



Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion

-CESAG-

Master en Banque et Finance

-MBF-

Année académique : 2016-2017



Option : Finance d'entreprise et marchés financiers

Projet Professionnel

Thème :

**MODALITES DE FINANCEMENT
D'UNE SOCIETE D'ELEVAGE DE
CAILLES EN CÔTE D'IVOIRE :
REVITA SA**

Présenté par :

TOURE Nanklan Hermann

16^{ème} Promotion MBF

Sous la supervision de

Aboudou OUATTARA, PhD

Enseignant en finance de
marché au CESAG

Dakar, juin 2017

DEDICACE

Je lève les yeux vers les montagnes : d'où le secours me viendra-t-il ? Le secours me vient du Seigneur. L'auteur des cieux et de la terre. Psaume 121

Ce projet est dédié à DIEU, pour tous ses bienfaits et pour toutes les grâces accordées au cours de cette année.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont à l'endroit de :

- ✓ mon encadreur Dr Aboudou OUATTARA, enseignant en finance de marché au Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion, pour sa disponibilité, la rigueur de son travail, sa patience et sa compréhension lors de la rédaction du projet ;
- ✓ l'ensemble du corps professoral et la Coordination du programme Master en Banque et Finance pour les efforts sans pareil qu'ils ont fournis ainsi que pour la qualité de l'enseignement reçu tout au long de l'année ;
- ✓ tous les membres de ma famille et mes proches pour leur écoute, leurs conseils et leur soutien.
- ✓ tous les membres de la 16^{ième} Promotion du Programme Master en Banque et Finance.

RESAG - BIBLIOTHEQUE

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

- BFR** : Besoin en Fonds de Roulement
- CAF** : Capacité d'Autofinancement
- CESAG** : Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion
- DAF** : Direction des Affaires Financières
- DCM** : Direction Commerciale et Marketing
- DF** : Direction Financière
- DG** : Direction Générale
- DP** : Direction de la Production
- DRCI** : Délai de Récupération des Capitaux Investis.
- ENV** : Enquête Nationale sur le Niveau de Vie des Populations en Côte d'Ivoire
- FAO**: Food and Agriculture Organization of the United Nations
- FCFA** : Franc de la Communauté Financière Africaine
- FNJ** : Fonds National de la Jeunesse
- FNS** : Fonds National de Solidarité
- FPPA** : Fonds de Promotion de la Production Animale
- FR** : Fonds de Roulement
- GIE** : Groupement d'Intérêt Economique
- GMA**: Grands Moulins d'Abidjan
- HT**: Hors Taxes
- IAHP** : Influenza Aviaire Hautement Pathogène
- INS** : Institut National de la Statistique
- IPRAVI** : Interprofession Avicole Ivoirienne
- MBF** : Master en Banque et Finance
- OHADA** : Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
- OPA** : Organisation Professionnelle Agricole
- PADE-CI** : Projet d'Appui au Développement de l'Elevage en Côte d'Ivoire
- PESTEL** : Politique, Economique, Social, Technologique Ecologique, Légal
- PIB** : Produit Intérieur Brut
- PMBF** : Programme Master en Banque et Finance
- PND** : Plan National de Développement
- PNIA** : Programme National d'Investissement Agricole

PSDEPA : Plan Stratégique de Développement de l'Élevage, de la Pêche et de l'Aquaculture en Côte d'Ivoire

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

RTI : Radiodiffusion Télévision Ivoirienne

SA : Société Anonyme

SAGP : Service Administratif et de Gestion du Personnel

SAPB : Société Agro Pastorale de Bingoro

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SCM : Service Commercial et Marketing

SCS : Société en Commandite Simple

SG : Services Généraux

SIM : Système d'Information Marché

SIPRA : Société Ivoirienne de Production Animale

SLT : Service Logistique et Transport

SNC : Société en Noms Collectifs

TRI : Taux de Rentabilité Interne

UACI : Union des Aviculteurs de Côte d'Ivoire

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

VAN : Valeur Actuelle Nette

LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ANNEXES

Tableaux

Tableau 1 : Classification des systèmes d'aviculture selon la FAO	5
Tableau 2 : Analyse PESTEL.....	13
Tableau 3 : Opportunités et menaces de REVITA SA.....	32
Tableau 4 : Chiffre d'affaires prévisionnel de REVITA SA.....	34
Tableau 5 : Rémunération des agents de REVITA SA	35
Tableau 6 : Frais de création de REVITA SA.....	37
Tableau 7 : Budget des immobilisations de REVITA SA.....	38
Tableau 8 : Besoin en fonds de roulement du projet au démarrage de REVITA SA.....	38
Tableau 9 : Coût du projet de création de REVITA SA.....	39
Tableau 10 : Charges d'exploitation de REVITA SA.....	39
Tableau 11 : Budget de Trésorerie de REVITA SA.....	40
Tableau 12 : Résultats prévisionnel de REVITA SA.....	41
Tableau 13 : Synthèse de la rentabilité de REVITA SA	41
Tableau 14 : VAN, TRI et DCRI du projet de création de REVITA SA.....	42
Tableau 15 : Principales sources de financement de REVITA SA	46

Graphiques

Graphique 1 : Production de volaille en Côte d'Ivoire de 2001 à 2015.....	14
Graphique 2 : Production d'œuf en Côte d'Ivoire de 2001 à 2015.....	15
Graphique 3 : Importation de viande de volaille de 2001 à 2015	15
Graphique 4 : Consommation de viande de volaille de 2001 à 2015.....	16
Graphique 5 : Consommation annuelle d'œuf par habitant de 2001 à 2015	17
Graphique 6 : Les déterminants de la demande d'œuf de caille	19
Graphique 7 : Les déterminants de la demande d'œufs de caille.....	20
Graphique 8 : Déterminants de la demande de viande de caille	21
Graphique 9 : Répartition des répondants en fonction des critères sociodémographiques.....	22

Schémas

Schéma 1 : Organisation de la production et distribution en aviculture moderne ivoirienne	7
Schéma 2 : Circuit ivoirien de distribution des œufs de consommation	9
Schéma 3 : Organigramme de REVITA SA	28

Schéma 4 : Intensité concurrentielle de la filière avicole..... 32

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire sur les motivations des consommateurs d'œuf et de viande en Côte d'Ivoire 53

Annexe 2 : La caille et les œufs de cailles 55

Annexe 3 : Tarification RTI Publicité 58

Annexe 4 : Evolution des ressources humaines 62

Annexe 5 : Evolution de la masse salariale 62

CESAG - BIBLIOTHEQUE

SOMMAIRE

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	iii
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ANNEXES	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA FILIERE AVICOLE	4
I. La filière avicole en Côte d'Ivoire.....	4
II. Les difficultés rencontrées par la filière avicole en Côte d'Ivoire de 2002 à 2017 ...	10
III. Etude de marché	12
CHAPITRE 2 : PRESENTATION DE REVITA SA	23
I. Organisation et fonctionnement de REVITA SA	23
II. Stratégie marketing et communication de REVITA SA	30
III. Plan de ressources humaines de REVITA SA.....	35
CHAPITRE 3 : COUT, MODALITES DE FINANCEMENT, RENTABILITE ET RISQUES DU PROJET DE CREATION DE REVITA SA	37
I. Evaluation du coût de la mise en place du projet REVITA SA	37
II. Budget de trésorerie de REVITA SA	39
III. Rentabilité du projet de création de REVITA SA	40
CONCLUSION	50
BIBLIOGRAPHIE	51
TABLE DES MATIÈRES	63
RESUME.....	66
ABSTRACT	66

INTRODUCTION

La Côte d'Ivoire compte actuellement une population de plus de 22 671 331 habitants dont 50,3% vie en zone urbaine et 49,7% vie en zone rurale¹. Le taux de pauvreté est estimé à 46,3% et concerne majoritairement les jeunes et les femmes pour un seuil de pauvreté fixé à 737 F CFA² par jour. En 2011 et 2012, environ 8% des femmes âgées de 15 à 49 ans vivant sur le territoire ivoirien, souffraient de déficit énergétique chronique. Ce déficit touche majoritairement les jeunes femmes dans la tranche d'âge de 15 à 19 ans (16%) et est légèrement corrélé au statut social et économique. La malnutrition contribue pour 33% à la mortalité infantile, soit une perte de vie estimée à 128 354 décès d'enfants de moins de 5 ans chaque année³, diverses études fournissent des indications sur certaines carences en micro nutriments chez les enfants et les femmes en âge de procréer. Ce qui suggère que d'autres carences sont susceptibles d'exister et de toucher certains groupes d'âge.

L'analyse des conséquences de la malnutrition a mis en évidence, en Côte d'Ivoire, une perte économique liée à la baisse de la productivité du travail de plus de 972 millions de dollars soit près de 486 milliards de F CFA. Elle impacte négativement le développement intellectuel et la capacité d'apprentissage. Par ses effets négatifs sur le capital humain, elle contribue à limiter le développement économique et social.

L'économie de la Côte d'Ivoire est basée sur l'agriculture. Le secteur agricole emploie 2/3 de la population active et contribue à 34% du PIB total et aux revenus d'exportation pour 66%. L'adoption du Programme National d'Investissement Agricole (PNIA) et du Plan National de Développement (PND 2012-2015) de la Côte d'Ivoire en 2012 a réaffirmé la priorité de l'agriculture pour l'éradication de la pauvreté et de la faim en Côte d'Ivoire. S'appuyant sur les objectifs du PND et du PNIA, les autorités ivoiriennes ont formulé la vision suivante : « Le secteur des ressources animales et halieutiques, source de croissance durable et de création d'emplois pour réduire l'extrême pauvreté et la faim en Côte d'Ivoire ». L'élevage reste encore une activité économique secondaire en Côte d'Ivoire, avec une contribution de 4,5% au PIB agricole et de 2% au PIB total⁴. La filière avicole représente 30 000 emplois directs et indirects

¹ Institut National de la Statistique, RGPH 2014, page consultée le 05.06.2017, <http://www.ins.ci/n/>

² Institut National de la Statistique, ENV 2015, page consultée le 05.06.2017, <http://www.ins.ci/n/templates/docss/env2015.pdf>

³ Plan National Multisectoriel de Nutrition 2016-2020, page consultée le 05.06.2017, http://www.nutrition.gouv.ci/fichier/doc/PNMN_2016_2020_15_08_16.pdf

⁴ Plan Stratégique de Développement de l'Élevage, de la Pêche et de l'Aquaculture en Côte d'Ivoire (PSDEPA 2016-2020), page consultée le 05.06.2017, <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ivc146471.pdf>

pour un chiffre d'affaires d'environ 40 milliards de FCFA⁵. L'aviculture occupe une place prépondérante dans la production animale avec un élevage en cycle court et rapide dans sa réalisation, facile dans sa conception et représente à ce jour, la meilleure activité pour produire une grande quantité de protéines animales.

L'élevage de cailles est un excellent moyen d'accroître son revenu, il peut être pratiqué à petite ou à plus grande échelle. La caille est élevée depuis longtemps pour sa chair et ses œufs qui sont riches en protéines. Ses plumes rentrent dans la fabrication de provendes (mélange de divers aliments destinés aux animaux) et ses fientes sont utilisées pour le compost et la production de biogaz. L'élevage de cailles se caractérise par une relative simplicité, un besoin de peu d'espace et de faibles moyens financiers ainsi qu'une demande sans cesse croissante mais il demeure une activité marginale au regard des potentialités qu'il offre. Les œufs de cailles se sont avérés une source très précieuse de vitamines, de sels minéraux, d'acides aminés et autres micro nutriments essentiels. Face à l'œuf de poule, pourtant plus grand, celui de la caille contient 5 fois plus de phosphore, 7,5 fois plus de fer, 6 fois plus de vitamines B1, 15 fois plus de vitamines B2 et est sans cholestérol. Il est recommandé de les consommer crus afin de renforcer le système immunitaire et d'améliorer la qualité du sang. Les œufs de caille sont connus pour stimuler la croissance et les fonctions cérébrales, pour améliorer le quotient intellectuel et rajeunir le corps en général. Ils ont des effets positifs sur des personnes ayant des problèmes cardiaques, de foie, de stress, d'hypertension, de troubles digestifs, d'ulcère gastrique, de pression artérielle, de contrôle des lipides, de migraines, d'asthme, d'anémie, d'eczéma, de bronchite, de dépression, de panique ou d'anxiété⁶.

Du fait de leur prix, plus élevé que celui de la poule et de leur mode de distribution qui privilégie les grandes surfaces, les œufs de caille sont considérés comme un produit de luxe réservé à une clientèle aisée. Malgré toutes ses vertus et son impact positif sur la santé ce produit n'est pas très connu en Côte d'Ivoire et reste inaccessible à la frange de la population la plus défavorisée. Une réorganisation du mode de distribution et une communication plus forte sur les vertus du produit s'impose.

Le présent projet a pour but de promouvoir la consommation régulière des œufs et de la viande de caille par la population ivoirienne, par la création d'une société d'élevage et de commercialisation de caille en Côte d'Ivoire. Il vise à répondre à la problématique suivante :

⁵ <http://www.ressourcesanimales.gouv.ci/communicationssuite.php?rd=8>

⁶ Lyophilisat d'œuf de caille pour le traitement des maladies immuno- allergiques, Jean-Claude Truffier, 24 déc. 1980
<https://www.google.com/patents/EP0032344A2?cl=fr>

Quelles sont les conditions de mise en place et les modalités de financement d'une société d'élevage de cailles en Côte d'Ivoire ?

L'objectif visé par la rédaction de ce projet est de définir les conditions de mise en place et les modalités de financement de la société REVITA SA spécialisée dans l'élevage de cailles. Plus spécialement, il s'agit :

- ❖ d'abord, de présenter la filière avicole en Côte d'Ivoire ;
- ❖ ensuite, de présenter la société de production et de commercialisation d'œufs et de viande de cailles ;
- ❖ enfin, de faire des projections financières.

L'intérêt du projet se situe à trois niveaux. Au plan national, la consommation régulière d'œufs de caille contribuera à l'amélioration de la santé de la population ivoirienne ce qui aura pour conséquence la réduction des pertes économiques liées à la baisse de la productivité du travail due à la malnutrition. Ce projet permettra de combler le déficit en protéines animales de la Côte d'Ivoire, d'améliorer la sécurité alimentaire.

Il contribuera à l'enrichissement de la base de référence bibliographique du CESAG et servira également de repère aux étudiants et aux personnes qui désirent approfondir leurs connaissances dans l'élaboration d'un plan d'affaires.

Sur le plan personnel, ce document a permis de développer des compétences en matière de préparation et de rédaction d'un projet intégrant un plan d'affaires. Enfin, ce projet pourra constituer pour nous un éventuel débouché professionnel ou une source de revenu additionnel. Notre étude s'est faite en trois étapes : d'abord une recherche documentaire suivie d'une étude de marché et de la rédaction du rapport. Dans la première étape, nous avons effectué une recherche documentaire destinée à obtenir des informations sur le secteur avicole en Côte d'Ivoire. Les résultats de cette recherche documentaire ont été exploités dans la réalisation de l'étude de marché. Puis nous avons présenté la société de production et de commercialisation d'œufs et de viandes de cailles. Et enfin, nous avons procédé à l'évaluation du coût, de la rentabilité et du mode de financement du projet.

Le travail a consisté dans le chapitre 1 à faire la présentation de la filière avicole en Côte d'Ivoire, suivie de la présentation de la société REVITA SA dans le chapitre 2 et de l'évaluation du coût, de la rentabilité financière et du mode de financement ainsi que des conditions de réussite du projet dans le troisième chapitre.

CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA FILIERE AVICOLE

Ce chapitre est consacré à la présentation de la filière avicole ivoirienne. Il s'agit essentiellement de présenter le cadre politique et l'égal. L'analyse porte ensuite sur les difficultés rencontrées par le secteur avicole de 2001 à 2017 pour s'achever par une étude de marché.

I. La filière avicole en Côte d'Ivoire

La mise en place d'un élevage de caille nécessite une bonne connaissance de la filière avicole. Dans cette section sera présenté le cadre politique et légal ainsi que le système d'aviculture tout comme le circuit de commercialisation avicole.

1.1 Politique et cadre légal

Dès les années 1970, la politique de développement du secteur s'est traduite par la mise en place d'une réglementation et d'une fiscalité adaptées, la réalisation d'infrastructures appropriées, l'encadrement et le financement de la production animale, la mise en œuvre d'actions sanitaires pour la lutte contre les grandes épizooties. Cette politique nationale a été renforcée avec le désengagement progressif de l'Etat des activités de production et de service au profit du secteur privé, le recentrage des actions de l'Etat sur les missions du service public, l'intensification des productions laitières et des élevages à cycle court (porcin, volaille et poisson d'élevage).

Le faible niveau des productions de viandes dans les élevages extensifs a conduit les différents gouvernements à opter pour l'intensification des systèmes de production, notamment pour les élevages à cycle court. Aussi, l'aviculture a-t-elle été retenue car c'est un élevage rapide dans sa réalisation et facile dans sa conception. Au fil des années, le secteur avicole a pris de l'ampleur et représente, à ce jour, la meilleure activité pour produire une grande quantité de protéines animales et répondre aux besoins de la population. Les étapes marquantes de l'intervention de l'Etat dans la filière avicole sont en premier lieu l'adoption en 1990 des mesures de prélèvement compensatoires pour limiter les importations de volaille congelée. L'Etat a également incité le regroupement des aviculteurs du programme intégré de la SIPRA au sein d'une organisation professionnelle dénommée UACI.

