



# FASHION UNLIMITED GHANA

Ce qui fait notre fierté, c'est la transformation d'un lieu riche en patrimoine et en authenticité en pièces contemporaines que le consommateur moderne peut porter encore et encore.



## **Clause de non-responsabilité**

La présente présentation est fournie à des fins d'information et de formation uniquement et ne constitue ni une offre de vente ni la sollicitation d'une offre d'achat de quelque action que ce soit. Elle a été préparée pour servir d'exemple de pitch deck standard aux entrepreneurs.

L'entreprise et les personnes mentionnées dans la présentation sont fictives, et l'auteur n'est pas responsable de l'exactitude, de l'adéquation et de la validité du contenu proposé, même si tout a été mis en œuvre à ces fins.

# TABLE DES MATIÈRES

- ① Introduction
- ② Vue d'ensemble de l'entreprise
- ③ Vue d'ensemble du secteur d'activité
- ④ Stratégie et plan de croissance
- ⑤ Impact social
- ⑥ Paramètres financiers
- ⑦ Demande d'investissement
- ⑧ Contacts clés







# INTRODUCTION

Lorsque vous vous délocalisez, vous ne voulez perdre ni votre identité ni vos racines. C'est dans cet état d'esprit et avec un intérêt pour la mode que nous avons créé une marque qui embrasse la culture et séduit à la fois les marchés africains et occidentaux.

**Le style est un moyen de dire qui vous êtes sans avoir à parler. —Rachel Zoe**

Le Style est au cœur de toutes nos activités. Songez à une attention méticuleuse aux détails, à un défi à la norme et à une apparence à la fois séduisante et audacieuse. Si la mode est une quête incessante de style, Fashion Unlimited Ghana « FUG » est le fruit de la découverte d'un style.



## Qui nous sommes

Marque de mode haut de gamme à expansion rapide, Fashion Unlimited, « FUG », exploite la plus grande usine de fabrication de vêtements du Ghana, et vend au détail des vêtements et accessoires contemporains inspirés de l'Afrique sur le marché britannique.

## Le problème

La confection traditionnelle sur mesure a longtemps été le pilier de la production de mode. Les marques de mode africaines n'ont pas de prêt-à-porter et ne disposent pas d'une voie d'accès structurée/efficace aux marchés mondiaux. L'une des faiblesses du système de la mode sur mesure est que, d'une part, il perpétue l'anonymat du créateur et que, d'autre part, les modèles sont facilement reproduits sans recours financier pour le créateur, puisqu'ils ne sont pas produits en série.



## Notre solution

Nous fournissons des vêtements éthiques, durables et inspirés de l'Afrique, en mettant l'accent sur les normes et la qualité.

Fashion Unlimited a établi une plateforme d'activité solide : 4 000 m<sup>2</sup> d'espace d'usine à Tema, garantis par un bail à long terme, et remplit régulièrement les commandes de ses clients sur les marchés britannique et européen.



## Notre raison d'être

L'industrie de la mode renferme un potentiel considérable pour motiver et apporter des changements à certaines des personnes les plus défavorisées, en particulier les femmes et les jeunes, tout en faisant progresser la transformation structurelle.

## Aperçu de l'opportunité

Avec une preuve de faisabilité couronnée de succès à l'échelle mondiale, l'entreprise cherche maintenant à obtenir un investissement supplémentaire de 10 millions de dollars sur 3 ans pour le fonds de roulement du personnel et des systèmes, ainsi que pour élargir sa gamme de produits en vue de proposer une offre solide pour toute la famille.



# POINTS FORTS CLÉS

Preuve de faisabilité  
couronnée de succès  
à l'échelle mondiale.

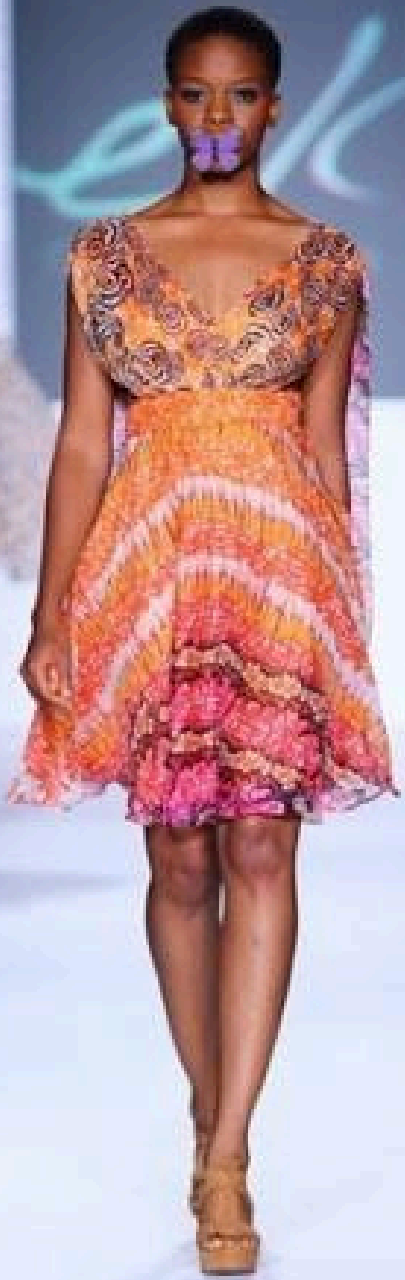
Argument clé de vente  
fort fondé sur l'héritage  
africain et le design  
africain  
rendu contemporain  
pour  
un public mondial.

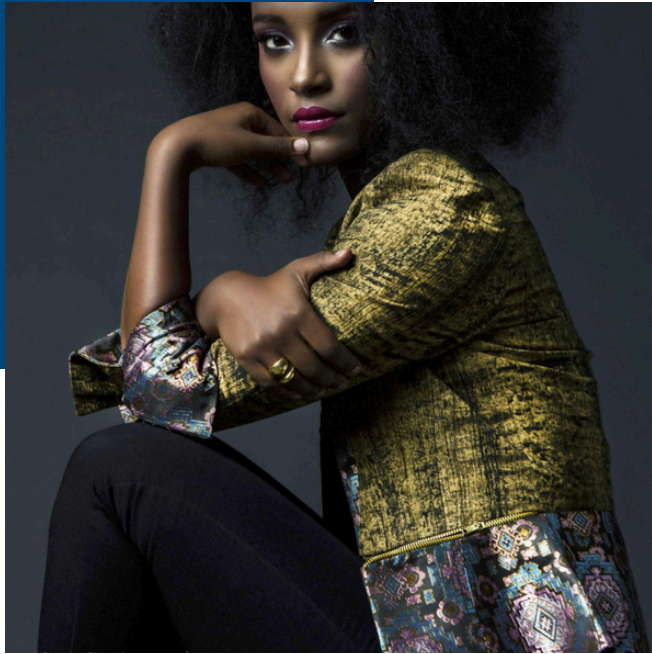
Capitalisation sur les  
nouvelles tendances  
de croissance telles que  
les marchés émergents  
et la mode éthique  
pour générer la fidélité  
à la marque.

