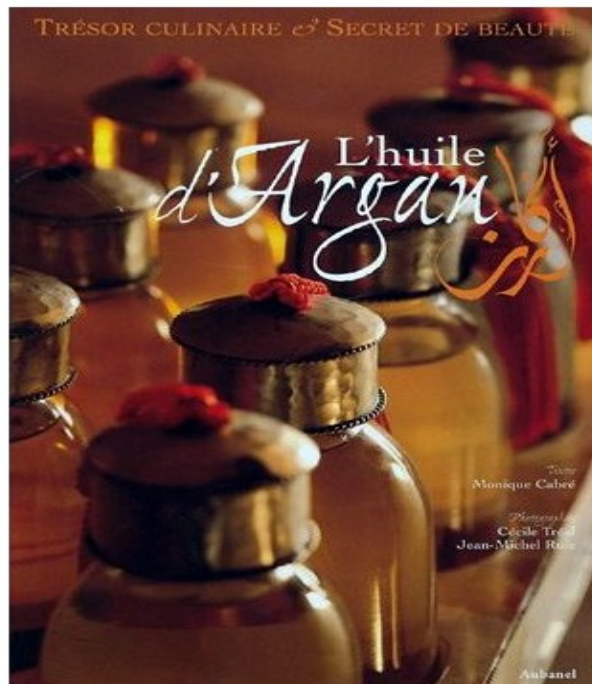


4GC2

Marketing international :

La commercialisation de produit à base
d'huile d'argan à l'étranger



Réalisé par :

-Yassine Saadi

-Oulad Chiba Ahmed

Sommaire

Introduction.....3

Présentation du projet.....5

Partie I :

- Présentation de l'huile d'argan.....7
- Le processus Présentation de l'huile d'argan7
- Où se passe la fabrication de l'huile d'argan?.....8
- L'utilisation en cosmétologie.....10

Partie II : les études de marché

- L'accessibilité du marché.....15
- La culture Française.....15
- Economique16
- Le pouvoir exécutif.....17
- Le pouvoir législatif.....17
- L'évolution du secteur.....18



Huile d'Argan

Introduction :

La cosmétique entre dans la grande famille des métiers liés à la beauté. Tout comme l'esthétique, ce secteur connaît une belle croissance. Nous sommes dans une époque où il devient naturel de prendre soin de son corps et de son image. Marché dynamique et secteur extrêmement varié, les professionnels de la beauté sont de plus en plus nombreux face à la demande.

Le marché des cosmétiques s'élève en 2007, à environ cent milliards d'euros, et progresse en moyenne à 4,5% par an depuis une vingtaine d'années. C'est un marché d'offre qui se construit par des nouveaux produits. De plus, la beauté est un besoin essentiel, éternel et universel. Donc, contrairement à ce que l'on pense, même dans les pays matures, le marché est loin d'être saturé, ne serait-ce que du fait du vieillissement de la population. La mondialisation du marché des produits de beauté ne fait que commencer. Actuellement les pays émergents consomment 13 fois moins de cosmétiques que l'Europe ou le Japon, mais le désir est en revanche bien présent. C'est ce qui va porter le secteur des cosmétiques au moins pour les trente ans à venir. Le secteur reste un secteur prometteur, tant économiquement parlant qu'en termes d'actualité.

L'évolution du secteur est telle que le marché de l'industrie cosmétique se tourne vers l'environnement. On parle désormais de Bio-Cosmétique.

Bien que les cosmétiques Bio ne représentent que 7,5% du secteur, le potentiel est suffisamment attractif pour attirer les géants de la beauté. Le marché enregistre une croissance de près de 40 % par an, portée par la crainte induite par certains ingrédients chimiques présents dans les cosmétiques classiques et l'engouement des consommateurs pour les produits naturels. Le marché de la cosmétique naturelle ne représente encore qu'une niche (entre 3 et 4 % des ventes totales de cosmétiques) mais dispose d'un potentiel de croissance très élevé grâce :

- à la multiplication de l'offre ;
- au recrutement de nouveaux consommateurs ;
- à la montée en puissance des GMS et des réseaux sélectifs dans la distribution ;
- à l'élargissement de la consommation à d'autres segments que les produits de soins qui représentent encore 70 % des ventes en valeur ;
- aux investissements marketing désormais consentis par les marques qui croient à ce marché

Présentation du projet :

Ce projet consiste à l'exportation de produit à base d'huile d'argan destiné à l'usage cosmétique et leur commercialisation à l'étranger.

Partie I:

Présentation de l'huile d'argan
et du processus d'extraction

Présentation de l'huile d'argan :

L'huile d'argan est un produit traditionnel et typique de terroir.

Il représente « l'or ocre » du Maroc.

En effet notre pays est le producteur de référence de ce produit.

L'huile d'argan provient de l'arganier un arbre qui pousse de plus de 80 millions d'années exclusivement dans le Sud Ouest Marocain, il couvre une superficie de plus de 832.000 HA

Le processus d'extraction de l'huile d'argan est le suivant :

-Dépulpage :

Le dépulpage se fait mécaniquement à l'aide d'un dé pulpeux conçu spécialement pour cette opération. Le dé pulpeux est généralement fabriqué par des artisans. Cette étape nécessite une seule personne pour le contrôle de la machine. Le travail de la machine consiste en une séparation de la pulpe de la noix. Cette séparation est suivie de triage qui consiste à son tour à trier la noix de la pulpe. Cette dernière est vendue aux agriculteurs.

