

24 avril 2024

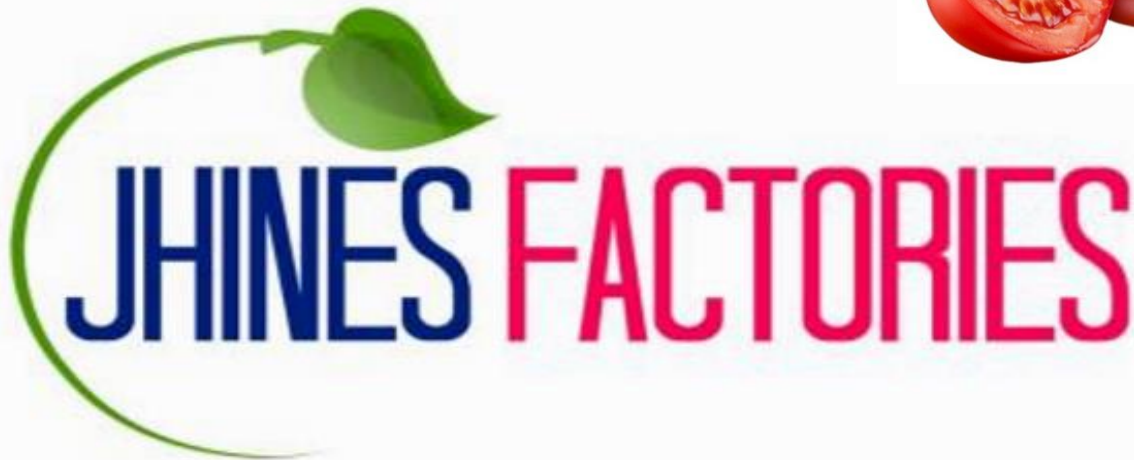
Sessions Innovations n°18

Innovations dans le domaine des emballages :
opportunités pour les entrepreneurs et les
PME en Afrique



INNOVATIONS
SERIES





Bénin / Tori

+229 67146003/ factoriesjhines2@gmail.com

Vision

Être, d'ici 2030, la plus grande entreprise industrielle de transformation de la tomate au Bénin et dans la sous-région ouest africaine.

Objectifs

- Contribuer à la réduction de la perte post récolte de la tomate
- Offrir des emplois aux jeunes et en particulier aux femmes
- Permettre à tout producteur de tomate de rentabiliser sa production après la récolte
- Consacrer un pourcentage du chiffre d'affaires pour former toutes personnes démunies au métier de l'entrepreneuriat.

Contexte



Au Bénin, l'agriculture est un secteur qui occupe plus de 75% de la population et représente environ 40% du produit national brut (PNB) du pays.

Parmi les spéculations les plus cultivées au Bénin, la tomate - de par l'importance de la superficie couverte par sa culture - est l'un des premiers légumes issus de la richesse agricole et le plus consommé et cultivé au Bénin.

Kpomassè, l'une des plus grande localité productrice de la tomate au Bénin, a enregistré en 2020, la production de 30 000 tonnes de tomates (source: Cadere de Kpomassè). Malheureusement, par manque de techniques de conservation et de grandes usines de transformation, plus de 86% des récoltes générales par an ne sont pas valorisées.

Approche de solution



Face à ce problème, l'entreprise JHINES FACTORIES, installée depuis 2014, travaille avec les producteurs de la tomate pour transformer et stocker la tomate en période d'abondance afin de réduire les pertes post récolte et de rendre la tomate disponible à plein temps et à un coût accessible à la population.

Le premier produit (purée de tomate) fut lancé en 2019 sous la marque POWER TOM, puis en 2020 l'entreprise a élargi sa gamme de produits en ajoutant un second produit (concentré de tomate) toujours sous la même marque POWER TOM.

Partant de la maxime « Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme », l'entreprise est toujours à la recherche d'innovation pour la valorisation complète de la tomate. Elle pousse les réflexions sur comment valoriser les tomates abîmées qui sont éliminées du processus de transformation alimentaire.



