel sera conditionné sous forme de pots de 50g, 500g et 1kg destinés à la vente au détail, ainsi que de seaux de 2, 3 et 5 kg pour le semi et gros.

La cire d'abeille sera vendue en l'état après satisfaction des besoins du rucher.

# III. Description du produit

---

## 3.2 Analyse concurrentielles

Il faut tout d'abord prendre en considération que s'il on compte au niveau national, il y a seulement deux acteurs principaux ayant une stratégie commerciale similaire à celle que nous souhaitons déployer ainsi que taille correspondant aux objectifs de ce projet:

- Miel Dar Es-Salam
- Miel Zemzami

En nous adressant à l'un d'entre eux, qui avant même le lancement du projet, nous à proposé de racheter directement notre future production de miel (que ce soit à destination du marché interne, comme à l'international), nous avons pu nous rendre compte de l'absence totale d'équilibre entre la demande et l'offre dans le marcher du miel au Maroc.

Le gouffre entre la demande en miel et la production est tel, qu'il laisse un espace plus que favorable au développement d'un projet comme celui-ci.

Pour rappel, c'est plus d'1/3 de la consommation de miel qui est importé depuis l'étranger, afin de pouvoir répondre à la demande marocaine.

Dans ces conditions de marché et de concurrence, et poussé par une année riche en pluies dans les régions où nous souhaitons transhumer nos abeilles (ce qui assure une flore mellifère diversifié et abondante), il nous paraît être le moment idéal pour le lancement d'un tel projet.

# III. Description du produit

## 3.3 Prévision de production

	Miels	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
	Nbr. de ruches	2 000	4 000	6 000	8 000	10 000
Production de Miel	Eucalyptus (80dh /kg)	4 000 kg	8 000 kg	12 000 kg	16 000 kg	20 000 kg
	Oranger (80dh /kg)	4 000 kg	8 000 kg	12 000 kg	16 000 kg	20 000 kg
	Thym / Euphorbe (150dh /kg)	6 000 kg	12 000 kg	18 000 kg	24 000 kg	30 000 kg

# III. Description du produit

## 3.4 Ressources

Libellés	Prix unitaire (dirham)	Nbr. d'unité(s)	Total	Amortissement annuel	Durée d'amortissement
Ruche	1 000 dh	2 000	2 000 000 dh	200 000 dh	10 ans
Enfumeur et tenues anti-piques	2 000 dh	5	10 000 dh	1 000 dh	10 ans
Extracteur de miel en inox (40 cadres)	20 000 dh	4	80 000 dh	8 000 dh	10 ans
Véhicule commercial	110 000 dh	1	110 000dh	22 000 dh	5 ans

Sur le plan technique, une exploitation apicole nécessite relativement peu de moyens, ce qui est un atout vis-à-vis de la logistique nécessaire à la transhumance. Une fois, le miel est extrait sur place après chaque miellée, il est envoyé dans une unité de traitement et de conditionnement du miel agréées par l'ONSSA sur Casablanca afin de répondre aux normes sanitaires qui assurerons sa qualité à la consommation.

# IV. Analyse du marché

---

## 4.1 Le secteur de l'apiculture au Maroc

Peu d'études de données et de statistiques sur l'apiculture marocaine sont disponibles, car il existe deux circuits de commercialisation différents: le circuit dit « organisé » et l' « informel ». Néanmoins une étude relativement complète et datant de 2017, nous donne une idée précise de l'apiculture au Maroc et que vous pourrez retrouver ici:

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01464924/document>.

Il ressort de toutes les informations trouvées que le secteur apicole marocain, est clairement un marché aux opportunités sans équivoque, mais qui fait encore face à certains défis, qui vont du manque de formation des producteurs, à un manque de sensibilisation et de valorisation de la consommation du miel, en passant par des circuits de distribution très informels qui même s'ils sont essentiels, nuisent à une consommation avisée du miel.

Un secteur très porteur mais très loin d'exprimer son plein potentiel et qui jouit de facteurs de développement très favorables.