-Concassage et nettoyage :

C'est l'étape qui reste encore très pénible et qui demande un talent particulier de la part des femmes. La tâche principale des femmes dans la coopérative consiste uniquement au concassage.

-Torréfaction :

Les amandes ainsi obtenus subissent une torréfaction à l'aide d'un torréfacteur mécanique pendant une durée de 10 min.

-Pressage :

Le pressage se fait par l'intermédiaire d'une presse à huile. Le travail est effectué par une technicienne qui contrôle les différents paramètres de la machine.

-Décantation :

L'huile obtenue après pressage des amandes, subira une décantation pendant 15 jours.

-Filtration et mise en bouteille :

La filtration se fait aussi mécaniquement par une machine conçue pour cette opération.

Où se passe la fabrication de l'huile d'argan?

Avant, c'est à dire il y a longtemps de cela, la fabrication de l'huile d'**argan** était faite à la maison par les femmes berbères pour un usage purement domestique. Puis le succès grandissant de l'huile d'argan a fait que de multiples coopératives se sont créées pour répondre à la demande.

L'huile d'argan est donc fabriquée exclusivement de nos jours par ces femmes dans ces coopératives.

La fabrication de l'huile d'argan

La fabrication de l'huile d'argan se décompose en plusieurs étapes :

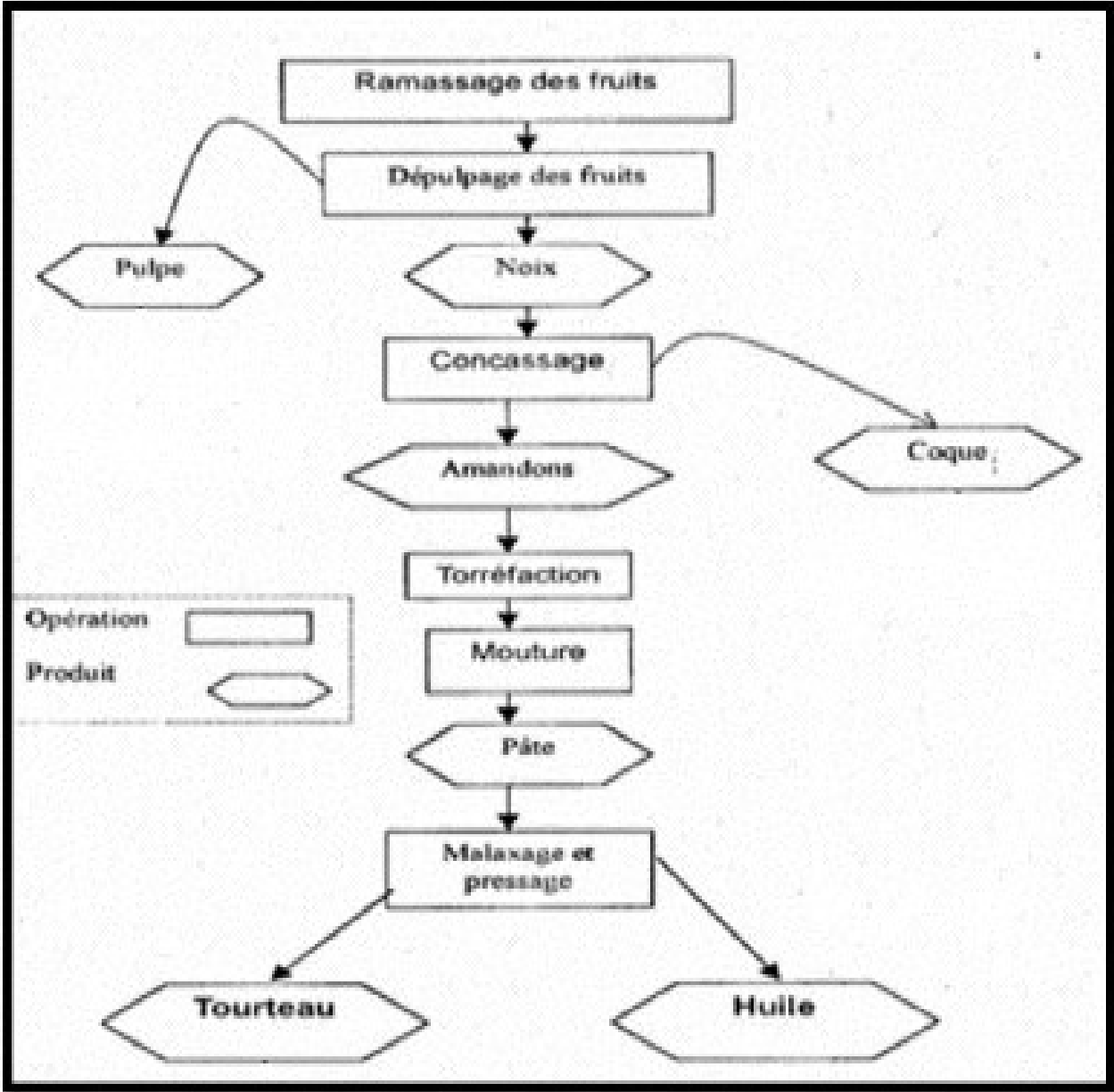
- Tout commence par la récolte des fruits, effectuée en juillet-août.
- Les fruits de l'arganier sont ensuite séchés afin d'aider à leur dépulpage (opération de séparation du noyau et de la pulpe).