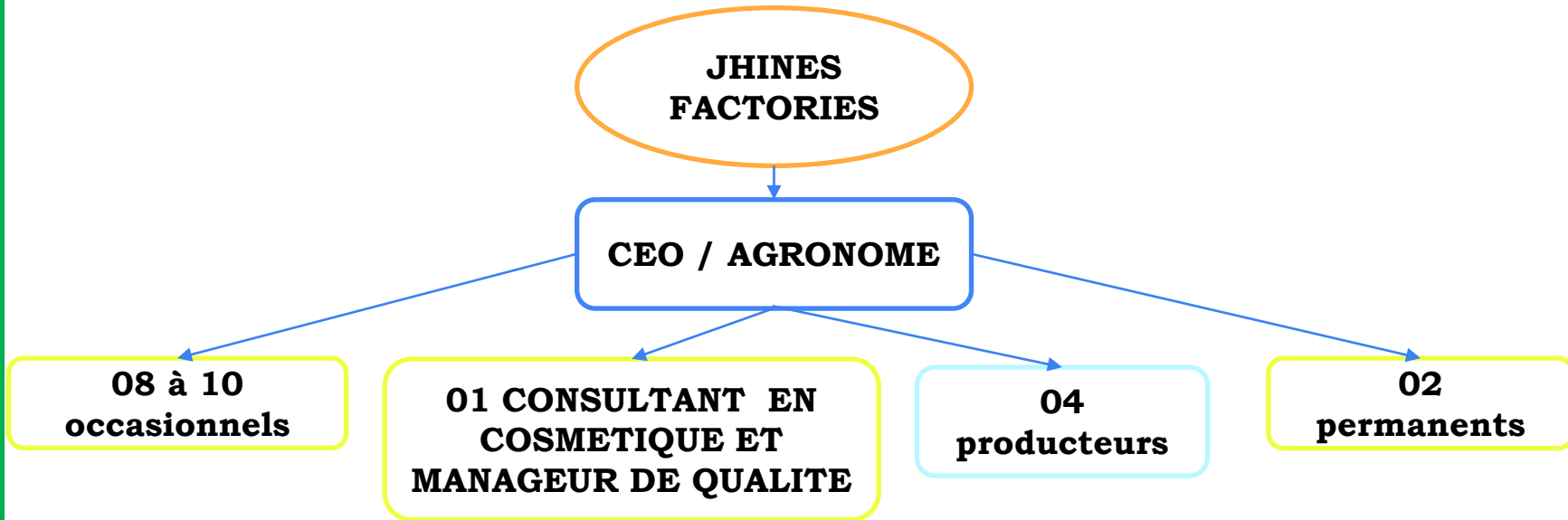
En 2021, JHINES FACTORIES commercialise un savon, de marque TOM SKIN, produit à partir de ces tomates abîmées. Ce savon a pour utilité, d'une part, de lutter contre les effets néfastes de la dépigmentation galopante et, d'autre part, de réduire les effets des rayons de soleil sur la peau.

Pour cette année 2024, l'entreprise travaille sur un projet de production des larves de "mouches soldats noirs" et des compost toujours à base des rejets issus de la tomate. Ces larves, riches en protéine, serviront d'aliment de croissance pour les poissons et les volailles afin d'améliorer leur qualité organoleptique. Ce compost très riche servira également à fertiliser et renforcer le sol pour une agriculture biologique



Il faut noter également que l'entreprise propose d'autres produits à la demande de sa clientèle dont les épices, le piment et le gingembre afin qu'il puisse avoir une seule marque de produits dans leur plat et pour assurer la qualité de ce qu'ils mangent.

Le personnel de l'entreprise



Capacité de production

Aujourd'hui, l'entreprise à une capacité de production allant jusqu'à 25 tonnes évaluées approximativement - toutes marques confondues par an.

Stratégie de communication



La vente de nos produits se fait par deux stratégies: la vente B to B et B to C.

Pour maintenir les relations entre notre entreprise et nos clients, nous organisons des activités telles que: des séances de promotion, le bouche à oreilles, les expositions ventes, la présence des affiches sur les places stratégiques de la ville, la publication sur les réseaux sociaux, le partage de flyers.

De plus, nous organisons par trimestre des campagnes de sensibilisation sur les effets néfastes de la dépigmentation sur la santé en proposant notre savon TomSkin comme solution.

Analyse SWOT

FORCES

- Disponibilité de la matière première
- Personnel qualifié
- Packaging unique sur le marché béninois

FAIBLESSES

- Absence de machine à forte capacité de production
- Moyens financiers limités
- Absence d'usine de production des emballages au Bénin
- Indisponibilité des emballages entre plusieurs commandes

OPPORTUNITES

- Croissance de la demande
- Monopole dans la production du savon à base de tomates au Bénin

MENACES

- Obligation d'avoir la certification de la mise sur le marché du produit
- Raréfaction et cherté de la main d'oeuvre
- Cherté de la matière première compte tenu des saisons qui ne respectent plus leur temps

Niveau de l'entreprise

L'entreprise est actuellement à l'étape d'expansion et pour cela, elle a besoin de financement afin :

- de renforcer les capacités de son personnel,
- d'acheter des machines et appareils adaptés pour accroître sa capacité de production,
- d'obtenir la certification pour ses produits,
- d'améliorer la qualité des produits,
- d'agrandir les unités de production,
- d'acquérir un moyen de transport pour la matière première et le produit fini.

Cet évènement a été organisée dans le cadre du programme Fit For Market+ mis en œuvre par le COLEAD dans le cadre de la Coopération au Développement entre l'Organisation des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OEACP), et l'Union européenne (UE).

Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'UE et de l'OEACP. Son contenu relève de la seule responsabilité du COLEAD et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'UE ou de l'OEACP.

MERCI

