



**CENTRE AFRICAIN D'ETUDES SUPERIEURES EN
GESTION**

PROGRAMME MASTER EN BANQUE ET FINANCE

Année académique 2018-2019

Promotion **18**

Projet professionnel de fin d'études en vue de l'obtention du

Diplôme du Master en Banque et Finance

Option : BANQUE & GESTION DES RISQUES

**MISE EN PLACE D'UN ETABLISSEMENT DE RESTAURATION RAPIDE
DIETETIQUE DANS LA VILLE DE DAKAR : « O'MAGIC DIET »**

Par :

M. Kwahaud Franck Herve
GNANZOU

Sous la supervision de :

Dr. Edoé Djimitri AGBODJAN,
Enseignant Chercheur

Président du jury : Dr. Bertin CHABI

Membre du jury : M. Hugues Roland SOMDA

Membre du jury : M. Fabrice BOUABRE

CESAG - BIBLIOTHEQUE

« Le Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG) n'entend donner ni approbation ni improbation sur les opinions émises dans les Projets Professionnels rédigés par les stagiaires (étudiants) de Master en Banque et Finance. Ces opinions sont propres à leurs auteurs ».

FICHE SYNTHETIQUE

Titre du projet : Mise en place d'un établissement de restauration rapide diététique dans la ville de Dakar : O'MAGIC DIET

Forme juridique : SARL

Secteur d'activité : Restauration

Localisation du projet : Dakar/Sénégal

Promoteur

Nom & Prénom : Gnanzou Kwahaud Franck Hervé

Adresse : Ouakam corniche/Dakar/Sénégal

Téléphone : +221 776 776 326

Objet du projet

Date de démarrage : janvier 2022

Durée de réalisation : 5 ans

Coût total du projet : 50 218 000 F CFA

Apport personnel : 18 774 000 F CFA (37%)

Montant de l'emprunt : 20 000 000 F CFA (40%)

Durée de remboursement : 60 mois

Nombre d'emplois créés : 19

Valeur actuelle nette (VAN) : 30 954 581 F CFA

Taux de rentabilité interne (TRI) : 35%

Délai de récupération du capital (DR) : 3 ans 3 mois 24 jours

Indice de profitabilité : 1,616

Parrain / mentor

Nom : AGBODJAN

Fonction : Enseignant-chercheur

Prénom : Edoé Djimitri

Domicile : Sacré-Cœur

Adresse : BP 3802

Contacts : +221 784 475 763

DEDICACE

Je dédie ce modeste travail à :

- ma défunte mère qui toute sa vie durant a démontré sans cesse un amour incommensurable à l'égard de ses enfants ;
- mon père, un homme généreux, humble, aimant et plein de bons sens qui n'a ménagé aucun effort dans l'éducation de ses enfants et dans son rôle de père, pour son soutien indéfectible quelle que soit la situation ;
- mon fils Nathaniel et à sa maman Pricyllia pour son soutien et ses encouragements.
- mon frère et ma sœur, Armand et Sylvie, mes repères qui ont toujours été présents même dans les moments les plus difficiles.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier Dieu le père, pour toutes ses grâces.

Je remercie aussi les personnes ayant contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce document, en particulier :

- mon père pour son soutien tant financier que moral ;
- le corps administratif du CESAG et tous les professeurs qui ont disposé de leur temps pour communiquer le savoir ;
- mon encadreur, Dr. Edoé Djimitri AGBODJAN pour sa compréhension, sa patience, sa disponibilité, sa gentillesse, sa promptitude, ses précieux conseils et recommandations;

Enfin je remercie tous ceux qui m'ont soutenu de manière directe ou indirecte lors de l'élaboration de ce document.

SOMMAIRE

FICHE SYNTHETIQUE.....	3
DEDICACES.....	4
REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE	6
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	8
LISTE DES FIGURES, PHOTOS, GRAPHIQUES, ET TABLEAUX.....	10
INTRODUCTION GENERALE	12
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET	15
1.1. Présentation du contexte du pays.....	15
1.2. Etat de la situation et opportunités	16
1.3. Présentation de l'idée de projet.....	18
1.4. Résultats attendus du projet (théorie du changement).....	21
1.5. Impact du projet.....	24
1.6. Plan de mise en œuvre.....	24
2. EDEUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE	26
2.1. Choix du statut juridique	26
2.2. Présentation du promoteur et de l'équipe de projet.....	28
2.3. Structure organisationnelle.....	31
2.4. Evaluation de la faisabilité technique	32
3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING	40
3.1. Etude de marché	40
3.2. Plan stratégique général.....	45
3.3. Plan stratégique d'activités	47
4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE	49
4.1. Business Model.....	49
4.2. Evaluation du coût des investissements	51
4.3. Modalité de financement	54
4.4. Analyse de l'exploitation	55
4.5. Analyse de la rentabilité.....	62
CONCLUSION GENERALE	67
BIBLIOGRAPHIE.....	68
TABLE DES MATIERES	69
ANNEXES.....	72
RESUME	79

ABSTRACT 80

CESAG - BIBLIOTHEQUE

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ADEPME :	Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises
ANSD :	Agence National de la Statistique et de de la Démographie
APIX :	Agence nationale chargée de la Promotion de l'Investissement et des grands travaux
BFR :	Besoin en Fonds de Roulement
BMN :	Bureau de Mise à Niveau
DRCI :	Délai de Récupération du Capital Investi
FAD :	Fonds Africain de Développement
FID :	Fédération Internationale du Diabète
FNPEF :	Fonds National pour la Promotion de l'Entreprenariat Féminin
FNPJ :	Fonds National de la Promotion de la jeunesse
GEM :	Global Entrepreneurship Monitor
GIE :	Groupement d'Intérêt Economique
IP :	Indice de Profitabilité
MBF :	Master en Banque et Finance
OHADA :	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
OMS :	Organisation Mondiale de la Santé
PAPSP :	Projet d'Appui à la Promotion du Secteur Privé
PIB :	Produit Intérieur Brut
PME :	Petite et Moyenne entreprise
PMI :	Petite et Moyenne industrie
SA :	Société anonyme
SARL :	Société à Responsabilité Limitée

- SCS :** Société en Commandite Simple
- SNC :** Société en Nom Collectif
- SOGAS :** Société de Gestion des Abattoirs du Sénégal
- TRI :** Taux de Rentabilité Interne
- VAN :** Valeur Actuelle Nette

CESAG - BIBLIOTHEQUE

LISTE DES FIGURES, PHOTOS, GRAPHIQUES, ET TABLEAUX

Figures

Figure 1 : Théorie du changement.....	23
Figure 2 : Organigramme	32
Figure 3 : organisation du service en salle	38
Figure 4 : Analyse SWOT	46

Photos

Photo 1 : baie miracle.....	19
Photo 2 : Dakar-plateau.....	33
Photo 3 : agencement de cuisine en inox	37

Graphiques

Graphique 1 : critère essentiel pour le choix d'un fast-food	21
Graphique 2 : répartition des répondants en fonction du sexe	40
Graphique 3 : répartition des répondants par fonction.....	41
Graphique 4 : prévalence du diabète et autres maladies au Sénégal	41
Graphique 5 : personne ayant un proche ou une connaissance malade en raison de l'alimentation	42
Graphique 6 : taux de fréquentation des établissements des fast-food	42
Graphique 7 : appréciation du projet.....	43
Graphique 8 : niveau de satisfaction de la clientèle	44
Graphique 9 : classification des établissements dans la zone de chalandise.....	45
Graphique 10 : dépenses moyennes des clients pour leur consommation au fast-food	48

Tableaux

Tableau 1 : programmes et structures d'appuis aux PME	18
Tableau 2 : chronogramme des activités	25
Tableau 3 : avantages et inconvénients des Statuts juridiques	27
Tableau 4 : outils et moyens de production.....	35
Tableau 5 : composition du menu.....	47
Tableau 6 : coût du matériels et mobiliers.....	52
Tableau 7 : besoin en fonds de roulement.....	53
Tableau 8 : évolution du besoin en fonds de roulement	53
Tableau 9 : synthèse des coûts d'investissement	54
Tableau 10 : plan de financement.....	54
Tableau 11 : amortissement de l'emprunt (en FCFA)	55
Tableau 12 : chiffre d'affaire prévisionnel (en FCFA)	56

Tableau 13 : frais de personnels (en FCFA)	56
Tableau 14 : charges d'exploitation prévisionnelles (en FCFA).....	57
Tableau 15 : tableau d'amortissement	58
Tableau 16 : compte de résultat prévisionnel (en FCFA)	58
Tableau 17 : valeurs clés du compte de résultat prévisionnel	59
Tableau 18 : budget de trésorerie prévisionnel à l'année 0 (en FCFA)	59
Tableau 19 : budget de trésorerie prévisionnel à l'année 1 (en FCFA)	60
Tableau 20 : calcul du coût moyen pondéré	61
Tableau 21 : tableau des flux de trésorerie prévisionnel (en FCFA).....	61
Tableau 22 : critères d'appréciation et de pertinence du projet	62
Tableau 23 : seuil de rentabilité et point mort	63
Tableau 24 : rentabilité financière et économique.....	63
Tableau 25 : compte d'exploitation prévisionnel avec le stress test	64
Tableau 26 : cartographie des risques	65

CESAG - BIBLIOTHEQUE

INTRODUCTION GENERALE

Contexte et problématique

Au Sénégal comme partout en Afrique, les transformations économiques bousculent les anciennes habitudes alimentaires, axées sur la prise de repas en famille. Manger hors du domicile devient une pratique répandue pour diverses raisons. Elles concernent l'envie de se faire plaisir ou encore de faire plaisir à ses proches, le désir de découvrir des saveurs exotiques entretenue par la globalisation et la diversité culturelle des espaces, le manque de temps qui oblige à recourir à une alimentation rapide etc.

Le développement de la restauration rapide est à saluer en raison de ses avantages comparatifs par rapport aux restaurants classiques. En effet, la restauration rapide propose à sa clientèle, contrairement aux restaurants classiques, des plats rapidement préparés, faciles à emporter et à un prix généralement moindre. Ce mode de restauration, grâce à sa rapidité, permet aux personnes de mieux s'adapter au rythme de vie de plus en plus accéléré dans les villes.

Malheureusement, avec le développement rapide de ce type de restauration, de plus en plus d'individus consomment des produits en forte teneur de sucre, de sel et de matières grasses. Le développement de la restauration rapide s'accompagne ainsi de l'accroissement du risque de surpoids puis à terme d'un diabète. En 2015, la Fédération Internationale du Diabète (FID)¹ a fait état de 425 millions de cas de diabète dans le monde. Cette dernière a qualifié ce phénomène de véritable pandémie car la progression est considérable. Ainsi, à l'horizon 2040, l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) prévoit 622 millions de diabétiques. D'après cette organisation, une personne dans le monde meurt du diabète toutes les 6 secondes, une incidence plus forte que les décès causés par le sida, la tuberculose et la malaria.

Au Sénégal, le constat est alarmant, selon les chiffres de 2018, le docteur Babacar Gueye, chef de la division des maladies non transmissibles de l'hôpital général Abass Ndao de Dakar estime que 3,4% de la population sénégalaise, soit plus de 500 000 personnes souffriraient du diabète. (Faye, 2013). Cette prévalence élevée du diabète au Sénégal est due en grande partie à une mauvaise alimentation, qui comme mentionné plus haut s'avère trop grasse, trop salée et trop sucrée. Ce type d'alimentation est en général fourni par le secteur de la restauration

¹ La fédération internationale du diabète, organisation faitière de plus de 230 associations nationales du diabète dans 170 pays et territoire, représente les intérêts d'un nombre croissant de personnes atteintes de diabète et de sujet à risque. La fédération est à la tête de la communauté mondiale du diabète depuis 1950.
www.idf.org

rapide caractérisé par les fast-foods encore appelés « malbouffes ». Ces fast-foods peuvent être de plusieurs types à savoir, les sandwicheries, les snack(-ing), les fast-foods en opposition à la junk-food², les casse-croustes, les snack-bars, les friteries food-truck, les glaciers, etc.

Comment concilier les avantages comparatifs des fast-foods avec la nécessité et l'urgence de manger sainement ? Telle est la problématique que nous essayons de résoudre par la mise en place d'un restaurant rapide diététique.

Toutefois, la réussite d'un tel projet à Dakar ne va pas de soi. Au Sénégal, plus précisément à Dakar, le secteur de la restauration rapide est dominé par la présence de nombreuses enseignes telles que Yum-yum, la Brioche-dorée, le Regal, N'ice-cream, Caesar, les Ambassades, la Galette, la Gondole, Planet kebab, Regis, Saveur d'Asie et Ali baba. L'un des défis majeurs pour notre établissement sera donc d'arriver à se positionner sur ce secteur, compte tenu de toutes ses enseignes au travers de sa vision qui est de devenir un des lieux de référence, où les clients pourront manger sainement d'un point de vue diététique.

Au regard de tous ces facteurs, plusieurs questions relatives à la faisabilité du projet demeurent posées : quels produits pouvons-nous proposer à notre clientèle ? Où et à quel prix ? Quelle doit être la structure organisationnelle et la stratégie de vente d'un tel restaurant ? Quel peut en être le niveau de rentabilité ?

Nous allons répondre à ces questions dans le cadre de la présente étude.

Objectifs et intérêt de l'étude

A travers ce travail, notre objectif est de pouvoir mettre en place un snack³ diététique rentable dans le centre-ville de Dakar au Sénégal. Cela passe notamment par l'étude des modalités de financement pour la mise en place de notre établissement et aussi par la sensibilisation de la population dakaroise sur les effets dévastateurs d'une mauvaise alimentation, puis mettre à sa disposition une nourriture saine et équilibrée. La présente étude va donc non seulement nous permettre de comprendre les habitudes de consommation des potentiels clients afin de les servir au mieux, mais également d'appréhender le niveau de la demande sur le marché.

L'intérêt que suscite la réalisation de ce document est d'abord qu'il nous permettra de faire appel et de mettre en application bon nombre de connaissances théoriques et pratiques

² Malbouffe, alimentation néfaste sur le plan diététique

³ Restaurant rapide

acquises lors de notre formation au programme Master en Banque et Finance (MBF) du CESAG, ensuite il permettra l'enrichissement de la documentation de la bibliothèque du CESAG.

Méthodologie

Pour la réalisation de notre projet, nous aurons à effectuer une étude de faisabilité. Cette étude comprend une étude organisationnelle et technique, une étude de marché et une étude économique et financière. Ces études nous ont permis de déceler les tendances de consommation et préférences des individus et de proposer une gamme de services et des produits adaptés et concurrentiels. Elles nous ont en outre permis d'identifier les points clés sur lesquels jouer pour la réalisation de notre projet, et ainsi mettre en place notre stratégie marketing.

Pour le compte de cette étude, nous avons collecté des données au moyen de questionnaires, que nous avons fait parvenir au public par le biais des réseaux sociaux notamment Facebook. Le choix de ce réseau se justifie non seulement par sa notoriété mais également par le fait qu'il permettra de toucher un grand nombre d'individus, toute catégorie confondue. Donc, après avoir rédigé et généré le lien de notre questionnaire via Google Form, nous l'avons publié dans divers groupes sur Facebook. Ensuite, un tri a été fait pour ne retenir que les individus résidant au Sénégal.

Annonce du plan

Notre travail sera articulé autour de quatre parties. Tout d'abord dans la première partie, nous ferons une présentation d'ensemble de notre projet. Ensuite, dans la deuxième nous présenterons l'étude organisationnelle et technique. Puis dans la troisième partie nous aborderons l'étude de marché et la stratégie marketing à adopter. Et enfin, dans la quatrième et dernière partie nous ferons l'étude financière et économique de notre projet.

1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET

Dans ce premier chapitre, nous allons présenter l'environnement politique, économique, géographique et social du projet en vue de prendre en compte les opportunités et les menaces de cet environnement. Nous ferons également une présentation générale de notre projet et de son impact probable sur cet environnement.

1.1. Présentation du contexte du pays

Le Sénégal est un pays sahélien de la sous-région ouest africaine, situé dans la partie la plus occidentale de l'Afrique, en bordure de l'océan Atlantique. Le Sénégal entoure la Gambie, son voisin de plus petite taille et partage ses frontières avec la Guinée, le Mali et la Mauritanie. Avec une superficie de 196 712 km² le Sénégal compte une population de 16 209 125 dont environ un quart se concentre autour de la capitale, Dakar et près de la moitié dans d'autres zones urbaines.

Sur le plan économique, le Sénégal est l'un des pôles les plus importants d'Afrique de l'Ouest. Son économie s'est progressivement positionnée à la quatrième place en Afrique de l'Ouest après le Nigeria, la Côte d'Ivoire et le Ghana. Ses principaux partenaires économiques sont la France, l'Inde et l'Italie. Sa situation économique fait de lui un pays attractif prisé des ressortissants occidentaux qui viennent avec leurs habitudes culinaires et de restauration, modifiant de ce fait les mœurs alimentaires de la population locale.

Contrairement à de nombreux pays africains, le Sénégal est très pauvre en ressources naturelles et doit compter sur la pêche et le tourisme pour assurer ses principales recettes⁴. Mais avec la découverte récente de gaz naturels et de pétrole au large de ses côtes, le Sénégal se voit offrir de nouvelles perspectives notamment la croissance de la classe moyenne dont le pouvoir d'achat et les modes de vies sont favorable à la restauration.

Au cours de l'année 2017, le Sénégal a enregistré un taux de croissance du PIB de 7,1%⁵.

Sa position géographique et sa réputation de stabilité politique font du Sénégal un des pays africains les plus industrialisés avec la présence de multinationales majoritairement d'origine française.

⁴ <https://www.senegal-online.com/economie-du-senegal/>

⁵ <https://www.banquemondiale.org/fr/country/senegal/overview>

Au plan socio-culturel, le Sénégal jouit d'une diversité ethnique indéniable dominée par les Wolofs avec leur langue le wolof qui est comprise dans tout le pays. Le français reste cependant la langue officielle du pays. La population sénégalaise est constituée de 8 140 343 femmes et de 8 068 782 hommes, cette population est majoritairement musulmane mais il existe une minorité chrétienne.

Pour ce qui est de la gastronomie, le Sénégal possède beaucoup de mets faits pour la plupart à base de riz. Le plat national est le « thiéboudiène » dont la traduction littérale en français est « riz au poisson ». Toutefois, la forte présence étrangère tend à modifier les habitudes de consommation des Sénégalais. On peut parler des fast-foods mais également d'autres plats de pays de la sous-région notamment l'attiéké et l'alloco de la Côte d'Ivoire, que l'on retrouve de plus en plus dans les restaurants.

Au plan politique, le Sénégal est l'un des pays les plus stables d'Afrique. Depuis son indépendance en 1960, il a connu trois alternances politiques pacifiques. Son président actuel, Macky Sall a été élu en mars 2012. En 2006, un référendum constitutionnel a réduit le mandat présidentiel de sept à cinq ans. Des élections parlementaires ont eu lieu en juillet 2017. La coalition au pouvoir, Benno Bokk Yakaar a remporté 125 sièges sur 165, avec 49,47% des suffrages exprimés. Douze autres partis siègent également à l'Assemblée nationale notamment Wattu Sénégal (19 sièges), Manko Taxawu Sénégal (7 sièges) et le Parti de l'unité et du rassemblement (3 sièges). (Atchadé, 2019)

La stabilité relative du Sénégal fait donc de lui un pays propice au développement de l'entrepreneuriat.

