



Centre Africain d'études Supérieures en
Gestion

CESAG

Master en Banque et Finance

MBF

Année Académique 2015-2016



Option : Gestion Bancaire et Maitrise des risques

Projet Professionnel

**PROJET DE CREATION D'UNE SOCIETE INDUSTRIELLE DE
TRANSFORMATION DU MANIOC EN PRODUITS DERIVES EN COTE
D'IVOIRE:
ELOHIM TRANSFORMATION**

Présenté Par :
Michèle Stéphanie Akaba
N'GUESSAN
15^e Promotion

Sous la supervision de :
Dr CHABI BERTIN
Chef Département CESAG
EXECUTIVE

Dakar, Juillet 2016

DEDICACE

Je voudrais dédier ce projet à Dieu, mon Seigneur sans qui je n'aurai pu faire ce MBA ; à mes parents Amon N'GUESSAN et Marie Joëlle N'GUESSAN pour leur amour et leur soutien indéfectible et à toute ma famille.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Tous mes remerciements :

- Au Dr Bertin CHABI, pour son encadrement tout au long de notre projet, malgré son programme chargé ; merci Monsieur pour vos précieux conseils
- Au Professeur Alain KENMOGNE SIMO, Coordonnateur du Programme Master Banque et Finance, pour son dévouement afin de maintenir le programme au niveau de l'excellence.
- A Mme Chantal DELIA OUEDRAOGO, pour son soutien, au Dr Aboudou OUATTARA, pour son encadrement et ses conseils, et à Mr Mamadou LEYE ;
- A nos professeurs pour le savoir partagé avec passion ;
- A mes collègues du Master Banque et Finance grâce à qui ce master a été riche en savoir et en culture ;
- A tous ceux qui de près ou de loin m'ont aidé à travers leur soutien moral.

LISTES DES FIGURES, TABLEAUX ET ANNEXES

Liste des figures

Figure 1: Principales destinations des exportations du manioc de 2012 à 2014 (en tonnes).....	8
Figure 2: Principales destinations des exportations d'amidon de 2012 à 2014 (en tonnes).....	9
Figure 3: Répartition du capital d'ELOHIM TRANSFORMATION	16
Figure 4: Circuits d'approvisionnement en manioc.	19

Liste des tableaux

Tableau 1: Investissement total	28
Tableau 2: Amortissement de l'emprunt.....	30
Tableau 3: Capacité de production.....	30
Tableau 4: Coût de production en FCFA	31
Tableau 5: Evolution du Chiffre d'affaires HT en FCFA	31

Liste des annexes

Annexe 1: Liste des immobilisations	ix
Annexe 2: Frais du personnel	x
Annexe 3: Coût de production.....	xi
Annexe 4: Compte de résultat prévisionnel en FCFA.....	xii
Annexe 5: Tableau présentant la VAN en FCFA, le TRI et le DRC.....	xiii
Annexe 6: Tableau d'amortissement des immobilisations.....	xiv
Annexe 7: Effectif du personnel.....	xv

LISTE DES SIGLES

ADFMA	Agence de Développement de la Filière Manioc
ANADER	Agence Nationale d'Appui au Développement Rural
BAD	Banque africaine de développement
BFR	Besoin en fonds de roulement
CA	Chiffre d'affaires
CEDEAO	Communauté Economique des Etats de L'Afrique de L'Ouest
CNRA	Centre National de Recherche Agronomique
COOPERMAC	Coopérative de femmes pour la production et la transformation du manioc
CODINORM	Côte d'Ivoire Normalisation
CSRS	Centre Suisse de Recherches Scientifiques
DRC	Délai de récupération du capital
FAO	Food and Agriculture Organization
FAOSTAT	Food and Agriculture of United Nation statistique
FIRCA	Fonds Interprofessionnel pour la Recherche et le Conseil Agricole
FCFA	Franc de la Communauté Financière Africaine
GIZ	Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
HT	Hors taxe
I2T	Société de technologie tropicale
IITA	International Institute of Tropical Agriculture
MABUFOR	Manioc business forum
OCPV	Office d'aide à la Commercialisation des Produits Vivriers
OHADA	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du droit des affaires
PACCS	Projet d'Adaptation au Changement Climatique
PACIR	Programme d'appui au commerce et à l'intégration régional
PASDFMA- CI	Programme d'Appui à la Structuration et au Développement de la Filière manioc
PIB	Produit Intérieur Brut
PNIA	Programme National d'Investissements Agricoles
PPAAO	Programme de Productivité Agricole en Afrique de l'Ouest
RH	Ressources Humaines
SIM	Système d'Information de Marché
TRI	Taux de Rentabilité Interne
TTC	Toute taxe comprise
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
VAN	Valeur Actuelle Nette

SOMMAIRE

DEDICACE	I
REMERCIEMENTS	II
LISTES DES FIGURES, TABLEAUX ET ANNEXES.....	III
LISTE DES SIGLES.....	IV
SOMMAIRE	V
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : CADRE MACROECONOMIQUE ET PLACE DE LA FILIERE : ETUDE DES CONTRAINTES ET DES OPPORTUNITES	4
I- PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIOECONOMIQUE ET INSTITUTIONNEL DE LA COTE D'IVOIRE	4
II- ANALYSE DU SECTEUR MANIOC DANS L'ECONOMIE	7
III- ANALYSE DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DES PRODUITS DERIVES.....	12
CHAPITRE 2 : MONTAGE TECHNIQUE ET MARKETING DE LA SOCIETE ELOHIM TRANSFORMATION.....	16
I- MONTAGE JURIDIQUE ET ORGANISATIONNEL D'ELOHIM TRANSFORMATION	16
II- ETUDE TECHNIQUE D'ELOHIM TRANSFORMATION	19
III- CHOIX STRATEGIQUES ET MARKETING D'ELOHIM TRANSFORMATION.....	21
CHAPITRE 3 : MODALITES DE FINANCEMENT ET ETUDE DE LA RENTABILITE DU PROJET	27
I- COUT DU PROJET DE CREATION ET MODALITES DE FINANCEMENT	27
II- EVALUATION DE LA RENTABILITE DU PROJET DE CREATION D'ELOHIM TRANSFORMATION.....	30
III- IMPACT ET RISQUES DU PROJET	33
CONCLUSION GENERALE	35
BIBLIOGRAPHIE	VI
ANNEXES	IX
TABLE DES MATIERES	XVI
RESUME	XIX

INTRODUCTION

L'agriculture est l'un des piliers de l'économie ivoirienne depuis son indépendance. Grâce aux cultures comme le Café et le Cacao, la Côte d'Ivoire a pu se hisser à d'excellentes positions mondiales en termes d'exportations. L'agriculture représente environ 22,3% du PIB et 47% des exportations globales du pays selon les statistiques de 2013¹ et cela est dû au fait que la Côte d'Ivoire dispose de forts potentiels qu'offrent les cultures comme la banane, l'ananas, l'igname, le manioc, la banane plantain, la mangue, la noix de cajou, le coton, l'hévéa tout en mobilisant en terme d'emploi approximativement 40% de la population active du pays.

La Côte d'Ivoire essaie d'assurer l'autosuffisance alimentaire avec la promotion des cultures vivrières. Cependant avec la crise alimentaire mondiale de 2008 (UNDP, 2010) et la crise politique de 2002, les prix des denrées alimentaires ont augmenté, affectant la sécurité alimentaire et l'approvisionnement alimentaire mondial.

Les autorités ivoiriennes ont pu maîtriser ces crises grâce aux cultures comme le manioc, l'igname, la banane plantain en faisant la promotion de l'augmentation de leurs productions à travers le plan national d'investissements agricoles (PNIA).

Le manioc fait partie des principales plantes à racines et tubercules amyloacées cultivées dans le monde. Il occupe une place importante dans le régime alimentaire des ivoiriens à cause de sa diversité de transformation.

De plus, la Côte d'Ivoire bénéficie d'atouts climatiques pour un meilleur développement de la culture du manioc (Abdourahmane S. et al., 2009) et la production du manioc occupe une bonne partie de la population rurale dans plusieurs régions dont les principales sont Bouaké, Toumodi, Divo, Amienkro, Bonoua, Jacqueville, ...

Bien qu'elle possède tous ces atouts, la filière manioc n'est pas suffisamment organisée et développée. Ce secteur si important en terme d'alimentation pour la population ivoirienne qui s'y investit à grande échelle n'est pas formalisé.

Comment cette filière pourrait donc être mieux valorisée ?

Deux solutions s'offrent à nous :

- améliorer la qualité de la production et user de techniques nouvelles en vue d'améliorer la conservation

¹ Ministère de l'agriculture de l'agroalimentaire et de la forêt de France, 2015

- transformer le manioc en vue de créer de la valeur ajoutée.

Le but de notre projet professionnel est donc de répondre à la question suivante : quelles sont les modalités de financement d'une société industrielle de transformation de manioc en produits dérivés surtout de l'attiéké en Côte d'Ivoire ?

L'objectif principal de l'étude est d'évaluer le coût et de définir les modalités de financement de la création d'une société industrielle de transformation de manioc en attiéké en Côte d'Ivoire.

Les objectifs spécifiques sont :

- d'étudier le cadre macroéconomique et place de la filière dans l'économie ;
- d'étudier la faisabilité technique du projet de création qui mettra en relief les aspects organisationnel, technique, marketing et ressources humaines;
- d'évaluer le coût et déterminer la rentabilité et les modalités de financement du projet.

Sur le plan personnel, ce projet nous permettra de mettre en pratique les connaissances acquises au cours de l'année de Master en Banque et Finance. Egalement, ce projet nous permettra de montrer comment mobiliser nos capacités, notre aptitude, notre intellect, notre esprit d'analyse pour produire un rapport détaillé en rapport avec notre domaine à savoir la finance.

La création d'une société de transformation de manioc en produits dérivés a pour enjeu de participer au développement du secteur industriel de la Côte d'Ivoire par l'utilisation de moyens techniques innovants et l'automatisation des procédés de production et de conservation des produits finis.

Ce projet présente un intérêt pour les populations car à travers sa réalisation, les produits industriels qui leur seront proposés à savoir l'attiéké seront des produits de qualité, conservables sur une longue période et disponibles à coût raisonnable et facilement transportables. De plus, des emplois seront créés, baissant ainsi le taux de chômage de la Côte d'Ivoire.

Notre projet enrichira la bibliothèque du CESAG avec un modèle de création d'unité industrielle de transformation de manioc en Côte d'Ivoire qui se veut être un cas réaliste et qui pourra servir de repère aux étudiants et professionnels intéressés par le sujet.

Nous utiliserons des données secondaires et primaires. Les données secondaires seront collectées à travers les sites internet du Ministère de l'Agriculture de la République de Côte d'Ivoire, de la Banque Africaine de Développement (BAD), de la Banque Mondiale, de Food and Agriculture of United Nation statistique (FAOSTAT) et toute autre source webographique

traitant de notre thème. Puis les données primaires seront collectées à travers des entretiens avec des experts du financement de l'agriculture et de montage de projets.

Le rapport débutera par une introduction, suivie de trois chapitres puis se terminera par une conclusion.

Le premier chapitre traitera du cadre macroéconomique et place de la filière manioc. A travers ce chapitre, il sera question de présenter dans un premier temps de présenter le contexte socioéconomique et institutionnel, ensuite l'analyse du secteur manioc dans l'économie ivoirienne puis en dernière partie, l'analyse de l'offre et la demande des produits dérivés.

Quant au deuxième chapitre, il mettra en relief le montage juridique et organisationnel d'ELOHIM TRANSFORMATION ensuite l'étude technique du projet sous ses différents aspects et enfin les choix stratégiques et marketing nécessaires à la mise en place de la structure.

Concernant le troisième chapitre, il traitera présenter premièrement le coût de la création d'ELOHIM TRANSFORMATION ainsi que les modalités de financement, ensuite d'évaluer sa rentabilité sur les cinq années à venir et enfin d'indiquer la contribution du projet de création au niveau économique et social ainsi d'identifier les éventuels risques.

CHAPITRE 1 : CADRE MACROECONOMIQUE ET PLACE DE LA FILIERE : ETUDE DES CONTRAINTES ET DES OPPORTUNITES

Dans ce chapitre, il sera question d'abord de présenter le contexte socioéconomique et institutionnel, ensuite l'analyse du secteur manioc dans l'économie ivoirienne puis en dernière partie, l'analyse de l'environnement, de l'offre et la demande des produits dérivés.

I- Présentation du contexte socioéconomique et institutionnel de la Côte d'Ivoire

Il s'agit de faire un état des lieux de la place qu'occupe la filière manioc dans l'économie ivoirienne et également de présenter ses acteurs.

