



Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion

**CESAG EXECUTIVE  
EDUCATION**

**(CEE)**

**MBA-Gestion des projets**

**(MBA-GP)**

**Promotion 14 (2014-2015)**

**Projet Professionnel pour l'obtention du  
diplôme de MBA en Gestion des projets**

**THEME : PROJET DE CREATION D'UNE ENTREPRISE  
D'ELEVAGE DE POULES PONDEUSES A KOUNDOUL AU  
TCHAD**

**Présenté par :**

**SARIA Mogueldé**

**Encadré par :**

**M. Papa Seyni THIAM**

**Professeur Associé au CESAG**

**Septembre 2015**

## **DEDICACE**

Je dédie ce travail à la mémoire de mon père KOURAHINGALAOU MOGUELDE et de ma mère MEMNDEUR BERTHE.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens à remercier vivement :

- le Directeur Général du CESAG, le Prof. Boubacar BAIDARI ;
- le Chef du Département CESAG Exécutive Education, Dr Bertin CHABI et tous ses collaborateurs ;
- tout le personnel et le corps professoral du CESAG qui ont donné le meilleur d'eux-mêmes pour parfaire notre formation ;
- mon encadreur, Monsieur Papa Seyni THIAM ;
- le responsable de suivi-évaluation de Massakory, Monsieur Karyom Caleb ;
- tous mes collègues du Ministère de l'Elevage ;
- tous mes parents qui m'ont soutenu pendant ma formation et en particulier à :
  - Tamaye Claudine ;
  - Gossoel Emelie ;
  - Allaramadji Mogueuldé ;
  - Remadji Mogueuldé Clarisse ;
  - Mogueuldé Elena ;
- mon ami Mangoro Konaté et sa famille ;
- mes oncles, Beade Dionria et Dr Benadji Emmanuel ;
- tous mes camarades de la 14<sup>ème</sup> promotion, MBA Gestion des Projets ;
- tous mes informateurs et ceux qui de près ou de loin, ont contribué à la rédaction de ce Projet Professionnel.

## **LISTE DES SIGLES ET ABBREVIATIONS**

**AFD**: Analyse Financière Détaillée

**AFITEP**: Association Française des Ingénieurs et Techniciens d'Estimation, de Planification et de Projets

**AFNOR**: Association Française de Normalisation

**AFS**: Analyse Financière Sommaire

**CNFZV** : Centre National de Formation Zootechnique et Vétérinaire

**CPDE** : Coopérative des Professionnels pour le Développement de l'Élevage

**DPPIA** : Direction des Productions et de Promotion des Industries Animales

**DRCI** : Délai de Récupération du capital investi

**EFF**: Echancier des Flux Financiers

**FAO** : Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture

**FDR** : Fond de Roulement

**HEC-TCHAD** : Haute Etude Economique, Comptable, Commerciale et Communication du Tchad

**INSEED** : Institut National de la Statistique, des Etudes Economiques et Démographiques

**ISSED** : Institut Supérieur des Sciences de l'Education

**MCC**: Millennium Challenge Corporation

**PIB** : Produit Intérieur Brut

**PNDE** : Plan National de Développement de l'Élevage

**PNSA** : Programme National de Sécurité Alimentaire

**PNUD** : Programme des Nations Unies pour le Développement

**RGPH** : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

**ROI** : Retour sur Investissement

**RUMI** : Rendement de l'Unité Monétaire Investie

**SDEA** : Schéma Directeur de l'Eau et de l'Assainissement

**SNRP** : Stratégie Nationale de Réduction de la Pauvreté

**TRI** : Taux de Rentabilité Interne

**VAN**: Valeur Actuelle Nette

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **LISTE DES TABLEAUX**

Tableaux.....	Pages
Tableau 1: Classification des projets selon la taille.....	10
Tableau 2: les indicateurs de la variable explicative.....	24
Tableau 3: Offre nationale des œufs.....	32
Tableau 4: estimation de la demande des œufs.....	33
Tableau 5: Quantité et prix des équipements techniques.....	38
Tableau 6: Quantité et prix du matériel et mobilier de bureau.....	39
Tableau 7: Autres dépenses d'exploitation.....	40
Tableau 8: Détail des salaires.....	40
Tableau 9: Rôles et profils du personnel.....	43
Tableau 10: Planning des activités.....	53
Tableau 11: ECHEANCIER DES FLUX FINANCIER.....	iii
Tableau 12: TABLEAU DES AMORTISSEMENTS.....	vi
Tableau 13: AMORTISSEMENT DE L'EMPRUNT.....	vii
Tableau 14: COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL.....	viii
Tableau 15: EQUILIBRE DE RESSOURCES ET EMPLOIS DE FONDS.....	ix
Tableau 16: CALCULS DE RENTABILITE.....	x

## **LISTE DES FIGURES**

Figure N°1 : place de l'étude de marché dans le processus de création d'entreprise.....	15
Figure N°2 : Schéma technique de production.....	34
Figure N°3 : Organigramme de l'entreprise.....	41

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **SOMMAIRE**

Dédicace.....	I
Remerciements.....	II
Liste des sigles et abréviations.....	III
Liste des tableaux.....	V
Liste des figures.....	VI
Introduction Générale.....	1
PREMIERE PARTIE : Présentation du projet et étude du marché.....	8
Chapitre 1 : Présentation du projet et méthodes de collecte des données.....	8
Chapitre 2 : Présentation du projet et étude de marché.....	28
DEUXIEME PARTIE : Etude de Faisabilité du projet.....	35
Chapitre 3 : Plan opérationnel du projet.....	35
Chapitre 4 : Résultats attendus, perspectives et planning des activités.....	52
Conclusion générale.....	55
Bibliographie.....	56
Annexes.....	i
Table des matières.....	xviii



## RESUME DU PROJET

<b>FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET</b>	
Intitulé du projet	Projet de création d'une entreprise d'élevage des poules pondeuses
Forme juridique	Société Anonyme au Capital de 10 000 000 FCFA
Localisation	Koundoul-Tchad
Promoteurs	1- Saria Mogueldé
	2- Karyom Caleb
	3- Tamaye Claudine
Dépenses d'investissement	40 963 500 FCFA
Dépenses de Fonctionnement (année croisière)	29 855 000 FCFA
Modalités de financement	Apport des promoteurs (60%) : 33 444 100 FCFA
	Emprunt (40%) : 22 296 067 FCFA
Taux de rentabilité du projet	86%
Nombre d'emplois créés	15

## ABSTRACT

<b>SYNOPTIC SHEET</b>	
Titled	Creation of a firm specialised in farm of laying hen
Legal status	Public Limited company with 10 000 000 CFA Capital
Localization	Koundoul-Chad
Promoters	1- Saria Mogueldé
	2- Karyom Caleb
	3- Tamaye Claudine
Outlay (investment)	40 963 500 CFA
Operating costs (cruising year)	29 855 000 CFA
Financing mode	Promoters share (60%) : 33 444 100 CFA
	Loan (40%) : 22 296 067 CFA
Profitability rate of the project	86%
Number of created jobs	15

**INTRODUCTION GENERALE**

Les ressources animales font partie des biens les plus précieux et les plus importants du point de vue stratégique dont sont dotés les pays en voie de développement. Dans la plupart de ces pays, les ressources animales contribuent de manière très sensible à la production alimentaire et donc à la satisfaction des besoins humains.

Le Tchad, pays de transition entre les zones saharienne et soudanienne, totalement enclavé avec sa capitale N'Djaména, situé à environ 1700 km du port le plus proche (Douala au Cameroun) a décidé de faire de l'élevage le moteur de son économie à travers plusieurs politiques et programmes afin de faire face à une situation d'insécurité alimentaire de plus en plus préoccupante. Pour ce faire, le gouvernement a élaboré et adopté plusieurs documents de stratégies et politiques sectorielles sur le plan national, régional et sous-régional dont nous citerons en exemples :

- La stratégie nationale de croissance et de réduction de la pauvreté (SNRP 1 et 2, 2003-2011) qui fixe comme objectif principal au secteur agricole « l'accroissement durable du volume de production dans un environnement préservé et le renforcement des capacités du secteur rural pour relever le niveau de vie de la population et l'emploi » ;
- Le programme national de sécurité alimentaire (PNISA, 2006-2015) dont l'objectif est de contribuer à éradiquer la faim et combattre l'insécurité alimentaire à l'échelle nationale ;
- Le schéma directeur de l'eau et de l'assainissement (SDEA 2003-2020) qui définit les priorités pour valoriser durablement les ressources en eau.
- Le plan de développement de l'élevage (PNDE 2009-2016) qui vise l'augmentation durable de la production animale et des revenus des éleveurs, afin d'améliorer et d'accroître la contribution du secteur de l'élevage à la croissance de l'économie nationale, à la réduction de la pauvreté et à l'insécurité alimentaire.

Bien que fortement enclavé, le pays est traversé par deux grands fleuves (le Chari et le Logone) qui se déversent au Lac-Tchad faisant ainsi du Tchad un pays agro-pastoral par excellence. Le pays dispose de 39 millions d'hectares de terres cultivables, dont 5,6 millions irrigables et du cheptel le plus important de la sous-région Afrique Centrale avec environ 15,6 millions de têtes, dont 7 millions de bovins, 7,4 millions d'ovins et caprins et 1,2 millions de camelins.

L'élevage est un secteur vital qui contribue de manière très appréciable à l'économie nationale (18% du PIB). Il occupe 40% de la population tchadienne et joue un rôle important pour l'amélioration de la sécurité alimentaire. A titre illustratif, dans le domaine de la

commercialisation du bétail pour l'exportation, le flux des produits est estimé à 110 milliards de FCFA.

Notons qu'au Tchad, le potentiel d'accroissement de la productivité de la production animale est non négligeable. Cependant, les filières élevage à cycle court (lapin, volaille, etc...) sont très peu développées, avec un cheptel aviaire estimé à 47,9 millions de têtes toutes espèces confondues et pour la majorité en élevage familial ou de basse-cour.

La réalisation de notre projet de création d'entreprise d'élevage de poules pondeuses entre dans la politique du gouvernement et contribuera à développer ce sous-secteur important pour l'économie du pays mais qui est dans un état embryonnaire.

## **1. Contexte du projet**

### **1.1 Contexte mondial**

Le secteur avicole dans le monde a connu dès les années 60 un développement fulgurant entraînant une diminution progressive des prix à la faveur de la maîtrise des conditions techniques et sanitaires de production et des avancées technologiques.

Durant la période 1970-1999, la production avicole globale a augmenté à un taux moyen de 5,2% et de 4% pour l'an 2000.

La demande mondiale moyenne de poulets par personne s'est accrue de 5,7 kg /an en 1980 à 9,04Kg en 1999. Durant la même période, cette demande est passée de 2,19Kg à 5,98Kg dans les pays en voie de développement.

Concernant les œufs de consommation, chaque année dans le monde, 31700 œufs sont consommés par seconde, soit 1000 milliards d'œufs/an avec une moyenne de 145 œufs/habitant/an (FAO, 2005).

Selon la même source, la production d'œufs de poules dans le monde a atteint 63,6 millions de tonnes en 2010. Cette production se montre dynamique avec une croissance moyenne de 2,2%. C'est dans les pays en voie de développement que la hausse de la consommation des œufs par personne a été la plus importante (de 50 à 130 unités/personne entre 1980 et 1999)

La Chine, premier producteur mondial, représente à elle seule 37% de la production mondiale, suivie de l'Union Européenne (10%), des Etats Unis, de l'Inde et du Japon.

Sur le plan commercial, le marché des produits avicoles est en croissance. Historiquement, la volaille était classée comme denrées non échangeable. Mais depuis 1980, le commerce mondial de volailles s'est développé à un rythme de 8% par an et à 9,5% depuis 1990. Les investissements dans le stockage et dans la capacité de transport ont élargi les possibilités de commerce. Cependant, les barrières douanières sous forme d'interdiction d'importation, les tarifs douaniers prohibitifs et les restrictions sanitaires ont quelque peu entravé la fluidité du commerce international.

De nos jours, le premier facteur qui affecte la capacité d'un pays à exporter des produits avicoles est son respect des réglementations sanitaires du pays importateur. Par ailleurs, quatre pays fournissent 90% des exportations mondiales de viande de volaille : les USA (36%), le Brésil (31%), UE (15%) et la Thaïlande (8%).

De manière spécifique, le marché mondial des œufs est différent de celui du poulet parce que les parts de marché détenues par les pays en voie de développement sont limitées. La production dans ces pays est restée dans la majorité des cas orientée vers la satisfaction des besoins du marché local.

## **1.2 Contexte sous régional**

Au niveau sous régional, les pays de l'Afrique de l'Ouest et du Centre renferment 2,5% du cheptel mondial et contribuent pour moins de 2% à la production mondiale d'œufs et de viande de volaille. La filière avicole reste encore embryonnaire dans de nombreux pays avec généralement une exploitation traditionnelle de la volaille. Cependant, dans les pays voisins du Tchad comme le Cameroun et le Nigeria, il se développe depuis plus d'une décennie, une aviculture moderne tournée vers le marché urbain qui s'accroît de façon régulière. Malgré cette croissance de la filière moderne, les importations de la volaille augmentent depuis 1999 de près de 20% chaque année, mettant en péril les filières avicoles locales.

## **1.3 Contexte national**

Le Tchad est un pays continental situé au cœur de l'Afrique. Il est entouré par le Cameroun, le Nigeria et le Niger à l'Ouest, la RCA au Sud, le Soudan à l'Est et la Lybie au Nord. Sa superficie est de 1 284 000 km<sup>2</sup> et sa population totale est de 11.880.614 (INSEED, 2013) avec un taux de croissance de 3,6% par an. La densité de la population est passée de 4,9 habitants au km<sup>2</sup> en 1993 à 9,3 en 2013.

L'exploitation des ressources pétrolières a provoqué une très forte croissance du produit intérieur brut (PIB) depuis 2004 qui s'établissait à 600 USD/personne en 2010 d'après la Banque Mondiale, contre 164 USD en 2000. Toutefois, le pays demeure toujours classé dans le groupe des pays à faible développement humain (183<sup>ème</sup> rang sur 187 pays) selon le rapport 2011 du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD).

L'agriculture et l'élevage contribuent en moyenne pour 40% à la formation du PIB. Les produits végétaux et animaux fournissaient avant l'exploitation du pétrole en 2004 près de 100% des recettes d'exportation.

Le secteur agricole contribue pour 21% du PIB et emploie près de 80% de la population active. La production animale quant à elle représente 18% du PIB et 40% des exportations. L'élevage joue un rôle social et économique important pour environ 40% de la population.

Avec l'exploitation du pétrole qui a vu le nombre de la population augmenté, l'élevage traditionnel des volailles n'arrive pas à répondre à une demande de plus en plus croissante en poulet de chair et œuf. Des unités de production de taille moyenne ont commencé à faire leurs apparitions autour des grandes villes. Mais ces unités de production sont dépendantes entièrement de l'extérieur tant en intrants vétérinaires qu'en matériels biologiques (rapport national sur les ressources zoogénétiques du Tchad, avril 2013).

Il convient de relever que la consommation d'œufs demeure très faible au Tchad où les œufs consommés proviennent principalement des pondeuses de fermes situées à l'extérieur du pays, notamment du Cameroun. Des estimations ponctuelles en 2005 ont été faites par la Direction des Productions et de la Promotion des Industries Animales (DPPIA). Le comptage journalier à l'entrée du pont reliant N'djaména à la ville frontalière de Kousséri (Cameroun), sur une durée d'une semaine a abouti à une moyenne de 40 000 œufs /jour entrant au Tchad depuis le Cameroun.

La moyenne de consommation est de 27 œufs/personne/an soit environ 1Kg/personne/an sur la base d'un poids moyen de 40g l'œuf. Pour la ville de N'Djaména, la consommation journalière a été estimée à 52 000 œufs (Mopaté, 2008).

Notre projet de création d'une entreprise d'élevage de poules pondeuses à Koundoul (localité située à 25 km de N'Djaména la capitale et considérée comme une zone périurbaine) s'inscrit dans ce contexte pour augmenter la production locale et contribuer à réduire les importations.

## 2. Problématique

N'Djaména, capitale de la République du Tchad est une ville qui abrite un grand nombre d'habitants. Mais c'est une ville qui consomme et ne produit pas. Elle importe des œufs, des produits laitiers, des boîtes de conserves, de la volaille congelée, etc.

Pourtant elle peut produire car les potentialités existent. La population est jeune et les terres cultivables sont disponibles mais le fait de ne pas produire localement a pour conséquence directe un nombre élevé de personnes au chômage et la cherté de la vie.

En termes d'opportunités, le secteur avicole au Tchad est dans un état embryonnaire. L'offre (composée de la production locale et des importations) est globalement en deçà de la demande. Avec la multiplication des hôtels, bars et restaurants d'un côté et la croissance démographique de l'autre, l'opportunité d'entreprendre cette activité s'avère nécessaire et intéressante.

Quant aux menaces, elles concernent essentiellement les maladies aviaires qui sont généralement très mortels si des précautions ne sont pas prises. C'est le cas de l'influenza aviaire hautement pathogène (H5N1).