1.2. Etat de la situation et opportunités

De par son économie en pleine croissance, sa position géographique stratégique et sa situation politique relativement stable, le Sénégal est un pays favorable au développement de l'esprit entrepreneurial. Selon l'Agence Nationale de la Statistique et de de la Démographie (ANSD⁶), le taux de chômage du Sénégal au 4^e trimestre 2017 est estimé à 15,7%, avec environ 200 000 nouveaux diplômés qui débarquent chaque année sur le marché du travail pour seulement 31% de taux d'insertion. Face à ce constat, de plus en plus d'individus se

⁶ http://www.ansd.sn/index.php?option=com_content&view=article&id=370:2018-04-13-08-41-29&catid=56:depeches&Itemid=264

tourment vers l'entrepreneuriat. Ainsi, selon une étude du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Simen, Tidjani, & Diouf, 2015), le taux de prévalence des aspirants à l'entrepreneuriat est en constante croissance et se positionne actuellement à 69,7%. Toujours selon cette étude, le taux d'entrepreneuriat naissant serait de 24,9% ce qui est supérieur au taux de nouveaux entrepreneurs qui est de 15%. Le constat est qu'après les trois premiers mois d'existence, le nombre d'entreprises existantes diminue. Conscientes des nombreux avantages de l'entrepreneuriat dans l'économie sénégalaise et des avantages bénéfiques pour la population active au chômage, les autorités sénégalaises ont mis en place un certain nombre de structures, de dispositifs, de programmes d'appui et d'accompagnement pour le développement et l'épanouissement des start-ups et PME/PMI.

Ainsi, le dispositif d'accompagnement pour la création et le développement des start-ups « start up Sénégal » a été mis en place avec le but de donner plus de chances aux porteurs de projet de réaliser leur projet, par un accompagnement individualisé avant et/ou après la création de leur start up. De la même manière a été mis en place le Projet d'Appui à la Promotion du Secteur Privé (PAPSP) qui est un programme d'appui institutionnel, conjointement financé pour un montant de 3,5 milliards de FCFA par le Fonds Africain de Développement (FAD) à 90% et l'Etat du Sénégal à 10%. Ce projet vise à contribuer à l'amélioration de la gouvernance financière et du climat des affaires dans l'optique d'une croissance durable et soutenue, basée sur le secteur privé. Les objectifs spécifiques du PAPSP sont l'amélioration des services aux PME et la promotion du développement des PME. A cette liste s'ajoute le programme de labélisation de l'Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises (ADEPME) qui consiste à améliorer l'éligibilité de la PME au financement bancaire. Ce programme a pour objectif d'accompagner la croissance de la PME grâce à une amélioration de sa compétitivité. De même, le programme d'assistance technique PME du Bureau de Mise à Niveau (BMN) porte sur une assistance technique aux PME dans le cadre de son nouveau « Guichet Appui Technique » qui vise à apporter un appui ciblé aux entreprises qui n'ont pas besoin de procéder à une mise à niveau globale. S'y ajoute par ailleurs, le Fonds National pour la Promotion de l'Entrepreneuriat Féminin (FNPEF) qui est un fond de refinancement mis à disposition des banques, établissements financiers et institutions de microfinance des ressources nécessaires au financement de projet des femmes entrepreneurs ou en devenir. On peut citer enfin le Fond National de la Promotion de la jeunesse (FNPJ) qui est un fond de

financement mis à disposition des institutions de microfinance au profit de jeunes porteurs de projets d'affaires.

Le tableau ci-dessous nous fait la synthèse de ces différents programmes et structures ainsi que leur finalité.

Tableau 1 : programmes et structures d'appuis aux PME

Programmes/Structures	Finalités	Montant (F CFA)
Dispositif d'accompagnement pour la création et le développement des start-ups « start up Sénégal »	Accompagnement individualisé avant et/ou après la création de la start-up.	1 000 000 000
Projet d'Appui à la Promotion du Secteur Privé (PAPSP)	Amélioration de la gouvernance financière et du climat des affaires dans l'optique d'une croissance durable et soutenue.	3 500 000 000
Programme de labélisation de l'Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises (ADEPME)	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de l'éligibilité des PME aux financements bancaires • Accompagnement de la croissance des PME grâce à l'amélioration de leur compétitivité. 	Non définie
Bureau de Mise à Niveau (BMN)	Assistance technique aux PME dans le cadre du Guichet Appui Technique.	Non définie
Fonds National pour la Promotion de l'Entreprenariat Féminin (FNPEF)	Financement de projet des femmes entrepreneurs ou en devenir.	Non définie
Fond National de la Promotion de la jeunesse (FNPJ)	Financement au profit de jeunes porteurs de projets d'affaire	Non définie

Source : l'auteur

1.3. Présentation de l'idée de projet

1.3.1. Présentation générale du projet

Ce projet consiste à mettre en place un restaurant rapide et diététique afin d'offrir à la future clientèle une large gamme de produits avec une certaine spécificité. Ce restaurant proposera deux types de menu : des plats salés et des produits sucrés.

La conjoncture actuelle a conforté la place du sucre dans notre alimentation et il est de plus en plus difficile de s'en passer. Lors des sorties familiales ou individuelle dans les fast-foods, les individus consomment une grande quantité de sucre et de matières grasses, ne gardant pas en esprit les effets néfastes de ces aliments sur leur santé.

C'est dans ce cadre que notre projet prend tout son sens, nous permettrons à nos futurs clients de pouvoir retrouver tous leurs produits mais sains d'un point de vue diététique. Comment cela se fera ?

Avant de répondre à cette interrogation, nous donnerons les motivations d'un tel projet.

Tout d'abord, en tant que promoteur nous sommes également confronté au pouvoir addictif du sucre, ensuite, compte tenu du fait que l'un de nos parents souffre du diabète, le risque d'en développer un à notre tour est d'autant plus accru.

L'une des principales raisons de ce projet est donc de permettre à notre parent diabétique et aussi à toute la frange de la population diabétique et en état de surpoids pondéral de pouvoir retrouver le goût sucré sans risque pour leur santé et ainsi améliorer leur qualité de vie. Sont donc là toutes les motivations qui nous ont permis de faire des recherches et ainsi pouvoir aboutir sur ce type de projet.

Ainsi, grâce à l'action de la miraculine, une protéine que renferme un fruit appelé baie du miracle, nous comptons rendre nos produits savoureux, gouteux et sucrés à souhait pour le plaisir de tout un chacun.

La photo suivante nous montre la baie miracle.

Photo 1 : baie miracle



Source : google image, mot clé (baie miracle)

Découverte en 1750 par des explorateurs botanistes, la baie du miracle est le fruit d'un arbuste poussant principalement au Ghana, un pays de la sous-région Ouest Africaine situé entre la Côte d'Ivoire et le Togo.

La baie du miracle renferme une protéine du nom de miraculine. Cette protéine a un fort pouvoir sucrant et donne un goût plus savoureux aux aliments.

Après consommation de ce fruit, ces effets se traduisent par le changement en bouche des aliments généralement acides, âpres ou amers en doux et sucrés, ces changements s'opèrent durant une heure. Ainsi, dans les différentes recettes de nos produits concernant la partie sucrée, nous incorporerons une certaine quantité de jus provenant de fruits ou autres aliments acides (citron, pamplemousse, orange, fraise, café, etc.) afin d'avoir l'acidité requise pour ressentir l'effet sucrant de la miraculine, nous permettant ainsi d'obtenir des produits sucrés sans sucre.

Grâce à ce fruit, il sera désormais possible pour la future clientèle de notre établissement de se faire plaisir sans se soucier des effets sur leur santé.

1.3.2. Vision

Devenir un lieu de référence à Dakar, avec un cadre agréable et convivial où petits et grands pourront succomber sainement à tous leurs vices en matière de junk-food. Cela au travers de menus de qualité, sains d'un point de vue diététique et à prix abordables.

1.3.3. Mission

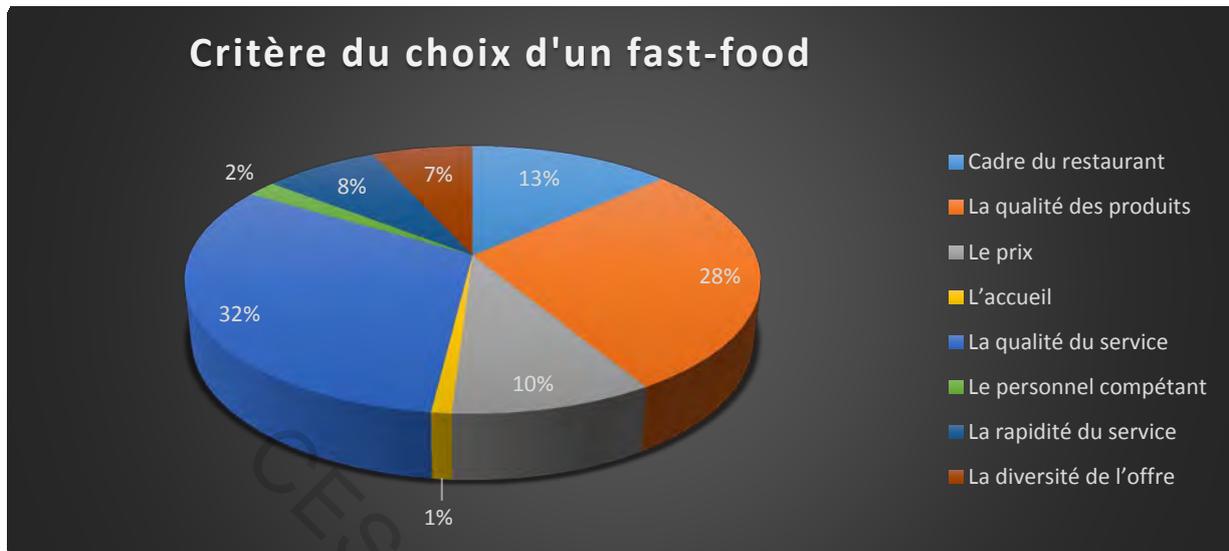
Améliorer l'accès à des menus fast-food de qualité de manière à contribuer à l'amélioration de l'état de santé et au bien-être des consommateurs.

1.3.4. Facteurs clés de succès

Selon l'enquête qui a été réalisée lors de la collecte de données, il en ressort que pour le choix d'un établissement de restauration rapide, 32% des individus interrogés ont choisi comme critères essentiels la qualité du service, 28% la qualité des produits, 13% le cadre du restaurant et 10% le prix.

Sont donc là les quatre facteurs sur lesquels notre établissement s'appesantira pour attirer le plus de clients et ainsi devenir une référence en matière de restauration rapide diététique.

Graphique 1 : critère essentiel pour le choix d'un fast-food



Source : l'auteur

1.4. Résultats attendus du projet (théorie du changement)

Le résultat escompté de ce projet est l'amélioration du bien-être des consommateurs de fast food. Cela nécessite que les consommateurs prennent conscience du risque de consommer trop gras et trop sucré dans les fastfoods concurrents et qu'ils aient accès, au même moment, à un menu sain et varié qui pourrait substituer les produits qu'ils ont l'habitude de consommer.

Pour cela, notre équipe élaborera des recettes diététiques et organisera des séances de dégustation et de découverte de nos produits. Cela nécessitera une sensibilisation préalable de la population et une promotion du restaurant aux moyens de médias et des réseaux sociaux. Le risque serait que la population n'adhère pas à notre projet, nous jouerons donc sur une bonne communication. Le choix de matières premières de qualité et les prix abordables que nous fixerons permettront aux clients d'avoir une multitude de choix de consommation et bien sûr d'avoir une alimentation saine. Cet état de fait aura comme effet la réduction des risques de diabète pour les consommateurs, la réduction des privations pour les diabétiques et l'arrêt des régimes drastiques pour les personnes en surpoids, améliorant ainsi leur bien-être. Toutefois la non attente de ses objectifs pourrait être due à des facteurs externes pour lesquels nous n'avons pas d'influence tels que l'épanouissement au travail ou encore le confort à la maison.

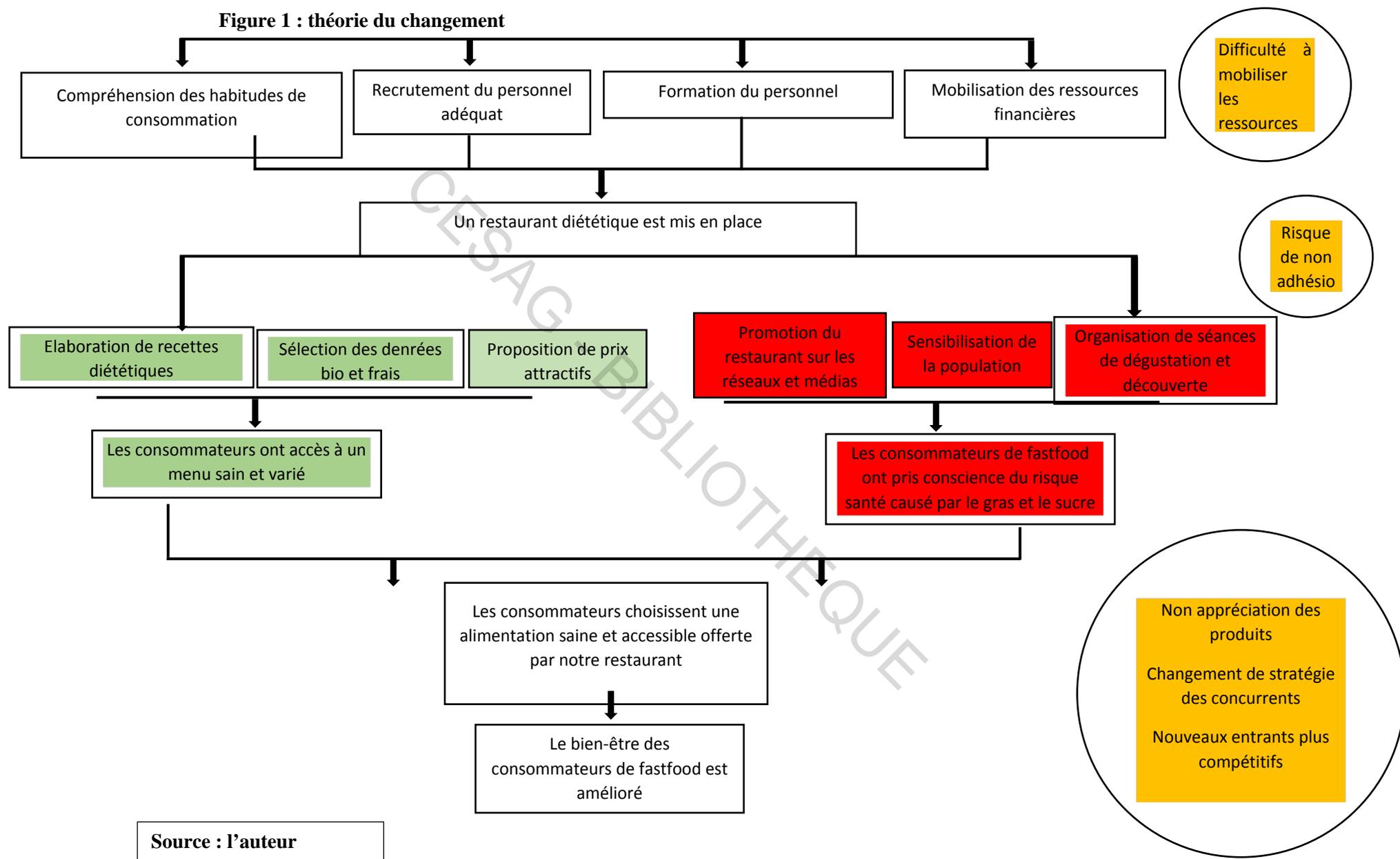
En guise d'intrants pour la réalisation de cette chaîne de résultats, nous allons nous doter d'une bonne connaissance des habitudes alimentaires des individus, identifier et mobiliser les ressources nécessaires pour le démarrage effectif de ce projet, entre autres le personnel à recruter et à former par la suite, tout ceci dans le but de créer notre restaurant.

A ce niveau le risque ou la difficulté sera de ne pas trouver les personnes adéquates pour former l'équipe du projet ou encore les fonds nécessaires pour le démarrage. A cet effet, plusieurs entretiens seront effectués pour ne garder que les personnes alliant savoir-faire et savoir-vivre. Un personnel de qualité équivaut à un service de qualité, ce que nous voulons offrir à nos clients.

Le schéma suivant nous fait un résumé de cette théorie du changement.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Figure 1 : théorie du changement



1.5. Impact du projet

Ce projet sera bénéfique à la population sénégalaise en général, car si ce modèle est utilisé, il aura à terme un impact significatif sur la réduction de la prévalence du diabète, du surpoids pondéral et de tous les effets néfastes qui en découlent. Ce projet permettra également d'améliorer considérablement le bien-être des personnes atteintes du diabète car elles pourront de nouveau manger sucré, également les personnes en surpoids ne seront plus contraintes à des régimes drastiques, leur perte de poids sera dès lors plus aisée.

Ce projet génèrera également des emplois de plus, il fera la promotion des denrées alimentaires locales.

1.6. Plan de mise en œuvre

Le restaurant O'MagicDiet commencera ses activités à l'année 0 qui est l'année d'investissement du projet. Conformément au tableau ci-après, la mobilisation des ressources durable se fera sur toute la période de l'année d'investissement. Le recrutement, la formation du personnel et la négociation des modalités de financement auprès de la banque débiteront au mois d'avril de l'année 0, puis l'élaboration des recettes, de la carte de menu, l'acquisition de l'équipement et du mobilier ainsi que l'aménagement du local se feront à partir du mois de juin toujours de l'année 0. Enfin l'installation du matériel et du mobilier se fera au mois de décembre de l'année 0, le premier approvisionnement en denrées se fera la dernière semaine ce mois.

L'ouverture effective des portes est prévue pour le premier janvier de l'année 1. L'approvisionnement se fera de façon hebdomadaire de sorte à garantir la fraîcheur des matières premières.

Les années 2 à 5 sont les années de fonctionnement au cours desquelles l'établissement fera ses preuves et se stabilisera, pour ainsi permettre au projet de s'épanouir dans le temps et de perdurer.

Tableau 2 : chronogramme des activités

Année	Activités	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Année 0	Mobilisation des ressources durables	[Barre violette]											
	Recrutement et formation du personnel				[Barre bleu foncé]								
	Elaboration des recettes et de la carte de menu						[Barre bleu]						
	Négociation des modalités de financement				[Barre rouge]								
	Acquisition de l'équipement et du mobilier						[Barre orange]						
	Installation du mobilier et de l'équipement et aménagement des locaux											[Barre verte]	
Année 1	Ouverture effective	[Barre verte]											
	Approvisionnement en denrées	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]	[Barre grise]
De l'année 2 à l'année 5	Fonctionnement	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]	[Barre jaune]

Sources : l'auteur

Le présent chapitre nous aura permis de mieux comprendre en quoi consiste ce projet et les fins auxquelles il aspire. Il nous aura également permis de mieux cerner l'environnement du Sénégal sur bien de plan, ainsi que les différentes opportunités qui s'offrent à nous en matière d'entrepreneuriat.

Nous allons approfondir la réflexion sur les dispositions à prendre pour mieux exploiter ces opportunités à travers l'étude organisationnelle et technique que nous allons présenter dans le chapitre suivant.

2. EDEUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE

Le deuxième chapitre de ce travail va consister à faire l'étude organisationnelle et technique du projet. Tout au long de cette partie, nous aurons à traiter des questions juridiques telles que le choix du statut de notre établissement, compte tenu de l'environnement Sénégal et des finalités du projet que nous avons présentés dans le chapitre précédent. C'est également au cours de cette partie que se fera la présentation du promoteur, de son équipe et de la structure organisationnelles du projet. Et enfin nous évaluerons la faisabilité technique de notre projet.

2.1. Choix du statut juridique

Les formes juridiques en vigueur au Sénégal sont régies par l'acte uniforme de l'OHADA (SAMBE & DIALLO, 2015) relatif au droit des sociétés commerciales et du G.I.E. Il s'agit notamment de :

- ❖ l'Entreprise Individuelle ;
- ❖ le Groupement d'Intérêt Economique (GIE) ;
- ❖ la Société à Responsabilité Limitée (SARL) ;
- ❖ la Société anonyme (SA) ;
- ❖ la Société en Nom Collectif (SNC) ;
- ❖ la Société en Commandite Simple (SCS) ;
- ❖ la Société Civile ;
- ❖ la Société Coopérative ;

Chaque société a ses propres caractéristiques administratives, fiscales, sociales et financières. Dans le cadre de notre projet, nous retiendrons la forme SARL. Cette forme juridique ne rend responsable des dettes qu'à concurrence des apports de chaque actionnaire. L'un des avantages de ce type de société est qu'elle n'a ni besoin de conseil d'administration ni de commissaire au compte au début de son activité.

Le capital minimum demandé est de 100 000 de FCFA divisé en parts sociales égales dont la valeur nominale ne peut être inférieure à 5 000 FCFA.

Le tableau ci-après présente les avantages et inconvénients des différents statuts juridiques.

Statut juridique	Avantages	Inconvénients
Entreprise Individuelle	<ul style="list-style-type: none"> · Aucun capital minimum exigé pour le démarrage · Formalités de constitution rapides et simplifiées · Coût de constitution assez faible · Régime fiscal forfaitaire, incitatif et très souple. 	<ul style="list-style-type: none"> · Responsabilité illimitée de l'entrepreneur. En cas de faillite, le patrimoine de l'entrepreneur est engagé · Faible crédibilité vis-à-vis des partenaires : banques, fournisseurs, clients... · Accès difficile au crédit
SARL	<ul style="list-style-type: none"> · Capital minimum exigé pas trop important 100.000 FCFA · Responsabilité limitée : les associés ne sont responsables qu'à concurrence de leurs apports ; · Les associés ont la possibilité d'assurer un contrôle étroit de l'accès de nouveaux associés au capital de la société · La société pourra continuer d'exister en cas de décès de l'un des associés 	<ul style="list-style-type: none"> · Le capital minimum exigé bloque certaines initiatives · Obligation de passer par un notaire pour les actes constitutifs (statuts, déclaration de conformité...) · Les associés peuvent céder librement leurs parts sociales.
SA	<ul style="list-style-type: none"> · Très crédible auprès des tiers · Grande capacité de mobilisation des fonds (la S.A peut faire appel à l'épargne publique) · Le risque limité aux apports · La possibilité de libérer seulement le quart du capital · La possibilité pour les associés en principe de librement de céder leurs actions 	<ul style="list-style-type: none"> · Le capital social minimum assez élevé · Frais de constitution très élevés · Système d'administration très lourde (CA, commissaires aux comptes...) pour les nouvelles sociétés
GIE	<ul style="list-style-type: none"> · Le GIE peut être créé sans capital de départ · Les formalités de constitution assez souples · Flexibilité dans l'organisation et le fonctionnement · Régime fiscal forfaitaire, incitatif et très souple 	<ul style="list-style-type: none"> · Le GIE a pour but exclusif de mettre en œuvre, pour une durée déterminée, tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou accroître les résultats de cette activité · Faible crédibilité vis-à-vis des tiers, surtout des banques · Les membres du GIE sont solidairement responsables des dettes du GIE

Tableau 3 : avantages et inconvénients des Statuts juridiques

Source : guide du créateur d'entreprise

2.2. Présentation du promoteur et de l'équipe de projet

▪ Présentation du promoteur

Le Promoteur du projet à savoir Franck GNANZOU est un étudiant régulièrement inscrit au programme Master en Banque et Finance du CESAG. Titulaire également d'un master 2 en gestion macroéconomique et administrative, le promoteur pense avoir les compétences théoriques en matière d'administration nécessaires pour piloter un tel projet. De plus, il se révèle être un pâtissier et cuisinier autodidacte qui pratique régulièrement. Compte tenu de tous ces facteurs et des motivations citées plus, il pense pouvoir mener à bien ce projet. Sa participation sera donc un apport personnel à hauteur de 41% du capital social, et sera donc l'actionnaire majoritaire.

Le second actionnaire est madame Sylvie Bohoussou, avec un apport de 30% du capital social.

Madame Bohoussou est passionnée de cuisine et a déjà deux restaurants à son actif en Côte d'Ivoire. Elle a été séduite par notre approche de la restauration rapide et a donc décidé d'adhérer au projet.

Etant donné l'envergure que nous voulons conférer à notre établissement, les charges de travail seront donc assez importantes. Le restaurant ouvrira ses portes en moyenne 10 heures par jour, durant cette période nous comptons recevoir entre 100 et 150 personnes par jour et leur offrir la plus belle expérience possible.

Pour ce faire nous constituerons une équipe dynamique qui sera composée d'un personnel courtois que nous aurons pris le soin de former.

▪ Présentation de l'équipe du projet

❖ Le gérant

En tant que bon gestionnaire dynamique, le gérant sera le responsable administratif de notre établissement. Son rôle sera de planifier, organiser, diriger et contrôler les opérations des différents points de vente du restaurant en vue d'atteindre les objectifs globaux de l'entreprise.

Il devra entre autres : embaucher, coordonner, encadrer, former et évaluer les employés du restaurant. Le gérant aura aussi à assurer l'accueil et l'intégration des nouveaux employés, informer son personnel des politiques et procédures internes, et s'assurer de leur application.

Il devra également assurer avec une bonne attitude, un leadership adéquat en développant les compétences et la motivation des employés. Il s'assurera notamment de l'intégrité de l'environnement de travail, des équipements et des systèmes utilisés, du respect des standards.

❖ **Le chef cuisinier**

Ce dernier sera le chef d'orchestre de la cuisine, il coordonnera, dirigera et supervisera l'ensemble des activités qui se dérouleront en cuisine. Il sera en charge des activités clés, notamment de l'organisation de l'approvisionnement, de la production culinaire, d'analyser les coûts des recettes, du management (planning délégué, évaluation des compétences...) et de contrôler le respect des règles d'hygiène.

Le chef cuisinier devra être capable d'élaborer une cuisine créative tenant compte de l'évolution des goûts, des tendances, des nouvelles technologies culinaires, de fidéliser la clientèle existante et d'attirer de nouveaux clients, d'assurer la cohésion de l'équipe et sa motivation et enfin de transmettre son savoir-faire à l'équipe.

Pour le recrutement du chef cuisinier nous exigeront 10 années d'expérience professionnelle.

❖ **Le second de cuisine**

Ce dernier sera l'assistant du chef cuisinier et l'accompagnera dans toutes ces missions. Il devra être capable de remplacer tout membre de l'équipe. Ses activités seront principalement le management, l'animation d'équipe (en lien avec le chef de cuisine), la gestion des budgets et des stocks et la production culinaire.

Le second de cuisine devra être capable non seulement d'animer les équipes mais aussi de maintenir leur motivation, de transmettre des informations et en obtenir, d'ajuster la planification des activités en fonction des aléas et de décliner une organisation générale en organisation par poste. Pour ce poste nous exigeront une expérience professionnelle de 3 ans

❖ **Le chef pâtissier**

Le chef pâtissier sera en charge de toute la partie sucrée du menu de notre établissement, il sera chargé de créer et de proposer à la clientèle de nouveaux produits et devra porter une attention particulière à l'aspect visuel de ses réalisations, il s'occupera de tous le processus de production, de la préparation de la matière première à la décoration en passant par la cuisson et le montage particulièrement de la transformation des fruits de l'arbre miracle en jus ou

sorbet et d'élaborer de nouvelles recettes qui permettront de mettre en avant tout le potentiel de la miraculine.

Ainsi il sera amené à créer des gâteaux, des confiseries, des viennoiseries, des glaces et autres boissons bien évidemment sans sucre.

Le chef pâtissier devra être organisé, méticuleux, créatif, doué en communication et résistant face à la pression. Pour cela nous exigeons une expérience professionnelle de 10 ans.

❖ **Le pâtissier**

Ce dernier aura la tâche d'accompagner le chef pâtissier dans toutes ses missions. Il devra également avoir un esprit créatif et être ingénieux. Pour ce poste nous retiendrons une expérience professionnelle de 5 ans.

❖ **Le commis de cuisine**

Le commis sera chargé de rassembler les différents ingrédients nécessaires à la préparation des plats, et préparera à l'avance tout ce qui peut l'être notamment éplucher et émincer les légumes. Il sera également chargé du dressage, de la distribution, de l'entretien de la cuisine et des locaux annexes. Le commis devra faire preuve de curiosité par rapport à l'ensemble des activités en cuisine, avoir le sens de l'observation, réaliser des activités dans les temps impartis et au moment opportun en prenant en compte l'enchaînement logique des tâches. Il sera également chargé d'assurer le relais d'information au niveau des serveuses, plongeurs, livreurs et de la ménagère. Pour ces postes nous n'exigeons pas d'expérience professionnelle particulière.

❖ **Le plongeur/plongeuse**

Le plongeur assurera le nettoyage de la vaisselle, des ustensiles de cuisine, de la propreté de la cuisine et des locaux. Il sera également en charge de l'approvisionnement en produits lessiviels, du tri de la vaisselle avant et après lavage, de vérifier la propreté et trier en sortie. Il sera bien évidemment tenu d'appliquer les normes d'hygiène et de sécurité.

Le plongeur devra être capable d'adapter son rythme de travail aux exigences du service, appliquer des modes opératoires prescrits de détecter et signaler tout dysfonctionnement et enfin d'entretenir des relations efficaces avec l'ensemble du personnel.

❖ **Le comptable**

Le comptable sera chargé de gérer toutes les informations comptables de notre établissement, de la collecte des documents justificatifs, et de participer aux travaux de fin d'exercice comptable. Il devra entre autres identifier, vérifier, classer et comptabiliser les éléments comptables. Il sera également amené à établir les déclarations de TVA et les paies et aussi des recouvrements et des décaissements. Expérience requise 8 ans.

❖ **Les caissières**

Elles seront chargées de tenir la caisse et de faire les encaissements. Elles seront sous la responsabilité directe du comptable. Compte tenu du caractère délicat de ce poste nous exigerons 6 années d'expérience.

❖ **Les livreurs**

Ces derniers seront chargés de porter la commande des clients à leur domicile dans les délais qui leur seront impartis. Nous n'exigerons pas d'expérience professionnelle particulière. Cependant les livreurs devront être dotés d'un permis de conduire de catégorie B et être habile dans la conduite d'une moto ou d'un scooter.

❖ **La ménagère**

Elle sera tenue de la propreté des locaux. Elle devra être dynamique, rapide et efficace dans son travail. Nous n'exigerons pas d'expérience professionnelle particulière pour ce poste.

❖ **Les serveuses**

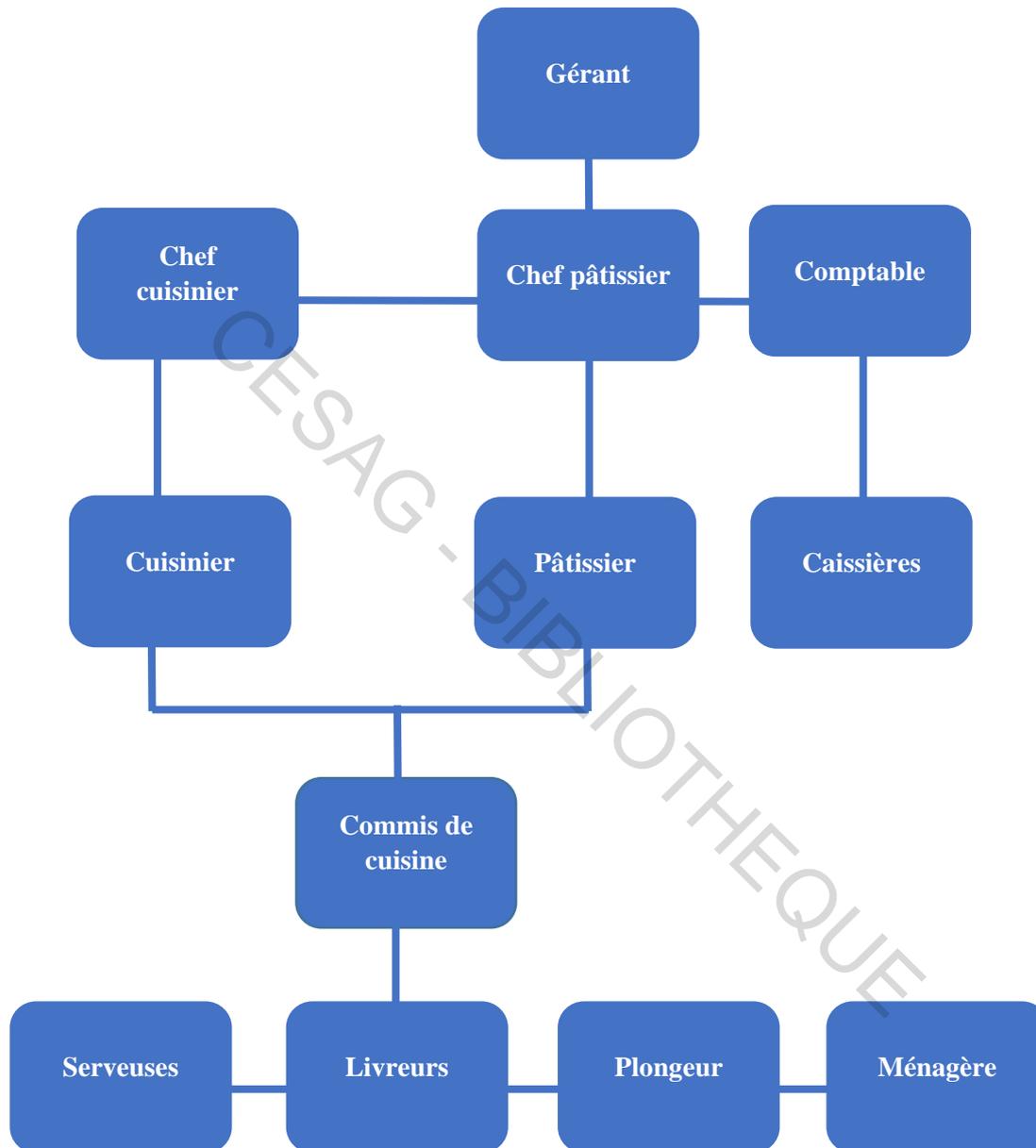
Au nombre de trois (04) elles seront chargées de prendre les commandes auprès des clients, de leur faire venir leur commande, leur apporter la note ainsi que leur monnaie. Les serveuses devront être réactives, rapides, dynamiques et efficaces. Une expérience de 2 ans sera exigée pour ce poste.

2.3. Structure organisationnelle

L'établissement aura à sa tête le gérant, qui aura directement sous ses ordres les deux chefs de cuisine et le comptable. Le chef cuisinier et le chef pâtissier seront respectivement les responsables hiérarchiques du cuisinier et du pâtissier. Ses derniers auront sous leur ordre le commis de cuisine qui assurera la transition avec le reste des employés hormis les caissières qui elle seront sous les ordres du comptable.

La figure suivante représente notre organigramme.

Figure 2 : organigramme



Source: l'auteur

2.4. Evaluation de la faisabilité technique

2.4.1. Zone d'implantation

Le lieu d'implantation de notre établissement sera Dakar-plateau. En effet le choix de cette zone se motive par le fait que le centre-ville de Dakar constitue une réelle opportunité

d'affaires. En ce sens que, Dakar plateau s'avère être un lieu très prisé et recherché de la classe supérieure sénégalaise, des expatriés et des gens d'affaires.

Photo 2 : Dakar-plateau



Source : google image, mot clé (Dakar plateau)

De plus, Dakar-plateau est connue comme étant un centre administratif qui regroupe bon nombre de services administratifs, de banques, de compagnies aériennes, de grands hôtels, de sièges sociaux de grandes entreprises et de grands restaurants.

Dakar plateau compte également de nombreuses infrastructures publiques telles que, la gare ferroviaire (en rénovation), l'embarcadère pour l'île de Gorée, le port, de nombreux hôpitaux, des ministères, des ambassades, et des centres socio-culturels.

Etant donné le caractère moderne, haut de gamme et selecte que nous voulons conférer à notre établissement, le centre-ville de Dakar s'avère donc être le lieu idéal, car offrant de nombreux avantages et perspectives pour le développement de notre établissement.

2.4.2. *Le local*

Généralement, les fast-foods au Sénégal comportent une salle dans laquelle ils accueillent leurs clients, mais également une terrasse extérieure compte tenu de la chaleur qu'il fait parfois. Aussi, peu de ces restaurants offrent à la fois des mets sucrés et salés. Ce qui se fait est le positionnement et la spécialisation dans un seul de ces domaines.

Etant donné que nous offrons ces deux types de produits, et le caractère haut de gamme que nous voulons conférer à notre établissement, nous voyons donc les choses en grand. Cela nécessitera de mettre les moyens pour acquérir un local digne de ce nom, pour non seulement nous démarquer de la concurrence mais également marquer les esprits.

En effet lors de notre étude de marché, l'un des facteurs clés de succès que nous avons retenu est le cadre du restaurant. Nous comptons donc mettre à la disposition des clients un cadre agréable et chaleureux.

Nous opterons donc pour un local sous forme de duplex qui comportera au rez-de-chaussée :

- deux cuisines pour les menus salés et sucrés distinctement ;
- une salle qui accueillera les clients pour le menu salé ;
- le comptoir de réception (caisse, prise de commande, réclamation etc...)
- les différents locaux de stockage et chambre froides
- des toilettes ;

au premier étage nous aurons :

- une autre salle qui accueillera les clients pour le menu sucré
- les bureaux (pour le gérant et le comptable)
- des toilettes
- et une terrasse.

2.4.3. *Tableau des outils et moyens de production*

La liste de l'équipement a été établie et laissée à l'appréciation de Mme Bouhoussou et de Monsieur Alpha Barry⁷ cuisinier à la « Brioche-Dorée » pour approbation. Nous avons établi cette liste en fonction de la production journalière que nous nous sommes fixés et du nombre de client attendu par jour. Après validation, la liste définitive a été arrêtée. Elle va de

⁷ M. Barry est un ami auprès de qui nous prenons conseil. Il ne fait pas partie de l'équipe du projet.

l'agencement⁸ de cuisine en inox aux couverts pour le service en passant par les différents mobiliers de bureau. Le tableau suivant nous présente ces outils.

