



**Centre Africain d'études
Supérieures en Gestion**



**MBA in Banking and Finance
Mastère en Banque et Finance**

**Promotion 17
(2017-2018)**

PROJET PROFESSIONNEL

THEME

**CRÉATION D'UNE UNITE DE TRANSFORMATION DES
NOIX DE PALME EN HUILE DE PALME RAFFINÉE AU
TOGO(DZOLO) : « PALMIER SILOÉ SARL »**

Présenté par :

Kossi Elolo AHLIDJA

Dirigé par :

M. Gildas Essohouna MOUKPE

Enseignant associé au CESAG

Juin 2018

Dédicace

Je rends grâce à Dieu le tout puissant, pour sa présence infailible à mes côtés tout au long de cette formation.

Je dédie ce travail à mes chers parents : mon père AHLIDJA Komla Amékandu pour son soutien financier et moral, et à ma maman TSETSE kafui pour ses conseils.

Ce travail est également dédié à mes frères, AHLIDJA Yao Edem et AHLIDJA Kossi Nyawoudji qui ont contribué à l'achèvement de ma formation.

Remerciements

Je tiens à remercier sincèrement Monsieur Gildas Essohouna MOUKPE pour avoir accepté d'encadrer ce travail.

Mes sincères remerciements vont également à Monsieur Alassane OUATTARA qui malgré son indisponibilité, a toujours eu un temps pour me recevoir et écouter mes préoccupations.

Je remercie le personnel chargé de la gestion du programme Master Banque et Finance(PMBF), particulièrement Monsieur Ababacar SECK coordonnateur du projet et à madame Chantal OUEDRAOGO assistante du programme pour leur abnégation à l'évolution dudit programme.

Je tiens à remercier tous mes camarades de promotion avec qui j'ai passé de difficiles comme de bons moments.

CFISAG - BIBLIOTHEQUE

Sigles et Acronymes

BCEAO : Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest

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

FMI : Fonds Monétaire International

FUCEC : Faîtière des Unités Coopératives de l'Épargne et du Crédit

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique

OMS : Organisation Mondiale pour la Santé

PASA : Projet d'Appui au Service Agricole

PIB : Produit Intérieur Brut

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Résumé du projet

Fiche synoptique du projet	
Intitulé du projet	Transformation des noix de palme en huile de palme raffinée au Togo(Dzolo) : « PALMER SILOÉ SARL ».
Forme juridique	Société Anonyme à Responsabilité Limité (SARL) au Capital de 2 000 000 FCFA
Localisation	TOGO – Dzolo
Promoteur	Kossi Elolo AHLIDJA
Coût du Projet	112 576 800 FCFA
	Dépenses d'investissement 27 264 800 FCFA
	Dépenses de fonctionnement 85 312 000 FCFA
Modalités de financement	Apport du promoteur (15%): 16 886 800 FCFA
	financement participatif (85%) : 95 690 280 FCFA
Taux de rentabilité du projet	70 %
Nombre d'emplois créés	17

Abstract

Synoptic sheet	
Titled	Palm nuts turned into red oil in Togo (Dzolo): « PALMER SILOÉ SARL ».
Legal status	Limited liability company with 2 000 000 FCFA as capital
Localization	TOGO – Dzolo
Promoter	Kossi Elolo AHLIDJA
Cost of project	112 576 800 FCFA
	investment expenditures 27 264 800 FCFA
	Functional expenditures 85 312 000FCFA
Financing mode	Contribution of promoter (15%): 16 886 800 FCFA
	Crowdfunding (85%) : 95 690 280 FCFA
Profitability rate of project	70 %
Job created	17

Liste des figures

Figure 1 : Forces concurrentielles de PORTER	10
Figure 2 : Schéma technique de production	20
Figure 3 : Schéma illustrant une mini-huilerie	23
Figure 4 : Organigramme de l'entreprise	29

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Liste des Tableaux

Tableau 1 : Etat de production d'huile de palme au Togo	12
Tableau 2 : Demande potentielle.....	15
Tableau 3 : Analyse SWOT liée à la réalisation du projet	15
Tableau 4 : Evaluation des équipements techniques	23
Tableau 5 : Effectifs et compétence de démarrage.....	29
Tableau 6 : Modalité de financement	33
Tableau 7 : Bilan simplifié du projet montrant les investissements.....	34
Tableau 8 : Frais généraux de constitution.....	35
Tableau 9 : Récapitulatif du besoin en fonds de roulement	38
Tableau 10 : Prix fixes et les recettes dégagées par le projet.....	39
.....	39
Tableau 11 : Charges d'exploitation	39
Tableau 12 : Charges d'exploitation	40
Tableau 13 : Compte d'exploitation.....	40
Tableau 14 : flux financiers.....	42
Tableau 15 : Planning des activités	46

Liste des annexes

Annexe 1 : Bilan simplifié du projet montrant les investissements	52
Annexe 2 : Tableau d'amortissement des immobilisations sur 5 ans (en millions de FCFA) .	53
Annexe 3 : Structure des coûts de production.....	54
Annexe 4 : Tableau des frais de personnel.....	55
Annexe 5 : Tableau des frais généraux.....	56
Annexe 6 : Récapitulatif du besoin en fonds de roulement.....	57
Annexe 7 : Compte de résultat prévisionnel	58
Annexe 8 : Tableau des flux de trésorerie.....	59
Annexe 9 : Cartographie du TOGO	60
Annexe 10 : Observation d'une mini huilerie villageoise.....	61

Sommaire

Dédicace	i
Remerciements	ii
Sigles et Acronymes	iii
Résumé du projet.....	iv
Abstract	iv
Liste des figures	v
Liste des Tableaux.....	vi
Liste des annexes.....	vii
Sommaire	viii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
Chapitre 1 : PRESENTATION DE PROJET ET ETUDE DE MARCHE	6
1.1. Etude de marché ou des besoins.....	6
1.2. Présentation du promoteur	16
Chapitre 2 : ETUDE DE LA FAISABILITE TECHNIQUE ET MARKETING DU PROJET PALMIER SILOE	19
2.1. Propositions techniques et juridiques du projet.....	19
2.2. Proposition stratégique, marketing et organisationnelle	24
Chapitre 3 : ETUDE FINANCIERE ET ECONOMIQUE DU PROJET	33
3.1. Coût du projet et étude financière	33

3.2. Etude économique et risque du projet PALMIER SILOE	44
3.3. Plan d'action et planning des activités	46
CONCLUSION GENERALE	47
BIBLIOGRAPHIE	49
ANNEXES	51
TABLES DE MATIERES	62

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CESAG - BIBLIOTHEQUE

INTRODUCTION GENERALE

1. Contexte Général

L'économie togolaise affiche des résultats relativement solides. Le taux de croissance du PIB au cours des cinq dernières années s'est établi en moyenne à 5,5 %, soit un niveau supérieur à celui de la plupart des pays d'Afrique subsaharienne. Bien que le Togo ait été exposé à des chocs négatifs, avec d'une part, la baisse des prix des matières premières qui a affecté ses principaux produits d'exportation (phosphates et clinker notamment) et, d'autre part, les répercussions du ralentissement de l'économie nigériane, le gouvernement a entrepris un programme d'investissement public ambitieux qui a permis, en 2015/16, de soutenir la demande globale. La croissance économique a été principalement portée par la commande publique, ainsi que par la production agricole, les industries extractives et les échanges. Le secteur agricole, qui représente près de 40 % du PIB du pays et fournit plus de 60 % des emplois, a bénéficié ces dernières années de bonnes conditions météorologiques. L'inflation reste maîtrisée, à 0,9 % en moyenne en 2016, grâce à la politique monétaire prudente menée par la Banque centrale des États de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) et au faible niveau des prix alimentaires.

2. Problématique et justification du projet

Les noix de palme servent à la préparation des sauces, de l'huile de palme et de palmiste. La sève est utilisée pour la préparation du vin de palme et de l'alcool "sodabi".

Les coques de palmiste servent comme énergie dans les préparations culinaires, les cendres qui en résultent servent à la préparation de la potasse également utilisée en cuisine mais aussi pour la saponification dans la préparation des savons indigènes. Les feuilles servent à la fabrication des balais et des rameaux, les branches sont utilisées pour la confection des claies, des paniers, le tronc, divisé, est utilisé pour la construction des maisons et les racines sont utilisées dans la pharmacopée...

Le palmier à huile joue donc un rôle important dans l'économie paysanne dans la mesure où cette culture contribue, d'une part, à satisfaire les besoins domestiques des paysans-planteurs et d'autre part, à assurer à ces derniers des revenus monétaires supplémentaires provenant de la vente d'une partie des produits dérivés des palmiers à huile.

L'exploitation des noix de palme, reste toujours à l'étape embryonnaire du fait de l'utilisation des moyens traditionnels. L'utilisation des moyens rudimentaires dans l'exploitation et la

transformation des noix de palmes, entraîne une production insuffisante d'huile rouge raffinée, pour conséquence on assiste à une pénurie de palme à la consommation nationale.

Cette situation est un manque à gagner pour l'économie nationale et les populations. Dès lors il y'a possibilité d'accroître le niveau de la production pour faire face à la demande nationale et internationale en huile de palme raffinée conformément aux dispositions sanitaires, nous avons donc décidé d'initier un produit qui substituera la production traditionnelle et contribuer significativement à la valorisation économique et à la création de valeur ajoutée du pays.

D'après les dernières informations de l'Organisation Mondiale pour la Santé (OMS)¹, il est noté que l'huile de palme traditionnelle regorge d'un taux élevé de cholestérol, ce qui nuit à la santé des consommateurs, et sur ce, l'OMS initie un traitement particulier des huiles d'où la nécessité d'un traitement industriel permettant une prise en compte des recommandations sanitaires voulues par les autorités.

En outre, au-delà des questions sanitaires la construction d'une économie endogène, portée par les nationaux reste l'un des piliers fondamentaux de l'énergie économique consignée dans la stratégie nationale de développement. Il est donc demandé aux jeunes d'investir suffisamment dans le secteur agricole que ce soit en produits de rente comme en produits céréaliers pour accompagner cette volatilité politique.

En tant que jeune, notre responsabilité se trouve engagée et c'est dans ce cadre que nous avons décidé de réfléchir sur « la faisabilité de la création d'une unité de transformation industrielle des noix de palme en huile de palme raffinée »

3. Objectif du projet

3.1. Objectif général du projet

L'objectif général du projet est de faire une étude de faisabilité de la création d'une unité de transformation des noix de palme en huile rouge raffinée au Togo.

¹ Publié le 18 juillet 2012 par vivre sans huile de palme. Titre : huile de palme et santé. : <http://vivesanshuiledepalme.blogspot.com/2016/07/lhuile-de-palme-cancerigene-prouve.html>

3.2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques sont de:

- mener une étude de marché pour apprécier la faisabilité commerciale du projet ;
- faire un montage technique et marketing du projet pour apprécier la faisabilité technique ;
- examiner la faisabilité financière du projet ;
- d'apprécier les contributions économiques, sociales du projet ;

4. Intérêt de l'étude

Ce projet représentera un énorme intérêt pour :

- la population togolaise puisqu'elle permettra de réduire du moins les insuffisances en huile rouge pour la population. Il permettra aux commerçants togolais de disposer non seulement d'une bonne qualité d'huile mais aussi de minimiser les coûts, créer des emplois, et réduire les risques de contaminations sanitaires liés aux méthodes traditionnelles utilisées ;
- Le CESAG, le projet va contribuer à la réalisation de sa vision qui est la promotion de l'entrepreneuriat auprès des étudiants comme un moyen privilégié d'insertion professionnelle ;
- Nous-mêmes, ce projet représente un développement d'esprit d'entrepreneuriat et un élan vers encore plus de projets à réaliser ;

5. Méthodologie

La méthodologie suivante a été retenue pour la conception du projet :

- une revue de littérature afin de cerner les différents aspects de la conception d'une unité de transformation en huile de palme ;
- élaborer un guide d'entretien ;
- analyser les résultats ;
- des visites d'observation (prise de contact physique) des différents groupements spécialisés dans la production et la vente de l'huile de palme ;

6. Plan à adopter

Notre projet professionnel présente hormis l'introduction et la conclusion trois (3) chapitres :

- le premier chapitre portera sur une étude du marché ou des besoins ressentis ;
- dans le deuxième chapitre nous aurons à faire une étude technique et marketing du projet ;
- dans le troisième chapitre nous ferons une évaluation financière du projet c'est-à-dire dégager la ressource financière adaptée à la réalisation du projet ;

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Chapitre 1 : PRESENTATION DE PROJET ET ETUDE DE MARCHE

Dans ce chapitre, nous allons présenter la filière à travers les défis et les enjeux de la production des huiles de palme dans l'économie togolaise dans une première partie. Dans une deuxième partie, nous présenterons la filière au Togo à travers les chaînes de valeurs ainsi que les acteurs intervenant. S'agissant de la troisième partie, nous analyserons l'offre et la demande.