1.2 Système d'aviculture

Dans la Revue du secteur avicole en Côte d'Ivoire, la FAO donne une classification des systèmes d'aviculture en fonction de critères tels que le niveau de biosécurité, les débouchés commerciaux, la dépendance des intrants du marché, la dépendance aux bonnes pratiques, l'implantation, le contact avec les autres espèces, les sources d'information technique, les sources de financement, les races des volailles.

Tableau 1 : Classification des systèmes d'aviculture selon la FAO

Secteurs (FAO / définition)	Système d'aviculture			
	Industriel et intégré	Commercial	Villageois et de basse-cour	
	Biosécurité			
	Elevée	Basse		
	Secteur 1	Secteur 2	Secteur 3	Secteur 4
Niveau de biosécurité	Elevé	Moyen à élevé	Bas	Bas
Débouchés commerciaux	Exportation et urbains	Urbains / ruraux	Urbains / ruraux	Urbains / ruraux
Dépendance des intrants au marché	Elevée	Elevée	Elevée	Faible
Dépendance aux bonnes routes	Elevée	Elevée	Elevée	Faible
Implantation	Dans la périphérie des capitales et des grandes villes	Dans la périphérie des capitales et des grandes villes	Villes plus petites et zones rurales	Partout, essentiellement dans les zones éloignées ou enclavées
Volailles élevées	Confinement	Confinement	Claustration au sol/semi-confinement	Essentiellement en plein air
Bâtiment/abri	Fermé	Fermé	Fermé/ouvert	Ouvert
Contact avec d'autres poulets	Aucun	Aucun	Oui	Oui
Contact avec les autres canards	Aucun	Aucun	Oui	Oui
Contact avec les autres volailles domestiques	Aucun	Aucun	Oui	Oui
Contact avec la faune sauvage	Aucun	Aucun	Oui	Oui
Soins et conseils vétérinaires	Possède son propre vétérinaire	Paie pour le service	Paie pour le service	Irrégulier, dépendent des services vétérinaires publics
Approvisionnement en médicaments et vaccins	Marché	Marché	Marché	Gouvernement et Marché
Sources d'information technique	Multinationales et ses succursales	Vendeurs d'intrants	Vendeurs d'intrants	Services publics de vulgarisation

Sources de financement	Banques et fonds propres	Banques et fonds propres	Banques et canaux privés ⁷	Fonds propres, programmes d'assistance et banques
Races de volailles	Améliorées	Améliorées	Améliorées	Locales et indigènes
Niveau de sécurité alimentaire des éleveurs	Elevé	Bon	Bon	Bon à faible

Source : Revue du secteur avicole en Côte d'Ivoire, FAO, 2008, page 16

La typologie de l'aviculture considère la taille de l'exploitation et la technologie utilisée. On distingue l'aviculture familiale, l'aviculture industrielle et l'aviculture semi-industrielle.

L'aviculture familiale se caractérise par l'élevage de volailles en divagation et en plein air, sans soins particuliers, avec un niveau de biosécurité très faible voire inexistant. L'aviculture familiale se rencontre en milieu rural et urbain.

L'aviculture semi-industrielle ou moderne utilise certaines techniques industrielles comme l'utilisation de matériel génétique de haute productivité (souches sélectionnées) mais aussi des techniques adaptées à l'environnement tropical pour limiter notamment les effets de la chaleur. Elle est caractérisée par l'utilisation de techniques élaborées et des investissements importants avec un fort recours aux intrants sanitaires et alimentaires. Les poussins et les intrants sont achetés auprès d'industriels spécialisés. Les effectifs dans ses élevages varient de quelques centaines à quelques centaines de milliers de poulets.

L'aviculture industrielle apparaît vers le milieu des années 1970 avec la mise en place des unités de production industrielle conformes aux normes internationales en matière de taille et de techniques de production. Mais, ses tentatives se sont soldées par des échecs comme beaucoup d'autres tentatives dans ce domaine à cette époque. L'aviculture industrielle avec un nombre peu élevé d'exploitations, est assimilée à l'aviculture semi-industrielle pour constituer la catégorie de l'aviculture moderne par opposition à l'aviculture familiale.

1.3 Circuits de commercialisation

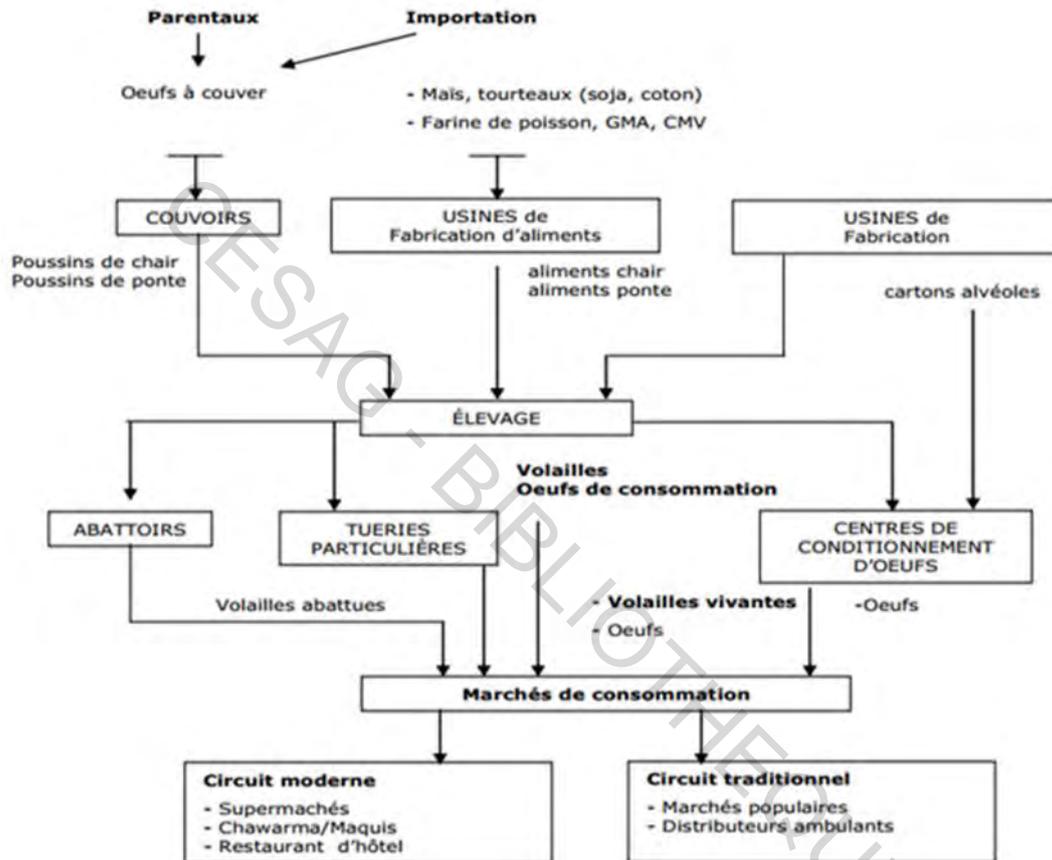
La connaissance du circuit de commercialisation est essentielle pour la compréhension du fonctionnement de la filière avicole. En Côte d'Ivoire, on distingue deux grands circuits de commercialisation dans la filière avicole. Le circuit de commercialisation de la volaille et le circuit de commercialisation des œufs.

⁷ Usuriers, parents, amis

1.3.1 Circuits de commercialisation de la volaille

Le circuit de commercialisation de la volaille est classifié en deux catégories : le circuit traditionnel et le circuit moderne. Leur rôle est l'acheminement des produits vers les consommateurs. Ce circuit est représenté par le schéma 1.

Schéma 1 : Organisation de la production et distribution en aviculture moderne ivoirienne



Source : Revue du secteur avicole en Côte d'Ivoire, FAO, (2008), page 31, consultée le 06.05.2017

Le circuit traditionnel de commercialisation de volaille :

Pour la vente des poulets de chair les circuits informels absorbent 90%⁸ des volumes échangés. Cette activité est exercée par des revendeurs qui s'approvisionnent dans les fermes avicoles et acheminent les produits vers les sites de vente à proximité des marchés. Dans ce circuit, les volailles sont collectées en zone de production souvent éloignées des zones de vente et de consommation qui sont centrées sur les grandes agglomérations notamment Abidjan. Le

⁸ Revue du secteur avicole, FOA, (2008), page 16, consultée le 06.05.2017

collecteur est un opérateur clé dans les circuits informels de vente. Il constitue le seul débouché pour les petits élevages. De ce fait, ces derniers n'ont pas la capacité de négocier les prix à leur avantage. De plus, les délais d'enlèvement non maîtrisés obligent l'éleveur à continuer de nourrir ses animaux et entraîne un surcoût financier en charges alimentaires. Les collecteurs utilisent des véhicules et des cages qui ne sont pas toujours désinfectés et vont d'une ferme à une autre sans tenir compte des mesures de biosécurité. Ils alimentent un réseau de revendeurs dans les marchés de grandes agglomérations. Ces revendeurs stockent la volaille d'origine diverse, d'âges variés dans des cages regroupées en bordure de marché. Certains éleveurs pratiquent l'abattage à la ferme et livrent les produits avicoles à des particuliers, des maquis, des restaurants et supermarchés.

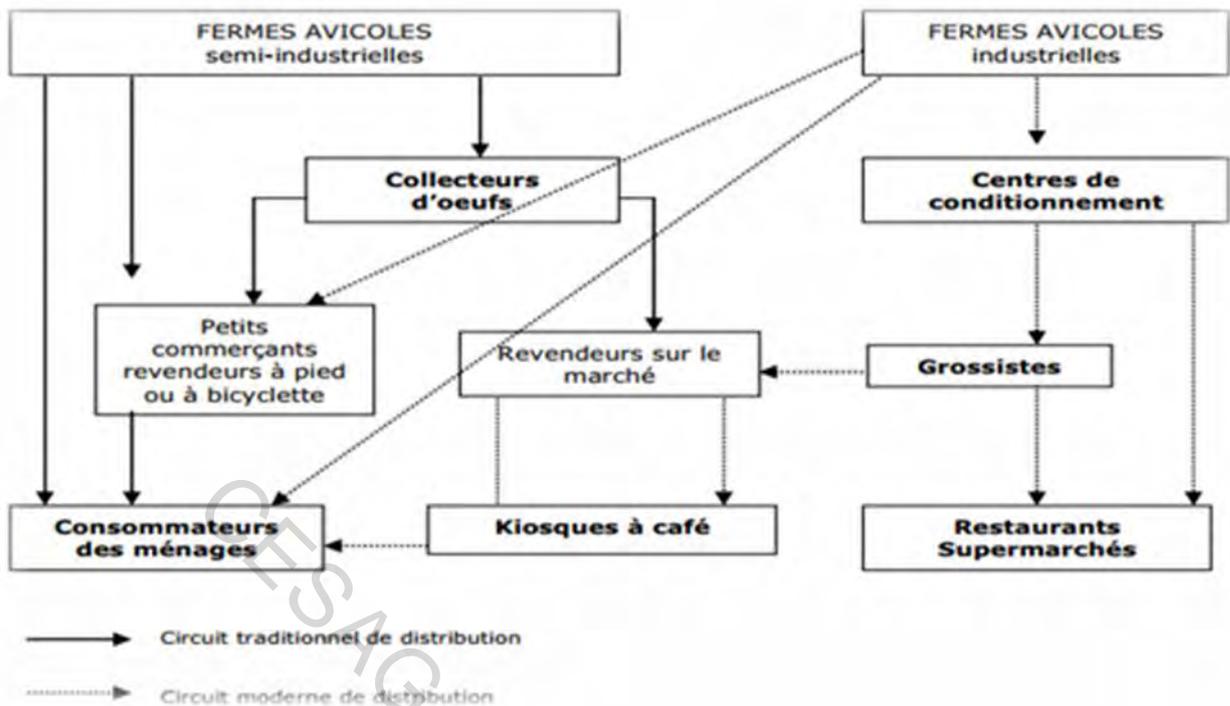
Le circuit moderne de commercialisation de volaille :

Le circuit de production intégrée de la SIPRA inclut les producteurs qui fournissent un système de collecte, d'abattage et de distribution « de poulets prêts à cuire ». Ces poulets sont vendus à l'abattoir et distribués dans des points de vente. Certains supermarchés et restaurant sont également fournis par ce circuit.

1.3.2 Circuit de commercialisation des œufs

Le circuit de commercialisation des œufs comprend le circuit informel de commercialisation des œufs et le circuit moderne de commercialisation des œufs. Ce circuit est représenté dans le schéma suivant :

Schéma 2 : Circuit ivoirien de distribution des œufs de consommation



Source : Revue du secteur avicole en Côte d'Ivoire, FAO, 2008, page 33, consultée le 06.05.2017.

Le circuit informel de commercialisation des œufs :

Les circuits informels traitent 60% du volume des œufs de consommation. Les œufs sont enlevés par des petits commerçants revendeurs à pieds ou à bicyclette ainsi que par des revendeurs sur les marchés. Le stade final de la livraison est orienté soit vers les grossistes, soit directement vers les ménages. Ces collecteurs utilisent des camions ou des charrettes qui ne sont pas désinfectés. Les alvéoles sont recyclées et sont déplacées d'une ferme à une autre, constituant ainsi un moyen de propagation des maladies.

Le circuit moderne de commercialisation des œufs :

Dans le circuit moderne de distribution les structures de conditionnement des œufs sont les suivantes : COQUIVOIRE (groupe SIPRA), COCO service, SAPB, FOANI Service et Sidibé. Ces entreprises procèdent au conditionnement des œufs avant leur acheminement vers les revendeurs y compris dans le circuit informel, les restaurants et les supermarchés. Les œufs sont triés, calibrés et conditionnés en barquette de 6, 12 ,24 ou 30 plateaux alimentant les supermarchés et les nombreux points de vente à proximité des marchés. En 2001, le chiffre d'affaires de ce sous- secteur d'activité a été estimé à 1,7 milliards de FCFA⁹.

⁹ Revue du secteur avicole en Côte d'Ivoire, FAO, 2008, page 33, consultée le 06.05.2017.

La commercialisation et la distribution des œufs de consommation sont mieux structurées que celles des volailles vivantes.

II. Les difficultés rencontrées par la filière avicole en Côte d'Ivoire de 2002 à 2017

Les éleveurs et acteurs de la filière privée avicole en Côte d'Ivoire ont rencontrés des difficultés dans l'exercice de leur activité au cours de ces 15 dernières années. Les principaux problèmes sont résumés en trois points : manque de compétitivité, impact de la crise sociopolitique de 2002 et grippe aviaire.

2.1 Manque de compétitivité

La filière avicole ivoirienne est confrontée à de nombreuses difficultés qui ont un impact sur sa compétitivité. Il s'agit notamment de l'indisponibilité des composants alimentaires pour la formulation des rations d'alimentation de volailles, des difficultés d'approvisionnement en aliments et en produits vétérinaires (surtout pour les exploitations à l'intérieur du pays). On note aussi que le coût d'achat élevé des poussins d'un jour, l'absence de crédit ou tout autre appui financier pour les besoins d'exploitation et en fonds de roulement et l'indisponibilité des poussins d'un jour sur le plan qualitatif et quantitatif sont des facteurs qui ont un impact négatif sur la compétitivité des acteurs du secteur. L'indisponibilité des poussins d'un jour est liée à l'insuffisance de la production des accoueurs industriels (seulement en 2006 à cause de l'épidémie de la grippe aviaire). La filière avicole ivoirienne est confrontée au non-respect des quantités commandées (par souci de solidarité, les poussins livrés dans certains dépôts sont sujets à des répartitions différentes de la commande effectuée) à la mauvaise organisation de la distribution des poussins d'un jour, au non-respect des délais de livraison (délais pouvant atteindre 4 mois surtout pour les éleveurs situés à l'intérieur du pays).

Dans certains cas, les poussins d'un jour commandés ne sont pas livrés et aucune distinction n'est faite quant au type de poussins produits (ponte et coquelets). Le poids de poussins est souvent non homogène (poids qui varient de 30 à 50 g). On note aussi l'absence de garantie relative à la qualité et aux normes sanitaires des poussins d'un jour produits localement dans certains couvoirs, la concentration des couvoirs dans la capitale économique du pays, des difficultés liées à l'acheminement des poussins sur les sites d'élevage (pour les éleveurs semi – commerciaux) et le manque d'encadrement technique après la mise en élevage des sujets notamment pour les petits élevages.

2.2 Impact de la crise sociopolitique de 2002

Au plan socio-économique, la crise politico-militaire déclenchée par la rébellion armée de septembre 2002 a aggravé le déficit structurel en produits avicoles en entravant la production et la commercialisation à travers le pays des produits en provenance de la région Nord. La production a souffert du fait de la désorganisation du réseau de transport, du blocage du système bancaire. La campagne 2002-2003 a connu une chute de la production agricole en générale. Les conséquences ont été lourdes pour la filière avicole : en effet, des dispositions douanières et fiscales ont été prises pour favoriser l'importation massive de viandes et de volailles congelées en provenance des pays industrialisés pour compenser ce déficit. Ces mesures ont entraîné de facto une hausse des importations et une réduction des productions avicoles locales qui sont devenues moins compétitives.

2.3 Grippe aviaire

En ce qui concerne les épizooties de l'influenza aviaire hautement pathogène (IAHP), 3 foyers ont été identifiés en 2006 mais aucun cas de grippe aviaire n'a été signalé dans les élevages modernes. Cependant, les conséquences ont été d'ordre économique et social. Les effets des récentes épizooties sont définies en termes de surcoût de production supporté par les éleveurs dans les élevages industriels et semi-industriels dont les effectifs dépassent 1000 têtes.