Tableau 4 : outils et moyens de production

Désignations	Quantités
MATERIELS ET MOBILIERS DE CUISINE	
Agencement inox de cuisine	2
Rôtisseur	1
Micro-onde	2
Barbecue	1
Four standard	2
Plaque de cuisson anti adhésive	1
Congélateur	2
Desserte réfrigérée	1
Armoire réfrigérante	1
Réfrigérateur	2
Lave-vaisselle	2
Vaisselle	2
Robot mixer-batteur	2
Friteuse Sans huile	1
Hachoir	1
Trancheur	1
Machine à café	2
MATERIELS ET MOBILIERS DE BUREAU	
Ordinateur	3
Bureau	2
Fauteuil de bureau	2
Chaise	6
Téléphone	2
Imprimante	2
Climatiseur	2
MATERIELS ET MOBILIERS DE SALLE	
Vitrine réfrigérante	2
Bar	2
Buffet	2
Table	50
Chaise	200
Caisse enregistreuse	2
Télévision	4
Guéridon	3
Climatiseur	4
MATERIELS ROULANTS	
Scooter de livraison	4
Camionnette d'approvisionnement	1

⁸ Plan de travail avec rangements et évier

USTENSILS	
Marmite inox standard	5
Casserole inox standard	5
Poêle anti adhésive inox	5
Bassine inox	3
Plaque à pâtisserie	2
Rouleau à pâtisserie	4
Poche à douilles	10
Planche à découper	3
Coupelle a salade	5
Saladier	5
Poivrière	30
Moutardier	30
Salière	30
Couteaux de table	500
Couteaux de cuisine (16 pièces)	3
Assiettes	500
Fourchette	500
Cuillère	500
Spatule	10
Louche	10
Fouet	10
Passoire	5
Ouvre boîte	5
Tamis	5
Moule	10
Plateau	5
Thermos	10
Verres	1 000
Tasse	500
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	
Logiciel de caisse	1
Logiciel de comptabilité	1
Application de cuisine	2
DECORATIONS	
Rideau	10
Tableau	6
Moquette	5
Plante	10
HYGIENE	
Aspirateur	2
Balaie	4
Seau	3
Poubelle	4
Pelle	4
Serviette	30

Serpillère	5
CUISINIERS	
Toque	10
Pantalon	10
Tablier	10
Chemisier	10
AUTRES PERSONNELS	
Uniforme	20
SECURITE	
Alarme incendie	6
Extincteur	5

Sources : l'auteur

Photo 3 : agencement de cuisine en inox



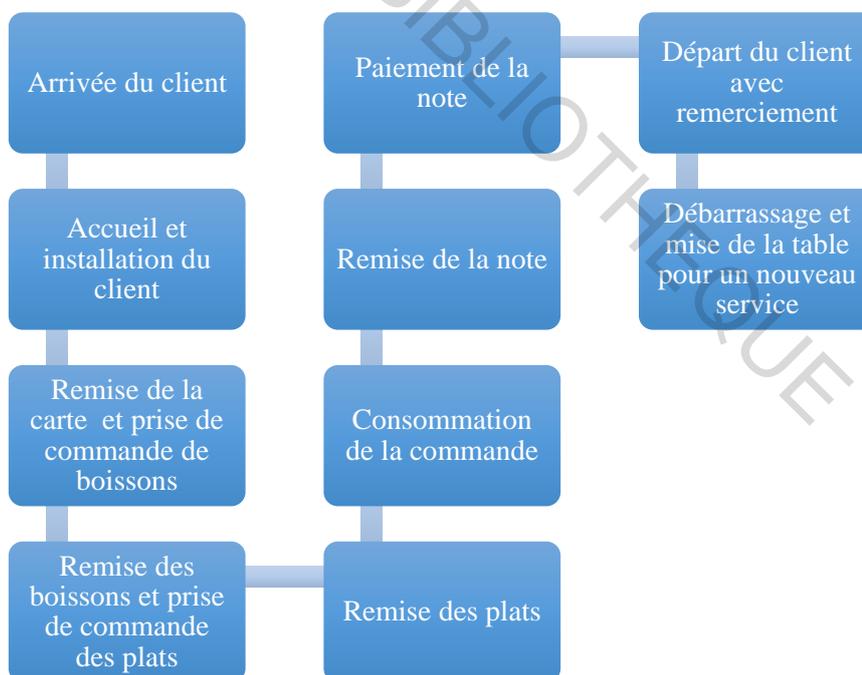
Source : google image, mot clé (agencement inox)

2.4.4. Présentation du schéma technique et organisation du projet

Le schéma technique nous permet d'apprécier les différents processus de fabrication de nos produits. Au niveau des fast-foods classiques, les produits proposés sont bien trop riches en sucres et en matières grasses. Le processus que nous appliquerons sera différent et devra être scrupuleusement respecté pour ainsi avoir exactement le même produit à chaque préparation. Les menus que nous proposerons auront la particularité d'être allégés en matières grasses, de plus nous privilégierons des huiles telles que l'huile d'olive qui regorge de vitamines. L'utilisation de plaques anti adhésives sera également de mise de sorte à réduire l'utilisation de matières grasses pour la friture. Le chef cuisinier et chef pâtissiers auront la tâche d'élaborer les différentes recettes des menus qui figureront à la carte. Ceci en mettant en exergue les grammages et dosages, le temps de cuisson ainsi que le réglage des machines de sorte à retrouver exactement un même et unique goût à chaque dégustation.

Pour ce qui est de l'organisation, le schéma suivant sera adopté à l'arrivée du client.

Figure 3 : organisation du service en salle



Source : www.theforkmanager.com

2.4.5. Approvisionnement en matières premières

Du ressort du gérant de concert avec les chefs cuisiniers, l'approvisionnement sera fait de manière hebdomadaire, de sorte à conserver moins longtemps le stock de matières premières et ainsi à assurer la fraîcheur des produits.

Ainsi selon les besoins nous rendrons dans des endroits spécialisés pour ainsi avoir des produits de qualité à bon prix.

Pour ce qui est de la baie miracle, nous nous approvisionnerons auprès du plus grand producteur exportateur du Ghana, monsieur Kodzo Benomio⁹. Compte tenu du fait que ce fournisseur se trouve à l'étranger, l'approvisionnement en miraculine se fera donc mensuellement, nous assurerons la transformation et la conservation de ce produit pour garantir sa fraîcheur.

En ce qui concerne l'approvisionnement en volaille, il se sera fait auprès de la SEDIMA qui est un distributeur spécialisé et premier producteur du Sénégal en matière de poulets. Ainsi un approvisionnement auprès de la SEDIMA permettrait non seulement d'avoir un produit de qualité à bon prix, mais également de valoriser les produits du terroir.

L'approvisionnement en viande se fera à la Société de Gestion des Abattoirs du Sénégal (SOGAS) pour nous assurer de la qualité et de la fraîcheur de la viande. Ce qui justifie notre choix est que des animaux sont abattus tous les jours, donc cela nous assure de la fraîcheur de la viande, de plus les prix y sont très accessibles.

Quant aux fruits et légumes, faute de sociétés spécialisées dans leurs distributions, nous les achèterons dans les différents marchés de la place que sont le marché castor, le marché kermel, et le marché tilène, tout en nous assurant de leur fraîcheur. A cet effet nous sommes entrés en contact avec monsieur Camara vendeur de tomates au marché tilène qui nous a assuré pouvoir nous approvisionner en tomate régulièrement.

Ainsi, l'étude organisationnelle et technique nous a permis de faire le choix du statut juridique à adopter à savoir la SARL, d'identifier le personnel à recruter ainsi que les fournisseurs et le matériel indispensable pour la création de notre établissement.

⁹ Ingénieur en biochimie de formation, détenant la plus grande plantation de baie du miracle du pays.

3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING

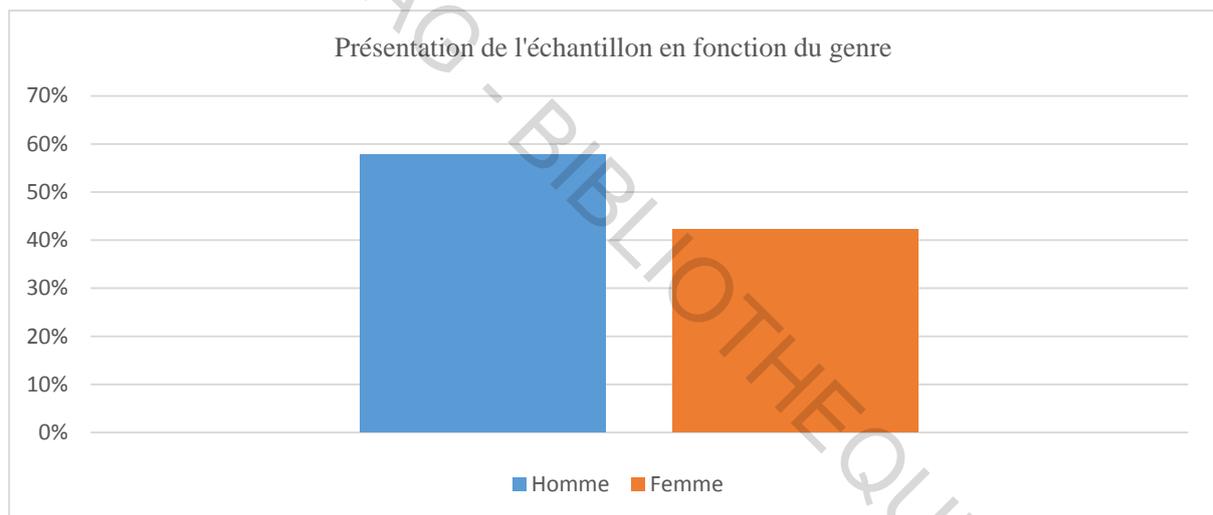
L'étude de marché est un travail de collecte et d'analyse de données qui a pour but d'identifier les caractéristiques du marché et comprendre le fonctionnement. De l'étude de marché découle la stratégie marketing à adopter. Cette partie traitera donc de notre étude de marché ainsi que de nos choix stratégiques.

3.1. Etude de marché

3.1.1. Analyse de la demande

Notre groupe de répondant est composé de 208 individus, tous résidents à Dakar. Ce groupe se compose de 120 hommes et de 88 femmes, soit respectivement 58% et 42% comme le montre le graphique ci-dessous

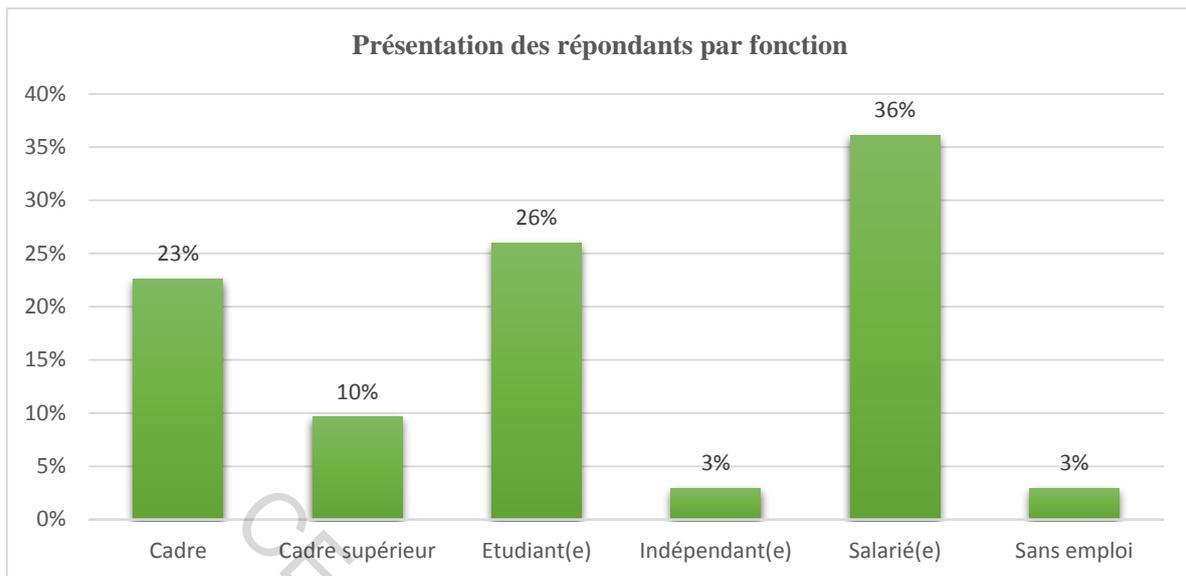
Graphique 2 : répartition des répondants en fonction du sexe



Sources : l'auteur

Ce groupe comporte 47 cadres, 20 cadres supérieurs, 54 étudiants, 75 salariés, 6 personnes évoluant à leur propre compte (indépendants) et 6 personnes sans emploi avec des pourcentages respectifs de : 23%, 10%, 26%, 36%, 3% et 3%, conformément au graphique ci-après.

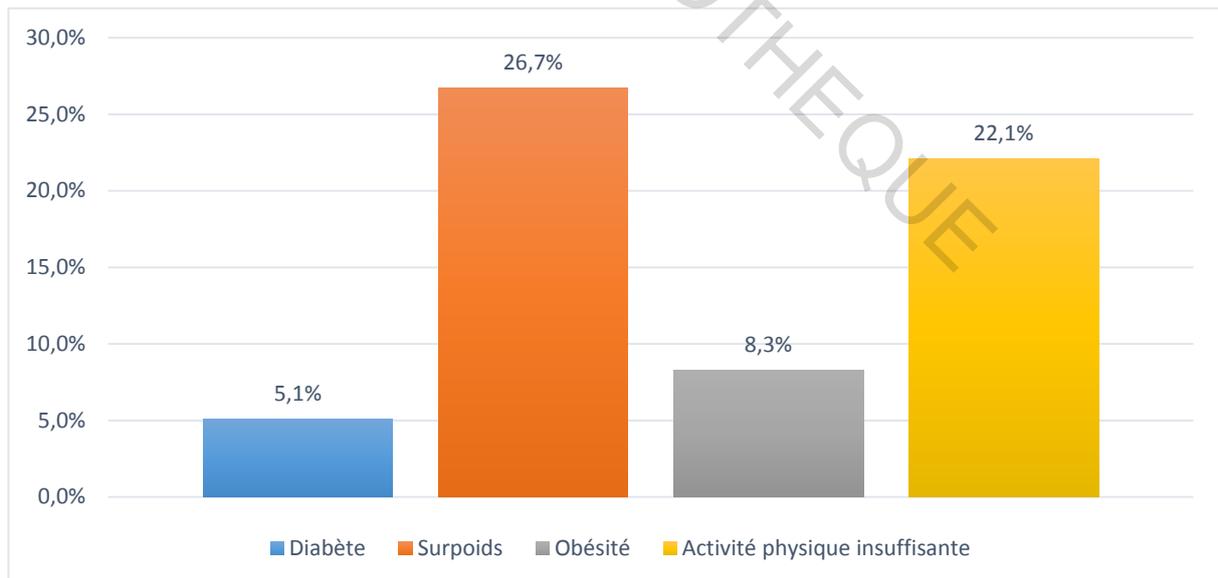
Graphique 3 : répartition des répondants par fonction



Sources : l'auteur

Selon le profil des pays établi en 2016 par l'OMS, 26% de la population sénégalaise sont en état de surpoids, 5% sont atteints du diabète et 8% d'obésité. Ce que nous indique les graphiques ci-dessous.

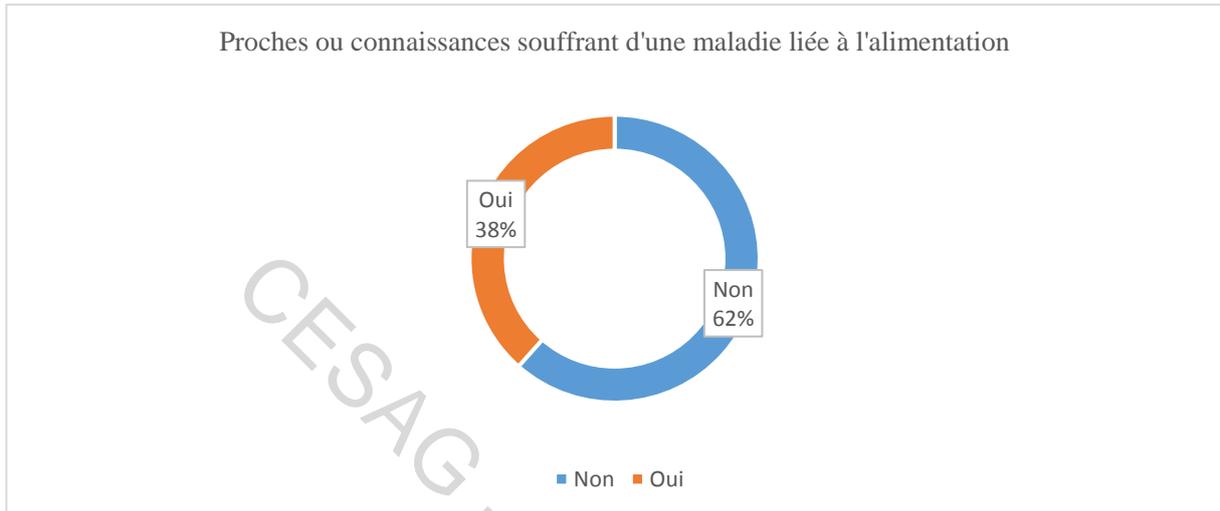
Graphique 4 : prévalence du diabète et autres maladies au Sénégal



Source : l'OMS

38% des répondants à notre questionnaire ont confirmé avoir une connaissance ou un proche qui souffre de l'une de ces maladies citées précédemment. Ils ont affirmé que ces maladies étaient directement liées à l'alimentation.

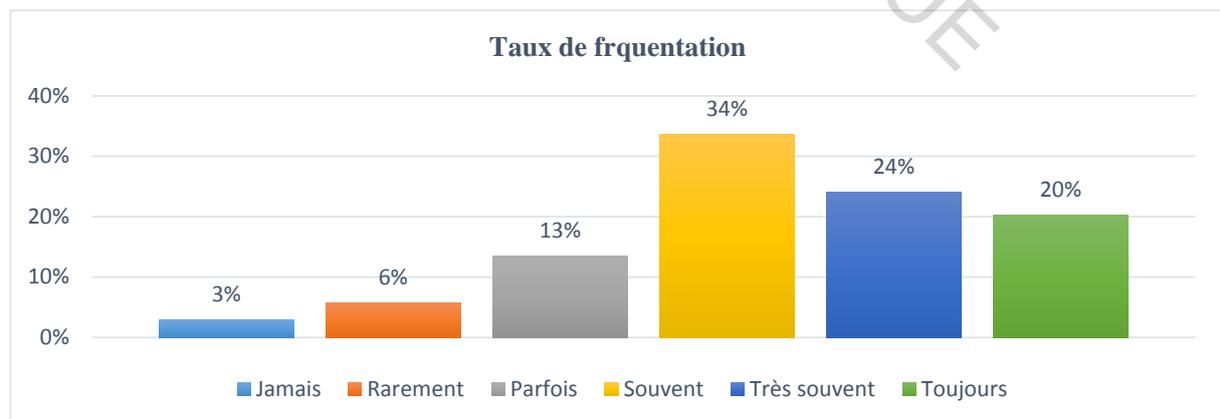
Graphique 5 : personne ayant un proche ou une connaissance malade en raison de l'alimentation



Sources : l'auteur

Notre étude de marché nous a également permis de ressortir la fréquence à laquelle les répondants avaient recours à un fast-food. Conformément au graphique ci-après, seulement 3% ont déclaré ne jamais manger dans un établissement de restauration rapide, par ailleurs 20% ont affirmé manger quotidiennement dans ce genre d'établissement.