Les forces du secteur se caractérisent par une maîtrise des maladies aviaires par les autorités sanitaires. Les quelques rares producteurs sont organisés en coopérative pour défendre leurs intérêts.

Les faiblesses du secteur se caractérisent par la difficulté d'approvisionnement en poussin d'un jour (il n'existe aucun couvoir dans tout le pays), en intrant et l'insuffisance des compétences techniques des exploitants.

Malgré les menaces et faiblesses, le secteur avicole, s'il est bien soutenu peut contribuer de manière significative à la réduction de la pauvreté et au développement socio-économique du pays.

La spécificité de notre projet réside dans sa qualité de gestion qui sera assurée par le promoteur lui-même disposant des compétences managériales (formation en gestion au CESAG) et techniques (ingénieur en élevage), ce qui constitue un facteur clé de succès.

Notre projet est aussi en harmonie avec la politique du gouvernement de la République du Tchad qui dans sa vision 2025 de faire du Tchad un pays émergent, accorde une attention particulière aux initiatives privées créatrices de valeur ajoutée et d'emplois (surtout dans le domaine de l'agriculture et de l'élevage).



Ainsi la mise place du projet dans ce contexte nous amène à nous poser les questions suivantes :

- Est-il possible de créer une entreprise d'élevage des poules pondeuses viable au Tchad ?
- Pourquoi la ville ne produit-elle pas suffisamment les œufs et préfère importer ?
- Quelle est la valeur ajoutée que peut apporter un projet d'élevage de pondeuses dans un environnement dominé par des importations ?

Plusieurs questions auxquelles nous tenterons d'apporter des éléments de réponse au cours de cette étude.

### **3. Objectifs du projet**

#### **3.1 Objectif général**

L'objectif principal du projet est de créer une entreprise d'élevage de poules pondeuses afin de contribuer à la réduction de la pauvreté.

#### **3.2 Objectifs spécifiques**

Les objectifs spécifiques sont :

- Décrire le contexte du projet ;
- Faire une étude du marché ;
- Identifier les principales difficultés ;
- Elaborer le plan opérationnel du projet
- Proposer un plan de mise en œuvre des activités.

### **4. Intérêts du projet**

La réalisation du projet d'élevage de poules pondeuses présente un intérêt pour :

- L'Etat Tchadien : le projet va contribuer au développement socio-économique du pays. Sa réalisation va permettre une augmentation du PIB en payant des impôts sur le revenu ;
- Le CESAG : le projet va contribuer à la concrétisation de sa vision qui est de promouvoir auprès des étudiants l'entrepreneuriat privé comme un moyen privilégié d'insertion professionnelle ;
- Nous-mêmes : le projet présente un intérêt particulier car il fera de nous des créateurs d'emplois en vue de faire face à la pauvreté.

Du point de vue académique, le projet entre dans la ligne de notre formation et répond à l'exigence académique qui prévoit qu'à la fin de la formation, l'étudiant devra être capable de concevoir un projet professionnel afin de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises au cours de la formation.

### **5. Méthodologie Générale**

La méthodologie suivante a été retenue pour la conception de ce projet :

- Faire une revue de la littérature afin de cerner les différents aspects de la conception d'un projet d'élevage de pondeuses ;
- Elaborer un guide d'entretien ;
- Collecter les données par administration du guide d'entretien aux exploitants des fermes avicoles et aux consommateurs ;
- Analyser les résultats

### **6. Plan de l'étude**

Notre projet comprend en plus de l'introduction générale et de la conclusion générale, deux parties subdivisées en chapitres et sections.

- La première partie comporte :
  - Les généralités sur un projet
  - La démarche d'élaboration d'un projet
  - La méthode de collecte et d'analyse des données
  - La présentation du projet et du marché
- La deuxième partie concerne l'étude de faisabilité du projet. Elle est subdivisée en deux chapitres :
  - Le plan opérationnel du projet ;
  - Les résultats attendus, perspectives et planning des activités.

**PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU PROJET ET  
ETUDE DU MARCHE**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Chapitre 1 : Présentation du projet et méthodes de collecte des données

### Section 1 : Présentation du projet

Dans cette section, il sera question des généralités sur la conception d'un projet.

#### 1.1. Définition des concepts clés

Les concepts constituent une base de tout premier ordre d'une science ou technique. Il nous paraît donc nécessaire, pour les besoins de clarté de notre étude, de faire usage des concepts suivants :

##### 1.1.1. Projet

Il existe plusieurs définitions pour le mot projet, associé au monde des entreprises. Cependant dans le cadre de notre étude, nous retiendrons quelques-unes qui font ressortir les éléments clés.

- Selon le dictionnaire de management de projet, « le projet est un ensemble d'actions à réaliser pour satisfaire un objectif défini, dans le cadre d'une mission précise, et pour la réalisation desquelles on a identifié non seulement un début mais aussi une fin » (AFITEP, 1991)
- La norme X50-105 de l'AFNOR définit le projet comme « une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir ». La même norme précise que « un projet est défini et mis en œuvre pour élaborer une réponse au besoin d'un utilisateur, d'un client ou d'une clientèle et il implique un objectif et des actions à entreprendre avec des ressources données »
- Un projet est un « processus unique, qui consiste en un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées comportant des dates de début et de fin, entreprises dans le but d'atteindre un objectif conforme à des exigences spécifiques, incluant des contraintes de délais, de coûts et de ressources »(Norme NF en ISO 9000)
- « le mot projet peut être employé pour décrire une tentative dans laquelle un certain nombre d'activités sont menées pour atteindre un objectif particulier » (Richard E.WESTNEY., 1991 :304)
- Pour M. Bridier et S. Michailof (1995 :340), le projet est « un ensemble complet d'activités et d'opérations qui consomment des ressources limitées (telles que main d'œuvre, devises, etc.) et dont on attend (on= certains individus, groupes ou classes sociales ou la collectivité entière) des revenus, ou autres avantages monétaires ou non monétaires ».

La plupart de ces définitions font ressortir qu'un projet, contrairement aux activités courantes d'une entreprise, est caractérisé par :

- La satisfaction d'un besoin spécifique et particulier ;
- Un objectif précis ;
- Une durée limitée ;
- Un produit du projet : unique et nouveau ;
- La nécessité de disposer des ressources ;
- Son contexte d'incertitude ;
- Sa soumission aux contraintes de performance, de qualité, de délais et de coûts ;
- Une grande complexité et l'implication de nombreux intervenants (clients, fournisseurs, bailleurs de fonds, l'équipe projet,...) ;

### **1.1.2. Gestion de projet**

- « la gestion des projets est l'application des connaissances, expertises, outils et techniques de planification, d'organisation et de contrôle des activités et des ressources dans le but de satisfaire les exigences et les attentes des intervenants ayant un intérêt dans le projet » Association des Ingénieurs-conseils du Québec (MCC Direction des Immobilisations-1<sup>er</sup> juin 2005)
- « la gestion de projet est l'ensemble des méthodes, outils d'évaluation, de planification et d'organisation permettant d'atteindre les objectifs du projet en respectant les contraintes de performance, de délai, et de coût » (AFNOR)

### **1.1.3. Le maître d'ouvrage**

« C'est le client. Il fixe les objectifs, les budgets, les financements, les délais et les performances du produit ou de l'ouvrage » Martine CARBONEL et Jean RENAUD.

Le maître d'ouvrage précise ses besoins sous différentes formes selon son aspiration, ses idées, etc...

### **1.1.4. Le maître d'œuvre**

Le maître d'œuvre est choisi par le maître d'ouvrage en cas d'appel d'offre.

Le maître d'œuvre est la personne physique ou morale qui a la responsabilité globale du projet.

## **1.2. Enjeux d'un projet**

Un enjeu est ce que l'on peut gagner ou perdre dans une organisation.

Il s'agit d'évaluer l'impact des conséquences de la réussite ou de l'échec du projet sur l'organisation.

Thierry Gidel et William Zonghero(2006 :246) dans Management de projet1 : introduction et fondamentaux , classent l'impact des conséquences en quatre parties :

- Vital : projets stratégiques, la pérennité de l'entreprise est en jeu ;

- Important : les risques financiers ou commerciaux sont significatifs par rapport à la dimension de l'entreprise. L'échec de ce type affecterait gravement l'entreprise ;
- Moyen : l'échec de plusieurs projets de ce type affecterait gravement l'entreprise ;
- Faible : pas de conséquences notables sur l'entreprise.

### 1.3. Typologie des projets

Les projets peuvent être classés selon plusieurs critères, dont nous retiendrons quelques-uns à savoir :

- **Taille des projets**

AFITEP propose une classification en trois catégories de taille : petits projets, projets moyens, grands projets.

*Tableau 1: Classification des projets selon la taille*

Taille du projet	Equipe projet	Durée moyenne
Petit projet	1 à 10 personnes	Quelques semaines
Projet moyen	de 10 à 100 personnes	Quelques mois
Grand projet	> 100 personnes	Quelques années

Source : AFITEP

- Les petits projets

Le chef de projet assure lui-même la mission de gestion du projet. Il est souvent acteur du projet au même titre que les autres membres de l'équipe.

- Les projets moyens

Le chef de projet se consacre essentiellement aux tâches de planification, de management de l'équipe, de coordination technique et de coordination des acteurs externes. La dimension des projets moyens est à l'échelle d'une équipe de projet de taille raisonnable.

- Les grands projets

Les grands projets sont généralement divisés en sous-projets. Chaque sous-projet est géré comme un projet à part entière par un chef de projet. L'ensemble des sous-projets est piloté par un directeur de projet.

- **Nature juridique**

Selon la nature juridique, on parlera de projets publics, privés, partenariat public-privé (PPP), ONG, GIE, etc...

- **Nature des ressources humaines**

- Projets collectifs (l'exécution exige la création de l'équipe projet)
- Projets individuels (portés en général par une seule personne)

- **Nature du projet**

- Projet « ouvrage » : il s'agit d'un projet unique qui s'adresse à un seul client (exemple : ponts, autoroute, immeuble, etc.)
- Projet « produit » : consiste à mettre au point un produit qui fera l'objet d'une production massive et répétitive (exemple : cimenterie, automobile, etc.)

- **Finalité**

Selon la finalité, on parlera de :

- projet à but lucratif, productif dont la réalisation aura pour objet la création d'un bien et/ou d'un service marchand ;
- projet non directement lucratif, productif dont l'objet est la création d'un bien et/ou service non marchand. Exemple : aménagement sociaux, projets sociaux, projet de développement.

#### **1.4. Méthodes d'analyse des projets**

M. Bridier et S. Michailof dans le guide pratique d'analyse des projets déclarent que « analyser un projet consiste, en dernière instance, à comparer des utilisations de ressources et des revenus ou avantages futures étalés sur une certaine période de temps ». En dehors de la comparaison de l'utilisation de ressources et des revenus, un projet doit aussi être analysé sous l'angle technique (caractéristiques du produit, procédé de fabrication, etc.). Notons que l'analyse technique est généralement précédée de l'analyse des besoins ou du marché.

Après l'étude des besoins et l'étude technique, un projet doit faire l'objet d'un ensemble d'analyses qui doivent porter sur six principaux éléments (M. Bridier et S. Michailof) :

- Les conditions juridiques et fiscales ;
- Les ressources en hommes ;
- Les schémas d'organisation prévus ;

- L'estimation des coûts d'investissement et d'exploitation ainsi que les recettes et avantages prévus ;
- La recherche des moyens financiers qui pourront être mobilisés pour la réalisation ;
- La comparaison entre les coûts et les recettes ou avantages attendus.

La comparaison entre les coûts et les recettes se fait du point de vue de :

- L'entrepreneur : il cherche à estimer la rentabilité du projet (c'est l'objet de l'analyse financière) ;
- La collectivité nationale : elle cherche à évaluer les bénéfices du projet pour la collectivité nationale (c'est l'objet de l'analyse économique).

## **1.5. Démarche d'élaboration d'un projet**

### **1.5.1. Principes d'élaboration d'un Projet**

Le projet a été défini dans les pages précédentes comme étant « une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir ». Selon le type de projet, les modalités pratiques et les termes peuvent être différents mais dans l'ensemble la démarche est à peu près la même.

Le processus d'élaboration d'un projet doit répondre à trois grands objectifs ou principes : la satisfaction des attentes du client, le respect du budget, le respect de l'échéancier.

#### a) La satisfaction des attentes du client

Chaque projet vise à répondre à des attentes et à des besoins qui lui sont particuliers. Les acteurs se doivent de les définir clairement pour une meilleure compréhension de tous.

#### b) Le respect du budget

Le budget constitue la contrainte la plus importante dans l'atteinte des objectifs du projet. Il s'avère donc nécessaire d'identifier et de faire état de toutes les données ayant une influence sur le budget.

#### c) Le respect de l'échéancier

Le temps constitue la deuxième contrainte la plus importante dans le processus de réalisation du projet. L'ouvrage ou le produit doit être livré à une date définie à l'avance qui correspond généralement au calendrier des opérations du client.



En dehors de ces principes, lors de l'élaboration, on doit vérifier la faisabilité du projet, sa viabilité et sa rentabilité.

### **1.5.2. Les étapes d'élaboration d'un projet**

Pour qu'un projet soit géré dans de conditions optimales, il doit passer par différentes phases au terme desquelles, des points de contrôle doivent être identifiés. Chaque étape fait l'objet d'un extrait et d'une validation à partir d'un document spécifique afin de permettre la maîtrise de la conformité des extraits avec la définition des besoins mais aussi s'assurer de l'adéquation aux objectifs de qualité, de coût et de délai.

Pour l'élaboration de notre projet, notre démarche sera focalisée sur les deux premiers points du cycle de vie d'un projet c'est-à-dire l'identification et la préparation.

#### **1.5.2.1. Identification**

Cette étape consiste à identifier des projets qui seront autant que possible rentable sur le plan financier et économique et non des projets qui seront abandonnés après la mise en œuvre et constitués un coût inutile pour l'entrepreneur et/ou la collectivité.

Cette phase appelée aussi phase d'étude de pré-faisabilité permet d'identifier, les projets potentiels. Les activités à entreprendre pendant cette phase sont essentiellement des études portant sur :

- L'analyse macro-économique
- L'analyse micro-économique
- La définition des liens du projet avec le plan de développement du pays
- L'identification des groupes cibles à qui bénéficieront des avantages et les coûts du projet
- L'identification des soutiens politiques, administratifs et privés
- L'idée générale de grandeur du coût et des recettes.

Cette phase se termine avec la rédaction du mémoire d'identification du projet (MIP).

#### **1.5.2.2. Les différentes étapes de la préparation d'un projet**

La phase de préparation ou de faisabilité est fondamentale dans le cycle de vie d'un projet. Elle consiste à concevoir le projet dans toutes ses composantes à travers un ensemble d'analyse permettant de justifier la faisabilité commerciale, technique, financière, organisationnelle et institutionnelle, économique et sociale d'un projet. Elle a pour but de justifier que le projet

constitue la meilleure alternative pour la satisfaction des attentes du client après une analyse de plusieurs variantes.

Dans le cadre de notre projet, les études suivantes seront abordées : étude du marché, étude technique, étude organisationnelle et institutionnelle, étude financière, étude économique et sociale.

#### **a) Etude de marché**

Un marché est défini comme « l'ensemble de personnes et organisations de toutes sortes qui ont, ou peuvent avoir, une influence sur la consommation (ou utilisation) et par conséquent sur les ventes du produit ou service considéré » (cf Mercator) : Codex Ahmadou TRAORE-CESAG, Conception de projet MBA/GP, 2015.

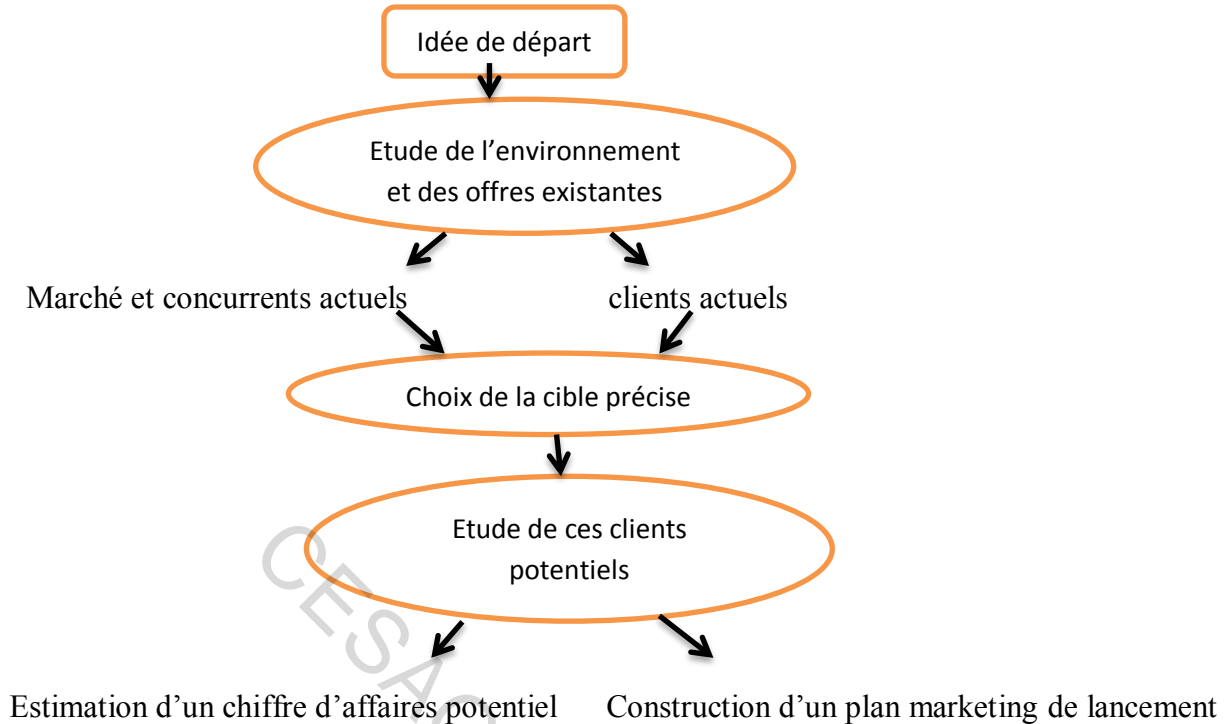
L'étude de marché occupe une place clé dans l'élaboration d'un projet. Sa vocation est de réduire au maximum les risques d'échec en permettant de mieux connaître l'environnement de la future entreprise. C'est le point de départ de l'action marketing. La construction du business plan et ses implications financières reposent sur les conclusions de cette étude (voir figure N°1.)

