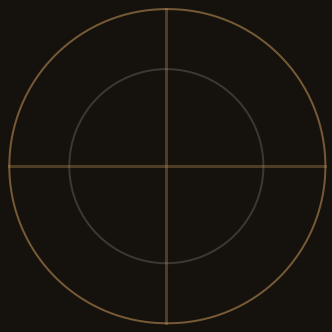


Agadir · 30°25′N

Comment démarrer sa *marque* de mode au Maroc.

Du concept à la première commande — guide complet pour entrepreneurs.

AGADIR, MAROC
WWW · SALMHTEXTILES.COM

SALMH.TEXTILES@GMAIL.COM
WA · +212 763 051 654

— SOMMAIRE

Au *sommaire.*

Huit chapitres, du concept initial au premier lancement commercial. Une heure de lecture, applicable immédiatement.

01 **Concept & Vision** P. 04
Définir à qui vous vendez, quel problème vous résolvez, et pourquoi vous — trois questions fondamentales.

02 **Étude de Marché** P. 05
Cinq méthodes à budget zéro pour valider votre concept avec des données réelles, pas des convictions.

03 **Budget de Lancement** P. 06
Estimation réaliste 2026 sur deux niveaux d'investissement, et la règle des 60 / 40.

04 **Trouver un Fabricant** P. 07
Trois types de structures de production marocaines, et les questions à poser avant de signer.

05 **Testing & Échantillon** P. 08
L'investissement le plus rentable de la chaîne — deux options d'échantillonnage et six contrôles obligatoires.

06 **Production** P. 09
Comment fonctionnent les listes d'attente, les acomptes, et le suivi de production sans stress.

07 **Lancement** P. 10
Préparer le jour J, mesurer ce qui se passe après, et l'erreur la plus courante.

08 **Prochaines Étapes** P. 11
Après la première collection : analyse, optimisation, communauté, structure légale.

— AVANT-PROPOS

Ce que ce guide *vous apporte.*

Lancer une marque de mode au Maroc est plus accessible aujourd'hui qu'il ne l'a jamais été. Les infrastructures de production existent, les outils digitaux sont à portée de main, et la demande pour des marques locales authentiques est réelle.

Ce guide vous accompagne à travers les huit étapes fondamentales — du concept initial à votre premier lancement commercial. Il est conçu pour être lu en une heure et appliqué immédiatement, quel que soit votre niveau de départ.

Chaque chapitre se concentre sur une décision concrète : qui sert votre marque, combien investir, comment choisir un partenaire de production, comment tester avant de produire à grande échelle, et comment apprendre de votre premier lancement.

— VERSION GRATUITE

Ce guide couvre les fondamentaux de chaque étape. Une version avancée, disponible prochainement, approfondira chaque chapitre avec des outils, des modèles de documents, et des études de cas de marques marocaines réelles.

01 / CONCEPT & VISION

Concept & *Vision.*

Avant de penser à la production, vous devez savoir exactement ce que vous construisez et pour qui.

Une marque de mode n'est pas un produit. C'est un point de vue. Les marques qui survivent à leur première année ont toutes une réponse claire à trois questions fondamentales.

QUESTION	CE QUE VOUS CHERCHEZ
À QUI JE VENDS ?	Soyez précis. « Les jeunes Marocains » n'est pas un segment. « Les femmes de 22 à 32 ans à Casablanca qui s'habillent en modest fashion contemporaine » l'est.
QUEL PROBLÈME JE RÉSOUS ?	Manque d'identité locale, prix inaccessibles, mauvaise qualité à ce prix — il doit y avoir un vide réel que vous comblez.
POURQUOI MOI ?	Votre avantage peut être l'esthétique, l'histoire, le prix, la qualité, ou la communauté. Il doit être défendable et difficile à copier rapidement.

— EXERCICE PRATIQUE

Complétez cette phrase en une seule ligne : *« Ma marque s'appelle [nom], elle s'adresse à [profil précis], et elle existe parce que [problème ou vide réel]. »*

Si vous ne pouvez pas le formuler clairement, votre concept n'est pas encore assez défini.