1. Contexte socio-économique de la Côte d'Ivoire

1.1. Etat de la croissance économique ivoirienne

La croissance du PIB a atteint 8,4 % en 2015 puis à 8,5 % en 2016, le PIB par habitant étant de 1.152 euros². Tous les secteurs ont profité d'une demande globale vigoureuse et d'une poussée de l'investissement autant privé que public. En ce qui concerne le secteur agricole, la production a augmenté dans les grandes cultures comme le cacao (36 %), le café (16 %), la noix de cajou (18 %) et la canne à sucre (12 %) ; le secteur a tiré parti d'un régime de prix garantis aux producteurs et de la mise en œuvre de programmes public-privé de stimulation de la production. L'indice général de la production industrielle a augmenté de 10,5 %, le secteur manufacturier et la construction se situant respectivement à 10 et 23 %. Dans le secteur des services, l'indice de chiffre d'affaires a grimpé de 7 %, le nombre d'abonnés aux services de télécommunication a augmenté de 14 %, et les indicateurs liés aux services de transport ont eux aussi progressé. Cette évolution est attribuable à la réforme des régimes encadrant l'activité des entreprises, aux programmes d'investissement public et à l'augmentation du revenu des ménages³.

1.2. Priorités nationales

Les priorités nationales ivoiriennes sont fixées dans le plan national de développement (PND). Elles sont clairement définies à travers les axes stratégiques qui sont :

² Les politiques agricoles à travers le monde, quelques exemples : <http://agriculture.gouv.fr/cote-divoire> ; page consultée le 26 juillet 2016

³ http://www.statistiques-mondiales.com/cote_divoire.htm

- Le renforcement de la qualité des institutions et de la gouvernance
- L'accélération du développement du capital humain et promotion du bien-être social
- L'accélération de la transformation structurelle de l'économie par l'industrialisation
- Le développement des infrastructures harmonieusement réparties sur le territoire national et préservation de l'environnement
- Le renforcement de l'intégration régionale et de la coopération internationale

1.3. Habitudes culturelles ivoiriennes de consommation

En Côte d'Ivoire, les céréales, les plantes à racines et tubercules, les protéagineux, les espèces maraîchères et les fruitiers, constituent les cultures de base, indispensables à la sécurité alimentaire.

- Les céréales : le riz, le maïs, le sorgho, le mil, le fonio.
- Les plantes à racines et tubercules : L'igname, Le manioc, Le taro, la patate douce
- Les protéagineux et les espèces maraîchères : l'arachide, le haricot vert, les aubergines, le concombre, la courge, le gombo, la tomate, les autres espèces maraichères.
- Les fruits et les légumes : plantains et les autres fruits (mangue, banane douce, ananas)

2. Contexte institutionnel Ivoirien

Dans le cadre de la promotion de la filière manioc et de son processus d'industrialisation, l'Etat ivoirien a mis en place un dispositif institutionnel permettant d'accompagner les potentiels investisseurs dans la mobilisation d'informations sectorielles (CNRA, CSRS), dans le renforcement des capacités (FIRCA), dans la recherche de la productivité (ANADER) et dans la commercialisation des produits agricoles (OPCV).

Parmi ces acteurs, nous avons :

2.1. CNRA

Le Centre National de Recherche Agronomique (CNRA) développe des programmes de recherche variétale et des expérimentations sur les itinéraires techniques et les pratiques culturales. Il constitue un acteur de recherche pour appuyer la productivité de la filière manioc par le développement des recherches à travers la production de variétés améliorées de manioc plus résistantes aux maladies.

2.2. CSRS

Le Centre Suisse de Recherches Scientifiques en Côte d'Ivoire (CSRS) est une institution de recherche publique sous la double tutelle par le Gouvernement suisse (à travers le Leading House, l'Institut Tropical Suisse) et du Gouvernement ivoirien (à travers la Direction Générale de la Recherche). Elle a pour mission de mener des recherches pour les mettre à la disposition Intensifier les systèmes de production, actualiser les calendriers culturaux, réduire les pertes post-récoltes et promouvoir les nouvelles variétés de manioc sont les pistes que le CSRS veut développer.

2.3. FIRCA

Le Fonds Interprofessionnel pour la Recherche et le Conseil Agricole est un organisme collégial regroupant des représentants des producteurs, des industries agro-alimentaires, des organisations professionnelles et de l'État. Il est constitué en vue d'appuyer les financements de la filière manioc.

2.4. ANADER

En ce qui concerne la filière manioc, l'ANADER offre aux agriculteurs un appui et un accompagnement par un encadrement technique et la mise à disposition des intrants agricoles. Dans le cadre du projet WAAPP/PPAAO, elle est chargée de l'exécution du volet technique (reproduction des boutures, vulgarisation des itinéraires techniques recommandés...)

2.5. OCPV

L'Office d'aide à la Commercialisation des Produits Vivriers est un établissement public national sous tutelle du Ministère du Commerce, visant à organiser les filières et les marchés vivriers. Il réalise notamment une veille sur les prix des produits vivriers diffusés à travers son Système d'Information de Marché (SIM) qui publie les Chroniques du Vivrier et de bulletins d'informations par produit, produit des statistiques sur les flux nationaux et les évolutions de prix, et fournit un accompagnement aux opérateurs économiques des filières à travers ses antennes régionales, notamment dans les domaines de l'organisation collective et de la recherche de débouchés.

Depuis sa création, l'OCPV collecte des informations sur l'évolution des prix de gros et de détail du manioc et de ses dérivés (placali et attiéké) en Côte d'Ivoire.

II- Analyse du secteur manioc dans l'économie

1- Présentation du secteur

1.1. Place du manioc

Introduit dès le XVIème siècle en Côte d'Ivoire, le manioc joue depuis longtemps un rôle important dans la diversification des exploitations et l'offre alimentaire en Côte d'Ivoire.

Historiquement cultivé en culture associée et sur de petites superficies, le manioc est progressivement devenu une « spéculation » à part entière cultivée en culture pure sur de plus grandes superficies et offrant aux producteurs et surtout aux productrices, une activité de transformation dans les périodes de baisse de la demande en travail.

En Côte d'Ivoire, le manioc occupe une place prépondérante parmi les denrées alimentaires. Il constitue à la fois une culture de subsistance et de rente pour les producteurs.

Le manioc qui occupe le deuxième rang des productions vivrières après l'igname⁴ est mentionné dans le Plan National d'Investissements Agricoles et a été identifié par le ministère de l'agriculture ivoirien comme l'un des produits stratégiques « qui, selon la modélisation sur les sources de croissance, présentent les plus grands potentiels de croissance ».

Le manioc renferme un grand nombre de variétés cultivées en Côte d'Ivoire dont quelques-unes sont selon le CNRA :

- Yacé, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production d'attiéké ;
- Bonoua, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production de Foutou⁵ ;
- IM84, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production d'attiéké et du Foutou.
- IM89, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production d'attiéké ;
- IM93, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production d'attiéké ;
- TMS4(2)1425, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production d'attiéké et du Foutou ;
- TMS30572, avec un cycle de 12 à 20 mois, dont l'usage courant est la production d'attiéké.

⁴ <http://faostat3.fao.org/browse/area/107/E> ; Rapport FAO: Production top 3 crops, page consultée le 22 juin 2016

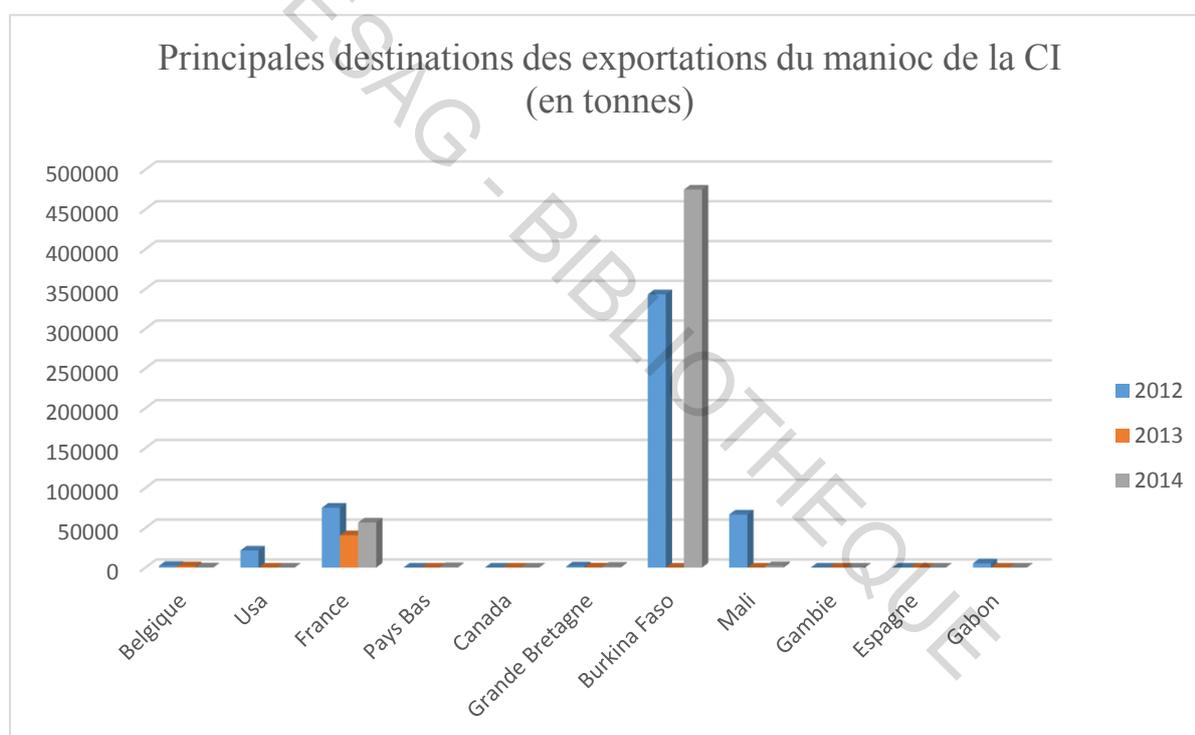
⁵ Foutou : Le foutou est un mets très apprécié en pays Akan notamment au Ghana et en Côte d'Ivoire. Il se présente sous la forme d'une boule dense fabriquée à partir de manioc, de banane plantain ou d'igname et qui se mange avec une sauce en accompagnement.

1.2. Les échanges commerciaux au niveau sous régional et au niveau international

La production annuelle de manioc qui a été estimée à 2,436 millions de tonnes en 2013 est consommée en quasi-totalité au niveau intérieur⁶ avec une multiplicité des possibilités de consommation du manioc à travers l'attiéké, le gari, le placali,

Au niveau des exportations, selon les données reportées par le rapport de FAO en 2013, la Côte d'Ivoire est le 3e exportateur de manioc de la sous-région, après le Ghana et le Nigeria. Au niveau international, elle exporte principalement du manioc frais ou sec à destination de l'Union Européenne (Belgique, France, Pays-Bas, Royaume-Uni), des États-Unis et du Canada.

Figure 1: Principales destinations des exportations du manioc de 2012 à 2014 (en tonnes)

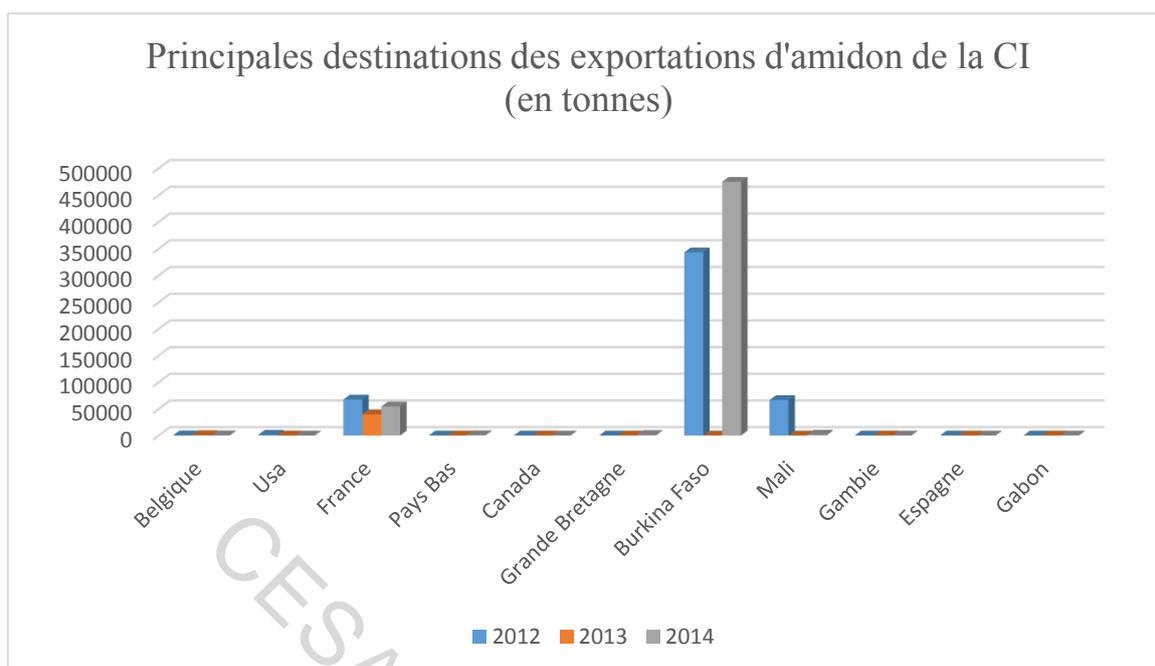


Source : UNCOMTRADE, 2016.