Ces coûts sont dus aux investissements nouveaux pour le contrôle de la biosécurité. Ces investissements sont : l'acquisition d'appareils et de produits de désinfection ainsi que des équipements de protection. Des mesures additionnelles de prophylaxie pour assurer la vaccination des volailles et le contrôle post-vaccinal.

S'y ajoute les coûts administratifs : toute circulation de produits aviaires issues des élevages modernes est subordonnée à la délivrance, par les services de l'Etat en charge de la santé animale, de certificat sanitaire et de laissez-passer sanitaire dont les coûts sont à la charge des opérateurs.

Pendant la crise, les volailles sont restées dans les fermes au-delà de deux mois d'âge. L'allongement des délais de vente a occasionné des coûts de stockage des volailles abattues par COQIVOIRE et les opérateurs du système intégré de la SIPRA (par exemple).

On note aussi la mévente des produits issus du secteur familial provoquée par la psychose entraînant la baisse des prix et de la demande pendant la crise de la grippe aviaire, les mesures d'interdiction d'acheminement des volailles fermières du Nord de la Côte d'Ivoire (zone de production) vers le sud du pays (marché terminal et zone de consommation). La crise de la

grippe aviaire a eu pour conséquence des pertes financières évaluées à un chiffre d'affaires de 14 milliards de F CFA correspondant à : une réduction de la mise en place de 971 000 poussins de chair (en 2006), une réduction de la mise en place de 500 000 poussins de ponte (en 2006) et une diminution de la production d'aliments complets de 15 308 tonnes (en 2006).

III. Etude de marché

La présente section est consacrée à l'étude de l'offre des produits avicoles proposés sur le marché et à l'estimation de la demande. Mais bien avant, il convient de procéder à l'analyse du macro environnement (diagnostic externe).

3.1 Diagnostic externe de l'entreprise

Le diagnostic externe de l'entreprise permet d'identifier les tendances structurelles et les facteurs globaux qui peuvent avoir un impact sur la performance de l'entreprise. Pour ce faire, nous avons utilisé le modèle PESTEL (Politique, Economique, Social, Technologique, Ecologique, Légal). Le tableau ci-dessous (cf. Tableau 2, page 12) donne un aperçu d'un environnement économique favorable à la réalisation de ce projet, grâce à la volonté politique de l'Etat de Côte d'Ivoire. Le principal point faible semble être les habitudes de consommation des populations.

Tableau 2 : Analyse PESTEL

Environnement	Aspects positifs	Aspects négatifs
Politique	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie de l'espace pastoral. • Renforcement des partenariats publics privés. • Renforcement de la coopération sous-régionale, régionale et internationale. • Accompagnement de la structuration des OPA. • Renforcement des capacités de l'administration en charge de l'élevage. • Publication de l'annuaire des ressources animales et halieutiques. • Appui à l'installation des éleveurs. • Renforcement des Systèmes d'Information Marchés (SIM). • Construction et réhabilitation d'abattoirs, de ranches et de stations. • Redynamisation du bureau des ressources génétiques. • Création du comité de pilotage du projet d'appui au développement de l'élevage en Côte d'Ivoire. 	<ul style="list-style-type: none"> • Même si beaucoup d'avancées ont été réalisées dans le domaine sécuritaire, l'Etat doit prendre les mesures appropriées pour faire face aux revendications sociales et aux mutineries qui ont un impact sur l'indice de sécurité du pays.
Economique	<ul style="list-style-type: none"> • Réactivation du fonds de promotion de la production animale (FPPA). • Mise en œuvre de la stratégie de développement de l'élevage d'un coût de 213 243 000 000 FCFA pour la période 2014-2020. • Croissance économique forte au cours de ces 5 dernières années. • Adoption du plan stratégique de relance de la filière agricole 2012-2022 d'un montant de 150 milliards de F CFA sur 10 ans. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilan alimentaire déficitaire, matérialisé par un niveau élevé des importations de viandes congelées. • Coût élevé des intrants et variabilité saisonnière des matières premières ce qui entraîne une distorsion des prix. • Taux de pauvreté élevé (46.3%).
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Changement de modes d'alimentation. • Croissance démographique forte avec un taux de croissance annuel moyen de 2.6%. • Tendance à l'urbanisation et à l'occidentalisation des populations. 	
Technologique	<ul style="list-style-type: none"> • Appui au développement et à la vulgarisation des technologies nouvelles de transformation et de conservation des produits animaux. • Disponibilité de vétérinaires de qualité et expérimentés. • Renforcement des capacités techniques et managériales des OPA. • Réhabilitation des écoles de base et des écoles professionnelles. • Reconstitution de la Banque de gènes animale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le secteur de l'élevage en majorité reste dominé par les pratiques traditionnelles.

Environnement	Aspects positifs	Aspects négatifs
Ecologique	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement du dispositif d'épidémiologie-surveillance. • Réhabilitation de laboratoires d'analyse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de grippe aviaire. • La dégradation des conditions climatiques.
Légal	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration du cadre législatif et réglementaire de l'élevage. • Arrêté numéro 062 du ministère de la production animale et des ressources halieutiques portant création du PADE-CI 	<ul style="list-style-type: none"> • L'instabilité foncière constitue un handicap de taille à l'exploitation extensive de l'élevage.

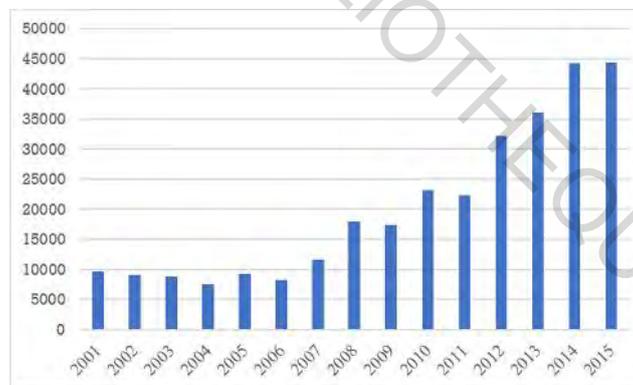
3.2 Etude de l'offre de produits avicoles en Côte d'Ivoire

Cette section est consacrée à l'étude de la production, et de l'importation de produits avicoles en Côte d'Ivoire.

3.2.1 Production de produits avicoles en Côte d'Ivoire

La production de produits avicoles en Côte d'Ivoire comprend : la production de volaille et la production des œufs.

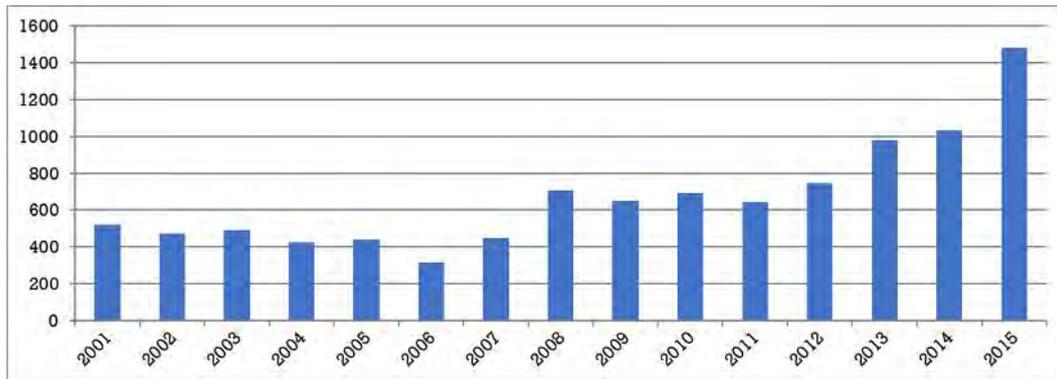
Graphique 1 : Production de volaille en Côte d'Ivoire de 2001 à 2015



Source : Production, Importation et Commercialisation de produits avicoles de 2001 à 2015 IPRAVI, <http://www.ipravi.ci/presentation/20/Statistiques>, page consultée le 05 06 2017

La production de volaille en Côte d'Ivoire a augmenté de 2001 à 2015 allant de 9 669 tonnes en 2001 à 44 451 tonnes en 2015, la hausse de la production a permis de compenser la baisse des importations de viande de volaille. Cependant, la production nationale ne permet pas de couvrir la totalité de la demande de viande de volaille.

Graphique 2 : Production d'œuf en Côte d'Ivoire de 2001 à 2015



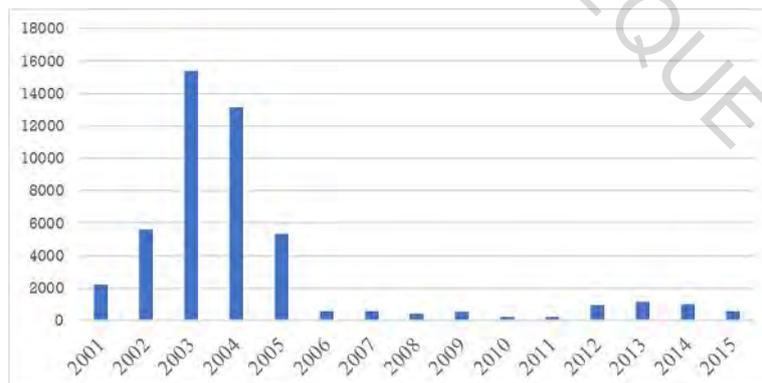
Source : Production, Importation et Commercialisation de produits avicoles de 2001 à 2015 IPRAVI, <http://www.ipravi.ci/presentation/20/Statistiques>, page consultée le 05 06 2017

La production d'œuf en Côte d'Ivoire a augmenté de 2001 à 2015 allant de 518 millions en 2001 à 1484 millions d'œufs en 2015 de 2001 à 2015 la production d'œuf en Côte d'Ivoire a été multipliée par 3.

3.2.2 Importation de produits avicoles en Côte d'Ivoire

La production de volaille en Côte d'Ivoire ne permet pas de couvrir la totalité de demande ce qui nécessite l'importation de viande de volaille. Le graphique 3 présente l'évolution de l'importation de viande de volaille de 2001 à 2015.

Graphique 3 : Importation de viande de volaille de 2001 à 2015



Source : Production, Importation et Commercialisation de produits avicoles de 2001 à 2015 IPRAVI, <http://www.ipravi.ci/presentation/20/Statistiques>, page consultée le 05 06 2017

Les importations de viande de volaille ont chuté depuis 2006. Cette situation est due à la crise sociopolitique qu'a connue la Côte d'Ivoire depuis septembre 2002. Cette chute est favorable au développement de la filière locale.

3.3 Etude de la demande de produits avicoles

L'étude de la demande nous a permis de connaître, d'une part le niveau de la consommation de produits avicoles de manière générale en Côte d'Ivoire et, d'autre part le niveau de la demande d'œuf et de viande de caille.

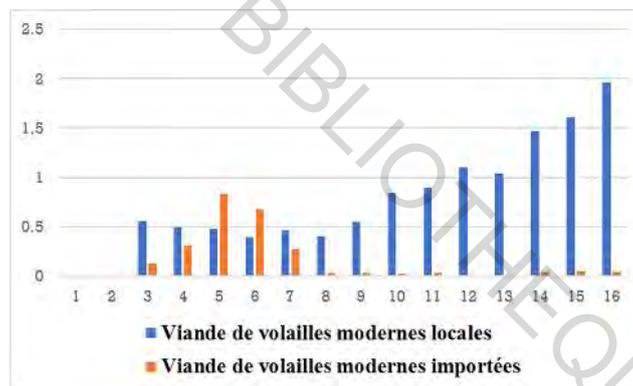
3.3.1 Consommation de produits avicoles

Dans cette section nous avons présenté les chiffres de la consommation d'œufs et de viande en Côte d'Ivoire de 2001 à 2017.

3.3.1.1 Consommation de viande

De 2001 à 2015 on observe une hausse de la consommation de viande de volailles en Côte d'Ivoire qui est passée de 0.63 kg par habitant et par personne en 2001 à 1.99 kg par habitant et par personne en 2015.

Graphique 4 : Consommation de viande de volaille de 2001 à 2015



Source : Production, Importation et Commercialisation de produits avicoles de 2001 à 2015 IPRAVI

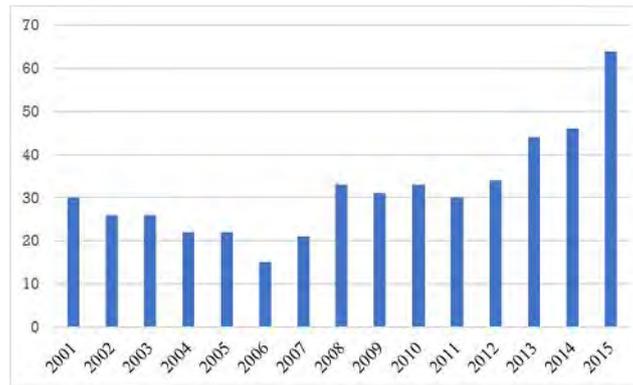
<http://www.ipravi.ci/presentation/20/Statistiques>, page consultée le 05 06 2017

Sur la même période la consommation de viande importée a diminué au profit de la viande locale.

3.3.1.2 Consommation d'œufs

Depuis 2001 la consommation annuelle d'œufs en Côte d'Ivoire est en hausse passant de 30 œufs par an par habitant en 2001 à 64 œufs par an par habitant en 2015. La baisse observée au cours de l'année 2006 est due à la crise sociopolitique qu'a connue le pays depuis septembre 2002.

Graphique 5 : Consommation annuelle d'œuf par habitant de 2001 à 2015



Source : Production, Importation et Commercialisation de produits avicoles de 2001 à 2015 IPRAVI

<http://www.ipravi.ci/presentation/20/Statistiques>, page consultée le 05 06 2017

Globalement la consommation d'œuf en Côte d'Ivoire a doublé de 2001 à 2015. Cette hausse est synonyme d'une hausse de la demande depuis 2001.

Estimation de la demande potentielle d'œufs dans la ville d'Abidjan

En 2014 la population totale du district autonome d'Abidjan était de 4 653 592 habitants¹⁰

Les œufs de caille commercialisés par REVITA SA seront vendus au consommateur au prix de 100 F CFA l'unité. A ce prix, 53% de la population pourrait avoir accès à ce produit. En Côte d'Ivoire le taux de pauvreté est de 46.3%. Dans ce cas, le nombre de consommateurs potentiels dans le district autonome d'Abidjan est égal à 2 466 403 personnes. Soit $4\,653\,592 * 0.53$. La consommation d'œufs par personne et par année en 2014 était de 46 œufs par an. La demande potentielle d'œuf dans le district d'Abidjan est estimée à $46 * 2\,466\,403 = 113\,454\,538$ œuf par an.

3.3.2 Demande d'œufs de caille

Pour une meilleure étude de la demande d'œufs de caille, nous avons commencé par une présentation de la méthodologie de l'étude, suivie de la présentation des résultats après administration du questionnaire.

3.3.2.1 Méthodologie de collecte des données

Les informations ayant servi à la réalisation de l'étude ont été recueillies suivant deux méthodes essentiellement : la recherche documentaire en vue de collecter des données secondaires sur le

¹⁰ RGPH (Recensement Général de la Population et de l'Habitat) 2014, INS (Institut National de la Statistique)

secteur avicole ivoirien et une étude quantitative qui a permis de collecter des données primaires sur la consommation d'œuf et de viande et l'intérêt des consommateurs pour les œufs et la viande de caille.

3.3.2.1.1 La recherche documentaire

Les sources d'informations ci-dessous ont été exploitées dans le cadre de la recherche de données secondaires :

- ❖ les statistiques de la FAO ;
- ❖ les données du Ministère des Ressources Animales et Halieutiques ;
- ❖ les statistiques de l'Institut National de la Statistique ;
- ❖ les données de l'Interprofession Avicole Ivoirienne ;
- ❖ la bibliothèque du CESAG ;
- ❖ certains sites spécialisés.

Ces documents ont été bénéfiques dans la mesure où ils ont permis d'avoir une meilleure connaissance de la situation de la filière avicole ivoirienne (production, consommation, importation d'œufs et de volaille).

3.3.2.1.2 L'étude quantitative

En plus des données secondaires, la réussite d'un tel projet nécessite la recherche de données primaires. Ainsi une étude quantitative a été menée. Pour cette étude, nous avons choisi la méthode d'échantillonnage par convenance. Cette étude a été réalisée à partir d'un échantillon de 204 personnes vivant en Côte d'Ivoire. La Méthode d'analyse utilisée est l'analyse statistique. L'instrument de mesure utilisé est le questionnaire. Il a permis de mieux connaître les habitudes alimentaires des consommateurs (consommation mensuelle d'œuf, prix d'achat, lieux d'achat, intérêt pour la consommation d'œuf et de viande de caille). L'administration du questionnaire a permis d'avoir des informations sur la notoriété des œufs et de la viande de caille auprès des consommateurs interrogés, de connaître les attentes des consommateurs et de faire une estimation de la demande en valeur ainsi que des prévisions d'achats.

3.3.2.1.3 Traitement des données

Après la phase d'administration du questionnaire par internet (par mail et via les réseaux sociaux tels LinkedIn, Facebook, WhatsApp), nous avons procédé au traitement des données à

l'aide des logiciels google Forms et Excel. Ce qui a permis de mettre en évidence la fréquence des opinions exprimés par les consommateurs.