1.1. Etude de marché ou des besoins

1.1.1. Analyse du secteur environnemental

1.1.1.1. Environnement macroéconomique

1.1.1.1.1. Présentation de la situation économique du pays

Sous le double effet des tensions politiques et des mesures d'assainissement budgétaire, l'économie togolaise a marqué le pas en 2017, à 4,4 % selon les estimations, contre 5,1 % en 2016. Le taux de croissance démographique reste à 2.42%.

Le pays doit ce résultat en grande partie aux performances du secteur agricole, qui représente près de 40 % du PIB et fournit plus de 60 % des emplois. Des précipitations suffisantes, l'introduction de nouvelles techniques de culture et la distribution de semences améliorées aux agriculteurs pauvres expliquent la bonne tenue de ce secteur. Les activités de construction ont en revanche souffert de la baisse des dépenses publiques d'investissement tandis que les tensions politiques ont retenti sur le commerce privé. Les industries extractives et le secteur des échanges contribuent également à l'économie nationale.

L'inflation reste maîtrisée, à 0,7 % en moyenne en 2017, grâce à la politique monétaire prudente menée par les membres de la BCEAO et au faible niveau des prix alimentaires. Le déficit des transactions extérieures courantes a baissé de 11,1 % du PIB en 2015 à 9,6 % en 2016 et à 8,2 % en 2017, sous l'effet d'une chute des importations et d'une augmentation des exportations. Mais le déficit public reste important, en raison du manque de diversification de l'économie togolaise. Il a été financé par des emprunts publics non concessionnels auprès de banques locales et par les investissements directs étrangers. Avec la prolongation du mécanisme élargi de crédit du FMI approuvé en mai 2017 pour restaurer la viabilité des finances publiques tout en préservant les secteurs sociaux, le gouvernement a engagé un programme d'assainissement budgétaire qui a permis de ramener le ratio de la dette publique au PIB d'un taux record de 81,6

% en 2016 à 78,6 % en 2017. Le déficit budgétaire, qui ressortait à 9,6 % du PIB en 2016, s'est amélioré, pour atteindre 0,5 % en 2017.²

1.1.1.1.2. Présentation de la situation ou cadre institutionnel d'accompagnement du secteur agricole au Togo

Le secteur agricole au Togo bénéficie d'énorme investissement de la part de l'état et surtout des partenaires de développement. Dans cette lancée pour l'année 2017, 600 milliards de franc CFA ont été déboursés par le programme national d'investissement et de la sécurité alimentaire. Ainsi donc selon les statistiques faites sur les cinq années dernières, le secteur agricole a enregistré des excédents alimentaires. Au Togo, on assiste à de différentes cultures telles que : le maïs, le mil, le coton, le café, le soja, le sorgho, les noix de palme etc. Mais les plus prisées sont le maïs, le soja, le coton et la noix de palme. Suite à une forte demande de la population, au fil du temps, des entreprises agroalimentaires ont vu le jour sur le territoire, à l'instar du projet d'appui au secteur agricole (PASA), spécialisée dans la transformation de la noix de palme en huile rouge. En bref le secteur agroalimentaire est à sa période de croissance et des efforts restent à faire.

Le secteur Agroalimentaire est menacé par la non-mécanisation, et le changement climatique dont sont victimes les agriculteurs. Bien que l'état multiplie ses efforts à rendre le secteur évolutif, des insuffisances restent à corriger. ces insuffisances se relèvent par une négligence de suivi et d'accompagnement des agriculteurs par des formations et la mise à leur dispositions des moyens adéquats à atteindre les objectifs fixés pour promouvoir le secteur agricole .

Environ 60% du secteur agricole n'ont pas accès aux outils et aident de la part de l'Etat .La plupart des financements vont aux personnes qui disposent déjà des moyens suffisants pour accroître leur production, du coup les vrais nécessiteux sont abandonnés, or cette majorité du secteur laissée à eux-mêmes représentent la partie qui survienne le plus aux exigences de la population locale.³

² <http://www.banquemondiale.org/fr/country/togo/overview>.

³ <http://www.rfi.fr/emission/20170319-togo-agriculture-defis-secteur-agricole-investissements-developpement>.

1.1.1.1.3. Présentation de la situation agricole des noix de palme du pays et des circuits de collectes

Le palmier à huile (éléis) est une "plante miracle" dont tous les produits sont utilisés par les ménages. La palmeraie naturelle togolaise est composée essentiellement de l'espèce " *Elaeis dura* " à coque ayant plus de 2 mm d'épaisseur. C'est une plante héliophile, très exigeante à l'égard de la température, la pluviométrie et l'ensoleillement. Les conditions optimales sont 26°C, une pluviométrie annuelle de 7800 à 2000 mm, une humidité de plus de 75% et une durée d'ensoleillement de 2000 heures/an avec des sols profonds, perméables, propice à la rétention d'eau. Ces données expliquent l'irrégularité de la répartition de cette plante au Togo.

La palmeraie naturelle togolaise présente les aspects les plus divers suivant son lieu d'implantation. Au sud du pays on trouve des palmeraies exploitées à de très multiples fins (huile, vin, alcool, etc.). Au Nord la palmeraie n'est exploitée que très partiellement. Les plantes sont également mal soignées (les feuilles de palme même très jeunes sont coupées de façon abusive) et les palmiers n'entrent en production que vers la dixième année. La densité des palmiers naturels est très variable selon les régions (140 à 200 palmiers/ha). Un palmier adulte peut donner 9 à 11 régimes de 3 à 8 Kg en moyenne/an. La teneur en huile des fruits sur régime peut varier de 8 à 11% avec 5 à 8% de palmiste.

La production nationale est estimée à plus de 130.000 tonnes/an. Sur une superficie totale de 600.000 ha de palmeraie naturelle, 70% se trouvent au sud dans les régions maritimes et des plateaux. Dans le nord du pays la principale concentration se trouve dans la région de la Kara et plus précisément dans la préfecture de Doufelgou.

Le palmier à huile joue donc un rôle important dans l'économie paysanne dans la mesure où cette culture contribue, d'une part, à satisfaire les besoins domestiques des paysans-planteurs et d'autre part, à assurer à ces derniers des revenus monétaires supplémentaires provenant de la vente d'une partie des produits dérivés des palmiers à huile. La palmeraie naturelle restée "parent pauvre" assure encore l'essentiel de la production de régimes de palmes 90% contre 10% pour la palmeraie sélectionnée. La palmeraie naturelle, en raison de l'étendue très limitée des zones propices au développement de la palmeraie sélectionnée, risque d'être la principale source d'approvisionnement du pays en régimes de palme. Mais elle demeure surtout une culture de rente importante pour le paysan malgré son caractère de "produit de cueillette" avec des rendements faibles (1,5 à 2,5 tonnes/ha contre 7 tonnes/ha pour la palmeraie sélectionnée).

Les contraintes au développement de la palmeraie naturelle sont nombreuses. L'analyse de la situation actuelle de la palmeraie naturelle fait apparaître des contraintes qui entravent leur développement, notamment : l'âge des plantations, les techniques culturales, les abattages et incendies, le manque d'encadrement et de vulgarisation, l'écologie de la plante, la concurrence des autres plantes, la transformation etc.⁴

1.1.2. Analyse de la concurrence

1.1.2.1. Présentation des acteurs importants de la filière

Il existe plusieurs acteurs dans la filière qui concourent à la bonne marche de cette dernière. Chacun de ces acteurs joue un rôle capital et assure une fonction particulière.

- Les fournisseurs intrants

Les fournisseurs intrants constituent un pilier extrêmement important du fait de leur position stratégique dans la chaîne de valeur. Ils approvisionneront directement notre site en matières premières (noix de palmes) nécessaires à l'obtention du produit final (huile de palme).

- Les vendeurs de matériels

Pour débiter notre activité, tous nos matériels nécessaires à la transformation seront importés. Il s'agit donc du cuiseur, la presse, le clarificateur, le concasseur ... Mais nos matériels secondaires constituant des accessoires aux matériels importés feront l'objet d'achat auprès de nos vendeurs locaux.

- Les producteurs

Nous présentons nos producteurs ici, comme des personnes ayant une expérience conséquente dans le processus de transformation des noix de palmes en huile rouge, et donc pour ce faire, leur importance capitale pour la filière et l'évolution de nos activités dans toute sa dimension de production.

- Les intermédiaires

⁴ <http://base.d-p-h.info/fr/fiches/premierdph/fiche-premierdph-4739.html>.

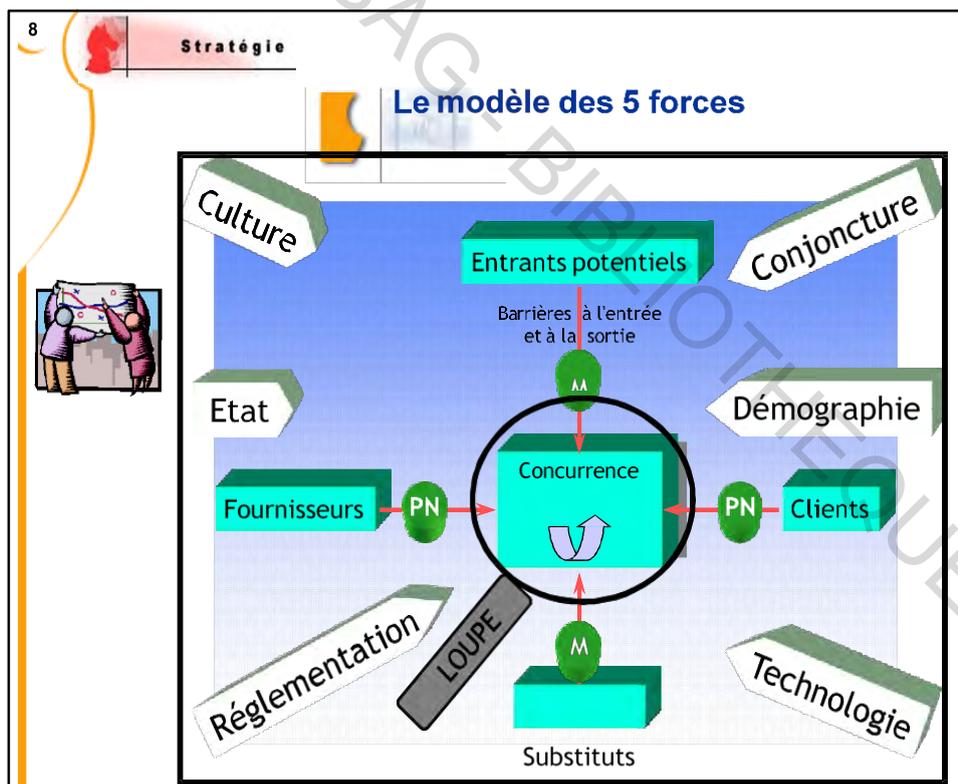
Auteur : Markoua DADJO, publié le 02 /1999 ; titre : la palmeraie naturelle au Togo, un potentiel inexploité.

Parmi toute notre clientèle, ils occupent une position particulière, car ils constituent un canal d'écoulement important de nos produits à hauteur de 60%.

1.1.2.2. Etat de la concurrence

Le modèle des 5 forces de Porter représente l'environnement concurrentiel de la firme. Il s'agit d'une veille pour éviter de mettre l'avantage concurrentiel en danger et d'assurer la rentabilité des produits à long terme. Pour l'entreprise, cette vision est importante car elle est en mesure d'orienter ses innovations en termes de choix de stratégies et d'investissements. La rentabilité des activités au sein de la structure industrielle dépend des forces suivantes : intensité de la concurrence entre entreprises du secteur, menace de nouveaux entrants, menace de produits de substitution, pouvoir de négociation des clients et le pouvoir de négociation des fournisseurs.

Figure 1 : Forces concurrentielles de PORTER



1.1.2.3. Intensité concurrentielle, menace entrant

Il n'y a pas de véritables concurrents producteurs dans le secteur, en effet selon nos enquêtes comme exemple dans toute la préfecture d'AVE, il n'y a qu'un seul producteur d'huile de palme dans toute la préfecture utilisant les moyens mécanisés à l'instar de « AVE PALM ». Le reste des producteurs dans les alentours de la capitale et de la préfecture d'AVE n'utilisent que les

méthodes traditionnelles .Ils produisent 5% des huiles de palme destinées à la consommation. Nous pouvons affirmer que nous ne disposons pas de concurrents directs.