Fondateurs  
et créatifs dévoués,  
soutenus par une  
équipe de  
direction  
expérimentée.

Plusieurs vecteurs de  
croissance significative;  
via une expansion  
mondiale, de produits et  
de canaux  
de revenus.

Marges importantes  
grâce aux  
économies d'échelle et  
aux investissements  
futurs.





## Vue d'ensemble de l'entreprise

La marque, basée à Tema, est née de l'imagination d'une architecte britannico-ghanéenne devenue entrepreneure dans la mode, Serwaa Davis, et d'Afi Ameh, ancien directeur de l'exploitation de l'une des 5 plus grandes entreprises d'habillement d'Europe. Le label a été lancé en 2016 et a été incorporé au Ghana en avril 2017.



## L'usine de l'entreprise... ;

- S'étend sur 4 000 m<sup>2</sup> de surface de production, pouvant accueillir jusqu'à 14 lignes de production par équipe horaire et produire de 8 à 10 millions de vêtements par an.
- Est garantie par un bail à long terme de 50 ans conclu avec une famille éminente.
- Est exonérée d'impôts au Ghana en tant qu'entreprise de la zone franche, avec un accès aux exportations en franchise de droits vers les États-Unis et l'Union européenne.
- Est exploitée par près de 300 ouvriers formés localement, dont 80 % sont des femmes qui, pour la plupart, étaient auparavant au chômage.
- Héberge des équipements dont la valeur est estimée à 2 millions de dollars par des experts indépendants.

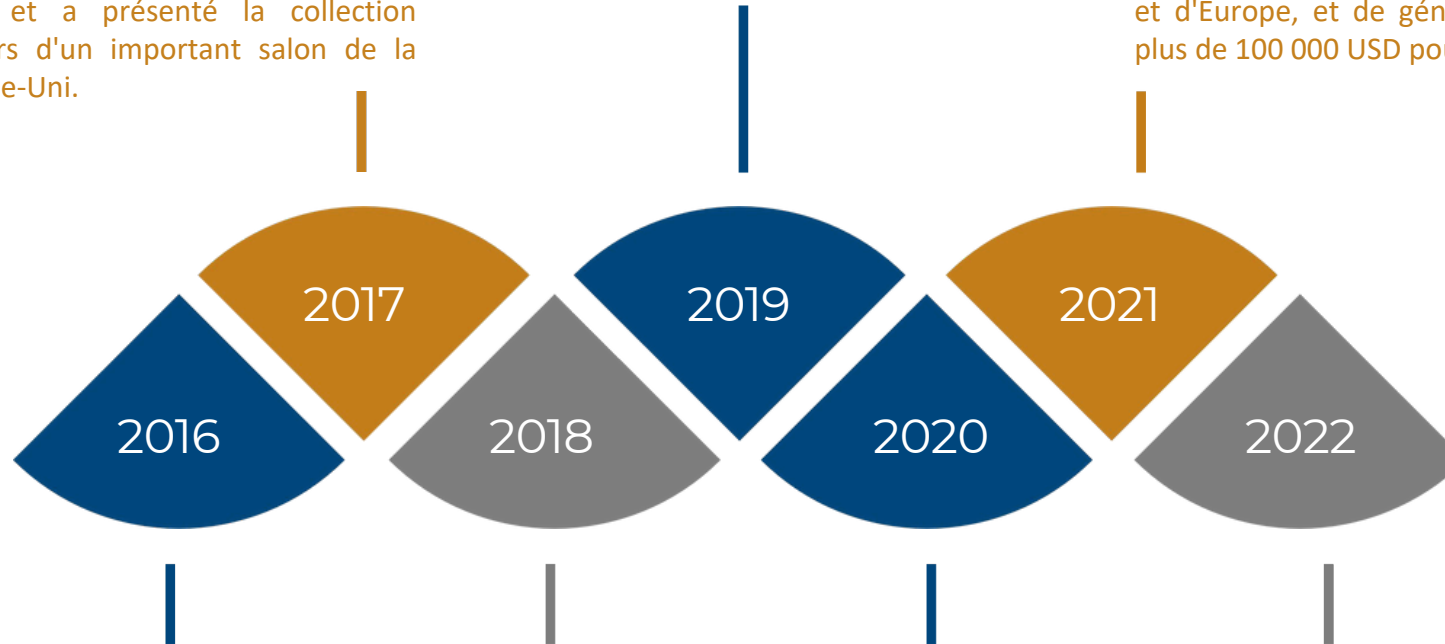


## Notre Parcours

En 2017, nous avons constaté la nécessité de l'intégration en amont dans le lancement de notre propre marque de vêtements. La marque s'est donc approvisionnée en tissu, a développé des prototypes et a présenté la collection d'échantillons lors d'un important salon de la mode au Royaume-Uni.

En 2019, location d'un espace d'usine dans un emplacement de choix à Tema, à proximité du port pour faciliter les exportations.

En 2021, la 2e collection a été lancée à l'occasion d'un événement de mode, ce qui a permis d'obtenir un grand nombre de clients internationaux, notamment des grands magasins du Royaume-Uni et d'Europe, et de générer des précommandes de plus de 100 000 USD pour la saison.



Lancée initialement en 2016 en tant que guichet unique pour les vêtements d'inspiration africaine provenant de divers vendeurs, afin de les faire connaître à un public mondial.

2018, début de la vente au détail, avec une collection de 10 robes de prêt-à-porter, 10 chemises et pantalons et quelques vêtements pour enfants.

En 2020, l'accent a été mis sur la formation et les effectifs sont passés de 15 à 100 personnes, dont 80 % de femmes

En 2022, par le biais de magasins éphémères, des lancements commerciaux ont eu lieu dans tout le Royaume-Uni et les recettes ont dépassé les 2 millions de dollars américains

5 ans plus tard, l'entreprise est maintenant devenue une marque de style de vie avec une collection de plus de 250 pièces fabriquées à partir de tissus africains contemporains et éclatants et destinées à un public international.