Graphique 6 : taux de fréquentation des établissements des fast-food

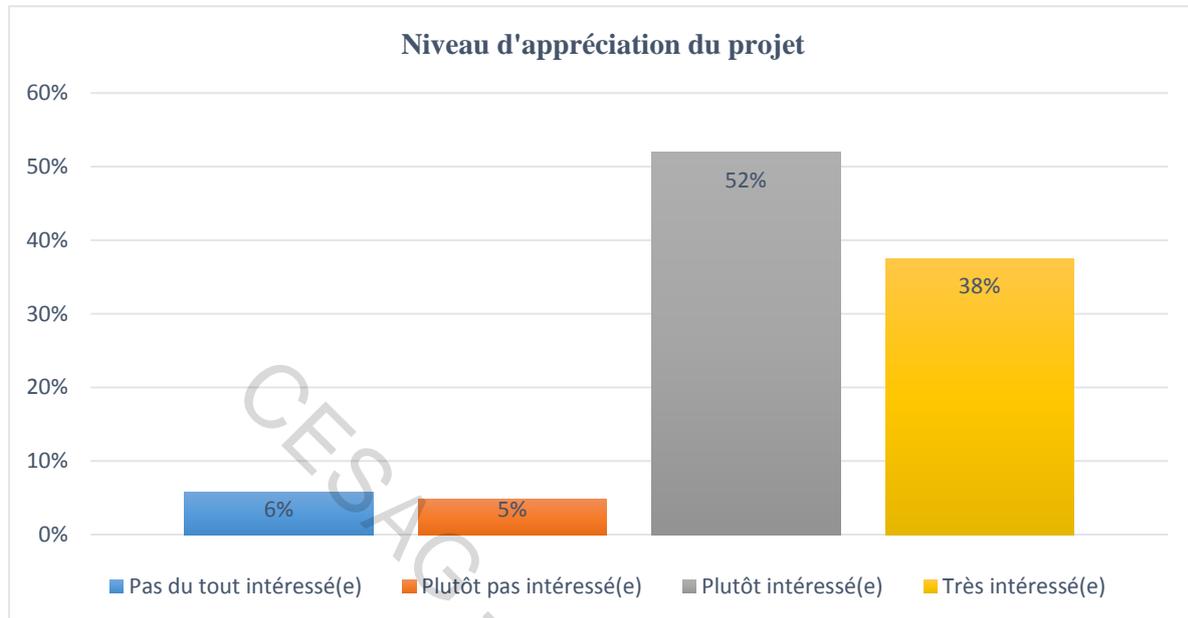


Sources : l'auteur

Quant à la mise en place de notre établissement de restauration rapide diététique, nous pouvons dire que le projet a été accueilli favorablement. En effet, 52% des personnes

interrogées sont plutôt intéressés par ce projet et 38% sont très intéressés. Seul 6% ont affirmé ne pas du tout être intéressé par un tel projet.

Graphique 7 : appréciation du projet



Sources : l'auteur

Compte tenu du fort engouement quant à la création de notre établissement, de même que la fréquentation régulière des individus dans les fast-foods, nous pouvons donc dire que la demande est bel et bien présente.

3.1.2. Analyse de l'offre

Le marché de la restauration rapide est un marché hautement concurrentiel. On y retrouve bon nombre d'établissements qui offrent des produits quasiment similaires mais à des prix différents. Certains concurrents se démarquent du fait de la pratique des prix réduits, d'autres plus sur le cadre luxueux ou encore exotique de leur établissement. Cependant, ces établissements ne prennent pas en compte l'aspect « sante de leurs clients ». En effet, les fast-foods classiques se contentent simplement de fournir des produits généralement retrouvés dans ce milieu, notamment : les pizzas, hamburger, frites, crèmes glacées et autres.

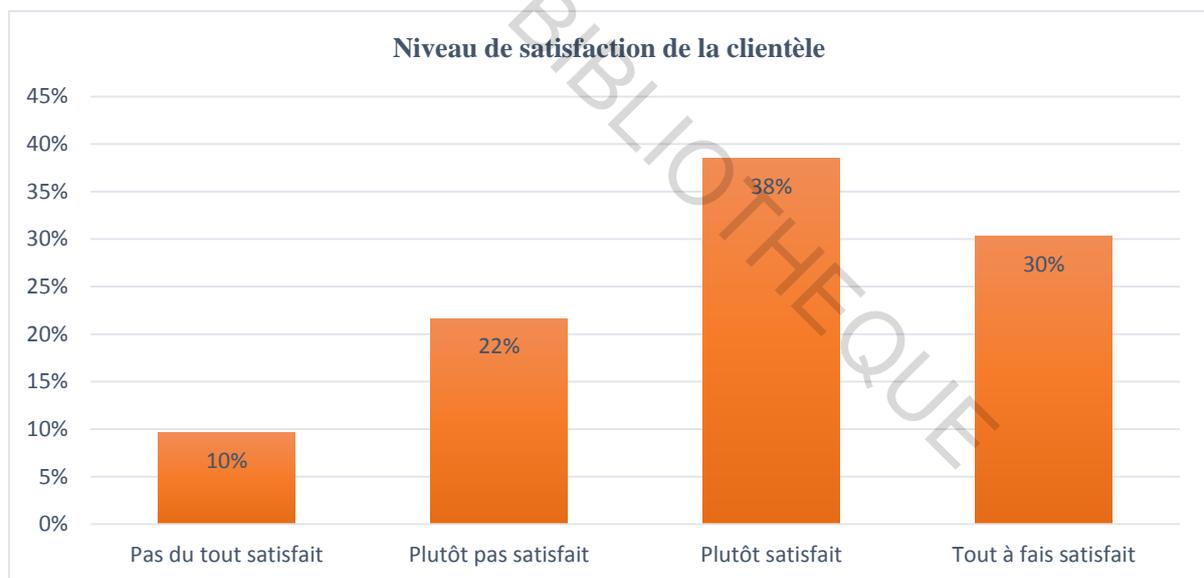
Les matières premières utilisées pour fabriquer ces mets peuvent être de bonne qualité ou non, le service proposé est bien plus rapide que celui des restaurants classiques. Toutefois l'apport nutritif y est beaucoup trop important.

Le docteur Baye Moussa Samba, nutritionniste explique que le pain blanc qui sert à faire les hamburgers est déjà très complet, en plus de la mayonnaise, et un « steak » haché avec plus de 15% de matières grasses. On obtient ainsi un repas dont la valeur nutritive dépasse l'apport quotidien dont nous avons besoin ». Par ailleurs, il précise que : « Pour chaque hamburger avalé, ce sont 260 calories, que le corps doit absorber, pour 100 grammes de frites, ce sont 285 calories, et si à tout cela s'ajoute un verre d'une boisson sucrée ou de jus de fruits, alors il faudra ajouter 60 calories supplémentaires ».

On comprend dès lors qu'une alimentation quotidienne de fast-food est donc nuisible pour la santé car entraînant bon nombre de maladies citées plus hauts.

Notre étude de marché nous a permis également de faire ressortir le niveau de satisfaction des clients par rapport aux établissements de fast-foods. En effet il en ressort que seulement 30% des personnes interrogées sont tout à fait satisfait des services que propose les fast-foods au niveau de Dakar. C'est ce que nous indique le graphique ci-dessous.

Graphique 8 : niveau de satisfaction de la clientèle



Sources : l'auteur

3.2. Plan stratégique général

3.2.1. Le marché de la restauration rapide à Dakar

Au Sénégal, plus précisément à Dakar, le secteur de la restauration rapide est très dynamique. En effet, dans chaque quartier de la ville de Dakar on retrouve plusieurs fast-foods qui proposent quasiment les mêmes produits.

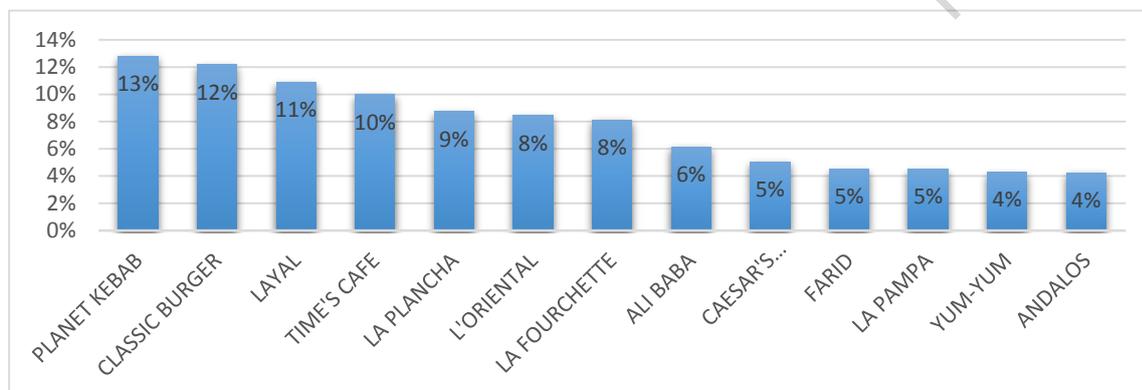
La forte croissance de ce secteur est en partie due à l'émergence d'une classe moyenne au Sénégal. Les fast-foods contrairement aux restaurants classiques, offrent plusieurs avantages, ce qui pousse les individus à se tourner de plus en plus vers ce type d'alimentation. Comme avantage, on peut citer entre autres l'accès rapide à une nourriture à moindre coût.

3.2.2. La concurrence

Pour ce qui est de la concurrence, nous nous sommes servis des avis favorables reçus par les établissements de fast-food qui sont implantés dans notre zone de chalandise à savoir Dakar centre-ville. Ainsi nous avons pu faire ressortir un classement des établissements les plus cotés de la zone. Le Graphique ci-dessous nous montre une classification de ces établissements, ainsi nous en tête PLANET KEBAB qui a reçu 555 avis favorable soit environ 13%, suivi de CLASSIC BURGER avec 12% soit 527 avis favorables, ensuite viennent LAYAL et TIME'S CAFE avec respectivement 11% et 10%.

Le succès de ces établissements est dû en grande partie non seulement à la qualité de leurs services et produits mais également au cadre agréable et moderne de leurs établissements.

Graphique 9 : classification des établissements dans la zone de chalandise



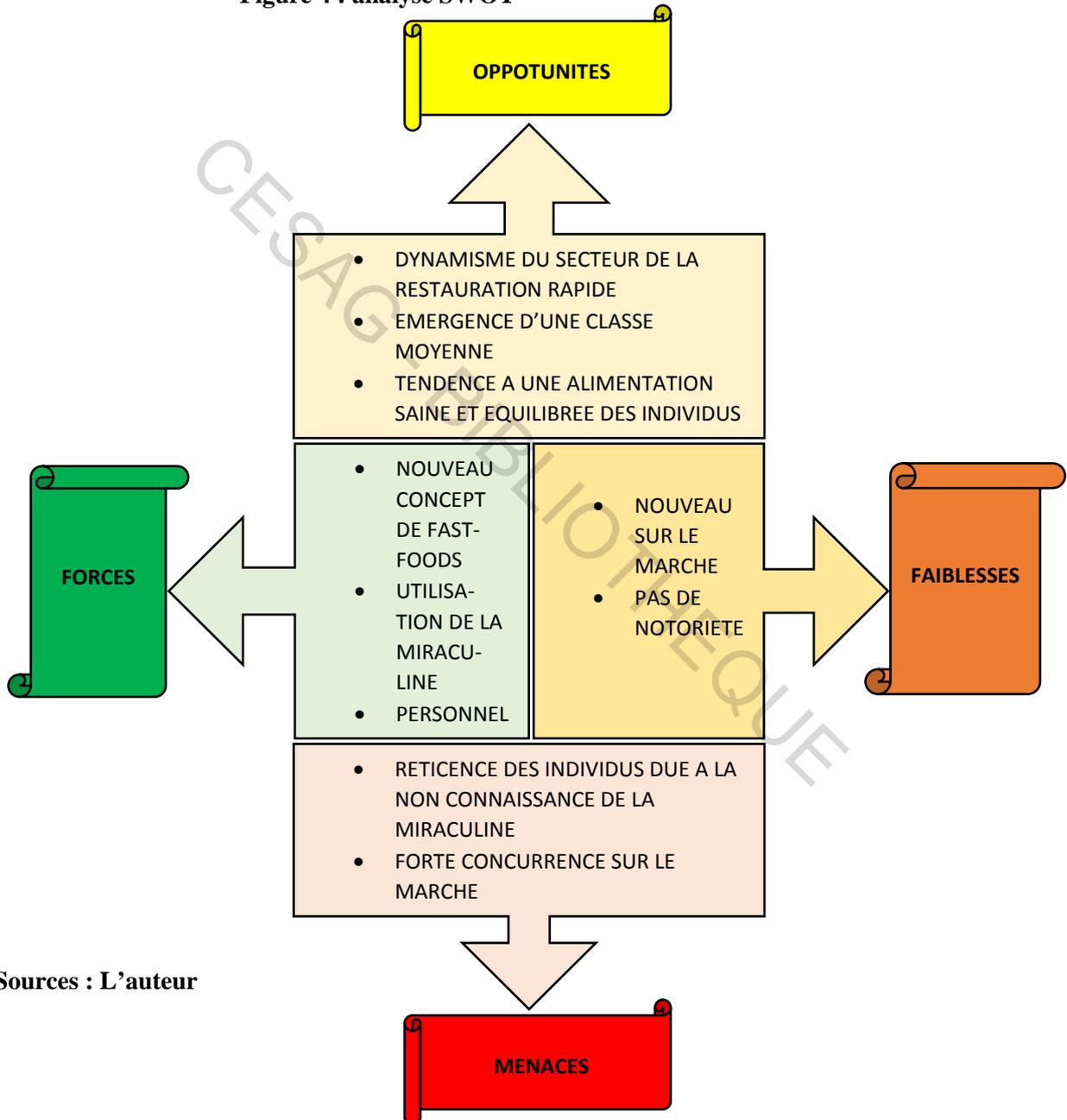
Sources : l'auteur

3.2.3. Analyse SWOT

L'outil SWOT nous permet de faire la synthèse de nos spécificités internes et externes. Les spécificités internes seront ressorties à travers l'analyse de nos forces et faiblesses. Quant aux spécificités externes, elles ressortiront à travers l'analyse des opportunités et menaces auxquelles nous ferons face.

La figure suivante nous présente l'analyse SWOT de notre établissement.

Figure 4 : analyse SWOT



Sources : L'auteur

3.3. Plan stratégique d'activités

3.3.1. Le marché-cible

Notre cœur de cible sera bien évidemment toutes les personnes diabétiques ou souffrants d'une quelconque maladie liée à l'alimentation, mais également ceux qui désirent avoir une alimentation de type fast-food mais diététiquement plus saine.

Comme cible directe, nous nous intéresserons aux cadres et aux cadres supérieurs domiciliés ou exerçant leurs activités professionnelles dans notre zone d'implantation.

Nous ciblerons indirectement toutes les personnes présentes dans notre zone de chalandise.

3.3.2. Positionnement et segmentation

Le positionnement se fera selon critères suivant la stratégie marketing, à savoir : le produit, et le prix.

3.3.2.1. Le produit

Dans l'optique de toucher un maximum de personnes et de mieux répondre à leurs attentes, notre offre de produits a été segmentée en 4 catégories que sont :

O'MagicFOOD, O'MagicICE, O'MagicSweet, O'MagicDRINK.

Nous retrouvons dans le tableau qui suis la composition de ces 4 catégories. Notons que la préparation de nos produits se fera selon les normes d'hygiène en vigueur et respecterons à la lettre les recettes élaborées par les chefs de cuisine, tenant bien sûr compte de la santé des clients. Rappelons aussi que, cette liste a été établie sur la base des consommations habituelles de notre groupe de répondants.

Tableau 5 : composition du menu

MagicFOOD	MagicICE	MagicSWEET	MagicDRINK
FAST-FOOD	GLACIER	VIENNOISERIE	BOISSON CHAUDE
Chawarma	Crème glacée	Brioche	Expresso
Croque-monsieur	Milkshake	Croissant	Cappuccino
Frites	Sorbet	Pain au chocolat	Chocolat chaud
Hamburger		Pain au lait	JUS DE FRUIT/LOCAL
Nuggets		Pain au raisin	Bissap
Pizza		PATISSERIE	Gingembre
Poulet rôtis		Cake	Baobab
Quiche		Gaufre	Orange
Salades		Eclairs au chocolat	Pomme

Sandwich		Crêpe	Mangue
Snack		Brownie	Tamarin
Steak		Donut	
		Pancake	
		Sablé	

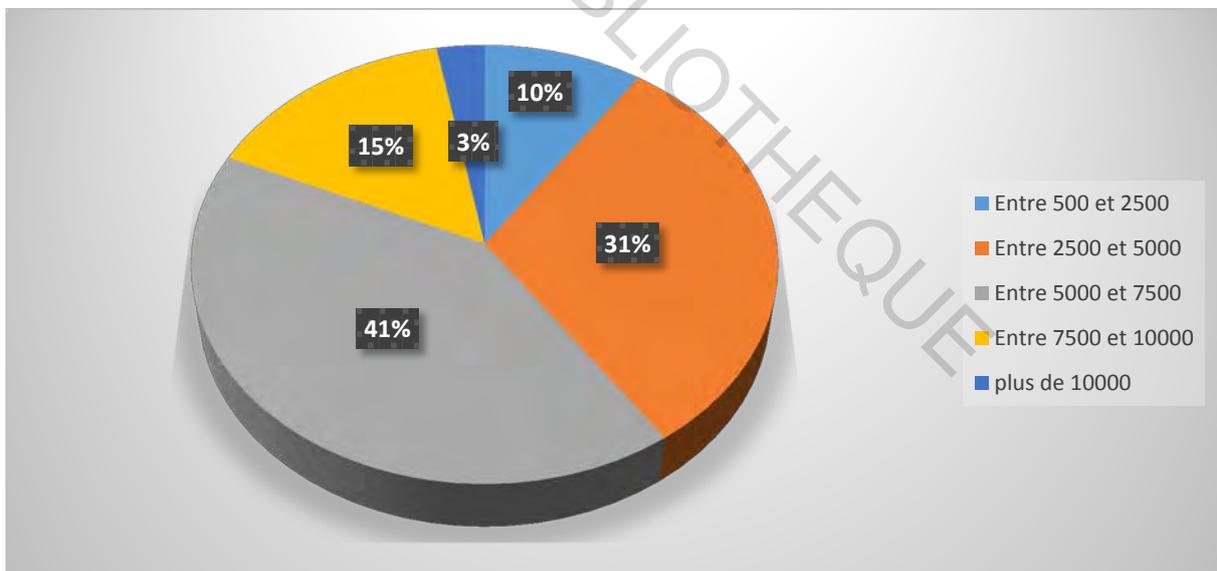
Sources : L'auteur

3.3.2.2. Le prix

Notre stratégie de pénétration du marché sera l'application du prix d'acceptabilité qui se définit comme le prix réputé être accepté par le plus grand nombre de clients potentiels. Ainsi notre étude de marché nous a révélé que, concernant notre échantillon 41% des individus dépensent en moyenne lors de leur visite au fast-food entre 5000 FCFA et 7500FCFA, 31% entre 2500 FCFA et 5000 FCFA ; et 10% entre 500 FCFA et 2500 FCFA.

Nos gammes de produits seront donc dans l'intervalle 300 FCFA et 7000 FCFA pour ainsi permettre à un grand nombre de personnes d'avoir accès à nos produits.