Concernant l'importation, il faut noter que le prix de vente lié à la vente est le même que celui proposé sur le marché local, donc à ce niveau aussi il n'y a pas de concurrence en tant que tel. S'il existait une concurrence ce ne sera qu'au niveau de la qualité.

1.1.2.4. Le pouvoir négociation des fournisseurs

Nous disposons de plusieurs fournisseurs pouvant nous approvisionner en matières premières. Ces fournisseurs sont généralement des paysan-commerçants ; Ce qui fait que le pouvoir de négociation n'est pas concentré dans les mains de quelques groupes de fournisseurs pouvant donc rendre le pouvoir de négociation forte. En résumé, le pouvoir de négociation est très faible et cela est très bénéfique pour la bonne marche de notre activité.

1.1.2.5. Pouvoir de négociation des clients

Le niveau de la production d'huile de palme est toujours à l'étape embryonnaire. Ceci est dû aux difficultés rencontrées dans la production et la conservation des huiles de palme, faute de connaissance dans les processus de productions et de conservations. Cette situation oblige la population à vouloir consommer les huiles importées dont la qualité reste à désirer compte tenu de la durée de stockage et de transport.

Notre projet se focalisera sur l'aspect qualité pour répondre aux exigences de certaines catégories de cibles (les bars et restaurants, qui sont les grands consommateurs d'huile de palme).Face donc à une concurrence intra sectorielle très faible, nous allons profiter de cet avantage de pouvoir de négociation qui reste forte afin de rentabiliser.

1.1.3. Analyse de l'offre et de la demande

1.1.3.1. Analyse de l'offre

La production de l'huile de palme au TOGO est à un stade d'abandon. Cette situation s'explique par une non mécanisation de la production, et une négligence des autorités compétentes dans le secteur de l'huilerie. Pour ce faire, les quantités des produits commercialisées sont difficiles à évaluer et les statistiques dans le domaine ne sont pas trop fréquentes. De façon exhaustive, l'offre dans le domaine de production d'huile rouge se répartit comme suit :

- l'offre extérieure ou importation
- l'offre nationale ou locale

1.1.3.1.1. Importation de l'huile rouge

Selon les estimations du ministère de l'agriculture du Togo, le Togo importe 18000 tonnes /an d'huile rouge ce qui équivaut à 18 milliards de Franc CFA Par an, puisque le prix unitaire est fixé à 1000fcfa/litre.⁵

1.1.3.1.2. La production locale d'huile rouge

Avec la croissance démographique galopante, et la montée du taux de personnes atteintes de la tension artérielle, la population togolaise s'écarte des huiles exportées pour se rattacher à la consommation d'huiles locales jugées plus saine au vu des consommateurs. Ces dernières années, compte tenu d'une forte demande, l'offre reste inférieure. Le niveau de production est donc faible. Sur la base des données de la FAO, la production est estimée en moyenne à 9000 tonnes soit 9 milliards de francs CFA.

Tableau 1 : Etat de production d'huile de palme au Togo

Années	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Offres (tonnes)	7000	7000	7000	7000	7800	8200	8800	8800	9000	9000

Sources : FAO, 2016.

Ce tableau nous montre l'évolution de la production de l'huile de palme au TOGO ; les informations dont nous disposons montrent que de 2004 à 2007, la production était de 7000 tonnes, en 2008 on note une croissance de 800 tonnes soit 7800 tonnes de production réalisée .L'évolution s'en suit de 8200 tonnes à 9000 tonnes de 2009 à 2013.

⁵ <http://www.republicoftogo.com/Toutes-les-rubriques/Economie/Le-Togo-pourra-exporter-son-huile-de-palme>.

1.1.3.2. Analyse de la demande

1.1.3.2.1. Habitude de la consommation des ménages et appréciation de la préférence

Le marché togolais est un marché, complexe compte tenu de nos cultures et la tendance de toujours relativiser toutes nos activités à nos valeurs d'origines. C'est dans ce même cadre que les consommateurs accordent plus d'importance à la consommation des huiles locales à l'instar de l'huile de palme au détriment des huiles importées depuis l'outre-mer. Dans cette optique, nos investigations ont montré que les consommateurs apprécient en teneur l'huile de palme traditionnelle, car elle est mieux adaptée aux plats locaux et surtout la consommation donne une sensation de retour aux sources.

1.1.3.2.2. La Perception des consommateurs par rapport à l'huile de palme raffinée et l'huile de palme traditionnelle.

D'après nos investigations menées au grand marché de Lomé, au grand marché d'Adawlato, et au marché d'Adidogomé, nous nous sommes rapprochés des consommateurs à savoir leur point de vue sur l'huile traditionnellement faite et l'huile de palme raffinée. Les consommateurs ont répondu favorablement en nous faisant part de leur méfiance face aux produits industriels. Ils ont développé des arguments que, les produits industriels renferment une quantité importante de produits chimiques, dans les perspectives de conservation ; ceci leur donne des maladies parfois dont les origines sont ignorées. Par contre, l'huile traditionnelle renferme des vertus contribuant au renforcement du système immunitaire.

1.1.3.2.3. Attente des consommateurs

L'attente des consommateurs face à la mécanisation de l'huile de palme, est de procurer, non seulement un produit fini à prix abordable, mais aussi répondant aux mêmes caractéristiques en matière de lourdeur tout comme l'huile traditionnelle et à taux réduit d'acide gras que la méthode traditionnelle n'arrive pas à maîtriser. Bref un produit mécanisé mais 100% naturel.

1.1.3.2.4. Problèmes relevés par les consommateurs dans la consommation de l'huile de palme traditionnelle.

D'après nos investigations, les consommateurs se sont plaints du taux d'acide gras (51%) que renferme l'huile de palme. Ils ont mentionné que cette teneur en acide gras est aujourd'hui

responsable des maladies cardiovasculaires et tensions artérielles dont est victime la population jeune comme âgée. Par conséquent, leur attente est de voir une production mécanisée leur fournissant une huile de même teneur comme l'huile traditionnelle mais à un taux d'acide gras très faible.

1.1.3.2.5. Circuits d'apport des consommateurs.

Les consommateurs relèvent qu'ils ont l'habitude de s'approvisionner auprès des groupements des femmes producteurs d'huile, au marché auprès des revendeuses, et surtout auprès des boutiquiers du quartier et des femmes revendeuses des condiments dans le quartier destiné à la consommation familiale.

1.1.3.2.6. Analyse potentielle de la demande

Avec une population estimée à 7 600 000 d'habitants et un taux de croissance de 2.42% en 2016, la demande en consommation d'huile rouge ne cesse de croître, suite au changement du niveau de vie de la population, et du changement des habitudes alimentaires.

La demande est essentiellement composée de la demande nationale et exportatrice. La demande au niveau nationale est donc assimilée à la consommation nationale. Nous allons nous focaliser sur la consommation nationale, en espérant fournir nos produits dans des hôtels, des bars, des restaurants, des supermarchés et à des ménages.

Estimation de la demande potentielle d'huile rouge

En 2016, la population urbaine a atteint 2.8 millions d'habitants (OCDE, PNUD, 2016), au prix de 1000 FCFA presque 27% (nos sources) pour le début de notre entrée sur le marché, peuvent avoir accès à notre produit. La maîtrise de nos coups et des techniques améliorées utilisées (mécanisation) permettent de ramener le prix à 975fcfa au lieu de 1000fcfa, dans ce cas le pourcentage de nos consommateurs pourraient passer de 27 à 30%, soit le nombre de consommateurs estimés(N) en 2018 donc à :

$$\begin{aligned} N &= 2\,133\,579 * 0.3 \\ &= 640\,074 \end{aligned}$$

D'après nos sources, la consommation d'huile rouge par personne et par année pour la ville de Lomé est estimée à six(6) litres en moyenne par an. En considérant que le prix d'un litre d'huile peut descendre à 975 FCFA, la consommation par ménage pourrait atteindre six(6).

Ainsi la demande potentielle est de 384 000 litres, ce qui équivaut à 384 tonnes.

Tableau 2 : Demande potentielle

Nombres de consommateurs estimés(1)	640 074
Consommation annuelle d'huile rouge par ménage(2)	0.59
Demande potentielle d'huile rouge (2994264*0.59) en tonnes	384 tonnes

1.1.3.3. Synthèse de l'analyse du secteur

Suite à nos diverses analyses nous allons à présent tout synthétiser par la matrice SWOT (forces, opportunités, faiblesses, et menaces)

Tableau 3 : Analyse SWOT liée à la réalisation du projet

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Formation en management du promoteur - Terrain nu disponible pour l'implémentation du projet ; - Des personnes ressources qualifiées disponibles ; - La volonté du promoteur à réussir le projet - Les conditions climatiques favorables à la conservation des huiles ; - Le positionnement du lieu de production par rapport à la capitale du pays ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Le promoteur ne dispose pas encore de la totalité du financement ; - Retard par rapport aux fournisseurs de noix de palme déjà disponible ;
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Mesures règlementaires en faveur du projet ; - Croissance démographique de 2.42% ; - Politique d'accompagnement du secteur ; - Disponibilité des ressources premières ; - Existence de canaux de commercialisation ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Difficultés dans la levée des fonds ; - Les importations d'huiles dans le pays ;

Source : nos sources

1.2. Présentation du promoteur

Un projet de création d'une entreprise requiert un ensemble d'attitude et aptitude dont doit faire preuve le promoteur. L'essentiel est d'avoir une vision et une mission spécifique.

Ce n'est seulement que dans cette perspective que le promoteur peut présenter son projet afin de témoigner de son expérience, de ses forces mais aussi de ses faiblesses.

1.2.1. Genèse et motivations

L'idée de création d'une unité de production a commencé lorsque nous étions stagiaires à la FUCEC Togo en qualité d'analyste crédit. Le fait de communiquer chaque fois avec la clientèle sur leur mode de financement, dans le processus d'octroi de crédit, nous avons remarqué que l'activité était très rentable ; non seulement elle est rentable mais la concurrence intersectorielle est presque inexistante. Dans la perspective de contribuer à la réduction de la pauvreté, et à la promotion de ma carrière compte tenu de l'insertion professionnelle dont souffre les jeunes diplômés, nous avons jugé de nous lancer tôt afin de conquérir le marché et devenir leader dans le futur.

1.2.2. Expérience du promoteur

Promoteur principal avec 15 % de capital propre, et 85% de financement participatif de la part de la famille, Monsieur AHLIDJA Kossi Elolo est porteur d'un projet de création d'une unité de transformation des noix de palme en huile rouge. Né le 15 décembre 1991 à Agu-Nyogbo au Togo, il commença ses études primaires à Bassar à l'école primaire publique de kpankissi (Bassar) en 1997 ; il obtint son certificat d'étude primaire et secondaire (CEPD) à Tsévié en 2002 ; il poursuivit ses études secondaires à Notsè où il obtint en 2006 son BEPC ; En 2011, il fit ses études à Lomé où il réussit à son examen de baccalauréat série D au collège protestant de Lomé-Tokoin.

En 2012, il poursuivit ses études universitaires à Ouagadougou où il obtint en 2015 une licence en gestion option sciences des techniques comptables et financières. De 2016-2017, il obtint un MBA1 en investissement et gouvernance des entreprises au Sénégal à l'ISM ; actuellement il termine sa formation en Banque et finance option gestion bancaire et maîtrise des risques au CESAG ;

Monsieur AHLIDJA Kossi Elolo a travaillé à la Direction de l'enseignement protestant en qualité de chargé de la sécurité sociale du personnel et assistant administratif et financier.

1.2.3. Exigences personnelles de réussite du projet

1.2.3.1. Objet et nature du projet

Ce projet consiste à installer une entreprise de transformation des noix de palme en huile rouge afin de contribuer à la réduction de la pauvreté par la création des emplois et lutter contre la dépendance du pays vis-à-vis du marché extérieur et contribuer à la croissance économique du Togo.

1.2.3.2. Dénomination sociale

Ce projet portera le nom de « PALMIER SILOE ». Elle aura pour forme juridique « société Anonyme à responsabilité limitée (S.A.R.L) ». Sa dénomination sociale sera donc « PALMIER SILOE »

1.2.3.3. Localisation

Ce projet sera installé à Dzolo, une localité située à 53 km de Lomé, elle est reliée à la capitale par une voie bitumée. Ce choix est motivé par :

- la disponibilité d'un terrain (apport du promoteur) ;
- les conditions climatiques favorables ;
- une possibilité rapide d'expansion de nos activités ;
- la main d'œuvre moins coûteuse ;

1.2.3.4. Produit

Pour la phase projet, « PALMIER SILOE » proposera aux consommateurs justement que de l'huile rouge.