## Vision

La vision à moyen et long termes de FUG est d'être le premier fabricant de vêtements d'Afrique, avec les normes les plus élevées en matière de production et de capital humain.



Chaque pièce est fabriquée en gardant à l'esprit ces 3 thèmes qualitatifs;

adaptation physique

adaptation esthétique et

adaptation fonctionnelle

## Produit

Les produits de FUG sont réputés pour être « intensément colorés, aux motifs denses et incontestablement fabuleux ».

L'accent est actuellement mis sur le modèle B2B. Notre objectif est de fournir des tenues africaines modernes aux grands magasins et aux maisons de couture de renommée mondiale qui vendent au détail à des clients sensibles aux tendances, tout en conservant un sens aigu de la tradition liée à leurs racines.

La gamme de produits comprend des chemisiers, des robes, des jupes, des chemises, des pantalons, des shorts, des vêtements de détente, des tee-shirts, des vestes, des accessoires et des vêtements pour enfants dans plus de 20 tailles.

Pour les commandes, la quantité minimale est de 1 000 pièces par style. Cela permet à notre usine de se concentrer sur l'amélioration continue de l'efficacité.

Les prix varient entre 200 et 1 000 GHS en fonction de la taille du produit, de la couleur et d'autres détails.



Ci-dessous est présentée une sélection de catégories de produits dans lesquelles nous sommes spécialisés;







## Équipe de direction

Riche d'une expérience professionnelle combinée de plus de 50 ans dans le monde entier, notre équipe apporte son expertise et sa passion pour la fabrication éthique au travail que nous accomplissons. Avant de rejoindre FUG, notre équipe a travaillé avec des marques internationales telles que Walmart, ASOS, GAP, George, M&S, Levi's et Tesco.

# Serwaa Davis

## Cofondatrice et directrice de la création

---



Elle apporte plus de 17 ans d'expérience dans les domaines de l'approvisionnement, du merchandising, de la production et des opérations de vente au détail. Sa passion pour la fabrication éthique l'a poussée à créer cette entreprise, à développer un modèle qui prouve que les salaires décents et la responsabilisation des ouvriers ne sont pas incompatibles avec des produits à prix compétitifs et avec les bénéfices.

Avant de créer FUG, elle a travaillé à la fois avec de grands détaillants tels que Walmart Royaume-Uni/Afrique du Sud et avec de petits fournisseurs artisanaux.

Chez FUG, elle est responsable de la conception créative de la collection.

# Afi Ameh

## Cofondatrice et directrice commerciale

---



La volonté d'Afi de créer un impact tangible par le biais des affaires l'a amenée, en 2016, à fonder FUG avec Serwaa. En tant que consultante en gestion formée par PWC, Afi s'est concentrée sur l'optimisation des processus, la restructuration organisationnelle et la stratégie de croissance pour des entreprises de plusieurs millions de dollars.

Avant la création de FUG, son travail dans le domaine du suivi et de l'évaluation pour des ONG internationales en Afrique de l'Ouest lui a permis de croire fermement au pouvoir de la création d'emplois pour les femmes.

L'idée de contribuer à la construction d'une industrie durable en Afrique de l'Ouest en libérant son potentiel pour en faire un centre manufacturier de classe mondiale l'enthousiasme.

# Emmanuel Harold

## Directeur financier

---



Emmanuel apporte plus de 12 ans d'expérience dans le domaine de la gestion financière. Il s'est spécialisé dans la comptabilité, l'audit, la conformité à la loi SOX, les opérations, les redressements d'entreprises et la réduction des coûts dans les secteurs de la banque, du pétrole, de la production, de la construction et des technologies de l'information en Afrique et en Europe.

Il est extrêmement doué pour améliorer les résultats financiers et développer les entreprises grâce à son expertise stratégique, tactique et financière/de reporting.



# Aniela Okonkwo

## Directrice de production

---



Aniela apporte plus de 10 ans d'expérience dans les domaines de la prévision de la mode, du développement de produits, de la production et du merchandising de détail pour une gestion de bout en bout de la chaîne d'approvisionnement.

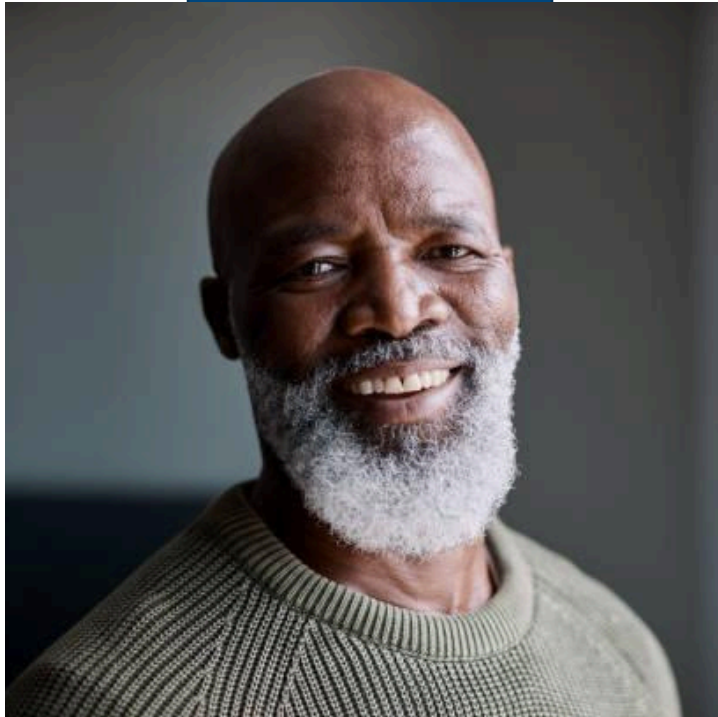
Elle est une professionnelle passionnée qui aime particulièrement travailler dans des environnements exigeants où tout va vite.

Chez FUG, elle est responsable de l'approvisionnement en matières premières et de la logistique.