Graphique 10 : dépenses moyennes des clients pour leur consommation au fast-food



Sources : L'auteur

3.3.3. Stratégie de croissance

Concernant la stratégie de croissance, nous comptons dans un premier temps diversifier nos activités à travers l'offre exclusive de fruits miracle. En effet nous espérons qu'après une certaine période de fonctionnement, nous aurons suffisamment éduqué la population dakaroise quant aux bien-fondés et avantages de la miraculine, pour ainsi prétendre à l'ouverture d'un nouveau marché sur le territoire.

Dans un deuxième temps, nous comptons ouvrir d'autres points de services dans d'autres endroits de la ville ainsi que dans d'autres régions du Sénégal grâce aux bénéfices engrangés. Et enfin nous nous internationaliserons en ouvrant d'autres établissements en Côte d'Ivoire notre pays d'origine.

Notre étude de marché nous aura permis de comprendre les habitudes de consommation et la stratégie marketing à appliquer. Notre offre de produits sera ainsi accessible à toute la population grâce aux tarifs que nous appliquerons. Nous engagerons tous les moyens nécessaires pour pouvoir nous hisser à hauteur de nos concurrents et devenir un établissement de référence.

4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE

Cette quatrième et dernière partie va nous permettre d'analyser et d'identifier les différents besoins ainsi que le coût que nécessitera ce projet. Nous aurons également à faire les projections financières après le lancement de notre projet. Cette projection se fera à travers l'analyse de son exploitation et de sa rentabilité, pour finir par la cartographie des différents risques inhérents au projet.

4.1. Business Model

Le business modèle encore appelé modèle économique, est un élément qui se caractérise par un ensemble de décisions qui déterminent la manière dont l'entreprise va générer de la rentabilité en présentant tous les moyens envisagés pour tirer des revenus de l'activité (Girotra & Netessine, 2016). Ce business modèle est donc appliqué pour mettre en œuvre la stratégie définie au préalable, il décrit les liens logiques entre l'offre de service, les clients, les

fournisseurs, les partenaires et les revenus. Les caractéristiques de notre business modèle sont celles décrites ci-après.

Proposition de valeur : Ce que l'on offre à nos clients est loin d'une simple restauration, mais un concept de vie. Les plats de qualité couplé au service irréprochable que nous mettrons à leur disposition seront des éléments forts qu'ils ne retrouveront pas chez la concurrence. De plus les produits que nous mettrons à leur disposition ne constitueront en aucun cas un danger pour eux diététiquement parlant. Nos produits seront accessibles de par leurs prix compétitifs. Ces produits seront confectionnés en mettant en avant le savoir-faire et l'expertise de nos chefs cuisiniers.

Segmentation client : nos produits sont destinés non seulement pour le plaisir des palais de petits et grands en santé mais également pour le régal des papilles des personnes diabétiques ou en surpoids.

Canaux de distribution : les produits seront vendus sur place au restaurant et feront l'objet de commande en ligne sur internet et par téléphone et que nous livrerons aux domiciles de nos clients.

La promotion se fera via les médias, les réseaux sociaux, par des campagnes de découvertes et de dégustations de nos produits.

Ressources clés : le restaurant pourra compter sur un personnel expérimenté, ayant un contact facile et formé aux techniques de communication pour ainsi être en symbiose avec le client.

Le matériel et les denrées seront sélectionnés avec grand soin pour ainsi avoir un produit qui se rapproche de la perfection.

Sources de revenu : elles proviendront des ventes directes au restaurant et des frais de livraison que paieront les clients à leur domicile.

Relation client : nous établirons une relation de confiance avec les clients, de leur arrivée à leur départ nous ferons de sorte que le client se sente comme à la maison. Le sourire et les mots de politesse seront les mots d'ordre chez nous.

Nous aménagerons également des espaces de jeux pour les enfants et offrirons pour ceux qui le désire l'organisation d'évènement en tout genre (anniversaire, mariage, baptême, etc.).

Activité clé : c'est la production et la vente de nos différents produits.

Structure des coûts : ce sont principalement les charges fixes (eau, électricité, loyer, téléphone, et internet) et les charges variables (approvisionnement, carburant, etc.).

Partenaires clés : nous retrouvons la SEDIMA qui nous approvisionnera en poulets et qui est d'ailleurs le premier producteur de poulets au Sénégal, monsieur Kodzo Béwonio qui est notre fournisseur en baie miracle, premier producteur et exportateur du Ghana et enfin la banque auprès de laquelle nous avons recouru à l'emprunt.

Le coût d'investissement comprend les frais d'installation, les dépenses liées aux aménagements et constructions, et les dépenses en matériels et mobiliers.

Ce modèle est celui d'Alexander Osterwalder¹⁰ qui s'avère être un modèle pertinent et complet car il permet d'évaluer l'adéquation entre la proposition de valeur et la structure de l'entreprise.

4.2. Evaluation du coût des investissements

4.2.1. Frais d'installation

Au Sénégal, pour la création d'une SARL, les frais de constitution sont essentiellement composés :

- des droits d'enregistrement fixés à 25 000 FCFA. Cet enregistrement est réalisé au Bureau d'Appui à la Création d'Entreprise (BCE) de l'Agence nationale chargée de la Promotion de l'Investissement et des grands travaux (APIX) et englobe l'enregistrement des actes constitutifs, l'immatriculation au Registre du Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM), L'immatriculation au NINEA et la publication au Journal d'annonces légales ;
- des frais de notaire élevés à 400 000 FCFA.

En résumé, les frais de constitution pour l'ouverture de notre établissement s'élèvent à 425 000 FCFA.

4.2.2. Aménagement et construction

Les travaux d'aménagement concerneront principalement la mise en place de l'agencement des cuisines, l'aménagement et la décoration des salles, de la devanture et des bureaux.

¹⁰ Théoricien suisse des affaires, auteur, conférencier, consultant et entrepreneur, connu pour ses travaux sur la modélisation économique et le développement du Business Model Canvas.

Le coût de ces travaux est estimé à 1 500 000 FCFA.

4.2.3. Matériels et mobiliers

Pour équiper et faire fonctionner notre restaurant, nous avons listé les matériels et mobiliers nécessaires. Il s'agit essentiellement des matériels et mobiliers de cuisine, de salles et de bureaux, du matériel roulant, et des ustensiles de cuisine. Le tableau suivant est une synthèse des différents matériels ainsi que leurs coûts qui ont été recensés sur le marché local (Expat-Dakar, Jumia, Hypermarché Exclusif) et sur le marché international (Amazon, Alibaba) les détails seront retrouvés en annexe.

Le coût total des mobiliers et matériels s'enlève à 29 970 500 FCFA

Tableau 6 : coût du matériels et mobiliers

Eléments	Montants (en FCFA)
Matériels et mobiliers de cuisine	7 745 000
Matériels et mobiliers de bureau	2 090 000
Matériels et mobiliers de salle	11 120 000
Matériels roulants	3 800 000
Ustensiles	3 116 000
Immobilisations incorporelles	200 000
Décorations	825 000
Hygiène et entretien	169 500
Tenues cuisiniers	315 000
Tenus autres personnels	400 000
Sécurité	190 000
TOTAL	29 970 500

Sources : L'auteur

4.2.4. Besoin en fonds de roulement (BFR)

Le besoin en fonds de roulement (BFR) sert à financer le cycle d'exploitation de l'entreprise. Ce besoin désigne le décalage entre le décaissement de trésorerie nécessaire à la production et l'encaissement lié à la vente du bien ou du service. Il représente donc les éléments indispensables pour le démarrage et le maintien du cycle d'exploitation de l'entreprise notamment l'achat de matières premières, la rémunération des employés etc.

Dans le cadre de la création de notre établissement le BFR constitué est de 18 322 500 FCFA.

Nous l'avons déterminé pour les charges décaissables concernant le premier mois d'activité, il s'agit entre autres de l'approvisionnement en denrées, des salaires, du loyer, des frais de

publicité etc. Nous estimons par la suite que les recettes d'exploitation arriveront à couvrir les charges d'exploitation.

Le tableau suivant nous montre la constitution du BFR.

Tableau 7 : besoin en fonds de roulement

Désignations	Montant en Fcfa
Charge d'exploitation	10 249 500
Charge du personnel	4 290 000
Eau, électricité, téléphone	789 000
Loyer	950 000
Frais de publicité	1 500 000
Carburant	544 000
TOTAL	18 322 500

Sources : l'auteur

Le BFR évoluera en fonction du chiffre d'affaires, conformément au tableau ci-dessous.

Tableau 8 : évolution du besoin en fonds de roulement

Désignations	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires	0	228 618 000	235 476 540	242 540 836	249 817 061	257 311 573
BFR en nbr de jours	30	29	28	27	26	26
BFR	18 322 500	17 621 395	17 108 150	16 609 855	16 126 073	15 656 381
Variation du BFR		701 105	513 245	498 296	483 782	469 691
Récupération du BFR						20 988 619

Sources : l'auteur

4.2.5. Synthèse des coûts d'investissement

La réalisation d'un tel projet nécessitera un investissement initial de 50 218 000 FCFA. Cet investissement prend en compte le coût des : différents aménagements et installations que nous aurons à effectuer avant le démarrage effectif des activités ; des matériels, mobiliers et équipements indispensables pour la production ; frais d'établissements ainsi que le besoin en fonds de roulement.

Le tableau ci-après nous fait une synthèse des coûts d'investissement.

Tableau 9 : synthèse des coûts d'investissement

Désignations	Montant en Fcfa
Aménagement et construction	1 500 000
Immobilisation	29 970 500
Frais d'établissement	425 000
BFR	18 322 500
TOTAL	50 218 000

Sources : l'auteur

4.3. Modalité de financement

Dans cette section, nous aborderons les différentes modalités de financement de notre projet, ainsi que les modalités de remboursement de l'emprunt.

4.3.1. Plan de financement

Le plan de financement permet de s'assurer de l'équilibre financier d'un projet en recapitulant d'une part, l'ensemble des besoins financiers du projet à satisfaire et, d'autre part, les ressources apportées.

Notre plan de financement indique que les ressources dégagées couvrent les besoins sur toute la période. L'excédent de trésorerie globale dégagé par notre établissement est de 93 421 834 FCFA.

Tableau 10 : plan de financement

Désignations	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Investissement	31 895 500					
BFR	18 322 500					
Remboursement de l'emprunt		3 148 195	3 525 978	3 949 095	4 422 987	4 953 745
Total besoin	50 218 000	3 148 195	3 525 978	3 949 095	4 422 987	4 953 745
<i>Ressources</i>						
Ressources internes	28 767 000	17 677 200	20 736 664	23 046 513	25 452 313	27 960 143
Fonds propres	28 767 000					
CAF		17 677 200	20 736 664	23 046 513	25 452 313	27 960 143
Ressources externes	20 000 000					
Emprunt	20 000 000					
Total des ressources	48 767 000	17 677 200	20 736 664	23 046 513	25 452 313	27 960 143
Ecart	-1 451 000	14 529 005	17 210 686	19 097 418	21 029 327	23 006 398
Cumul	-1 451 000	13 078 005	30 288 692	49 386 109	70 415 436	93 421 834

Sources : l'auteur

4.3.2. Amortissement de l'emprunt

La réalisation du projet nous a valu un emprunt à moyen terme d'une valeur de 20 000 000 FCFA auprès de la banque. Cet emprunt a été négocié au taux de 12% l'an remboursable sur une durée de 5 ans par annuité constante.

Les garanties apportées pour la réalisation de cet emprunt sont : une villa duplex dont la valeur nette comptable est de 25 000 000 FCFA, et la domiciliation irrévocable des revenus futurs.

Le coût de la dette s'élève à 7 740 973 FCFA, avec une annuité de 5 548 195 FCFA.

Tableau 11 : amortissement de l'emprunt (en FCFA)

Années	SDDP	Amortissement	Intérêt	Annuité	SDFP
1	20 000 000	3 148 195	2 400 000	5 548 195	16 851 805
2	16 851 805	3 525 978	2 022 217	5 548 195	13 325 827
3	13 325 827	3 949 095	1 599 099	5 548 195	9 376 732
4	9 376 732	4 422 987	1 125 208	5 548 195	4 953 745
5	4 953 745	4 953 745	594 449	5 548 195	-
TOTAL		20 000 000	7 740 973	27 740 973	

Sources : l'auteur

4.4. Analyse de l'exploitation

4.4.1. Hypothèses de projection financière

Ces hypothèses nous permettront de construire notre chiffre d'affaire prévisionnel ainsi que nos charges d'exploitation prévisionnelle.

❖ Hypothèse 1 : prévision de ventes

Compte tenu de la forte appréciation du projet dans son ensemble et de la demande croissance de fast-foods, nous sommes fixés comme objectif de vente journalière : 145 produits de la catégorie MagicFOOD, 30 produits MagicICE, 150 produits MagicSWEET, 115 produits MagicDRINK, et enfin 50 bouteilles d'eau minérale. Cette prévision prend en compte le volume horaire de travail ainsi que le nombre de places du restaurant.

❖ Hypothèse 2 : évolution du chiffre d'affaire

Nous prévoyons une augmentation annuelle de 3% dans notre chiffre d'affaire à partir de la 2^e année d'exploitation. Nous supposons qu'après une année de fonctionnement, nous serons assez connus du publique pour réaliser cette prévision.

❖ Hypothèse 3 : la livraison

Les prévisions faites concernant la livraison, de plus en plus courante à Dakar sont de 25% en produits MagicFOOD. Les frais de livraison sont fixés à 1 000 FCFA.

Ce qui nous vaut un gain journalier de : $145 \times 25\% \times 1\,000 = 36\,250$ FCFA

❖ Hypothèse 4 : charges d'exploitation

Le développement de notre activité nous vaudra une augmentation de nos charges variables. Ces charges connaîtront une croissance annuelle de 3% à partir de la deuxième année.

4.4.2. Le chiffre d'affaire prévisionnel

Selon les prévisions de vente journalière que nous retrouvons en annexe, les chiffres d'affaire dégagé au cours des cinq premières années de fonctionnement sont consignés dans le tableau suivant.

Tableau 12 : chiffre d'affaire prévisionnel (en FCFA)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
O'MagicICE	17 160 000	17 674 800	18 205 044	18 751 195	19 313 731
O'MagicSWEET	30 108 000	31 011 240	31 941 577	32 899 825	33 886 819
O'MagicDRINK	63 960 000	65 878 800	67 855 164	69 890 819	71 987 543
Livraison	11 310 000	11 649 300	11 998 779	12 358 742	12 729 505
Chiffre d'affaire	228 618 000	235 476 540	242 540 836	249 817 061	257 311 573

Sources : l'auteur

4.4.3. Evaluation des charges d'exploitation

Les charges d'exploitation sont constituées :

- des charges fixes, que sont les frais de personnels, et les charge externes (loyer, dépenses en électricité, eau, téléphone et internet). Par ailleurs, les frais de personnels sont consignés dans le tableau suivant.

Tableau 13 : frais de personnels (en FCFA)

Postes	Nombre	Salaires/personne	Salaires mensuel	Salaires annuel
Gérant	1	800 000	800 000	9 600 000
Comptable	1	600 000	600 000	7 200 000
Chef pâtissier	1	500 000	500 000	6 000 000
Chef cuisinier	1	500 000	500 000	6 000 000
Second de cuisine	1	400 000	400 000	4 800 000

Pâtissier	1	400 000	400 000	4 800 000
Commis de cuisine	1	200 000	200 000	2 400 000
Plongeur	1	65 000	65 000	780 000
Caissières	2	90 000	180 000	2 160 000
Serveuses	4	75 000	300 000	3 600 000
Livreurs	4	70 000	280 000	3 360 000
Ménagère	1	65 000	65 000	780 000
TOTAL	19	3 765 000	4 290 000	51 480 000

Sources : l'auteur

- des charges variables, qui englobent l'approvisionnement, les dépenses en carburant et les autres charges.

Nous retrouverons en annexe le tableau des approvisionnements.

Le tableau suivant nous fait la synthèse des charges d'exploitation sur les cinq premières années d'exploitation.

Tableau 14 : charges d'exploitation prévisionnelles (en FCFA)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Approvisionnement	122 994 000	126 683 820	130 484 335	134 398 865	138 430 831
Electricité, eau, téléphone, internet	2 940 000	2 940 000	2 940 000	2 940 000	2 940 000
Salaire	51 480 000	51 480 000	51 480 000	51 480 000	51 480 000
Loyer	11 400 000	11 400 000	11 400 000	11 400 000	11 400 000
Carburant	6 528 000	6 723 840	6 925 555	7 133 322	7 347 322
Autres charges	6 000 000	6 180 000	6 365 400	6 556 362	6 753 053
TOTAL	201 342 000	205 407 660	209 595 290	213 908 548	218 351 205

Sources : l'auteur

4.4.4. Tableau d'amortissement des éléments d'actifs amortissables

Les éléments d'actifs amortissables sont les trois ordinateurs d'une valeur de 200 000 FCFA pièce, les quatre scooters dont le prix unitaire s'élève à 200 000 FCFA et la camionnette estimé à 3 000 000 FCFA.

Chacun de ses actifs ayant une durée de vie de cinq ans, les taux de dépréciation est donc de :

$$100\% / 5 = 20\%.$$

Le remplacement de ses actifs est prévu à la sixième année du projet.

Tableau 15 : tableau d'amortissement

Désignations	Valeur d'origine (en FCFA)	Taux de dépréciation	Annuité (en FCFA)	Année de remplacement	Valeur résiduelle
Véhicules	3 800 000	20%	760 000	A6	-
Ordinateurs	600 000	20%	120 000	A6	-
TOTAL	4 400 000		880 000		-

Sources : l'auteur

4.4.5. *Compte de résultat prévisionnel*

Tableau 16 : compte de résultat prévisionnel (en FCFA)

Désignation	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaire	0	228 618 000	235 476 540	242 540 836	249 817 061	257 311 573
Achat de matières premières	0	122 994 000	126 683 820	130 484 335	134 398 865	138 430 831
Marge brute	0	105 624 000	108 792 720	112 056 502	115 418 197	118 880 743
Eau, électricité, téléphone, internet	0	2 940 000	2 940 000	2 940 000	2 940 000	2 940 000
Carburant	0	6 528 000	6 723 840	6 925 555	7 133 322	7 347 322
Loyer	0	11 400 000	11 400 000	11 400 000	11 400 000	11 400 000
Autres charges	0	6 000 000	6 180 000	6 365 400	6 556 362	6 753 053
Charges externes	0	26 868 000	27 243 840	27 630 955	28 029 684	28 440 374
Valeur ajoutée	0	78 756 000	81 548 880	84 425 546	87 388 513	90 440 368
Salaire	0	51 480 000	51 480 000	51 480 000	51 480 000	51 480 000
Excédent brut d'exploitation	0	27 276 000	30 068 880	32 945 546	35 908 513	38 960 368
Charges financières	0	2 400 000	2 022 217	1 599 099	1 125 208	594 449
Dotation aux amortissements	0	880 000	880 000	880 000	880 000	880 000
Résultat avant impôt	0	23 996 000	27 166 663	30 466 447	33 903 305	37 485 919
Impôt sur les sociétés (30%)	0	7 198 800	8 149 999	9 139 934	10 170 991	11 245 776
Résultat net	0	16 797 200	19 016 664	21 326 513	23 732 313	26 240 143

Sources : l'auteur

L'analyse de notre compte de résultat prévisionnel sur les cinq premières années nous montre :

- ❖ un chiffre d'affaire moyen de 242 752 802 FCFA;
- ❖ une valeur moyenne des rapports annuels valeur ajoutée / Chiffre d'affaire est de 35%. Cette valeur représente la part de la valeur créée par notre établissement dans son chiffre d'affaire;

- ❖ une valeur moyenne des rapports annuels excédent brut d'exploitation / chiffre d'affaire de 14%. C'est la part du chiffre d'affaire qui peut être utilisée comme charge non décaissable, comme la rémunération de l'Etat et des actionnaires;
- ❖ une moyenne des rapports annuels résultat net / chiffre d'affaire de 9%. C'est la part moyenne du chiffre d'affaire qui revient à l'entreprise comme profit après le règlement de toutes les charges.