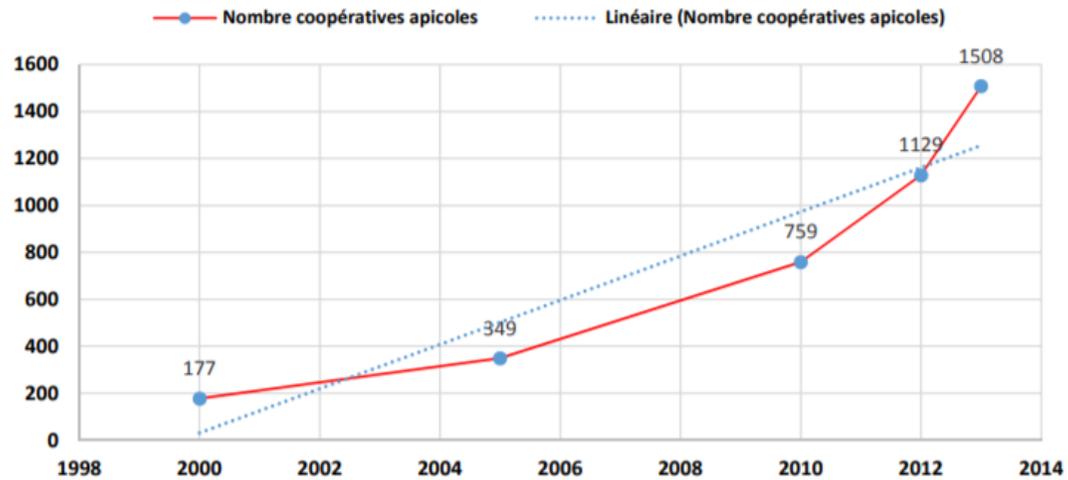
Le marché entre 1989 et 2015 a globalement doublé, et les coopératives depuis 2000 à 2013 ont été multipliés par 8.

Les importations sont très importantes ce qui démontre une demande de plus en plus croissante alors que l'offre, elle, reste insatisfaisante. Il y a clairement de la place pour celui qui veut s'y insérer.

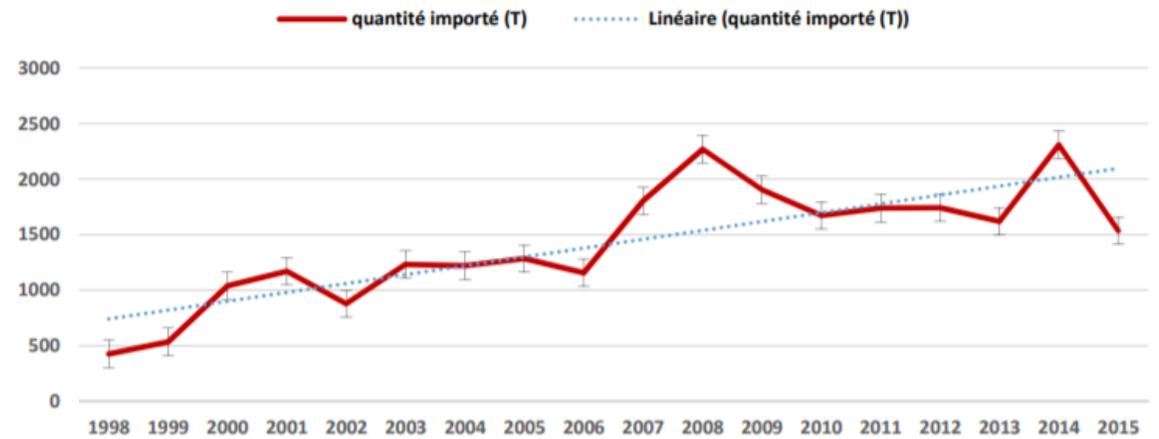
# IV. Analyse du marché

## 4.1 Le secteur de l'apiculture au Maroc

Evolution du nombre de coopératives apicoles au Maroc (2000-2013)



Quantité de miel importé au Maroc (Tonne) (1998-2015)



# IV. Analyse du marché

---

## 4.2 Méthode d'élevage

Deux méthodes, dites « artisanale/traditionnelle » et « moderne » sont pratiquées au Maroc :

- Le premier repose sur plusieurs techniques transmises d'une génération à l'autre et ne cible pas une technique régulière. Les ruches traditionnelles sont fabriquées à base de bois ou en poterie. Leur confection est manuelle.

- Le mode d'élevage moderne lui, répond à un protocole technique et un suivi régulier de la santé des ruches, afin de répondre aux normes de commercialisation et de qualité propre à la consommation. Avant 2010, le secteur « artisanal » représentait jusqu'à 70 % de la filière apicole marocaine.

Depuis 10 ans, le secteur apicole marocain se développe très favorablement, actuellement, le secteur « moderne » commence à peine à surpasser cette branche traditionnelle.

Ce revirement est le fruit du P.M.V ( Plan Maroc Vert ), un plan gouvernemental visant à booster et moderniser le secteur agricole du royaume.