Cette étude consiste à rechercher et collecter des données et informations pertinentes à la prise de décision. Plus particulièrement, il s'agit de faire des recherches visant à identifier :

- Le marché global du secteur visé (description du marché) ;
- Les demandeurs (description de la clientèle) ;
- Les concurrents d'un produit ou service dans un marché donné ;
- Un positionnement adéquat de l'entreprise dans ce marché ;
- Prévisions des ventes possibles pour l'entreprise.

L'analyse du marché, dans le cadre de notre projet est axée sur les études qui contribuent à évaluer un marché potentiel : l'analyse du macro environnement (tendances lourdes, contraintes, opportunités et menaces) et du micro environnement (l'offre et la demande). Ces deux analyses constituent l'analyse externe.

**Figure N°1** : place de l'étude de marché dans le processus de création d'entreprise.



Source : Leger-Jarniou, réaliser l'étude de marché de son projet d'entreprise, 2006

❖ L'analyse du macro environnement

Il s'agit d'analyser les grandes tendances économiques, démographiques, technologiques, socioculturelles ou politiques, etc. qui se dessinent et qui peuvent avoir une influence significative sur le secteur d'activité envisagé.

L'analyse doit aussi prendre en compte les opportunités et menaces. L'opportunité correspond à une circonstance favorable pour l'entreprise alors que la menace est un problème posé par une tendance défavorable qui risque de causer du tort à l'organisation si des mesures adéquates ne sont pas prises.

❖ L'analyse du micro environnement

Elle prend en compte deux types d'analyses : analyse de la demande et l'analyse de l'offre.

L'équilibre partiel du marché dépend généralement de l'offre et de la demande. Ces deux paramètres fondamentaux sont souvent pris en considération dès le lancement de l'étude du projet parce qu'ils contribuent à donner une idée plus objective et plus réaliste sur le marché et sur les acteurs qui y sont présents.

○ L'analyse de la demande.

L'analyse de la demande qui signifie en quelque sorte la définition de la clientèle potentielle existante sur le marché, vise essentiellement, à observer trois critères importants et liés à savoir :

- La segmentation de la demande

Elle détermine les personnes qui seraient éventuellement intéressées par le produit ou le service en question. La segmentation permet également de classer les demandeurs de ce produit ou service selon des catégories : particuliers, entreprises, hommes, femmes, jeunes, adolescents, enfants, adultes ou personnes âgées, etc.

- L'échelle d'évolution globale de la demande sur le marché

L'échelle nous aide à voir l'évolution du marché tout au long des dernières années et la courbe des prévisions d'évolutions prévues pour les prochaines années

- L'analyse des attitudes et des comportements des clients potentiels

Cette analyse permet d'examiner les réactions du client en se demandant pourquoi il achèterait le produit ou le service ? Quand est ce qu'il serait prêt à l'acheter, et à le consommer ? Quelle serait la fréquence d'achat, etc.

L'entreprise qui, en étudiant son marché, effectue une structuration des clients permet de déterminer les non-consommateurs et les clients des concurrents. Une fois les non-consommateurs ciblés, elle pourra essayer de les conquérir en faisant des actions spécifiques pour eux.

- o L'analyse de l'offre

Généralement, l'analyse de l'offre aide chaque entreprise à définir et analyser les stratégies adoptées par les concurrents et à détecter leurs points de forces et faiblesses. Cette étape peut se faire à travers des recherches et des études ou à travers l'analyse des contenus des sites officiels, des forums, des réseaux sociaux, etc.

Pour s'assurer de la fiabilité des informations, les équipes chargées de l'étude doivent également visiter les points de vente des futurs concurrents directs et indirects pour avoir une base de données détaillée. Elles doivent également établir la liste des produits, les marques exposées au marché, la liste comparative des prix, ainsi que les forces et faiblesses de chaque concurrent pour savoir comment l'affronter ou comment lier les relations positives avec lui.

L'équipe doit aussi se focaliser sur l'ensemble des produits de substitution. Ces produits qui peuvent être acquis et consommés en lieu et place des produits de l'entreprise, représentent une menace pour l'entrepreneur.

L'étude de l'offre et de la demande se fait à partir de plusieurs données qui servent toutes à définir le cadre générale du marché et à tester l'effet de l'implantation de l'entreprise ou l'effet de lancement du produit ou service dans ce cadre. Cette étude aide notamment à tracer une ligne d'actions et une stratégie de commercialisation qui tente de traiter le client selon ses besoins, ses attentes et ses caractéristiques.

## **b) Etude technique**

L'étude technique est la phase d'adaptation de la conception à l'architecture technique retenue. Elle vise à déterminer si le projet est techniquement faisable. Elle s'articule autour de six(06) points à savoir :

- L'analyse du processus de production ;
  - L'analyse des besoins en inputs et autres moyens ;
  - Le choix de la localisation ;
  - Le calendrier des réalisations ;
  - Le choix des variantes ;
  - L'évaluation des coûts.
- L'analyse du processus de production

La première étape de toute étude technique commence par la détermination du processus de production.

Le choix technologique nécessite un arbitrage entre les capacités humaines du projet, les installations et l'évolution de l'environnement externe (la concurrence). Dans ce cadre, pour la sélection du processus de production, on doit prendre en considération les éléments suivants :

- La taille des équipements à acquérir, qui doivent être en adéquation avec les quantités à produire ;
  - Le niveau de technicité requis pour la mise en œuvre du procédé de production (il faut avoir des compétences techniques pointues dans le domaine)
  - Le degré de dépendance par rapport à la disponibilité locale des équipements ; en particulier, les conditions d'entretien et de maintenance qui peuvent être déterminantes pour le choix des équipements
  - Les possibilités d'extensions de l'unité pour répondre soit à une demande locale ou extérieure soit pour intégrer des activités complémentaires au sein même de l'unité.
- L'analyse des besoins en inputs et autres moyens

Les besoins en intrants sont liés à la nature et à la qualité du produit final ainsi qu'au procédé de production utilisé. Ainsi, ces besoins peuvent intervenir au cours de la phase investissement ou exploitation. Pour évaluer les besoins en intrants, il est indispensable d'étudier :

- Les spécifications des biens à rechercher ;
- Les possibilités d'approvisionnement locales ou étrangères ;
- Les conditions d'approvisionnement : prix, quantités minimales, régularité, transport, procédures, etc.

En dehors de ces études, il faut aussi s'assurer de la disponibilité des utilités (eau, électricité, carburant...), des moyens de communication, de la main d'œuvre tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

- Le choix de la localisation

La localisation du site doit faire l'objet d'une étude qui tient compte principalement :

- De la localisation des matières premières ;
  - De la disponibilité en main d'œuvre ;
  - De la disponibilité en terrain ;
  - De la disponibilité en eau, électricité ;
  - Des conditions de transport des personnes et de biens ;
  - Des lieux de consommation.
- Le calendrier des réalisations

Le calendrier des réalisations décrit les phases suivantes :

- La phase d'équipement ;
- La phase de démarrage et de montée en production ;
- La période croisière.

Il faut noter qu'il arrive parfois que la production commence alors que les investissements n'ont pas encore été mis totalement en place.

- Le choix des variantes

Le choix du schéma définitif d'un projet dépend de plusieurs alternatives (variantes). L'étude des variantes s'applique :

- Au processus de production ;
- Aux types de produit ;
- A la localisation
- Au calendrier des réalisations ;
- Au montage institutionnel.

- L'évaluation des coûts

Les étapes précédentes de l'analyse technique du projet ont permis de définir le type de technologie et du processus de production, les besoins en intrants et autres moyens, la localisation du site, etc. ces informations peuvent être utilisées pour l'estimation des coûts des investissements et d'exploitation du projet. L'évaluation des coûts va servir de support aux analyses financières et économiques.

L'étape suivante de la phase de préparation porte sur l'étude organisationnelle et institutionnelle du projet.

### **c) Etude organisationnelle et institutionnelle**

« L'organisation en tant que fonction de base de management est un processus qui consiste à mettre en place une structure et un système de coordination des hommes, des ressources et des tâches pour atteindre des objectifs fixés » (codex-A.TRAORE-CESAG. étude organisationnelle et institutionnelle MBA/GP2, Fev 2015)

Une programmation efficace des tâches, une bonne définition et délimitation des fonctions peuvent contribuer de manière significative à la réussite d'un projet.

#### ○ Etude organisationnel

L'étude organisationnelle cherche à mettre en place un organigramme optimal pour une gestion efficace du projet. Dès l'idée de départ, la réflexion doit être accompagnée par la mise en place d'une structure capable de gérer le projet et faire face aux différentes difficultés. Afin de prévenir les difficultés qui résident dans l'adoption d'une gestion et d'une administration rationnelles du projet, il est important de :

- Bien analyser le statut juridique du projet ;
- Procéder à une planification, une programmation, une exécution et un suivi efficace des activités du projet ;
- Mener une gestion financière rationnelle notamment par une meilleure budgétisation des ressources du projet ;
- Mener une gestion efficiente du personnel (postes de travail et leurs spécificités, affectation, motivation, formation complémentaire requise compte tenu des spécificités de l'équipement ou des tâches, etc.)

#### ○ Etude institutionnelle

La préparation du projet doit tenir compte de l'environnement institutionnel du projet. Il s'agit de vérifier :

- Les dispositions administratives et réglementaires en vigueur dans le secteur ou les secteurs considérés : code des investissements, code foncier, code des douanes, fiscalité applicable au projet, etc.
- La capacité des institutions à répondre aux besoins du projet, en particulier : institution de crédit, système éducatif, etc.

### **d) Etude financière**

L'étude financière va s'appuyer sur les données commerciales, techniques et organisationnelles préalablement définies. Cette étude consiste à traduire, en termes financiers tous les éléments des différentes études et à vérifier la viabilité du projet.

Les différents choix opérés concernant la nature du produit ou de la prestation, la façon d'exploiter le marché et la gestion de l'entreprise vont nécessiter de recourir à des moyens financiers, techniques et humains.

L'étude financière répond à cinq types de préoccupations :

- Déterminer le montant des ressources financières nécessaires à la mise en œuvre et à l'exploitation du projet ;
- Déterminer le type de financement et la politique financière à adopter pour le projet ;
- Analyser les variantes de projet en vue de choisir la meilleure ;
- Calculer la rentabilité financière du projet ;
- Calculer les risques financiers liés au projet.

L'analyse financière intervient pendant la phase de conception d'un projet à deux niveaux :

- L'analyse financière sommaire (AFS)
- L'analyse financière détaillée (AFD)
  - ❖ L'analyse financière sommaire

C'est une méthode extra comptable de calcul rapide de la rentabilité de variante d'un projet. Elle utilise comme outil, l'échéancier des flux financiers (EFF) qui est constitué à partir des dépenses d'investissement et des dépenses et recettes d'exploitation du projet.

L'analyse financière sommaire a pour but, de déterminer :

- Le montant des investissements ;
- Le type de financement ;
- Le choix de variantes ;
- La rentabilité hors conditions fiscales et financières ;
- Les risques financiers.

Les étapes de l'AFS sont :

- Elaboration du tableau des investissements et renouvellements ;
- Evaluation du besoin en fonds de roulement ;
- Estimation des dépenses et recettes d'exploitation ;
- Elaboration de l'échéancier des flux financiers ;
- Détermination de la rentabilité du projet.

L'analyse financière sommaire est basée sur les hypothèses suivantes :

- Pas de considérations fiscales et financières ;
- On ne tient pas compte de l'amortissement mais du renouvellement ;



- Les flux financiers sont calculés en monnaies constantes.

La rentabilité d'un projet ou d'une variante de projet est mesurée à travers plusieurs critères d'évaluation dont les plus courants sont : les critères de rentabilité avec actualisation et les critères sans actualisation.

Le principe de l'actualisation est basé sur le fait que l'argent disponible aujourd'hui n'a pas la même valeur que l'argent disponible demain ou dans le futur.

- o Les critères de rentabilité avec actualisation

- + La valeur actuelle nette (VAN)

La VAN représente la somme des flux financiers nets actualisés sur toute la durée du projet en utilisant un taux d'actualisation donné. Un projet est considéré comme rentable si la VAN est positive et non rentable si la VAN est négative. La VAN s'obtient par la formule suivante :

$$\sum_{p=0}^{p=n} \frac{(Rp - Dp - Ip)}{(1 + i)^p}$$

- + Le taux de rentabilité interne (TRI)

Le TRI est défini comme le taux qui annule la VAN. Le TRI correspond au taux d'intérêt maximum que peut supporter le projet si l'ensemble du financement provient d'un emprunt. Le TRI est le taux tel que :

$$\sum_{p=0}^{p=n} \frac{(Rp - Dp - Ip)}{(1 + i)^p} = 0$$

$I_p$  : investissement de l'année  $p$

$R_p$  : recette de l'année  $p$

$D_p$  : dépense de l'année  $p$

$i$  : le taux d'actualisation

$n$  : la durée du projet

- o Les critères de rentabilité sans actualisation

- + Le délai de récupération du capital investi (DRCI)

C'est le temps nécessaire pour que les recettes du projet équilibrent le montant des dépenses d'investissement et d'exploitation.

Le DRCI est tel que :  $\sum (Rp - Dp) = \sum Ip$

✚ Le rendement de l'unité monétaire investie (RUMI)

Il nous permet d'évaluer ce que le projet nous rapporte sur chaque franc investi.

$RUMI = \text{somme (recettes-dépenses)} / (\text{investissement et renouvellement} + \text{FDR})$

Entre deux projets ou variantes de projet, on choisit le projet ou la variante qui a le RUMI supérieur à 1 et le plus élevé.

✚ Le Retour sur investissement (ROI)

Il correspond au rapport du bénéfice moyen sur le coût du projet.

✚ Le Risque Financier (R)

Plus les flux cumulés négatifs sont importants, plus le projet est risqué. Sa formule est la suivante :  
 $R = \text{nombre de flux cumulés négatifs} / \text{durée du projet}$

Si  $R < \frac{1}{3}$ , *risque faible*

Si  $R = 1$ , *risque normal*

Si  $R > 1$ , *projet risqué*

❖ Analyse financière détaillée (AFD)

Alors que l'AFS permet de choisir la meilleure variante du projet, AFD porte sur l'étude approfondie de la meilleure variante choisie par l'utilisation d'un cadre comptable approprié. Elle intègre ainsi les normes comptables comme les amortissements, les conditions financières et fiscales, l'inflation, etc.

Analyse financière détaillée a pour but de :

- Mettre au point un plan de financement détaillée ;
- Vérifier la capacité de remboursement des emprunts et de renouvellement du matériel ;
- Vérifier l'équilibre financier du projet ;
- Calculer la rentabilité du projet du point de vue des actionnaires, des capitaux propres et des capitaux investis.

En pratique, AFD nécessite l'élaboration des éléments suivants :

- Le tableau d'amortissement des investissements ;
- Le schéma de financement ;
- L'échéancier de remboursement de l'emprunt ;
- Le compte de résultat prévisionnel ;
- La capacité maximum d'autofinancement ;
- Le tableau d'équilibre des ressources et emplois de fonds ;
- Le calcul de rentabilité définitive du point de vue des actionnaires, des fonds propres et des capitaux investis.

### **e) Etude économique**

L'analyse économique a pour but d'évaluer la rentabilité du projet du point de vue de la collectivité nationale. Elle met l'accent sur le problème de l'équité dans la distribution du revenu.

La contribution du projet au développement économique peut être calculée selon diverses méthodes. Les deux méthodes les plus courantes sont la méthode des prix de référence et la méthode des effets.

L'approche par les prix de référence estime les coûts et avantages additionnels en se basant sur les prix à l'importation et à l'exportation.

Pour la méthode des effets, l'impact économique est calculé au moyen de la valeur ajoutée additionnelle (en soustrayant le coût des consommations intermédiaires de la valeur finale de la production) de tous les acteurs impliqués, mesurée au prix du marché. La valeur ajoutée additionnelle peut être facilement ventilée entre les diverses composantes afin de mettre en évidence la distribution de revenu engendrée par le projet aux différents types d'agents.