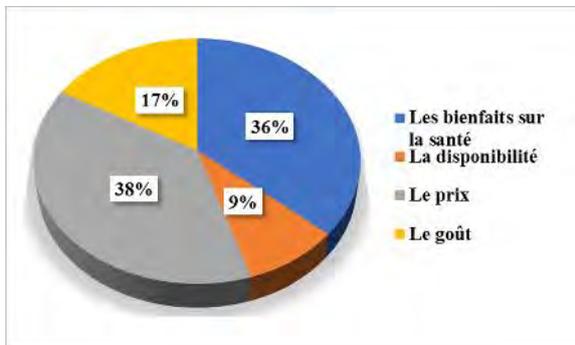
3.3.2.2 Résultats de l'étude de marché

Résultats relatifs aux œufs de caille

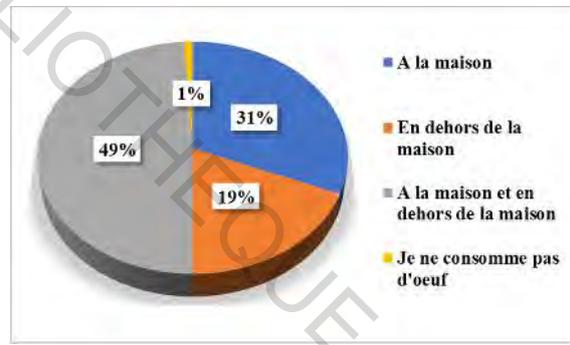
En ce qui concerne les œufs de caille, les résultats de l'étude montrent que le prix (38%) et la recherche de bienfaits sur la santé (36%) restent les facteurs les plus déterminants dans l'achat et la consommation d'œufs, 49% des personnes interrogées consomment les œufs à la maison ou en dehors de leur maison. Prêt de 60% des personnes interrogées consomment moins d'une plaquette d'œufs dans le mois. Le budget consacré à la consommation d'œufs est inférieur à 2500 F CFA dans 65% des cas. Les consommateurs achètent les œufs au supermarché dans 41 % des cas, des boutiques pour (33%), les marchés (32%) et des alimentations (32%).

Graphique 6 : Les déterminants de la demande d'œuf de caille

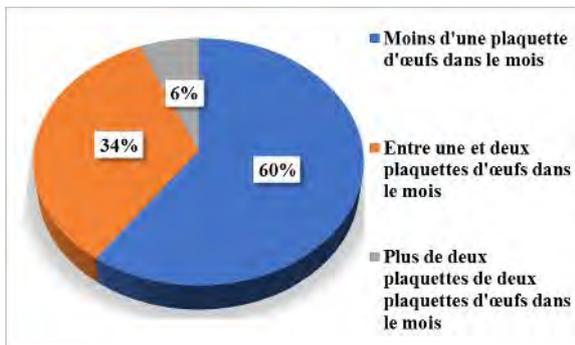
Les facteurs déterminants dans la décision d'achat des consommateurs



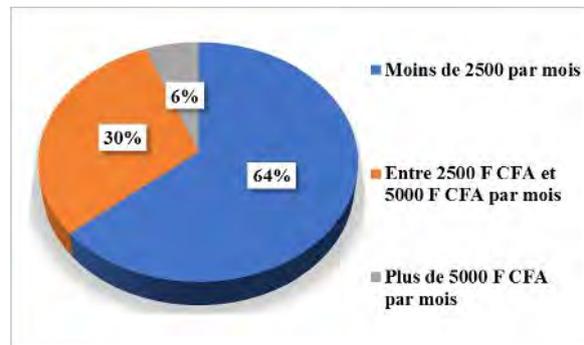
Lieux de consommation privilégiés



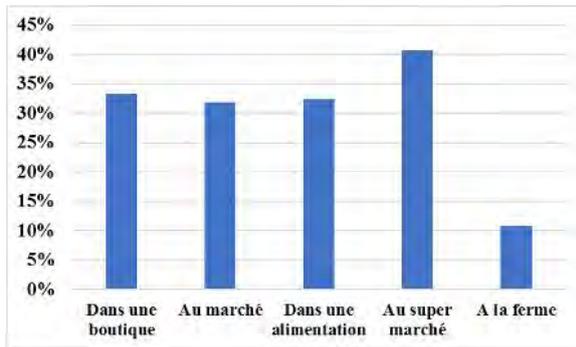
Nombre d'œufs de caille consommés dans le mois



Budget mensuel consacré à la consommation d'œufs de caille



Lieux d'approvisionnement en œufs de caille



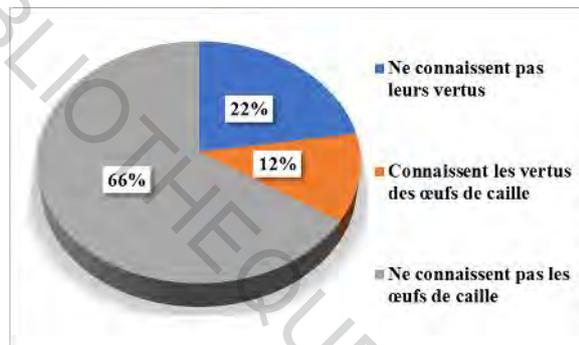
Notre étude a montré que 66% des personnes interrogées ne connaissent pas les œufs de caille. 22% ne connaissent pas les vertus des œufs de caille et 12% seulement des personnes interrogées connaissent les vertus des œufs de caille. 49% des consommateurs estiment que le prix d'une plaquette d'œufs de caille (plaquette de 18 œufs) devrait être compris entre 1700 F CFA et 2000 F CFA. Seulement 7% des personnes interrogées consomment des œufs de caille.

Graphique 7 : Les déterminants de la demande d'œufs de caille.

Connaissance des œufs de caille



Connaissance des vertus des œufs de caille



Prix des œufs de caille



Consommation d'œufs de caille



Consommation mensuelle d'œufs de caille

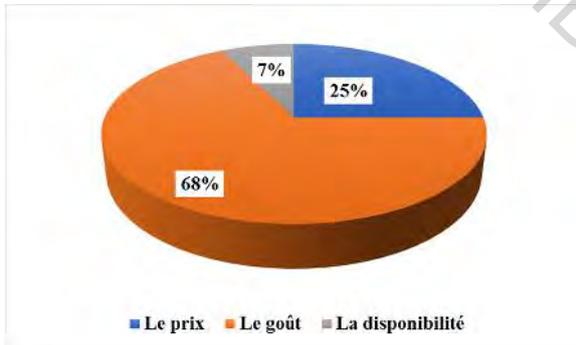


Résultats relatifs à la viande de caille

En ce qui concerne la viande de caille, l'étude a montré que le goût est le facteur le plus déterminant dans la consommation (68%), ensuite vient le prix avec 25% et la disponibilité (7%). 89% des personnes interrogées n'avaient jamais consommé de viande de caille. 51 % estiment que pour intégrer la consommation de viande de caille dans leurs habitudes alimentaires, le prix devrait être compris entre 700 et 1000 F CFA l'unité.

Graphique 8 : Déterminants de la demande de viande de caille

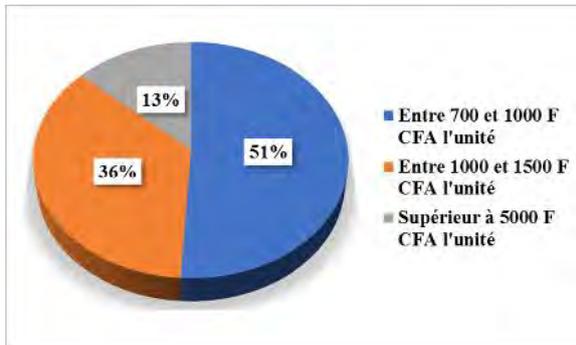
Motifs de consommation de viande de caille



Consommation de viande de caille



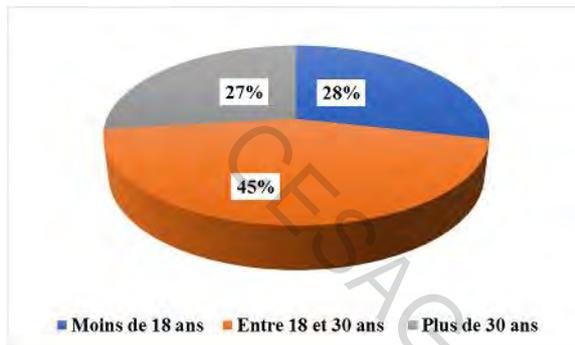
Prix de la viande de caille du point de vue des consommateurs



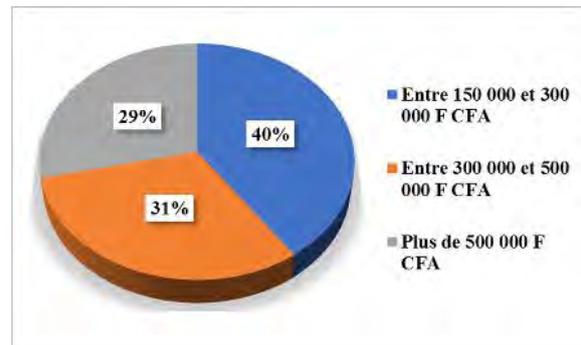
La répartition des personnes interrogées en fonction de l'âge et du revenu mensuel est la suivante : 28% des personnes interrogées ont moins de 18 ans, 45% ont entre 18 et 30 ans, 27% ont plus de 30 ans et 40% ont un revenu compris entre 150 000 F CFA et 300 000 F CFA, 31% ont un revenu compris entre 300 000 F CFA et 500 000 F CFA et 29% gagnent plus de 500 000 F CFA par mois.

Graphique 9 : Répartition des répondants en fonction des critères sociodémographiques.

Répartition des répondants en fonction de l'âge



Niveau de revenu des répondants



La demande potentielle d'œufs dans le district d'Abidjan est de $46 \times 2\,466\,403 = 113\,454\,538$ œufs par an soit 6 303 030 plaquettes de 18 œufs de caille (cf. Estimation de la demande potentielle d'œufs dans la ville d'Abidjan à page 16 du rapport).

Etant donné que 7% des personnes interrogées consomment des œufs de caille, nous estimons la demande potentielle d'œufs de caille à 7 941 817 œufs soit 441 212 plaquettes de 18 œufs de caille.

Les résultats de cette étude nous ont permis d'estimer la demande en volume à 441 212 plaquettes de 18 œufs de caille par an. Ces résultats seront exploités dans les chapitres suivants, pour la conception du plan marketing ainsi que pour la réalisation des projections financières.

La demande d'œufs de caille dépend en grande partie du prix mais aussi des vertus recherchées par les consommateurs qui achètent des œufs. La demande de viande dépend en grande partie du prix et de son goût.

CHAPITRE 2 : PRESENTATION DE REVITA SA

Le chapitre précédent a permis de présenter la filière avicole ivoirienne, d'analyser les difficultés rencontrées par le secteur avicole en Côte d'Ivoire et de faire l'étude de marché. Les résultats de l'étude ont confirmé l'existence d'une demande potentielle d'œufs et de viande de caille en Côte d'Ivoire. Nous nous intéresserons dans ce deuxième chapitre à la présentation de la société REVITA SA à travers son organisation, son fonctionnement, sa stratégie marketing y compris la communication ainsi que son plan de ressources humaines.

I. Organisation et fonctionnement de REVITA SA

Cette section est consacrée à la présentation du promoteur, de la vision, de la mission, des valeurs et des objectifs de l'entreprise ainsi que du choix de la forme juridique et de la structure organisationnelle.

1.1 Présentation du promoteur de REVITA SA

Le promoteur principal est Monsieur TOURE Hermann, de Nationalité Ivoirienne résidant en Côte d'Ivoire, il est actuellement étudiant en Banque et Finance au CESAG et est titulaire d'une Maîtrise en Sciences de Gestion. L'idée du projet est venue d'un constat, après avoir entendu parler des vertus des œufs de caille, nous avons cherché à en savoir plus. Suite à des recherches nous avons découvert le potentiel économique de cette activité et l'intérêt qu'elle peut présenter pour le développement de la filière avicole et la contribution à une meilleure hygiène alimentaire en Côte d'Ivoire. En tant que promoteur du projet, nous ne disposons pas d'une grande expérience professionnelle dans ce domaine cependant, nous croyons qu'avec les connaissances que nous avons acquises et avec l'aide de personnes expérimentées dans ce domaine, nous pourrions mener à bien ce projet. Nous projetons travailler avec des techniciens formés à l'élevage de caille ayant une bonne compréhension des enjeux sanitaires liés à cette activité.

1.2 Missions, Vision, Valeurs et Objectifs de REVITA SA

Définir la mission et les objectifs de la société revêt un caractère indispensable au sens où cela permet aux dirigeants de l'entreprise d'atteindre les objectifs fixés par les actionnaires.

1.2.1 Missions de REVITA SA

Les missions de REVITA SA peuvent être déclinées en quatre points :

- ❖ faire entrer la consommation d'œuf et de viande de caille dans les habitudes alimentaires des ivoiriens ;
- ❖ mettre à la disposition des consommateurs ivoiriens des œufs et de la viande de qualité afin de répondre aux besoins du marché ;
- ❖ contribuer au développement de la filière avicole ivoirienne ;
- ❖ contribuer à la lutte contre la malnutrition ;
- ❖ promouvoir une l'hygiène alimentaire saine et équilibrée.

1.2.2 Vision de REVITA SA

La vision de REVITA SA est de « Devenir le leader Africain en matière de production et de commercialisation d'œuf et de viande de caille à l'horizon 2032. »

1.2.3 Valeurs de REVITA SA

REVITA SA a conscience de l'importance de sa vision et s'investit au maximum afin de proposer des produits de qualité qui répondent aux besoins des consommateurs ivoiriens. Pour respecter cette exigence, les salariés de l'entreprise se retrouvent autour de valeurs communes. Les valeurs partagées et prônées au sein de REVITA SA sont :

- ❖ l'éthique ;
- ❖ le travail ;
- ❖ l'intégrité ;
- ❖ l'esprit d'équipe ;
- ❖ le respect de l'autre ;
- ❖ le professionnalisme.

1.2.4 Objectifs de REVITA SA

Les objectifs visés par REVITA SA sont de :

- ❖ mettre à la disposition du marché des produits répondant aux standards internationaux en matière de qualité ;
- ❖ créer de nouveaux débouchés à la production d'œufs et de viande de caille ;
- ❖ participer au développement de la filière avicole en Côte d'Ivoire ;
- ❖ participer à la création et à la conservation de valeur ajoutée.

1.3 Choix de la forme juridique de REVITA SA

La Côte d'Ivoire est un pays membre de l'OHADA (Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires) qui regroupe aujourd'hui, les 14 pays de la zone F CFA, en plus des Comores, de la République Démocratique du Congo et de la Guinée Conakry.

L'OHADA a pour principal objectif, d'harmoniser le droit économique dans les Etats membres d'une part et, d'autre part, de remédier à l'insécurité juridique.

Le statut juridique que choisit l'entreprise détermine, très largement, la vie de celle-ci. Il influence même la vie des associés. Les formes juridiques en vigueur en Côte d'Ivoire sont régies par l'acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE. Il s'agit notamment :

- ❖ de l'Entreprise individuelle ;
- ❖ du GIE,
- ❖ de la Société à Responsabilité Limitée (SARL),
- ❖ de la Société Anonyme (SA) ;
- ❖ de la Société en Nom Collectif (SNC) ;
- ❖ de la Société en Commandite Simple (SCS);
- ❖ de la Société en Participation ;
- ❖ de la Société de fait

Chaque société possède ses propres avantages et inconvénients. Le choix de la structure doit donc correspondre aux objectifs de l'entrepreneur.

REVITA SA est une société privée de droit ivoirien. Elle intervient dans le secteur avicole et est spécialisée dans la production et la commercialisation de produits dérivés de caille (œufs et viande de caille). REVITA SA est une société de capitaux de type Société Anonyme (SA). Cette forme juridique est celle qui, selon nos objectifs et motivations, offre le plus d'avantages et le moins d'inconvénients, dans la mesure où elle est très crédible auprès des tiers et jouit d'une

grande capacité de mobilisation des fonds, la responsabilité des associés est limitée aux apports et il y a possibilité pour les actionnaires, en principe de céder librement leurs actions.

La constitution d'une SA obéit à des exigences juridiques et réglementaires. L'acte uniforme relatif au droit des sociétés commerciales et GIE a prévu les conditions de fond et de forme spécifiques aux SA.

Les conditions de fonds sont les suivantes :

- ❖ les apports peuvent être en numéraire ou en nature ;
- ❖ libération du ¼ de la valeur numéraire à la constitution et du solde dans les 3 ans qui suivent la constitution de la société ;
- ❖ le partage des bénéfices se fait au prorata des associés. Cette règle s'applique également aux pertes.
- ❖ L'affectio societatis : c'est la volonté qu'ont les associés de collaborer activement, volontairement et de façon égalitaire. Il n'existe aucun lien de subordination entre les associés.

Les conditions de forme :

- ❖ la rédaction des statuts ;
- ❖ l'immatriculation au registre du commerce et du crédit mobilier ;
- ❖ la publication dans un journal d'annonce légale.

Après le choix de la forme juridique, nous allons passer à la présentation de la structure du capital social.

1.4 Structure organisationnelle de REVITA SA

La structure organisationnelle peut être définie comme l'ensemble des dispositifs par lesquels une entreprise répartie, organise, coordonne et contrôle ses activités. Elle permet de préciser les niveaux de responsabilité et les canaux de communication. Elle détermine la façon dont les activités sont spécifiées et distribuées. La structure organisationnelle de REVITA SA sera constituée de :

- ❖ La Direction Générale (DG)
- ❖ La Direction Administrative et Financière (DAF)
- ❖ La Direction Production (DP)
- ❖ La Direction Commerciale et Marketing (DCM)

1.4.1 La direction générale de REVITA SA

Sous l'autorité du Directeur Général, la Direction Générale de REVITA SA a pour rôle principal la définition de la politique et de la stratégie globale de l'entreprise. Sa mission est de superviser et de gérer les moyens organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques afin de réaliser les objectifs assignés.