# Nana Kwesi Antwi

## Directeur de merchandising

---

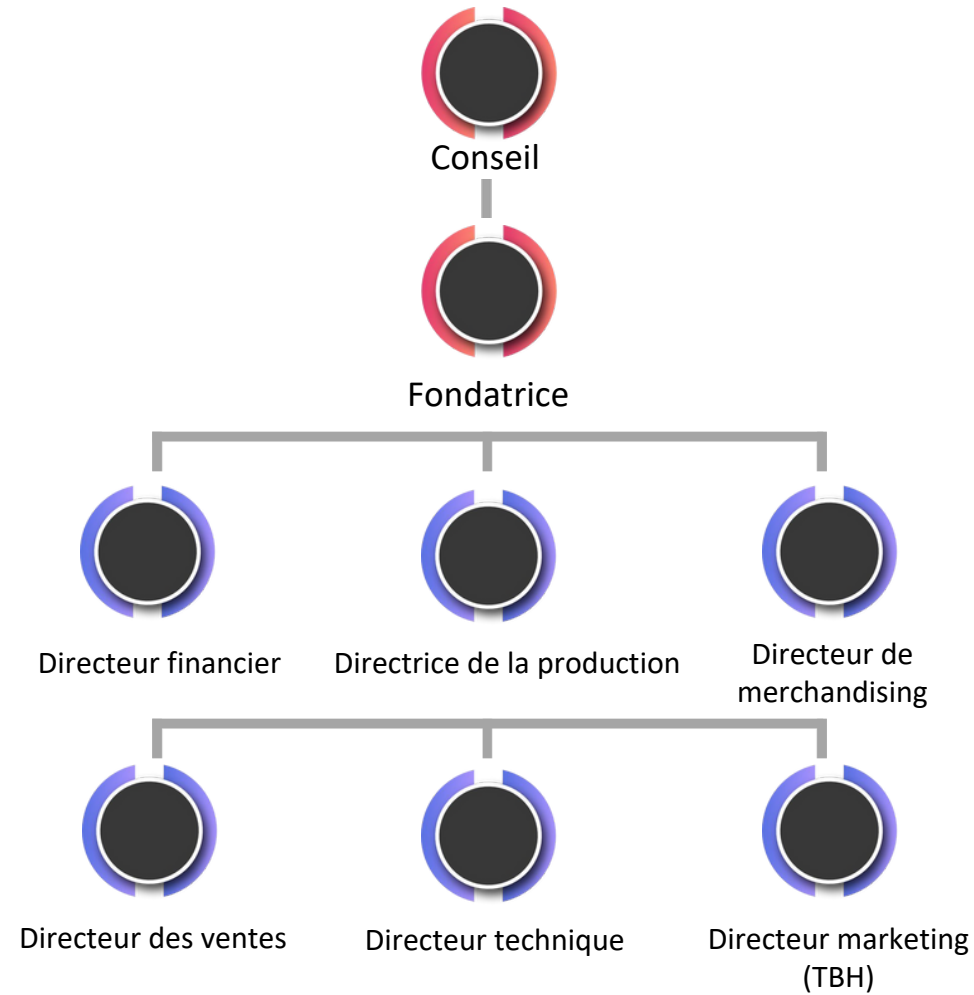


Nana Kwesi a travaillé dans l'industrie manufacturière en Inde et au Kenya, et a collaboré avec des marques telles que Gap et Old Navy. Il est axé sur le client et est un solutionneur de problèmes déterminé et créatif, toujours à la recherche de l'excellence.

Il se concentre sur l'approvisionnement et la gestion de la chaîne d'approvisionnement, en établissant des relations solides avec les marques et les usines.

S'il apprécie de travailler chez FUG, c'est en raison de notre mode de travail éthique et de l'accent mis sur la création d'emplois.

# Organigramme



***TBH - À embaucher après la levée de fonds***





# Points forts

- Connaissance approfondie des exigences du marché final en constante évolution, c'est-à-dire de la saisonnalité, des coûts, de la qualité, du volume, des livraisons, des styles et des délais
- Localisation intéressante avec une bonne route d'accès
- Reconnaissance internationale
- Réseau de distribution établi
- La mode en conscience

# Opportunités

- Augmentation de la productivité grâce à la formation
- Accès à une main-d'œuvre moins chère en Afrique subsaharienne par opposition à l'augmentation des salaires en Chine et en Asie du Sud-Est
- Accès aux marchés locaux et mondiaux inexploités de la mode, de l'habillement et des accessoires
- Attirer les acheteurs mondiaux pour accroître les exportations, en reproduisant les modèles qui ont fait leurs preuves en Afrique subsaharienne

# Problèmes

- Inadéquation des installations de production textile locales
- Pénurie de compétences et manque d'infrastructures de formation spécifiques à l'industrie
- Accès limité aux financements
- Insuffisance du nombre de fournisseurs locaux d'intrants
- Manque de soutien institutionnel et gouvernemental

# Menaces

- Accès limité à l'information, y compris aux tendances, aux acheteurs et aux données du marché
- Problèmes liés aux réglementations, comme les droits de douane et les taux de change
- Infrastructures médiocres - eau, déchets,





## VUE D'ENSEMBLE DU SECTEUR D'ACTIVITÉ

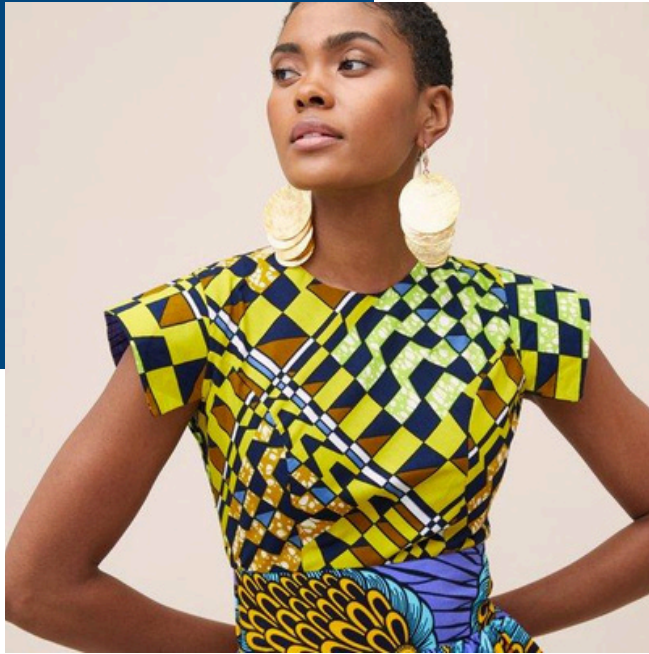
L'industrie de la mode devrait doubler au cours des 10 prochaines années, générant jusqu'à 5 000 milliards de dollars américains par an. Rien qu'au Royaume-Uni, 284 milliards de dollars américains sont dépensés chaque année dans le secteur de la vente au détail de produits de mode dans le cadre de l'achat de 19 milliards de vêtements. Cela offre une opportunité considérable pour l'Afrique à différents niveaux de la chaîne de valeur : de la conception à la production en passant par la commercialisation, l'industrie de la mode est une activité rentable.