Tableau 17 : valeurs clés du compte de résultat prévisionnel

Désignations	Moyenne annuelle (en FCFA)	Moyenne rapportée au CA en %
Chiffre d'affaire	242 752 802	100%
Marge brute	112 154 432	46%
Valeur ajoutée	85 471 861	35%
Excédent brut d'exploitation	33 991 861	14%
Résultat avant impôt	31 563 667	13%
Résultat net	22 094 567	9%

Source : l'auteur

4.4.6. Budget de trésorerie prévisionnel

Le budget de trésorerie prévisionnel permet d'analyser l'activité de l'entreprise mois par mois, afin de mettre en évidence la trésorerie nette de l'entreprise. Il est composé de deux parties (les encaissements et les décaissements) qui sont ventilées sur un certain nombre de périodes. Chaque sortie ou entrée de fonds y est imputée à sa date de paiement effective.

Tableau 18 : budget de trésorerie prévisionnel à l'année 0 (en FCFA)

Désignation	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Apport personnel	6 000 000	0	0	8 000 000	0	0	0
Apport Mme BOHOUSSOU	10 000 000	0	0	0	0	0	0
Aménagement et construction	0	0	0	0	0	1 000 000	0
Frais d'installation	425 000	0	0	0	0	0	0
Total des Décaissements	425 000	0	0	0	0	1 000 000	0
Total des encaissements	16 000 000	0	0	8 000 000	0	0	0
Soldes Précédent	0	15 575 000	15 575 000	15 575 000	23 575 000	23 575 000	22 575 000
Soldes du mois	15 575 000	0	0	8 000 000	0	-1 000 000	0
Soldes de trésorerie (cumul)	15 575 000	15 575 000	15 575 000	23 575 000	23 575 000	22 575 000	22 575 000

Désignation	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	TOTAL
Apport personnel	4 000 000	0	0	0	774 000	18 774 000

Emprunt	20 000 000	0	0	0	0	20 000 000
Apport Mme BOHOUSSOU	0	0	0	0	1 444 000	11 444 000
Immobilisations	15 000 000	0	14 970 500	0	0	29 970 500
Aménagement et construction	0	0	500 000	0	0	1 500 000
Frais d'installation	0	0	0	0	0	425 000
Total des Décaissements	15 000 000	0	15 470 500	0	0	31 895 500
Total des encaissements	24 000 000	0	0	0	2 218 000	50 218 000
Soldes Précédent	22 575 000	31 575 000	31 575 000	16 104 500	16 104 500	234 384 000
Soldes du mois	9 000 000	0	-15 470 500	0	2 218 000	18 322 500
Soldes de trésorerie (cumul)	31 575 000	31 575 000	16 104 500	16 104 500	18 322 500	252 706 500

Source : l'auteur

Tableau 19 : budget de trésorerie prévisionnel à l'année 1 (en FCFA)

Désignations	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Ventes	18 109 000	18 109 000	18 109 000	18 109 000	18 109 000	18 109 000	18 109 000
Livraison	942 500	942 500	942 500	942 500	942 500	942 500	942 500
Chiffre d'affaire	19 051 500						
Approvisionnement	10 249 500	10 249 500	10 249 500	10 249 500	10 249 500	10 249 500	10 249 500
Charges externes	2 239 000	2 239 000	2 239 000	2 239 000	2 239 000	2 239 000	2 239 000
Echéance emprunt	262 350	262 350	262 350	262 350	262 350	262 350	262 350
Salaires employés	4 290 000	4 290 000	4 290 000	4 290 000	4 290 000	4 290 000	4 290 000
Charges financières	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Total des Décaissements	17 240 850						
Total des encaissements	19 051 500						
Soldes Précédent	18 322 500	1 810 650	20 133 150	3 621 301	21 943 801	5 431 951	23 754 451
Soldes du mois	1 810 650						
Soldes de trésorerie (cumul)	1 810 650	20 133 150	3 621 301	21 943 801	5 431 951	23 754 451	7 242 602

Désignation	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	TOTAL
Ventes	18 109 000	18 109 000	18 109 000	18 109 000	18 109 000	217 308 000
Livraison	942 500	942 500	942 500	942 500	942 500	11 310 000
Chiffre d'affaire	19 051 500	228 618 000				
Approvisionnement	10 249 500	10 249 500	10 249 500	10 249 500	10 249 500	122 994 000
Charges externes	2 239 000	2 239 000	2 239 000	2 239 000	2 239 000	26 868 000
Echéance emprunt	262 350	262 350	262 350	262 350	262 350	3 148 195
Salaires employés	4 290 000	4 290 000	4 290 000	4 290 000	4 290 000	51 480 000
Charges financières	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	2 400 000
Total des Décaissements	17 240 850	206 890 195				
Total des encaissements	19 051 500	228 618 000				
Soldes Précédent	7 242 602	25 565 102	9 053 252	27 375 752	10 863 903	175 118 416
Soldes du mois	1 810 650	21 727 805				
Soldes de trésorerie (cumul)	25 565 102	9 053 252	27 375 752	10 863 903	29 186 403	185 982 319

Source : l'auteur

4.4.7. Tableau des flux de trésorerie prévisionnel

Le tableau des flux de trésorerie permet d'apprécier les flux futurs actualisés dégagés par l'entreprise, par conséquent sa rentabilité financière.

Nous avons choisi un taux d'actualisation de 13%, qui est correspond au coût moyen pondéré du capital (CMPC¹¹).

Le CMPC s'obtient en multipliant le poids de chaque source de financement par son coût, toutefois l'emprunt auprès de la banque est déductible d'impôt sur les sociétés.

$$\text{CMPC} = 60\% * 16\% + (40\% * 12\%) * (1 - 30\%)$$

Tableau 20 : calcul du coût moyen pondéré

	Capital	Emprunt
Montant (en FCFA)	30 218 000	20 000 000
Proportion	60%	40%
Coût	16%	12%
CMPC	13%	

Source : l'auteur

L'analyse de notre tableau de flux de trésorerie nous indique des flux nets actualisés sur toute la durée des cinq premières années d'exploitation.

Ce tableau nous permet également de déterminer la valeur actuelle nette que nous aborderons lors de l'analyse de la rentabilité.

Tableau 21 : tableau des flux de trésorerie prévisionnel (en FCFA)

Désignation	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Capacité d'autofinancement	0	17 677 200	19 896 664	22 206 513	24 612 313	27 120 143
Récupération du BRF		0	0	0	0	20 988 619
Total encaissement	0	17 677 200	19 896 664	22 206 513	24 612 313	48 108 762
Investissement	50 218 000	0	0	0	0	0
Variation du BRF	0	701 105	513 245	498 296	483 782	469 691
Total décaissement	50 218 000	701 105	513 245	498 296	483 782	469 691
Flux net de Trésorerie	-50 218 000	16 976 095	19 383 420	21 708 217	24 128 531	47 639 070
Facteur d'actualisation (1+i)^(-n)	1	0,885	0,783	0,693	0,613	0,543
Flux net de Trésorerie actualisé	-50 218 000	15 023 093	15 180 061	15 044 884	14 798 480	25 856 579

¹¹ Le CMPC est le taux de rentabilité minimal exigé par les apporteurs de capitaux.

Source : l'auteur

Flux net de Trésorerie actualisé cumulé	-50 218 000	-35 194 907	-20 014 846	-4 969 963	9 828 518	35 685 096
---	-------------	-------------	-------------	------------	-----------	------------

4.5. Analyse de la rentabilité

Nous déterminerons dans cette section, les indicateurs de rentabilité de notre projet.

4.5.1. Appréciation et pertinence du projet : VAN, TRI, IP, DRCI

Tableau 22 : critères d'appréciation et de pertinence du projet

Valeur Actuelle Nette (VAN) (en FCFA)	30 954 581
Taux de Rentabilité Interne (TRI)	35%
Indice de Profitabilité (IP)	1,616
Délai de Récupération du Capital Investi (DRCI)	3ans, 3mois, 24jours

Source : l'auteur

- ❖ La valeur actuelle nette représente la différence entre la valeur actuelle des flux de trésorerie générés par l'investissement et le coût de l'investissement. Un projet sera considéré rentable si la VAN au taux d'actualisation retenu est positive.
La VAN que dégage notre établissement au taux de 13%¹² s'élève à 30 954 581 FCFA. Le projet peut donc être considéré comme rentable.
- ❖ Le taux de rentabilité interne correspond au taux d'actualisation pour lequel la valeur actuelle nette est nulle. Avec un TRI de 35%, largement supérieur au taux d'actualisation, nous confirmons la rentabilité de notre projet.
- ❖ L'indice de profitabilité mesure le profit induit par un franc de capital investi. Il représente le rapport entre la VAN et le coût de l'investissement. Un projet sera rejeté si son IP est inférieur à 1. L'IP de notre projet est de 1,616 nous pouvons dès lors considérer notre projet comme étant profitable.
- ❖ Le délai de récupération du capital investi correspond au délai au bout duquel, les flux de trésorerie générés par l'investissement permettent de rembourser le coût de l'investissement. Notre projet est donc assez intéressant, dans la mesure où il permet de récupérer le capital investi au bout de 3 ans, 3 mois et 24 jours.

4.5.2. Le seuil de rentabilité et point mort

Le seuil de rentabilité permet de déterminer le montant du chiffre d'affaire à réaliser au cours d'une période pour atteindre l'équilibre financier, c'est-à-dire avoir un résultat égal à zéro. Le

¹² CMPC

seuil de rentabilité moyen au cours des cinq années d'exploitation est de 161 635 696 FCFA. Le point mort moyen quant à lui est de 240 jours. L'entreprise commence donc à réaliser des bénéfices à partir de 240 jours en moyenne d'exploitation.

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Moyenne
Chiffre d'affaire	228 618 000	235 476 540	242 540 836	249 817 061	257 311 573	242 752 802
Charges variables	135 522 000	139 587 660	143 775 290	148 088 548	152 531 205	143 900 941
M/CV	93 096 000	95 888 880	98 765 546	101 728 513	104 780 368	98 851 861
Charges fixes	65 820 000	65 820 000	65 820 000	65 820 000	65 820 000	65 820 000
Résultat	27 276 000	30 068 880	32 945 546	35 908 513	38 960 368	33 031 861
Taux de M/CV	0,407	0,407	0,407	0,407	0,407	0,407
Seuil de rentabilité	161 635 696					
Point mort en nbr de jour	255	247	240	233	226	240

Source : l'auteur **Tableau 23 : seuil de rentabilité et point mort**

4.5.3. Rentabilité financière et économique

- ❖ Le ratio rentabilité financière mesure la capacité de l'entreprise de rémunérer les associés. Il se calcule de la manière suivante :

$$\text{Rentabilité financière} = \frac{\text{Résultat net}}{\text{Capitaux propres}}$$

- ❖ Le ratio de rentabilité économique mesure la capacité de l'entreprise de dégager un résultat en utilisant l'ensemble des moyens. Il se calcule ainsi :

$$\text{Rentabilité économique} = \frac{\text{Résultat d'exploitation (I-t'impôt sur les sociétés)}}{\text{Actif économique}}$$

Le tableau suivant présente un récapitulatif de ces ratios sur les cinq premières années d'exploitation de notre projet. Il en ressort que sur cette période notre projet est économiquement et financièrement rentable.

Tableau 24 : rentabilité financière et économique

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultat net	16 797 200	19 016 664	21 326 513	23 732 313	26 240 143
Résultat d'exploitation	27 276 000	30 068 880	32 945 546	35 908 513	38 960 368
Actif économique (immobilisation + BFR)	48 293 000				
Capitaux propres	30 218 000				
(1-taux d'impôt sur les sociétés)	70%				
Rentabilité financière	56%	63%	71%	79%	87%
Rentabilité économique	40%	44%	48%	52%	56%

Source : l'auteur

4.6. Analyse de scénario et cartographie des risques

4.6.1. Analyse de scénario

L'analyse de scénario est pour nous un moyen de tester la résistance de notre projet suite à un choc. Ce choc peut-être de nature économique tel que le ralentissement de la croissance ou de nature géopolitique tels les conflits armés.

Dans un cas pareil, nous allons envisager un scénario pessimiste que nous appellerons « stress test », pour montrer que notre projet peut tenir la route.

Nous supposons donc une baisse de notre chiffre d'affaire prévisionnel de 3%, et une augmentation de 2% des charges d'exploitation suite à une hausse du coût de matière première.

Tableau 25 : compte d'exploitation prévisionnel avec le stress test

Désignation	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Capacité d'autofinancement	0	11 154 306	13 178 084	15 286 375	17 484 571	19 778 568
Total encaissement	0	11 154 306	13 178 084	15 286 375	17 484 571	40 767 187
Investissement	50 218 000	0	0	0	0	0
Variation du BRF	0	701 105	513 245	498 296	483 782	469 691
Récupération du BRF		0	0	0	0	20 988 619
Total décaissement	50 218 000	701 105	513 245	498 296	483 782	469 691
Flux net de Trésorerie	-50 218 000	10 453 201	12 664 839	14 788 079	17 000 789	40 297 496
Facteur d'actualisation (1+i) ^ (-n)	1	0,885	0,783	0,693	0,613	0,543
Flux net de Trésorerie actualisé	-50 218 000	9 250 620	9 918 427	10 248 881	10 426 902	21 871 866
Flux net de Trésorerie actualisé cumulé	-50 218 000	-40 967 380	-31 048 953	-20 800 072	-10 373 170	11 498 696
VAN	7 926 813					
TRI	20%					
IP	1,158					

Source : l'auteur

Malgré l'application du stress test, on constate que le projet est toujours rentable. Sur les cinq années d'exploitation, le projet dégage des flux actualisés positifs. La VAN générée est également positive et s'élève à 7 926 813 FCFA. Le TRI est de 20% supérieur au taux d'actualisation appliqué qui est de 13%. L'indice de profitabilité quant à lui est supérieur à 1.

4.6.2. Cartographie des risques

La création et la gestion d'un restaurant n'est pas exempte de risques. De plusieurs natures, ces risques peuvent survenir de façon inopinée et ainsi nuire au bon déroulement du projet, raison pour laquelle il est important de les identifier et de bien les gérer. Comme risque probable, nous avons recensés un certain nombre de risques. Ceux sont entre autres :

- ❖ les risques stratégiques qui sont des risques majeurs liés à la stratégie générale de l'entreprise et à son positionnement sur le marché. Ils peuvent être évités en réalisant une bonne étude de marché préalable. Le gérant devra également, lors du lancement du projet être informé sur l'évolution du marché et sur les tendances de consommation ;
- ❖ les risques opérationnels qui pèsent sur:
 - le matériel de production que sont les machines et les véhicules. Il s'agit du risque de panne, de perte ou de vol ;
 - les fournisseurs, la chaîne d'approvisionnement et de livraison : la rupture de stock, retard de livraison ;
 - l'organisation interne : conflit et mésentente entre le personnel ;
 - la production : non-respect des procès et des recettes, retard de production ;
- ❖ les risques liés au personnel : difficulté à recruter ou remplacer un employé, absence imprévue, retard, fraude ou vol ;
- ❖ le risque pays liés à l'instabilité socio-politique du pays ;
- ❖ les risques liés à la sécurité et à l'hygiène : incendie, inondation de la cuisine ou des toilettes, infestation de nuisibles dans la cuisine ;

Le tableau suivant nous fait la synthèse de ces différents risques, de leur probabilité de survenance, de leurs conséquences ainsi que les mesures à mettre en œuvre pour les éviter.

Tableau 26 : cartographie des risques

Type de risque	Occurrence	Conséquences	Mesure à mettre en place
Risques stratégiques	Faible	Perte de rentabilité	Réaliser une bonne étude et rester informé sur l'évolution du marché.
Risques opérationnels	Moyen	Perte de qualité du travail et de service	Rester en contact avec les fournisseurs pour

			s'assurer du stock disponible ; faire une vérification régulière du matériel, vidange et visite technique des véhicules ; détecter au préalable les tensions d'éventuelles entre les employés et les atténuer ; faire un rappel régulier des différents procès.
Risques liés au personnel	Faible	Perte d'argent et de qualité de travail	Mettre en place un système de pointage à l'arrivée et au départ des employés, et un système permettant de retracer l'historique des personnes qui ont eu accès à la caisse
Risque pays	Faible	Ralentissement ou arrêt de l'activité	Rester informé de la situation du pays afin de prendre les dispositions adéquates au cas échéant.
Risques liés à la sécurité et à l'hygiène	Faible	Arrêt complet ou momentané de l'activité	Souscrire à une assurance, nettoyer régulièrement les locaux.

Source : l'auteur

CONCLUSION GENERALE

Se nourrir répond à un besoin vital, et bien s'alimenter répond à certaines exigences qui conditionnent notre état de santé. Manger trop gras, trop salé ou trop sucré est une habitude récurrente pratiquée de plus en plus par les individus dans la conjoncture actuelle.

L'émergence et développement des fast-foods a contribué à l'adoption de cette pratique qu'est la mauvaise alimentation. Cependant de nouvelles perspectives s'offrent aux individus grâce notamment à la miraculine.

C'est donc sur cette base que nous est venue l'idée de mettre en place un établissement de restauration rapide qui prend en compte l'état de santé de tous les individus, quel que soit leur âge ou leur niveau de revenu.

La réalisation de ce projet de restauration rapide diététique requiert une étude préalable à laquelle était destiné ce travail. Cette étude consistait à faire une présentation d'ensemble du projet, une étude organisationnelle et technique, une étude de marché puis d'en ressortir les stratégies marketing et enfin de faire des projections financières.

En somme, cette étude nous aura permis de comprendre les habitudes de consommation des individus ainsi de pouvoir mettre à leur disposition des produits adaptés. Elle nous aura également permis d'identifier les ressources, tant financières qu'humaines pour mener ce projet à bien.

Par ailleurs, nous avons pu ressortir la volonté de l'Etat à appuyer et soutenir les porteurs de projets.

L'analyse économique et financière de ce projet aura permis de confirmer sa viabilité ainsi que sa rentabilité, à travers les flux de trésorerie qu'il génère et la positive qu'il dégage.

BIBLIOGRAPHIE

❖ OUVRAGES, RAPPORTS ET ARTICLE

ATCHADE, F. (2019). *Sénégal : mémorandum sur l'élection présidentielle de 2019*. Dakar: Fondation Gabriel Péri.

FAYE, M. (2013). LE TEMOIN .

GIOTRA, K., & NETESSINE, S. (2016). The Risk Driven Business Model. INSEAD.

SAMBE, O., & DIALLO, M. I. (2015). *Guide Pratique des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique OHADA*. Dakar: Editions Comptables et Juridiques .

SIMEN, S. F., TIDJANI, B., & DIOUF, I. D. (2015). *Entreprenariat au Senegal*.