# IV. Analyse du marché

---

## 4.3 Les races d'abeilles au Maroc

Au Maroc, on rencontre trois races d'abeilles prédominantes. Elles se différencient principalement par leur couleur.

Deux d'entre elles, l' « *Apis mellifica intermissa* » dite tellien, et l' « *Apis mellifica major* », sont noires. La dernière, l' « *Apis mellifica sahariensis* », est jaune d'or.

Les deux races d'abeilles noires représentent les 2/3 de la population apicole marocaine, elles se caractérisent par leur agressivité naturelle et leur tendance à l'essaimage.

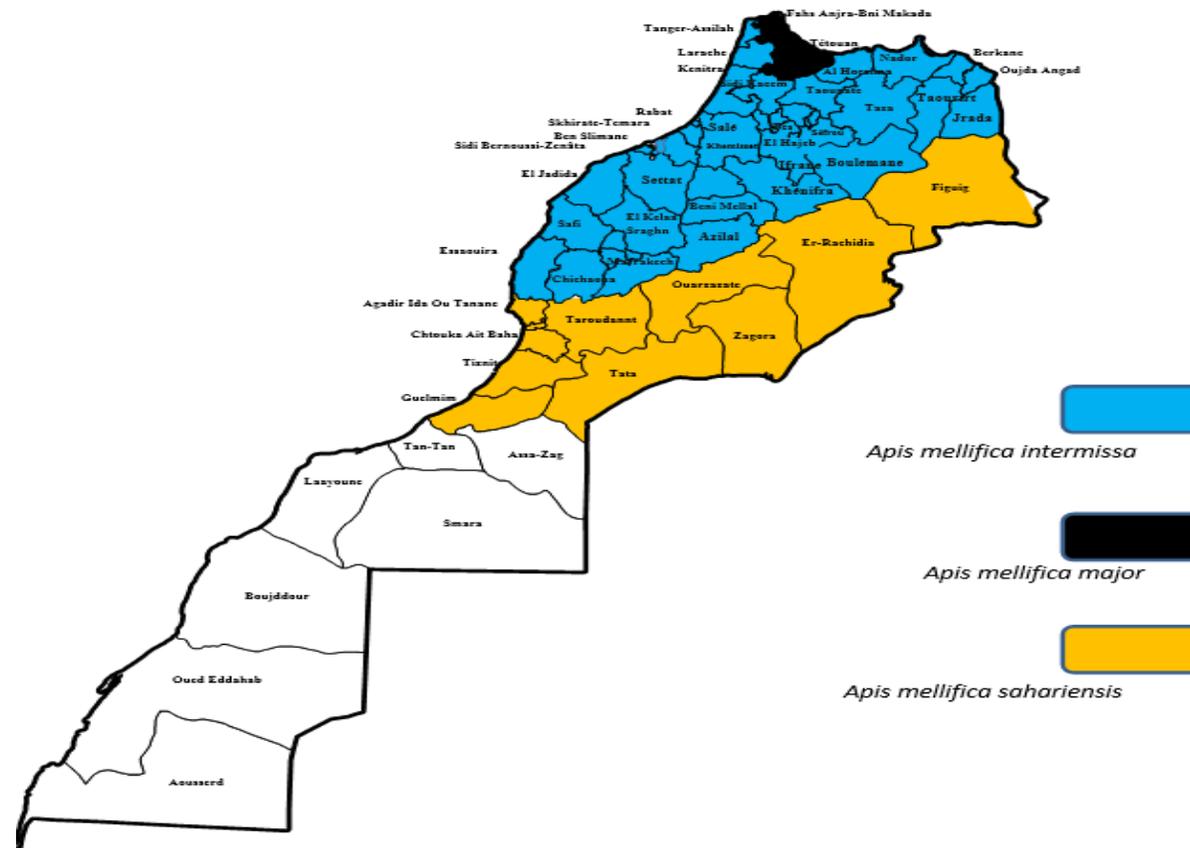
Quant à la « Jaune d'Or », cette dernière ne représente qu'un tiers des colonies marocaines et est réputée pour sa douceur, mais surtout pour sa parfaite adaptation aux conditions chaudes et dures des régions arides et une production de miel satisfaisante.



