

 <p>KASBAH® SYSTEM OROBRIQUE</p>	<p align="center">Proposition de valeur</p> <p>L'équipe OROBRIQUE, fidèle à l'une de ses valeurs fondamentales qu'est l'innovation, a relevé le défi de proposer à sa clientèle une solution terre cuite pour cet impératif d'isolation thermique.</p> <p>Solution 100% terre cuite, le THERMOBRICK est le produit venant répondre aux exigences d'isolations thermique et acoustique de tous types de bâtiments (maison individuelle, magasin, grande surface, hôtel, hôpital, école, manufacture, etc.)</p> <p>Sans isolant complémentaire, incombustible, matériau minéral et inerte, sans odeur et dotée d'une résistance mécanique élevée, la THERMOBRICK offre une des solutions d'isolations thermique et acoustique des plus compétitives.</p>	<p align="center">Stratégie de Marketing</p> <p>La société adopte une stratégie de différenciation focus axée sur l'élargissement de la gamme de produit, l'investissement dans l'assurance qualité et le dimensionnement optimal de l'outil de production qui lui permet d'atteindre un coût marginal plancher, lui conférant un avantage compétitif par rapport à la concurrence, à la fois sur le positionnement au niveau du marché et de la structure des coûts.</p>
<p align="center">Equipe chercheurs / inventeurs/créatifs</p> <p>Rachid NAANANI Co-gérant , Abdelkader JAMALEDLINE Co-gérant, Ricardo CASTELLO Architecte,</p>	<p align="center">Avantages Compétitif</p> <p>L'investissement en amont de la chaîne de la valeur au niveau du client : la société a investi dans un bureau d'étude en interne avec un ingénieur pour échanger avec les architectes afin d'assurer la viabilité technique et économique de ses produits au tout début du projet.</p> <p>La qualité du capital humain et l'investissement dans la cohésion du groupe : OROBRIQUE accorde une importance capitale à la valorisation des compétences et au partage de valeurs et de passions commune à la satisfaction des clients.</p> <p>Le maillage du territoire : la société a élargie sa zone de chalandage à l'ensemble du territoire marocain, en maintenant son coût marginal inférieur au marché. Ceci grâce :</p> <p>En amont, à un dimensionnement intelligent de la capacité de production, une bonne lisibilité de la performance</p>	<p align="center">Segments de clientèle</p> <p>La clientèle naturelle d'OROBRIQUE est constituée en majorité de promoteurs immobiliers dont les problèmes sont principalement axés sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une offre de gamme limitée : les briqueteries marocaines ont adopté une stratégie mono famille de produits en raison de la faible possibilité de différenciation due au coût élevé de l'innovation, la faible qualité de l'outil de production et à un marché de bâtiment très peu demandeur en nouveaux produits. - Fiabilité des briques : la course à la réduction des coûts de production fait

	<p>industrielle, un contrôle de gestion industrielle et une maîtrise des leviers d'économie de charges notamment l'efficacité énergétique ;</p> <p>A la sous-traitance, au milieu, des activités annexes telles que le transport et la gestion de la carrière d'argile.</p> <p>Et en aval, (i) au one stop shop des partenaires bien intégrés sur le territoire national, (ii) à une force commerciale qui se déploie facilement chez les clients, (iii) à la qualité de ses produits, (iv) à la taille de l'offre (plusieurs gammes) et enfin (vi) du fait que la société soit avant-gardiste sur la thermodynamique.</p> <p>La qualité de l'outil de production : OROBRIQUE a investi dans un outil de production doté d'une technologie récente.</p> <p>Une gamme de produit plus large : contrairement à ces concurrents qui sont restés sur une production mono famille, OROBRIQUE offre trois familles de gammes de produits.</p> <p>La Notoriété : qui permet de se positionner en tant que premier choix susceptible pour les futurs appels d'offres et d'améliorer son image de marque.</p> <p>La qualité du management : le management d'OROBRIQUE est composé d'une équipe compétente et expérimenté.</p>	<p>que les briqueteries privilégient la recherche de marge au détriment de la qualité du produit. Cela entraîne une augmentation du taux de casse et par conséquent un surcoût supporté par les clients, qui peuvent se retrouver avec des produits qui ne répondent pas aux standards du secteur.</p> <p>- Contraintes environnementale et réglementaire latentes : dans la mesure où la majorité des briqueteries, en raison de l'inertie au changement qui prévaut n'avaient pas encore anticipé les futures exigences environnementale et réglementaire telles que l'isolation thermique et acoustique des logements. Ainsi il existe un risque que l'offre actuelle n'arrive à adresser des produits à même de répondre aux différentes normes qui seront mises en places.</p>
<p>Statut (Brevet, Marque, design)</p> <p>N° 34940</p> <p>La société dispose de l'un des laboratoires les plus équipés dans le secteur et d'un bureau d'étude en interne.</p> <p>Précurseur en matière de recherche et développement, la société a enregistré en Juin 2012 un brevet : Kasbah System.</p> <p>Le produit dispose de grandes propriétés isolantes et insonorisantes en plus d'une durabilité plus importante que les autres matériaux isolants traditionnels notamment la laine de roche.</p> <p>Cet effort a été couronné en Décembre 2012, par l'obtention du Trophée de la Marque Innovante Morocco Awards 2012.</p>	<p>Investissement nécessaire</p> <p>L'activité principale de la société consiste en la production et la commercialisation de la brique rouge, un produit écologique issu de la terre, de l'eau et du feu, dans le but de répondre au besoin du Maroc en produits de bâtiment, tout en participant au développement économique et social du pays.</p> <p>L'essentiel de l'investissement est accaparé par l'outil de production.</p> <p>Le coût le plus important en phase production est l'Energie. D'où l'efficacité énergétique est essentiel pour parvenir à un niveau de gestion du processus de production qui permettra (i) de réduire le coût énergétique qui représente 38% du coût de revient et (ii) d'atténuer l'impact environnemental de l'activité.</p>	<p>Flux de revenus</p> <p>Actuellement OROBRIQUE offre à sa clientèle la famille de brique creuse en terre cuite sous divers formats, types d'emballage et modes de livraison.</p> <p>On distingue notamment les briques standards 6 trous (B06/25), 8 trous (B07/25, B07/33, B10/25, B10/50) et 12 trous (B15/25, B15/50) ; le thermobrick et les hourdis.</p> <p>Le délai de paiement accordé diffère d'un client à un autre, avec une moyenne de 60 à 90 jours soit par effet ou chèque bancaire.</p>