1.4.2 La direction administrative et financière de REVITA SA

Sous l'autorité du Directeur Administratif et Financier, la Direction Administrative et Financière a pour principale mission de superviser la gestion financière de REVITA SA. Elle est chargée notamment d'optimiser la gestion des sources de capitaux, de rechercher des financements, de les utiliser dans une optique de rentabilité et de maîtrise des risques. Elle doit également assurer les relations avec les apporteurs de capitaux en étant en étroite collaboration avec la direction générale. La direction administrative et financière comprendra le service administratif et de gestion du personnel (DF-SAGP), le service Comptabilité et Finance (DF-C) et les services généraux (DF-SG).

1.4.3 La direction production de REVITA SA

La direction production sera chargée de planifier et de suivre la production. Elle sera chargée d'effectuer toutes les tâches liées à l'alimentation des cailles et à l'entretien de l'élevage. Les missions de cette direction production sont de :

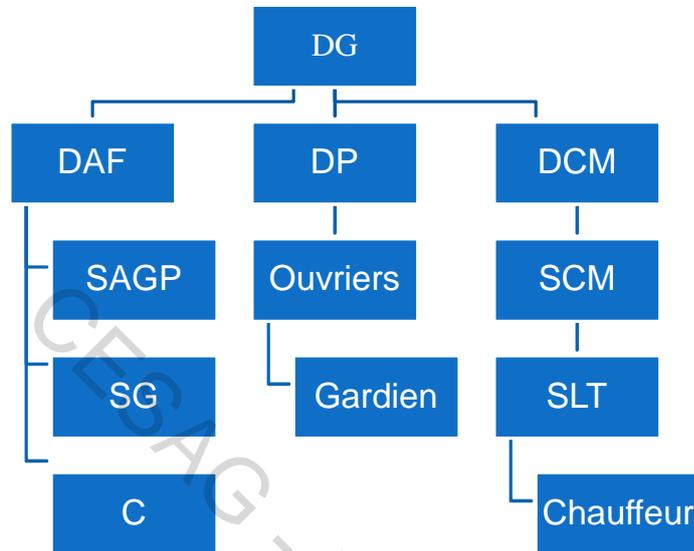
- ❖ planifier la production avec la direction générale
- ❖ approvisionner en matières premières.
- ❖ superviser la production.
- ❖ suivre la production journalière par rapport aux prévisions.
- ❖ assurer la gestion des stocks.

1.4.4 La direction commerciale et marketing de REVITA SA

REVITA SA disposera d'une direction commerciale et marketing structurée comme ci-après : La direction commerciale et marketing a pour mission principale l'élaboration et la mise en œuvre de la politique marketing et commerciale de l'entreprise. Elle est en charge de la

recherche de nouveaux débouchés, de l'augmentation du chiffre d'affaires, de la définition des stratégies marketing et commerciale et de la gestion des relations client. Elle est composée d'un service commercial et marketing DCM-SCM, et d'un Service Logistique et Transport DCM-SLT.

Schéma 3 : Organigramme de REVITA SA



1.5 Etude technique du projet

a. Description de la caille

La caille est un oiseau trapu de petite taille, aux pattes courtes et au plumage varié, de la famille des phasianidés comme le faisan et la perdrix. Elle appartient à la grande famille des gallinacés. Elle est domestiquée et élevée depuis longtemps pour sa délicieuse chair et ses œufs qui sont riches en protéines. Il existe plusieurs espèces : la caille commune, la caille japonaise, la caille de chine.

La caille commune (Coturnix Coturnix) est la forme sauvage, qui mesure de 16 à 18 cm et pèse 70 à 135 g, elle migre entre l'Europe et l'Afrique.

La caille japonaise (Coturnix japonica) a été domestiquée il y a plus de 700 ans au Japon. Elle est aujourd'hui l'espèce la plus élevée pour sa production d'œufs et/ou pour sa viande. Son plumage est gris moucheté et tacheté de brun. La femelle est un peu plus grosse que le mâle et présente une gorge plus claire et tachetée de noir. Le mâle a une gorge plus foncée, brun caramel. La caille du Japon produit jusqu'à 300 œufs par an et peu peser plus de 300 grammes, bien que la plupart pèsent environ 180g à l'âge de 50 jours. D'autres variétés de couleurs ont

été obtenues : albinos, blanche, isabelle, argentée, brun, panaché, tuxedo. Les nouvelles souches de *Coturnix japonica* Jumbo font preuve de bien meilleures performances zootechniques.

La caille de Chine (*Coturnix chinensis*, naine de Chine)

Elles sont très faciles à élever car elles sociabilisent entre elles et laissent en paix les autres espèces. Mesurant seulement de 12 à 14 cm et pesant 40g environ, elles sont élevées uniquement comme oiseau d'ornement. Le mâle porte un dessin noir et blanc bien marqué à la gorge, alors que la femelle a un plumage strié, de couleur brun et blé. Il existe plusieurs variétés de couleurs : fauve, blanc, argenté, brun, noir... Il existe également une dizaine d'autres espèces et une vingtaine de sous-espèces dont plusieurs sont élevées comme oiseau d'ornement (la caille Arlequin, Bleue, Nattée, des Chaumes, de nouvelle Zélande...). Les variétés des prairies européennes sont en général plus résistantes mais plus petites et elles pondent moins que les souches japonaises, égyptiennes et chinoises issues d'une longue sélection et par conséquent plus réputées en termes d'élevage.

b. Technique d'élevage

Logement : Les cailles sont des oiseaux robustes qui ne craignent pas trop les faibles températures, mais qui préfèrent un climat sec. La cohabitation avec d'autres espèces de volailles est difficile, et le risque que les cailles se fassent tuer par les poules est important. Le grillage à utiliser pour un enclos pour caille doit avoir des mailles plus petites que celui généralement utilisé pour les poules et il doit recouvrir le haut de l'enclos. Finalement, pour des raisons de biosécurité (prévention des maladies), un mélange des espèces est à déconseiller.

Reproduction : A l'instar des poulets de ponte, les cailles pondeuses contemporaines issues d'un long processus de sélection pondent toute l'année. Toutefois, les pontes sont plus importantes entre février et septembre. Le mâle et la femelle commencent à se reproduire vers la sixième semaine. Mais il est préférable d'attendre que le mâle et la femelle aient 8 semaines pour la production d'œufs féconds. Âgé de 8 mois, la fécondité du mâle baisse considérablement. Il faut donc le remplacer. Au moment de la découverte des premiers œufs dans les volières, il faut former les groupes de reproduction composés d'un mâle et de 4 à 5 femelles. Dans la nature, la femelle bâtit son nid à même le sol, bien caché entre les hautes herbes. Cependant, en élevage (en volière ou en cage) il est rare qu'elle couve ses œufs surtout si elle ne trouve pas d'endroit discret. La caille japonaise a donc souvent perdu la notion de couvaillon. Mais si elle ne couve pas, elle continue de pondre quotidiennement.

L'incubation des œufs de cailles se fait artificiellement. Elle dure en moyenne 16 à 19 jours.

II. Stratégie marketing et communication de REVITA SA

Cette section consistera à définir la stratégie marketing et la stratégie de communication utilisées par la Société REVITA SA.

La stratégie marketing consiste en un ensemble de stratégies telles que la segmentation marketing, le ciblage et le positionnement. Dans le cadre de notre projet nous avons adopté une stratégie de différenciation qui se concentre sur les produits de l'entreprise (les œufs et la viande de caille), l'image de l'entreprise auprès du publique (REVITA SA) le service après-vente destiné aux consommateurs d'œufs.

2.1.1 Segmentation de REVITA SA

La segmentation consiste à découper le marché en un ensemble homogène de clients qui sont supposés réagir de la même façon au produit. Dans le cadre de notre projet, nous avons utilisés deux critères de segmentation socio-démographique : l'âge et les besoins nutritionnels. Selon ces critères de segmentation nous avons pu identifier quatre (4) segments de marché sur lesquels nous allons agir. Ce sont :

- ❖ **Les personnes âgées de moins de 18 ans qui représentent 28% des personnes interrogées.** (Les œufs de cailles seront recommandés pour stimuler la croissance et les fonctions cérébrales, pour améliorer le quotient intellectuel).
- ❖ **Les personnes âgées de 18 et 30 ans qui représentent 45% des personnes interrogées.** (Les œufs de cailles seront recommandés pour améliorer le quotient intellectuel et rajeunir le corps en général).
- ❖ **Les personnes âgées de plus de 30 ans qui représentent 27% des personnes interrogées.** (Les œufs de cailles seront recommandés pour rajeunir le corps en général).
- ❖ **Les personnes souffrant de maladies nécessitant une hygiène alimentaire saine et équilibrée.** (Les œufs de cailles seront recommandés pour renforcer le système immunitaire, et améliorer la qualité du sang).

2.1.2 Ciblage de REVITA SA

Le ciblage consiste à définir les segments sur lesquels seront concentrés les efforts de notre entreprise. Notre stratégie permettra de proposer à chaque segment un traitement spécifique. La

montée en puissance de la classe moyenne en Afrique entraîne une hausse de la demande de viande et d'œuf de caille. En priorité nous ciblerons les personnes souffrant de maladies nécessitant une hygiène alimentaire saine et équilibrée et la classe moyenne.

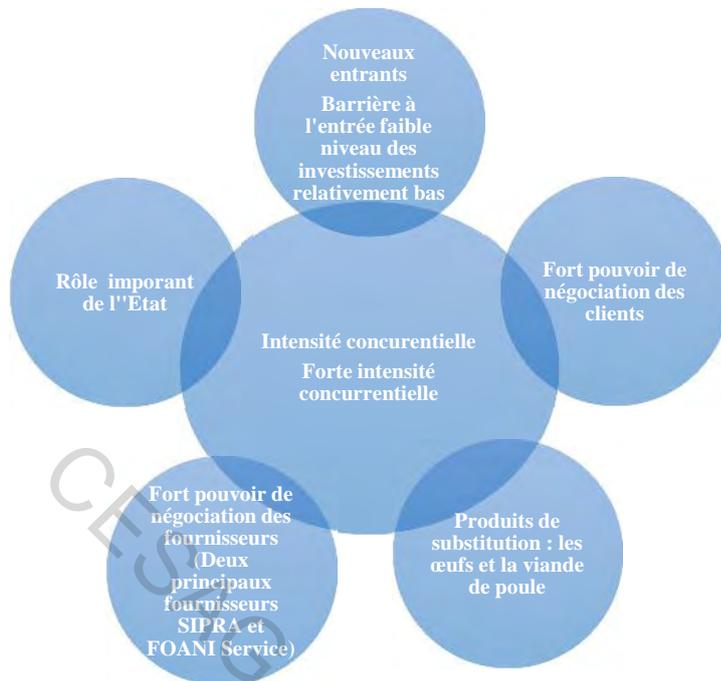
2.1.3 Positionnement de REVITA SA

Le positionnement consiste à conférer à la marque ou au produit une place spécifique dans l'esprit des clients qui nous différencie de la concurrence. Le positionnement est une étape importante dans la vie de l'entreprise. Il consiste à mettre le produit sur le marché de manière optimale. Les œufs de caille commercialisés par REVITA SA comptent se positionner sur le marché local comme la référence en matière bien être et de santé.

a. Analyse de l'intensité concurrentielle

L'Analyse de l'intensité concurrentielle s'appuie sur les 6 forces de Michael Porter. Elle examine le secteur avicole en Côte d'Ivoire à travers, le pouvoir de négociation des clients, le pouvoir de négociation des fournisseurs, l'intensité de la concurrence, les barrières à l'entrée du secteur, ainsi que les produits de substituts le rôle de l'Etat.

Schéma 4 : Intensité concurrentielle de la filière avicole



b. Menaces et opportunités de REVITA SA

Dans cette section nous avons déterminé les menaces et les opportunités auxquelles pourraient être confrontée REVITA SA. Nous avons présenté la synthèse des informations dans le tableau suivant :

Tableau 3 : Opportunités et menaces de REVITA SA

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ❖ La baisse des importations de volailles en Côte d'Ivoire. ❖ Changement de modes d'alimentation. ❖ Croissance démographique forte avec un taux de croissance annuel moyen de 2.6%. ❖ Tendances à l'urbanisation et à l'occidentalisation des populations. ❖ Croissance économique forte au cours de ces 5 dernières années. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ L'instabilité politique. ❖ Risque de grippe aviaire.

2.2 Stratégie de communication de REVITA SA

Pour faire connaître la marque REVITA SA auprès des consommateurs ivoiriens nous allons mettre en place une communication média par les canaux tels qu'internet, la télévision, la radio, les affiches. Notre stratégie de communication, nous permettra de mettre en avant la qualité des œufs de caille et leurs bienfaits sur la santé. L'étude de marché a montré que pour 36% des personnes interrogées la recherche de bienfaits sur la santé était le facteur le plus déterminant dans l'achat et la consommation d'œufs, 66% des personnes interrogées ne connaissent pas les vertus des œufs de caille et 89% des personnes interrogées n'a jamais mangé de la viande de caille. La stratégie de communication adoptée par REVITA SA permettra de mieux faire connaître les bienfaits des œufs de caille sur la santé et d'inciter les populations à consommer de la viande de caille.

2.3 Marketing Mix de REVITA SA

Le mix regroupe l'ensemble des décisions prises pour assurer le succès d'un produit. Ces décisions concernent le produit, le prix, la distribution, la promotion. Notre marketing mix concerne les différentes stratégies à établir sur la base du cycle de vie du produit. La société REVITA SA commercialise deux types de produits : les œufs de caille et la viande de caille.

2.3.1 La politique du produit de REVITA SA

Notre politique de produit sera étudiée à travers les caractéristiques des produits et la marque. REVITA SA commercialise deux principaux produits à savoir les œufs de caille et la viande de caille. Pour les œufs de caille, la politique de produit sera axée sur leurs bienfaits sur la santé. En ce qui concerne la viande de caille, l'accent sera mis sur le goût et l'intérêt qu'elle suscite auprès des populations africaines à revenus élevés. « REVITA SA » est tiré du verbe « Revitaliser » qui signifie redonner de la vie, de l'énergie, du dynamisme, de la vitalité. Ce nom fait référence à l'effet des œufs de cailles sur le corps en général. Cette marque permettra de donner une meilleure visibilité aux produits de l'entreprise.

2.3.2 La politique de prix de REVITA SA

Nous fixerons nos prix en fonction des prix en vigueur sur le marché. Sur le marché les prix des œufs de caille varient entre 1500 FCFA et 2000 FCFA la plaquette de 18 œufs. Le prix au consommateur de la viande de caille varie entre 700 F CFA et 1000 F CFA. Les résultats de

L'étude de marché montrent que pour 38% des personnes interrogées le prix constitue le facteur le plus déterminant dans la décision d'achat. Le prix de la plaquette de 18 œufs de caille sera fixé à 1800 FCFA.

2.3.3 La politique de distribution de REVITA SA

L'étude de marché a révélé que les consommateurs achètent les œufs au supermarché dans 41% des cas, ensuite viennent les boutiques (33%), les marchés (32%) et les alimentations (32%).

Dans notre stratégie de distribution, nous allons commencer par les supermarchés des boutiques, des alimentations et certains restaurants afin de donner une meilleure visibilité à nos produits. Ensuite, nous dresserons une cartographie des points de ventes de nos produits qui sera incluse dans l'emballage.

2.3.4 La politique de communication de REVITA SA

Notre étude a montré que 66% des personnes interrogées ne connaissent pas les œufs de caille, 22% ne connaissent pas les vertus des œufs de caille et 12% seulement des personnes interrogées connaissent les vertus des œufs de caille. Nous comptons mener une politique de communication destinée à mettre en avant la qualité de nos deux produits : les œufs et la viande de caille. Pour cela, nous comptons recruter un spécialiste marketing dont la mission sera de mettre en place une action marketing appropriée pour faire connaître les produits de l'entreprise. Cette action marketing se fera par les canaux tels qu'internet, la télévision, la radio, les affiches. Nous comptons aussi organiser des événements gastronomiques et des concours culinaires afin de promouvoir la consommation d'œufs et de viande de caille.

L'application de cette stratégie Marketing et communication nous permettra d'atteindre un chiffre d'affaires prévisionnel de 218 160 000 F CFA en 2023. Le tableau ci-dessous procède à l'évaluation du chiffre d'affaires.

Tableau 4 : Chiffre d'affaires prévisionnel de REVITA SA

Produits	Désignation	2019	2020	2021	2022	2023
Cailles sur pieds	Nombre	43 200	86 400	129 600	172 800	216 000
	Prix unitaires	950	950	950	950	950
	Montants	41 040 000	82 080 000	123 120 000	164 160 000	205 200 000
Plateaux d'œufs de cailles	Nombre	1 600	3 200	4 800	6 400	8 000
	Prix unitaires	1 620	1 620	1 620	1 620	1 620
	Montants	2 592 000	5 184 000	7 776 000	10 368 000	12 960 000
Chiffre d'Affaires		43 632 000	87 264 000	130 896 000	174 528 000	218 160 000

III. Plan de ressources humaines de REVITA SA

Notre plan de ressources humaines sera analysé à travers l'évolution des effectifs sur les cinq premières années et la rémunération du personnel sur les six premières années.