# IV. Analyse du marché

## 4.3 Les races d'abeilles au Maroc

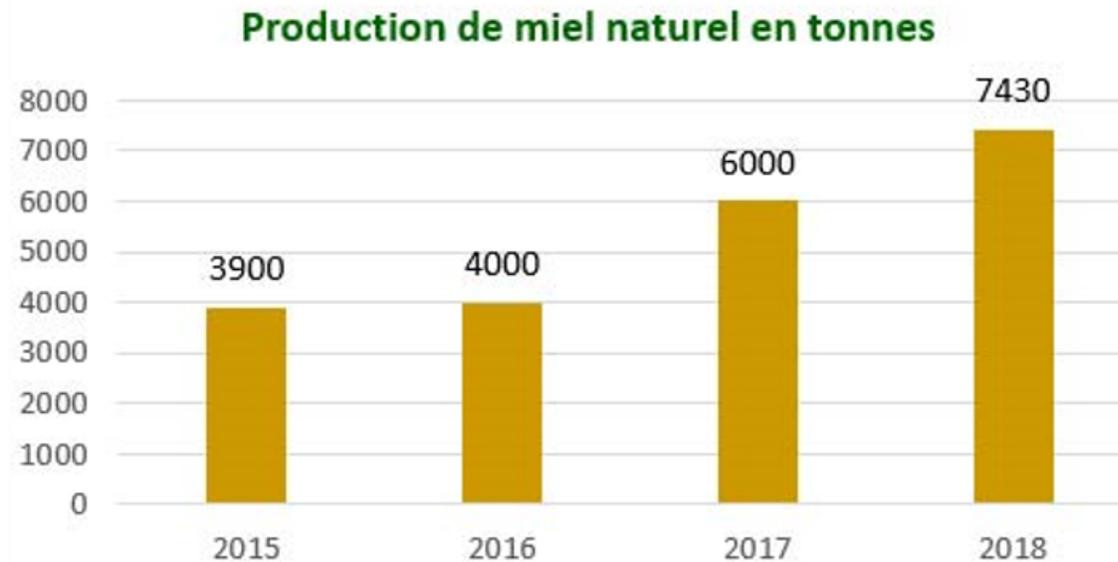
Les différentes races d'abeilles se répartissent de la façon suivante:



# IV. Analyse du marché

## 4.4 Production, importations/Exportation

Malgré des facteurs de développement favorables, le secteur apicole marocain est encore loin d'exprimer tout son potentiel, et même si depuis 10 ans la production comme la consommation de miel, qui elle est passée de 0,520 à 0,750 g/hab/an, ont augmenté, le taux de couverture des besoins en miel n'est actuellement couvert qu'à hauteur de 63%, loin des 16 000 tonnes de miel visé par le P.M.V pour 2020.



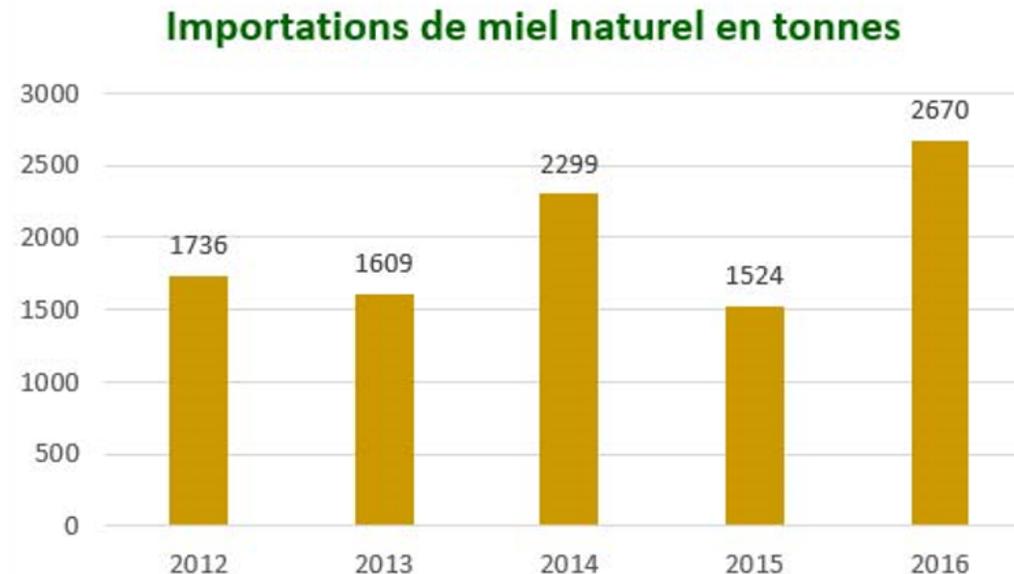
Source : Ministère de l'Agriculture

# IV. Analyse du marché

## 4.4 Production, importations/Exportation

Face à l'insuffisance de la production autochtone pour couvrir les besoins du marché interne, des quantités de miel sont importées depuis l'étranger, surtout pendant le mois du Ramadan pendant lequel la consommation de miel explose, dépassant 5 fois la consommation moyenne du reste de l'année !