Aujourd'hui cette opération est la plupart du temps effectuée mécaniquement.

- Le concassage. Les femmes, à l'aide de galets, enlèvent l'écorce du noyau qui enveloppe les amandons. Chaque noyau contient 2-3 amandons. Opération très longue et délicate car il ne faut pas abimer l'amandon.
- Ensuite, deux options :
 - On procède à la torréfaction des amandons afin de produire de l'huile argan alimentaire.
 - On ne torréfie pas les amandons et dans ce cas ils seront destinés à la fabrication de l'huile d'argan cosmétique.
- Selon l'option choisie, on passe ensuite au broyage des amandons avec un moulin traditionnel.
- Il en ressort une pâte crémeuse que les femmes vont ensuite malaxer, en la mélangeant avec de l'eau tiède.
- Elles feront de cette pâte des espèces de boules qu'elles vont presser manuellement pour en extraire l'**huile d'argan**.

Il faut environ une dizaine d'heures de travail pour produire un litre d'huile d'argan.

SCHEMA DU PROCESSUS DE FABRICATION :



L'utilisation en cosmétologie :

Depuis plusieurs siècles les femmes berbères marocaines connaissent les vertus de l'huile d'Argan qu'elles utilisent après leurs toilettes pour se masser le visage. Cette huile les aide en effet à avoir une peau satinée, douce et peu ridée.

Ces effets ont été prouvés plus tard par les études chimiques qui ont montré la richesse de l'huile d'Argan en acides gras essentiels ainsi qu'en anti-radicaux libres.

Détaille du produit

100 % naturelle, l'[huile d'argan](#) est extraite de l'amande oléagineuse de l'Arganier. Depuis des siècles, les femmes Berbères riveraines de l'Arganier produisent l'huile d'argan pour les besoins alimentaires des populations locales mais, elles l'utilisent aussi traditionnellement pour leurs soins de peau et de cheveux.

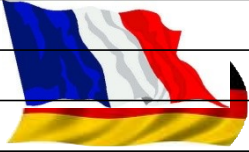





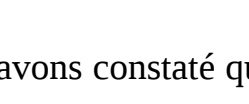


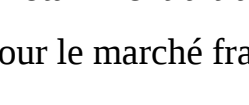
A l'évidence, l'**huile d'argan** possède des vertus naturelles confirmées d'ailleurs par plusieurs études scientifiques menées tant au Maroc qu'en Europe. Ses composants biochimiques majeurs sont tous unanimement reconnus pour leurs effets bénéfiques sur la santé.

- **Composition de l'huile d'argan :**

acide Linoléique (poly-insaturé)	35 %
acide Oléique (mono-insaturé)	45 %
Tocophérols	62 mg. / 100 g.
Polyphénols	5,6 mg. / 100 g.
Carotènes	300 mg. / 100 g.
Stérols	160 mg. / 100 g.
Alcools Terpéniques	150 mg. / 100 g.

En conclusion, l'huile d'argan est bien équilibrée en acide gras essentiels et elle possède des quantités très appréciables de composants doués d'une activité biologique reconnue : Tocophérol, Béta-carotène, Poly phénols, Stérols, Alcools Terpéniques... Sa richesse en acide Linoléique (35 %) ainsi que sa teneur en Tocophérols et en Poly phénols lui confèrent un profil diététique remarquable.

-Dix marchés potentiels :

1. La France	
2. L'Allemagne	
3. L'Italie	
4. L'Espagne	
5. Le Belgique	
6. L'Autriche	
7. Le Royaume Uni	
8. Canada	
9. La Türkiye	
10. La Grèce	

Après l'analyse de ces 10 marchés nous avons constaté que la France représente le marché le plus important pour le développement de notre produit. (voir annexe..)

Pour cela on va approfondir notre étude notamment à travers le développement d'une politique de mix à l'international pour le marché français.

Partie II:

l'étude de marché

L'accessibilité du marché :

Un marché potentiellement prometteur n'est à prendre en considération que dans la mesure où une entreprise étrangère peut y pénétrer sans coût ni délai excessifs.

Cette condition, d'apparence simpliste, doit néanmoins être respectée. Le marché français ne présente pas d'entrave pour l'huile d'argan.

Le seul obstacle est celui des barrières douanières.

La culture Française :

La **culture française** est l'expression héritée, partagée, créée et renouvelée du peuple français. L'ancienneté et la sédentarité prépondérante de ce peuple se découvre à travers l'histoire des populations et des événements qui l'ont construit dans un espace géographique à l'ouest de l'Europe, le long de l'atlantique, caractérisé au nord, à l'est et au sud par des frontières qui ont varié au cours des conflits de l'histoire.

La richesse de la culture française est marquée par sa diversité, reflet des cultures de ses régions, des nombreuses migrations qu'elle a assimilés à toutes les époques et des inventions et créations des hommes et des femmes qui l'ont construite. Paradoxalement, ses régimes politiques successifs ont promu de façon récurrente une volonté d'unicité de la nation française et souvent perçu cette diversité et inventivité culturelle comme un risque d'éclatement politique qu'ils se sont fait alors un devoir de combattre ou de séduire. Parallèlement cette culture fut aussi souvent modelée ou déchirée par le christianisme, puis aspirée par la découverte du monde qu'elle voulu soumettre à ce qu'elle pensait être sa supériorité.