Bien qu'elle en soit encore à ses balbutiements, l'industrie africaine de la mode a commencé à se développer. Cela est pour une grande part dû à l'intérêt croissant pour les traditions culturelles de l'Afrique, notamment ses teintes éclatantes et ses tissus colorés, tels que le wax et le coton teint imprimé, ainsi que pour la grande qualité de l'artisanat dans les cultures africaines. L'industrie et ses créateurs, tant sur le continent qu'à l'étranger, tirent parti de cette situation, les créations inspirées de l'Afrique étant désormais régulièrement présentées sur les podiums des défilés de mode à Paris, Londres et Milan.

# VUE D'ENSEMBLE DU SECTEUR D'ACTIVITÉ

En matière de mode africaine, la demande devrait encore être stimulée par l'augmentation de la classe moyenne urbaine du continent, ce qui ouvre la perspective d'une croissance durable pour l'industrie de la mode africaine. En Afrique, l'industrie de la mode et du textile se classe au deuxième rang après l'agriculture, avec une valeur de marché estimée à 31 milliards de dollars en 2020, qui augmente d'année en année. Au Ghana, les données montrent que chaque emploi dans le secteur de l'habillement génère 5 autres emplois auxiliaires.

L'Afrique ne représente actuellement que 1,9 % de la production mondiale. Il est urgent que l'Afrique s'industrialise rapidement et ajoute de la valeur à tout ce qu'elle produit, au lieu d'exporter des matières premières qui la rendent vulnérable à la volatilité des cours mondiaux. L'industrie de la mode en est un exemple. Plutôt que d'exporter du coton brut, l'Afrique doit se hisser au sommet de la chaîne de valeur mondiale et produire des vêtements destinés à la classe croissante des consommateurs africains et mondiaux.





# Exemples de réussite dans le secteur de l'habillement en Afrique subsaharienne

## Île Maurice



- Avec 761,3 millions de dollars américains d'exportations de vêtements, l'île Maurice est le premier pays africain à fabriquer et à vendre des vêtements à l'étranger.
- En 2012, les exportations vers l'Europe représentaient 48 %, vers les États-Unis 18 %, vers l'Afrique du Sud 24 % et vers les autres pays 11 %.
- Il y a plus de 170 usines de confection
- Les emplois dans le secteur du textile, des vêtements et des accessoires (TA&A) représentent 66 % de l'ensemble des emplois de fabrication

## Madagascar



- Au milieu des années 2000, les produits de l'habillement représentaient plus de 50 % des exportations de marchandises et l'industrie de la confection employait plus de 100 000 personnes.
- Il y a plus de 70 usines de l'industrie de l'habillement.
- Bien que l'industrie ait subi des chocs préjudiciables dans les années 2000, la croissance des exportations de vêtements ne s'est pas effondrée.

## Lesotho



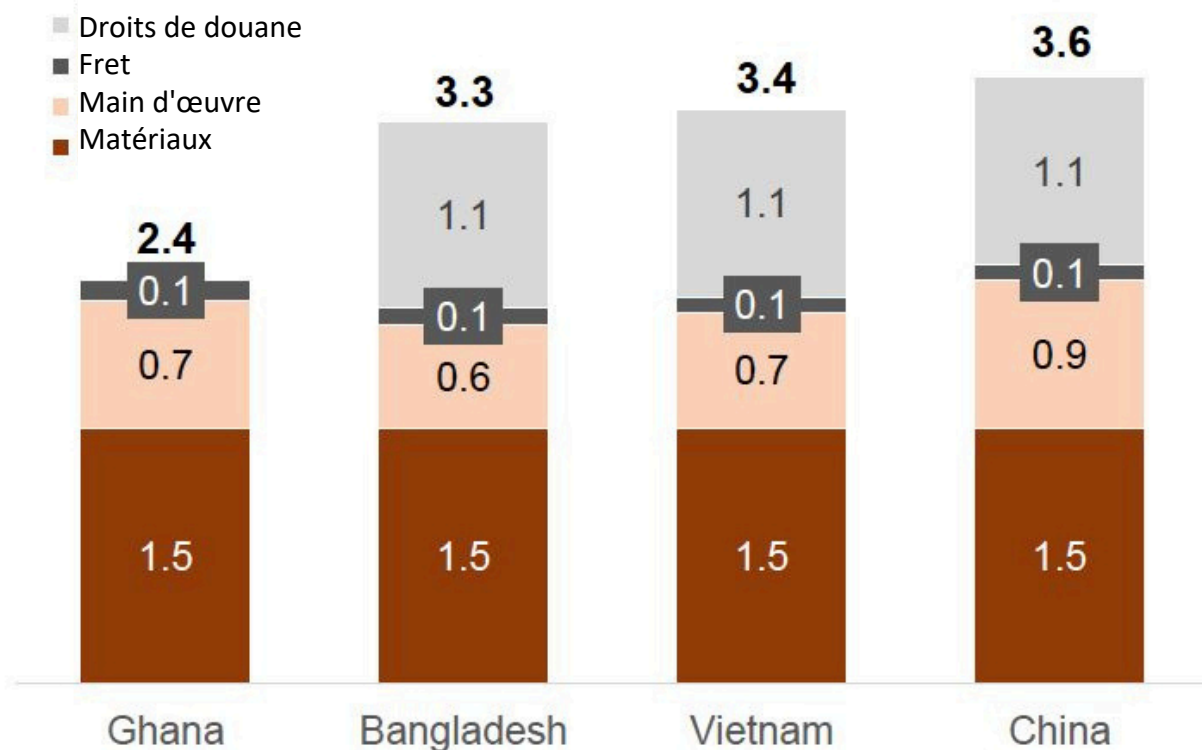
- L'habillement représente 60 % des exportations totales et 80 % de la main-d'œuvre manufacturière du Lesotho.
- Le nombre d'entreprises est passé de 21 en 1999 à 43 aujourd'hui.
- Jusqu'en 2005, le secteur était fortement tributaire des États-Unis ; depuis lors, il dépend essentiellement de l'Afrique du Sud.
- 20 % des salariés (principalement des femmes) travaillent dans l'industrie de l'habillement.

## Éthiopie



- L'industrie éthiopienne du textile et de l'habillement a connu une croissance moyenne de 51 % au cours des 5 à 6 dernières années.
- La moitié des entreprises éthiopiennes de textile et d'habillement sont des PME comptant entre 500 et 1 000 salariés.
- L'Éthiopie compte 2,6 millions d'hectares adaptés à la culture du coton. Actuellement, seuls 5 à 6 % de cette capacité sont cultivés.