En ce qui concerne les exportations de l'amidon, le Burkina Faso et dans une moindre mesure, le Mali sont les principaux clients de la Côte d'Ivoire.

⁶ <http://faostat3.fao.org/download/FB/FBS/E>; page consulté le 02 mars 2016

Figure 2: Principales destinations des exportations d'amidon de 2012 à 2014 (en tonnes)



Source : UNCOMTRADE, 2016.

2- Enjeux de la transformation du manioc

2.1.Création de la valeur

Les producteurs pratiquent le plus souvent, le stockage sur pied (laisser la récolte sous terre jusqu'à deux ans au plus) car le manioc ne se conserve pas longtemps lorsqu'il est récolté. En vue de sa valorisation, il est nécessaire de le transformer pour garantir une meilleure conservation de la matière et ainsi se créera de la valeur ajoutée pour l'économie ivoirienne à travers la vente des produits dérivés obtenus à l'échelle locale et internationale grâce aux exportations essentiellement constituées de produits manufacturés. Ainsi, la production de produits dérivés du manioc permettra d'améliorer le Produit Intérieur Brut de la Côte d'Ivoire dont le taux de croissance baissé de 0,7% de 2013 à 2014⁷.

2.2.Amélioration des conditions de vie des producteurs

Les coûts d'investissement de la culture du manioc sont faibles, ce qui encourage les populations à le produire .Cependant il se pose le problème de l'écoulement de la marchandise qui conduit à la baisse des prix de vente du manioc à cause de l'offre abondante sur le marché. A partir de la transformation du manioc, les producteurs auront beaucoup plus de facilités à écouler leurs marchandises et ceci, de façon récurrente et à des prix assez réguliers aux unités

⁷ <http://www.finances.gouv.ci/index.php/fr/component/content/article/314.html>; page consultée le 22 juin 2016

industrielles qui leur permettront d'assurer un retour sur investissement, d'une meilleure rémunération de leurs activités, et une meilleure stabilité de leurs revenus.

2.3. Amélioration du taux d'industrialisation et des échanges

L'industrialisation étant l'un des facteurs clés du développement d'un pays, les autorités ivoiriennes veulent faire de la Côte d'Ivoire un pays industrialisé, producteur et exportateur de produits finis grâce à la transformation des produits agricoles parfaitement intégrés au commerce mondial. Le secteur industriel ivoirien étant principalement composé de l'agro-industrie qui représente au moins $\frac{3}{4}$ de la valeur ajoutée et de l'emploi du secteur manufacturier (UEMOA, 2009), la mise en place d'une unité industrielle de transformation de manioc s'inscrit parfaitement dans cette politique gouvernementale et donc contribue au taux d'industrialisation du pays.

2.4. Valorisation de la filière

La filière manioc n'est pas suffisamment organisée et structurée. Cela est principalement dû à l'absence de l'interprofession dans la filière. Il faudrait donc mettre en place l'interprofession de la filière afin de la dynamiser et mettre ainsi en relation ses différents acteurs : producteurs, transformateurs et commerçants et donc faciliter leurs activités qui sont complémentaires dans le processus global d'animation de la filière.

2.5. Adoption de normes alimentaires

Les questions de normes et de qualités constituent une exigence pour la plupart des opérateurs de la filière manioc. Les certifications de boutures améliorées ont débuté avec l'encadrement du Ministère de l'Agriculture par son Service Semences et Plants. Au niveau international, il existe sur le manioc et le gari les normes CODEX ALIMENTARIUS. Cependant, en Côte d'Ivoire, il n'existe pas de normes aussi bien sur le manioc que le gari. Les normes alimentaires du placali sont en préparation au niveau national par CODINORM. Les normes alimentaires de l'attiéké en Côte d'Ivoire sont disponibles (PNI 484 et 485) mais en attente de publication au Journal Officiel. Les acteurs de la filière devraient mettre en place un système de contrôle et de surveillance pour le respect des normes à différents niveaux.

3- Analyse de la situation concurrentielle

Pour analyser la situation concurrentielle du secteur des féculents en Côte d'Ivoire, nous nous baserons sur le modèle de Porter. Ce modèle expose les parties prenantes du dispositif

concurrentiel d'un secteur que sont les concurrents intervenants dans le secteur, la clientèle et son pouvoir de négociation, les fournisseurs et leur pouvoir de négociation, les investisseurs potentiels et les barrières d'entrée et enfin les fournisseurs des produits de substitution.

3.1. Les concurrents

La transformation du manioc est dominée par le secteur informel, en particulier pour les productrices de produits dérivés du manioc en Côte d'Ivoire qui en ont fait un métier et qui constituent leurs principales sources de revenus (Krabi E. et al., 2015) comme la COOPERMAC qui est la coopérative de femmes pour la production et la transformation du manioc. L'activité de transformation industrielle du manioc est encore au stade d'exploration car au niveau industriel I2T, la société de technologie tropicale créée en 1980 dont le cœur de métier est la mise au point de procédés et de technologies de conservation et de transformation des matières premières agricoles en produits à haute valeur ajoutée, a lancé une usine de transformation du manioc. Cependant en raison de souci de rentabilité financière, cette usine a fermé. Des projets de réouverture ont été proposés mais les informations disponibles ne relatent pas l'effectivité de cette réouverture. De nouvelles initiatives de transformation industrielle du manioc par des coopératives sont lancées aux niveaux de certaines villes ou communes pour émerger dans cette activité si porteuse.

3.2. Les clients

Les clients potentiels des produits dérivés en particulier de l'attiéké sont les grossistes, les revendeurs, les supermarchés, les détaillants, les restaurants et enfin de chaîne, les ménages. Ces clients sont exigeants en termes de la qualité, de goût et de conservation, de prix, de proximité d'approvisionnement du produit final. Ils ont donc un fort pouvoir de négociation grâce à l'existence de l'association des consommateurs en Côte d'Ivoire (FACCI).

3.3. Les fournisseurs

Les fournisseurs du manioc pour la transformation en attiéké sont les producteurs de manioc, producteurs individuels et en coopératives. En raison de la multiplicité sur le sol ivoirien des producteurs, le manioc y est beaucoup plus accessible et l'approvisionnement est d'autant plus facile pour une unité industrielle proche des principales zones de production avec des coûts de transport quasi inexistantes et des coûts d'achat de matière première relativement faibles.

3.4. Les substituts

Les produits dérivés du manioc comme l'attiéké, le gari ou la farine de manioc peuvent être remplacés par les produits comme la farine de blé, le couscous, la farine de maïs également fortement présents sur le marché et donc qui représente une menace réelle pour nos produits en particulier l'attiéké.

3.5. Les barrières à l'entrée

Il n'existe pas de barrières à l'entrée spécifiques à la transformation du manioc, l'état encourageant les acteurs à y investir. Seules les réglementations du secteur agroindustriel ivoirien et la possibilité d'un investissement lourd pour la mise en place de l'usine sont à considérer.

III- Analyse de l'offre et de la demande des produits dérivés

1. Analyse de l'offre des produits dérivés du manioc

En Côte d'Ivoire, La production annuelle de manioc qui a été estimée à 2,436 millions de tonnes en 2013 a été consommée en quasi-totalité au niveau intérieur⁸ avec une multiplicité des possibilités de consommation du manioc à travers l'Attiéké, le gari, le placali...

Les produits de récolte du manioc sont utilisés pour l'alimentation humaine et comme les aliments pour bétail :

➤ L'alimentation humaine

Les produits dérivés du manioc rencontrés en Afrique et ailleurs dans le monde sont l'attiéké frais, l'attiéké déshydraté, le placali, le toh, le foutou de manioc, les cossettes de manioc, la farine, le gari, le tapioca, le chikwangu ou bâton de manioc, le gelen, le gâteau de manioc, le bononoka, les frites de manioc congelées, la farinha de mandioca, le kouti, le moforavina, Le manioc est une matière première très importante utilisée dans les industries alimentaires. De sa transformation résulte de nombreux dérivés dont l'amidon qui peut être utilisé dans les industries alimentaires, pharmaceutiques et textiles (pâtisserie, sirop pharmaceutique, parage des tissus).

➤ l'alimentation pour les bétails

Le manioc est également une matière première importante dans des industries non alimentaires. Il peut servir à fabriquer des adhésifs et dans l'industrie (textile, du papier, cosmétiques et

⁸ faostat3.fao.org/download/FB/FBS/E; page consulté le 02 mars 2016

pharmaceutiques). Ce sont les granulés et les épluchures de manioc. Il peut servir enfin dans les produits d'entretien et pour la fabrication de l'alcool de manioc. Les granulés constituent le produit industriel le plus important par le volume commercialisé. Ils sont utilisés principalement en Europe pour la fabrication des aliments du bétail.

2- Analyse de la demande des produits dérivés

2.1. Analyse de la demande en consommation humaine

Dans les habitudes de consommation de la population ivoirienne, les mets à base de manioc sont multiformes : les plats à base d'attiéké, la bouillie de manioc, la pâte de manioc, les beignets de manioc, la farine de manioc. Le manioc est un produit cultivé dans plusieurs pays, non seulement africains mais également européens et asiatiques. Ce qui constitue une opportunité de consommation de tous les produits dérivés. Dans ce sens le marché des produits dérivés ne se limite pas seulement au marché ivoirien mais également les autres pays dans lesquels le manioc trouve son origine. Au-delà de la zone géographique le marché des produits dérivés s'étend à tous les pays dans lesquels réside une forte communauté des populations ressortissantes des pays producteurs du manioc.

De ce qui précède la demande potentielle des produits dérivés comprend la demande de la Côte d'Ivoire, la demande des pays producteurs du manioc et la demande des pays dans lesquels résident les populations des pays producteurs du manioc.

Selon une étude menée par la FAO, un ivoirien consommé en moyenne environ 108 Kg de produits à base de manioc⁹. La population ivoirienne est estimée à environ 22.444.618 habitants¹⁰ après correction. Ainsi la consommation totale du manioc et produits dérivés en Côte d'Ivoire est approximativement de 2.424.019 tonnes.

Bien que n'étant pas documentées par les statistiques officielles, les exportations de produits dérivés du manioc vers les pays occidentaux et d'autres pays se développent, même si elles restent encore de faible volume et majoritairement opérées par des particuliers.

Nous estimerons la demande extérieure en produits dérivés à 10% de la demande ivoirienne. Elle sera donc chiffrée à 242.402 tonnes.

⁹ <http://faostat3.fao.org/download/FB/FBS/E>; Côte d'Ivoire, 2013, cassava and products, page consultée le 02 mars 2016.

¹⁰ Résultats du recensement global de la population et de l'habitat 2014 : 22.671.331 habitants http://www.ins.ci/n/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27, page consultée le 26 juillet 2016.

Taux de mortalité : 10 ‰ ; Population corrigée du taux de mortalité : 22.444.618 habitants

2.2.Demande globale potentielle

La demande globale potentielle représente la demande ivoirienne ainsi que la demande extérieure.

La demande globale potentielle en produits dérivés du manioc est donc estimée à environ 2.666.421 tonnes.

2.3.Synthèse de l'analyse

Opportunités du marché des produits dérivés	Contraintes du marché
<ul style="list-style-type: none"> - Prise de conscience par les pouvoirs publics de la contribution de la filière au développement de l'économie - Existence d'un cadre institutionnel d'accompagnement au secteur, au plan technique et commercial - Absence d'une chaîne industrielle de production de masse avec une maîtrise de la technologie à haute capacité 	<ul style="list-style-type: none"> - la difficulté d'approvisionnement en matériel végétal performant - l'incidence des maladies - le manque d'industrialisation de la matière, de mécanisation et d'automatisation des processus de production des produits dérivés - l'asymétrie d'information entre les différents acteurs de la filière. - La sous-valorisation des produits vivriers et des prix peu rémunérateurs et volatiles pour les producteurs.
Facteurs clés de succès	
Approvisionnement des matières premières et matières consommables, conservation des matières premières et matières consommables, maîtrise de la technologie, maîtrise de la distribution	

Au regard de tout ce qui précède, force est de constater que la demande en produits dérivés du manioc est forte. Il est donc nécessaire de mettre en place des dispositifs en vue de fabriquer des produits répondant à cette demande élevée.