La France est, depuis la fin du [XII^e](#) siècle, un des lieux où se sont développées de nombreuses universités, sous l'influence déterminante de l'Eglise catholique jusqu'à la révolution française. L'université de Paris est l'une des plus anciennes universités d'Occident. Ces universités devinrent ensuite des lieux où germèrent une recherche et une vie intellectuelle qui se voulurent résolument indépendantes de toute influence religieuse et inspirées par la seule raison ou au contraire par l'émotion poétique.

La culture française telle qu'elle existe aujourd'hui s'est pour une grande part constituée également par le rayonnement de la France en Europe au XVII^e et [XVIII^e](#) siècles, alors que la langue française établissait ses lettres de noblesse par rapport au latin et que les européens cultivés se flattaient de parler. Aujourd'hui ce rayonnement tend à laisser la place à une résistance culturelle face à l'emprise grandissante de la mondialisation, culture nouvelle souvent assimilée en France à l'influence américaine.

Des musées consacrés à une grande variété de thèmes, dont le musée du Louvre, de riches bibliothèques, comme la Bibliothèque nationale de France et tout un patrimoine immobilier, artisanal et industriel témoignent du développement de la culture française.

Economique :

-La reprise est engagée. Selon les prévisions, la croissance du PIB en volume devrait s'inscrire en légère hausse, pour atteindre en moyenne quelque 2 % en 2010 et 2011, grâce à l'investissement des entreprises, aux exportations et à la fin du déstockage. Le taux de chômage devrait culminer prochainement avant de refluer peu à peu en 2011, tandis que les tensions sur les prix resteront modérées, l'inflation sous jacente ressortant à environ 1 % par an.

Les impôts :

La France se situe parmi les pays de l'OCDE qui appliquent les prélèvements fiscaux et sociaux sur les revenus du travail les plus lourds. Un célibataire disposant d'un salaire moyen conserve à peine plus de la moitié de ce qu'il coûte à son employeur; un célibataire bénéficiant d'un salaire élevé en garde moins de 47%. Le coin fiscal (impôt sur le revenu et cotisations salariales et patronales de sécurité sociale moins les transferts sociaux) est, en France, supérieur de 12% à celui de la moyenne des pays de l'OCDE. En France, la famille monoparentale avec 2 enfants et gagnant 67% du salaire moyen supporte le coin fiscal le plus élevé de l'OCDE, en dépassant de 20% la moyenne de l'OCDE

En 2009, la charge fiscale totale est restée stable pour l'ensemble des catégories de ménages étudiées dans le rapport Les impôts sur les salaires. Une personne seule disposant du salaire moyen a vu son coin fiscal s'alléger de 0.1% pour se situer à 49.2% des coûts de main-d'œuvre. Les couples mariés ayant 2 enfants à charge et disposant d'un revenu unique égal au salaire moyen ont enregistré une

baisse de 0.3% de leur coin fiscal pour atteindre 41.7% des coûts de main-d'œuvre. Le foyer fiscal qui a bénéficié de la plus forte réduction est celui comptant 2 enfants à charge et disposant de deux salaires, l'un égal au salaire moyen et l'autre représentant le tiers du salaire moyen. Pour lui, le coin fiscal a reculé de 0.9% pour représenter dorénavant 38.6% des coûts de main-d'œuvre.

Dans le rapport Les impôts sur les salaires, le coin fiscal est calculé à partir de la moyenne arithmétique des salaires des personnes employées à plein temps dans le secteur privé (y compris les cadres dirigeants). Il en ressort pour 2009 que le salaire brut annuel moyen s'est élevé en France à 33 065 EUR.

Le pouvoir exécutif :

Le [Président de la République](#) est le chef de l'Etat. Il est élu au suffrage universel direct pour 5 ans. Il nomme le [Premier Ministre](#) et son gouvernement sur proposition du Premier Ministre. Le Premier Ministre fixe le montant des dépenses et recettes de l'Etat, et prépare une partie des projets de loi.

Le pouvoir législatif :

Le parlement est composé du [Sénat](#) et de l'[Assemblée Nationale](#). Les sénateurs sont élus au suffrage universel indirect pour 9 ans renouvelable tous les 3 ans par tiers au scrutin uninominal majoritaire. Les députés sont élus au suffrage universel direct. Ils examinent successivement les projets et propositions de loi, votent les lois et contrôlent le gouvernement.

Les principaux partis politiques :

La droite française se compose de l'Union pour un Mouvement Populaire (UMP), le parti majoritaire, de l'[Union pour la Démocratie française \(Nouvelle UDF\)](#) et du [Mouvement Démocrate \(MoDem\)](#) situé plus au centre et du [Front National \(FN\)](#) positionné à l'extrême droite. La gauche réunit le Parti socialiste (PS), [les Verts](#), le [Parti Communiste Français \(PCF\)](#) et divers partis d'extrême gauche.