## Coût unitaire moyen des vêtements importés aux États-Unis (USD/unité)



## Paysage concurrentiel

### Compétitivité des coûts de FUG par rapport aux exportateurs asiatiques

En vertu de la Loi sur la croissance et les possibilités économiques en Afrique (« AGOA »), pour African Growth & Opportunity Act) et de l'Accord de partenariat économique (« APE »), FUG bénéficie d'un accès en franchise de droits aux marchés américain et européen.

Les exportateurs asiatiques paient jusqu'à 32 % de droits de douane sur les exportations vers le marché américain. Ainsi, malgré des coûts de main-d'œuvre légèrement plus élevés qu'au Bangladesh et au Vietnam, FUG est une option plus compétitive pour les acheteurs européens et américains.

Le Ghana offre un environnement favorable à la production de vêtements par rapport à l'Asie. Les principaux points forts sont présentés ici sous forme de tableau ;

|    |   |   |
|----|---|---|
| 1. | ACCORDS COMMERCIAUX AVANTAGEUX                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Accès au marché européen en franchise de droits en vertu de la loi AGOA = avantage de 15 à 32 %</li><li>• Accès au marché européen en franchise de droits = avantage à hauteur de 12 %</li></ul>  |
| 2. | RAPIDITÉ DE MISE SUR LE MARCHÉ                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Délai d'expédition de 15 à 20 jours pour l'UE et de 15 à 30 jours pour les États-Unis, avec des horaires d'expédition quotidiens.</li><li>• Accès rapide aux principaux ports (à moins de 50 km des usines)</li></ul>   |
| 3. | FAIBLE COÛT DE LA VIE ET DISPONIBILITÉ DE LA MAIN-D'ŒUVRE | <ul style="list-style-type: none"><li>• Coût de la vie relativement bas par rapport à celui constaté en Asie : salaire de subsistance de 150 \$ par mois et salaire minimum de 57 \$ au Ghana (source : Trading economics, WageIndicator).</li><li>• Forte disponibilité de la main-d'œuvre : l'Afrique dispose d'une main-d'œuvre qui connaît la croissance la plus rapide au monde, avec une population qui devrait doubler pour atteindre 2 milliards de personnes d'ici à 2050.</li></ul> |
| 4. | POTENTIEL DE MATIÈRES PREMIÈRES                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• 6e plus grande région productrice de coton au monde (4 fois plus de coton qu'en Afrique de l'Est)</li><li>• La région produit du coton conventionnel, durable et biologique</li><li>• Actuellement, le coton est exporté à 95 % sous sa forme brute ; possibilité d'investir dans la filature et le tissage/le tricotage pour combler le fossé dans la chaîne de valeur</li></ul>   |
| 5. | DÉMARCHE ÉTHIQUE  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Informés et engagés, et avec un état d'esprit axé avant tout sur les personnes, les propriétaires d'usines s'engagent à responsabiliser leurs salariés</li><li>• Le gouvernement et les agences de développement (USAID, GIZ, FCDO) soutiennent les usines afin qu'elles atteignent la conformité et aillent au-delà</li></ul>  |
| 6. | LONGÉVITÉ   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Le Ghana bénéficie d'une longue tradition de stabilité politique et économique</li><li>• Énorme potentiel d'accroissement de la valeur au fil du temps grâce à des gains en termes d'efficacité, d'intégration verticale et d'énergies renouvelables</li><li>• En Afrique de l'Ouest, la classe moyenne en plein essor constitue un nouveau marché potentiel de consommation</li></ul>  |









## Modèle d'entreprise, stratégie et plan de croissance

Pour la fabrication de gros volumes, nous offrons un service transparent, depuis l'échantillonnage et le développement du produit jusqu'à l'exportation finale. Notre offre de services intégrés comprend le développement de la conception, la fabrication, le contrôle de la qualité et la logistique à des prix compétitifs à l'échelle mondiale.

### 1. Approvisionnement en matières premières

Nous procurer au moins 80 % de nos intrants sur le continent

### 2. Élaboration de modèles et d'échantillons pour approbation

Assurer la satisfaction du client et de l'usine

### 3. Production

Notre objectif est de l'obtenir dès le premier essai

### 4. Contrôle qualité

Effectuer des contrôles en ligne et en fin de ligne tout au long de chaque cycle de production

### 5. Logistique de sortie

Sur une base de franco à bord (FOB) et aider nos clients à obtenir des avantages en franchise de droits.



1

Marketing numérique -  
rémunéré, influenceurs,  
optimisation pour les  
moteurs de recherche (SEO)

2

Marketing événementiel -  
défilés de mode, boutiques  
éphémères, lancement en  
magasin, parrainages

Stratégie  
de mise  
sur le  
marché

3

Marketing de  
recommandation -  
récompenses de fidélité

4

Co-marketing

# Clientèle du pipeline :



Chiffre d'affaires  
>400 millions de  
dollars US :

FUG développe actuellement des échantillons pour des pièces imprimées pour Baukjen, dont la valeur de commande annuelle s'élève à environ 1 million de dollars US



Points de vente  
>100 :

FUG attend l'approbation des échantillons envoyés.



Chiffre d'affaires  
>50 millions USD

L'équipe de qualité et de contrôle de Hobbs a programmé une visite de l'usine FUG et prévoit de lancer la production commerciale d'ici le trimestre 4



Popularité parmi  
les jeunes :

FUG est en discussion avec Hush au sujet des opportunités dans leurs catégories principales



Supérieur à 40 millions de dollars US, le chiffre d'affaires actuel devrait atteindre 250 millions de dollars US d'ici 3 ans :

FUG commencera la production de Mint Velvet au 1er trimestre 2023 et prévoit de générer plus de 200 000 dollars US, puis 500 000 dollars US d'ici 2024



# Plan de croissance

FUG a stratégiquement échelonné ses plans de croissance et de développement dans le respect de la mission et de la vision de l'entreprise.