Le Maroc importe plus d'un tiers de sa consommation en miel chaque année, principalement en provenance de Chine, d'Inde, d'Egypte, d'Espagne et d'Argentine.

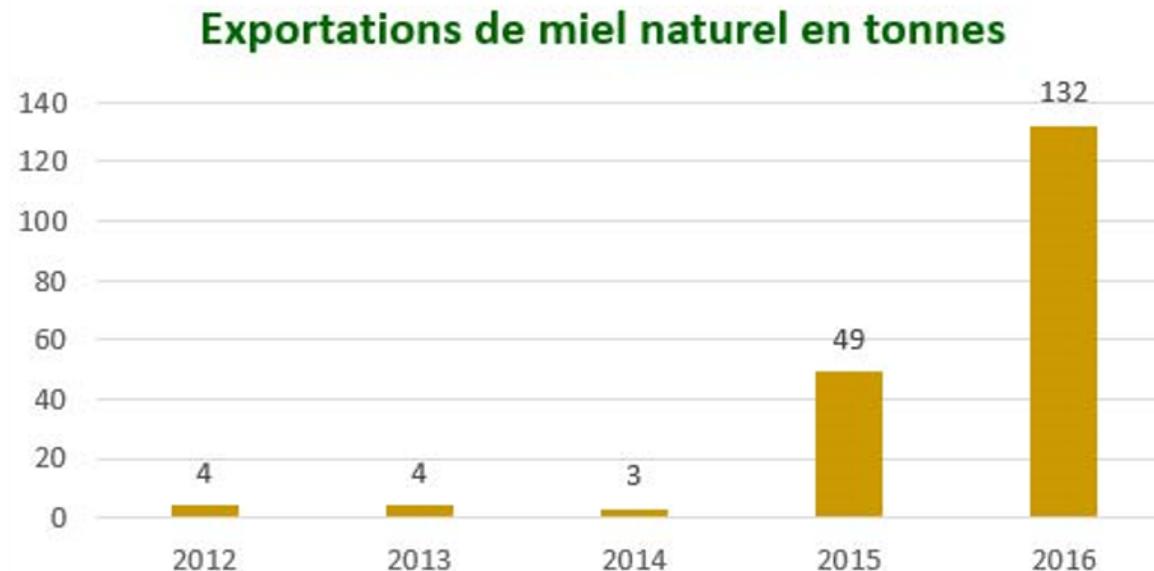


Source : FAOSTAT

# IV. Analyse du marché

## 4.4 Production, importations/Exportation

Les exportations quant à elles sont très faibles, ne dépassant pas quelques tonnes par an. Toutefois, ces exportations ont connu une forte hausse à partir de 2015 atteignant les 130 tonnes en 2016. En comparaison, la moyenne enregistrée pour les 15 années précédentes était de l'ordre de 6 tonnes/an. Cette performance est due probablement aux effets de levier, du maillon de commercialisation de la filière, généré par la stratégie nationale de développement des produits de terroirs.



Source : FAOSTAT

# V. Plan stratégique marketing

---

## 5.1 Proposition de valeur

### - La commercialisation du miel au Maroc:

Même s'il existe une réglementation limitant le nombre d'unités agréées par l'ONSSA à effectuer la transformation et le conditionnement du miel, ce qui implique une commercialisation par un circuit dit « moderne » ou « organisé », permettant un respect des normes sanitaires et une traçabilité du miel, plus de 50% de la commercialisation du miel au Maroc se fait encore par le biais de ce que l'on appelle le circuit « informel ».

### - La dimension « traditionnelle » du miel pour les Marocains:

Si le circuit « informel » reste si présent dans la commercialisation du miel au Maroc, malgré des prix en moyenne 10 à 15% plus élevés que dans le circuit « moderne », c'est parce que les consommateurs marocains eux-mêmes, jugent qu'il est préférable d'acheter du miel en pots et bouteilles plastiques, vendu par un "pseudo-apiculteur" (qui dans la réalité n'en est pas un, la plupart du temps), car selon sa perception, le miel vendu en pot en verre dans les magasins et l'ensemble du circuit organisé, n'est ni plus ni moins qu'un miel industriel ou d'importation.