Les leaders politiques au pouvoir :

Président : Nicolas Sarkozy (depuis mai 2007) - UMP
Premier Ministre : François Fillon (depuis mai 2007) - UM

L'évolution du secteur :

En 2004, le commerce de gros représentait 172 000 entreprises et 53,6 milliards d'euros de chiffres d'affaires. Le commerce de détail, lui, représentait 350 000 entreprises, 359,8 milliards d'euros de chiffres d'affaires. L'implantation des grandes surfaces est réglementée par la [loi Royer de 1973](#) et la [loi Raffarin de 1996](#) ; elles visent à protéger le commerce de proximité.

Part de marché :

La grande distribution domine le secteur de la vente au détail en France avec, en 2006, 5 525 supermarchés et 4 074 magasins hard discount. Le groupe [Carrefour](#) se positionne en leader avec un chiffre d'affaires de 77,9 milliards d'euros. Viennent ensuite Auchan avec 35,3 milliards, [Intermarché](#) avec 31, 5 milliards, Leclerc et [Casino](#) (classement 2006).

Les organismes de la vente au détail :

[La Fédération des entreprises du commerce et de la distribution \(FCD\)](#)

Les barrières non-tarifaires :

Au niveau européen, les produits agricoles font l'objet d'une protection dans le cadre de la Politique agricole commune et les produits textiles en provenance de Chine, Bélarus, Corée du Nord, Monténégro, Kosovo et Ouzbékistan sont soumis à des formalités particulières et à des licences d'importations ou à des procédures de contrôles (document d'exportation, document de surveillance). Au niveau national, les échanges de plants et de semences, les aéronefs, et autres sont soumis à déclarations ; elles sont à faire viser respectivement par le [GNIS](#), le [Ministère de la défense](#) et le [Ministère de l'agriculture](#).

Les droits de douane et les taxes à l'importation

Les opérations réalisées au sein de l'[EEE](#) sont libres de droits. Le Tarif Douanier Commun (TDC) de l'Union européenne s'applique aux

marchandises d'origine extra-européenne. D'une manière générale, les droits sont relativement peu élevés, notamment pour les produits industriels (4,2% en moyenne).

La classification douanière :

La Nomenclature combinée de la Communauté européenne (CE) intègre la nomenclature SH et comporte des subdivisions supplémentaires à huit chiffres et de notes légales propres créées à des fins communautaires.

Les procédures d'importation :

Pour des marchandises d'une valeur inférieure à 1000kg ou à 1000euros, une déclaration verbale à la douane, sur présentation de la facture, est suffisante.

Pour des valeurs supérieures, vous devez déposer au bureau de douane :

- 1) une déclaration sommaire (manifeste aérien ou maritime) pour réaliser la prise en charge de la marchandise
- 2) une déclaration de droit commun (DAU, document administratif unique), ainsi que les documents d'accompagnement pour permettre leur dédouanement.

Le formulaire DAU peut être récupéré auprès des chambres du commerce ou d'un imprimeur agréé. Une plateforme informatisée de dédouanement (SOFI) est accessible dans les bureaux des douanes ou dans certaines chambres de commerce.

Dans le cas des livraisons et acquisitions intracommunautaires la déclaration d'échanges de biens (DEB) ou déclaration Intra stat doit être transmise au service des douanes.

Importer des échantillons :

Pour l'importation, l'exportation et la réexportation d'échantillons commerciaux le carnet ATA peut être utilisé. Une inscription sur le produit doit préciser qu'il s'agit d'un échantillon gratuit et qu'il ne peut être vendu.

Les principaux moyens de transport :

Le transport de marchandises (nationale et international) en France est dominé par la route, avec plus de 2 milliards de marchandises transportées chaque année. Le transport routier des marchandises est surtout pratique. Des projets de ferroutage et de renouveau des voies d'eau pourraient faire progresser le développement des modes de transports alternatifs à la route, mais leur potentiel de progression reste restreint.

Le transport international de marchandise est quant à lui dominé par le transport maritime. Ce mode de transport est économique et la France est facile d'accès en raison de son importante façade maritime. Cinq des quinze plus grands ports européens sont situés en France ; ils sont reliés entre eux et desservent les autres grands centres de consommation européens au Nord et au sud grâce à un important maillage de lignes maritimes. Les ports représentent 85% en volume et 66% en valeur des échanges extérieurs de la France.

La législation nationale et les accords internationaux

Type de droits	Texte de loi	Période de validité de la protection	Les accords signés
Brevets	Code de la propriété intellectuelle	20 ans	Le Traité de coopération en matière de brevets (PCT) Strasbourg concernant la classification internationale des brevets.
Marques	Code de la propriété intellectuelle	10 ans renouvelables indéfiniment	Traité sur le droit des marques Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques Protocole relatif à l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques
Design	Code de la propriété intellectuelle	25 ans renouvelables une fois	
Droits de reproduction	Code de la propriété intellectuelle	70 ans après la mort de son auteur pour les droits patrimoniaux 50 ans après la première publication pour	Berne convention phonogrammes contre la reproduction non autorisée de leurs phonogrammes Rome pour la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des

Type de droits	Texte de loi	Période de la validité de la protection	Les accords signés
		les droits d'enregistrement	organismes de radiodiffusion Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT)
Modèles industriels	Ordonnance n°2001-670 du 25 juillet 2001 portant adaptation au droit communautaire du code de la propriété intellectuelle et du code des postes et télécommunications	25 ans renouvelables une fois	

La langue officielle :

Le Français

Les autres langues parlées :

Les langues régionales (breton, corse, catalan, etc.) ne sont parlées que localement et par une minorité de français.