**Court terme (1 à 2 ans)**

**Moyen terme (3 à 5 ans)**

**Long terme (plus de 5 ans)**

# Court terme (1 à 2 ans)

Obtenir un ou plusieurs partenaires stratégiques à long terme pour soutenir la recapitalisation et la croissance des fonds

Obtenir un partenaire de financement du commerce à long terme

Investir dans la chaîne d'approvisionnement et les systèmes de gestion des stocks pour faciliter l'évolution

Embaucher et former de nouveaux ouvriers pour remplir la surface de l'usine et mettre en place une 2e équipe horaire quotidienne

Signature d'un accord de fournisseur privilégié avec la clientèle du pipeline

Commence and grow commercial production for new customers secured

Lancer et développer la production commerciale pour de nouveaux clients assurés

Lancer une plateforme de commerce en ligne B2C pour servir directement les consommateurs



# Moyen terme (3 à 5 ans)

Réinvestir les flux de trésorerie d'exploitation dans le recrutement et la formation de nouveaux employés, les fonds de roulement et le soutien à l'équipe de direction

Atteindre la pleine capacité de production de l'usine existante : 18 lignes fonctionnant en deux équipes horaires quotidiennes

Commencer la planification et le développement d'une nouvelle extension de l'usine et l'intégration en amont dans la fabrication locale de tissus/la filature

Lancer des opérations de distribution au détail aux États-Unis

Obtenir de nouveaux clients pour diversifier davantage la base de la demande et réduire le risque de concentration

# Long terme (plus de 5 ans)

Établissement d'une nouvelle extension de l'usine par le biais d'un bail à long terme conclu avec un partenaire immobilier industriel afin d'atteindre une superficie de plus de 9 000 m<sup>2</sup>

Obtenir un financement de projet pour la construction d'une usine de tissu locale et d'une filature pour la production nationale de matières premières

Promouvoir des produits exclusifs respectueux de l'environnement



# IMPACT SOCIAL



## Emplois, formation et soins de santé pour les femmes

Plus de 80 % des employés de FUG sont des femmes, dont la plupart étaient au chômage avant de rejoindre l'entreprise. Elles bénéficient de prestations familiales de santé et d'un développement professionnel continu.



## Garde d'enfants

Fournir une garde d'enfants ad hoc et un repas chaud gratuit lorsque les enfants viennent à l'usine pendant les vacances scolaires, mais nous cherchons à formaliser cela en une véritable garderie pour les jeunes enfants.



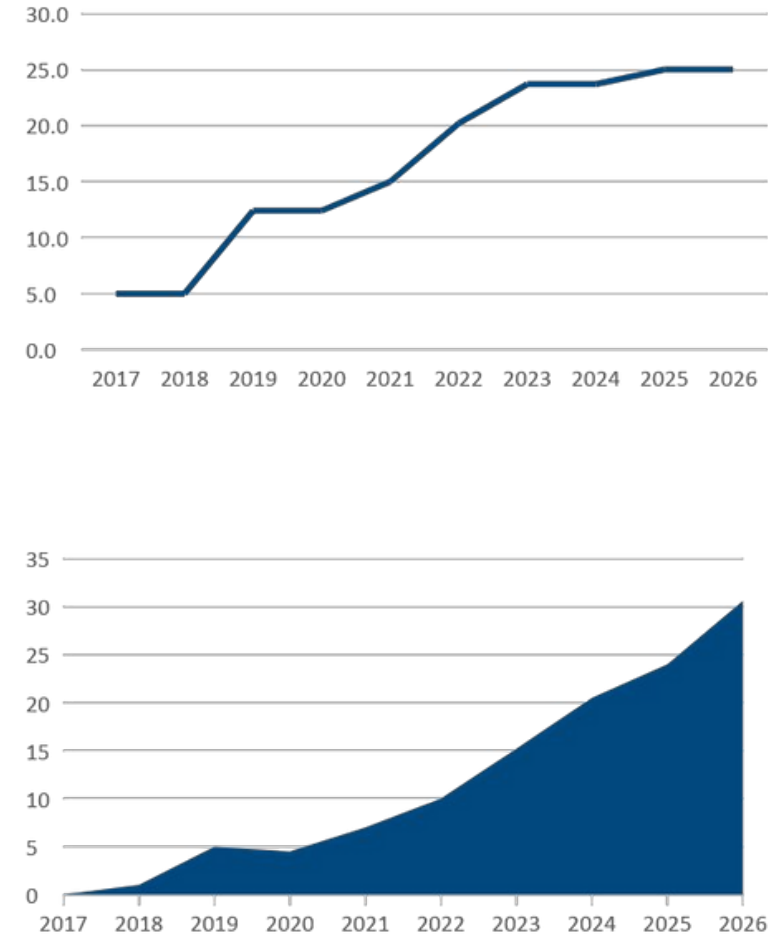
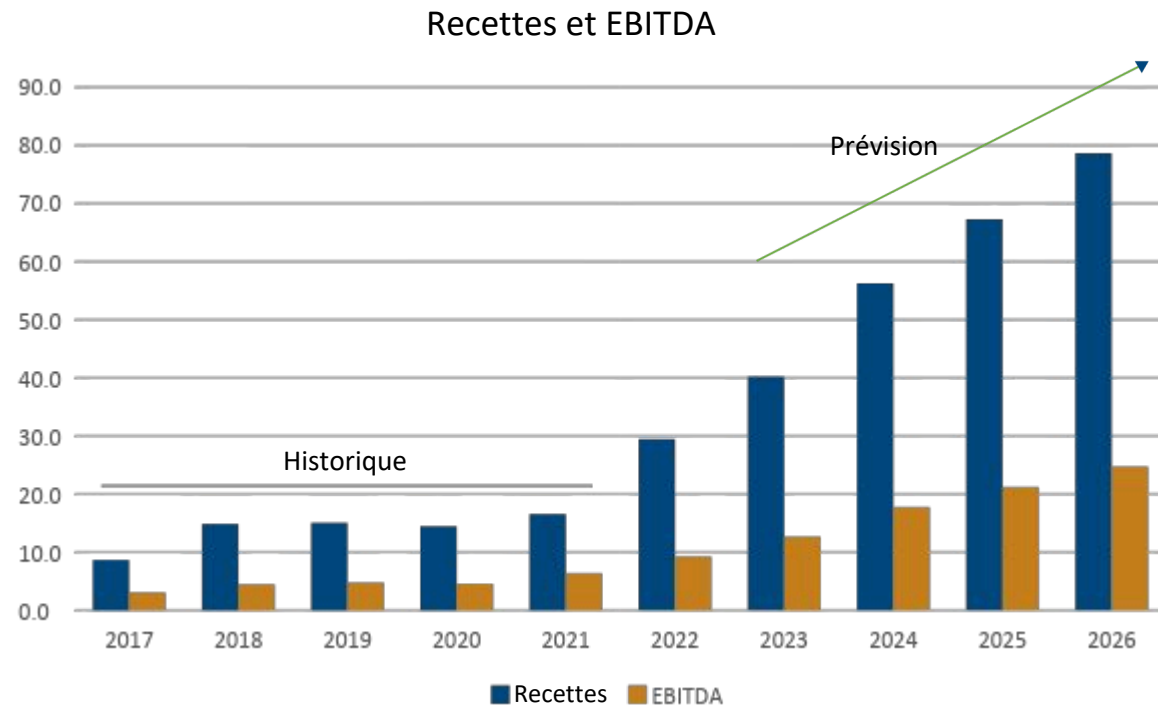
## Impact environnemental

Investir dans des méthodes de production moins gourmandes en eau et dans des moyens de réduire la quantité de produits chimiques utilisés dans la production. De même, prendre des mesures pour n'utiliser que des teintures naturelles, dont l'impact sur l'environnement est beaucoup plus faible.