Dans ce chapitre, il a été question d'étudier le cadre macroéconomique et place de la filière manioc en Côte d'Ivoire: étude des contraintes et des opportunités

Il nous a été permis tout d'abord de présenter du contexte socioéconomique et institutionnel de la Côte d'Ivoire ; ensuite de d'analyser le secteur manioc dans l'économie ivoirienne en produits dérivés et enfin d'évaluer l'offre et la demande de l'attiéké au sein et à l'extérieur de la Côte d'Ivoire.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CHAPITRE 2 : MONTAGE TECHNIQUE ET MARKETING DE LA SOCIETE ELOHIM TRANSFORMATION

A travers ce chapitre, il sera question de présenter le montage juridique et organisationnel d'ELOHIM TRANSFORMATION ensuite de mener l'étude technique du projet sous ses différents aspects et enfin de déterminer les choix stratégiques et marketing nécessaires à la mise en place de la structure.

I- Montage juridique et organisationnel d'ELOHIM TRANSFORMATION

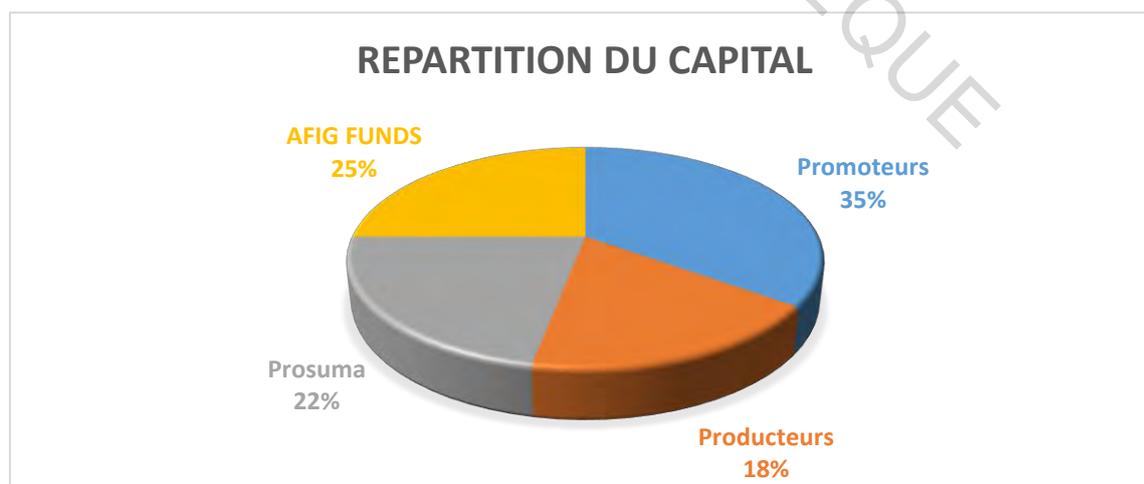
1. Statuts juridiques et associés

ELOHIM TRANSFORMATION adopte le statut de Société à Responsabilité Limitée (SARL) avec un capital de 1 000 000 FCFA, réparti entre quatre associés que sont:

- les promoteurs ;
- les producteurs ;
- le groupe PROSUMA ;
- Le fonds d'investissement AFIG FUNDS à travers le Capital-investissement.

Le détail des parts se présentent comme suit :

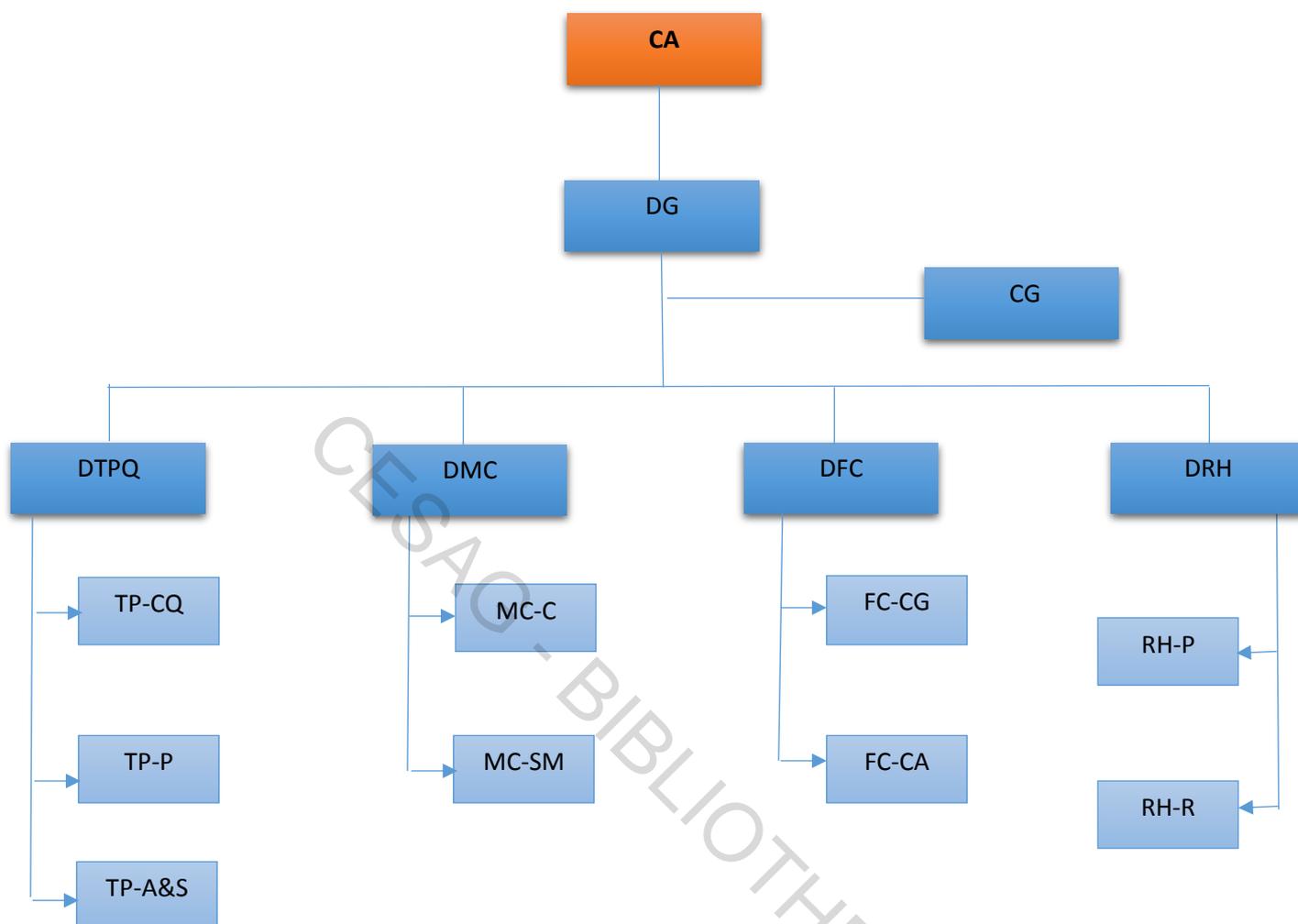
Figure 3: Répartition du capital d'ELOHIM TRANSFORMATION



Source : Nous-même.

2. Structure organisationnel

2.1. Organigramme



Source : Nous-même.

L'organigramme ci-dessus est conçu selon le modèle Staff and Line avec au premier niveau le Conseil d'administration(CA), au deuxième niveau la Direction générale(DG) à laquelle est rattaché le Contrôle de Gestion (CG). Au troisième niveau, apparaissent les différents départements avec leurs composantes : la direction Technique, Production et Qualité (DTPQ) composée des sections Contrôle Qualité (TP-CQ), Production (TP-P) et Approvisionnement et stockage (TP-A&S) ; la direction Marketing et Communication(DMC) composée des sections Communication (MC-C) et Stratégie Marketing (MC-SM) ; la direction financière et comptable composée des sections Comptabilité Générale (DFC-CG) et Comptabilité Analytique (DFC-CA) ; la direction Ressources Humaines composée des sections Paie (RH-P) et Recrutement (RH-R).

2.2. Ressources humaines

La structure managériale d'ELOHIM TRANSFORMATION se composera :

- De la Direction Générale : qui est l'organe dirigeant de la structure et qui définit les objectifs à atteindre et veille à ce que les actions et les initiatives prises par les différents départements soient en adéquation avec les objectifs définis ;
- Du Contrôle de Gestion rattaché à la direction générale qui sera chargé du suivi et du contrôle des budgets alloués;
- De la Direction Comptable et Financière subdivisée en deux parties :
 - Section Comptabilité Générale ;
 - Section Comptabilité Analytique;
- Du Département Marketing et Communication qui sera chargé de la commercialisation des produits, de la stratégie marketing ainsi que la force de vente ;
- Du Département Technique et Qualité dont l'activité principale sera de diriger l'usine et de procéder au contrôle qualité de la production ;
- Du Département Ressources Humaines chargé de l'administration du personnel.

2.3. Plan de recrutement

Sur les 5 années, nous aurons au total un effectif de 24 personnes dont 2 personnes à la direction générale, 1 au contrôle de gestion, 1 agent à la direction financière et comptable, 10 ouvriers au service production et technique, 2 agents techniques pour la production, 1 chauffeur, 2 agents au service marketing et communication, 1 agent au service ressources humaines. A cet effectif s'ajoutent les directeurs marketing, production et technique, financier et des ressources humaines.

Après les 5 années, lorsque le besoin naîtra, de nouveaux recrutements seront effectués pour renforcer les équipes des différents départements.

Le plan de recrutement sera détaillé en annexe.

2.4. Rémunération du personnel

La fixation des salaires bruts sera fonction du niveau d'étude, du nombre d'années d'expérience, et du département auquel on appartient.

Nous prévoyons stabiliser les salaires des employés pendant les deux premières années, puis augmenter les salaires de 2% par rapport aux salaires de la première année sur les trois dernières années, afin de motiver le personnel.

II- Etude technique d'ELOHIM TRANSFORMATION

La société ELOHIM TRANSFORMATION, dans la panoplie des choix de produits dérivés du manioc, se spécialisera dans la production de l'attiéké.

1- Lieu d'implantation de l'unité de transformation

Le projet ELOHIM TRANSFORMATION sera implanté dans la ville de San Pédro à 333 Km d'Abidjan. Ce choix se justifie par situation stratégique en termes d'approvisionnement en matières premières. Ainsi, San Pédro est une ville disposant d'un port en eau profonde et aussi une ville productrice de manioc. Avec le port, le problème d'acheminement des produits finis vers la capitale et vers les autres pays de la sous-région est résolu. Le problème d'approvisionnement des matières premières se trouvent également résolu puisque l'entreprise maîtrisera les coûts de commande et de stockage. Ces facteurs restent donc stratégiques dans le fonctionnement et la pérennisation d'Elohim transformation.

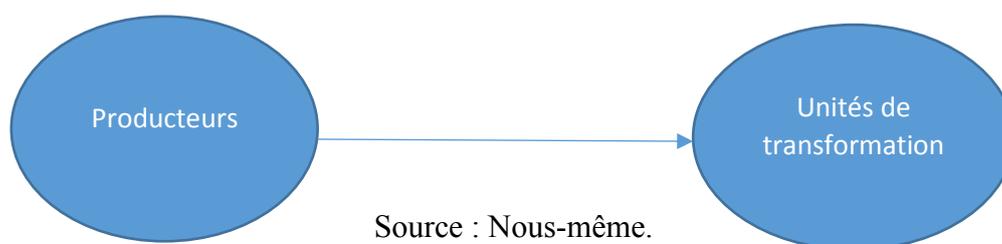
Concernant le système d'approvisionnement en manioc, deux possibilités s'offrent à nous :

- Approvisionnement chez les producteurs : l'achat se fait à prix bord-champ
- Approvisionnement chez les grossistes : l'achat se fait à prix en gros.

Selon le bulletin sur le marché des féculents¹¹, le prix moyen bord-champ du kilogramme de manioc varie entre 12,66 FCFA et 62.16 FCFA. Et quand au prix moyen en gros du kilogramme de manioc, il varie entre 20 FCFA et 117.73 FCFA.

La société s'approvisionnera donc auprès des producteurs.

Figure 4: Circuits d'approvisionnement en manioc.



¹¹ <http://nouvellesdesprixagricoles.blogspot.sn/2015/04/bulletin-sur-le-marche-des-feculents-en.html#more>; page consultée le 22 juin 2016

2. Définition de la capacité de production

La société ELOHIM TRANSFORMATION sera implantée sur un hectare 5000 m² de terrain à San Pédro et sa capacité de production sera estimée à environ 1000 tonnes par an. Elle produira à hauteur de 65% de sa capacité de production pour la première année, soit une production de 650 tonnes environ, 75% à la deuxième année soit une production de 750 tonnes environ, 85% pour la troisième année puis à hauteur de 95% à la quatrième année soit une production de 950 tonnes environ et à la cinquième année, elle produira à hauteur de 100 % de sa capacité de production, soit environ 1000 tonnes.