La langue des affaires :

Selon le type d'entreprise contacté, la localisation géographique et le secteur d'activité, il peut être difficile de trouver un interlocuteur parlant anglais.

Les entités légales :

Types de société et capital (max/min)	Nombre de partenaires et d'associés et responsabilité	Capital minimum et/ou maximum	Responsabilité des associés	Droits d'enregistrement
Entrepreneur individuel seul	1 personne	Pas de notion de capital	Responsabilité des dettes sur ses biens personnels.	Aucun
La société à responsabilité limitée (SARL)	2 à 100 associés.	Librement fixé par les associés.	Limitée au montant des apports.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.
L'Entreprise Unique Responsabilité Limitée (EURL)	à 1 personne	7 500 € minimum	Limitée au montant des apports.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.
La société anonyme (SA)	minimum 7 actionnaires	2 250 00€ minimum si la société fait appel publiquement à l'épargne, 37 000 € sinon	Limitée au montant des apports.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.
La société par actions simplifiées (SAS).	minimum : 1 personne physique ou morale	37 000 € minimum	Limitée au montant des apports.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.
La société en nom collectif (SNC).	minimum 2 associés	pas de minimum	Responsabilité est solidaire et indéfinie.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.

Types de société et capital (max/min)	Nombre de partenaires et d'associés et responsabilité	Capital minimum et/ou maximum	Responsabilité des associés	Droits d'enregistrement
La société en commandite par actions	- les commandités - les commanditaires	pas de minimum	- commandité : indéfinie et solidaire. - commanditaire : limitée au montant des apports.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.
La société civile.	minimum associés 2	pas de minimum	Responsabilité des dettes sociales.	Coût des formalités administratives : environ 76,19 EUR ; Coût de la publicité dans les journaux d'annonces légales : environ 230 EUR.

Les procédures de création d'entreprise :

Les formalités administratives nécessaires à la création d'entreprise ont été simplifiées. Des [Centres de formalités des entreprises \(CFE\)](#) ont été mis en place ; ils constituent un guichet unique qui transmet toutes les pièces du dossier de création aux administrations concernées :

- le [Greffé du tribunal de Commerce](#) pour l'immatriculation au Registre
- l'[Institut National de la Statistique \(INSEE\)](#) pour l'obtention des numéros (code APE, SIREN, SIRET) nécessaires au recrutement des salariés et autres procédures telles que la facturation.
- les [administrations fiscales \(Centre des Impôts\)](#) et [sociales \(URSSAF\)](#).

Certaines formalités ne sont pas prises en charge par le CFE telles les demandes d'autorisation pour les professions réglementées ou encore les justificatifs de domiciliation de l'entreprise. Pensez aussi à vérifier que le nom commercial ne soit pas déjà utilisé ou déposé en tant que marque auprès de l'[INPI](#). De plus, pensez à réserver le nom du domaine auprès de l'[AFNIC](#) dans l'éventualité de la création à plus ou moins long terme d'un site internet.

Les organismes compétents :

[Le Portail des Centres de Formalités des entreprises](#)
[Le registre du commerce](#)

Les points forts :

La France est l'une des dix premières puissances économiques mondiales. Elle bénéficie d'infrastructures de qualité. La main d'œuvre y est qualifiée et productive (2ème pays européen en terme de productivité horaire). La France est un pays innovant qui dispose d'un tissu tertiaire extrêmement développé.

Les points faibles :

Les inconvénients du marché français sont un taux d'imposition parmi les plus élevés du monde, un coût de la main d'œuvre important, une concurrence réduite dans certains secteurs qui peut limiter les économies d'échelle. La recherche pâtit d'une collaboration insuffisante entre secteur public et privée.

Les mesures mises en place par le gouvernement :

Les entreprises étrangères bénéficient des mêmes aides que les entreprises françaises (aides pour l'investissement productif, la R&D à la formation professionnelle, à la création d'emploi, etc.). Le nombre de formalités administratives pour l'implantation des entreprises étrangères a été réduit. Pour lutter face à la crise financière, le gouvernement français a mis en place différentes mesures : le financement de 1.000 projets qui seront financés par le plan de relance de l'économie. Ces investissements concernent les infrastructures de transport, l'enseignement supérieur et la recherche, le patrimoine immobilier de l'Etat, le logement et la rénovation urbaine ou encore la santé. De plus, le gouvernement du Président Sarkozy a supprimé la taxe professionnelle pour stimuler durablement l'investissement. En outre, le gouvernement a créé à l'automne 2008 un fonds stratégique d'investissement doté de 20 milliards d'euros. Son objectif : prendre des participations dans des entreprises industrielles dont le développement est indispensable à l'économie française.

La liberté d'établissement :

Oui

La réglementation concernant les prises de participation :

Possible lorsque plus de 5% du capital ou des droits de vote d'une société cotée en bourse sont susceptibles de faire changer de détenteur, il est obligatoire d'informer l'Autorité des Marchés Financiers (dans les 5 jours) et la société émettrice (dans les 15 jours).