# Entreprise établie avec une forte rentabilité unitaire et des antécédents prouvés



Entre 2017 et 2021, l'entreprise a enregistré une forte croissance - 17,5 % pour le taux de croissance annuel composé (CAGR) des recettes et 19,87 % pour le CAGR de l'EBITDA - et elle est prête à poursuivre sa croissance au cours des quatre prochaines années - 27,8 % pour le CAGR des recettes et 32,7 % pour le CAGR de l'EBITDA (2021-2026).

Rentabilité unitaire et marges bénéficiaires solides par rapport aux moyennes de l'industrie. FUG est restée rentable avec des marges importantes : marge brute moyenne de 53 %, marge EBITDA de 33 % et marge bénéficiaire nette de 22 %.

Les prévisions de recettes de FUG sont prudentes. Elles sont fondées sur les bons de commande et les directives écrites de ses principaux clients. Il y a un potentiel de commandes supplémentaires de la part d'autres clients que l'entreprise est en train de mobiliser.

Les activités de l'entreprise FUG sont très évolutives : son usine existante a la capacité de multiplier la production par 2 sans investissements importants, ce qui permettrait d'augmenter considérablement les recettes et l'EBITDA.



# PLAN DE FINANCEMENT PROPOSÉ

FUG est à la recherche d'un investissement de 10 millions de dollars US sous forme d'une obligation convertible avec des caractéristiques similaires à celles de la dette et du capital.

Le nouvel investissement servirait au remboursement des prêts bancaires à court terme en cours de l'entreprise afin de libérer les flux de trésorerie d'exploitation en vue d'un réinvestissement.

Par ailleurs, l'investissement financerait des investissements dans le fonds de roulement, le recrutement et la formation du personnel, la chaîne d'approvisionnement et les systèmes d'inventaire, ainsi que le soutien du siège social, nécessaires à la réalisation des plans de croissance de l'entreprise.

L'entreprise est en pourparlers avec plusieurs partenaires potentiels pour soutenir l'expansion à court terme de ses lignes de crédit commercial, y compris avec Afreximbank et plusieurs fonds de financement spécialisés dans le commerce.





US\$m

10,00

---

**10,00**

## Utilisation des fonds:

Éliminer la dette à court terme 3,0

Chaîne d'approvisionnement et investissements de soutien 3,5

Embauche et formation de nouveaux employés 1,5

Fonds de roulement 2,0

**Total**

---

**10,00**



## Les modalités supposées de l'obligation convertible sont les suivantes :

|                          |                                     |
|--------------------------|-------------------------------------|
| Montant :                | 10,0 millions USD                   |
| Intérêt :                | 10,0 % par an                       |
| Année de conversion :    | 2025 (3 ans)                        |
| Remise de conversion :   | 25%                                 |
| Multiple de conversion : | 6,0x EBITDA (valeur passée)         |
| Année de sortie :        | 2027 (5 ans)                        |
| Multiple de sortie :     | 6,0x EBITDA (valeur prévisionnelle) |

Si l'entreprise atteint ses objectifs de croissance de base, les investisseurs en obligations convertibles recevront un TRI de 30 % et un multiple de trésorerie de 3 fois dans 5 ans.

Pour l'investissement, les priorités des fondateurs sont les suivantes:

1. Alignement sur la vision et les valeurs à long terme avec le ou les nouveaux investisseurs, qui, dans l'idéal, contribueront à la croissance de l'entreprise.
2. Capacité à conserver le contrôle des opérations et de l'orientation stratégique de l'entreprise, en consultation avec le ou les nouveaux investisseurs.
3. Reconnaissance équitable par le ou les investisseurs de la valeur de leur plateforme établie et de la croissance future qu'elle peut engendrer.

# Point fort de l'investissement



## Opportunité du marché

La taille du marché britannique de l'habillement devrait atteindre plus de 390 milliards de dollars américains en 2025. Actuellement, la majeure partie de la production est réalisée en Chine et dans d'autres pays asiatiques, l'Afrique devenant progressivement le choix privilégié en raison d'une main-d'œuvre adéquate et abordable, ainsi que de la proximité de l'UE et des États-Unis.

## Plateforme établie

FUG a mis en place une plate-forme commerciale solide : 4 000 m<sup>2</sup> d'espace industriel garanti par un bail à long terme, exonération fiscale en tant qu'entreprise de la zone franche, exportation en franchise de droits avec accès au Royaume-Uni et à l'Union européenne.





## **Capacité à doubler la production**

L'usine actuelle de Tema a la capacité de tripler la production à mesure que FUG augmente et diversifie sa clientèle. Grâce à la sécurité de l'emploi, à la formation et à l'impact qu'elle a sur ses employés actuels, FUG sera en mesure de s'assurer les services d'employés dûment qualifiés au fur et à mesure de son expansion.

## **Équipe expérimentée**

L'équipe de direction de FUG totalise 50 ans d'expérience dans l'industrie de l'habillement en Afrique, avec une moyenne de 10 ans d'expérience pertinente en tant que dirigeants.



## **Potentiel d'impact considérable**

FUG a mis en œuvre sa propre norme de développement durable - « La mode en conscience » - afin de favoriser le changement social dans les communautés moins développées dans lesquelles elle opère. L'objectif est de dépasser les normes de travail et les normes environnementales typiques de l'industrie et de créer une entreprise durable qui offrira des possibilités d'emploi et un potentiel de croissance à une main-d'œuvre qui, autrement, serait au chômage.



Fashion Unlimited Ghana  
P.O. Box 4398  
East Airport, Ghana

[www.fashionunlimited.com](http://www.fashionunlimited.com)