02 / ÉTUDE DE MARCHÉ

Étude de *marché.*

Vous n'avez pas besoin d'un cabinet de conseil pour valider votre idée. Vous avez besoin de données réelles, collectées rapidement.

L'erreur la plus fréquente est de remplacer la recherche réelle par des convictions personnelles. Ce que vous aimez n'est pas nécessairement ce que votre client paiera. Voici comment collecter des données utiles sans budget.

MÉTHODES DE RECHERCHE À BUDGET ZÉRO — 5 APPROCHES

- **INSTAGRAM & TIKTOK** — analysez les comptes de marques similaires. Quels posts génèrent le plus d'engagement ? Quels commentaires reviennent ? Quelles questions posent les abonnés ?
- **GROUPES FACEBOOK LOCAUX** — cherchez des groupes mode, shopping, ou style marocain. Lisez les conversations. Ne vendez pas encore — écoutez.
- **SONDAGE WHATSAPP** — envoyez 5 questions à 30 personnes de votre cible. Demandez leur budget, leurs frustrations, leurs marques préférées, et pourquoi.
- **VISITES PHYSIQUES** — allez dans les marchés, les centres commerciaux, les souks. Observez ce qui se vend. Posez des questions aux vendeurs.
- **ANALYSE DES PRIX** — listez 10 concurrents directs. Notez leurs prix, leurs matières, leurs canaux de vente. Identifiez où vous vous positionnez.

> **INDICATEUR DE VALIDATION**
>
> Votre concept est prêt à avancer si : au moins 20 % des personnes sondées disent qu'elles achèteraient ce produit au prix que vous envisagez, ET si vous identifiez au moins 3 concurrents directs — ce qui prouve qu'il existe une demande réelle sur ce segment.

03 / BUDGET DE LANCEMENT

Budget de *lancement.*

Un budget réaliste est celui qui vous permet de tester, d'apprendre, et de relancer — pas celui qui vous force à tout miser sur une seule commande.

Voici une estimation réaliste des coûts pour un premier lancement au Maroc en 2026, selon deux niveaux d'investissement. Ces chiffres supposent une première commande modeste et une gestion autonome des tâches créatives et digitales.

POSTE	LANCEMENT MINIMAL	LANCEMENT STANDARD
CALCUL DE COÛT + ÉCHANTILLON	600 – 1 500 MAD	600 – 1 500 MAD
PRODUCTION (1re COMMANDE)	5 000 – 10 000 MAD	15 000 – 35 000 MAD
IDENTITÉ VISUELLE	0 – 2 000 MAD	2 000 – 6 000 MAD
PHOTOGRAPHIE	0 – 1 000 MAD	1 000 – 4 000 MAD
SITE WEB / BOUTIQUE EN LIGNE	0 – 500 MAD	500 – 3 000 MAD
MARKETING (RÉSEAUX SOCIAUX)	1 000 – 2 000 MAD	3 000 – 8 000 MAD
TOTAL ESTIMÉ	7 000 - 17 000 MAD	22 000 - 57 000 MAD

— RÈGLE DES 60 / 40

Ne consacrez pas plus de 60 % de votre budget à la production. Les 40 % restants doivent aller à la visibilité — photographie, marketing, et présence digitale. Une belle collection invisible ne génère pas de revenus.

04 / TROUVER UN FABRICANT

Trouver un *fabricant.*

Le fabricant est votre partenaire de production, pas seulement un prestataire. Choisir le mauvais partenaire est l'une des erreurs les plus coûteuses d'un premier lancement.

Il existe trois types de structures de production au Maroc. Votre choix dépend de votre volume, votre budget, et votre niveau d'exigence qualitative.