Les obligations de déclaration :

Pour toute participation supérieure à 10 % du capital ou des droits de vote d'une entreprise française : déclaration à des fins statistiques auprès des établissements de crédits.
Pour toute création ou prise de participation de plus d'un tiers du capital ou des droits de vote, lorsque l'investissement dépasse 1,5 Million d'Euros : déclaration administrative au [Ministère des finances \(Direction Générale du Trésor et de la Politique Economique\)](#)

L'organisme auprès duquel déclarer l'investissement :

[Direction du Trésor et de la politique économique du ministère de l'économie](#)

Demande d'autorisation spécifique :

Certains secteurs sont soumis à des procédures d'autorisation préalable : jeux d'argent ; la sécurité privée ; activités de recherche-développement d'agents pathogènes ou toxiques ; système d'écoute ; les technologies de l'information ; la sécurité des systèmes d'information ; les biens et technologies à double usage ; les moyens de cryptologie dans l'économie numérique ; les entreprises dépositaires de secrets de la défense nationale ; le commerce d'armes ; les entreprises ayant conclu un contrat avec le ministère de la défense.

La nature de la taxe :

Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

Le taux standard :

19,6%

Le taux réduit :

Taux réduit de 5,5% pour la nourriture, les produits agricoles, l'eau, les livres et magazines, les chambres d'hôtel, les médicaments.
Taux réduit de 2,1% pour certains produits remboursés par la sécurité sociale.

Les conditions de travail :

La durée légale du temps de travail

35 heures

L'âge de la retraite

65 ans mais dès lors que le salarié a suffisamment cotisé au régime obligatoire de retraite, il peut quitter son emploi à partir de 60 ans.

Les contrats de travail

Le Contrat à Durée Indéterminée (CDI) est le type de contrat le plus utilisé.

Le Contrat à Durée Déterminée (CDD) permet d'avoir recours à une main-d'œuvre temporaire.

Le Contrat Nouvelle Embauche est une nouvelle forme de CDI consistant en des règles de rupture du contrat plus souples pendant les deux premières années en échange du versement d'une indemnité de 10%.

Le salaire minimum

Le salaire minimum est de 8,44 EUR par heure.

Le salaire moyen

En 2005, le salaire annuel moyen des hommes était de 24.446 EUR et celui des femmes de 19.818 EUR.

Contributions social

Les contributions sociales payées par l'employeur: 42% à 45% (l'employeur paye les cotisations pour se libérer de ses engagements en matière de maladie, de retraite et de chômage).
Les contributions sociales payées par l'employé: 22%

Le dialogue social et les partenaires sociaux

Les négociations en France se font au niveau national, au niveau des secteurs d'activités et au niveau de l'entreprise.

Les syndicats

La CGT : confédération générale du travail

La CFDT : confédération française démocratique du travail

FO, force ouvrière

La CFTC, confédération française des travailleurs chrétiens

La CFE-CGC : confédération de l'encadrement – confédération générale des cadres

L'UNSA : union national des syndicats autonomes

L'Union syndicale Solidaires

Le taux de syndicalisation

8% des salariés français sont aujourd'hui syndiqués, soit deux fois moins qu'il y a 25 ans. Pourtant, la force et la présence des syndicats restent fortes

Les concurrents :

Il y a plusieurs concurrents dans le marché cosmétique français, exactement il y a 189 concurrents dans le marché.

Concurrent direct :



Argan Eden distribue des produits cosmétiques biologique naturels : savon noir à l'Argan, Gant de gommage kessa, Pierre ponce en terre cuite, Rhassoul à l'Argan, Huile d'Argan pure, Gommage cacao, Crème anti-âge, Baume Argan-karité, Savon naturel à l'Argan. Coffret rituel hammam. Huile vierge d'Argan bio : Argan dîne.

PRODUITS/SERVICES :

Mots clés choisis par l'entreprise

- aloé vera argan
- argan alimentaire
- beurre de karité argan
- cosmétique d'argan
- crème à l'argan
- gommage cacao
- huile d'argan authentique
- huile d'argan biologique
- huile haut de gamme
- huile vierge extra
- Produits de beauté
- Produits cosmétiques biologiques
- Cosmétiques
- Produits de soins corporels

Le mode de présence :

Après études des divers modes de pénétration, celle qui s'avère être la plus adéquate pour la commercialisation du produit en question est l'exportation directe à distance à travers l'agent commissionné.

L'agent commercial, encore appelé agent commissionnée ou agent exclusif, est un représentant mandataire indépendant et permanent de l'exportateur, qui est le commettant, sur un territoire donné.

Les principaux avantages liés au choix d'un agent sont les suivants :

- L'entreprise conserve la maîtrise de la politique commerciale (fixation des prix, définition de la politique de communication,...)
- Elle garde le contrôle et la connaissance du marché étranger et de la clientèle puisque elle traite directement avec les clients. De plus, il n'y a pas d'effet écran entre l'agent et l'obligation contractuelle de l'informer sur le marché. Cependant, la remontée d'information dépend dans une large mesure de l'encadrement de l'exportateur et de la motivation qu'il insuffle à l'agent ;
- L'entreprise bénéficie de l'expérience et de la connaissance préalables qu'a l'agent, professionnel local, du marché et de la clientèle potentielle. Généralement, l'agent sait d'avance si un produit est commercialisable sur son marché local.