3. Disponibilité de la matière première et détermination des ressources matérielles

Concernant la disponibilité de la matière première, la Côte d'Ivoire a produit en 2013 environ 2,436 millions de tonnes¹² avec environ 2,199 millions de tonnes destinées à la consommation. Ainsi, le manioc est disponible sur tout le territoire ivoirien, avec une plus forte concentration autour des villes de San Pedro, Abidjan et Bouaké. La société industrielle n'aura donc pas de problème d'approvisionnement en manioc, qui pourra se faire soit auprès des producteurs individuels, soit auprès des coopératives de producteurs de manioc aux prix bord-champ.

Quant aux ressources matérielles, il s'agit de déterminer l'ensemble des immobilisations nécessaires (terrains, bâtiments, machines, matériels informatiques, matériels de transport...) à la mise en place de la société de transformation et à son fonctionnement. Le détail de ces immobilisations sera consigné en annexe.

4. Processus de fabrication de l'attiéké

Appelé couramment couscous de manioc, l'attiéké est une semoule cuite à la vapeur avant consommation obtenu à partir du manioc amer. Au cours de sa préparation, les productrices utilisent un ferment traditionnel à base de 1/10 de racines fraîches de manioc dont la préparation dure deux à trois jours et qui constitue la source de microorganismes (Assanvo et al., 2006) qui servira par la suite à la fermentation en 12-24 heures de la pâte obtenue des 9/10 de racines de manioc fraîches. L'attiéké déshydraté subit le même processus puis est séché ensuite.

Il existe plusieurs types d'attiéké :

- l'« agbodjama » qui est considéré comme de l'attiéké de très bonne qualité reconnu par ses grains de grosse taille.

¹² faostat3.fao.org/download/FB/FBS/E; page consulté le 02 mars 2016

- L'attiéké petit grain qui, comme son nom l'indique, a des grains petits, est le plus répandu.
- L'attiéké-garba. Celui-ci n'est pas de bonne qualité et est uniquement vendu par les vendeurs de garba, un aliment populaire en Côte d'Ivoire.

Mais quel que soit le type d'attiéké, le processus de fabrication reste le même.

Les différentes étapes de la transformation du manioc en attiéké sont :

- Équeutage, épluchage, découpage, Lavage : le manioc est équeuté, épluché, découpé en cossettes et lavé.
- Broyage : ensuite les cossettes sont broyées progressivement avec du levain et de l'huile raffinée afin d'obtenir une pâte blanche.
- Essorage et séchage : l'eau est retirée de la pâte blanche au maximum puis cette dernière est séchée durant deux à trois jours.
- Tamisage : la pâte séchée est passée au tamis afin d'extraire toutes les fibres et autres impuretés. Il en ressort de la semoule en granulé.
- Cuisson : les granulés sont passés au feu, au bain marie jusqu'à ce que les grains passent du blanc au jaune foncé et deviennent plus souple

III- Choix stratégiques et marketing d'ELOHIM TRANSFORMATION

Il s'agit à ce niveau de déterminer les choix stratégiques et Marketing à adopter.

1. Vision, Mission, Valeurs, Objectifs

ELOHIM TRANSFORMATION est une société qui souhaite se démarquer du marché. Pour ce faire, elle définit son orientation stratégique sur la base de sa vision du marché ainsi que les choix pertinents du couple produit-marché indispensable pour sa rentabilité et sa pérennité.

1.1. Vision

La vision de la société est : « Ensemble, le changement sera une réalité, pour la filière Manioc »

1.2. Mission

La mission reflète la vocation de la structure.

ELOHIM TRANSFORMATION a pour missions :

- mettre à la disposition de la population de sa clientèle des produits comme l'attiéké d'excellente qualité et conformes aux normes alimentaires internationales ;

- contribuer au développement du secteur industriel ivoirien ;
- participer à la baisse du taux de chômage en Côte d'Ivoire.

1.3.Valeurs

Les valeurs incarnées par ELOHIM TRANSFORMATION sont :

- Dynamisme
- Rigueur
- Qualité
- Respect
- Intégrité

1.4.Objectifs

- Mettre à la disposition de sa clientèle des produits de qualité respectant des normes de sécurité alimentaire internationale ;
- Fournir des produits sains à base de manioc de bonne qualité et de longue conservation;
- Participer à l'employabilité des hommes et femmes producteurs de produits dérivés en particulier de l'attiéké et leur assurer un revenu régulier ;
- Participer à l'autosuffisance alimentaire.

2. Stratégie et actions Marketing

2.1.Stratégie Marketing

Pour asseoir un leadership sur le marché des produits dérivés, ELOHIM TRANSFORMATION définit sa stratégie marketing autour des différents segments de son marché potentiel et la position qu'elle souhaite occuper sur ce dernier.

2.1.1. La clientèle cible d'ELOHIM TRANSFORMATION

ELOHIM TRANSFORMATION définit ses différents segments à travers deux critères que sont l'usage du produit et la zone géographique.

En fonction de la zone géographique la clientèle d'ELOHIM reste diffuse et se retrouve sur quatre continents constituant en même temps les marchés potentiels. Il s'agit du marché africain, du marché européen, du marché américain et du marché asiatique. Si la clientèle des produits dérivés se retrouve sur les quatre marchés, pour les cinq premières années le projet privilégie une forte pénétration sur le marché africain avec point de mire le marché UEMOA.

Concernant l'usage ou le mode de consommation du produit on distingue la consommation privée ou familiale et la consommation commerciale. Pour la consommation privée, on dénomme comme cible les ménages et d'après le recensement global de la population et de l'habitat mené en 2014, la Côte d'Ivoire compte 4.171.496 ménages. En ce qui concerne l'usage à caractère commercial on dénombre les restaurants, les supermarchés, les marchands privés en gros et les marchands ambulants.

Pour rendre disponible le produit, ELOHIM TRANSFORMATION compte privilégier les ménages, les cibles restaurants, les marchands privés en gros, les marchands ambulants et les supermarchés.

2.1.2. Positionnement

ELOHIM TRANSFORMATION dans sa logique de croissance rapide souhaite révolutionner le marché des produits dérivés à base de manioc en proposant un attiéké à la fois diététique et frais, ayant des valeurs nutritives indispensables pour la santé et respectant les normes CODEX ALIMENTARIUS. Même si l'attiéké reste un produit banal dans le dispositif de consommation alimentaire des populations ivoiriennes, ces dernières ont une préférence pour l'attiéké gros grain considéré comme étant de meilleure qualité. Pour les cinq futures années ELOHIM veut se positionner comme étant le leader dans la production et la distribution d'attiéké diététique et frais. Dans ce cadre une attention particulière sera accordée à la sélection des tubercules de manioc et à l'emballage utilisé.

2.2. Mix Marketing

Les actions marketing d'ELOHIM sont construites autour du positionnement retenu. Ainsi les variables essentielles qui vont contribuer à asseoir l'image de l'offre et sa mise sur le marché sont l'offre produit et son prix, la distribution et la communication de cette offre.

2.2.1. Produit

Les éléments essentiels sur lesquels reposent l'offre produit d'ELOHIM TRANSFORMATION sont les gammes d'attiéké à proposer, le conditionnement retenu, la marque sous laquelle ces différentes gammes seront vendues.

Les différentes gammes d'attiéké proposés sont dégagées en fonction du poids. Ainsi nous aurons des conditionnements en sachets de 500 grammes, 1 kg, 2 kg et 5 kg.

En s'inscrivant dans la dynamique d'économie de marché et en envisageant une expansion rapide non seulement sur le marché ivoirien mais également sur le marché international, ELOHIM TRANSFORMATION doit construire son identité à travers laquelle elle sera perçue. Conformément à son positionnement ELOHIM souhaite commercialiser ses produits sous la marque « Attiéké délice ivoirien », délice pour rappeler la saveur et ivoirien, pour l'origine. Ainsi l'entreprise se retrouve avec une marque institutionnelle ELOHIM TRANSFORMATION et une marque produit « **Attiéké délice ivoirien** ».

2.2.2. Prix

Conformément au positionnement défini, ELOHIM TRANSFORMATION opte, pour la tarification de ses gammes, une stratégie d'alignement de prix pour les ménages, une stratégie de pénétration pour les supermarchés et les restaurants et une stratégie d'écrouissage pour les marchands détaillants.

Les prix appliqués sur le marché sont les suivants :

➤ Tarifs du marché

Gammes	Cible ménages	Cible restaurants et supermarchés	Cible marchands détaillants
500 gr	300 FCFA	250 FCFA	250 FCFA
1 kg	600 FCFA	500 FCFA	500 FCFA

➤ Prix d'ELOHIM TRANSFORMATION

Les prix des gammes qu'ELOHIM TRANSFORMATION commercialisera sont fixés selon les stratégies énoncées.

Gammes	Cible ménages	Cible restaurants et supermarchés, marchands en gros	Cible marchands détaillants
500 gr	300 FCFA	250 FCFA	300 FCFA
1 kg	600 FCFA	543 FCFA	600 FCFA
2 kg	1200 FCFA	1086 FCFA	1200 FCFA
5 kg	2715 FCFA	2600 FCFA	2715 FCFA

2.2.3. Promotion et Distribution

Pour asseoir l'image de notre produit et promouvoir sa consommation, ELOHIM TRANSFORMATION compte utiliser deux stratégies : la stratégie de communication directe et la stratégie de communication indirecte. Ces deux stratégies s'utilisent en fonction des cibles retenues.

Ainsi pour les cibles ménages, la stratégie de communication directe sera privilégiée et se fera à travers l'organisation des événements culturels, religieux, économiques. Aussi sera mis en place « Attiéké Award » un prix décerné aux meilleurs consommateurs d'attiéké organisé à la fin de chaque année. Un tel événement constitue une innovation en termes de communication sur la promotion du consommé local. L'objectif visé reste non seulement la notoriété du produit mais surtout la construction d'un désir ou d'un amour de consommation d'attiéké. Par ailleurs la communication digitale sera utilisée et se fera par le biais de l'envoi des shorts messages.

Quant aux cibles restaurants et supermarchés, la communication personnalisée sera aussi utilisée et elle se fera prioritairement à travers des tournées de prospection et aussi à travers des émissions culinaires organisées conjointement avec les restaurants choisis et la société ELOHIM TRANSFORMATION.

Par ailleurs pour le lancement des activités et pour la première année de son fonctionnement, ELOHIM TRANSFORMATION va utiliser une communication médiatique couverte sur toute l'étendue du territoire dont l'objectif est de créer une notoriété autour d'attiéké et de son positionnement. Pour ce faire les canaux médiatiques tels que la télévision, les magazines culinaires, les magazines culturels, les campagnes de sensibilisation sur les vertus d'attiéké à travers les radios ciblés seront privilégiés.

2.2.4. Distribution

Dans l'objectif de rapprocher les gammes d'attiéké produits des consommateurs, ELOHIM TRANSFORMATION compte utiliser plusieurs canaux de distribution. Ces derniers sont retenus en fonction de la stratégie de distribution sélective retenue par la société. Les différents canaux sont choisis en fonction des cibles visées et des objectifs de vente poursuivis.

Pour les cibles de ménages, l'objectif d'achat étant la disponibilité et le prix, il importe de multiplier les canaux de distribution à travers lesquels ils pourront s'approvisionner. Ainsi les ménages pourront s'approvisionner directement dans les points de vente installés par ELOHIM TRANSFORMATION, chez les revendeurs partenaires et dans les supermarchés. La société

compte aussi exploiter les groupements des femmes ou les associations pour commercialiser ses produits.

Pour les restaurants et supermarchés, l'objectif visé est la rentabilité. Par conséquent ils sont regardants sur les économies qu'ils peuvent faire sur le coût d'achat. Même s'ils sont regardants sur la qualité d'attiéké, la motivation primordiale reste le prix d'achat. Achetant en quantité importante, ils ont un pouvoir de négociation. Sur cette base ils privilégient une distribution directe leur permettant de faire valoir ce privilège. Ainsi le canal privilégié sera la signature de contrats de fourniture sur une longue durée, ce qui permettra de leur faire bénéficier de la réduction des prix et pour ELOHIM de bénéficier d'économie d'échelle.

Pour mettre en œuvre notre stratégie de distribution directe ELOHIM compte recruter une équipe de commerciaux ayant une grande expérience en matière de vente des produits agricoles et une forte capacité de construction des relations durables.

Au cours de ce chapitre, il a été question d'apprécier l'aspect juridique, organisationnel, technique et marketing de la société ELOHIM TRANSFORMATION.

CHAPITRE 3 : MODALITES DE FINANCEMENT ET ETUDE DE LA RENTABILITE DU PROJET

Au cours de ce chapitre, il sera question de présenter premièrement le coût de la création d'ELOHIM TRANSFORMATION ainsi que les modalités de financement, ensuite d'évaluer sa rentabilité sur les cinq années à venir et enfin d'indiquer la contribution du projet de création au niveau économique et social ainsi d'identifier les éventuels risques.