Détermination des effectifs de REVITA SA

Dans le cadre de ce projet, il est prévu de démarrer avec un effectif de 13 salariés dont un directeur général, un responsable administratif, financier et comptable, un responsable marketing, un responsable production, un magasinier, deux commerciaux, deux ouvriers, deux gardiens et un chauffeur (livreur).

3.1 Politique de recrutement du personnel de REVITA SA

Le recrutement a pour but de renforcer les effectifs de l'entreprise. Nous prévoyons recruter du personnel en fonction de l'évolution de l'activité dès la deuxième année.

3.2 Rémunération et motivation du personnel de REVITA SA

La fixation du salaire brut est fonction du niveau d'étude, du nombre d'années d'études et d'expériences et du poste occupé.

Notre politique de rémunération sera axée sur :

- ❖ une revalorisation annuelle des salaires ;
- ❖ l'octroi de distinctions honorifiques ;
- ❖ la communication afin de motiver les salariés pour les inciter à s'impliquer dans la réussite de cette activité.

Tableau 5 : Rémunération des agents de REVITA SA

Désignation	Nombres	Salaires Mensuels unitaire	Salaires Mensuel total	Salaire Annuel
Directeur Général	1	650 000	650 000	7 800 000
Directeur Commercial et Marketing	1	400 000	400 000	4 800 000
Directeur Administratif Comptable et Financier	1	400 000	400 000	4 800 000
Directeur de la production	1	400 000	400 000	4 800 000
Secrétaires	1	120 000	120 000	1 440 000
Magasinier	1	100 000	100 000	1 200 000
Ouvriers	2	100 000	200 000	2 400 000
Chauffeur	1	100 000	100 000	1 200 000
Gardiens	2	100 000	200 000	2 400 000
Agents commerciaux	2	100 000	200 000	2 400 000
Total	13	2 470 000	2 770 000	33 240 000

En résumé, REVITA sera une société anonyme spécialisée dans l'élevage et la commercialisation d'œufs et de viande de caille. Les activités de REVITA SA débiteront à Abidjan puis elles s'étendront au reste de la Côte d'Ivoire puis à la sous-région et au reste de l'Afrique conformément à la vision de l'entreprise. Ce chapitre nous a permis de présenter la société d'élevage et de commercialisation d'œufs et de viande de cailles en décrivant son organisation, son mode de fonctionnement, la stratégie Marketing et communication ainsi que le plan de ressources humaines. Le chapitre suivant sera consacré à l'évaluation du coût du projet, de la rentabilité et des modalités de financement.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CHAPITRE 3 : COÛT, MODALITÉS DE FINANCEMENT, RENTABILITÉ ET RISQUES DU PROJET DE CRÉATION DE REVITA SA

La mise en place de la société REVITA SA nécessite la mobilisation de ressources financières. Ce chapitre sera consacré à l'évaluation des coûts, à la présentation des modalités de financement et à l'étude de la rentabilité du projet.

I. Evaluation du coût de la mise en place du projet REVITA SA

Les travaux de mise en place du projet se feront en janvier et février 2019. Les frais engagés dans les activités de démarrage sont déclinés dans le tableau suivant :

Tableau 6 : Frais de création de REVITA SA

RUBRIQUES	MONTANTS
Droit d'enregistrement	18 000
Droit de timbre	1 500
Droit de recherche	5 000
Registre de commerce	15 000
Abonnement eau, électricité, téléphone	500 000
TOTAL	539 500

Au total, les frais de constitution s'élèvent à 539 500 F CFA pour les deux premiers mois et doivent être financés avant le début des activités.

1.3.1 Le budget des immobilisations de REVITA SA

La réalisation d'un tel projet nécessite l'acquisition d'immobilisations. Il s'agit entre autres de l'acquisition d'un terrain, de la construction des locaux, de l'acquisition du matériel de production et du mobilier de bureau. Le coût des immobilisations et leur répartition dans le temps sont donnés dans le tableau suivant :

Tableau 7 : Budget des immobilisations de REVITA SA

En milliers de Francs CFA	2019	2020	2021	2022	2023
Immobilisations corporelles					
Terrains	5 000 000				
Bâtiments de stockage d'œuf et de viande	5 000 000				
Autres bâtiments	5 000 000				
Abreuvoirs	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000
Mangeoires	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Pondoirs	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000
Balances pour aliments	70 000				
Blouses	12 500				
Bottes	24 000				
Groupes électrogènes	300 000				
Matériels de chauffage	300 000				
Réfrigérateurs	250 000				
Matériel et mobilier	5 000 000				
Matériel de transport	10 000 000				
Emballages	100 000	600 000	800 000	1 000 000	1 200 000
Total des immobilisations corporelles	35 376 500	4 920 000	5 120 000	5 320 000	5 520 000
Immobilisations financières					
Caution de électricité, eau et téléphone	500 000				
Total immobilisations financières	500 000				
Total immobilisations brutes	35 876 500	4 920 000	5 120 000	5 320 000	5 520 000
	56 756 500				

1.3.2 Besoin en fonds de roulement du projet au démarrage de REVITA SA

Le besoin en fonds de roulement est le niveau des ressources nécessaires au financement du cycle d'exploitation de l'entreprise. Partant de l'hypothèse que pendant les deux premiers mois l'entreprise n'aura pas d'entrées d'argent, le BFR est évalué à 2 909 792 F CFA.

Tableau 8 : Besoin en fonds de roulement du projet au démarrage de REVITA SA

En milliers de Francs	Janvier et Février 2019
Achats et Frais/achats	1 454 400
Variations de stocks	363 600
Services extérieurs	830 000
Impôts et taxes	261 792
Total charges	2 909 792

Les frais de création, le budget des immobilisations et le besoin en fonds de roulement au démarrage permettent d'estimer le coût du projet à 60 205 792 F CFA.

Tableau 9 : Coût du projet de création de REVITA SA

Eléments	Montants
Frais de constitution	539 500
BFR de démarrage	2 909 792
Budget des immobilisations	56 756 500
Coût du projet	60 205 792

1.3.3 Les charges d'exploitation de REVITA SA

Les charges d'exploitations sont spécifiées dans le tableau suivant :

Tableau 10 : Charges d'exploitation de REVITA SA

En milliers de Francs	2019	2020	2021	2022	2023
Achats et Frais/achats	8 726 400	17 452 800	26 179 200	34 905 600	43 632 000
Variations de stocks	2 181 600	4 363 200	6 544 800	8 726 400	10 908 000
Services extérieurs	4 980 000	7 480 000	11 480 000	15 480 000	19 480 000
Impôts et taxes	1 570 752	3 141 504	4 712 256	6 283 008	7 853 760
Total charges	17 458 752	32 437 504	48 916 256	65 395 008	81 873 760
Var BFR	-	14 978 752	16 478 752	16 478 752	16 478 752

La réalisation de notre chiffre d'affaires nécessite la mobilisation de ressources importantes.

Il ressort de ce tableau que le total de nos charges d'exploitation s'élève à 17 458 752 F CFA pour l'année 2019. Il résulte de nos achats et frais, de la variation des stocks, des services extérieurs, des impôts et taxes et des autres charges. Les charges connaîtront une évolution progressive chaque année.

Les achats et frais comprennent les aliments pour volailles, le carburant et les emballages. Les services extérieurs comprennent les dépenses telles que l'eau, l'électricité, les dépenses de publicité, les coûts liés aux services vétérinaires.

II. Budget de trésorerie de REVITA SA

Le budget de trésorerie peut être défini comme une méthode analytique qui consiste à répartir dans le temps des encaissements et des décaissements c'est-à-dire des entrées et des sorties d'argent sur les charges et les produits générés. Le tableau ci-dessous présente l'ensemble des décaissements et des encaissements d'exploitation et le solde qui en résulte.

Tableau 11 : Budget de Trésorerie de REVITA SA

Rubriques	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023
Encaissements d'exploitation	51 485 760	102 971 520	154 457 280	205 943 040	257 428 800
Encaissements sur chiffre d'affaires budgétisé	51 485 760	102 971 520	154 457 280	205 943 040	257 428 800
Total encaissements	51 485 760	102 971 520	154 457 280	205 943 040	257 428 800
Décaissements d'exploitation	57 795 104	80 540 608	106 286 112	132 031 616	157 777 120
Décaissements sur achats budgétés	17 458 752	32 437 504	48 916 256	65 395 008	81 873 760
Salaires et charges sociales	27 657 600	30 873 600	34 089 600	37 305 600	40 521 600
Travaux, Fournitures et services extérieurs	4 980 000	7 480 000	11 480 000	15 480 000	19 480 000
Frais divers de gestion	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
TVA à payer	1 570 752	3 141 504	4 712 256	6 283 008	7 853 760
Autres impôt et taxes	4 128 000	4 608 000	5 088 000	5 568 000	6 048 000
Décaissements hors exploitation	15 876 500	4 920 000	5 120 000	5 320 000	5 520 000
Acquisition d'immobilisations	15 876 500	4 920 000	5 120 000	5 320 000	5 520 000
Total encaissements/décaissements	- 22 185 844	17 510 912	43 051 168	68 591 424	94 131 680

Ce tableau indique l'état de la trésorerie avant toute source de financement. C'est ce qui explique le solde de trésorerie négatif au cours de la première année.

III. Rentabilité du projet de création de REVITA SA

Pour déterminer la rentabilité du projet, nous présenterons le résultat prévisionnel puis nous procéderons à l'analyse de la rentabilité.

3.1 Le résultat prévisionnel de REVITA SA

Les données du tableau 12 font ressortir un résultat positif dès la première année qui est de 976 173 F CFA. Ce résultat connaît une baisse au cours de la deuxième année due à la hausse des frais de publicité. Pour les années suivantes le résultat augmente progressivement jusqu'en 2023 pour atteindre 121 millions de F CFA.

Tableau 12 : Résultat prévisionnel de REVITA SA

En milliers de FCFA	2019	2020	2021	2022	2023
Total Chiffre d'affaires TTC	51 485 760	102 971 520	154 457 280	205 943 040	257 428 800
Achats et Frais/achats	8 726 400	17 452 800	26 179 200	34 905 600	43 632 000
Variations de stocks	2 181 600	4 363 200	6 544 800	8 726 400	10 908 000
Services extérieurs	4 980 000	7 480 000	11 480 000	15 480 000	19 480 000
Impôts et taxes	1 570 752	3 141 504	4 712 256	6 283 008	7 853 760
Total charges	8 732 352	14 984 704	22 737 056	30 489 408	38 241 760
Valeurs ajoutées	42 753 408	87 986 816	131 720 224	175 453 632	219 187 040
Charges de personnel	27 657 600	30 873 600	34 089 600	37 305 600	40 521 600
Masse salariale	20 640 000	23 040 000	25 440 000	27 840 000	30 240 000
Charges sociales-Part patronales	1 589 280	1 774 080	1 958 880	2 143 680	2 328 480
Charges sociales-Part salariale (à reverser)	1 300 320	1 451 520	1 602 720	1 753 920	1 905 120
Impôt sur salaires (à verser)	4 128 000	4 608 000	5 088 000	5 568 000	6 048 000
Dotations aux amortissements et provisions	3 442 300	4 176 700	4 911 100	5 645 500	6 379 900
Résultats d'exploitation	11 653 508	52 936 516	92 719 524	132 502 532	172 285 540
Charges financières	10 677 335	10 677 335	10 677 335	10 677 335	10 668 525
Résultats financier	- 10 677 335	- 10 668 525			
Résultats activités ordinaires	976 173	42 259 181	82 042 189	121 825 197	161 617 015
Impôt sur résultats		10 564 795	20 510 547	30 456 299	40 404 254
Résultat net	976 173	31 694 386	61 531 642	91 368 898	121 212 761

3.2 Synthèse de la rentabilité du projet de création de REVITA SA

La rentabilité du projet sera évaluée dans le tableau suivant :

Tableau 13 : Synthèse de la rentabilité de REVITA SA

Analyse de la rentabilité					
Analyse de la rentabilité d'exploitation					
Années	2019	2020	2021	2022	2023
Marges commerciale en Milliers de Franc	34027008	54826496	81979744	109132992	136286240
Taux de Marge commerciale	195%	169%	168%	167%	166%
Taux de Valeur Ajoutée	98%	101%	101%	101%	100%
Excédents brut d'exploitation en Milliers de Franc	22 113 408	64 946 816	106 280 224	147 613 632	188 947 040
Taux d'excédents brut d'exploitation	43%	63%	69%	72%	73%
Taux de rentabilité d'exploitation	2%	36%	47%	52%	56%
Analyse de la rentabilité économique					
Rentabilité brute des capitaux engagés dans l'exploitation	9%	27%	44%	62%	79%
Taux de rentabilité opérationnelle	5%	22%	39%	55%	72%
Analyse financière de la rentabilité					
Rentabilité nette des capitaux propres	1%	40%	77%	114%	152%
Flux de fonds dégagés par les ressources propres	55%	109%	164%	218%	273%

Il ressort du tableau que les différents ratios connaissent une augmentation progressive au cours des 5 premières années. Le taux d'excédent brut d'exploitation a connu une variation de 50% entre la première et la cinquième année. La rentabilité des capitaux propres enregistre une variation de 151% entre la première et la cinquième année. Ces ratios démontrent la rentabilité du projet.

Tableau 14 : VAN, TRI et DCRI du projet de création de REVITA SA

Eléments	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Résultats		976 173	31 694 386	61 531 642	91 368 898	121 212 761
Amortissements		3 442 300	4 176 700	4 911 100	5 645 500	6 379 900
CAF		4 418 473	35 871 086	66 442 742	97 014 398	127 592 661
Valeur Résiduelles		-	-	-	-	984 000
Variation du BFR		-	14 978 752	16 478 752	16 478 752	16 478 752
Cash flows	- 60 205 792	4 418 473	35 871 086	66 442 742	97 014 398	128 576 661
Cash flows actualisés		3 945 065,28	28 596 210	47 292 631	61 654 404	72 957 851
Cumul		3 945 065	32 541 275	79 833 907	141 488 310	214 446 161
Investissement	- 60 205 792					
VAN						154 240 369
TRI						60%
DCRI						3 ans 4mois

La valeur nette représente la somme des flux de trésorerie actualisés de laquelle est déduite la valeur des dépenses d'investissement. La valeur actuelle du projet s'établit à 154 240 369 F CFA. Les cash-flows ont été actualisés au taux de 12% lequel représente le coût moyen pondéré du capital. Le coût des capitaux propres est estimé à 10% et celui de l'emprunt à 13 %.

$$\text{CMPC} = 13\% * (2/3) + 10\% * (1/3) = 12\%$$

3.3 Modalités de financement et risques du projet de création de REVITA SA

Le choix du mode de financement reste l'une des préoccupations majeures auxquelles les entrepreneurs doivent faire face. Ici l'enjeu demeure l'accès aux financements à moindre coût. Les modalités de financement de REVITA SA seront un apport en capital conséquent capable d'amortir le déficit de la trésorerie sur plusieurs mois. Après déclinaison des sources de financement disponibles et retenues, nous présenterons les risques liés à l'activité.

3.3.1 Modalités de financement de REVITA SA

Pour le financement de REVITA SA, plusieurs options de financement s'offrent au promoteur du projet. Il s'agit notamment du financement par le capital social, les comptes courants d'associés, les apports des sociétés de capital investissement, les subventions d'investissement, l'emprunt bancaire, le crédit-bail, la location financière, le financement participatif et le financement par des fonds publics.

Le capital social

Le capital social est indispensable à la constitution de la société. Il fait partie des conditions de fond exigées pour la validité du contrat de société. Il représente la somme totale des apports effectués par les associés et dont le montant minimum est déterminé soit légalement soit

conventionnellement selon le type de société. Il correspond à la somme que les associés ont décidé de consacrer de façon définitive à la constitution de leur société.

Les comptes courants d'associés

La pratique des comptes courants d'associés est usuelle dans la vie des entreprises et permet d'avoir accès à un financement alternatif et moins onéreux que ceux des établissements de crédit. Instrument de financement original, le compte courant d'associés ne fait cependant pas l'objet d'une réglementation spécifique en droit OHADA. Les comptes courants d'associés sont destinés à recevoir les sommes mises à la disposition de la société par ses associés de façon temporaire. Ils sont donc destinés à être retirés à plus ou moins long terme. C'est pourquoi on parle de quasi-fonds propres et qu'ils figurent parmi les dettes au passif du bilan. Seuls les associés peuvent être titulaires de comptes courants. En effet, la loi régissant les opérations bancaires interdit à toute personne non associée de prêter des fonds à une société.

Les apports des sociétés de capital investissement

Ces apports représentent des apports en capital, mais ils sont effectués avec des objectifs différents de ceux des associés. Il s'agit d'apports au capital social et non en compte courant, faits par des sociétés dans le but de revendre à plus ou moins long terme leur participation. Les sociétés de capital-risque ont donc pour objectif de réaliser des profits grâce à la valeur prise par l'entreprise au cours de son développement. Il s'agit généralement de filiales spécialisées d'organismes financiers. On trouve également, au niveau des conseils régionaux, des sociétés ayant pour but de favoriser le développement économique local. Certaines sociétés de capital-risque sont créées par des chefs d'entreprise qui regroupent des fonds pour investir dans de nouvelles structures et les aider à se développer : on parle de business Angels. Ceux-ci sont plus animés par une volonté d'aider de jeunes entreprises à démarrer que de réaliser une plus-value sur les titres souscrits, bien que celle-ci leur soit indispensable pour miser par la suite sur d'autres entreprises nouvelles. Généralement, un système de parrainage accompagne cet apport de fonds.