1.2.3.5. Equipement

Pour une chaîne de production et un logistique à la hauteur, le projet sera équipé de matériels de productions allant de la transformation aux produits finis, des matériels informatiques et de bureau et logistiques.

1.2.3.6. Planning de réalisation

La réalisation du projet se fera en 11 mois :

- Aménagement du local : 5 mois
- Les procédures administratives : 2 mois
- Commande et approvisionnement des matières premières : 2 mois
- Mobilisation des ressources humaines : 1 mois
- Imprévus : 1 mois

1.2.3.7. Le personnel

Compte tenu de la délicatesse des activités, les personnels à recruter doivent avoir des expériences accrues et des compétences remarquables.

1.2.3.8. La structure de gestion

La qualité, le dynamisme et les compétences du promoteur en matière de gestion seront des facteurs clés de réussite de ce projet ; Pour ce faire, l'organisation et le fonctionnement du projet dépendront des trois éléments qui suivent : Les ressources humaines, matérielles, et financières.

Chapitre 2 : ETUDE DE LA FAISABILITE TECHNIQUE ET MARKETING DU PROJET PALMIER SILOE

Sur la base de l'étude menée précédemment, ce chapitre définira le montage technique du projet, le processus technique de production de l'huile de palme raffinée ainsi que le matériel technique. Nous aurons à dégager les stratégies marketing afin de segmenter notre clientèle, de cibler les clientèles segmentées puis en dernier positionner notre produit dans l'esprit du consommateur. Enfin, le chapitre définira l'organisation et les ressources humaines nécessaires retenus pour rendre fonctionnel le projet.

2.1. Propositions techniques et juridiques du projet

2.1.1. Dossier juridique

Dans le cadre de la formalisation de notre projet, nous avons opté pour la création d'une société anonyme à responsabilité limitée (SARL) dont les règles de fonctionnement et de constitution sont édictées par l'OHADA. Les raisons pour avoir choisi cette forme de société commerciale se résume comme suit:

- Capital social pas trop importante ;
- La protection du patrimoine du promoteur en cas de faillite de l'entreprise ;
- La gestion de la structure peut être faite par plusieurs personnes ;
- Obtenir une crédibilité auprès des institutions financières de la place ;

La société aura pour objet de produire et de vendre des huiles de palme raffinées.

La société a pour dénomination « PALMIER SILOE ».

Cette dénomination doit figurer sur tous les documents et actes issues de la société et sera donc destinée aux tiers suivi de la forme de la société, du montant du capital social, et de la mention de son immatriculation au registre de commerce et de crédit immobilier (RCCM).

Le siège social de la société sera donc installé à DZOLO (dans la préfecture d'AVE à 53 km de la capital Lomé). La durée de vie de la société est 99 ans, à compter de sa date d'immatriculation au registre de commerce, sauf prorogation ou dissolution anticipée.

Le capital social du projet s'élève à deux (2) millions partagé en part sociale de 5000 FCFA subdivisées entre les associés selon leur apport.

Les parts sociales doivent être souscrites en totalité par les associés. Elles doivent être intégralement libérées. Les parts représentant des apports en numéraire sont libérées lors de la souscription du capital de la moitié (1 /2) au moins de leur valeur nominale. La libération du surplus intervient en une ou plusieurs fois dans un délai de deux (2) ans à compter de l'immatriculation de la société au registre du commerce et du crédit mobilier, selon les modalités définies par les statuts.

Dès la constitution de la société, les apports en nature doivent être intégralement libérés par les associés.

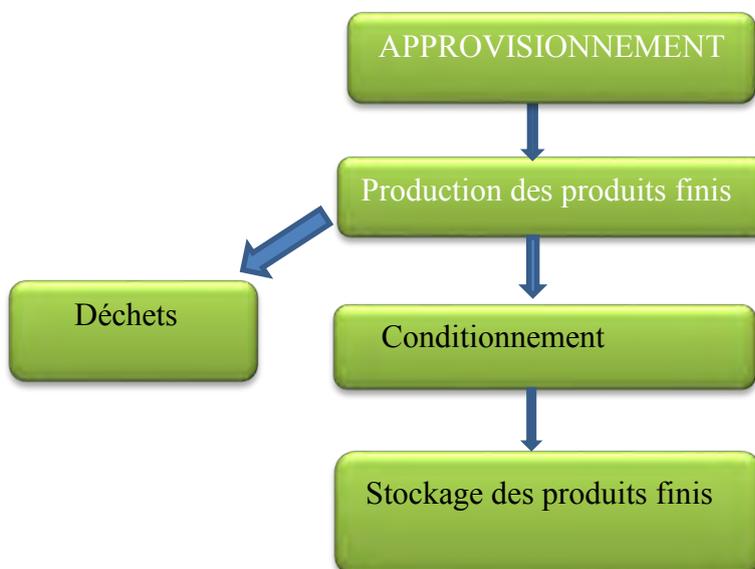
2.1.2. Dossier technique

2.1.2.1. Choix technique et sa justification

2.1.2.1.1. Processus de production

Le processus de production ou procédé industriel est un système organisé d'activités de transformation jusqu'à l'obtention du produit fini. Les éléments entrants que sont les noix de palme, deviennent des éléments de sortie « huile de palme raffinée » en raison d'un processus par le biais duquel sa valeur s'accroît. L'huile de palme à son tour sera donc, destinée à la vente au consommateur ou au grossiste (voir schéma technique du processus de production ci-dessous).

Figure 2 : Schéma technique de production



➤ Approvisionnement

Cette partie du processus consiste à acheter et stocker les matières premières. Ces matières premières (régimes de fruits de palme) seront destinées à entrer en transformation pour l'obtention du produit fini (huile raffinée).

➤ Production des produits finis

- Egrappage

A partir des régimes de palme, l'égrappage permet de séparer les fruits des rafles. Il faut sectionner le régime, à l'aide d'une machette et récupérer les fruits à la main.

- Cuisson

La cuisson des fruits est réalisée à la vapeur d'eau et permet de ramollir les fruits afin de faciliter leur pressage.

- Pressage

Les fruits encore chauds sont pressés permettant d'obtenir de l'huile brute (mélange huile, eau et boue)

- Séparation fibres et noix

Le mélange fibre et noix est déposé dans un bassin rempli d'eau.

D'abord le mélange est exposé dans une trémie. Cette dernière est secouée dans l'eau afin de récupérer les noix plus lourdes, alors que les fibres sortent de la trémie et tombent au fond de la bassine. Ensuite les fibres permettent de fabriquer des boulettes à l'aide d'une passoire.

- Clarification ou récupération de l'huile rouge

Le mélange obtenu à la presse, est chauffé avec de l'eau pour séparer l'huile des autres éléments. La teneur de l'huile en eau est donc réduite permettant d'augmenter la durée de conservation. L'huile est donc stockée dans les bidons de 1 et 5 litres.

➤ Déchets

Durant le processus de transformation des noix en produits finis, des matières ne faisant pas objet de notre objectif final seront séparés. Il s'agit donc des noix qui seront concassées afin

d'obtenir l'amande. Cette amande sera destinée à la vente. Un autre déchet aussi sera obtenu suite à la séparation des fibres et des noix. Les fibres ainsi obtenues permettent de fabriquer des boulettes, une fois séchées ces boulettes appelées « Délan » servent de combustibles pour la préparation des repas.

➤ **Conditionnement et stockage de produits finis**

Cette partie du processus consiste à mettre en bidon de 5 et 1L ; l'huile ainsi, sera stockée afin d'être destinée à la vente.

2.1.2.2. Capacité de production

Nous pensons commencer avec une production de 384 tonnes / an pour la première année. Nous avons opté cette stratégie de ne pas maximiser notre production en première année dans le but de mitiger les risques de pénétration sur marché. Si le marché répond bien à notre offre, ce qui sera bien sûr le cas puisque nous comptons maximiser sur la qualité, alors en deuxième année nous allons augmenter notre production à 400 tonnes.

Avec une capacité de production estimée à 7.38 tonnes /semaine, pour la première année et 7.69 tonnes /semaine, à partir de la deuxième année, considérant le prix unitaire par litre estimé à 975FCFA pour les ménages et intermédiaires, et 1500 pour les supermarchés et les bars. Nous estimons notre chiffre d'affaires à 382 694 400 FCFA pour la première année.

2.1.2.3. La disponibilité des équipements

Les équipements que nous comptons utiliser sont de deux catégories. Il existe des équipements accessoires que nous pouvons retrouver sur le marché togolais à vil prix. La deuxième catégorie d'équipements est celle adaptée à la qualité de production, performante mais chère, elle est souvent importée de l'extérieur, c'est en combinant ces deux équipements que nous pouvons nous distinguer sur le marché.

2.1.2.4. Les investissements physiques et leurs coûts d'acquisition

2.1.2.4.1. Les immobilisations

➤ **Terrain**

Situé à Dzolo et couvrant une superficie de 2 lots, ce terrain coûtera 1 000 000 le lot soit 2000 000FCFA.

➤ **Les travaux de clôture et la construction d'une chambre pour le gardien**

Selon les estimations des spécialistes, les travaux nous coûteront 1 500 000 FCFA

- L'installation de l'huilerie

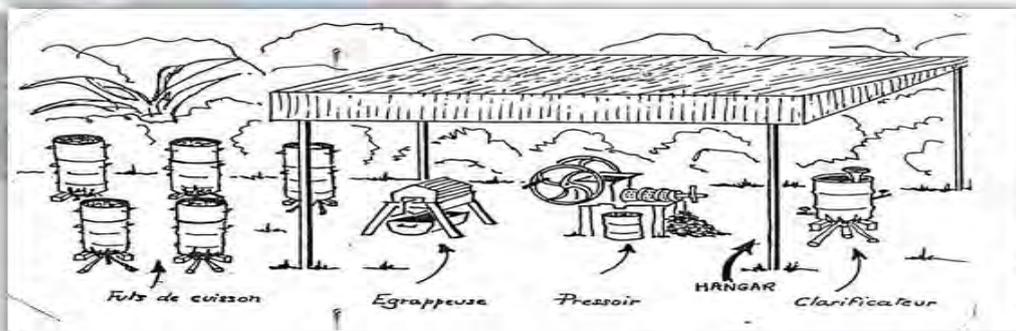
L'installation de l'huilerie consistera à la construction d'un hangar, à l'achat et l'installation des machines importantes à la production telles que : le cuiseur, la presse, le clarificateur, la concasseuse, agrappeuse de régime de palme. Voici ci-dessous le plan de notre mini-huilerie et l'évaluation des équipements techniques.

Tableau 3: Evaluation des équipements techniques

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant
Cuiseur	1	650 000	650 000
Presse	1	850 000	850 000
Clarificateur	1	650 000	650 000
Concasseur	1	375 000	375 000
TOTAL			2 525 000

Sources : nos sources

Figure 3 : Schéma illustrant une mini-huilerie



2.2. Proposition stratégique, marketing et organisationnelle

2.2.1. Proposition stratégique du projet

2.2.1.1. Vision

Notre vision est de nous poser la question à savoir, qu'est-ce que nous voulons devenir ?

Au Togo, la production d'huile de palme raffinée est toujours à l'étape embryonnaire. Parlant d'étape embryonnaire, cela sous-entend l'utilisation des méthodes rudimentaires ou traditionnelles. Cette technique souvent utilisée est à l'origine d'une production faible en qualité comme en quantité. Les concurrents adoptant la mécanisation sont en nombres insignifiants et ne constituent aucune menace pour l'expansion de nos activités. Notre vision est alors de devenir dans la région du Golf du pays, dans une projection de 5 ans, le meilleur producteur d'huile de palme en qualité et en quantité, et donc dans les 10ans à venir d'asseoir notre autorité sur toute l'étendue du territoire.

2.2.1.2. Mission

Définir notre mission nous revient à nous demander, qu'est-ce que nous voulons faire ? Notre mission est de produire en quantité suffisante et en qualité répondant aux normes fixées par l'OMS, et à prix convenable.

2.2.1.3. Les activités

Notre activité principale sera la production et la commercialisation d'huile de palme. En effet dans le processus de production certains résiduels servent par exemple à la fabrication de « kpèlèbè » qui est un combustible utilisé au pays dans la préparation des repas. L'amande, elle aussi obtenue lors du processus de production sera destinée à la vente. Certaines personnes généralement l'utilisent dans la production de l'huile « Nemi ».

2.2.1.4. Stratégie de développement et stratégie de concurrence

Nous devons disposer d'un avantage concurrentiel sur le marché, et cet avantage trouve sa source dans les caractéristiques de l'environnement (notre entreprise doit s'adapter aux caractéristiques de l'environnement) et dans des actifs puis compétences spécifiques.