I- Coût du projet de création et modalités de financement

Dans cette partie, il sera ici question de déterminer l'investissement nécessaire pour la mise en place du projet ELOHIM TRANSFORMATION ainsi que les mécanismes de son financement puis de définir les modalités de financement

1. Investissement total

Pour la mise en place d'ELOHIM TRANSFORMATION, il est nécessaire de faire des investissements. Selon nos estimations, le montant total des investissements est de 286.069.000 FCFA, 244.209.000 FCFA pour les investissements et 41.860.000 FCFA pour le besoin en fonds de roulement.

Le détail des investissements est le suivant :

Tableau 1: Investissement total

Immobilisations	
Frais d'établissement	8 000 000
Frais de constitution	1 000 000
Frais de fonctionnement antérieurs au démarrage	7 000 000
Investissements incorporels	500 000
Logiciels	500 000
Investissements corporels	106 500 000
Terrain (1 hectare 5000m ²) 15000 mètres carré avec 75% bâti	40 000 000
Bâtiments	
Bâtiment administratif	22 500 000
Bâtiment industriel	40 000 000
Magasin de stockage et conditionnement de matières premières et magasin de stockage de produits finis	4 000 000
Matériel et Outillage	84 500 000
Matériel de Production Industriel	
Unité de transformation de cossettes	4 000 000
Unités de production d'attiéké déshydraté	78 000 000
Bascules de pesée pour produits finis x2 et étiquetage	1 500 000
Conditionneuse d'attiéké en sachets	1 000 000
Mobiliers de bureau	11 000 000
Matériel informatique	4 080 000
Matériel de transport	17 000 000
Camion	17 000 000
Autres matériels	1 000 000
Petit matériel	1 000 000
coût total du projet	232 580 000
Autres 3%	11 629 000
budget d'investissement	244 209 000

Source : Nous-même.

2. Le besoin en fonds de roulement

Nous estimerons le besoin en fonds de roulement à environ 50 jours du chiffre d'affaires¹³ de la première année pour combler le besoin de trésorerie qui pourrait naître au cours du démarrage de l'activité.

De ce fait, le besoin en fonds de roulement d'ELOHIM TRANSFORMATION pour les 50 jours de démarrage est estimé à environ 41.860.000 FCFA, le chiffre d'affaires de la première

¹³ Le ratio du besoin en fonds de roulement normatif dans 10 secteurs (FRANCK NICOLAS, 2012)

année étant estimé à environ 301.392.000 FCFA. Ce besoin en fonds de roulement reste un supplément permettant de couvrir le déficit constaté sur les deux premiers mois.

3. Modalités de financement

L'investissement total d'ELOHIM TRANSFORMATION est estimé à 286.069.000 FCFA avec l'investissement de 244.209.000 FCFA et le besoin en fond de roulement pour les 50 jours d'exploitation de 41.860.000 FCFA.

Ce coût du projet sera couvert par le biais des fonds propres à hauteur de 52,43% grâce à l'apport des promoteurs, les producteurs, PROSUMA GROUPE, et AFIG FUNDS et également par le biais d'un emprunt bancaire à hauteur de 47,57%.

3.1. Financement par les promoteurs

Les promoteurs représentent ceux qui initient le projet. Ils financeront le projet à hauteur de 35%.

3.2. Financement par les producteurs

Les producteurs apporteront, en termes de financement, 18% du montant total de l'investissement. Cet investissement permettra d'assurer un approvisionnement régulier du manioc pour la société et mais surtout de participer à augmenter leur chiffre d'affaires et leur assurer un revenu régulier.

3.3. Financement par PROSUMA GROUPE

La société ivoirienne de promotion de supermarchés qui grâce à sa marque pourra faire la promotion des produits et par la même occasion, s'assurer d'avoir un bon retour sur investissement grâce aux ventes ; Ce groupe possède des points de vente implantés partout sur le sol ivoirien, en particulier à Abidjan. Ils pourront financer le projet à hauteur de 22%.

3.4. Financement par Capital Investissement

Le Capital-investissement ou « Private equity » est un moyen de financement qui consiste en une prise de participation d'un fonds d'investissement en fonds propres et quasi fonds propres dans une société à différents stades de son développement. Il constitue un moyen de renforcer les fonds propres d'une entreprise. La société pourra faire appel au fonds d'investissement AFIG FUNDS et leur participation s'élèvera à hauteur de 25%.

3.5. Financement par emprunt bancaire

ELOHIM TRANSFORMATION aura recours à un emprunt bancaire de 136.069.000 FCFA chez une banque de la place. Le taux d'emprunt approximatif appliqué par les banques en Côte d'Ivoire varie entre 12% et 14% et le remboursement est effectué par annuités constantes. L'emprunt de 136.069.000 FCFA se fera donc au taux de 14%, par annuités constantes et la durée de remboursement sera de 5 ans.

Le détail du remboursement de l'emprunt est consigné dans le tableau suivant :

Tableau 2:Amortissement de l'emprunt

Année	Capital	Intérêt (14%)	Amortissement	Annuité
1	136 069 000	19 049 660	19 636 736	38 686 396
2	116 432 264	16 300 517	22 385 879	38 686 396
3	94 046 386	13 166 494	25 519 902	38 686 396
4	68 526 484	9 593 708	29 092 688	38 686 396
5	39 433 796	5 520 731	33 165 664	38 686 396

Source : Nous-même.

II- Evaluation de la rentabilité du projet de création d'ELOHIM TRANSFORMATION

Dans cette partie, il sera question d'apprécier la rentabilité de la structure à travers les projections financières, le compte de résultat prévisionnel et l'estimation de la rentabilité.

1. Projections financières

1.1.Prévisions de production

Les estimations de production sont consignées dans le tableau suivant.

Tableau 3:Capacité de production

Année	Capacité de production	Capacité de production en tonne	Quantité produite en tonne
1	65%	1 008	655,2
2	75%	1 008	756
3	85%	1 008	856,8
4	95%	1 008	957,6
5	100%	1 008	1 008

Source : Nous-même.

Le coût de production d'un kilogramme d'attiéké est de 269 FCFA. Ainsi le coût de production total pour la première année est 176.248.800 FCFA et est de 271.152.000 FCFA à la dernière année.

Le coût de production total sur les 5 ans est détaillé dans le tableau suivant.

Tableau 4: Coût de production en FCFA

Année	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Quantité produite en tonne	655,2	756	856,8	957,6	1 008
Coût de production total en FCFA	176 248 800	203 364 000	230 479 200	257 594 400	271 152 000

Source : Nous-même.

Le prix de vente de sortie d'usine d'un kilogramme d'attiéké est de 460 FCFA. Son coût de production est détaillé en annexe.

1.2.Frais du personnel

Les frais fixes du personnel seront constants sur les deux premières années et seront d'un montant de 102.403.500 FCFA par an. Ensuite sur les 3 années suivantes, les frais fixes du personnel subiront une hausse de 2% par rapport à la première année, et seront d'un montant de 104.451.570 FCFA par an. Ainsi les frais du personnel sur les 5 années s'élèveront à 518.161.710 FCFA.

Les frais du personnel et l'effectif des salariés seront détaillés en annexe.

1.3.Prévisions de vente

L'évolution du chiffre d'affaires est détaillée dans le tableau ci-après.

Tableau 5: Evolution du Chiffre d'affaires HT en FCFA

Chiffres d'affaires	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
		301 392 000	347 760 000	394 128 000	440 496 000
Supermarchés	105 487 200	121 716 000	137 944 800	154 173 600	162 288 000
Restaurants	105 487 200	121 716 000	137 944 800	154 173 600	162 288 000
Grossistes	90 417 600	104 328 000	118 238 400	132 148 800	139 104 000

Source : Nous-même.

Les proportions de distribution sont les suivantes : les supermarchés (35%), les restaurants (35%) et les grossistes (30%). Le chiffre d'affaires moyen sur les 5 ans est de 389.491.200 FCFA.

2. Compte de résultat prévisionnel

L'analyse du compte de résultat prévisionnel montre que l'activité d'ELOHIM TRANSFORMATION est positive sur les 5 années avec un résultat net moyen 123.784.194 FCFA, avec des résultats nets de 65.408.505 FCFA à la première année et de 169.935.429 FCFA à la cinquième année.

Sur les 5 années, la valeur ajoutée est de 298.909.117 FCFA en moyenne, avec une valeur ajoutée de 225.971.000 dès la première année, ce qui signifie que la société crée déjà de la valeur dès la première année.

Egalement le résultat d'exploitation est en moyenne de 177.771.814 FCFA sur les 5 années. La société obtient un résultat d'exploitation prévisionnel positif de 106.261.000 FCFA à la première année qui croît au fil des 5 ans jusqu'à obtenir un résultat d'exploitation de 232.101.303 FCFA.

Le détail du compte de résultat prévisionnel se déterminera en annexe.

2.1. Estimation de la rentabilité

2.1.1. La valeur actuelle nette

La valeur actuelle nette représente la différence entre la somme des flux de trésorerie nets actualisés générés par l'investissement et l'investissement même. Elle permet d'apprécier les gains obtenus par rapport à l'investissement. La valeur actuelle nette du projet est de 246.071.606 FCFA, ce qui traduit la rentabilité de la société sur les 5 années, avec un coût moyen pondéré du capital de 9,19%¹⁴, obtenu grâce à un coût des fonds propres de 8% et un taux d'emprunt de 14%.

Le calcul de la VAN, du TRI et du délai de récupération seront détaillés en annexe.

¹⁴ $9,19\% = 8\% * 52,43\% + 14\% * 47,57\% * (1 - 25\%)$

52,43% : part des fonds propres et 47,57% : part de l'emprunt

14% : taux de l'emprunt

$8\% = 6\% + 0,69 * (8,84\% - 6\%)$

6% correspondant au taux de la dernière obligation émise par l'état ivoirien ; 0,69, le beta de la rentabilité du marché par rapport au taux sans risque et 8,84%, la rentabilité moyenne du marché. L'analyse a été basée sur les 52 semaines de cotation et la rentabilité calculée est la rentabilité géométrique.

2.1.2. Le taux de rentabilité interne

Le taux de rentabilité interne est le taux pour lequel la somme des flux de trésorerie nets actualisés est égale à l'investissement. Il mesure donc l'efficacité marginale du capital investi.

L'investissement est rentable lorsque le TRI est supérieur aux exigences de rentabilité des investisseurs.

Le taux de rentabilité interne est de 22,77%. Ce taux est bien supérieur au coût des fonds propres. Ainsi l'investissement serait rentable au-delà des exigences des actionnaires.

2.1.3. Le délai de récupération du capital investi

Le délai de récupération du capital est le temps au bout duquel le montant cumulé des flux de trésorerie nets actualisés est égal à l'investissement. Il indique le temps nécessaire pour que les flux nets actualisés couvrent le montant de l'investissement.

Le délai de récupération de l'investissement est de 2 ans 11 mois 27 jours.

III- Impact et risques du projet

1. Contribution du projet

Notre projet contribue à plusieurs niveaux au développement de la Côte d'Ivoire :

1.1. Au niveau économique

Notre projet contribuera à participer à la croissance du PIB ivoirien de par la création de la valeur par l'amélioration du taux d'industrialisation et également par le paiement des impôts qui augmentera les recettes fiscales de l'état.

1.2. Au niveau social

Notre projet contribuera à la création d'emploi, participant donc à la baisse du taux de chômage en Côte d'Ivoire et également à travers la répartition du revenu aux salariés, qui contribuera au processus de développement en Côte d'Ivoire.

2. Identification des risques du projet

Il s'agira ici d'identifier les risques qui pourraient survenir au cours du déroulement des activités de l'entreprise.

2.1. Risque de performance

Ce risque est lié à la capacité de la structure managériale et à celle du personnel à mener à bien les stratégies de l'entreprise en vue d'atteindre les objectifs fixés. Il revient à la structure managériale de mettre en place des outils de contrôle et de suivi de performance, de formation du personnel pour s'assurer de réduire ce risque.

2.2. Risque opérationnel

C'est le risque des pertes qui pourraient survenir des erreurs du personnel, des systèmes, du matériel ou d'autres événements externes.

2.3. Risque du marché

Il s'agit du risque face à l'émergence d'une concurrence forte, du fait de nouvelles initiatives pour industrialiser la transformation du manioc.

2.4. Risque lié à l'environnement climatique

Il s'agit de l'impact que pourrait avoir les aléas climatiques sur la culture du manioc, ce qui remettrait en cause l'approvisionnement de la matière première. Cet impact pourrait conduire à une cessation d'activité.

Il serait donc judicieux de prévenir ce risque, en s'appropriant des terres en vue de la culture du manioc.

2.5. Risque financier

Il s'agit du risque concernant la disponibilité de la liquidité qui pourrait survenir dans l'économie.