A travers la méthode des effets, il s'agit toujours de comparer la situation « sans » le projet à la situation « avec » le projet.

### **f)- Etude sociale**

L'étude sociale a pour objectif d'analyser et de prévoir les changements que le projet induit dans l'environnement humain du point de vue de l'organisation sociale et du niveau de vie mais aussi d'en comprendre les mécanismes sociaux.

L'analyse se concentre sur les aspects sociologiques du système de production qui seront créés ou renforcés par le projet sur le bien-être.

Les principaux éléments de recherche sont :

- Les caractéristiques démographiques et socio-culturelles de la zone ;
- Les changements dans l'organisation de la production (par exemple accès aux ressources, droits de propriété, contrôle, pouvoir, etc.) ;
- L'intégration du projet dans le milieu social ;
- Les modifications des conditions de vie (santé, nutrition, éducation, niveau de vie, bien-être)

### **g) Etude environnementale**

L'étude environnementale a pour objectif de prévoir l'évolution probable des ressources renouvelables et non renouvelables dans la zone du projet et toutes les conséquences des changements significatifs prévisibles dans les principaux écosystèmes.

Les principaux éléments à prendre en compte sont :

- Les modifications de statut des systèmes naturels (sols, eau, flore, faune) en particulier la pollution ;
- Les mesures de conservation (préservation) des ressources non-renouvelables et gestion des ressources renouvelables ;
- La création de « microsystèmes » (plantation des arbres par exemple).

## Section 2. Méthode d'analyse et de collecte des données.

L'étude doit démontrer que la conception d'un projet d'élevage des poules pondeuses peut être rentable. Ce chapitre comporte cinq points à savoir :

- La définition des variables explicatives et à expliquer ;
- La détermination des indicateurs ;
- Le modèle de l'étude ;
- La méthode de collecte des données
- Le traitement des données

### 2.1 : Définitions des variables et des indicateurs

#### a) Les variables indépendantes ou explicatives

Il s'agit des facteurs qui expliquent la faisabilité du projet. Les variables indépendantes retenues sont : l'étude du marché, l'étude technique, l'étude organisationnelle et institutionnelle, l'étude financière et économique.

#### b) Les indicateurs des variables

Les variables ci-dessus définies sont mesurées par les indicateurs énumérés dans le tableau qui suit :

**Tableau 2: les indicateurs de la variable explicative**

Les facteurs de l'étude de faisabilité	Les indicateurs
Etude de marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Analyse de l'offre</li> <li>- la qualité de services et prix</li> <li>- la production annuelle</li> <li>- le conditionnement</li> <li>○ Analyse de la demande</li> <li>- Quantité actuelle et potentielle</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durée et qualité exigée</li> <li>- Prix</li> <li>- La fréquence et la période des achats</li> <li>- Quantité et qualité consommée</li> <li>- Les différents segments du marché             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Concurrence</li> </ul> </li> <li>Forces et faiblesses</li> </ul>
Etude technique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les choix techniques et leurs justifications (le procédé de production, la capacité de production)</li> <li>- Les intrants (quantité et qualité)</li> <li>- Les investissements physiques (infrastructure, matériel)</li> <li>- Le coût des dépenses d'exploitation</li> <li>- Le planning de réalisation des investissements</li> <li>- Le coût du projet</li> <li>- La localisation du projet</li> </ul>
Etude organisationnelle et institutionnelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le statut juridique du projet</li> <li>- L'organisation du projet</li> <li>- L'organigramme</li> <li>- Les rôles et profils du personnel</li> </ul>
Etude financière et économique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'échéancier des flux financier</li> <li>- La dotation aux amortissements</li> <li>- Le tableau de remboursement de l'emprunt</li> <li>- Le compte de résultat prévisionnel</li> <li>- Le tableau des ressources et des emplois</li> <li>- La rentabilité</li> <li>- La valeur ajoutée</li> </ul>

**Source :** Ousmane PLEA, Projet de création d'une petite et moyenne entreprise (PME) avicole au Mali, CESAG, 2009.

**La variable expliquée :** elle concerne la rentabilité du projet sur le plan financier et économique. Les indicateurs retenus sont :

- La VAN (valeur actuelle nette)
- Le TRI (taux de rentabilité interne)

- Le DRCI (délai de récupération du capital investi)
- La VA (valeur ajoutée)

### **c) Présentation du modèle**

L'étude de faisabilité consiste à identifier les variables clés pouvant justifier les différents choix (techniques, financiers, économiques...). Elle va être constituée des études ou analyses qui vont permettre d'obtenir les données nécessaires à la prise de décision. Ces études sont : étude du marché, étude technique, étude organisationnelle et institutionnelle, étude financière et économique.

La réalisation de ces études devrait renseigner sur la rentabilité ou non du projet. En prenant ces différents niveaux d'études comme des dimensions, il convient de dire que l'évaluation du projet se fera à travers la synthèse des informations quantitatives et qualitatives obtenues par les indicateurs de différentes dimensions.

### **2.2 : Méthode de collecte des données**

Les informations ayant servi à la réalisation de l'étude ont été recueillies suivant deux méthodes essentiellement : la recherche documentaires et les entretiens directs avec des exploitants de fermes avicoles.

- o La recherche documentaire

Les sources d'informations ci-dessous ont été exploitées dans le cadre de l'étude :

- o Les statistiques du ministère de l'élevage ;
  - o Les statistiques démographiques
  - o Les données de la chambre de commerce, d'agriculture, des mines et d'artisanat ;
  - o Certaines revues spécialisées ainsi que des mémoires et projets professionnels sur des études similaires ;
  - o Certains sites spécialisés.
- o Les entretiens

Ils ont consisté à interroger les personnes ressources du secteur à savoir les détenteurs des unités de production des œufs, les techniciens de l'élevage, les vétérinaires, les associations de professionnels de l'élevage, les vendeurs de poulets et d'œufs, etc. La triangulation des informations collectées auprès des personnes clés choisies selon les volets de l'étude de faisabilité a permis de recueillir des données assez précises afin de compléter les informations de la

recherche documentaire. Les résultats obtenus de ces recherches sont présentés dans la deuxième partie de l'étude.

### **2.3 : Traitement des données**

Après la fin de la consultation des documents et des entretiens, nous avons procédé au traitement par décompte manuel. Ce décompte, une fois terminé, nous a permis d'appréhender la fréquence des opinions exprimées par nos différents interlocuteurs sur les conditions d'élevage des poules au Tchad en général et à Koundoul en particulier.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Chapitre 2 : Présentation du projet et étude de marché

### 2.1. Présentation du Projet

Un projet de création d'une entreprise nécessite des attitudes et des aptitudes dont le promoteur doit faire montre. Le plus important est d'avoir des objectifs précis, une bonne motivation, un esprit de collaboration et de partage d'expérience, une capacité à bien gérer et un bon parcours professionnel.

C'est dans cette perspective que le promoteur principal présente son projet afin de témoigner de son expérience, de ses forces mais aussi de ses faiblesses.

#### 2.1.1. Présentation des promoteurs

- Promoteur principal avec 30% du capital propre, Monsieur Saria moguelde est porteur d'un projet de création d'une entreprise d'élevage des poules pondeuses. Né le 18 octobre 1977 à Moundou au sud du Tchad et après ses études primaires et secondaires dans cette ville, il quitte après son bac série D en 1999 pour Maroua au Cameroun pour des études au Centre National de Formation Zootechnique et vétérinaire (CNFZV). Diplômé de cette école, il rentre au pays et est intégré dans le cadre régulier de la fonction publique en qualité d'ingénieur des travaux d'élevage et affecté au ministère de l'élevage.

Dans le souci d'acquérir des compétences dans le domaine de la gestion, il s'inscrit à HEC-TCHAD (haute étude économique, comptable, commerciale et communication du Tchad) puis à l'ISSED (institut supérieur des sciences de l'éducation). A l'issue de ces formations, il obtient respectivement une licence professionnelle en gestion des projets et une maîtrise professionnelle en technique quantitative de gestion. Après il a quitté son pays pour le Sénégal pour continuer ses études dans le domaine de la gestion de projet au CESAG.

Monsieur Saria moguelde est nommé depuis novembre 2009, responsable de suivi-évaluation à la Délégation Régionale de l'Elevage de N'Djaména.

- Monsieur Karyom Caleb, est titulaire d'un diplôme d'ingénieur des travaux d'élevage et a effectué plusieurs stages dans les fermes avicoles au Cameroun et au Tchad. Son expérience constitue un avantage dans la conduite de nos activités. Ce promoteur va apporter 15% du capital.



- Madame Tamaye Claudine, enseignante et détentrice d'un restaurant, participera au capital pour 15% du montant global.

La composition des promoteurs comprenant des compétences techniques et managériales permettra la conduite du projet dans de bonnes conditions.

### **2.1.2. Présentation du projet proprement dit.**

#### 2.1.2.1- Objet et nature du projet

Ce projet consiste à installer une entreprise d'élevage de poules pondeuses afin de contribuer à la réduction de la pauvreté en créant des emplois et en luttant contre les carences en protéines.

#### 2.1.2.2- Genèse et motivations

L'idée de la création d'une unité de production s'est manifestée lorsque nous avons été nommés responsable de suivi/évaluation. Dans le cadre de nos fonctions, la collecte des données sur le secteur nous a permis de comprendre que le marché est vierge et que l'activité semble rentable. Dans la perspective de notre retraite dans les années à venir, nous avons jugé utile de nous lancer dès maintenant afin de conquérir le marché et devenir leader du domaine dans le futur.

#### 2.1.2.3. Raison social

Cette entreprise portera le nom « SAHEL-PROTEINE ». Elle aura pour forme juridique la Société Anonyme (SA). Sa raison sociale sera donc « SAHEL-PROTEINE. SA »

#### 2.1.2.4. Localisation

Le projet sera installé à Koundoul, une localité calme et accessible par voie bitumée, située à 25 km de N'Djaména. Le choix est aussi motivé par :

- La disponibilité du terrain (apport du promoteur)
- Le climat favorable à l'activité ciblée
- La possibilité d'extension des activités
- La main d'œuvre moins coûteuse.

#### 2.1.2.5. Produit

Pour la phase projet, SAHEL-PROTEINE va proposer aux consommateurs uniquement des œufs de poule.

#### 2.1.2.6. Equipement

Pour une chaîne de production et une logistique performante, le projet sera doté de matériels avicoles, matériels et mobiliers de bureau, matériels informatiques, matériels de transport, etc.

#### 2.1.2.7. Planning de réalisation

La mise en place du projet se fera en 12 mois :

- Aménagement du bâtiment : 6 mois
- Recherche de documents administratifs : 1 mois
- Installation des équipements et matériel de bureau : 2 mois
- Commande et approvisionnement des matières premières : 1 mois
- Recrutement du personnel : 1 mois
- Imprévus : 1 mois

#### 2.1.2.8. Le personnel

En raison de la nature sensible de l'activité, le personnel à recruter (le personnel administratif et le personnel technique) devra avoir des compétences avérées dans le domaine et doit être expérimenté.

#### 2.1.2.9. La structure de gestion

L'expérience des promoteurs sur le plan technique et en gestion sera l'un des facteurs de réussite. L'organisation et le fonctionnement du projet dépendront de l'adéquation de trois éléments :

- Les ressources humaines ;
- Les ressources matérielles ;
- Les ressources financières.

## **2.2. Etude du marché**

Notre étude porte sur la commercialisation et la consommation des œufs issus de poules pondeuses.

Concernant la zone d'étude, il s'agit du marché local (marché de N'Djaména). Les clients cibles sont constitués principalement par les ménages, les hôtels, les bars, les restaurants, les grandes surfaces, etc.

### **2.2.1. Analyse du secteur**

Le Tchad est un pays à vocation agro-pastorale. L'agriculture et l'élevage contribuent en moyenne pour 40% à la formation du PIB. Les produits végétaux et animaux fournissaient avant l'exploitation du pétrole (2004) près de 100% des recettes d'exportation.

Le secteur agricole proprement dit contribue pour 21% du PIB et emploie près de 80% de la population active. La production animale quant à elle représente 18% du PIB et 40% des exportations. L'élevage joue un rôle social et économique important pour environ 40% de la population.

Cependant, le secteur est essentiellement extensif et se caractérise par une faible productivité. L'activité est généralement pratiquée par des petits exploitants et des éleveurs nomades avec des moyens rudimentaires. La filière avicole reste encore embryonnaire dans le pays avec généralement une exploitation traditionnelle gérée par les femmes. Mais l'analyse des données économiques disponibles font ressortir que la consommation des œufs ne cesse d'augmenter dans les grandes villes. Cette situation transparaît à travers l'affluence des consommateurs dans les grandes surfaces, dans les divers marchés urbains et auprès des revendeurs. Ce qui fait de ce marché, un marché prometteur que nous avons l'intention d'investir durablement.

Le projet sera localisé à Koundoul, une zone où l'accès est facile tant pour l'acquisition d'intrants que pour l'écoulement des produits. De plus, cette zone tranquille est bien adaptée pour éviter aux poules le stress.

### **2.2.2. Analyse de l'offre et de la demande**

#### **2.2.2.1. Analyse de l'offre**

Au Tchad, du fait de l'état embryonnaire dans lequel se trouve l'aviculture moderne, la place de l'aviculture traditionnelle est importante. Cependant, les quantités des produits commercialisés sont difficiles à évaluer et les statistiques dans le domaine sont rares. De manière générale, l'offre des œufs comporte deux principaux volets :

- L'offre extérieure ou importation
- L'offre nationale ou production locale.
  - a) Les importations des œufs

Selon les estimations de la Direction des Productions et de la Promotion des Industries Animales (DPPIA, 2005), la ville de N'Djaména importe en moyenne 40 000 œufs/jour à partir du Cameroun soit 14 600 000 œufs/an.

- b) La production locale des œufs

Avec la croissance démographique galopante et le changement de mode de vie de la population suite à l'exploitation du pétrole (2004) qui a vu l'augmentation des revenus, les comportements alimentaires tendent vers la consommation des aliments protéiniques en qualité et en quantité. Mais pour le moment, l'offre reste inférieure à la demande.

Le niveau de production d'œufs de consommation est donc encore faible au Tchad. Sur la base des données de la FAO, la production d'œufs est estimée en moyenne à environ 3600 T soit 90 millions d'œufs de 40g. Il faut noter que cette production est issue de l'élevage traditionnelle et concerne toute les espèces de volailles (poule, pintade, canard, etc.).

Tableau 3: Offre nationale des œufs

Années	2003	2004	2005	2006	2007
Offre(en tonnes)	3600	3744	3744	3780	3888

Source : FAOSAT, 2009

Les promoteurs de l'entreprise sous la gestion de l'offre vont s'engager à approvisionner le marché en produits de qualité et en quantité suffisante tout en évitant la rupture de stock pour garantir la confiance du client et le fidéliser.

#### 2.2.2.2. Analyse de la demande

Du fait de l'augmentation de la population du Tchad estimée à 11 175 915 (INSSSED, RGPH2, 2009) avec un taux de croissance de 3,6%, la demande en aliment va certainement être croissante dans les années à venir, du fait aussi de l'augmentation du niveau de vie de la population et du changement des habitudes alimentaires.

La demande en œufs est constituée généralement par la consommation nationale et des exportations. Compte tenu du fait que le Tchad est importateur des œufs, alors la composante exportation est nulle. Ainsi, la demande nationale peut être assimilée à la consommation nationale.

Pour la consommation nationale, nous espérons fournir nos produits, dans des hôtels, des bars, des restaurants, des supermarchés, des ménages, des écoles, etc.

#### 2.2.2.3. Le marché potentiel

##### Estimation de la demande potentielle d'œufs

En 2009, la population totale des centres urbains était de 2 423 048 (INSSSED, RGPH2, 2009). Au prix de l'œuf (100F), seul 30% des ménages pouvaient accéder à ce produit. La maîtrise des coûts de production et des techniques avicoles du projet permettrait de ramener ce prix à 75 F l'unité. Dans ce cas, le pourcentage des consommateurs pourrait passer de 30 à 35% soit le nombre des consommateurs estimés (N) en 2016 égale à :

$N = 2\,423\,048 * 35\% = 848\,066$  consommateurs

D'après la revue du secteur avicole (Mopaté, 2008), la consommation d'œufs par personne et par année pour la ville de N'Djaména est de 27 œufs sur la base d'un poids moyen de 40g l'œuf. En considérant que le prix de l'œuf peut descendre jusqu'à 75 F, la consommation par personne pourrait atteindre 35 œufs par an.

Ainsi la demande potentielle d'œufs est évaluée à 29 682 310 œufs.

*Tableau 4: estimation de la demande des œufs*

Nombre de consommateurs estimés (1)	848 066
Consommation annuelle d'œufs par habitant (2)	35
<b>Demande potentielle d'œufs (3) = (1) * (2)</b>	<b>29 682 310</b>

### 2.2.3. L'analyse de la concurrence

#### a)- Le nombre de concurrents directs et indirects

Il n'y a pas de véritables concurrents (producteurs) dans le secteur. Cependant, selon nos enquêtes et selon les estimations de la coopérative des professionnels pour le développement de l'élevage (CPDE), il existe à N'Djaména et ses alentours une trentaine de fermes totalisant environ 33 000 pondeuses ne produisant que 5% des œufs consommés.