Nous allons nous baser sur les cinq(5) forces de POTER pour dégager notre stratégie de développement et de concurrence.

A Partir des cinq(5) Forces de POTER nous avons décidé d'opter donc pour deux stratégies à savoir :

- la stratégie PUSH ;
- la stratégie PULL ;
- la stratégie de DIFFERENCIATION ;
- la stratégie de DOMINATION PAR LES COÛTS.

2.2.1.4.1. La stratégie PUSH

Le « push » marketing consiste à « pousser » le produit vers le consommateur. Un message publicitaire est envoyé de manière proactive au consommateur bien que ce dernier n'en ait exprimé le besoin. Par des actions directes et concrètes, comme par exemple la distribution gratuite d'échantillon, l'entreprise suggère son produit au consommateur.

Toutefois, cette stratégie ne se limite pas à « pousser » le produit vers le consommateur ; elle se doit également de cibler le consommateur. Ce ciblage est possible à travers la segmentation. Cette stratégie a pour intérêts de :

- Donner des avantages aux vendeurs comme par exemple le paiement à crédit, le prix promotionnel accessible etc...
- Permettre au vendeur d'attirer le produit vers le consommateur ;

2.2.1.4.2. La stratégie PULL

Le « pull » marketing consiste à « tirer » le client vers le produit. Cette stratégie repose essentiellement sur la communication publicitaire via les médias de masse et sur les campagnes de promotions. A travers ces actions publicitaires, l'entreprise ravive un besoin ou un souhait du consommateur qui viendra de son plein gré acheter le produit de la marque. Généralement, l'entreprise dispose de produits ayant une grande notoriété sur le marché et peut s'adresser directement aux consommateurs via la publicité.

2.2.1.4.3. Stratégie de DIFFERENCIATION

Le but est de donner au produit des qualités distinctives (objectives et subjectives) qui le différencie des concurrents afin de détenir un pouvoir de marché.

Le résultat doit générer des profits supérieurs grâce à un prix plus élevé et ce, malgré des coûts supérieurs. Cela protège l'entreprise des forces concurrentielle (barrières à l'entrée) : les concurrents directs, l'entrée de concurrents nouveaux, fournisseur puissant, produits de substitution

2.2.1.4.4. Stratégie de DOMINATION PAR LES COÛTS :

Le but est d'atteindre un prix faible en limitant les coûts à tous les niveaux du « business system ». Il y a donc à nouveau une protection face aux forces concurrentielles... Ici, on a un seul levier de différence, c'est le prix. C'est donc celui qui a la structure de coût la plus faible qui va survivre.

2.2.2. Proposition Marketing

2.2.2.1. Segment de clients à retenir

Dans le cadre bien défini de notre projet, nous segmentons notre marché en trois (3) : les entreprises privées, les intermédiaires, et les ménages.

- Les entreprises privées :

Les entreprises privées sont constituées des hôtels, des restaurants, des supermarchés. Elles traitent généralement avec les entreprises fournisseurs d'huile de palme et d'habitude le paiement se fait au comptant ou par chèque.

- Les intermédiaires

Ce sont des commerçants qui viennent acheter une grande partie de la production à un prix unique pour le revendre aux détaillants. Ils se chargent eux-mêmes de la livraison et le paiement se fait au comptant.

- Les ménages

Il s'agit des particuliers qui achètent les huiles de palmes .Ces ménages s'abonnent auprès de certains centres de productions et demandent souvent que les livraisons se fassent à leur lieu de service ou à leur domicile.

2.2.2.2. Le ciblage

En fonction du dynamisme et de l'écoulement rapide de la production par les commerçants grossistes à travers les détaillants et de la fidélité des entreprises, nous avons opté pour nous focaliser sur les intermédiaires et les entreprises privées.

2.2.2.3. Positionnement

Le positionnement permet de se différencier par rapport au concurrent et de laisser une approche favorable chez le consommateur. Le positionnement repose sur deux approches à savoir l'identification et la différenciation.

2.2.2.3.1. Identification

Notre produit doit être reconnu comme univers de référence via la qualité du produit que nous offrons aux consommateurs

2.2.2.3.2. Différenciation

Notre produit doit se différencier de la concurrence non seulement par la qualité mais aussi le prix.

2.2.2.3.3. Le marketing mix

Notre politique commerciale définit donc les plans stratégiques et opérationnels nous permettant d'utiliser les ressources nécessaires dont nous disposons pour parvenir à nos objectifs, que ce soit général comme spécifique. L'atteinte de ses objectifs se résume dans quatre(4) variables que sont : le prix, le produit, la communication et la distribution.

➤ Prix

Notre politique se reposant sur la tarification (prix) constitue un instrument de commercialisation très important. Dans le cadre de notre projet, la tarification de nos produits sera donc déterminée par rapport à la qualité de nos produits. Nos produits seront emballés dans les bouteilles de 1L et de 5L pour 975 FCFA le litre. Le prix actuel sur le marché est 1000FCFA. Nous allons fixer nos prix à 975FCFA, pour les ménages et les intermédiaires puis 1500 pour les supermarchés et bars.

➤ **Produit**

S'agissant de la politique de nos produits, dans la phase de notre projet, nous pensons nous concentrer justement que sur la production d'huile de palme raffinée. Une priorité sera accordée à la qualité et au respect des normes hygiéniques dans le processus de la production, ceci nous permettra de produire une huile de qualité.

Dans le but d'attirer l'attention des consommateurs, nos produits feront objet d'emballages dans des bouteilles mises en cartons et porteront la marque de notre entreprise « PALMIER SILOE SARL ».

➤ **La communication**

Nous comptons assurer une politique de communication infaillible. Dans ce cadre, nous comptons faire appel à l'expertise d'un spécialiste en marketing et communication des entreprises. Celui-ci mettra en place les actions marketing appropriées pour le maintien et la pérennité des relations à nouer entre notre entreprise et notre clientèle.

Nous comptons faire la propagande de l'activité de notre entreprise sur toute sorte d'icônes publicitaires comme la télévision, et les affiches publicitaires.

➤ **La distribution**

L'objectif premier de toute entreprise est la maximisation du profit via la vente ou l'écoulement rapide de ses produits, en livrant s'il le faut dès la première occasion toute la production aux plus grands preneurs. Dans cette perspective, nous comptons mettre en place des points de vente dans toutes les zones environnantes. Nous comptons acheter une camionnette pouvant faciliter la distribution rapide. La livraison se fera à la demande des clients moyennant un frais additionnel de transport.

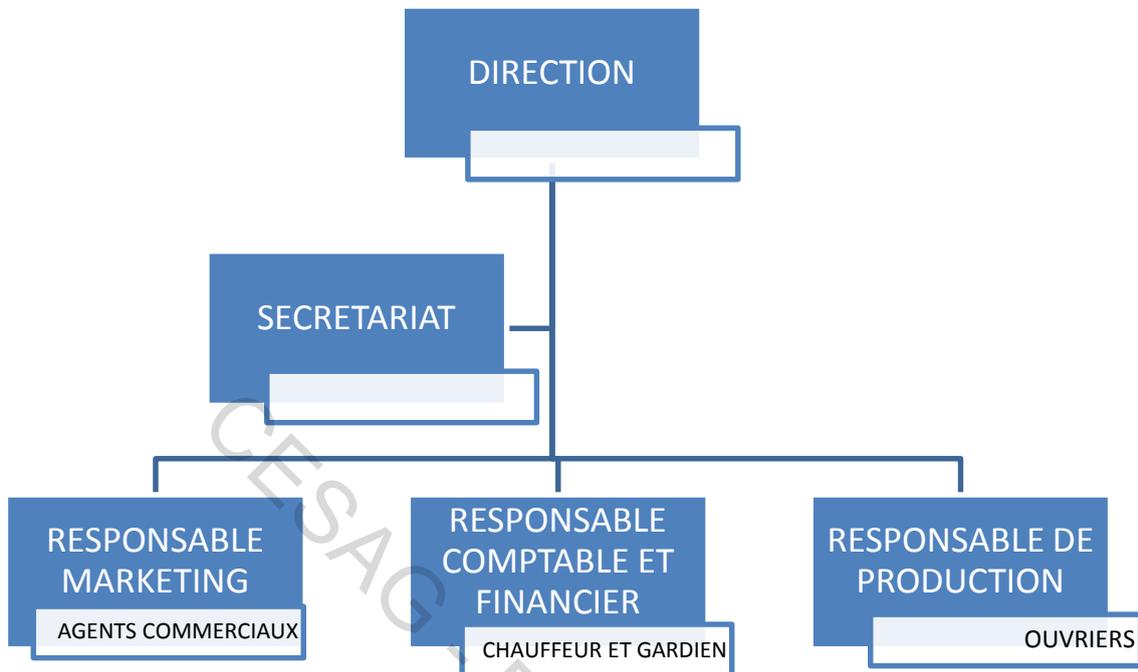
2.2.3. Organisation et ressources humaines du projet

2.2.3.1. Structuration fonctionnelle

Le type d'organisation choisi par notre entreprise est fonctionnel. Il comprend un directeur, un service responsable financier et comptable, un service marketing, et un service de production.

L'organigramme de l'entreprise se présente comme suit :

Figure 4 : Organigramme de l'entreprise



2.2.3.2. Effectifs et compétence de démarrage

Tableau 4: Effectifs et compétence de démarrage

<p>Intitulé poste : Directeur</p> <p>*Fonctions : Acteur principal du projet, il répond à tous les problèmes liés à l'évolution et à l'avancement du projet. Il est le premier responsable du projet. Il a pour rôle de contrôler le bon fonctionnement des activités, et s'y surtout apporter des solutions lorsque survient un problème.</p> <p>* Mission :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assurer l'animation de son équipe lors des différentes phases de réalisation du projet ; - Il est responsable de la planification et de la mise en œuvre de la stratégie à adopter ; <p>*Compétences requises :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Avoir un esprit d'équipe ; -Etre relationnel et social ; - Avoir une réaction rapide dans la prise de décision ; <p>* Diplômes requis : BAC +5 En sciences de gestion</p>
<p>Intitulé du poste : Secrétaire</p>

***missions :**

- Gestion des courriers ;
- Réception des appels téléphoniques ;
- Réception des clients ;
- Gestion des commandes des fournisseurs ;
- Photocopies et archivages ...

***Compétences requises :**

- Apte à travailler sous pression ;
- maîtrise des outils informatiques (Excel, Word et power point) ;
- bien parler le français, l'anglais, l'étéwé et le kabyé (langues locales) et l'écrire ;

***Niveau d'étude :** BAC+2 en secrétariat de direction ;

Intitulé du poste : Responsable financier et comptable

***Mission :**

- Elaborer le budget prévisionnel ;
- Comptabilisation des informations ;
- Responsable de la trésorerie et des relations avec les banques ;

***Compétences requises :**

- Rapprochement bancaire ;
- Saisie des écritures ;
- Maîtriser les logiciels comptables tels que : SAARI, COMPTA 100 ;

***Niveau d'étude :** BAC+3 en comptabilité et gestion des entreprises ;

***Intitulé du poste :** Responsable Marketing

***Mission :**

- Mise en place de la stratégie marketing ;
- Promotion des produits ;
- Fidélisation des clients ;
- Prospection des nouveaux marchés ;
- Gestion des agents commerciaux ;

***Compétences requises :**

- Bonne connaissance du marché ;
- Avoir des compétences en management ;
- Etre bon en négoce ;
- Avoir le sens d'écoute et avoir le sens relationnel ;

<p>*Niveau d'étude : école de commerce BAC+3 en marketing ;</p>
<p>Intitulé du poste : Responsable de production</p> <p>*Missions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participer à la définition des méthodes de production ; - Planification des objectifs de production (produits, gammes) ; -Responsable de la maintenance et entretien des machines ; -Gérer de façon efficace et efficiente les matières premières ; <p>*Compétences :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bonne connaissance du marché ; -Maîtrise des outils de productivité ; -Avoir une connaissance en Marketing ; <p>*Niveau d'étude : Avoir un BAC+3 en logistique ;</p>
<p>Intitulé du poste : Agent commercial</p> <p>*Missions :</p> <p>-Effectuer la prospection dans sa zone bien sûr avec l'aide de l'entreprise (prospection téléphonique, porte à porte), il ou elle doit assurer le cycle complet de la vente c'est -à -dire de la prospection à la signature du contrat, fidéliser les clients en veillant à leur satisfaction.</p> <p>*Compétences :</p> <p>Avoir une bonne maîtrise du marché, être dynamique et bon en négoce.</p> <p>*Niveau d'étude : avoir au minimum un BAC G3 (commercial).</p>
<p>Intitulé du poste : Gardien</p> <p>*Mission :</p> <p>Assurer la sécurité des locaux et matériels de production.</p> <p>*Compétences :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Etre physiquement résistant ; -Etre rigoureux et vigilant ; -La maîtrise des arts martiaux serait un atout ; <p>*Niveau d'étude : avoir une connaissance des langues locales (Ewé, kabyè).</p>
<p>Intitulé du poste : Ouvrier(e)</p> <p>*Mission :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Suivre la production dans tout son processus ; -Assurer l'emballage du produit fini ;

***Compétence :**

Avoir une expérience de trois (3) ans au minimum dans la fabrication d'huile de palme.