La présence sur un marché via un agent présente quelque frein :

- Le risque commercial est essentiellement à charge de l'exportateur.
- Il existe un risque que l'agent s'approprié la clientèle et donc que l'entreprise la perde en cas de rupture du contrat qui les lie et ce malgré le fait que l'agent est tenu de transmettre toutes les informations la concernant à l'exportateur. En effet, si les clients ne connaissent que l'agent, ils risquent de ne pas accepter facilement le transfert vers une autre structure.

Partie III :

Mix International

Produit :

La marque :

Une marque et un nom, un terme, un signe, un dessin, ou toute combinaison de ces éléments qui identifie les bien ou service d'un vendeur ou d'un groupe de vendeur et la différentier des concurrents.

C'est dans cette optique que nous avons choisi de commercialisé nos produits sous la marque «**DERMA-ARG** ». DERMA pour montrer que ce sont des produits cosmétiques et ARG c'est l'abréviation du mot Argan pour montrer que les produits sont à base d'huile d'argan

Le logo :

Le logo se défini comment étant un symbole graphique d'une marque commercial. Et donc notre emblème commercial sera un Arganier autour du quelle les fruits d'argan seront éparpieés.

Le slogan :

Le slogan évoque la personnalité de la marque de l'entreprise, de ce fait il est important dans la stratégie marketing de celle-ci et ce doit d'être précis et plain de sens.

Le slogan choisi :

« **DERMA-ARG la beauté vient de la nature** »

L'étendue de la gamme :

Notre gamme sera composée de 2 produits à savoir :

1. **Bio Derm** : Soins de peau régénère l'élasticité naturelle de la peau et permet de réduire les vergetures et les crevasses. Elle s'utilise en complément de soins sur les peaux atopiques.
2. **Hair-code** : Nourrissant et revitalisant le cuir chevelu. L'huile d'argan apporte de la brillance aux cheveux tout en leur redonnant leur douceur naturelle et soyeuse.

L'avantage concurrentiel :

Nos produits présentent l'avantage d'être des produits bios « 100% naturel » car ils sont à base de l'hile d'argan qui provient de l'arganier un arbre qui pousse

depuis 80 million d'année exclusivement dans le sud ouest Marocain , ajoutant à cela que leur qualité à été certifier par plusieurs laboratoire de renommé.

Emballage et étiquetage :

L'emballage et l'étiquetage seront conformes aux normes internationales. Les 2 produits seront mis dans des flaquons en plastique :

1. **Bio Derm** : flaquent en plastic transparent avec une forme attractive et usuel et un bouchant pratique avec système d'ouverture et fermeture.
2. **Hair-code** : flaquent en plastic transparent avec une forme attractive et usuel et un bouchant aspergent qui garantie un étalage du produit sur tout les cheveux.

Concernant l'étiquetage, il portera sur le logo du produit avec la signe de qualité 100% bio et au dos les informations complète sur le contenu et la composition des produits d'autres informations particulières seront mis comme le mode et les condition d'utilisation ainsi que la qualité certifier et tout cela en trois langue différente : « Français ; Anglais ; et Espagnol » , afin de garantir la sécurité des utilisation et de permettre au consommateur d'opérer un véritable choix.

Prix :

Le prix d'un bien ou service offert par une entreprise lui permet de couvrir ses charges d'assurer sa survie et de maximiser son profil.

Et donc après analyse des prix pratiqué sur le marché on a remarqué que les prix pratiqué pour les produits concurrents varient entre 12 et 17,65 euro.

Puisque notre entreprise peut réaliser des économies d'échelle sur les coûts de production unitaire, on a fixé un pris de lancement de:

1. Bio Derm : 14.30 EURO
2. Hair-code : 12.50 EURO

Concernant la politique prix qu'on va utilisé , on adoptera une politique de pénétration qui consiste à acquérir une part importante d'un vaste marché grâce à un bas prix alléchant mis à l'aide aussi d'une publicité intense et d'une politique de distribution de masse.

Distribution :

Après avoir segmenté notre marché on a gardé deux segments important :

- Les grandes surfaces : Jouent un rôle très important dans la distribution grâce à la grande consommation de masse.
- Les centres de beauté : Cosmétique destiné aux femmes mais aussi aux hommes qui constitue un nouveau segment potentiel

La commercialisation sera faite par le billet d'exportation directe à distance à travers un agent commissionné, et l'entreprise conservera la maîtrise de la politique commerciale.

L'entreprise contrôlera aussi son réseau commercial puisque elle traite directement avec les clients.

Communication :

L'élaboration d'une politique de communication permet non seulement d'atteindre le client, mais aussi de faire connaître l'entreprise prestataire.

Les moyen de communication que nous avant choisi sont la communication hors media à travers: la présence dans les foires et les expositions ce qui représente un coût minimum pour notre entreprise. Communication média à travers la création d'un site web qui va englober tout les informations concernant l'entreprise et ces produits. L'agent commissionné représente aussi un moyen de communication du moment qu'il fait connaître les produits de l'entreprise au près des clients prospect.

Conclusion :

Après les études marketing il s'avère que l'huile d'argan est tout à fait commercialisable au niveau du marché français compte tenue du potentiel et de l'accessibilité de ce dernier.

En essayant de se distinguer par rapport à la concurrence par labellisation du produit d'une norme de qualité de renommé mondial, nous pourrons acquérir une part de marché qui assurera la survie de l'entreprise.