Nous pouvons donc dire que nous n'avons pratiquement pas de concurrents directs, compte tenu de l'insignifiance du niveau de production.

Du côté des importations, il faut noter que l'œuf provenant de l'extérieur se vend au même prix que l'œuf produit localement. Ce qui nous permet de dire qu'il n'y a apparemment pas de concurrence. S'il y a concurrence, elle proviendrait surtout de la qualité.

#### b)-La satisfaction des clients

Le niveau de production des œufs de consommation est encore timide du fait des difficultés liées au faible rendement, au manque de connaissances techniques des éleveurs, à l'absence d'un élevage de reproducteurs, aux coûts élevés des intrants importés (médicaments, vaccins et poussins d'un jour). Cette situation oblige la population à consommer des œufs issus de l'importation dont la qualité n'est pas très bonne du fait de la durée du stockage et du transport.

Notre projet mettra particulièrement l'accent sur l'aspect qualité pour répondre à l'exigence de certaines catégories de nos cibles (les hôteliers par exemple qui sont les grands consommateurs d'œufs frais).

#### **2.2.4. La part de marché**

La part de marché du projet est l'émanation de la confrontation de l'offre et de la demande globale des produits sur le marché. Ainsi, le marché des œufs au Tchad en général et à N'Djaména en particulier est encore à ses débuts. La production locale et les importations n'arrivent pas à couvrir les besoins de la population. Dans le cadre de notre projet, nous pensons acquérir une importante part du marché grâce à la compétence technique de nos agents et à la qualité de nos produits.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE DU  
PROJET**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Chapitre 3 : Plan opérationnel du projet

### 1. Propositions juridiques, techniques et organisationnelles du projet

#### 1.1. Dossier Juridique

Pour la formalisation du projet, nous avons opté pour la création d'une société sous la forme juridique de Société Anonyme (S.A) dont les règles de constitution et de fonctionnement sont édictées par l'acte uniforme de l'OHADA. Les raisons pour le choix de cette forme juridique sont :

- le besoin important des investissements nécessaires,
- la recherche d'une certaine crédibilité auprès des institutions financières,
- la préservation du patrimoine des promoteurs en cas de faillite de l'entreprise,
- l'accès au code des investissements.

La société a pour objet en République du Tchad de produire et de vendre des produits de l'aviculture (œufs, poules reformées,...)

La société a pour dénomination : « SAHEL-PROTEINE »SA

La dénomination doit figurer sur tous les actes et documents émanant de la société et destinés aux tiers, précédé ou suivi de la forme de la société, du montant du capital social et de la mention de son immatriculation au Registre du Commerce.

Le siège social est fixé à Koundoul. La durée de la société est de 99 ans à partir de la date de son immatriculation au Registre du Commerce, sauf prorogation ou dissolution anticipée.

Le capital social du projet s'élève à dix (10) millions FCFA divisé en action de 10 000 FCFA soient 1000 actions réparties entre les actionnaires selon l'apport de chacun.

Dès la constitution de la société, les apports en nature doivent être entièrement libérés par les actionnaires. Par contre, les apports en numéraire doivent atteindre au moins un quart (1/4) du capital social libéré par les actionnaires.



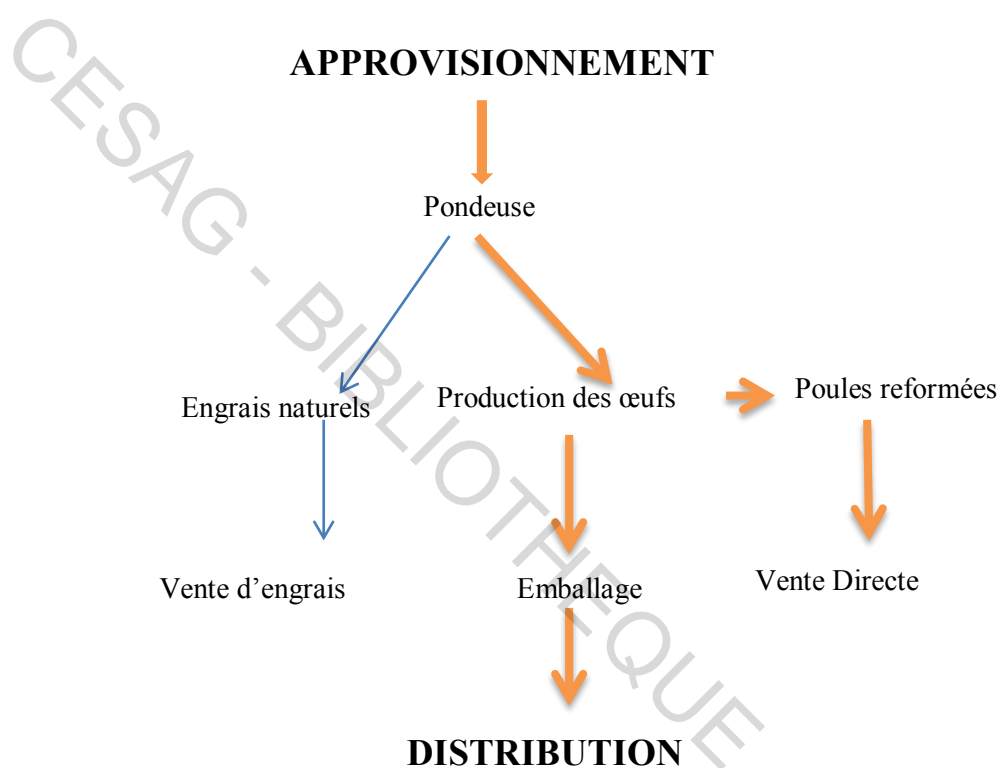
## 1.2. Dossier technique:

### 1.2.1. Le choix technique et sa justification

#### 1.2.1.1. Processus de production

Le processus de production consiste à acheter les poussins de ponte, à les transporter sur le site du projet et à les installer dans les poulaillers pour la production des œufs. Les engrais naturels produits à partir de la fiente et de la litière seront destinés à la commercialisation. (Voir schéma technique de production ci-dessous)

Figure 2: schéma technique de production



Source : nous-mêmes

Pour la production des œufs, la souche qui sera adoptée est la LEGHORN, elle sera importée de la France. Le choix porté sur cette souche s'explique par le fait que, la poule leghorn, par sa légèreté relative consomme moins et semble mieux supporter les fortes chaleurs. La coquille blanche de ses œufs ne constitue pas un handicap lors de la commercialisation en comparaison aux œufs roux.

Les poussins de ponte commenceront la production à partir de quatre mois et leur renouvellement se fera 18 mois après le début de la production. Les poules reformées seront vendus à des prix forfaitaires de 1 500 FCFA l'unité.

### **1.2.1.2. la capacité de production**

Notre objectif est de commencer avec 4 000 poussins de ponte la première année. La deuxième commande interviendra au début du deuxième semestre de l'année suivante pour la même quantité. Cette programmation se fera de la même manière jusqu'à la fin du projet.

Avec une capacité de production estimée à un œuf par jour et par pondeuse, nous aurons 960 000 œufs la première année et 1 460 000 œufs les autres années. Le taux de perte des œufs dû à la manipulation et à la mortalité des poules est estimé à 10% chaque année. Ce qui nous permet d'avoir en définitif 864 000 œufs (28 800 alvéoles) la première année et 1 314 000 œufs (43 800 alvéoles) les années suivantes. Avec le prix d'un alvéole de 30 œufs à 2 000 FCFA, notre chiffre d'affaire sera de 87 600 000 FCFA.

### **1.2.2- la disponibilité des équipements**

Les équipements sont classés en deux catégories. Les uns sont disponibles sur le marché local de façon permanente et à moindre coût tandis que les autres sont importés, coûtent chers et ne sont pas à la portée de tous les fermiers.

Pour notre part, nous chercherons à disposer des équipements modernes de qualité pour une production de qualité.

### **1.2.3 Les investissements physiques et leurs coûts d'acquisition**

#### **1.2.3.1 Génie civil**

Cette rubrique concerne : le terrain, les travaux de clôture, des bâtiments administratifs (bureau, magasin, local pour le gardien) et les poulaillers.

##### **a) . Terrain**

Situé à Koundoul et couvrant une superficie de 4 hectares, ce terrain coutera 1 000 000 FCFA par hectare soit 4 000 000 FCFA.

##### **b) Travaux de clôture**

Selon les estimations des spécialistes, ces travaux coûteront 1 800 000 FCFA.

##### **c) Bâtiments administratifs**

Ils seront constitué de :

- Un hangar qui servira à la collecte des œufs et l'emballage des produits ;
- 1 magasin pour le stockage de l'alimentation de la volaille ;

- 1 bureau
- un (1) logement pour le gardien
- un (1) local servant de vestiaire et de toilette.

Les bâtiments sont en semi- dur et le coût estimatif est de 4 000 000 FCFA.

d) Poulailleurs

Quatre poulailleurs seront construits et serviront à l'élevage des poules de ponte pour une capacité de 1000 sujets chacun.

Le coût estimatif de la construction des poulailleurs est de 4 000 000 FCFA.

### 1.2.3.2. Equipements techniques

Tableau 5: Quantité et prix des équipements techniques

Désignation	Quantité	P.U	Montant
Blouses	15	2500	37 500
Réfrigérateurs	1	250 000	250 000
Groupe électrogène	1	300 000	300 000
Matériel de chauffage	1	300 000	300 000
Fabrique d'aliments	1	1 000 000	1 000 000
Mangeoires	200	6 000	1 200 000
Abreuvoirs	400	2 500	1 000 000
Pondoirs	200	15 000	3 000 000
Brouettes	4	20 000	80 000
Pelles	08	1000	8 000
Râteaux	08	2 000	16 000
Pioches	4	2 500	10 000
Balance pour l'aliment	1	70 000	70 000
Bottes	6	4 000	24 000
Seaux	08	1 000	8 000
Motopompe	1	300 000	300 000
<b>TOTAL</b>			<b>7 603 500</b>

**1.2.3.3. Matériel et Mobilier de Bureau***Tableau 6:Quantité et prix du matériel et mobilier de bureau*

Désignation	Quantité	P.U	Montant
Ordinateurs et ses accessoires	1	350 000	350 000
Imprimante	1	150 000	150 000
Photocopieur	1	350 000	350 000
Bureau	6	75 000	450 000
Fauteuils	6	25 000	150 000
Armoires	6	100 000	600 000
Tables	6	15 000	90 000
Chaises	12	5 000	60 000
Calculatrices	2	5 000	10 000
<b>TOTAL</b>			<b>2 210 000</b>

**1.2.3.4 Matériel roulant**

Il servira à la livraison des œufs aux clients qui le désirent. Ce véhicule Toyota hilux coûtera 12 000 000FCFA.

**1.2.3.5 Forage**

Selon l'entreprise de forage, le coût d'un puit varie entre 1 000 000 et 8 000 000 FCFA selon le choix du client. Notre choix s'est porté sur celui de 3 000 000 FCFA.

**1.2.3.6.. Aménagements et installations**

Le coût des aménagements et installations est estimé à 1 500 000 FCFA.

**1.2.3.7 Immobilisation incorporelles (non valeurs)**

Il s'agit des frais de constitution, de publicité et de frais divers. Ces dépenses sont estimées à 850 000 FCFA.

**1.2.4. Les dépenses d'exploitation (en 2017, année croisière)****1.2.4.1 Aliments/vaccins**

Il s'agit essentiellement de l'achat des ingrédients pour la fabrication de la provende. Parmi ces ingrédients, on peut citer : maïs, poisson séché, tourteau, sel, son de mil, complexe minérale vitaminé, coquille, etc... le coût total pour 4 000 pondeuses est estimé à 6 700 000 FCFA.

### 1.2.4.2 Autres dépenses d'exploitation

*Tableau 7: Autres dépenses d'exploitation*

Désignation	Montant(en FCFA)
Produits d'entretiens	300 000
Carburant et lubrifiants	2 500 000
Entretiens et réparations	750 000
Services de consultants	350 000
Services extérieurs	375 000
Assurances	100 000
Téléphone, eau, électricité, internet	800 000
Entretiens des bâtiments	400 000
Frais divers	1 500 000

### 1.2.4.3 Les salaires et charges de personnel

Les charges de personnel comprennent les salaires et les charges sociales. Elles sont évaluées à 12 480 000 FCFA par an. Une augmentation de salaire de 5% est prévue à partir de la 4<sup>ème</sup> année. Voir le détail des salaires dans le tableau ci-dessous.

*Tableau 8: Détail des salaires*

Désignation	Nombre	Salaire unitaire mensuel	Salaire mensuel total	Salaire annuel
Directeur	1	250 000	250 000	3 000 000
Secrétaire	1	80 000	80 000	960 000
Responsable Marketing	1	100 000	100 000	1 200 000
Responsable Administratif, Financier et Comptable	1	100 000	100 000	1 200 000
Responsables de production	1	100 000	100 000	1 200 000
Magasinier	1	80 000	80 000	960 000
Chauffeur	1	60 000	60 000	720 000
Agent commercial	2	45 000	90 000	1 080 000
Gardien	2	30 000	60 000	720 000
Ouvrier	4	30 000	120 000	1 440 000
<b>Total</b>	<b>15</b>	-----	<b>1 040 000</b>	<b>12 480 000</b>

#### 1.2.4.4 Achat de poussins

Il s'agit d'acheter 4 000 poussins de ponte. Le coût d'un poussin est estimé à 900 FCFA TTC soit un montant global de 3 600 000 FCFA.

Remarque1 : toutes les charges d'exploitation sont variables sauf les salaires, les assurances et les frais divers.

Remarque2 : les coefficients d'inflation prévus à partir de l'année 0 pour les 5 prochaines années sont les suivants :

Année	1	2	3	4	5
Coefficients d'inflation	1,02	1,05	1,05	1,1	1,12

Les postes du compte de résultat susceptibles d'être affectés par l'inflation sont les suivants :

- salaire : 5% à partir de la quatrième année d'exploitation
- Aliments/vaccins : 8% à partir de la cinquième année. Les accroissements sont effectués sur la base des données de l'année de croisière.

Le taux d'imposition sur le revenu est de 35% applicable à partir du moment où le résultat est positif.

#### 1.2.4.5 Amortissements techniques

L'amortissement des investissements est prévu en fonction de la durée de vie d'utilisation :

désignation	Durée de vie (par an)
Equipements techniques	10
Matériel et mobilier de bureau	5
véhicule	5
constructions	20
Aménagements et installations	6
Non valeurs	4

#### 1.2.4.6 Le Fond de Roulement (FDR)

Désignation	Montant
Aliments de volailles : 4 mois de consommation annuelle	<b>2 233 333</b>
Carburants/lubrifiants : 4 mois de consommation annuelle	<b>833 333</b>
Salaires : 4 mois	<b>4 160 000</b>
Frais divers : 2 mois	<b>250 000</b>

Crédits client : 1 mois de chiffre d'affaires	<b>7 300 000</b>
Total FDR	<b>14 776 667</b>

### 1.2.5 Calendrier de réalisation

#### 1.2.5.1 Phase équipement

La mise en place des investissements se fera à l'année 0 (2016) afin que l'entreprise soit fonctionnelle à l'année 1 (2017). Il s'agit des éléments suivants :

- Terrain
- Aménagements
- Travaux et bâtiments
- Matériel de production
- Matériel roulant
- Matériel et mobilier de bureau

#### 1.2.5.2 Phase de démarrage et de montée en production

Le démarrage aura lieu en janvier 2017 et la montée en production commence à partir du deuxième semestre de la même année.

La période croisière commence à partir de janvier 2018.

### 1.2.6 Coût total du projet

Le coût total du projet est la somme des investissements et des besoins en fonds de roulement. Le coût total de ce projet est donc :

Désignation	Montant (FCFA)
Investissement	40 963 500
BFR	14 776 667
<b>COÛT TOTAL DU PROJET</b>	<b>55 740 167</b>

En conclusion de cette étude, nous avons une capacité de production de 864 000 œufs la première année et 1 314 000 œufs les années suivantes avec un chiffre d'affaires estimé à 87 600 000 FCFA en année de croisière.