***Niveau d'étude :** avoir une connaissance de la langue locale (Ewé).

Intitulé du poste : Chauffeur

***Mission :**

Assurer la livraison des marchandises recommandées, il doit être en mesure de maîtriser la zone géographique dans laquelle évolue l'entreprise. Il doit être en parfaite condition physique.

***Compétence requise :**

Capable de faire de longs voyages, et avoir la capacité de réparer les petites pannes
(préférence mécanicien-chauffeur)

***Niveau d'étude :** avoir au minimum le BEPC (Brevet d'étude du premier cycle), et être détenteur d'une permis de catégorie B.

Chapitre 3 : ETUDE FINANCIERE ET ECONOMIQUE DU PROJET

Dans ce chapitre, nous étudierons dans un premier temps le coût du projet. Dans un deuxième temps, nous dresserons les modalités de financement du projet. Dans un troisième temps, nous analyserons la rentabilité du projet et essayerons un stress test et, dans un quatrième temps, nous analyserons les différents risques inhérents à notre activité.

3.1. Coût du projet et étude financière

3.1.1. Coût du projet et montage financier

3.1.1.1. Coût du projet

3.1.1.1.1. Modalités de financement et plan de financement

Tableau 5 : Modalité de financement de PALMIER SILOE

Apports du promoteur (15%)
Famille (75%)
Ami de la famille (10%)

Le tableau de financement dressé ci-dessus montre les différentes sources de nos financements afin de parvenir à la mise en place de notre projet. Le montant total requis pour commencer notre projet, hormis le capital social est estimé à hauteur de **112 576 800 FCFA**. Ce montant est subdivisé en investissement de **16886520 FCFA** constituant l'apport du promoteur, **84432600 FCFA** constituant la contribution de sa famille et **11257680 FCFA** constituant l'apport d'un ami de la famille.

Tableau 6 : Bilan simplifié du projet montrant les investissements

Eléments	Année N
EMPLOIS :	
Immobilisation incorporelles	1 920 170
-frais d'établissement	
Immobilisation corporelle	
Construction et terrain	8 000 000
Matériel de production	2 525 000
Matériel de transport	10 000 000
Matériel et outillage	8 000 000
Equipement de bureau	2 000 000
Autres immobilisations	2 019 613.6
Besoin en fonds de roulement An1	58 347 200
Trésorerie	2 000 000
TOTAL EMPLOIS	87 702 000
RESSOURCES	
Capitaux propres	
Capital social	2 000 000
Apport participatif	58 347 200
Subvention d'investissement	27 264 800
TOTAL RESSOURCES	87 702 000

Certains investissements considérés comme investissement de base, sont importants dans le processus de la création de notre entreprise. Parmi ces investissements prévus, dans le démarrage de l'exploitation, figure les frais d'établissement. Le coût total de ces travaux dit de préparatoire est estimé à 1 920 170 FCFA. Les détails seront affichés comme suit:

Tableau 7 : Frais généraux de constitution

ELEMENTS	MONTANTS
Frais notariat	500 000
Frais d'enregistrement au RCCM	37 000
<i>Droit fixe</i>	18 000
<i>Droit de greffe</i>	7,500.0
<i>Droits d'enregistrement</i>	4 000
<i>TVA</i>	5670
Frais de publication de l'avis de création au journal "Togo presse"	15 000
Frais de déclaration fiscale d'existence	10 000
Caution bureau h	500 000
Frais ouverture de compte	22 000
Abonnement Eau - Electricité – Téléphone	100 000
Frais d'enregistrement du procès-verbal de nomination des dirigeants	18 000
Frais d'enregistrement de l'attestation de domiciliation	18 000
Autres frais d'aménagement	65 000
Frais d'études supplémentaires	600 000
TOTAL FRAIS D'ETABLISSEMENTS	1 920 170

Première année	Montants
Frais d'établissement	1 920 170
Equipements de bureau	2 000 000
Matériel de production	2 525 000
Matériel de transport	10 000 000
Petit matériel et outillage	800 000
Construction et terrain (2000m ²)	8 000 000
Imprévus (8% des investissements)	2 019 613.6
TOTAL	27 264 783.6

Nos sources**3.1.1.2. Plan exploitation****3.1.1.2.1. Détermination du seuil de rentabilité**

Il s'agit ici de trouver le point mort, c'est-à-dire le montant minimal des ventes qu'il faut impérativement réaliser au cours de l'année, pour au moins pouvoir couvrir les charges.

Tableau 8: Détermination des marges, et seuil de rentabilité

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires hors taxe (CA)	324 317 288.1	324 317 288.1	324 317 288.1	324 317 288.1	324 317 288.1
Charges variables	183 050 400	190 000 000	195 000 000	180 000 000	200 000 000
Charges fixes	67 800000	67 800 000	67 800 000	67 800 000	67 800 000
Total des charges	250 850 400	257 800 000	262 800 000	247 800 000	267 800 000
Marge sur coût variable (M/CV) Valeur (CAHT-CV)	141 267 288.1	134 317 288.1	129 317 288.1	144 317 288.1	124 317 188.1
Taux de M/CV ((M/CV/CA)*100))	43.56%	41.42%	39.87%	44.5%	38.33%
Seuil de rentabilité – point mort (CF/taux de M/CV)	155 647 382.9	163 689 039.1	170 052 671.2	152 359 550.6	176 884 946.5

Nos sources

Le tableau (8) nous montre les différentes marges obtenues dans le processus d'exploitation. Nous considérons ici comme seuil de rentabilité le niveau d'activité à partir duquel nous commençons par réaliser des bénéfices, par conséquent celui de la première année est retenu à 155 647 382.9FCFA.

3.1.1.2.2. **Activité, chiffres d'affaires et marges sur cinq(5) ans****Tableau 9: Détermination du prix de revient et marge sur les prix de revient**

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Activités :					
-huile bidon 1L	300 000 unités	305 000unités	310 000unités	315 000unités	320 000uniés
-Huile bidon 5L	40 000 unités	45 000unités	50 000unités	55 000unités	60 000unités
Chiffre d'affaires					
-Huile bidon 1L	221 125423.7	231 325423.7	240 325423.7	231 325423.7	246 325423.7
-Huile bidon 5L	147 416949.2	154 216949.2	160 216949.2	154 216949.2	164 216949.2
Prix de revient Unitaire					
-Huile 1L	800	800	800	800	800
-Huile de 5L	4000	4000	4000	4000	4000
Prix de revient global					
-Huile bidon 1L	975	975	975	975	975
-Huile bidon 5L	4900	4900	4900	4900	4900
Marge					
-Huile 1L	21.87%	21.87%	21.87%	21.87%	21.87%
-Huile 5L	22.5%	22.5%	22.5%	22.5%	22.5%

Sources : nos sources

Notre tableau nous indique la prévision faite sur le prix de revient en fonction des différents produits ; sur nos produits d'un litre, nous estimons dégager 21.87% sur toute la période et 22.5% pour les produits de 5L. Toutefois, elles vont augmenter avec le niveau de la production à partir des années à suivre. Nous avons maintenu constante cette marge dans l'objectif de mitiger les risques dans le cas où nous arrivons à dégager sur une période des résultats non encourageants, cette marge définie est le plafond en dessous duquel nous ne voulons pas descendre.

3.1.1.3. Détermination du besoin en fonds de roulement

Tableau 10 : Récapitulatif du besoin en fonds de roulement

Intitulés	Montant
Electricité	500 000
Entretien véhicule	200 000
Publicité communication	300 000
Carburant	600 000
Fourniture bureau	240 000
Achats matières premières	57 600 000
Salaires	25 272 000
Energie (charbon)	300 000
Téléphone	300 000
Besoin en fonds de roulement	85 312 000

Nos sources

Nous dégageons un besoin en fonds de roulement estimé à **85 312 000 FCFA**, ceci dit donc que nous disposons moins de ressources sur une courte durée pour financer nos emplois disponibles. Pour donc remédier à ce problème, nous allons donc faire recours à un financement participatif de la famille dans le but est d'alimenter notre trésorerie, afin de corriger un pareil déséquilibre. Nous estimons la variation de notre besoin en fonds de roulement sur toute la période à un taux prévisionnel entre 2.45% et 3%.

3.1.2. Etude financière détaillée

3.1.2.1. Hypothèses de prévision

3.1.2.1.1. Prévision des ventes

Nos prévisions de vente ont été faites à partir de la population urbaine, principalement celle de Lomé estimée à 2 133 579 habitants selon le département des statistiques du Togo.

Pour la première fois que nous rentrons sur le marché, nous devons faire preuve de prudence. C'est la raison pour laquelle nous avons estimé notre taux de pénétration à 30% ; on a donc 640 074 comme clients potentiels sur cette base. Ainsi, la production annuelle de la première année est estimée à 384 tonnes. Cette production augmentera dans les quatre (4) prochaines années. En effet cette production sera écoulee à travers trois(3) principaux canaux à savoir:

- les entreprises privées (supermarchés, restaurants, hôtels) à 30% soit 115 200 unités ;
- les intermédiaires (les commerçants grossistes à 60% soit 230 400 unités ;
- les ménages à 10% soit 38400 unités ;

Il faut préciser que le prix de vente sera de 975fcfa et restera constant sur toute la période prévue. Nous comptons fixer les prix au niveau de nos différents points de vente comme suit:

- les entreprises privées 1500 FCFA ;
- les intermédiaires 975 FCFA ;
- les ménages 975 FCFA ;

Tableau 11: Détermination des Prix fixes et recettes dégagées

Segments	Prix HT (FCFA)	Production annuelle	
		Quantités	Recettes
Entreprises privées	1500	115,2tonnes ou 115 200 litres	172 800 000
Intermédiaires	975	230,4 tonnes ou 230 400 litres	224 640 000
Ménages	975	38,4 tonnes ou 38 400 litres	37 440 000
Total		38,4 tonnes ou 384 000 litres	434 880 000

Nos sources

3.1.2.1.2. Les prévisions liées à l'exploitation

En majorité les coûts directs de production sont évalués à partir du prix de marché. Pour notre projet, ces coûts concernent les facteurs de production et de distribution à savoir les matières premières (régimes de fruits de palme), les frais de transport des matières premières et frais d'emballages. Le calcul des coûts de déchet sera évalué sur la base des produits ne servant pas dans la production de notre produit principal. Les marges sur coûts directs sont évaluées à partir des prix de vente relevé comme acceptable par notre étude de marché.

Tableau 12 : Tableau des charges d'exploitation

Rubrique	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Achat matières premières	57 600 000	59760000	62001000	64326038	66738264
Salaire	25272000	34680000	50544000	50544000	50544000
Electricité	500 000	500000	500000	500000	500000
Energie (charbon)	300000	300000	300000	300000	300000
Entretien véhicule	200 000	200000	100000	100000	100000
Fourniture bureau	240000	240000	240000	240000	240000
publicité, communication	300 000	150000	150000	150000	150000
Carburant	600 000	600000	600000	600000	600000
Téléphone	300000	300000	300000	300000	300000
TOTAL	85 312 000	96 730 000	114 735 000	117 060 038	119 472 264
Coefficient d'exploitation	60%	80%	100%		

Nos sources

Le tableau présenté, montre l'ensemble de charges importantes impliquées directement dans la production. Il est donc considéré comme le tableau des charges d'exploitation. Notre coefficient d'exploitation en première année sera de 60% ; ceci s'explique par le fait que nous allons commencer nos activités avec un effectif moyen de nos ressources personnelles et matérielles ; elle augmentera en deuxième année et sera effectif à 100% en troisième année.

3.1.2.2. Compte d'exploitation prévisionnel

Le compte d'exploitation prévisionnel est intégré au business plan et permet de prévoir comment va se comporter l'entreprise dans les années à venir. Il reprend l'ensemble des produits et des charges budgétisées sur cinq (ans) par le promoteur.