La réalité est que le Maroc reste encore un grand importateur de miel et que malheureusement bien souvent ces miels vendus dans le circuit informel et qui inspirent la confiance aveugle du consommateur marocain, sont eux-mêmes issus de l'importation, recoupés et revendus comme des miels du Maroc et particulièrement comme des miels soit disant venus de L'Atlas.

Il ressort de ses constats, et malgré la hausse significative de la consommation de miel au niveau national, que la consommation de miel au Maroc reste encore largement sous-exploité et dispose d'un potentiel d'évolution important, auquel nous souhaitons prendre part.

# V. Plan stratégique marketing

---

## 5.1 Proposition de valeur

La stratégie commerciale du « Domaine d'Ouchen » se doit donc de tenir compte des deux points cités précédemment, afin d'atteindre un objectif optimal, par les étapes qui suivent :

- 1- Une sélection minutieuse des sites d'établissement des ruches dans les différentes régions de la transhumance, afin d'assurer que les abeilles ne soient pas exposées à des produits toxiques de type pollution atmosphérique, ou encore des produits phytosanitaires tels que des pesticides et autres nicotinoïdes.
- 2 - Un suivie hebdomadaire et minutieux de la santé des ruches et de leurs habitantes, par un personnel expérimenté et qualifié.
- 3 - Alors que beaucoup de producteurs, choisissent de nourrir leurs abeilles avec du sucre, au moment de l'hivernage et parce qu'ils se permettent de récolter les réserves constitué par les ruches pour leur propre besoin, nous faisons le choix prendre soin de nos abeilles et de les respecter en les laissant se nourrir de leur propre miel, comme cela se fait dans la nature.

# V. Plan stratégique marketing

---

## 5.1 Proposition de valeur

4 - Un conditionnement du miel soumis à toutes les exigences sanitaires, afin de garantir aux consommateurs des produits de qualité auxquels ils peuvent se fier.

5 - Un emballage véhiculant à la fois une image de qualité et de respect des traditions.

6 - Le développement d'antennes de sensibilisation, d'information et de vente tout d'abord dans les deux plus grandes villes consommatrices de miel du Maroc que sont Rabat et Casablanca et petit à petit sur l'ensemble du territoire.

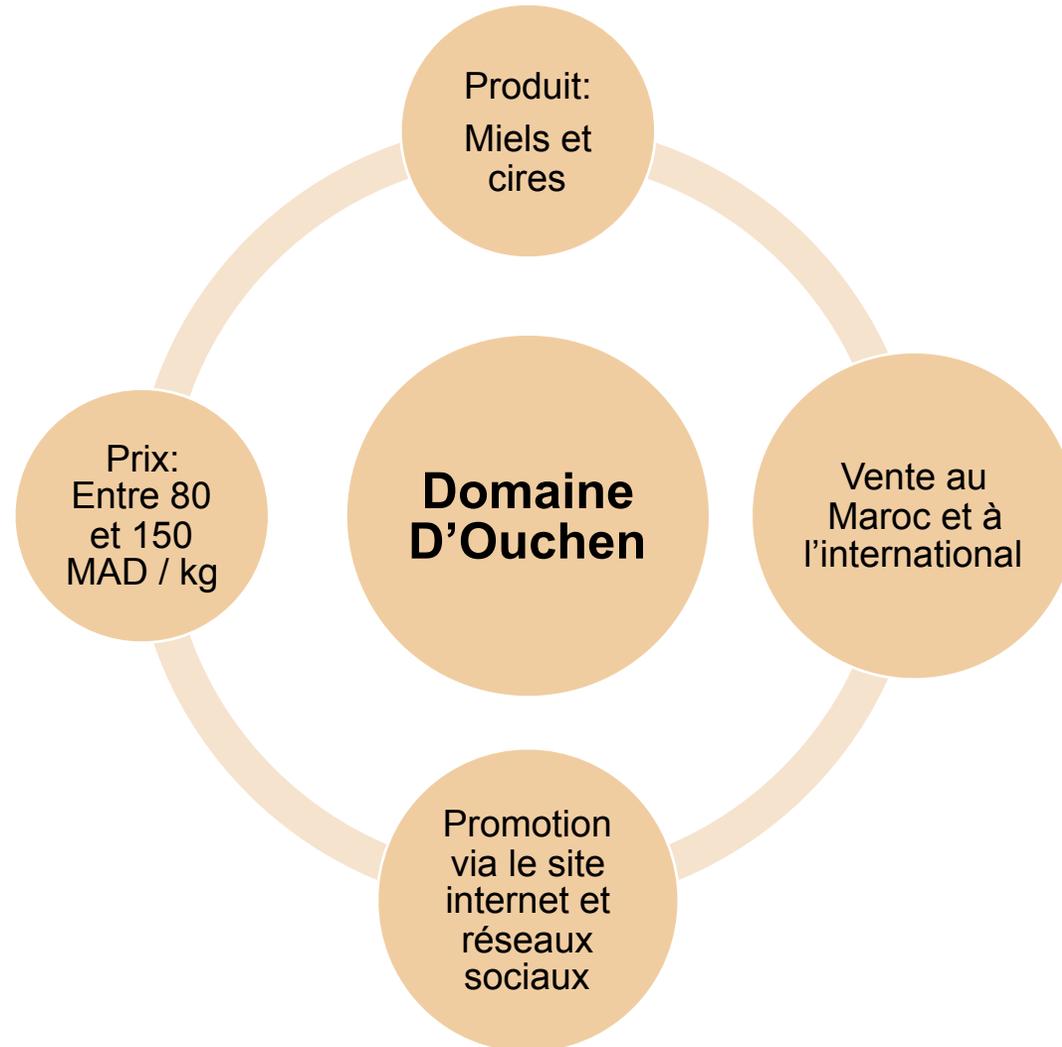
7 - La distribution de nos produits dans différents points de vente, tirants partie à la fois du circuit « informel » (détaillants et boutiques spécialisées, épiceries, restaurants, hôtels, ect...), que du circuit « moderne » (grossistes, grandes surfaces, hypermarchés).