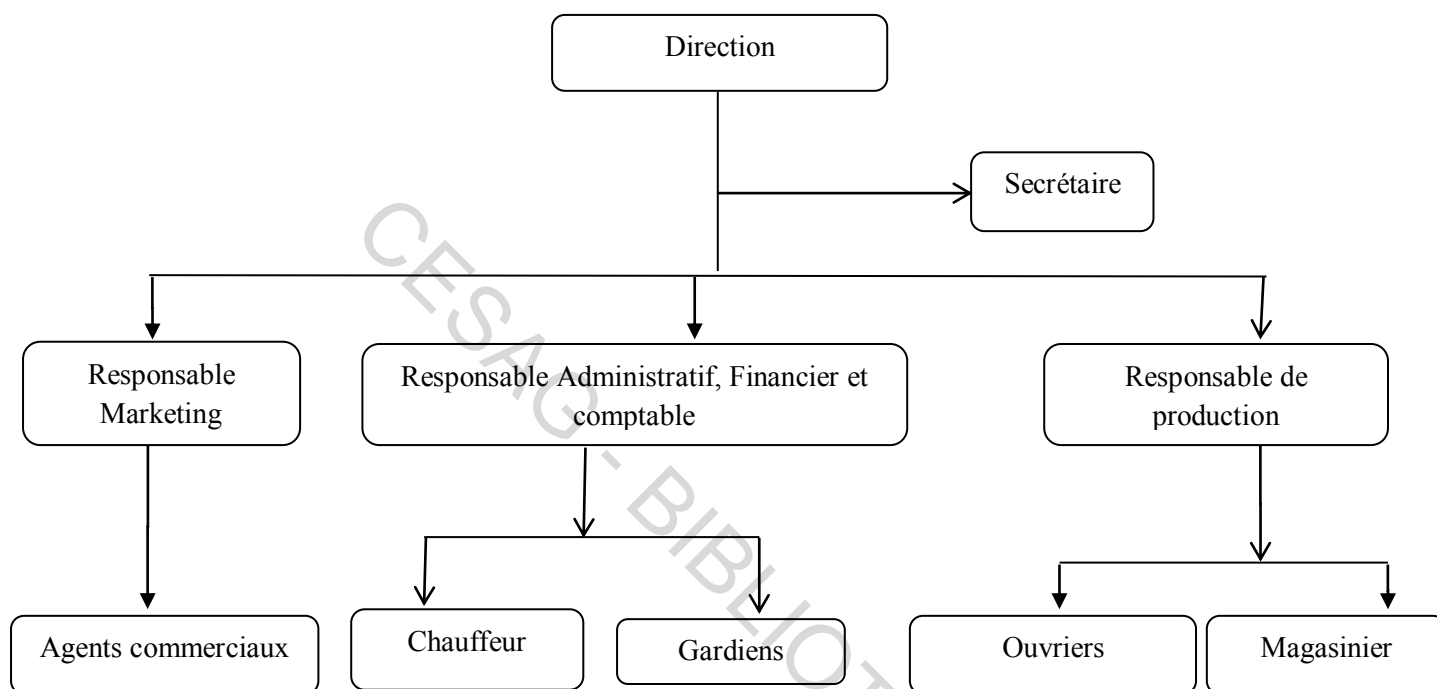
La technologie utilisée concerne l'élevage semi-industriel avec une race exotique (la leghorn). La majorité des équipements sont importés avec un coût de revient assez élevé ce qui nécessite d'important moyens financiers et humains.

### 1.3. Organisation et Ressources humaines

L'organisation de l'entreprise sera de type fonctionnel. Elle comprendra : une direction, un service marketing, un service technique et enfin un service administratif, financier et comptable.

Ainsi, l'organigramme de l'entreprise se présente comme suit :

Figure N°3 : Organigramme de l'entreprise



#### Rôles et profils du personnel de l'entreprise

Tableau 9: Rôles et profils du personnel

##### **Intitulé du poste :** DIRECTEUR

- ✚ **Fonction** : acteur clé du projet, il répond de toutes les dérives afférentes au projet une fois celui-ci lancé. C'est aussi en sa qualité de chef d'orchestre qu'il choisira les prestataires et contrôlera le bon déroulement des activités qu'il aura spécifiées.
- ✚ **Missions** : - il assure le management humain (animation de son équipe et des équipes opérationnelles lors des différentes phases de réalisation)  
- Il assure la gestion technique du projet : définition des objectifs, de la stratégie, des moyens et de l'organisation, la coordination des différentes actions et maîtrise de l'évolution du projet.
- ✚ **Compétence requises** : des compétences stratégiques, des compétences sociales et relationnelles, des compétences de développement de projet. Diverses aptitudes dont : goût



de l'action, esprit d'initiative, persévérance, esprit de décision, rigueur, Capacité d'écoute, esprit d'analyse, et esprit de synthèse

- + **Diplôme requis** : Avoir un BAC + 5 en Gestion des Projets ou en Administration Gestion des Entreprises

**Intitulé du poste** : SECRETAIRE

- + **Missions** : La gestion du courrier, l'accueil téléphonique, la réception clients, l'organisation de plannings, la gestion des commandes des fournitures, les photocopies et différentes activités de classement / archivage, etc.
- + **Compétence requises** : doit posséder une parfaite maîtrise de la langue française et de la langue locale (arabe ou sara). Il/Elle doit maîtriser les logiciels de traitement de textes.
- + **Diplôme requis** : BAC + 2 en Secrétariat, en Bureautique ou en Gestion Administration.

**Intitulé du poste** : RESPONSABLES MARKETING

- + **Missions** : - mettre en place un plan d'action marketing
  - Faire la promotion des produits
  - Déterminer le réseau des clients
  - Entretenir les relations avec la clientèle
  - Prospecter de nouveaux marchés
  - Suivre le recouvrement en relation avec la directionIl/elle a sous sa responsabilité des agents commerciaux
- + **Compétence requises** : doit avoir d'excellentes capacités de management, doit être un bon négociateur, doit avoir un sens aiguë de l'écoute et savoir faire preuve de rigueur et d'organisation, doit avoir un sens relationnel.
- + **Diplôme requis** : Diplôme Universitaire (Bac+3) en marketing

**Intitulé du poste** : RESPONSABLE DE PRODUCTION

- + **Mission** : participe à la définition des méthodes de fabrication, traduit les éléments du cahier des charges en objectifs de production, détermine les plans de charge : besoins en matières premières, planifie les objectifs de production (produits ou gammes), les investissements et les moyens (humains, machines, etc.) à court et moyen terme.
- + **Compétence requises** : Maîtriser son système de gestion de production, élaborer un budget prévisionnel (fonctionnement, investissement) et le suivre, maîtriser le processus de production et les technologies associées, être à l'écoute et disponible, organiser et planifier

les activités, maîtriser les outils de l'informatique de gestion.

- + **Diplôme requis** : BAC + 3 en santé animale ou en production animale

**Intitulé du poste** : RESPONSABLE ADMINISTRATIF, FINANCIER ET COMPTABLE

- + **Mission** : Supervise, organise et coordonne les services administratifs, comptables et financiers. Collecte les informations auprès des responsables opérationnels. Supervise la trésorerie et les relations avec les banques.
- + **Compétence requises** : la saisie des écritures, les rapprochements bancaires, participer à l'élaborer un budget (fonctionnement, investissement) et le suivre, etc.
- + **Diplôme requis** : BAC + 3 en comptabilité ou gestion.

**Intitulé du poste** : MAGASINIER

- + **Missions** : Le magasinier aura pour mission de gérer l'approvisionnement de l'entreprise en marchandises : veille à la conservation matérielle des biens en tenant les inventaires des outils, produits alimentaires, produits sanitaires... Il/elle prendra en charge leur réception, leur stockage. Il/elle doit aussi préparer les commandes, gérer les stocks afin de respecter les délais.
- + **Compétence requises** : avoir des compétences liées à l'informatique, très organisé et rapide et possède le sens de l'anticipation pour contrôler les produits.
- + **Diplôme requis** : avoir au minimum un BAC série G2.

**Intitulé du poste** : CHAUFFEUR

- + **Missions** : assure la livraison des marchandises commandées, il doit être en mesure de maîtriser le secteur géographique dans lequel il évolue, il doit être en bonne condition physique et relationnel facile ;
- + **Compétence requises** : Détenteur d'un permis de conduire professionnel, capacité de réparer des petites pannes.
- + **Diplôme requis** : avoir un BEP (Brevet d'Etude Professionnelle) en mécanique auto et un Permis de conduire Catégorie B.

**Intitulé du poste** : AGENTS COMMERCIAUX

- + **Missions** : effectuer la prospection sur sa zone avec l'aide de l'entreprise (prospection téléphonique, porte à porte), assurer le cycle complet de vente, de la prospection à la signature du contrat, fidéliser ses clients en répondant à leurs besoins et en s'assurant de leur satisfaction, développer le volume d'affaires avec les clients en portefeuille, et accroître celui-ci, assurer aussi la distribution des étiquettes s'il est prévu une promotion, etc.
- + **Compétence requises** : connaître le marché dans sa zone de chalandise, avoir une bonne

connaissance des produits ou services commercialisés, maîtriser les outils de productivité : bureautique, bases de données, gestion de planning et gestion commerciale, avoir une bonne connaissance en marketing et un bon sens d'expression.

✚ **Diplôme requis** : Avoir au minimum un BAC en Comptabilité ou Gestion Commerciale.

**Intitulé du poste** : GARDIEN

✚ **Missions** : Assurer la sécurité des locaux, des matérielles par la surveillance nuit et jour.

✚ **Compétence requises** : être physiquement fort, rigoureux et vigilant, avoir pratiqué les arts martiaux ou exercé un service militaire serait un atout.

✚ **Diplôme requis** : avoir une bonne connaissance de la langue locale.

**Intitulé du poste** : OUVRIERS

✚ **Missions** : assurer la propreté des poulaillers et des alentours ; responsables de l'alimentation animale, de l'entretien des appareils, etc..

✚ **Compétence requises** : être capable de développer une connaissance approfondie sur le comportement et besoins des animaux. Respectueux des règles d'hygiène et de sécurité.

✚ **Diplôme requis** : Certificat d'aptitude professionnelle en élevage

NB : l'équipe dirigeante sera soumise à un contrat de type indéterminé et les autres catégories à un contrat de type déterminé.

## 1. Propositions marketing et financières du projet

### 1.2. Dossier Stratégies et Marketing

#### 1.2.1 Les stratégies adoptées

Notre objectif est d'atteindre le niveau de chiffre d'affaire prédéterminé, d'écouler tous les œufs produits et de stimuler la demande potentielle. A cet effet, on doit favoriser les commandes auprès des distributeurs et des consommateurs. C'est pourquoi nous avons adopté deux stratégies :

##### 1.2.1.1 la stratégie PUSH

Elle consiste à pousser le produit par les distributeurs ou vendeurs. Elle s'appuie sur les avantages offerts aux distributeurs ou vendeurs. Cette stratégie se divise en deux points :

- donner des avantages aux vendeurs, comme le paiement à crédit, le prix promotionnel accessible, etc.
- les vendeurs poussent le produit vers les consommateurs.

### **1.2.1.2 la stratégie PULL**

La stratégie « PULL » consiste à attirer les consommateurs vers le produit et à acheter. Cette stratégie se présente comme suit :

- premièrement, c'est à nous producteur, d'attirer l'attention des consommateurs grâce à la publicité ;
- deuxièmement, les consommateurs se dirigent vers les vendeurs pour acheter les produits (œufs) ;
- troisièmement, les vendeurs, pour répondre à la demande des consommateurs, vont passer des commandes chez nous producteur.

Dans le cadre de ce projet, les deux stratégies c'est-à-dire « PUSH » et « PULL » seront appliquées.

### **1.2.2. Segmentation/ciblage/positionnement**

#### **1.2.2.1. La segmentation**

Pour le cas de notre projet, nous visons trois segments de marché qui sont : les entreprises privées, les intermédiaires et les ménages.

- Les entreprises privées :

Les entreprises privées sont constituées des hôtels, des restaurants, des pâtisseries, des supermarchés. Elles traitent avec les entreprises fournisseurs des œufs et payent généralement au comptant.

- Les intermédiaires

Ce sont des personnes qui viennent acheter une grande partie de la production à un prix unique pour la revendre aux détaillants. Ils se chargent de la livraison et paient généralement au comptant.

- Les ménages

Il s'agit des particuliers qui achètent les œufs. Ces ménages s'abonnent auprès de certaines fermes avicoles et demandent que les livraisons soient effectuées à domicile ou au lieu de travail.

Les œufs seront vendus uniquement dans les alvéoles de 30.

#### **1.2.2.2. Le ciblage**

La consommation d'œufs de poule, connaît des fluctuations temporaires à l'occasion de certaines cérémonies familiales ou des fêtes. En dehors de ces événements, notre cible sera principalement les entreprises privées c'est-à-dire les hôtels, les restaurants, les pâtisseries, etc.

### **1.2.2.3. Le positionnement**

Notre stratégie de positionnement permettra d'identifier l'entreprise, le produit ou la marque dans l'esprit du consommateur en montrant clairement sa différence par rapport aux concurrents. Dans le cadre du projet, notre position dans ce secteur sera milieu de gamme.

### **1.2.3. Le marketing Mix**

La politique commerciale de notre ferme, a une dimension stratégique et opérationnelle et englobe toutes les stratégies et les moyens nécessaires pour atteindre les objectifs commerciaux à partir des quatre variables : produit, prix, communication, distribution.

- 1. Le produit :** s'agissant de la politique de produit, nous développerons pendant la phase projet, uniquement des pondeuses.

Un accent particulier sera mis sur la qualité de l'alimentation et hygiène sanitaire du produit et des poulaillers ; ce qui nous permettra de produire des œufs de très bonne qualité.

Dans le but d'attirer l'attention des clients, nos produits seront emballés dans des cartons et porteront la marque issue de notre entreprise « SAHEL-PROTEINE.SA ».

- 2. Le prix :** La politique en matière de prix constitue un instrument de commercialisation important. Dans ce projet, le prix sur tous nos produits sera fixé par rapport de la qualité de nos produits. Pour la vente, nos œufs seront consignés dans les alvéoles de 30. Le prix de l'alvéole sur le marché actuel se situe entre 2 000 FCFA et 2 400 FCFA. Nous allons fixer notre prix à 2 000 FCFA.

- 3. La communication:**

Nous comptons mener une politique de communication efficace par le recrutement d'un spécialiste marketing. Il mettra en place des actions marketing appropriées pour entretenir les relations avec les clients.

Nous allons aussi diffuser les activités de l'entreprise sur toute sorte des icônes publicitaires comme la radio, la télévision, les affiches, etc.

#### **4. La distribution :**

Le souhait de tout commerçant, est de vendre ses produits le plus rapidement possible en livrant s'il le faut, toute la production directement aux grands preneurs. Pour cela, nous aurons les points de ventes éparpillés dans toute la zone avoisinante. La distribution sera aussi assurée par un véhicule utilitaire tout terrain acheté à cet effet. La livraison se fait à la demande des clients moyennant des frais additionnels de transport.

##### **1.3. Dossier financier**

###### **1.3.1. Analyse financière sommaire**

###### **1.3.1.1. Les recettes d'exploitations prévisionnelles**

Le volume des ventes prévues en :

- Première année est : 43 800 000 FCFA
- Deuxième année et les autres années : 87 600 000 FCFA

###### **1.3.1.2. Les coûts des investissements**

Les coûts des investissements sont estimés à 40 963 500 FCFA

###### **1.3.1.3. Les dépenses d'exploitations**

Les dépenses d'exploitations prévisionnelles sont :

- Première année : 21 967 500 FCFA
- Deuxième année et les autres années : 29 855 000 FCFA

###### **1.3.1.4 Le besoin en fonds de roulement (BFR)**

Le besoin en fonds de roulement est de :

- Première année : 9 593 333 FCFA
- Deuxième année : 5 183 333 FCFA

###### **1.3.1.5. Coût du projet**

Le coût du projet est de 55 740 167 FCFA.

###### **1.3.1.6. Echancier des flux financiers du projet**

La durée du projet est de 10 ans. Les flux nets annuels sont négatifs que pour l'année 0, et à partir de la première année, les flux sont tous devenus positifs.

###### **1.3.1.7 La rentabilité financière sommaire du projet.**

- **La VAN** : à 30%, nous avons une VAN de 98 165 414 FCFA. La VAN étant toujours positive même à 50%, il n'est pas nécessaire de calculer le TRI. Le projet est rentable.
- **Le RUMI** : il représente ce que l'on gagne sur chaque franc investi. Le projet nous fait gagner 7,93 FCFA sur chaque franc investi. Le projet est donc rentable de ce point de vu.
- **DRCI** : Nous avons un délai de récupération du capital investi de : 1 an, 6 mois et 16 jours. Ce qui est une très bonne chose.

Pour l'ensemble des indicateurs présentés ci-dessus : voir le tableau de l'échéancier des flux financiers (Tableau N°11).

### **1.3.2. Analyse Financière Détaillée**

#### **1.3.2.1. La dotation aux amortissements**

La dotation aux amortissements se chiffre à :

- de la première année à la quatrième année : 4 704 850 FCFA
- la cinquième année : 4 492 350 FCFA
- de la sixième à la dixième année : 4 863 390 FCFA

(Voir tableau annexe1)

#### **1.3.2.2. Le plan de financement du projet**

Le projet sera financé à 40% par une banque locale et 60% par des fonds propres.

Le plan de financement se présente comme suit:

Coût du projet : 55 740 167 FCFA

Capitaux propres (60%) : 33 444 100 FCFA

Emprunts (40%) : 22 296 067 FCFA

Taux : 10%

Durée : 8 ans dont un an de différé

Annuité constante : 4 579 730 FCFA

#### **1.3.2.3. Le compte d'exploitation prévisionnel et la capacité d'autofinancement (CAF).**

Le résultat est bénéficiaire sur toute la durée du projet et varie entre 9 683 730 FCA (la première année) à 33 619 050 FCFA (la dixième année). Le bénéfice moyen est estimé à 30 833 602 FCFA.