Tableau 13 : Compte exploitation prévisionnel

Eléments	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires TTC	382 694 400	397045440	410439744	424790784	439141824
Chiffre d'affaires HT	324 317 288.1	336479186	347830291,5	359992189,8	372154088
Achat Matières premières	57600000	59 760 000	62 001 000	64 326 038	66 738 264
Frais généraux	5 550 000	6200000	6175000	6100000	6100000
Valeur ajoutée	145 967 288	150 099 186	279 654 292	289 566 152	299 315 824
Charges du personnel	3744000	3744000	3744000	3744000	3744000
Excédent Brut d'Exploitation	142 223 288	146 355 186	275 910 292	285 822 152	295 571 824
Dotations aux amortissements	2 967 000	2967000	2967000	2967000	2967000
Résultat d'exploitation	139 256 288	143 388 186	272 943 292	282 855 152	292 604 824

Gains financiers					
Charges financières	1920170	1920170	1920170	1920170	1920170
Résultat financier	137 336 118	141 468 016	271 023 122	280 934 982	290 684 654
Résultat Activités Ordinaires	137 336 118	141 468 016	147 264 122,00	152 535 020	157 469 693
Impôt sur les sociétés (28%)	38 454 113,04	39 611 044,48	41 233 954,16	42709805,6	44091514
Résultat net	98 882 004,96	101 856 972	106 030 168	109 825 214	113 378 179
CAF (résultat net + amortissements)	101 849 005	104 823 972	108 997 168	112 792 214	116 345 179

Nos sources

Ce tableau nous montre nos prévisions sur une période de cinq(5) ans. Nous allons donc à partir de ces prévisions voir comment gérer de façon rationnelle nos ressources afin d'atteindre nos objectifs assignés. Il faut donc affirmer à partir de ce tableau que nous dégageons sur toute la période un cash-flow positif ; ceci dit que notre activité est rentable.

3.1.2.3. Tableau des flux de trésorerie

Tableau 14 : Flux de trésorerie de la première année

	Janv	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juill	Août	Sept	Oct	Nov	Dec
Solde début	27264800											
ENCAISSEMENT												
Financement participatif	85 312 000											
TOTAL ENCAISSEMENT	85 312 000											
ECAISSEMENT												
Entretien véhicule	50000			50000			50000			50000		
Fourniture bureau	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
publicité, communication	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Téléphone	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Electricité	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000
Energie (charbon)	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Salaires	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000
Achats matières premières	14400 000			14400000			14400000			14400000		
TOTAL DECAISSEMENT	16 693 000	2 243 000	2 243 000	16 693 000	2 243000	2243000	16 693 000	2 243 000	2 243 000	16 693 000	2 243 000	2 243 000
Solde fin	68 619 000	66 376 000	64 133 000	47 440 000	45 197 000	42 954 000	26 261 000	24 018 000	21 775 000	5082000	2839000	596000

Le tableau des flux de trésorerie nous montre l'ensemble des encaissements et décaissements auxquels doit faire face l'entreprise sur une période de Douze (12 mois). Nous constatons donc que sur les douze(12) mois, l'entreprise dégage un cash-flow positif. Cela confirme que notre BFR a été bien déterminé raison pour laquelle le financement couvre toutes les charges d'exploitations sur la période.

3.1.2.4. Etude de la rentabilité financière de PALMIER SILOE

•Pertinence du projet : VAN, TRI, IP,

Années	0	1	2	3	4	5
cash-flows		101849005	104823942	108997167	112792214	116345179
Cash- flow actualisé	-112 576 800	91 344 399	84 316 147	78 630 422	72 978 932	67 510 924
VAN	180 280 005					
TRI	70%					
IP	2.23					

Nos sources

Après évaluation de nos cash-flows tout en considérant comme taux d'actualisation constitué du taux du risque du pays estimé à (5%) et le taux obligataire retenu au Togo qui est de (6.5%), nous avons donc choisi pour taux d'actualisation 11.5%. Comme conséquence nous évaluons la richesse totale dégagée par notre projet sur les cinq(5) ans à **180 280 005FCFA** estimée comme VAN. Notre taux de rentabilité(TRI) est estimé à **70 %**.**le TRI en tant que indicateur de pertinence permet de prendre en compte les flux (achats, ventes, frais et fiscalité)**. Le TRI sera appuyé par un indice de profitabilité qui est de **2.23%**.

•Seuil de rentabilité

D'après le Tableau(8), le seuil de rentabilité s'élève à 155 647 382.9FCFA FCFA cela suppose que notre projet commencera à couvrir ses charges et à générer des bénéfices à partir de 155 647 382.9FCFA.

•Le test de sensibilité du compte prévisionnel (test stress)

De notre compte prévisionnel établi, nous posons l'hypothèse selon laquelle si le taux l'inflation diminue de 1% il est possible que nos prix de vente baisse de 5% nous avons présentés plus haut nos comptes prévisionnels ; nous avons considéré une baisse des prix de nos produits de 5% ; cela représente notre hypothèse réaliste.

Bien que nous ayons réalisé précédemment nos prévisions, le prix peut baisser et donc nous allons porter la baisse des prix à 5% et estimer la rentabilité du projet. Ceci, nous donne l'assurance que, même en situation défavorable, l'entreprise peut continuer à être rentable sur toute la période. Nous confirmons donc que la conjoncture économique quand bien même affectant nos résultats ne représente aucun risque pour notre activité puisque nous avons déjà prévu une situation pareille incluse dans la détermination de notre taux d'actualisation.

3.2. Etude économique et risque du projet PALMIER SILOE

3.2.1. Impact du projet

3.2.1.1. Impact social

« PALMIER SILOE » est une structure à but lucratif mais qui ne met pas de côté la dimension sociale. Notre souci n'est pas non seulement d'accumuler de la richesse mais aussi d'avoir une bonne image dans l'esprit du consommateur.

Ce projet permettra d'aider l'Etat togolais dans le renforcement de sa politique de lutte contre la pauvreté.

Ainsi notre objectif est également de contribuer à l'accessibilité de la technologie de transformation des noix en huile raffinée aux personnes désireuses se lancer dans le domaine.

Notre projet aura un impact considérable sur la création de l'emploi. Nous allons au cours de ce projet employer dix-sept (17) personnes tout en contribuant à l'amélioration de leur condition de vie. Cette façon d'impacter la société se résume à la réduction du taux de chômage.

3.2.1.2. Impact économique

Au vu macroéconomique, ce projet contribuera au renforcement de l'économie nationale, par la richesse qu'elle aura à créer tout au long du projet. En effet, la création de cette richesse se résume :

- à la création d'une nouvelle entreprise rentable et viable ;
- aux cash-flows dégagés tout au long de toute la période de réalisation du projet ;

Voici en récapitulatif la richesse créée sur les cinq(5) années du projet, comme valeur ajoutée à l'économie togolaise

Années	1	2	3	4	5
Valeur économique	101849005	104823942	108997168	112792214	116345179

3.2.1.3. Impact fiscal

Ce projet aura à dégager des recettes fiscales importantes à l'Etat togolais, ceci est indirectement notre contribution comme personne morale au développement de la nation et à l'évolution des travaux publics.

Voici donc comme suit notre contribution fiscale sur les périodes déterminées :

Années	1	2	3	4	5
Recettes fiscales	38 454 113,04	39 611 044,48	41 233 954,16	42709805,6	44091514

3.2.1.4. Impact écologique

Sur le plan écologique, nous sommes arrivé à penser à la création d'un écosystème via, la plantation des arbres sous la forme de haie vive aux alentours de l'entreprise comme à l'intérieur de la cour afin de permettre une purification de l'air, suite aux fumées dégagées lors du processus de production.

3.2.2. Les risques associés au projet

L'innovation, du point de vue des gestionnaires, est le moteur de la croissance interne : « La croissance interne, avec les extensions de gamme, les lancements de produits nouveaux et la pénétration de nouveaux marchés, assure la croissance des parts de marché, des volumes, du cash-flow et des profits » (Merunka et Topscalian, 1987). Ne pas innover, c'est courir le risque de ne pas rester compétitif, et, *in fine*, de disparaître. Cependant, le lancement de produits nouveaux constitue, en tant que tel, un facteur de risque, les fréquents échecs s'accompagnant de pertes financières pouvant affecter l'organisation toute entière. Bien qu'il soit très difficile de donner une estimation précise du taux d'échec du projet, la notion d'échec commercial restant relativement floue dans la littérature, certains auteurs annoncent des taux pouvant atteindre 90%, voire 95% (Andréani, 2001). Si le lancement des produits nouveaux est perçu comme « risqué » par les managers, c'est bien parce qu'il réunit deux caractéristiques propres à la notion de risque : un événement aléatoire, « plus ou moins probable », incertain, mais dont

l'occurrence peut affecter « les objectifs de l'entreprise qui le subit ». Dès lors, la réduction du risque lié au lancement de produits nouveaux est une préoccupation stratégique pour les praticiens. Or, même si l'échec commercial dépend de la conjonction de nombreux paramètres internes et externes à l'entreprise, qu'elle ne peut pas forcément maîtriser, il s'explique généralement par l'accumulation de nombreuses erreurs (Cusin, 2011). Plusieurs causes sont avancées pour expliquer l'échec des produits nouveaux, parmi lesquelles figure la qualité médiocre des études de marché (Andréani, 2001). C'est sur cet aspect du lancement que porte plus spécifiquement notre recherche, en se focalisant sur la robustesse de la mesure de l'attitude à l'égard des produits commercialisés par une marque existante.⁶

3.2.2.1. Risques politiques

Le Togo est un pays dont la situation politique était restée pendant longtemps stable. Mais à partir des années 2016, l'instabilité politique avec le nouveau régime devient une préoccupation, et le climat de confiance des investisseurs s'amenuise. Cette situation peut entraîner le ralentissement de nos activités ; cela peut également nous priver de certaines subventions de l'Etat.

3.3. Plan d'action et planning des activités

Tableau 15 : Planning des activités

N°	Tâches	Echéances	Chargé de l'exécution des tâches
1	Appréhension des dossiers administratifs	1mois	Promoteur du projet
2	Travaux de construction et aménagement	5mois	Ingénieur en génie civil
3	Installation des équipements et matériel de bureau	2mois	Techniciens en installations des matériels de production
4	Commande et approvisionnement des matières premières	1mois	Promoteur
5	Recrutement du personnel	2mois	Promoteur
6	Lancement officiel du projet	Fin de l'année N	Promoteurs et partenaires personnels du projet

Nos sources

⁶ <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2012-7-page-160.htm>.

CONCLUSION GENERALE

La mécanisation liée à la transformation des noix de palme en huile raffinée présente l'un des facteurs de développement futur de l'activité commerciale du Togo, compte tenu des conditions d'implémentations favorables à l'activité (disponibilité des matières premières et mains d'œuvres qualifiées). Cependant l'état du marché démontre une insuffisance et un manquement de qualité dans la production.

Faisant donc face à une telle situation, nous avons donc décidé d'implémenter un projet basé sur la mécanisation des processus de transformation, afin de répondre aux besoins des consommateurs en mettant à leur disposition des produits de qualité (huile raffinée)

Le choix porté sur DZOLO, comme lieu d'implémentation, correspond favorablement au bon déroulement des activités depuis l'approvisionnement jusqu'à la sortie des produits finis.

Le bon déroulement de ce projet exige un savoir-faire technique poussé. Hormis, les ressources dont nous disposons, la disponibilité des ressources financières, et matérielles sont pertinentes au démarrage du projet. Raison pour laquelle il est important de recourir à la participation de la famille pour assurer la totalité de la réalisation dudit projet.

En termes de faisabilité du projet, le chapitre 3 nous montre la viabilité du projet et nous pouvons dire avec satisfaction que l'objectif à réaliser le projet est atteint.

La croissance des valeurs attendues, de notre entreprise, explique la positivité de la valeur actuelle nette dégagée(VAN).

Sur le plan économique et social, la réalisation de ce projet contribuera au développement de la zone d'implémentation et surtout contribuer à l'épanouissement de l'économie nationale via la collecte des taxes et impôts et d'autres dont la lutte contre le chômage.

Comme vision, nous comptons étendre notre activité sur toute l'étendue du territoire, sur un horizon de dix(10) ans.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

1. Bridier et S.Michailof, guide pratique analyse de projet, économiques, 1995,340p
2. Merunka et Topscalian, la croissance externe : mort des produits nouveaux, institut d'administration des entreprises, Toulouse, 1987,22p, 30cm.
3. Pagoni Andréani, développement socio-moral. Des théories de l'éducation civique, revue financière de pédagogie, Lille, presses universitaire du septentrion, 1995-135p.
4. Vinhas Pereira(c)-le risque pays, problématique et systèmes d'évaluation, thèse paris IX, Dauphine1988.