TYPE DE STRUCTURE	ADAPTÉ À
ATELIER ARTISANAL	Idéal pour les débuts. Faible MOQ (5 à 30 pièces), communication directe, grande flexibilité. Prix plus élevé par unité, mais attention personnalisée garantie.
ATELIER SEMI-INDUSTRIEL	Pour les commandes de 50 à 300 pièces. Meilleur coût au volume, mais nécessite un suivi qualité actif de votre part.
UNITÉ INDUSTRIELLE	Pour les volumes de 500 pièces et plus. Compétitif en prix, mais MOQ élevé et peu de flexibilité pour les petites marques.

QUESTIONS À POSER AVANT DE CHOISIR

5 QUESTIONS

- Pouvez-vous me montrer des échantillons de productions récentes pour d'autres marques ?
- Quels sont vos délais habituels pour un premier échantillon ?
- Quel est votre processus de contrôle qualité — à quelles étapes inspectez-vous ?
- Que se passe-t-il si un défaut est découvert en cours de production ?
- Avez-vous des références de marques européennes ou internationales avec qui vous avez travaillé ?

LE RÔLE DE SALMH TEXTILES

SALMH Textiles propose deux voies : production en atelier à Agadir pour les projets nécessitant une qualité et une attention maximales, ou coordination de production via notre réseau de partenaires si votre budget ne correspond pas à notre atelier. Dans les deux cas, nous sommes votre premier point de contact.

05 / TESTING & ÉCHANTILLON

Testing & *échantillon.*

Ne lancez jamais une production sans avoir tenu votre produit entre les mains. L'échantillon est l'investissement le plus rentable de toute la chaîne.

L'étape d'échantillonnage est celle que les entrepreneurs pressés ont tendance à bâcler. C'est aussi celle dont les erreurs coûtent le plus cher — une production de 100 pièces avec un défaut de coupe ou une matière inadaptée représente des pertes irrecouvrables.

OPTION A

Échantillon autonome

Vous commandez un échantillon seul, sans engagement sur la production. Coût : 500 à 1 000 MAD selon la complexité.

Aucun engagement de production après réception.

OPTION B

Avance sur commande

Vous versez un acompte sur votre commande complète. L'échantillonnage est inclus et les retouches sont illimitées jusqu'à validation.

Coût d'échantillon inclus dans l'acompte.

CE QUE VOUS DEVEZ VÉRIFIER — 6 CONTRÔLES

- Les mesures correspondent exactement à vos spécifications.
- La matière a le bon grammage, la bonne texture, et la bonne couleur.
- Les coutures sont droites, régulières, et sans tension excessive.
- Les finitions (ourlets, bords, surpiqûres) sont propres et uniformes.
- Les éléments de marquage (labels, broderies, impressions) sont correctement positionnés.
- Le produit garde sa forme et ses dimensions après un premier lavage.

06 / PRODUCTION

Production.

L'échantillon est validé. L'acompte est versé. Votre commande entre en production. Voici ce qui se passe ensuite — et comment gérer cette phase sans stress.

La phase de production est celle où beaucoup d'entrepreneurs débutants perdent leurs repères, faute de savoir ce qui est normal et ce qui ne l'est pas. Voici les points clés à comprendre.

POINT CLÉ	CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR
LE SYSTÈME DE LISTE D'ATTENTE	La plupart des bons ateliers fonctionnent sur liste d'attente. Votre position est confirmée à la réception de votre acompte, pas à la signature d'un accord verbal. Les délais précis sont confirmés au démarrage effectif de votre production — pas avant.
LES ACOMPTES & PAIEMENTS	Le schéma standard est 30 à 50 % à la commande, solde à la livraison. Ne versez jamais 100 % en avance. Ne cherchez pas non plus à ne rien payer avant livraison — aucun atelier sérieux n'acceptera.
LE SUIVI DE PRODUCTION	Demandez des points réguliers par message — photos d'avancement, confirmation des étapes clés. Un atelier professionnel communique proactivement sur tout retard ou problème rencontré.
LES RÉVISIONS EN COURS	Évitez de modifier vos spécifications après le démarrage de la production. Chaque modification entraîne un surcoût et un délai supplémentaire. C'est pour cela que l'étape d'échantillon est aussi importante.