8 - Enfin l'exportation de nos produits vers l'étranger et en particulier vers l'Europe, où le miel marocain jouit d'une image de qualité et d'une demande conséquente.



# V. Plan stratégique marketing

## 5.2 Mix Marketing



# V. Plan stratégique marketing

## 5.3 Les forces de Porter

### Pouvoir des clients:

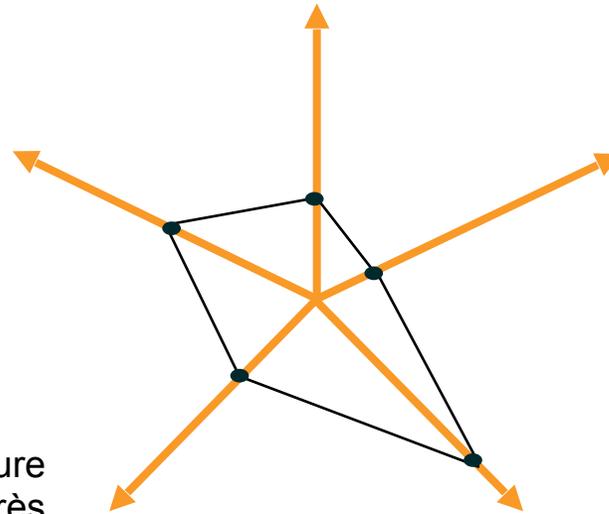
Le miel naturel est réputé et donc les clients recherchent un produit de qualité, au contraire ils sont prêts à payer plus cher les produits qui jouissent d'une image de qualité

### Intensité des rivaux:

La demande étant supérieure à l'offre, il y a de la place pour s'insérer dans ce marché.

### Nouveaux entrants:

Le manque de formation à l'apiculture qui reste donc encore un métier très basé sur des techniques traditionnelles, créer un marché relativement stable, mais qui croît moyennement. Et la demande reste toujours plus forte que l'offre.



### Pouvoir des fournisseurs

Nous avons très peu de fournisseurs.

### Produit de substitution:

Les miels industriels sont nombreux, mais nous avons un avantage concurrentiel: notre miel sera 100% naturel.