La CAF est la capacité pour l'entreprise de s'autofinancer et de faire face à ses engagements. Dans le cadre ce projet, la CAF est restée positive durant toute la période. La capacité moyenne est de

35 593 470 FCFA, ce qui paraît suffisant par rapport à la taille du projet, pour payer les dividendes, le renouvellement et le service de la dette.

Le ratio CAF moyenne/Principal moyen est de  $15,96 > 1,5$  donc le projet est rentable.

Le compte de résultat prévisionnel se trouve à l'annexe (tableau N°14)

#### **1.3.2.4. Tableau d'équilibre des ressources et des emplois**

Ce projet est équilibré sur le plan de la trésorerie car tous les soldes de trésoreries de fin d'année sont positifs et vont de 14 776 670 FCFA à 31 022 123 FCFA. Il n'y a donc aucun problème de trésorerie. (Voir annexe tableau N°15)

#### **1.3.2.5. La rentabilité du point de vue des actionnaires, des capitaux investis, des fonds propres.**

Du point de vue des actionnaires, à 15% nous avons une VAN de 16 659 280 FCFA. Avec le même taux, la VAN est égale à 12 646 303 FCFA du point de vue des capitaux investis.

Concernant les fonds propres, à 15% nous avons une VAN de 127 400 011 FCFA.

NB : les VAN étant toujours positive à des taux élevés, il n'y a donc pas de TRI.

D'une manière générale, tous les indicateurs sont au vert (Voir annexe).



## Chapitre 4 : Résultats attendus, perspectives et planning des activités.

### 1. Résultats attendus ou impacts du projet

#### 1.1. Impact social

SAHEL-PROTEINE SA est une organisation à but lucratif mais qui prend en compte la dimension sociale. Notre premier souci ne sera pas seulement de servir les clients et tirer des bénéfices mais aussi donner une bonne image aux consommateurs :

- ✓ Ce projet permettra d'aider l'état tchadien dans sa politique de lutte contre la pauvreté et la malnutrition ;
- ✓ Il va ensuite contribuer à vulgariser les techniques modernes d'élevage des poules au sein de la population éleveurs de volaille traditionnelle.

##### 1.1.1. Impact sur la création d'emplois

Ce projet va contribuer à :

- ✓ Générer de nombreux emplois en amont, mais surtout en aval de la production. Il va créer 15 emplois directs;
- ✓ L'amélioration des conditions de vie des personnes impliquées ;
- ✓ La diminution du taux de chômage.

##### 1.1.2. Impacts sur la répartition du revenu

Les revenus des particuliers proviennent du salaire qu'ils tirent de leur travail. Le projet va donc permettre la répartition des revenus sous forme de salaire.

Libellés	1	2	3	4	5 à 10
VA	34 312 500	70 225 000	70 225 000	70 225 000	69 689 000
<b>Charges de personnels</b>	<b>12 480 000</b>	<b>12 480 000</b>	<b>12 480 000</b>	<b>13 104 000</b>	<b>13 104 000</b>

SAHEL PROTEINE SA, va défendre la primauté des personnes et du travail sur le capital dans la répartition de ses surplus et revenus supplémentaires.

#### 1.2. Impact économique

Au point de vue macro-économique ce projet contribuera :

- ✓ A la création d'une nouvelle entreprise privée viable et rentable ;
- ✓ A la création de valeur ajoutée significative ;
- ✓ A l'aide de l'Etat tchadien dans sa politique de lutte contre la pauvreté et la malnutrition.

Le projet contribuera à la valeur ajoutée nationale sur une durée de 10 ans.

<b>LIBERES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 à10</b>
V.A	34 312 500	70 225 000	70 225 000	70 225 000	69 689 000
<b>Cumul V.A</b>	<b>34 312 500</b>	<b>104 537 500</b>	<b>174 762 500</b>	<b>244 987 500</b>	<b>314 676 500</b>

Ainsi, la contribution du projet à la V.A nationale pour une durée de 5ans, est de **314 676 500 FCFA**.

### 1.3. Impact fiscal

Le projet va générer des\_revenus fiscaux additionnels pour le pays, en augmentant ainsi les recettes fiscales de l'état pour un montant global de 76 326 300 FCFA(cinq ans).

<b>Rubriques</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Impôt sur les sociétés</b>	<b>5 214 315</b>	<b>17 783 690</b>	<b>17 865 944</b>	<b>17 738 024</b>	<b>17 724 327</b>
<b>Cumul des impôts</b>	<b>5 214 315</b>	<b>22 998 005</b>	<b>40 863 949</b>	<b>58 601 973</b>	<b>76 326 300</b>

### 1.4. Impact écologique

Sur le plan environnemental, le projet va contribuer à la création d'un « micro système » grâce à la plantation des arbres sous forme de haie vive aux alentours de l'entreprise et à l'intérieur de la cour pour permettre aux poules de respirer de l'air pur.

## 2. Planning des activités

Le planning de réalisation de notre projet se présente dans le tableau suivant:

*Tableau 10: Planning des activités*

<b>N°</b>	<b>Tâches</b>	<b>Échéances</b>	<b>Chargés de l'exécution des tâches</b>
1	Recherche de documents administratifs	janvier 2015 (1mois)	Promoteurs du projet
2	travaux de construction et aménagement	février à juillet 2015 (6mois)	ingénieurs en génie civil
3	Installation des équipements et matériel de bureau	août à septembre 2015 (2mois)	Ingénieurs des techniques d'élevage/promoteurs
4	Commande et approvisionnement des matières premières (aliments)	Octobre 2015 (1mois)	promoteurs
5	Recrutement du personnel	Novembre 2015 (1mois)	promoteurs

6	Lancement officiel du projet	Fin décembre 2015	Promoteurs, partenaires, personnel du projet
7	Arrivée de la commande des poussins et début des activités.	Début janvier 2015	Responsable technique/ promoteurs

**Source : nous-mêmes**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Conclusion générale

L'élevage de la volaille présente un futur prometteur pour le développement du Tchad car les conditions d'implantation des unités de productions sont favorables (abondances des matières premières pour la fabrication de la provende) ; alors que l'état actuel montre l'insuffisance voir l'inexistence de la pratique d'élevage moderne.

Après ce constat, notre projet a été monté dans le but de contribuer à dynamiser cette filière et à répondre aux besoins des consommateurs d'œufs en leur proposant des produits de qualités (œufs frais).

Le choix de Koundoul comme site d'implantation correspond bien aux conditions exigées pour l'élevage des poules. Cette implantation est basée sur une étude du marché à servir qui a démontré que l'activité est faisable.

La bonne marche de ce projet exige du savoir-faire en technique d'élevage. De plus, en dehors des moyens humains, ce projet nécessite des moyens matériels et financiers pour le démarrage. C'est pour cette raison que nous devons recourir à un emprunt auprès d'une banque locale.

En termes de faisabilité et de la rentabilité du projet, le dossier financier présenté dans le chapitre 4, nous montre sa viabilité et nous pouvons dire que l'objectif est réaliste pour convaincre nos partenaires financiers.

La croissance des valeurs attendues de l'entreprise, expliqué par valeur actuelle nette (VAN) qui est positive, le délai de récupération des capitaux investis (DRCI) qui est largement inférieur au délai de remboursement des emprunts, le taux de rentabilité interne (TRI) strictement supérieur au taux d'emprunt, nous la confirme.

Sur le plan économique et social, la réalisation de ce projet contribuera au développement de la zone d'implantation et au développement de l'économie nationale par le biais des impôts et taxes, la lutte contre le chômage.

Comme perspectives, nous envisageons l'extension de notre activité à l'élevage des poulets de chairs mais à condition que les données techniques, financières et matérielles soient satisfaisantes.

**BIBLIOGRAPHIE**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

- 1- M.Bridier & S.Michaïlof, Guide Pratique d'Analyse de Projet, Economica, Paris, 340p, 1995 ;
- 2- M.Carbonel & J.Renaud, Etude de Faisabilité d'un projet, A SAVOIR, Saint Denis La Plaine, 59p, 2003 ;
- 3- Ousmane PLEA, Projet de création d'une petite et moyenne entreprise(PME) avicole au Mali, 2009.
- 4- République du Tchad, Document de Stratégie de Croissance et de Réduction de la Pauvreté, 131p, Avril 2008 ;
- 5- République du Tchad, Plan National de Développement 2013-2015, 135p, Avril 2013
- 6- République du Tchad, Rapport National sur les Ressources Zoogénétiques du Tchad, 78p, Avril 2003 ;
- 7- R.E Westney, Gestion de petits projets : technique de planification, d'estimation et de contrôle, l'UNION, Paris, 304p, 1991 ;
- 8- T.Gidel & W. Zonghero, Management de projet1, Introduction et Fondamentaux, Lavoisier, Paris, 246p, 2006 ;
- 9- W. O'Shaughnessy, la Faisabilité de Projet : une démarche vers l'efficience et l'efficacité, SMG, Québec, 214p, 1992 ;
- 10- Y.Mopaté Logténé, Revue du Secteur Avicole au Tchad, FAO, N'Djaména, 71 p, Octobre 2010 ;

**ANNEXES**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**ANNEXE N°1 : ANALYSE FINANCIERE SOMMAIRE ET DETAILLEE**

Prix d'une tablette d'alvéole 2000

Rubriques	Année1	Année2
Production (en milliers d'alvéole)	21,9	43,8
Chiffre d'affaires (en milliers de francs)	43800	87600

**Données d'exploitation**

rubriques	année1	année2
<b>coefficient d'activités</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>
aliments/vaccins	3350	6700
achat poussins	1800	3600
produits d'entretiens	150	300
carburants et lubrifiants	1250	2500
entretien et réparations	375	750
services de consultants	175	350
services extérieurs	187,5	375
assurances	100	100
tel, eau, électricité	400	800
entretiens batiments	200	400
salaires	12480	12480
frais divers	1500	1500

**CALCUL DU FDR**

Rubriques	année1	année2
<b>Coefficient d'activités</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>
<b>1, Besoins</b>		
aliments/vaccins	1116,667	2233,333
carburant et lubrifiants	416,667	833,333
salaires	4160	4160
frais divers	250	250
credit client	3650	7300



<b>Total besoins</b>	<b>9593,333</b>	<b>14776,667</b>
<b>Dotation FDR</b>	<b>9593,333</b>	<b>5183,333</b>

**valeur résiduel**

<b>rubriques</b>	<b>montant</b>	<b>Durée</b>	<b>Valeur résiduelle</b>
Terrain	4000		4000
Equipements techniques	7603,5	10	0
matériel mobilier de bureau	2210	5	0
Véhicule	12000	5	0
Travaux et construction	12800	20	6400
Aménagements/installations	1500	6	500
non-valeur	850	4	0
<b>Total</b>	<b>40963,5</b>		<b>10900</b>

**Tableau 11: ECHEANCIER DES FLUX FINANCIER**

Rubriques	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>1, Investissement et Renv</b>											
Terrain	4000										
Equipements techniques	7603,5										
matériel mobilier de bureau	2210						2210				
Véhicule	12000						12000				
Travaux et construction	12800										
Aménagements/installations	1500							1500			
non valeur	850										
Total investissements et Renv	40963,5	0	0	0	0	0	14210	1500	0	0	0
<b>2, Dotation en FDR</b>		<b>9593,33</b>	<b>5183,33</b>								
<b>3, Dépense d'exploitation</b>											
coefficient d'activité		50%	100%								
aliments/vaccins		3350	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700
achat poussins		1800	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600
produits d'entretiens		150	300	300	300	300	300	300	300	300	300
carburants et lubrifiants		1250	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
entretien et réparations		375	750	750	750	750	750	750	750	750	750
services de consultants		175	350	350	350	350	350	350	350	350	350

services extérieurs		187,5	375	375	375	375	375	375	375	375	375
assurances		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
tel, eau, électricité		400	800	800	800	800	800	800	800	800	800
entretiens batiments		200	400	400	400	400	400	400	400	400	400
salaires		12480	12480	12480	12480	12480	12480	12480	12480	12480	12480
frais divers		1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Total dépenses d'exploitation		21967,5	29855	29855	29855	29855	29855	29855	29855	29855	29855
<b>Total flux sortie de fonds(1+2+3)</b>	<b>40963,5</b>	<b>31560,83</b>	<b>35038,33</b>	<b>29855,00</b>	<b>29855,00</b>	<b>29855,00</b>	<b>44065,00</b>	<b>31355,00</b>	<b>29855,00</b>	<b>29855,00</b>	<b>29855,00</b>
<b>4, Recettes d'exploitation</b>											
coefficient d'activité		50%	100%								
Produits des ventes (CA)		43800	87600	87600	87600	87600	87600	87600	87600	87600	87600
Reprise FDR											14776,67
Valeur Résiduelle											10900
<b>Total flux entrée de fonds</b>		<b>43800</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>87600</b>	<b>113276,67</b>
<b>Flux nets annuels</b>	<b>-40963,5</b>	<b>12239,17</b>	<b>52561,67</b>	<b>57745,00</b>	<b>57745,00</b>	<b>57745,00</b>	<b>43535,00</b>	<b>56245,00</b>	<b>57745,00</b>	<b>57745,00</b>	<b>83421,67</b>
<b>FLux nets annuels cumulés</b>	<b>-40963,5</b>	<b>-28724,33</b>	<b>23837,33</b>	<b>81582,33</b>	<b>139327,33</b>	<b>197072,33</b>	<b>240607,33</b>	<b>296852,33</b>	<b>354597,33</b>	<b>412342,33</b>	<b>495764,00</b>
Coef.d'actualisation(30%)	1	1,30	1,69	2,20	2,86	3,71	4,83	6,27	8,16	10,60	13,79
Flux actualisés(30%)	-40963,50	9414,74	31101,58	26247,73	20190,56	15564,69	9013,46	8970,49	7076,59	5447,64	6049,43
VAN (30%)	98165,41										
VAN (90%)	-2570,25										

TRI	86%
-----	-----

**DRCI :** 1an+6mois+16jours

**Type de financement :** Prêt sup à 2 ans

calcul du RUMI	
Somme RP	857876,667
Somme DP	290662,5
Somme IP	71450,167
<b>RUMI</b>	<b>7,93859823</b>

**Risque Financier** 0,18 **risque faible**

#### ANALYSE FINANCIERE DETAILLEE

#### Valeur résiduelle avec inflation

Rubriques	montant	durée vie	val residuel
Coef d'inflation			
Terrain	4000		4000
Equipements techniques	7603,5	10	0
matériel mobilier de bureau	2210	5	0
Véhicul	12000	5	0
Travaux et construction	12800	20	6400
Aménagements/installations	1500	6	560

non valeur	850	4	
<b>Total</b>	<b>40963,5</b>		<b>10960</b>

**Tableau 12: TABLEAU DES AMORTISSEMENTS**

Rubriques	Annuité	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Coef d'inflation		1,02	1,05	1,05	1,1	1,12	1,12	1,12	1,12	1,12
Terrain										
Equipements techniques	760,35	760,35	760,35	760,35	760,35	760,35	760,35	760,35	760,35	760,35
matériel mobilier de bureau	442	442	442	442	442	442	495,04	495,04	495,04	495,04
Véhicul	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2688	2688	2688	2688
Travaux et construction	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640
Aménagements/installations	250	250	250	250	250	250	250	280	280	280
non valeur	212,5	212,5	212,5	212,5	212,5					
<b>Total</b>	<b>4704,85</b>	<b>4704,85</b>	<b>4704,85</b>	<b>4704,85</b>	<b>4704,85</b>	<b>4492,35</b>	<b>4833,39</b>	<b>4863,39</b>	<b>4863,39</b>	<b>4863,39</b>

**SCHEMA DE FINANCEMENT**

Coût total du projet	55740,167
montant emprunt 40%	22296,067
Fonds propres 60%	33444,100
Taux d'intérêt	10%

Durée du prêt	8	7
Différé	1	
<b>annuité</b>	<b>4 579,73</b>	

**Tableau 13: AMORTISSEMENT DE L'EMPRUNT**

années	emprunt restant dû	intérêts	Amortissement	Annuités	val résiduel
1	22296,07	2229,61			22296,07
2	22296,07	2229,61	2350,13	4579,73	19945,94
3	19945,94	1994,59	2585,14	4579,73	17360,80
4	17360,80	1736,08	2843,65	4579,73	14517,14
5	14517,14	1451,71	3128,02	4579,73	11389,12
6	11389,12	1138,91	3440,82	4579,73	7948,30
7	7948,30	794,83	3784,90	4579,73	4163,40
8	4163,40	416,34	4163,40	4579,73	0,00