07 / LANCEMENT

Lancement.

Votre première collection n'est pas un lancement définitif. C'est une expérience commerciale. Traitez-la comme telle.

Les marques qui réussissent leur premier lancement ne sont pas celles qui ont le plus gros budget ou la meilleure production. Ce sont celles qui ont défini un objectif mesurable avant le lancement et qui ont appris systématiquement de chaque résultat.

AVANT LE JOUR J

4 PRÉPARATIONS

- **PHOTOGRAPHIE** — investissez dans au minimum une demi-journée de shooting. Des mauvaises photos tuent même les meilleurs produits.
- **DÉFINIR VOTRE SEUIL DE SUCCÈS** — combien d'unités vendues en 30 jours est un succès pour vous ? Fixez-le maintenant, pas après.
- **PRÉPARER VOTRE CANAL DE VENTE** — Instagram, site web, Youcan, ou vente directe — votre canal doit être prêt avant l'arrivée du stock.
- **CRÉER DU CONTENU DE LANCEMENT** — préparez 5 à 7 posts pour les premiers jours, incluant le processus de fabrication, l'histoire derrière la marque, et le produit.

APRÈS LE LANCEMENT

4 MESURES

- Notez ce qui se vend en premier — ce sont vos héros de collection.
- Notez les questions et objections les plus fréquentes — elles révèlent vos lacunes de communication.
- Recueillez des avis clients directs — WhatsApp, DM, ou en personne.
- Calculez votre marge réelle sur les ventes effectuées, pas la marge théorique.

> **L'ERREUR LA PLUS COURANTE AU LANCEMENT**
>
> Attendre que tout soit parfait avant de vendre. La perfection n'existe pas pour une première collection. Ce qui existe, c'est l'apprentissage — et il ne commence qu'une fois le produit face à son client.

08 / PROCHAINES ÉTAPES

Prochaines *étapes.*

La première collection est vendue. Que se passe-t-il maintenant ?

Les marques qui échouent après un premier lancement réussi font souvent la même erreur : elles réinvestissent immédiatement tout dans une deuxième production plus grande, sans analyser ce que la première leur a appris.

PRIORITÉ	POURQUOI
ANALYSEZ VOS DONNÉES	Quelles références se sont vendues le plus vite ? À quel prix ? Via quel canal ? Ces réponses dictent votre deuxième collection.
OPTIMISEZ VOTRE COÛT	Avec une première production derrière vous, vous pouvez maintenant négocier plus efficacement — volume plus important, spécifications plus précises, relation établie avec votre fabricant.
CONSTRUISEZ VOTRE COMMUNAUTÉ	Une marque qui grandit ne dépend pas uniquement de la publicité payante. Investissez dans le contenu organique, les collaborations locales, et les clients qui deviennent des ambassadeurs.
STRUCTUREZ LÉGALEMENT	Si ce n'est pas encore fait, enregistrez votre entreprise, ouvrez un compte professionnel, et commencez à documenter vos transactions. La croissance sans structure est fragile.
PLANIFIEZ LA VERSION AVANCÉE	Ce guide couvre les fondamentaux. Notre guide avancé (disponible prochainement) approfondit chaque étape avec des outils concrets, des modèles, et des études de cas réels.

Vous êtes *prêt* à passer à l'action ?

SALMH Textiles accompagne les marques marocaines et internationales de l'idée initiale à la production finalisée. Calcul de coût, échantillonnage, production en atelier, et coordination réseau partenaires.

Soumettez votre brief de projet et recevez votre calcul de coût détaillé dans les 24 à 48 heures.

— EMAIL

salmh.textiles@gmail.com

RÉPONSE SOUS 24 H

— WHATSAPP

wa.me/212 763 051 654

FR · EN · AR

— WEB

salmhtextiles.com

BRIEF EN LIGNE

Ce guide est distribué gratuitement par SALMH Textiles. Vous êtes libre de le partager avec toute personne qui souhaite lancer sa marque au Maroc.