Revues, rapport, bulletin

5. Bulletin d'information du ministère de la planification et du développement du TOGO, février 2017,9pp.
6. FOCIDI consultance, appui à la filière huile de palme, projet-CTB/PAIDECO, rapport final sur l'achèvement du contrat de fourniture, RDC 0709911-22 ; 2014 ,83p.

Webographie

7. <http://vivresanshuiledepalme.blogspot.com/2016/07/lhuile-de-palme-cancerigene-prouve.html>.
8. <http://base.d-p-h.info/fr/fiches/premierdph/fiche-premierdph-4739.html>.
9. <http://www.republicoftogo.com/Toutes-les-rubriques/Economie/Le-Togo-pourra-exporter-son-huile-de-palme>.
10. <http://www.banquemondiale.org/fr/country/togo/overview>.
11. <http://le-fagace.org/fr/pays-membres/togo>.
12. <http://www.rfi.fr/emission/20170319-togo-agriculture-defis-secteur-agricole-investissements-developpement>.
13. <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2012-7-page-160.htm>.

ANNEXES

Annexe 1 : Bilan simplifié du projet montrant les investissements

Eléments	Année N
EMPLOIS :	
Immobilisation incorporelle	1 920 170
-frais d'établissement	
Immobilisation corporelle	
Construction et terrain	8 000 000
Matériel de production	2 525 000
Matériel de transport	10 000 000
Matériel et outillage	8 000 000
Equipement de bureau	2 000 000
Autres immobilisations	2 019 613.6
Besoin en fonds de roulement An1	58 347 200
Trésorerie	2 000 000
TOTAL EMPLOIS	87 702 000
RESSOURCES	
Capitaux propres	
Capital social	2 000 000
Apport participatif	58 347 200
Subvention d'investissement	27 264 800
TOTAL RESSOURCES	87 702 000

Annexe 2 : Tableau d'amortissement des immobilisations sur 5 ans (en millions de FCFA)

Num de cpte	Rubriques	Montants	Durée	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Valeur résiduelle
222	Terrains	2 000 000	20	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	1 500 000
23	Installations et agencements	5 000 000	20	250000	250 000	250 000	250 000	250 000	3 750 000
245	Matériel de transport	10 000 000	5	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	0
244	Matériel de bureau	560 000	5	112000	112000	112000	112000	112000	0
2411	Matériel industriel	5 050 000	10	505000	505000	505000	505000	505000	2525000
681	Dotation aux amortissements			2 967 000	2 967 000	2 967 000	2 967 000	2 967 000	

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Annexe 3 : Structure des coûts de production par litre

Eléments	Huile de palme		
	Quantité	prix unitaire	Montant
Charges directes			
Achat des matières premières	128000	450	57600000
Main d'œuvre directe(MOD)	300	700	210000
Electricité	15000	33,33	500000
Charbon	200	1500	300 000
Transport matières premières	384000	300	115200000
Charges indirectes			
Conditionnement	384000	600	230400000
Transport des produits finis	384000	800	307200000
Totaux	1295500	549,1	711410000

Annexe 4 : Tableau des frais de personnel sur cinq(5) ans

Postes	Fonctions	salaire mens/pers	Effectif sur 5 ans	Sal mens/eff	Salaire annuel/pers	Salaire Effectif/an
Responsables d'unités	Management	900 000	1	900 000	10 800 000	10 800 000
	Marketing	700 000	1	700 000	8 400 000	8 400 000
Responsables Financiers	Comptabilité et trésorerie	700 000	1	700 000	8 400 000	8 400 000
Responsable des Ressources Humaines et secrétaire		(700 000 + 300 000)	2	1 100 000	13 200 000	13 200 000
Chauffeurs	Liaison, collecte	150 000	1	150 000	1 800 000	1 800 000
Agents commerciaux	Promotions des produits	250 000	3		9 000 000	9 000 000
	Vente, et livraison des produits			750 000		
Ouvriers de production	Ouvriers de production	150 000	5	7 500 000	9 000 000	9 000 000
Gardiens/Agent entretien	Sécurité nuit et jour	100 000	2		2 400 000	2 400 000
	entretien des locaux			200 000		
Totaux		3 950 000	17	5 250 000	46 800 000	46 800 000
taux de charges patronales						8%
Total charges patronales						3 744 000
Masse salariale totale/an						50 544 000

Annexe 5 : Tableau des frais généraux

Eléments		Montants			
Assurances diverses (Véhicule, matériel, maladie)		1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
Carburant	300 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Electricité (montant minimum)	500 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Entretien véhicule	100 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Fourniture de bureau	240 000	250 000	150 000	150 000	150 000
Maintenance des outils de production			700 000	700 000	700 000
Petit outillage, équipement sécurité	30 000	200 000	250 000	225 000	200 000
Produits d'entretien	30 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Publicité, communication	150 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Téléphone	300 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Transports divers	100 000	700 000	700 000	700 000	700 000
Total		5 550 000	6 200 000	6 175 000	6 100 000

Annexe 6 : Récapitulatif du besoin en fonds de roulement

Intitulés	Montant
Electricité	500 000
Entretien véhicule	200 000
Publicité communication	300 000
Carburant	600 000
Fourniture bureau	240 000
Achats matières premières	57 600 000
Salaires	25 272 000
Energie (charbon)	300 000
Téléphone	300 000
Besoin en fonds de roulement	85 312 000

Annexe 7 : Compte de résultat prévisionnel

Elements	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires TTC	382 694 400	397045440	410439744	424790784	439141824
Chiffre d'affaires HT	324 317 288.1	336479186	347830291,5	359992189,8	372154088
Achat Matières premières	172800000	179 280 000	185 760 000	192 726 000	199 953 225
Frais généraux	5 550 000	6200000	6175000	6100000	6100000
Valeur ajoutée	145 967 288	150 099 186	155 895 292	161 166 190	166 100 863
Charges du personnel	3744000	3744000	3744000	3744000	3744000
Excédent Brut d'Exploitation	142 223 288	146 355 186	152 151 292	157 422 190	162 356 863
Dotations aux amortissements	2 967 000	2967000	2967000	2967000	2967000
Résultat d'exploitation	139 256 288	143 388 186	149 184 292	154 455 190	159 389 863
Gains financiers					
Charges financières	1920170	1920170	1920170	1920170	1920170
Résultat financier	137 336 118	141 468 016	147 264 122	152 535 020	157 469 693
Résultat Activités Ordinaires	137 336 118	141 468 016	147 264 122,00	152 535 020	157 469 693
Impôt sur les sociétés (28%)	38 454 113,04	39 611 044,48	41 233 954,16	42709805,6	44091514
Résultat net	98 882 004,96	101 856 972	106 030 167,84	109 825 214	113 378 179
CAF (résultat net + amortissements)	101 849 005	104 823 972	108 997 168	112 792 214	116 345 179

Annexe 8 : Tableau des flux de trésorerie à la première année

	Janv	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juill	Août	Sept	Oct	Nov	Dec
Solde début	27264800											
ENCAISSEMENT												
Financement participatif	85 312 000											
TOTAL ENCAISSEMENT	85 312 000											
DECAISSEMENT												
Entretien véhicule	50000			50000			50000			50000		
Fourniture bureau	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
publicité, communication	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Téléphone	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Electricité	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000	42000
Energie (charbon)	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Salaires	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000	2106000
Achats matières premières	14400 000			14400000			14400000			14400000		
TOTAL DECAISSEMENT	16 693 000	2 243 000	2 243 000	16 693 000	2 243000	2243000	16 693 000	2 243 000	2 243 000	16 693 000	2 243 000	2 243 000
Solde fin	68 619 000	66 376 000	64 133 000	47 440 000	45 197 000	42 954 000	26 261 000	24 018 000	21 775 000	5082000	2839000	596000

Annexe 9: Cartographie du TOGO



Annexe 10 : Photo d'une mini huilerie villageoise



TABLES DE MATIERES

Dédicace	i
Remerciements	ii
Sigles et Acronymes	iii
Résumé du projet.....	iv
Abstract	iv
Liste des figures	v
Liste des Tableaux.....	vi
Liste des annexes.....	vii
Sommaire	viii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
Chapitre 1 : PRESENTATION DE PROJET ET ETUDE DE MARCHE	6
1.1. Etude de marché ou des besoins.....	6
1.1.1. Analyse du secteur environnemental.....	6
1.1.1.1. Environnement macroéconomique	6
1.1.2. Analyse de la concurrence.....	9
1.1.2.1. Présentation des acteurs importants de la filière.....	9
1.1.2.2. Etat de la concurrence	10
1.1.2.3. Intensité concurrentielle, menace entrant.....	10
1.1.2.4. Le pouvoir négociation des fournisseurs	11

1.1.2.5.	Pouvoir de négociation des clients.....	11
1.1.3.	Analyse de l'offre et de la demande.....	11
1.1.3.1.	Analyse de l'offre.....	11
1.1.3.2.	Analyse de la demande	13
1.1.3.3.	Synthèse de l'analyse du secteur.....	15
1.2.	Présentation du promoteur	16
1.2.1.	Genèse et motivations	16
1.2.2.	Expérience du promoteur	16
1.2.3.	Exigences personnelles de réussite du projet	17
*1.2.3.1.	Objet et nature du projet	17
1.2.3.2.	Raison sociale	17
1.2.3.3.	Localisation.....	17
1.2.3.4.	Produit.....	17
1.2.3.5.	Equipement	17
1.2.3.6.	Planning de réalisation.....	18
1.2.3.7.	Le personnel.....	18
1.2.3.8.	La structure de gestion	18
Chapitre 2 : ETUDE DE LA FAISABILITE TECHNIQUE ET MARKETING DU PROJET PALMIER SILOE		19
2.1.	Propositions techniques et juridiques du projet.....	19
2.1.1.	Dossier juridique	19

2.1.2.	Dossier technique	20
2.1.2.1.	Choix technique et sa justification	20
2.1.2.1.1.	Processus de production	20
2.1.2.2.	Capacité de production	22
2.1.2.3.	La disponibilité des équipements.....	22
2.1.2.4.	Les investissements physiques et leurs coûts d'acquisition.....	22
2.1.2.4.1.	Les immobilisations.....	22
2.2.	Proposition stratégique, marketing et organisationnelle	24
2.2.1.	Proposition stratégique du projet.....	24
2.2.1.1.	Vision.....	24
2.2.1.2.	Mission.....	24
2.2.1.3.	Les activités	24
2.2.1.4.	Stratégie de développement et stratégie de concurrence	24
2.2.1.4.1.	La stratégie PUSH	25
2.2.1.4.2.	La stratégie PULL	25
2.2.1.4.3.	Stratégie de DIFFERENCIATION.....	25
2.2.1.4.4.	Stratégie de DOMINATION PAR LES COUTS :	26
2.2.2.	Proposition Marketing.....	26
2.2.2.1.	Segment de clients à retenir	26
2.2.2.2.	Le ciblage.....	27

2.2.2.3.	Positionnement.....	27
2.2.2.3.1.	Identification.....	27
2.2.2.3.2.	Différenciation.....	27
2.2.2.3.3.	Le marketing mix.....	27
2.2.3.	Organisation et ressources humaines du projet.....	28
2.2.3.1.	Structuration fonctionnelle.....	28
2.2.3.2.	Effectifs et compétence de démarrage.....	29
Chapitre 3 : ETUDE FINANCIERE ET ECONOMIQUE DU PROJET		33
3.1.	Coût du projet et étude financière	33
3.1.1.	Coût du projet et montage financier.....	33
3.1.1.1.	Coût du projet	33
3.1.1.2.	Plan exploitation	35
3.1.1.3.	Détermination du besoin en fonds de roulement.....	38
3.1.2.	Etude financière détaillée	38
3.1.2.1.	Hypothèses de prévision	38
3.1.2.2.	Compte d'exploitation prévisionnel.....	40
3.1.2.3.	Tableau des flux de financement	42
3.1.2.4.	Etude de la rentabilité financière de PALMIER SILOE.....	43
3.2.	Etude économique et risque du projet PALMIER SILOE	44
3.2.1.	Impact du projet	44

3.2.1.1. Impact social	44
3.2.1.2. Impact économique	44
3.2.1.3. Impact fiscal	45
3.2.1.4. Impact écologique	45
3.2.2. Les risques associés au projet.....	45
3.2.2.1. Risques politiques	46
3.3. Plan d'action et planning des activités	46
CONCLUSION GENERALE	47
BIBLIOGRAPHIE	49
ANNEXES	51
TABLES DE MATIERES	62