# V. Plan stratégique marketing

---

## 5.4 Alliances stratégiques

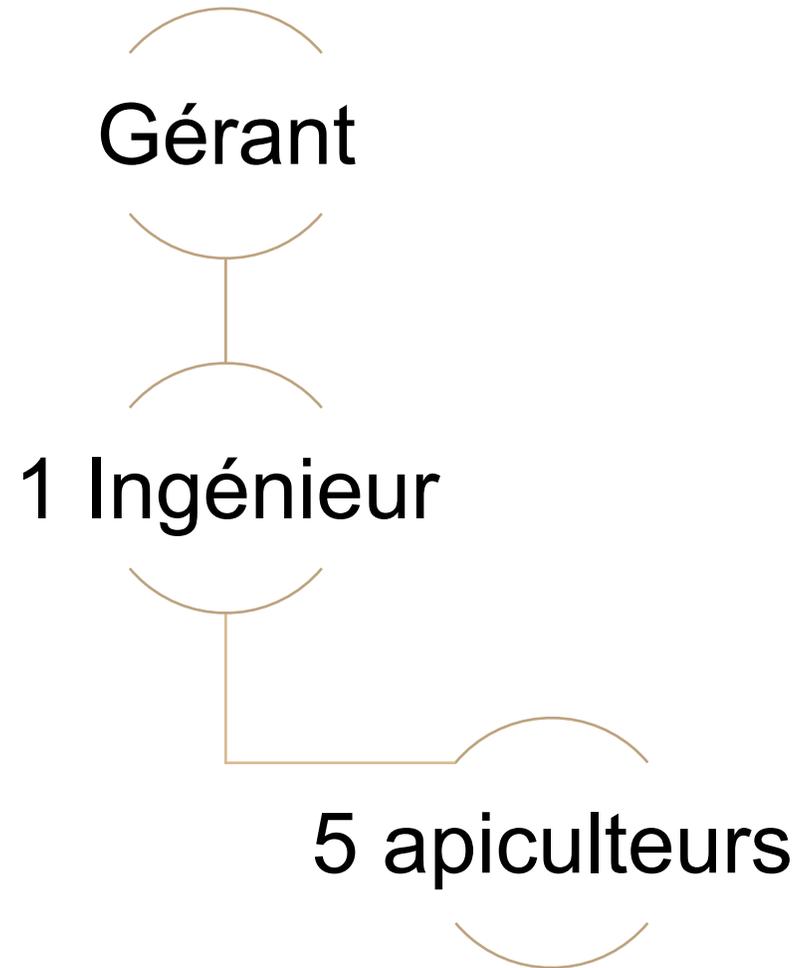
Nous avons déjà signé un contrat qui nous permet de vendre une partie de notre production, ce qui nous permet d'avoir une certaine aisance quant à notre insertion sur le marché marocain,

De plus, notre communauté regorge d'entrepreneurs et entrepreneuses qui commercialisent du miel sur le marché national, aussi bien qu'à l'étranger.

Des partenariats seront donc proposés afin d'avoir une multitude de revendeurs et que ce projet profite au plus grand nombre.

# VI. Ressources Humaines

---



# VII. Plan Financier

Prévisionnel							
	Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Total
<b>C.A.</b>	Miel d'Eucalyptus	320 000	640 000	960 000	1 280 000	1 600 000	4 800 000
	Miel d'Oranger	320 000	640 000	960 000	1 280 000	1 600 000	4 800 000
	Miel de Thym ou d'Euphorbe	900 000	1 800 000	2 700 000	3 600 000	4 500 000	13 500 000
	<b>Totaux</b>	<b>1 540 000</b>	<b>3 080 000</b>	<b>4 620 000</b>	<b>6 160 000</b>	<b>7 700 000</b>	<b>23 100 000</b>
<b>CHARGES</b>	Salaires	240 000	380 000	576 000	672 000	1 200 000	3 600 000
	Ingénieur	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
	Marketing	0	80 000	80 000	80 000	80 000	160 000
	Nourriture	110 000	0	0	0	0	0
	Cire gaufrée	60 000	120 000	180 000	240 000	300 000	900 000
	Traitement Ruche	240 000	480 000	720 000	960 000	1 200 000	3 600 000
	Transport transhumance	24 000	48 000	72 000	96 000	120 000	360 000
	<b>Totaux</b>	<b>794 000</b>	<b>1 228 000</b>	<b>1 628 000</b>	<b>1 828 000</b>	<b>2 236 000</b>	<b>7 574 0000</b>
			N.B: Prise en charge des charges de la première année dans l'investissement initiale	N.B.: Bénéfices année 2 = ( C.A. A2 - Charges A2 + Bénéfices A1 )			
<b>Bénéfice ( C.A. - Charges )</b>		<b>1 540 000</b>	<b>3 392 000</b>	<b>2 992 000</b>	<b>4 312 000</b>	<b>5 464 000</b>	<b>15 526 0000</b>
<b>Estimation bénéfice investisseur par tranche de 2 500€, soit 0.8%</b>			<b>27 354</b>	<b>24 129</b>	<b>34 774</b>	<b>44 064</b>	<b>130 322</b>

• Les valeurs exprimées ici sont en dirham marocain ( MAD )