Au cours de ce chapitre, il a été question de déterminer le coût de l'investissement total et les modalités de financement de la société ELOHIM TRANSFORMATION, d'apprécier la rentabilité d'ELOHIM TRANSFORMATION à travers les prévisions des ventes, le compte de résultat prévisionnel ainsi que la VAN, le TRI, et le délai de récupération du capital investi et enfin de déterminer la contribution au niveau économique et social du projet de création et identifier certains risques auxquels l'entreprise pourrait faire face.

CONCLUSION GENERALE

Le développement d'un pays passe par l'industrialisation, à l'instar de la chine dont la croissance économique moyenne est d'environ 7.3% en 2015¹⁵. La Côte d'Ivoire met en place des mesures en vue de développer l'activité industrielle ivoirienne, afin de contribuer au bien-être des populations.

Dans le but de participer au développement du secteur industriel, nous avons décidé d'étudier le projet suivant « Projet de création d'une société industrielle de transformation du manioc en produits dérivés en Côte d'Ivoire: ELOHIM TRANSFORMATION».

A travers les différentes études, il apparait clairement que l'activité génère des flux de trésorerie conséquents, qui augmenteront au fil des années, vu la place qu'occupe le manioc dans le régime alimentaire des ivoiriens. Le projet est rentable.

La difficulté majeure réside dans le financement de l'investissement, difficulté à laquelle nous avons tenté de répondre à travers la constitution du capital, qui fait appel aux principaux acteurs de la filière que sont les producteurs, les consommateurs, et également au capital investissement.

La mise en place de ce projet permettrait de créer des emplois, de participer à la création de la valeur ajoutée pour le PIB ivoirien, de créer des emplois, de distribuer des revenus de valoriser la filière manioc encore informelle.

¹⁵ <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>, page consulté le 04/03/2016

BIBLIOGRAPHIE

Les références bibliographiques

Ouvrages

- THOMAS Philippe, (2014), Ingénierie financière, 2^{ème} édition, Revue Banque Edition, 128 pages.
- FORGET jack, (2008), gestion de trésorerie financement et rentabilité des investissements, (collection des mémentos finance), Edition d'organisation, 230 pages.
- HOUDAYER Robert, (1998), évaluation financière des projets, 2^{ème} édition, Economica, Paris, 450 pages.
- LAMBIN Jean Jacques, Chantal de MOERLOOSE, (2008), Marketing Stratégique et opérationnel (Marketing à l'orientation du marché), 7^{ème} édition, DUNOD, Paris, 590 Pages.
- Franck Nicolas, (2012), Finance pour non financiers, édition DUNOD, 256 pages.

Rapports, Mémoires, Projets professionnels et périodiques

- YAO Maki Jérôme, (2013), Création d'une structure de financement de la production et de la commercialisation du maïs en Côte d'Ivoire, filiale de l'ANADER, Master en Banque et Finance, 68 pages.
- BOGBE Serges Stéphane, (2014), Modalités de financement d'une usine de production de beurre de cacao : BOGB'SON Processing, Master en Banque et Finance, 73 pages.
- VE Douin Esperance Ruth-Eliane, (2013), Plan de financement pour la création d'une société de transformation du manioc au Sénégal, Master en Banque et Finance, 75 pages
- DAVY Padonou, (2013), Modalités de financement d'une usine de production de verres plats, Master en Banque et Finance, 67 pages.
- Ministère de l'agriculture de l'agroalimentaire et de la forêt de France, Les politiques agricoles à travers le monde, quelques exemples, www.agriculture.gouv.fr/sites/minagri/files/1506-ci-resinter-fr-cote-ivoire.pdf
- Sangare Abdourahamane, Koffi Edmond, Akamou Fataye, Fall Cheickh Alassane, Rapport national sur l'état des ressources phytogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture, www.fao.org/docrep/013/i1500e/Cote%20Ivoire.pdf.

- Krabi ekoua regina, Assamoi allah antoine , Bréhima diawara, Niamké lamine sébastien, Thonart Phillippe, 2015, Production d'attiéké dans la ville d'Abidjan, journal of European Scientific Journal, Vol 11, No 15, Pages 277 à 292.
- Michel STORCK, (2013), Le financement participatif ou crowdfunding, [//ribh.files.wordpress.com/2014/09/le-financemement-participatif-crowdfunding-pr-michel-storck.pdf](http://ribh.files.wordpress.com/2014/09/le-financemement-participatif-crowdfunding-pr-michel-storck.pdf)
- Audrey Perrin, Pierre Ricau, Cedric Rabany, (2015), Etude de la filière Manioc en Côte d'Ivoire, www.rongead.org/IMG/pdf/diagnostic_de_la_filiere_manioc_en_cote_d_ivoire_15_1_2_2015_final.pdf
- Assanvo, J. B., Agbo, G. N., Behi, Y. E. N., Coulin, P., & Farah, Z., 2006. Microflora of traditional starter made from cassava for attiéké production in Dabou (Côte d'Ivoire). *Food Control*, 17: 37- 41
- Shrikant Chopra, Etude pour l'identification des filières agroindustrielles prioritaires dans les pays membres de l'UEMOA, 2009, programme de Restructuration et de Mise à Niveau de l'Industrie des Etats membres de l'UEMOA, www.brmnbenin.org/pdf/Synthese_etude_filiere_agroindustrielles_version_09%20M_ai%2009.pdf
- Evaluation du potentiel à l'exportation du manioc, PACIR, 2013, http://veille-ci.com/IMG/pdf/pacir-2013-fiche_export_manioc.pdf
- TRECHE Serges, (1995). Importance du manioc en alimentation humaine dans différentes régions du monde, http://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_6/colloques1/43507.pdf
- Kacou, A. C, (2000), Optimisation des conditions d'application d'une méthode de conservation longue durée de la pâte de manioc (*Manihot esculenta* Crantz) en vue d'améliorer la qualité alimentaire de l'Attiéké et du placali. Thèse de doctorat, Université de Cocody-Abidjan (Côte d'Ivoire).
- Crise alimentaire : enjeux et opportunités pour le développement agricole, rapport national sur le développement humain durable, UNDP, 2010 http://hdr.undp.org/sites/default/files/mali_rndh_2010.pdf
- Répertoire des procédés de transformation du manioc, FIRCA http://www.firca.ci/waapp/images/sw_publications/30042013203150.pdf

- Bien cultiver le manioc en côte d'ivoire, CNRA
www.cnra.ci/downloads/cultiver_manioc.pdf

WEBOGRAPHIE

- Données statistiques de la FAO : <http://faostat3.fao.org/download/FB/FBS/E>
- Données de la banque mondiale :
<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>
- Service Formalités administratives et assistance du guichet unique du CEPICI
www.cepici.gouv.ci
- Données du Programme d'Appui des Nations Unies pour le Développement (PNUD)
www.undp.org
- Données du ministère de l'agriculture de Côte d'Ivoire, www.agriculture.gouv.ci
- www.finances.gouv.ci
- http://www.ins.ci/n/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27
- Données sur le commerce international et le développement durable
- www.rongead.org

ANNEXES

Annexe 1: Liste des immobilisations

Logiciel	1
Terrain (1 hectare 5000m ²) 15000 mètres carré avec 75% bâti	1
Bâtiments	
Bâtiment administratif	1
Bâtiment industriel	1
Magasin de stockage et conditionnement de Matières premières et magasin de stockage de produits finis	2
unité de transformation de cossettes	2
Unités de production d'attiéké déshydraté	2
Bascules de pesée pour produits finis et étiquetage	2
Conditionneuse d'attiéké en sachets	1
Mobiliers de bureau et matériels	62
Matériel de transport	1

Source : Nous-même.

Annexe 2:Frais du personnel

Départements	Niveau requis	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Total
Direction Générale		23 100 000	23 100 000	23 562 000	23 562 000	23 562 000	116 886 000
Directeur général	Bac+5 et 5 ans d'expérience en gestion	12 000 000	12 000 000	12 240 000	12 240 000	12 240 000	60 720 000
Secrétaire	BTS en Secrétariat	2 100 000	2 100 000	2 142 000	2 142 000	2 142 000	10 626 000
Contrôle de gestion	BAC +5 en audit et contrôle de gestion	9 000 000	9 000 000	9 180 000	9 180 000	9 180 000	45 540 000
Direction Financière et C		12 000 000	12 000 000	12 240 000	12 240 000	12 240 000	60 720 000
Directeur financier	BAC +5 en Comptabilité ou Finance	9 000 000	9 000 000	9 180 000	9 180 000	9 180 000	45 540 000
Agents comptables	BAC+3 en comptabilité	3 000 000	3 000 000	3 060 000	3 060 000	3 060 000	15 180 000
Direction technique et Pro		25 800 000	25 800 000	26 316 000	26 316 000	26 316 000	130 548 000
Directeur technique	BAC+5	9 000 000	9 000 000	9 180 000	9 180 000	9 180 000	45 540 000
Agents techniques et Pro	BAC + 3	6 000 000	6 000 000	6 120 000	6 120 000	6 120 000	30 360 000
Ouvriers	Agents en excellente santé	9 600 000	9 600 000	9 792 000	9 792 000	9 792 000	48 576 000
Chauffeurs	Permis BCDE	1 200 000	1 200 000	1 224 000	1 224 000	1 224 000	6 072 000
Direction RH		12 000 000	12 000 000	12 240 000	12 240 000	12 240 000	60 720 000
Directeur RH	BAC+ 5 en Gestion des Ressources Humaines	9 000 000	9 000 000	9 180 000	9 180 000	9 180 000	45 540 000
Agents RH	BAC + 3 en Gestion des Ressources Humaines	3 000 000	3 000 000	3 060 000	3 060 000	3 060 000	15 180 000
Direction Marketing		15 000 000	15 000 000	15 300 000	15 300 000	15 300 000	75 900 000
Directeur Marketing	BAC+5 Marketing et Communication	9 000 000	9 000 000	9 180 000	9 180 000	9 180 000	45 540 000
Agents Marketing et Com	BAC+ 3 en Marketing et Communication	6 000 000	6 000 000	6 120 000	6 120 000	6 120 000	30 360 000
		87 900 000	87 900 000	89 658 000	89 658 000	89 658 000	444 774 000
	Charges sociales 15%	13 185 000	13 185 000	13 448 700	13 448 700	13 448 700	66 716 100
	Impôt sur salaires(ITS) 1,5%	1 318 500	1 318 500	1 344 870	1 344 870	1 344 870	6 671 610
	Totaux	102 403 500	102 403 500	104 451 570	104 451 570	104 451 570	518 161 710

Source : Nous-même.

Annexe 3:Coût de production

Libellé	Unité	Quantité	Prix	Total en FCFA
Manioc Frais	Kg de manioc	1 000	15	15 000
transport approvisionnement	Litre d'essence	19	580	11 020
Emballage (1kg)	Un sachet de 1kg	250	50	12 500
Etiquettes	Une unité	250	10	2 500
Huile raffinée	Litre d'huile	1,5	800	1 200
Manioc fermenté(Levain)	Kg de manioc	100	15	1 500
Cartons de 10 kg	Un carton	25	20	500
Electricité	Kwh d'électricité	10	72,31	723,1
Transport Livraison	Litre d'essence	19	580	11 020
Charges totales				55 963,1
Pertes				11 250
Couts directs total de production				67 213,1
Cout de production d'un kilo d'attiéké				268,8524
Prix de vente en gros usine				460
Prix de vente en gros TTC usine				542,8
Marge				191,1476

Source : Nous-même.

Annexe 4:Compte de résultat prévisionnel en FCFA

Libellé	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Production vendue	301 392 000	347 760 000	394 128 000	440 496 000	463 680 000
CHIFFRE D'AFFAIRES HT	301 392 000	347 760 000	394 128 000	440 496 000	463 680 000
Production vendue	301 392 000	347 760 000	394 128 000	440 496 000	463 680 000
Matières premières	33 435 000	40 350 000	43 500 000	54 300 000	64 650 000
Emballages et étiquettes	13 256 000	13 521 120	13 791 542	14 067 373	14 348 721
CHARGES VARIABLES	46 691 000	53 871 120	57 291 542	68 367 373	78 998 721
MARGE SUR COÛT VARIABLE	254 701 000	293 888 880	336 836 458	372 128 627	384 681 279
Services bancaires	350 000	357 000	364 140	371 423	378 851
Eau/ Électricité	3 800 000	3 876 000	3 953 520	4 032 590	4 113 242
Frais d'entretien sanitaire	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Fourniture de bureau	2 000 000	2 040 000	2 080 800	2 122 416	2 164 864
Frais de Carburant	3 500 000	3 570 000	3 641 400	3 714 228	3 788 513
Entretien et réparations du véhicule	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Assurances (Véhicule, Maladie...)	4 000 000	4 080 000	4 161 600	4 244 832	4 329 729
Frais de service sécurité	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Frais postaux et de communication	2 700 000	2 754 000	2 809 080	2 865 262	2 922 567
Frais d'entretien des matériels	2 000 000	2 040 000	2 080 800	2 122 416	2 164 864
Publicité/ Communication	2 500 000	2 550 000	2 601 000	2 653 020	2 706 080
Frais de Transport et déplacement	2 280 000	2 325 600	2 372 112	2 419 554	2 467 945
Frais généraux divers (Internet...)	2 000 000	2 040 000	2 080 800	2 122 416	2 164 864
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	28 730 000	29 304 600	29 890 692	30 488 506	31 098 276
VALEUR AJOUTÉE	225 971 000	264 584 280	306 945 766	341 640 121	353 583 003
Salaires	87 900 000	87 900 000	89 658 000	89 658 000	89 658 000
Charges sociales	13 185 000	13 185 000	13 448 700	13 448 700	13 448 700
CHARGES DE PERSONNEL	101 085 000	101 085 000	103 106 700	103 106 700	103 106 700
EBE (excédent brut d'exploitation)	124 886 000	163 499 280	203 839 066	238 533 421	250 476 303
Dotations aux amortissements	18 625 000	18 625 000	18 375 000	18 375 000	18 375 000
RESULTAT D'EXPLOITATION	106 261 000	144 874 280	185 464 066	220 158 421	232 101 303
Charges financières	19 049 660	16 300 517	13 166 494	9 593 708	5 520 731
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	87 211 340	128 573 763	172 297 572	210 564 713	226 580 572
Impôt sur les sociétés	21 802 835	32 143 441	43 074 393	52 641 178	56 645 143
RÉSULTAT NET	65 408 505	96 430 322	129 223 179	157 923 535	169 935 429

Source : Nous-même.