Les subventions d'investissement

La subvention d'investissement est une aide des pouvoirs publics accordés à des entreprises, pour les aider dans leur investissement. Ces subventions sont versées dans un cadre bien précis. L'investissement doit en effet avoir lieu soit dans une zone géographique bien précise, permettant ainsi le développement de la région, soit dans un secteur bien précis, aidant à son essor. Les subventions sont inscrites en capitaux propres au passif du bilan. Elles ne sont pas

destinées à être remboursées, mais sont définitivement acquises par l'entreprise, sauf si celle-ci ne satisfait pas à toutes les conditions qui sont stipulées pour leur octroi.

L'emprunt bancaire

Un emprunt bancaire consiste en une mise à disposition d'argent par la banque qu'on va ensuite rembourser avec des intérêts. La somme empruntée doit être remboursée par l'entreprise et ne dépend pas des performances financières de celle-ci.

La banque ainsi ne risque pas de perdre de l'argent si l'entreprise ne connaît pas une réussite financière et l'entreprise sait quelle somme va lui coûter cet apport financier d'avance dans le cadre d'un emprunt à taux fixe.

L'emprunt est un outil formidable pour l'entreprise, car il lui permet de bénéficier d'un effet de levier sur ses investissements afin d'augmenter le rendement d'un investissement en contrepartie, il augmente le risque financier de cet investissement.

Un emprunt peut également servir à avancer de l'argent à l'entreprise avant d'avoir assez de liquidité à court terme, d'autres moyens peuvent remplir cet objectif.

L'entreprise emprunte auprès d'une banque et s'engage à rembourser le montant emprunté et à payer des intérêts rémunérant l'avance d'argent.

Les établissements bancaires sont parmi les principaux partenaires financiers des entrepreneurs. Ils interviennent pour soulager la trésorerie à travers les mécanismes d'escompte d'effets de commerce et de découverts bancaires.

Le crédit-bail

Mieux connue sous le nom de " leasing ", il s'agit d'une opération financière par laquelle une entreprise donne en location des biens d'équipement, un fonds de commerce, de l'outillage, une voiture, un parc automobile ou des biens immobiliers à un preneur qui à un moment quelconque du contrat, mais le plus souvent à l'échéance, peut décider de devenir propriétaire du ou des biens qui en ont été l'objet. Le contrat contient donc de la part du bailleur, une promesse unilatérale de vente dont la réalisation reste subordonnée au paiement du prix fixé à l'avance augmenté des intérêts et des frais.

En cas de cession de biens compris dans une opération de crédit-bail, le cessionnaire est tenu des mêmes obligations que le cédant qui reste garant de l'exécution du contrat.

Le crédit-bail est une méthode utilisée pour permettre à une entreprise d'acquérir des biens (mobiliers ou immobiliers) à l'issue d'une période de location. Le crédit-bail est parfois utilisé dans le secteur bancaire.

La location financière

La location financière (operating lease, en anglais) est une forme de crédit-bail. C'est une formule de location longue durée, utilisée par une entreprise qui souhaite acquérir des biens immobiliers, des véhicules, des équipements ou des machines-outils. La location financière est une forme dérivée du crédit-bail qui correspond à la location d'un bien pour une longue durée. A la différence du crédit-bail, la location financière ne donne pas la possibilité au locataire d'acquérir le bien financé à la fin de la période d'utilisation prévue dans le contrat. La location financière est notamment pratiquée dans le secteur informatique. Une société financière achète le bien en question, puis le loue à l'entreprise. La location financière diffère du crédit-bail principalement sur deux points : elle n'est pas soumise à la réglementation bancaire et le locataire n'a pas la possibilité de devenir propriétaire en fin de contrat contre le paiement d'une soulte. "Il s'agit d'un contrat de location pure, c'est-à-dire sans option d'achat. S'il en existe une, on se situe dans le cadre d'un contrat de crédit-bail. Par ce type de contrat, un fournisseur, parfois par le biais d'un organisme de crédit, met à la disposition de l'entreprise un bien, tout en conservant la propriété et sans prendre d'engagement de le vendre à l'issue du contrat. Cette location peut être assortie de services tels que l'entretien et l'assurance du matériel loué, situation fréquente pour les véhicules par exemple.

Le financement participatif

Le financement participatif, ou crowdfunding (« financement par la foule ») est un mécanisme qui permet de collecter les apports financiers généralement des petits montants, d'un grand nombre de particuliers au moyen d'une plateforme sur internet en vue de financer un projet. Deux parties sont mises en présence : l'épargnant qui souhaite investir une certaine somme d'argent dans un projet auquel il croit et le porteur de ce projet qui ne possède pas les fonds nécessaires pour le mettre en œuvre. L'un et l'autre se rencontrent sur internet via une plateforme dédiée : Les projets sont présentés par leurs porteurs et les épargnants choisissent de financer ceux qui les intéressent à hauteur de ce qu'ils souhaitent investir. Plusieurs modalités de financement participatif existent : le don (avec ou sans contrepartie), le prêt (avec ou sans intérêts) et l'investissement en capital. Cette pratique se fait essentiellement par le biais d'internet et a d'ailleurs connu un essor grâce aux réseaux sociaux. Ainsi, ce mode de financement s'inscrit dans un processus de désintermédiation et la contribution peut se faire par des particuliers ou des entreprises, quel que soit le domaine d'activité. Les banques n'étant plus les seules maîtresses des fonds et des capitaux, le projet est à-même d'être réalisé librement. En

somme, le crowdfunding est un ensemble de techniques et de méthodes pour « lever des fonds », dans le but de réaliser un projet. Il permet aux internautes d'entrer directement ou indirectement dans le capital des sociétés qui cherchent de nouvelles sources de financement. L'investisseur souhaite par ce biais bénéficier d'un ticket d'entrée relativement faible.

Le financement de l'Etat

Deux fonds publics de la Côte d'Ivoire nous intéresseront à savoir le Fond National de la Jeunesse (FNJ) et le Fond National de Solidarité (FNS). Ces fonds sont des institutions encourageant la promotion d'emplois jeunes en intervenant dans plusieurs secteurs. Notamment le secteur agricole en préfinancement et en cofinancement. L'octroi de financement par l'Etat peut s'expliquer par sa volonté d'encourager l'entrepreneuriat, de réduire le taux de chômage en Côte d'Ivoire et de favoriser le développement de la filière avicole.

Choix du mode de financement

Tableau 15 : Principales sources de financement de REVITA SA

	PART	MONTANTS
PROMOTEUR	16%	10 000 000
EMPRUNT BANCAIRE	33%	20 000 000
CREDIT BAIL	33%	20 000 000
COMPTES COURANTS D'ASSOCIE	8%	5 000 000
AUTRES INVESTISSEURS	10%	6 000 000
TOTAL	100%	61 000 000

Au vu de ces différents modes de financement, la société REVITA SA optera pour un financement par apport du promoteur à hauteur de 10 000 000 FCFA, un emprunt bancaire de 20 000 000 FCFA, un financement par crédit-bail à hauteur de 20 000 000 FCFA, un financement par comptes courants d'associés à hauteur de 5000 000 F CFA et un financement d'autres investisseurs à hauteur de 6 000 000 F CFA.

Les avantages du crédit-bail sont les suivants :

- La possibilité, pour l'entreprise « locatrice », d'assurer la totalité du financement de l'investissement, sans pour autant avoir à fournir aucun apport personnel.
- Le matériel « loué » dans le cadre du crédit-bail n'est pas inclus dans le bilan, ce qui implique la possibilité, pour le « locataire » d'utiliser du matériel coûteux sans altérer son niveau d'endettement.

- Etant considérés comme des charges d'exploitation, les montants des loyers du crédit-bail sont déductibles de l'impôt sur les bénéfices.
- Chaque élément constitutif du contrat de crédit-bail demeure négociable, de la durée à la périodicité, en passant par le montant des loyers.

Le projet débutera en Janvier 2019. Ce délai permettra de rechercher des partenaires privés qui entrerons dans le capital de l'entreprise à hauteur de 10% et nous allons émettre des actions sans droit de vote afin de garder le contrôle sur la société.

3.3.2 Risques liés à la création de REVITA SA

Les risques liés à la création d'un élevage de caille sont de plusieurs ordres. On distingue entre autres :

Le risque de hausse du prix des aliments pour volaille.

Une hausse du prix des aliments pour volaille peut entraîner une hausse des coûts de production et une baisse de la rentabilité de l'entreprise.

Le risque que les consommateurs n'achètent pas le produit.

Un désintérêt des consommateurs pour les œufs et la viande de caille ou un niveau des ventes bien en dessous des attentes peut mettre en péril l'existence de l'entreprise.

Le risque d'une épidémie de grippe aviaire.

La survenance d'une épidémie de grippe aviaire peut entraîner la mise en place de mesures sanitaires drastiques qui peuvent avoir pour conséquence, des surcoûts ou un arrêt de la production.

Le risque politique

Le risque politique est lié à l'instabilité politique et sociale conséquence des mutineries et des revendications d'ordre salariale et à des conflits de leadership qui pourraient avoir un impact sur l'activité de REVITA SA.

Le risque lié à l'accès au financement

Le risque lié à l'accès au financement peut être un frein à la réussite de ce projet. Le projet sera financé sur fonds propres par crédit bail et par emprunts bancaires. Cependant, l'élevage de caille est un élevage en cycle court, rapide dans sa réalisation et facile dans sa conception. C'est une activité qui peut être menée à plus petite échelle. En cas de difficultés d'obtention de financement il est possible de commencer par un élevage de plus petite taille et d'accroître progressivement le montant des investissements en immobilisations et le niveau des ressources humaines.

Le risque de crédit

C'est le risque de perte sur une créance et plus généralement celui d'un client qui ne paie pas à temps sa dette. La maîtrise de ce risque détermine la solvabilité des opérations effectuées.

Le risque opérationnel

Le risque opérationnel peut provenir des erreurs du personnel, d'accidents ou de fraudes.

Les risques liés à l'élevage de caille

Problèmes	Causes	Solutions
Ponte retardée	Retards de croissance Pas assez de protéines dans les aliments	Augmenter les protéines
Arrêt de ponte	Moins de 16 heures de lumière par jour	Eclairer 16 à 18 h par jour
Coquille des œufs trop fragiles	Pas assez de calcium dans les aliments	Augmenter le calcium
Œufs petits et fragiles	Femelles trop jeunes	Ne pas les laisser se reproduire avant l'âge de 6 semaines
Œufs clairs	Œufs pas fertiles ou conservés plus de 10 jours	Diminuer le nombre de femelles par mal
Embryons morts	Mauvaise température	Vérifier la température
	Œufs pas assez retournés	Marquer les œufs et bien les retourner chaque jour
	Consanguinité	Echanger les mals, importer de nouveaux œufs
Cannibalisme	Densité trop élevée	Diminuer la densité
Cannibalisme	Abreuvement insuffisant	Augmenter l'abreuvement
	Eclairement violent	Eviter l'éclairement violent

Dans ce chapitre, il a été question de déterminer le coût de l'investissement total, d'apprécier la rentabilité à travers le compte de résultat prévisionnel ainsi que la VAN, le TRI et le délai de récupération du capital investi. Enfin, nous avons présenté les modalités de financement du projet de création puis nous avons identifié certains risques auxquels l'entreprise pourrai faire face.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CONCLUSION

L'économie de la Côte d'Ivoire repose sur l'agriculture et particulièrement sur les exportations de café et de cacao. Ces dernières années la chute des cours du cacao sur les marchés internationaux a mis en évidence la nécessité pour la Côte d'Ivoire de diversifier son économie. Le secteur agricole joue un rôle important dans la sécurité alimentaire d'un pays. Il permet de fournir à la population les protéines et les nutriments nécessaires à une alimentation saine et équilibrée. Malgré les avancées techniques, l'insuffisance des ressources naturelles associée à des facteurs tels que la croissance démographique, l'urbanisation, la croissance des inégalités et les mauvaises habitudes alimentaires entraînent des problèmes de malnutrition au sein de la population. Et pourtant, la filière avicole peut représenter une opportunité pour le développement économique et pour l'autosuffisance alimentaire si des initiatives en faveur de son développement sont entreprises. Forts de ce constat, nous nous sommes fixés comme objectif de proposer un projet de mise en place d'une société d'élevage de cailles en Côte d'Ivoire REVITA SA. Pour ce faire, nous avons procédé à l'état des lieux de la filière avicole en Côte d'Ivoire, puis nous avons mené une étude de marché qui a montré que les vertus des œufs de caille n'étaient pas connues de la grande majorité de la population et que les prix et les bienfaits sur la santé étaient les facteurs les plus déterminants pour les consommateurs lors de l'achat des œufs de cailles. L'étude a aussi mis en évidence l'existence d'une demande de viande de caille en Côte d'Ivoire. Pour donner suite à cette étude, nous avons procédé à la description du mode de fonctionnement de REVITA SA ainsi que du plan marketing et du plan de ressources humaines. Puis, nous avons réalisé l'étude financière du projet. L'analyse effectuée a révélé une performance intéressante. En effet, sur la base d'un taux d'actualisation de 12%, l'analyse de la rentabilité du projet nous donne les résultats suivants : la valeur actuelle nette s'élève à 154 240 369 F CFA, le TRI est de 60%, le délai de récupération des capitaux investis est de 3 ans 4 mois.

L'Etude des modalités de financement d'une société d'élevage de caille en Côte d'Ivoire nous a permis de montrer qu'un tel projet est rentable et peut présenter des avantages pour le développement économique, la santé et le bien-être des populations. Ce projet présente néanmoins des risques liés à l'accès au financement. Nous avons proposé comme solution le recours à l'emprunt bancaire et la recherche de partenaires financiers intéressés par des projets porteurs de croissance et créateurs de valeur pour l'ensemble des parties prenantes.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

1. Pierre Vernimmen, 2014, Finance d'entreprise, Edition Dalloz, Paris, 1201 pages
2. Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose, 2008, Marketing Stratégique et Opérationnel, du Marketing à l'orientation Marché, 7^{ième} Edition, Edition Dunod, Paris 598 pages

ARTICLES ET REVUES

1. DIVISION DE LA PRODUCTION ET DE LA SANTE ANIMALE DE LA FAO, (2008), Revue du secteur avicole, Version du 1^{ier} décembre 2008, 67 pages
2. JEAN-CLAUDE TRUFFIER, Lyophilisat d'œuf de caille pour le traitement des maladies immuno- allergiques, (1981)

MEMOIRES ET PROJETS PROFESSIONNELS

1. Seybatha Vanessa Diane NACRO, 2015, Modalités de financement d'une société privée de transport privé scolaire à Ouagadougou, 83 pages
2. Kouamé Joël Patrice, 2016, Etude de faisabilité d'une unité industrielle de transformation de tomate en Côte d'Ivoire, 102 pages
3. Modalités de financement d'une unité de filature de coton au Burkina Faso FASOFIL, 68 pages

WEBOGRAPHIE

1. MINISTERE DES RESSOURCES ANIMALES ET HALIEUTIQUES DE COTE D'IVOIRE, page consultée le 05.06.2017, Discours du Ministre des Ressources animales et halieutiques, <http://www.ressourcesanimales.gouv.ci/communicationsuite.php?rd=8>
2. INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE DE COTE D'IVOIRE, page consultée le 05.06.2017, Enquête Nationale sur le niveau de vie des populations en Côte d'Ivoire, 2015, <http://www.ins.ci/n/templates/docss/env2015.pdf>
3. FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, page consultée le 05.06.2017, Revue du secteur avicole, <http://www.fao.org/3/a-ak072f.pdf>

4. PLAN NATIONAL MULTISECTORIEL DE NUTRITION 2016-2020, page consultée le 05.06.2017,
http://www.nutrition.gouv.ci/fichier/doc/PNMN_2016_2020_15_08_16.pdf
5. PLAN STRATEGIQUE DE DEVELOPPEMENT DE L'ELEVAGE, DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE EN COTE D'IVOIRE (PSDEPA 2016-2020),
<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ivc146471.pdf>
6. LYOPHILISAT D'ŒUF DE CAILLE POUR LE TRAITEMENT DES MALADIES IMMUNO-ALLERGIQUES, Jean-Claude Truffier, 24 déc. 1980
<https://www.google.com/patents/EP0032344A2?cl=fr>

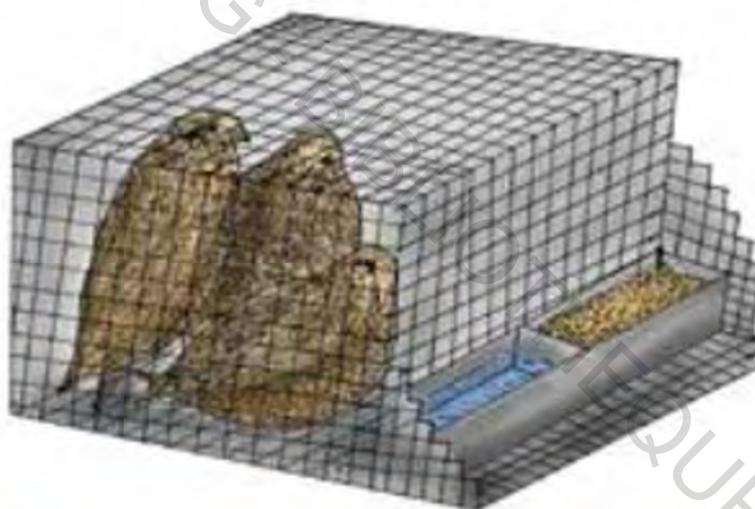
CESAG - BIBLIOTHEQUE

Annexe 1 : Questionnaire sur les motivations des consommateurs d'œuf et de viande en Côte d'Ivoire