**Tableau 14: COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL**

RUBRIQUES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Produit des ventes (CA)	43800	87600	87600	87600	87600	87600	87600	87600	87600	87600
Achat Aliments	3350	6700	6700	6700	7236	7236	7236	7236	7236	7236
Achat Poussins	1800	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600
produits d'entretiens	150	300	300	300	300	300	300	300	300	300
<b>Marge brut sur matières</b>	<b>38500</b>	<b>77000</b>	<b>77000</b>	<b>77000</b>	<b>76464</b>	<b>76464</b>	<b>76464</b>	<b>76464</b>	<b>76464</b>	<b>76464</b>
<b>Autres achats</b>										
carburants et lubrifiants	1250	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
entretien et réparations	375	750	750	750	750	750	750	750	750	750
services de consultants	175	350	350	350	350	350	350	350	350	350
services extérieurs	187,5	375	375	375	375	375	375	375	375	375
assurances	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
tel, eau, électricité	400	800	800	800	800	800	800	800	800	800
entretiens batiments	200	400	400	400	400	400	400	400	400	400
frais divers	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
<b>Sous total autres achats</b>	<b>4187,5</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>	<b>6775</b>
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>34312,5</b>	<b>70225</b>	<b>70225</b>	<b>70225</b>	<b>69689</b>	<b>69689</b>	<b>69689</b>	<b>69689</b>	<b>69689</b>	<b>69689</b>
Salaires	12480	12480	12480	13104	13104	13104	13104	13104	13104	13104
<b>Excédent Brut d'Exploitation</b>	<b>21832,5</b>	<b>57745</b>	<b>57745</b>	<b>57121</b>	<b>56585</b>	<b>56585</b>	<b>56585</b>	<b>56585</b>	<b>56585</b>	<b>56585</b>
Dotation aux amortissements	4704,85	4704,85	4704,85	4704,85	4492,35	4833,39	4863,39	4863,39	4863,39	4863,39

<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>17127,65</b>	<b>53040,15</b>	<b>53040,15</b>	<b>52416,15</b>	<b>52092,65</b>	<b>51751,61</b>	<b>51721,61</b>	<b>51721,61</b>	<b>51721,61</b>	<b>51721,61</b>
Produits financiers	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Charges financières(intérêts)	2229,61	2229,61	1994,59	1736,08	1451,71	1138,91	794,83	416,34		
Résultats financiers	-2229,61	-2229,61	-1994,59	-1736,08	-1451,71	-1138,91	-794,83	-416,34	0,00	0,00
<b>Résultat des activités ordinaires</b>	<b>14898,04</b>	<b>50810,54</b>	<b>51045,56</b>	<b>50680,07</b>	<b>50640,94</b>	<b>50612,70</b>	<b>50926,78</b>	<b>51305,27</b>	<b>51721,61</b>	<b>51721,61</b>
Impôts sur les résultats	5214,31517	17783,69	17865,94	17738,02	17724,33	17714,44	17824,37	17956,84	18102,56	18102,56
<b>Résultat net</b>	<b>9683,73</b>	<b>33026,85</b>	<b>33179,61</b>	<b>32942,05</b>	<b>32916,61</b>	<b>32898,25</b>	<b>33102,41</b>	<b>33348,43</b>	<b>33619,05</b>	<b>33619,05</b>

<b>Capacité d'autofinancement(CAF)</b>	<b>14388,58</b>	<b>37731,70</b>	<b>37884,46</b>	<b>37646,90</b>	<b>37408,96</b>	<b>37731,64</b>	<b>37965,80</b>	<b>38211,82</b>	<b>38482,44</b>	<b>38482,44</b>
--	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Tableau 15: EQUILIBRE DE RESSOURCES ET EMPLOIS DE FONDS

Rubriques	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Coef d'inflation</b>		1,02	1,05	1,05	1,1	1,12	1,12	1,12	1,12	1,12	1,12
<b>1,Ressources</b>											
CAF		14388,58	37731,70	37884,46	37646,90	37408,96	37731,64	37965,80	38211,82	38482,44	38482,44
Capitaux Propres	33444,100										
Emprunt	22296,067										
Valeurs Résiduelles											10960
Reprise FDR											14776,67
<b>Total Ressources</b>	<b>55740,17</b>	<b>14388,58</b>	<b>37731,70</b>	<b>37884,46</b>	<b>37646,90</b>	<b>37408,96</b>	<b>37731,64</b>	<b>37965,80</b>	<b>38211,82</b>	<b>38482,44</b>	<b>64219,10</b>
<b>2, Emplois</b>											



Investissements et Ren,	40963,5	0	0	0	0	0	14210	1500	0	0	0
Dotation FDR		9593,333	5183,333								
Remboursement											
Principal			2350,13	2585,14	2843,65	3128,02	3440,82	3784,90	4163,40		
Dividendes		3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41
<b>Total Emplois</b>	<b>40963,50</b>	<b>12937,74</b>	<b>10877,87</b>	<b>5929,55</b>	<b>6188,06</b>	<b>6472,43</b>	<b>20995,23</b>	<b>8629,31</b>	<b>7507,81</b>	<b>3344,41</b>	<b>3344,41</b>
Solde Ressources- Emplois	14776,67	1450,83	26853,83	31954,91	31458,83	30936,53	16736,41	29336,48	30704,01	35138,03	60874,69
<b>Trésorerie début d'année</b>		14776,67	16227,50	43081,33	75036,24	106495,07	137431,60	154168,01	183504,50	214208,51	249346,53
<b>Trésorerie fin d'année</b>	14776,67	16227,50	43081,33	75036,24	106495,07	137431,60	154168,01	183504,50	214208,51	249346,53	310221,23

**Tableau 16: CALCULS DE RENTABILITE**

**POUR LES ACTIONNAIRES**

Rubriques	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flux des actionnaires	-33444,1	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	313565,64
VAN(15%)	60022,663										
vAN(30%)	-601,850										
TRI	30%										

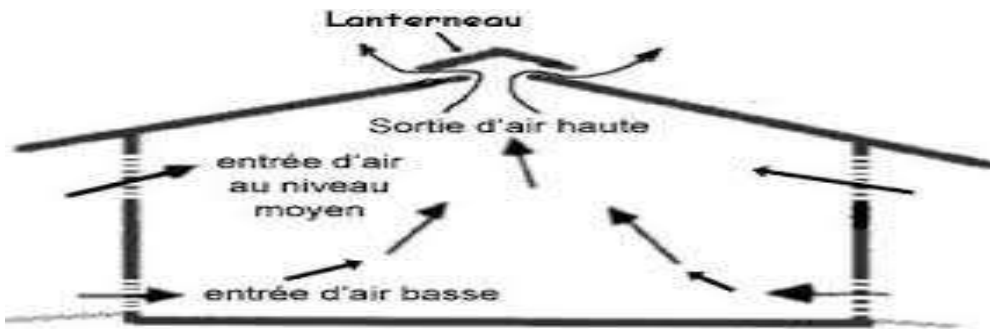
**POUR LES CAPITAUX INVESTIS**

Rubriques	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flux nets annuels	-40963,5	12239,167	52561,667	57745	57745	57745	43535	56245	57745	57745	83421,667
Impôts		5214,3152	17783,69	17865,945	17738,025	17724,328	17714,44	17824,373	17956,845	18102,5635	18102,564
Fux des capitaux investis	-40963,5	7024,8515	34777,977	39879,055	40006,975	40020,672	25820,56	38420,627	39788,155	39642,4365	65319,103
Van(15%)	126463,037										
Van(65%)	-2352,439										
TRI	62%										

**POUR LES FONDS PROPRES**

Rubriques	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
capitaux propres	-33444,100										
dividendes		3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41	3344,41
tresorerie de la période	14776,67	1450,83	26853,83	31954,91	31458,83	30936,53	16736,41	29336,48	30704,01	35138,03	60874,69
Flux fonds propre	-18667,433	4795,245	30198,242	35299,321	34803,241	34280,938	20080,821	32680,892	34048,421	38482,437	64219,103
van(15%)	127400,011										
van(90%)	2639,94										
TRI											

**ANNEXE N°2 : UN EXEMPLE DE POULAILLER**



**ANNEXE N°3 : LES NORMES D'ELEVAGE EN AVICULTURE**

Désignation	Poulets de chairs		Pondeuses		
	Poussins	Adultes	Poussins	Poulettes	Adultes
<b>1. Habitant</b>					
Densité au sol (nombre de sujets / m <sup>2</sup> )	10 – 20	10	10-20	8 – 15	3 à 5
Densité en cages de ponte	-	-	-	-	8 – 12
Litière (épaisseur)	10 – 15cm	30cm	10-15cm	30cm	30cm-35cm
<b>2. Equipement</b>					
Eleveuse radiant	1/500 -1/1000	-	1/500 – 1/1000	-	-
Abreuvoirs	1/50 (2%)	3 à 6 %	1/50 (2%)	2 – 3%	2 – 4
Mangeoires	1/50 (2%)	3 à 5%	1/50 (2%)	3 – 6 %	3 – 6%
<b>3. Alimentation</b>					
Aliment démarrage (quantité /sujet période)	1,5 – 2,0kg 0 – 4Sem	-	1,8 – 2,2kg (0 – 8sem)	-	-
Aliment croissance (Quantité /sujet/période)	-	2,0 – 2,5 (5sem)	-	4,0 – 7kg (9 – 26sem)	-
Aliment ponte	-	-	-	-	110 à 125g/jour/

					<p>sujet (12 – 14 mois de ponte)</p>
<p><b>4. Norme de productivité</b></p>	<p>(45 à 60 jours)</p> <p><u>Niveau de production</u> 1,5 à 2,5 kg à l'abattage</p>		<p>(12 à 14 mois de ponte)</p> <p><u>Niveau de production</u> 250 à 300 œufs/ponte/an ou 70 à 90%</p>		
<p><b>5. Prophylaxie</b></p>	<p><u>Vide sanitaire</u> :</p> <p>2 à 3 semaines après nettoyage, désinfection des locaux et du matériel.</p> <p><u>Taux de mortalité</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poulets de chair : inférieur à 10%</li> <li>- Poulettes : inférieur à 10%</li> <li>- Pondeuses : 0,5 à 1% /mois de ponte</li> </ul>				

ANNEXE N°4 : PROGRAMME DE PROPHYLAXIE

Age	Maladie	Produit ou vaccin	administration
1 <sup>er</sup> jour	Newcastle	Inactivé huileux	Injection ½ dose
	Newcastle	HB1	Trempage du bec
2 à 4 jours	Prévention des infections du démarrage	Anti-infectieux (colistine) + vitamines	Goutte dans l'œil (ou eau de boisson)
Entre 10 et 12 jours	Gumboro	Vaccin vivant	Eau de boisson
Les 2 jours suivants		Complexe de vitamines	Eau de boissons
Entre 18 et 21 jours	Gumboro	Vaccin vivant	Eau de boissons
Les 2 jours suivants		Complexe de vitamines	Eau de boissons

**ANNEXE N° 5 : LES POULES LEGHORN**



ANNEXE N°6 : CARTE DU TCHAD





## Table des matières

<b>DEDICACE</b> .....	I
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	II
<b>LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS</b> .....	III
<b>LISTE DES TABLEAUX</b> .....	V
<b>LISTE DES FIGURES</b> .....	VI
<b>SOMMAIRE</b> .....	VII
<b>RESUME DU PROJET</b> .....	VIII
<b>INTRODUCTION GENERALE</b> .....	1
<b>1. Contexte du projet</b> .....	2
<b>1.1 Contexte mondial</b> .....	2
<b>1.2 Contexte sous régional</b> .....	3
<b>1.3 Contexte national</b> .....	3
<b>2. Problématique</b> .....	5
<b>3. Objectifs du projet</b> .....	6
<b>3.1 Objectif général</b> .....	6
<b>3.2 Objectifs spécifiques</b> .....	6
<b>4. Intérêts du projet</b> .....	6
<b>5. Méthodologie Générale</b> .....	7
<b>6. Plan de l'étude</b> .....	7
<b>PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU PROJET ET ETUDE DU MARCHE</b> .....	1
<b>Chapitre 1 : Présentation du projet et méthodes de collecte des données</b> .....	8
<b>Section 1 : Présentation du projet</b> .....	8
<b>1.1. Définition des concepts clés</b> .....	8
<b>1.1.1. Projet</b> .....	8
<b>1.1.2. Gestion de projet</b> .....	9
<b>1.2. Enjeux d'un projet</b> .....	9
<b>1.3. Typologie des projets</b> .....	10
<b>1.4. Méthodes d'analyse des projets</b> .....	11
<b>1.5. Démarche d'élaboration d'un projet</b> .....	12
<b>1.5.1. Principes d'élaboration d'un Projet</b> .....	12
<b>1.5.2. Les étapes d'élaboration d'un projet</b> .....	13
<b>1.5.2.1. Identification</b> .....	13
<b>1.5.2.2. Les différentes étapes de la préparation d'un projet</b> .....	13

a) Etude de marché .....	14
b) Etude technique .....	16
c) Etude organisationnelle et institutionnelle .....	19
d) Etude financière .....	19
e) Etude économique .....	23
f)- Etude sociale .....	23
g) Etude environnementale .....	23
<b>Section 2. Méthode d'analyse et de collecte des données.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 : Définitions des variables et des indicateurs.....</b>	<b>24</b>
a) Les variables indépendantes ou explicatives .....	24
b) Les indicateurs des variables .....	24
c) Présentation du modèle.....	26
<b>2.2 : Méthode de collecte des données.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 : Traitement des données.....</b>	<b>27</b>
<b>Chapitre 2 : Présentation du projet et étude de marché .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. Présentation du Projet .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.1. Présentation des promoteurs .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.2. Présentation du projet proprement dit.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2. Etude du marché.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2.1. Analyse du secteur.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2.2. Analyse de l'offre et de la demande .....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.2.1. Analyse de l'offre.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.2.2. Analyse de la demande .....</b>	<b>32</b>
2.2.2.3. Le marché potentiel.....	32
2.2.3. L'analyse de la concurrence .....	33
a)- Le nombre de concurrents directs et indirects .....	33
b)-La satisfaction des clients .....	33
2.2.4. La part de marché .....	34
<b>DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE DU PROJET .....</b>	<b>8</b>
<b>Chapitre 3 : Plan opérationnel du projet.....</b>	<b>35</b>
<b>1. Propositions juridiques, techniques et organisationnelles du projet.....</b>	<b>35</b>
<b>1.1. Dossier Juridique .....</b>	<b>35</b>
<b>1.2. Dossier technique: .....</b>	<b>36</b>
1.2.1. Le choix technique et sa justification.....	36

1.2.1.1. Processus de production .....	36
.....	36
<b>1.2.1.2. la capacité de production.....</b>	<b>37</b>
<b>1.2.2- la disponibilité des équipements .....</b>	<b>37</b>
<b>1.2.3 Les investissements physiques et leurs coûts d'acquisition .....</b>	<b>37</b>
<b>1.2.3.1 Génie civil.....</b>	<b>37</b>
<b>1.2.3.2. Equipements techniques.....</b>	<b>38</b>
<b>1.2.3.3. Matériel et Mobilier de Bureau .....</b>	<b>39</b>
<b>1.2.4. Les dépenses d'exploitation (en 2017, année croisière) .....</b>	<b>39</b>
<b>1.2.4.3 Les salaires et charges de personnel .....</b>	<b>40</b>
<b>1.2.4.4 Achat de poussins .....</b>	<b>41</b>
<b>1.2.4.5 Amortissements techniques.....</b>	<b>41</b>
<b>1.2.4.6 Le Fond de Roulement (FDR).....</b>	<b>41</b>
<b>1.2.5 Calendrier de réalisation .....</b>	<b>42</b>
<b>1.2.6 Coût total du projet.....</b>	<b>42</b>
<b>1.3. Organisation et Ressources humaines.....</b>	<b>43</b>
<b>1. Propositions marketing et financières du projet.....</b>	<b>46</b>
<b>1.2. Dossier Stratégies et Marketing.....</b>	<b>46</b>
<b>1.2.1 Les stratégies adoptées .....</b>	<b>46</b>
<b>1.2.2. Segmentation/ciblage/positionnement.....</b>	<b>47</b>
<b>1.2.2.1. La segmentation.....</b>	<b>47</b>
<b>1.2.2.2. Le ciblage .....</b>	<b>47</b>
<b>1.2.2.3. Le positionnement.....</b>	<b>48</b>
<b>1.2.3. Le marketing Mix.....</b>	<b>48</b>
<b>1.3. Dossier financier.....</b>	<b>49</b>
<b>1.3.1. Analyse financière sommaire.....</b>	<b>49</b>
<b>1.3.2. Analyse Financière Détaillée.....</b>	<b>50</b>
<b>1.3.2.1. La dotation aux amortissements .....</b>	<b>50</b>
<b>1.3.2.2. Le plan de financement du projet.....</b>	<b>50</b>
<b>1.3.2.3. Le compte d'exploitation prévisionnel et la capacité d'autofinancement (CAF).....</b>	<b>50</b>
<b>1.3.2.4. Tableau d'équilibre des ressources et des emplois .....</b>	<b>51</b>
<b>1.3.2.5. La rentabilité du point de vue des actionnaires, des capitaux investis, des fonds propres.</b>	<b>51</b>
.....	51
<b>Chapitre 4 : Résultats attendus, perspectives et planning des activités.....</b>	<b>52</b>

<b>1. Résultats attendus ou impacts du projet</b> .....	52
<b>1.1. Impact social</b> .....	52
1.1.1. Impact sur la création d'emplois.....	52
1.1.2. Impacts sur la répartition du revenu .....	52
<b>1.2. Impact économique</b> .....	52
<b>1.3. Impact fiscal</b> .....	53
<b>1.4. Impact écologique</b> .....	53
<b>2. Planning des activités</b> .....	53
<b>Conclusion générale</b> .....	55
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	56
<b>ANNEXES</b> .....	I

CESAG - BIBLIOTHEQUE