Annexe 5:Tableau présentant la VAN en FCFA, le TRI et le DRC

	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
RÉSULTAT NET		65 408 505	96 430 322	129 223 179	157 923 535	169 935 429
Dotations aux amortissements		18 625 000	18 625 000	18 375 000	18 375 000	18 375 000
Capacité d'autofinancement		84 033 505	115 055 322	147 598 179	176 298 535	188 310 429
Récupération du BFR						-41 860 000
Valeur résiduelle du matériel de production						41 750 000
Flux nets de Trésorerie		84 033 505	115 055 322	147 598 179	176 298 535	188 200 429
Flux nets de Trésorerie actualisés		76 961 422	96 504 579	113 381 660	124 031 250	121 261 694
Investissement	286 069 000					
Van		246 071 606				
TRI		22,77%				
Délai de récupération		2 ans 11 mois 27 jours				

Source : Nous-même.

Annexe 6: Tableau d'amortissement des immobilisations

Libellé	Montant	Durée	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Logiciels	500 000	2	250 000	250 000			
Terrain (1 hectare 5000m ²) 15000 mètres carré avec 75% bâti	40 000 000						
Bâtiments							
Bâtiment administratif	22 500 000	20	1 125 000	1 125 000	1 125 000	1 125 000	1 125 000
Bâtiment industriel	40 000 000	20	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
Matériels							
Magasin de stockage et conditionnement de Matières premières et magasin de stockage de produits finis	4 000 000	20	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Unité de transformation de cossettes	4 000 000	10	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Unités de production d'attiéké déshydraté	78 000 000	10	7 800 000	7 800 000	7 800 000	7 800 000	7 800 000
Bascules de pesée pour produits finis et étiquetage	1 500 000	10	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Conditionneuse d'attiéké en sachets	1 000 000	5	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Mobiliers de bureau et matériels	15 500 000	5	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000
Matériel de transport	17 000 000	5	3 400 000	3 400 000	3 400 000	3 400 000	3 400 000
	Totaux		18 625 000	18 625 000	18 375 000	18 375 000	18 375 000

Source : Nous-même.

Annexe 7:Effectif du personnel

Départements	Niveau requis	Salaire mensuel	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Directeur général	Bac+5 et 5 ans d'expérience en gestion	1 000 000	1	1	1	1	1
Secrétaire	BTS en Secrétariat	175 000	1	1	1	1	1
Contrôle de gestion	BAC +5 en audit et contrôle de gestion	750 000	1	1	1	1	1
Directeur financier	BAC +5 en Comptabilité ou Finance	750 000	1	1	1	1	1
Agents comptables	BAC+3 en comptabilité	250 000	1	1	1	1	1
Directeur technique	BAC+5	750 000	1	1	1	1	1
Agents techniques et Production	BAC + 3	250 000	2	2	2	2	2
Ouvriers	Agents en excellente santé	80 000	10	10	10	10	10
Chauffeurs	Permis BCDE	100 000	1	1	1	1	1
Directeur RH	BAC+ 5 en Gestion des Ressources Humaines	750 000	1	1	1	1	1
Agents RH	BAC + 3 en Gestion des Ressources Humaines	250 000	1	1	1	1	1
Directeur Marketing	BAC+5 Marketing et Communication	750 000	1	1	1	1	1
Agents Marketing	BAC+ 3 en Marketing et Communication	250 000	2	2	2	2	2
	Effectif		24	24	24	24	24

Source : Nous-même.

TABLE DES MATIERES

DEDICACE	I
REMERCIEMENTS	II
LISTES DES FIGURES, TABLEAUX ET ANNEXES	III
LISTE DES SIGLES	IV
SOMMAIRE	V
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : CADRE MACROECONOMIQUE ET PLACE DE LA FILIERE : ETUDE DES CONTRAINTES ET DES OPPORTUNITES	4
I- PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIOECONOMIQUE ET INSTITUTIONNEL DE LA COTE D'IVOIRE	4
1. CONTEXTE SOCIO-ECONOMIQUE DE LA COTE D'IVOIRE	4
1.1. <i>Etat de la croissance économique ivoirienne</i>	4
1.2. <i>Priorités nationales</i>	4
1.3. <i>Habitudes culturelles ivoiriennes de consommation</i>	5
2. CONTEXTE INSTITUTIONNEL IVOIRIEN	5
2.1. <i>CNRA</i>	5
2.2. <i>CSRS</i>	6
2.3. <i>FIRCA</i>	6
2.4. <i>ANADER</i>	6
2.5. <i>OCPV</i>	6
II- ANALYSE DU SECTEUR MANIOC DANS L'ECONOMIE	7
1- PRESENTATION DU SECTEUR	7
1.1. <i>Place du manioc</i>	7
1.2. <i>Les échanges commerciaux au niveau sous régional et au niveau international</i>	8
2- ENJEUX DE LA TRANSFORMATION DU MANIOC	9
2.1. <i>Création de la valeur</i>	9
2.2. <i>Amélioration des conditions de vie des producteurs</i>	9
2.3. <i>Amélioration du taux d'industrialisation et des échanges</i>	10
2.4. <i>Valorisation de la filière</i>	10
2.5. <i>Adoption de normes alimentaires</i>	10
3- ANALYSE DE LA SITUATION CONCURRENTIELLE	10
3.1. <i>Les concurrents</i>	11
3.2. <i>Les clients</i>	11
3.3. <i>Les fournisseurs</i>	11
3.4. <i>Les substituts</i>	12
3.5. <i>Les barrières à l'entrée</i>	12
III- ANALYSE DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DES PRODUITS DERIVES	12
1. ANALYSE DE L'OFFRE DES PRODUITS DERIVES DU MANIOC	12
2- ANALYSE DE LA DEMANDE DES PRODUITS DERIVES	13
2.1. <i>Analyse de la demande en consommation humaine</i>	13
2.2. <i>Demande globale potentielle</i>	14
2.3. <i>Synthèse de l'analyse</i>	14
CHAPITRE 2 : MONTAGE TECHNIQUE ET MARKETING DE LA SOCIETE ELOHIM TRANSFORMATION	16

I-	MONTAGE JURIDIQUE ET ORGANISATIONNEL D'ELOHIM TRANSFORMATION	16
1.	STATUTS JURIDIQUES ET ASSOCIES	16
2.	STRUCTURE ORGANISATIONNEL	17
2.1.	<i>Organigramme</i>	17
2.2.	<i>Ressources humaines</i>	18
2.3.	<i>Plan de recrutement</i>	18
2.4.	<i>Rémunération du personnel</i>	18
II-	ETUDE TECHNIQUE D'ELOHIM TRANSFORMATION.....	19
1-	LIEU D'IMPLANTATION DE L'UNITE DE TRANSFORMATION	19
2.	DEFINITION DE LA CAPACITE DE PRODUCTION	20
3.	DISPONIBILITE DE LA MATIERE PREMIERE ET DETERMINATION DES RESSOURCES MATERIELLES.....	20
4.	PROCESSUS DE FABRICATION DE L'ATTIEKE	20
III-	CHOIX STRATEGIQUES ET MARKETING D'ELOHIM TRANSFORMATION	21
1.	VISION, MISSION, VALEURS, OBJECTIFS.....	21
1.1.	<i>Vision</i>	21
1.2.	<i>Mission</i>	21
1.3.	<i>Valeurs</i>	22
1.4.	<i>Objectifs</i>	22
2.	STRATEGIE ET ACTIONS MARKETING.....	22
2.1.	<i>Stratégie Marketing</i>	22
2.2.	<i>Mix Marketing</i>	23
	CHAPITRE 3 : MODALITES DE FINANCEMENT ET ETUDE DE LA RENTABILITE DU PROJET	27
I-	COUT DU PROJET DE CREATION ET MODALITES DE FINANCEMENT	27
1.	INVESTISSEMENT TOTAL	27
2.	LE BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT	28
3.	MODALITES DE FINANCEMENT.....	29
3.1.	<i>Financement par les promoteurs</i>	29
3.2.	<i>Financement par les producteurs</i>	29
3.3.	<i>Financement par PROSUMA GROUPE</i>	29
3.4.	<i>Financement par Capital Investissement</i>	29
3.5.	<i>Financement par emprunt bancaire</i>	30
II-	EVALUATION DE LA RENTABILITE DU PROJET DE CREATION D'ELOHIM TRANSFORMATION.....	30
1.	PROJECTIONS FINANCIERES.....	30
1.1.	<i>Prévisions de production</i>	30
1.2.	<i>Frais du personnel</i>	31
1.3.	<i>Prévisions de vente</i>	31
2.	COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL	32
2.1.	ESTIMATION DE LA RENTABILITE.....	32
2.1.1.	<i>La valeur actuelle nette</i>	32
2.1.2.	<i>Le taux de rentabilité interne</i>	33
2.1.3.	<i>Le délai de récupération du capital investi</i>	33
III-	IMPACT ET RISQUES DU PROJET	33
1.	CONTRIBUTION DU PROJET	33
1.1.	<i>Au niveau économique</i>	33
1.2.	<i>Au niveau social</i>	33
2.	IDENTIFICATION DES RISQUES DU PROJET	33
2.1.	<i>Risque de performance</i>	34
2.2.	<i>Risque opérationnel</i>	34

2.3. <i>Risque du marché</i>	34
2.4. <i>Risque lié à l'environnement climatique</i>	34
2.5. <i>Risque financier</i>	34
CONCLUSION GENERALE.....	35
BIBLIOGRAPHIE.....	VI
ANNEXES.....	IX
TABLE DES MATIERES.....	XVI
RESUME.....	XIX

CESAG - BIBLIOTHEQUE

RESUME

Le développement d'un pays passe par son industrialisation grâce à la création de la valeur de la valeur ajoutée. La Côte d'Ivoire devrait impérativement améliorer son taux d'industrialisation dont l'objectif est de 35%. La transformation des produits agricoles constitue une branche à exploiter car le secteur agricole occupe près de 40% de la population active ivoirienne.

C'est dans cette optique que nous avons décidé d'étudier le thème suivant : « Projet de création d'une société industrielle de transformation du manioc en produits dérivés en Côte d'Ivoire: ELOHIM TRANSFORMATION. »

Le manioc est la seconde production vivrière après l'igname et sa production annuelle est quasiment consommée en totalité par la population ivoirienne. Le manioc peut être transformé sous diverses formes, la plus répandue en Côte d'Ivoire étant l'attiéké.

Ce projet consiste à étudier le coût de la création d'une société de transformation de manioc en produits dérivés en particulier l'attiéké, à évaluer la rentabilité et à déterminer les moyens de financement adéquats pour sa mise en place. Le coût de l'investissement est fixé à 286.069.000 FCFA, la valeur actuelle nette est évaluée à 246.071.606 FCFA, le taux de rentabilité interne est 22,77% et le délai de récupération du capital investi est de 2 ans 11 mois et 27 jours.

Au cours de notre analyse, nous avons pu constater la rentabilité du projet et ainsi pouvons assurer aux actionnaires et aux investisseurs un retour sur investissement à travers le taux de rentabilité interne qui est bien supérieur au coût du capital investi.

Ce projet contribuera également à créer des emplois, à participer à la création de la valeur ajoutée pour le PIB ivoirien, à distribuer des revenus aux salariés, à valoriser la filière manioc encore informelle et au niveau fiscal à augmenter les recettes de l'Etat.

Mots clés : Transformation du manioc ; modalités ; financement ; attiéké ; agriculture ; rentabilité.