ETUDE DE MARCHÉ DANS LE CADRE D'UN PROJET PROFESSIONNEL		
	Nous menons une étude destinée à mieux connaître les attentes des consommateurs par rapport à la consommation d'œufs et de volaille. Nous vous prions de bien vouloir consacrer un peu de temps afin de répondre à ce questionnaire.	
Q01.	Quelle est la principale raison pour laquelle vous achetez des œufs ? a. les bienfaits sur la santé <input type="checkbox"/> b. la disponibilité <input type="checkbox"/> c. le prix <input type="checkbox"/> d. le goût <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q02.	Où consommez-vous vos œufs ? a. à la maison <input type="checkbox"/> b. en dehors de la maison (ex : dans un restaurant) <input type="checkbox"/> c. à la maison et en dehors de la maison <input type="checkbox"/> d. je ne consomme pas d'œufs <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q03.	Combien de plaquettes d'œufs consommez-vous dans le mois ? a. moins d'une plaquette d'œuf dans le mois <input type="checkbox"/> b. entre une et deux plaquettes d'œufs par mois <input type="checkbox"/> c. plus de deux plaquettes d'œufs par mois <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q4	Combien consacrez-vous à la consommation d'œufs dans le mois ? a. Moins de 2500 F CFA <input type="checkbox"/> b. Entre 2500 F CFA et 5000 F CFA <input type="checkbox"/> c. plus de 5 000 F CFA par mois <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q5	Où avez-vous l'habitude d'acheter vos œufs ? a. dans une boutique <input type="checkbox"/> b. au marché <input type="checkbox"/> c. dans une alimentation d. au super marché <input type="checkbox"/> e. à la ferme <input type="checkbox"/> f. Autre préciser <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q6	Connaissez-vous les œufs de caille ? a. Oui <input type="checkbox"/> b. Non <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q7	Connaissez-vous les vertus des œufs de caille ? a. Oui <input type="checkbox"/> b. Non <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Les œufs de cailles permettent de renforcer le système immunitaire, d'améliorer la qualité du sang, de stimuler la croissance et les fonctions cérébrales,	

	c. plus de 500 000 F CFA	

Annexe 2 : La caille et les œufs de cailles



 **Abreuvoir et mangeoire extérieurs**



Mode d'emploi :

Pour stimuler la croissance et améliorer le métabolisme, il faut consommer en moyenne 100 œufs, à raison de 2 œufs par jour. Pour le système nerveux central, nous avons besoin de 120 œufs pour voir son quotient intellectuel revu à la hausse. Chez les personnes âgées, la consommation de 240 œufs renouvelle l'état de santé et l'équilibre des organes en combattant le processus dégénératif de l'organisme et rajeunit. En consommant 120 œufs, la mémoire est éveillée, ainsi que les cellules nerveuses, et cela augmente le potentiel sexuel. Pour renforcer les organismes affaiblis par l'usure physique et le stress, pour donner plus de tonus aux muscles, et améliorer le fonctionnement du cœur, il faut consommer en moyenne 240 œufs, à raison de 2 à 6 œufs par jour. Pour les femmes enceintes et celles qui allaitent, la cure d'œuf de cailles fortifie l'organisme avant l'accouchement et prévient contre les fausses-couches. Pour cela, il faut consommer en moyenne 240 œufs pendant la grossesse ou pendant les trois premiers mois d'allaitement. Les œufs de cailles fortifient ainsi le fœtus et aide à l'équilibre physique et mental de la mère et l'enfant, en favorisant l'amélioration de la qualité du lait. On a remarqué, que la consommation des œufs de cailles maintient le teint, (240 œufs) la peau, et les cheveux. (60 œufs). De même dans les cas d'affections au V I H Sida, la prise des œufs de cailles augmente le taux de cd4. (240 œufs). Les œufs de cailles doivent être frais au moment de la consommation sous 20 jours maximum après la ponte. Ils doivent être aussi gardés au frais, à température de

4 à 8 °c. On les consomme le matin à jeun, entre 5 h et 7 h. Il est prudent de les laver au préalable avant de le manger. Pour le consommer, il faut piquer les deux pôles de l'œuf pour faire un trou et boire le contenu. Une autre méthode consiste à verser le contenu dans un verre d'eau, le mélanger avec un peu de miel et boire trois à quatre heures plus tard. Pour les adolescents, il faut casser l'œuf et mélanger le jaune d'œuf avec du miel ; le déguster après une heure de temps. Pour les enfants, il s'agit de mélanger le jaune d'œuf à du miel et leur donner à manger après trente minutes. L'œuf de caille peut être également utilisé en application locale pour traiter les eczémas. Il peut être consommé sous forme d'omelette ou bien cuit dans l'eau, mais en procédant ainsi, nous perdons 2 % de sa valeur nutritive. L'alcool est déconseillé pendant le traitement, et il n'est pas sage d'interrompre le traitement avant la fin de la cure. On utilise aussi les œufs de cailles dans l'alimentation courante. Ils sont d'ailleurs très sollicités dans l'ornement et le service hors-d'œuvre.

Source : <http://delacaillealoeuf.wifeo.com/comment-se-soigner-avec-loeuf-de-caille.php>;page consultée le 05 06 2017

Annexe 3: Tarification RTI Publicité



TARIFS ECRANS CLASSIQUES



- Tranche 21.** 18 H 30 Avant sitcom (Lun à Vend) et Gamestation (Sam)
- Tranche 22.** 19 H 00 Avant Télénovela (Lun à Vend) et émission de beauté (Dim)
- Tranche 23.** 19 H 30 Avant journal télévisé
- Tranche 24 .** 19 H 45 Après journal télévisé
Avant long métrage 1^{ère} dif (Lun et Dim)
Avant série policière (Mar à Sam)
- Tranche 25.** 20 H 30 Avant magazine (Mar à Sam)

Durée	05''	10''	15''	20''	25''	30''
Prix	105000	126000	157500	178500	199500	210000
35''	40''	45''	50''	55''	60''	
262500	315000	357000	378000	420000	462000	

- Tranche 12.** 12 H 00 Avant feuilleton en redif (Lun à Vend) et magazine (Sam ; Dim)
- Tranche 13 .** 12 h 15 Avant magazine cuisine (Sam, Dim)
- Tranche 14 .** 12 H 30 Avant le journal télévisé
- Tranche 15 .** 12 H 45 Après journal télévisé
Avant télénovela (Lun à Vend) et compil série (Dim)
- Tranche 16.** 13 H 00 Avant série policière 1^{ère} dif (Sam)

Durée	05''	10''	15''	20''	25''	30''
Prix	62500	75000	94000	106000	119000	125000
35''	40''	45''	50''	55''	60''	
156000	187500	212500	225000	250000	275000	

- Tranche 6** : 08 H 00 Avant magazine "On Garde le Contact" (Lun à Sam)
Tranche 7 : 09 H 00 Avant doc, magazine et fiction (Lun à Sam)
Tranche 8 : 09 h 30 Avant Wôlô Clown (Dim)
Tranche 9 : 10 h 00 Avant long métrage en rediffusion (Sam)
Tranche 26 : 22 h 00 Avant feuilleton en 1^{ère} diffusion (Mar à Sam)
Tranche 27 : 22 h 30 Avant JT
Tranche 28 : 22 h 45 Après JT
 Avant Long métrage en 1^{ère} dif (Vend ; Sam ; Dim)

Durée	05''	10''	15''	20''	25''	30''
Prix	45000	54000	67500	76500	85500	90000
	35''	40''	45''	50''	55''	60''
	112500	135000	153000	162000	180000	198000



PUBLI REPORTAGE

Durée ,	05 Minutes
06 h 15 après le flash ,	500 000 F CFA HT
12 h 45 après le journal télévisé ,	700 000 F CFA HT
19 h 30 après le journal télévisé ,	1 000 000 F CFA HT
22 h 45 après le journal télévisé ,	500 000 F CFA HT

TARIFS RENDEZ-VOUS DE LA 2

HORAIRE	UTILITE PUBLIQUE		POLITIQUE		SIMPLE		COMMERCIAL		
	HT	TTC	HT	TTC	HT	TTC	HT	TTC	
MATINEE	06 H 45	30000	36462	50000	60770	41500	50439	50000	60770
	08 H 00	30000	36462	50000	60770	41500	50439	50000	60770
MI- JOURNEE	11 H 50	41500	50439	65000	79000	50000	60770	65000	79000
	12 H 50	41500	50439	65000	79000	50000	60770	65000	79000
	16 H 50	41500	50439	65000	79000	50000	60770	65000	79000
SOIREE	18 H 50	50000	60770	75000	91155	65000	79000	75000	91155
	19 H 50	50000	60770	75000	91155	65000	79000	75000	91155
	20 H 35	50000	60770	75000	91155	65000	79000	75000	91155
	22 H 25	30000	36462	50000	60770	41500	50439	50000	60770

REMARQUES :

1/ Durée du spot : 30 Secondes

2/ La réalisation du spot est à la charge de l'annonceur

3/ Frais techniques : 30 000 F CFA

Insertion logo presse : 10 000 F CFA ;

Insertion logo Entreprise : 35 000 FCFA

NB , la réalisation du film est à la charge de l'annonceur.

TARIFS PAD

Format (Mn)	PU H T	PU TTC
5'	195 000	237 003
13'	253 500	308 104
26'	507 000	616 208
52'	760 500	924 312

N.B. Toute présence publicitaire en sus devra être conforme aux dispositions régissant la publicité en Côte d'Ivoire et fera l'objet d'une facturation selon les tarifs en vigueur à RTI PUBLICITE.

L'attribution des espaces PAD reste soumise à la priorité accordée aux programmes de RTI 2

Annexe 4 : Evolution des ressources humaines

Fonctions	Compétences et profil	Salaires Mensuels	2019	2020	2021	2022	2023
Directeur Général	BAC + 5 et expérience en Gestion	650 000	1	1	1	1	1
Directeur Commercial et Marketing	BAC + 5 et expérience	400 000	1	1	1	1	1
Directeur Administratif Comptable	BAC + 5 et expérience	400 000	1	1	1	1	1
Directeur de la production	BAC + 5 et expérience	250 000	1	1	1	1	1
Secrétaires	BTS en secrétariat	120 000	1	1	1	1	1
Magasinier		100 000	1	1	1	1	1
Ouvriers	Formé à l'élevage de caille	100 000	2	3	4	5	6
Chauffeur	Français lu et parlé couramment avec permis de conduire	100 000	1	1	1	1	1
Gardien		100 000	2	2	2	2	2
Agents commerciaux	BTS Gestion commerciale	100 000	2	3	4	5	6
Total		2 320 000	13	15	17	19	21

Annexe 5 : Evolution de la masse salariale

Fonctions	Salaires Mensuels	2019	2020	2021	2022	2023
Directeur Général	600 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000
Directeur Commercial et Marketing	350 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Directeur Administratif Comptable et Financier	350 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Directeur de la production	350 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000
Secrétaire	120 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000
Ouvriers	100 000	2 400 000	3 600 000	4 800 000	6 000 000	7 200 000
Chauffeur	100 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
Gardiens	100 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Agents commerciaux	100 000	2 400 000	3 600 000	4 800 000	6 000 000	7 200 000
Total	100 000	29 640 000	32 040 000	34 440 000	36 840 000	39 240 000

TABLE DES MATIÈRES

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	iii
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ANNEXES	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA FILIERE AVICOLE	4
I. La filière avicole en Côte d'Ivoire.....	4
1.1 Politique et cadre légal.....	4
1.2 Système d'aviculture.....	5
1.3 Circuits de commercialisation.....	6
1.3.1 Circuits de commercialisation de la volaille.....	7
1.3.2 Circuit de commercialisation des œufs.....	8
II. Les difficultés rencontrées par la filière avicole en Côte d'Ivoire de 2002 à 2017...	10
2.1 Manque de compétitivité.....	10
2.2 Impact de la crise sociopolitique de 2002.....	11
2.3 Grippe aviaire.....	11
III. Etude de marché	12
3.1 Diagnostic externe de l'entreprise.....	12
3.2 Etude de l'offre de produits avicoles en Côte d'Ivoire	14
3.2.1 Production de produits avicoles en Côte d'Ivoire	14
3.2.2 Importation de produits avicoles en Côte d'Ivoire	15
3.3 Etude de la demande de produits avicoles.....	16
3.3.1 Consommation de produits avicoles.....	16
3.3.1.1 Consommation de viande.....	16
3.3.1.2 Consommation d'œufs	16
3.3.2 Demande d'œufs de caille	17
3.3.2.1 Méthodologie de collecte des données	17

3.3.2.1.1	La recherche documentaire.....	18
3.3.2.1.2	L'étude quantitative.....	18
3.3.2.1.3	Traitement des données.....	18
3.3.2.2	Résultats de l'étude de marché.....	19
CHAPITRE 2 : PRESENTATION DE REVITA SA.....		23
I.	Organisation et fonctionnement de REVITA SA.....	23
1.1	Présentation du promoteur de REVITA SA.....	23
1.2	Missions, Vision, Valeurs et Objectifs de REVITA SA.....	23
1.2.1	Missions de REVITA SA.....	24
1.2.2	Vision de REVITA SA.....	24
1.2.3	Valeurs de REVITA SA.....	24
1.2.4	Objectifs de REVITA SA.....	25
1.3	Choix de la forme juridique de REVITA SA.....	25
1.4	Structure organisationnelle de REVITA SA.....	26
1.4.1	La direction générale de REVITA SA.....	27
1.4.2	La direction administrative et financière de REVITA SA.....	27
1.4.3	La direction production de REVITA SA.....	27
1.4.4	La direction commerciale et marketing de REVITA SA.....	27
1.5	Etude technique du projet.....	28
II.	Stratégie marketing et communication de REVITA SA.....	30
2.1.1	Segmentation de REVITA SA.....	30
2.1.2	Ciblage de REVITA SA.....	30
2.1.3	Positionnement de REVITA SA.....	31
2.2	Stratégie de communication de REVITA SA.....	33
2.3	Marketing Mix de REVITA SA.....	33
2.3.1	La politique du produit de REVITA SA.....	33
2.3.2	La politique de prix de REVITA SA.....	33
2.3.3	La politique de distribution de REVITA SA.....	34

2.3.4 La politique de communication de REVITA SA	34
III. Plan de ressources humaines de REVITA SA.....	35
Détermination des effectifs de REVITA SA.....	35
3.1 Politique de recrutement du personnel de REVITA SA	35
3.2 Rémunération et motivation du personnel de REVITA SA.....	35
CHAPITRE 3 : COÛT, MODALITÉS DE FINANCEMENT, RENTABILITÉ ET RISQUES DU PROJET DE CRÉATION DE REVITA SA	37
I. Evaluation du coût de la mise en place du projet REVITA SA	37
1.3.1 Le budget des immobilisations de REVITA SA	37
1.3.2 Besoin en fonds de roulement du projet au démarrage de REVITA SA	38
1.3.3 Les charges d'exploitation de REVITA SA	39
II. Budget de trésorerie de REVITA SA	39
III. Rentabilité du projet de création de REVITA SA	40
3.1 Le résultat prévisionnel de REVITA SA.....	40
3.2 Synthèse de la rentabilité du projet de création de REVITA SA	41
3.3 Modalités de financement et risques du projet de création de REVITA SA.....	42
3.3.1 Modalités de financement de REVITA SA	42
3.3.2 Risques liés à la création de REVITA SA.....	47
CONCLUSION	50
BIBLIOGRAPHIE	51
TABLE DES MATIÈRES	63
RESUMÉ.....	66
ABSTRACT	66

RESUMÉ

MODALITÉS DE FINANCEMENT D'UNE SOCIÉTÉ D'ÉLEVAGE DE CAILLES EN CÔTE D'IVOIRE : REVITA SA

L'aviculture et plus précisément l'élevage de cailles peut contribuer à la réduction de la malnutrition et à l'amélioration de l'hygiène alimentaire. En Côte d'Ivoire, l'élevage de caille n'est pas très développé malgré son potentiel économique et son intérêt au plan nutritionnel. Notre projet avait pour but d'évaluer l'opportunité d'une telle activité à travers une recherche documentaire, une étude de marché et l'étude de la rentabilité du projet. A l'issue de notre étude et selon l'ensemble de nos indicateurs de rentabilité, nous pouvons dire que ce projet est rentable, dégage des flux de trésorerie importants sur les cinq premières années et est créateur de valeur pour l'ensemble des parties prenantes. Le principal obstacle à la réussite de ce projet reste l'accès au financement. Pour ce faire nous avons proposé des modalités de financement. Nous croyons que la réalisation de ce projet contribuera à l'amélioration de l'hygiène alimentaire et au développement du secteur avicole en Côte d'Ivoire.

Mots clés : aviculture, élevage de caille, œufs de caille, Côte d'Ivoire.

=====

ABSTRACT

FUNDING TERMS FOR A BREEDING COMPANY OF QUAILS IN COTE D'IVOIRE: REVITA SA

Poultry farming and, more specifically, quail breeding can contribute to reducing malnutrition and improving food hygiene. In Côte d'Ivoire, the quail farming is not very developed despite its economic potential and its nutritional value. Our aim was to evaluate the appropriateness of such an activity through documentary research, market study of project's profitability. At the end of our study and according to all our profitability indicators, we can say that this project is profitable, releases significant cash flows over the first five years and creates value for all stakeholders. The main obstacle to the success of this project remains the access to financing. To do this we proposed financing modalities. We believe that the implementation of this project will contribute to the improvement of food hygiene and the development of the poultry sector in Côte d'Ivoire.

Key words: poultry farming, quail farming, quail eggs, Côte d'Ivoire.