❖ PROJETS PROFESSIONNELS

BOUBACAR SEYBOU Samiratou. (2016). *Modalité de financements de la création d'une chaîne de fast-food dans la ville de Niamey : Merveilles du Désert*. MBF CESAG. Dakar

KOUADIO Oi Kouakou. (2016). *Modalités de financement d'une entreprise de production et de transformation du riz au Sénégal : Senriz*. MBF CESAG. Dakar.

JANEIRO Angela. (2010). *Création d'un restaurant : Aux trois pays*. HEG-GE. Montreux.

❖ WEBOGRAPHIE

<http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMPays?codePays=SEN>

http://ressources.auneg.fr/nuxeo/site/esupversions/3ebf938d-0f66-4447-aea6-acbe831fd97b/co/partie3_2_4.html

http://www.ansd.sn/index.php?option=com_content&view=article&id=370:2018-04-13-08-41-29&catid=56:depeches&Itemid=264

<http://www.blog-gestion-de-projet.com/quest-ce-que-le-business-model-canvas/>

<http://www.senegalpme.com/dispositif/projet-dappui-la-promotion-du-secteur-prive-papsp/>

<https://www.compta-facile.com/calcul-du-seuil-de-rentabilite/>

<https://www.creerentreprise.fr/commen-creer-entreprise-senegal/>

<https://www.edrawsoft.com/fr/restaurant-org-chart.php>

<https://www.iutbayonne.univ-pau.fr/~berterre/FormationsGestion/diagnosticfina/rentabilite/rentadecom.html>

<https://www.journaluniversitaire.com/insertion-des-diplomes-au-senegal/>

<https://www.orientation-pour-tous.fr/metier/comptable,15041.html>

<https://www.statutentreprise.com/definition-etude-de-marche/>

TABLE DES MATIERES

FICHE SYNTHETIQUE.....	3
DEDICACES.....	4
REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE	6
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	8
LISTE DES FIGURES, PHOTOS, GRAPHIQUES, ET TABLEAUX.....	10
INTRODUCTION GENERALE	12
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET	15
1.1. Présentation du contexte du pays.....	15
1.2. Etat de la situation et opportunités	16
1.3. Présentation de l'idée de projet.....	18
1.3.1. Présentation générale du projet	18
1.3.2. Vision	20
1.3.3. Mission	20
1.3.4. Facteurs clés de succès.....	20
1.4. Résultats attendus du projet (théorie du changement).....	21
1.5. Impact du projet.....	24
1.6. Plan de mise en œuvre.....	24
2. EDEUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE	26
2.1. Choix du statut juridique	26
2.2. Présentation du promoteur et de l'équipe de projet.....	28
2.3. Structure organisationnelle.....	31
2.4. Evaluation de la faisabilité technique	32
2.4.1. Zone d'implantation	32
2.4.2. Le local.....	34
2.4.3. Tableau des outils et moyens de production	34
2.4.4. Présentation du schéma technique et organisation du projet	38
2.4.5. Approvisionnement en matières premières	39
3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING	40
3.1. Etude de marché	40
3.1.1. Analyse de la demande	40
3.1.2. Analyse de l'offre.....	43
3.2. Plan stratégique général	45
	69

3.2.1.	Le marché de la restauration rapide à Dakar	45
3.2.2.	La concurrence	45
3.2.3.	Analyse SWOT	46
3.3.	Plan stratégique d'activités	47
3.3.1.	Le marché-cible	47
3.3.2.	Positionnement et segmentation.....	47
3.3.2.1.	Le produit	47
3.3.2.2.	Le prix	48
3.3.3.	Stratégie de croissance.....	49
4.	ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE	49
4.1.	Business Model.....	49
4.2.	Evaluation du coût des investissements	51
4.2.1.	Frais d'installation	51
4.2.2.	Aménagement et construction	51
4.2.3.	Matériels et mobiliers	52
4.2.4.	Besoin en fonds de roulement (BFR).....	52
4.2.5.	Synthèse des coûts d'investissement.....	53
4.3.	Modalité de financement.....	54
4.3.1.	Plan de financement.....	54
4.3.2.	Amortissement de l'emprunt	55
4.4.	Analyse de l'exploitation	55
4.4.1.	Hypothèses de projection financière	55
4.4.2.	Le chiffre d'affaire prévisionnel.....	56
4.4.3.	Evaluation des charges d'exploitation.....	56
4.4.4.	Tableau d'amortissement des éléments d'actifs amortissables	57
4.4.5.	Compte de résultat prévisionnel	58
4.4.6.	Budget de trésorerie prévisionnel.....	59
4.4.7.	Tableau des flux de trésorerie prévisionnel	61
4.5.	Analyse de la rentabilité.....	62
4.5.1.	Appréciation et pertinence du projet : VAN, TRI, IP, DRCI	62
4.5.2.	Le seuil de rentabilité et point mort.....	62
4.5.3.	Rentabilité financière et économique.....	63
4.6.	Analyse de scénario et cartographie des risques	64
4.6.1.	Analyse de scénario.....	64
4.6.2.	Cartographie des risques.....	65
	CONCLUSION GENERALE	67

BIBLIOGRAPHIE.....	68
TABLE DES MATIERES	69
ANNEXES.....	72
RESUME	79
ABSTRACT	80

CESAG - BIBLIOTHEQUE

ANNEXES

Annexe 1 : questionnaire pour l'étude de marché

QUESTIONNAIRE

Dans l'optique d'ouvrir un établissement de restauration rapide et diététique (fast-food diététique) à Dakar, nous vous soumettons ce questionnaire pour ainsi recueillir vos différents avis sur ce tout nouveau concept qui révolutionnera le secteur de la restauration rapide plus communément appelé fast-food.

	Plus de 500 000 FCFA	Carte bancaire
	5) Je mange dans un établissement de restauration rapide (fast-food)	Orange money
	Jamais	12) De quoi se compose en général mon menu dans un fast-food
	Rarement	13) Qu'est-ce que je consomme généralement comme boisson dans un fast-food
	Parfois	Boisson Gazeuse
	Souvent	Boisson non gazeuse
	Très souvent	Boisson alcoolisée
	Toujours	Jus local
1) Je suis ?	6) Je mange dans un établissement de restauration rapide (fast-food) de préférence	Eau minérale
Marié(e)	A midi	14) Quel est le critère essentiel pour moi dans le choix de mon fast-food
Célibataire	Le soir	Cadre du restaurant
Divorcé(e)	7) Je mange dans un établissement de restauration rapide (fast-food) généralement	La qualité du service
Veuf/veuve	Seul(e)	La qualité des produits
2) Mon lieu de résidence ?	Accompagné(e)	La rapidité du service
3) Je suis ?	8) Combien je dépense en moyenne pour ma commande	Le prix
Etudiant(e)	9) Je mange généralement	L'ambiance
Salarié(e)	Sur place	L'accueil
Cadre	A emporter	Le personnel compétant
Cadre supérieur	10) Combien de temps j'accorde en moyenne à mon repas	La diversité de l'offre
Indépendant(e)	Moins de 30 minutes	15) Je connais des personnes diabétiques ?
Sans emploi	Entre 30 et 60 minutes	Oui non
Retraité	Plus de 60 minutes	Ce restaurant proposera deux types de mets à savoir : sucré et salé
4) Dans quelle tranche se situe mon revenu (par mois) ?	11) Quel est mon mode de paiement	Concernant la partie salée, nous proposerons différents plats de salade, fait à partir d'ingrédients frais et bio, nous proposerons également des
Moins de 50 000 FCFA	Espèce	
Entre 50 001 et 100 000 FCFA		
Entre 100 001 et 200 000 FCFA		
Entre 200 001 et 500 000 FCFA		

foods traditionnels tels que les pizzas, hamburgers, shawarmas et autres la différence se situera au niveau de l'utilisation des matières grasses que nous réduirons significativement.

La partie sucrée quant à elle sera la grande révolution, nous proposerons des produits tels que les glaces, les jus de fruits et locaux, milk-shakes, pâtisserie et viennoiserie etc. ces produits ne contiendront aucun sucre ni édulcorant, cependant le goût sucré sera obtenu grâce aux propriétés d'une protéine contenue dans un certain fruit. En effet, cette protéine a la particularité

de transformer en bouche le goût de tous les aliments acides, âpres ou amer en sucré dans la bouche. Une bouchée de ce fruit et on pourra alors se faire plaisir pendant environ une heure sans crainte pour notre santé.

Ainsi donc ce concept aurait l'avantage de prévenir certains problèmes de santé notamment les maladies cardio-vasculaire, l'obésité, le cholestérol et le diabète.

1) **Serais-je intéressé par un tel restaurant ?**

Très intéressé(e)

Plutôt intéressé(e)

Plutôt pas intéressé(e)

Pas du tout intéressé(e)

2) **Plus précisément je serais intéressé par ce restaurant dans le but de :**

Perdre du poids

Entretenir ma ligne

Prévenir certains problèmes de santé par l'alimentation

M'alimenter sainement et de façon équilibré

Manger une alimentation adaptée aux sportifs

Annexe 2 : Approvisionnement

Désignations			Montant	
	Prix unitaire	Quantité	Mensuel	Annuel
Tomates (kg)	500	40	20 000	240 000
Oignons (kg)	450	50	22 500	270 000
Poivres (kg)	5000	10	50 000	600 000
Ails	1000	15	15 000	180 000
Persil (botte)	500	10	5 000	60 000
Poivrons	2000	15	30 000	360 000
Carottes	500	20	10 000	120 000
Concombre	700	20	14 000	168 000
Pommes de terre	500	40	20 000	240 000
Maïs (boite)	650	150	97 500	1 170 000
Farine (sac de 50 kg)	18000	10	180 000	2 160 000
Lait en poudre (sac de 25 kg)	45000	5	225 000	2 700 000
Café (boîte)	500	25	12 500	150 000
Viande de bœuf (kg)	1800	150	270 000	3 240 000
Laitue (botte)	250	30	7 500	90 000
Viande de mouton (kg)	1500	100	150 000	1 800 000
Poulet	2000	300	600 000	7 200 000
Œuf (carton)	2200	50	110 000	1 320 000
Citron (kg)	1500	300	450 000	5 400 000
Orange (kg)	1200	30	36 000	432 000
Baobab (kg)	600	50	30 000	360 000
Gingembre (kg)	1000	40	40 000	480 000
Bissap (pot)	500	150	75 000	900 000
Tamarin	1500	30	45 000	540 000
Pommes (kg)	1200	30	36 000	432 000
Mangue (kg)	600	25	15 000	180 000
Baie miracle (lot de 50 graines)	28000	200	5 600 000	67 200 000
Huile d'olive (bouteille de 1L)	5000	50	250 000	3 000 000
Sel (sachet de 750g)	250	30	7 500	90 000
Moutarde	6000	5	30 000	360 000
Mayonnaise (carton)	25000	10	250 000	3 000 000
Eau minérale (pack de 6)	1600	200	320 000	3 840 000
Autres marchandises			500 000	6 000 000
TOTAL			9 523 500	114 282 000

Source : l'auteur

Annexe 3 : Prévision de vente journalière

Produits	Prix unitaire	Quantité	Montant
FAST-FOOD		145	340 000
Chawarma	1500	10	15 000
Croque-monsieur	1000	10	10 000
Frites	1000	15	15 000
Hamburger	2000	20	40 000
Nuggets	1500	10	15 000
Pizza	4500	15	67 500
Poulet rôtis	5000	10	50 000
Quiche	1000	10	10 000
Salades	2000	10	20 000
Sandwich	1000	15	15 000
Snack	1500	5	7 500
Steak	5000	15	75 000
GLACIER		30	55 000
Crème glacée	2000	10	20 000
Milkshake	2000	10	20 000
Sorbet	1500	10	15 000
VIENNOISERIE		95	43 500
Brioche	500	15	7 500
Croissant	450	20	9 000
Pain au chocolat	450	20	9 000
Pain au lait	450	20	9 000
Pain au raisin	450	20	9 000
PÂTISSERIE		55	53 000
Cake	1000	5	5 000
Gaufre	1500	5	7 500
Eclairs au chocolat	1000	5	5 000
Crêpe	1500	10	15 000
Brownie	600	5	3 000
Donut	500	5	2 500
Pancake	1200	10	12 000
Sablet	300	10	3 000
BOISSON CHAUDE		35	35 000
Expresso	1000	15	15 000
Cappuccino	1000	10	10 000
Chocolat chaud	1000	10	10 000

Produits	Prix unitaire	Quantité	Montant
JUS DE FRUIT/LOCAL		80	120 000
Bissap	1500	15	22 500
Gingembre	1500	15	22 500
Baobab	1500	10	15 000
Orange	1500	10	15 000
Pomme	1500	10	15 000
Mangue	1500	10	15 000
Tamarin	1500	10	15 000
EAU		50	50 000
Eau minérale	1000	50	50 000
TOTAL		490	696 500

Source : l'auteur

Annexe 4 : Coût détaillée du matériels et mobiliers

Désignations	Quantités	Prix unitaire	Montants
MATERIELS ET MOBILIERS DE CUISINE			7 745 000
Agencement inox de cuisine	2	2 000 000	4 000 000
Rôtisseur	1	100 000	100 000
Micro-onde	2	150 000	300 000
Barbecue	1	75 000	75 000
Four standard	2	300 000	600 000
Plaque de cuisson anti adhésive	1	150 000	150 000
Congélateur	2	200 000	400 000
Desserte réfrigérée	1	400 000	400 000
Armoire réfrigérante	1	250 000	250 000
Réfrigérateur	2	100 000	200 000
Lave-vaisselle,	2	195 000	390 000
Vaisselle	2	200 000	400 000
Robot mixer-batteur	2	70 000	140 000
Friteuse Sans huile	1	100 000	100 000
Hachoir	1	35 000	35 000
Trancheur	1	15 000	15 000
Machine à café	2	95 000	190 000
MATERIELS ET MOBILIERS DE BUREAU			2 090 000
Ordinateurs	3	200 000	600 000
Bureau	2	250 000	500 000
Fauteuil de bureau	2	75 000	150 000

Chaises	6	50 000	300 000
Téléphone	2	20 000	40 000
Imprimante	2	50 000	100 000
Climatiseur	2	200 000	400 000
MATERIELS ET MOBILIERS DE SALLE			11 120 000
Vitrine réfrigérante	2	1 200 000	2 400 000
Bar	2	1 000 000	2 000 000
Buffet	2	200 000	400 000
Table	50	50 000	2 500 000
Chaise	200	10 000	2 000 000
Caisse enregistreuse	2	180 000	360 000
Télévision	4	150 000	600 000
Guéridon	3	20 000	60 000
Climatiseur	4	200 000	800 000
MATERIELS ROULANTS			3 800 000
Scoter de livraison	4	200 000	800 000
Camionnette d'approvisionnement	1	3 000 000	3 000 000
USTENSILS			3 116 000
Marmite inox standard	5	20 000	100 000
Casserole inox standard	5	15 000	75 000
Poêle anti adhésive inox	5	20 000	100 000
Bassine inox	3	8 000	24 000
Plaque a pâtisserie	2	15 000	30 000
Rouleau à pâtisserie	4	10 000	40 000
Poche à douilles	10	9 000	90 000
Planche à découper	3	5 000	15 000
Coupelle à salade	5	5 000	25 000
Saladier	5	3 000	15 000
Poivrière	30	1 500	45 000
Moutardier	30	1 500	45 000
Salière	30	1 500	45 000
Couteaux de table	500	1 000	500 000
Couteaux de cuisine (16 pièces)	3	30 000	90 000
Assiettes	500	1 000	500 000
Fourchette	500	500	250 000
Cuillères	500	500	250 000
Spatule	10	750	7 500
Louche	10	1 200	12 000
Fouet	10	1 500	15 000
Passoire	5	1 000	5 000

Ouvre boîte	5	1 500	7 500
Tamis	5	2 500	12 500
Moule	10	2 000	20 000
Plateau	5	2 500	12 500
Thermos	10	3 500	35 000
Verres	1 000	500	500 000
Tasse	500	500	250 000
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES			200 000
Logiciel de caisse	1	100 000	100 000
Logiciel de comptabilité	1	100 000	100 000
Application de cuisine	2	0	0
DECORATIONS			825 000
Rideau	10	20 000	200 000
Tableau	6	50 000	300 000
Moquette	5	45 000	225 000
Plante	10	10 000	100 000
HYGIENE			169 500
Aspirateur	2	50 000	100 000
Balaie	4	1 500	6 000
Seau	3	1 500	4 500
Poubelle	4	5 000	20 000
Pelle	4	1 000	4 000
Serviette	30	1 000	30 000
Serpillère	5	1 000	5 000
CUISINIERS			315 000
Toque	10	5 000	50 000
Pantalon	10	10 000	100 000
Tablier	10	1 500	15 000
Chemisier	10	15 000	150 000
AUTRES PERSONNELS			400 000
Uniforme	20	20 000	400 000
SECURITE			190 000
Alarme incendie	6	15 000	90 000
Extincteur	5	20 000	100 000
TOTAL			29 970 500

Source : l'auteur

RESUME

Le secteur de la restauration rapide est très dynamique au Sénégal, plus précisément à Dakar. Ce dynamisme est intimement lié à l'émergence d'une classe moyenne et aussi à la forte croissance économique du Sénégal dont le produit intérieur brut (PIB) enregistré au cours de l'année 2017 s'élève à 7,1%.

De par son économie en plein essor, le Sénégal attire beaucoup d'expatriés européen et africain qui viennent avec leurs habitudes de restauration, tendant à modifier les mœurs alimentaires des locaux. Dès lors, la création d'un restaurant de type fast-food représente une opportunité d'affaire pour la jeunesse sénégalaise, qui se trouve confrontée au problème de chômage après l'obtention de leurs diplômes.

Conscientes des enjeux de l'entrepreneuriat, les autorités sénégalaises ont donc mis en place un certain nombre de programmes et structures d'appuis pour ainsi promouvoir et soutenir les porteurs de projet.

C'est dans ce cadre que nous avons choisis de créer la société O'magicDiet, qui est un établissement de restauration rapide d'un tout autre genre.

Compte tenu des dommages du sucre et des matières grasses sur la santé, notre établissement utilisera des aliments ou encore un matériel qui permettront la non usage de sucre ou de matières grasses. Comme aliments nous pouvons citer les fruits de l'arbre miracle, plus connu sous le nom de baie miracle ou encore miraculine.

Mettre en place cet établissement nécessitera un investissement qui sera financé par fonds propres et par emprunt à la banque. L'analyse de la rentabilité de ce projet montre qu'il génère des flux de trésorerie assez importants, donc par conséquent qu'il est rentable.

Le lancement d'un tel projet comporte un certain nombre de risques sur lesquels il faudra porter une attention particulière.

Mots clés : Fast-food, miraculine, création de valeur, entrepreneuriat, diététique.

ABSTRACT

The catering sector is very dynamic in Senegal, more precisely in Dakar. This dynamism is intimately linked to the emergence of a middle class and also to the strong economic growth of Senegal whose gross domestic product (GDP) recorded during the year 2017 was 7.1%.

With its booming economy, Senegal attracts many European and African expatriates who come with their eating habits which, in turn, tends to change the eating habits of the locals. Therefore, the creation of a fast-food restaurant represents a business opportunity in Senegalese.

Regarding all that we've chosen to create O'magicDiet, a fast-food restaurant with a different business insider. Given the damaging effect of sugar and fat, our establishment will use food or equipment without sugar nor fat. The fruits of the miracle tree, better known as miracle berry or miraculin, will be used as ingredient. Setting up this establishment will require an investment that will be financed by own funds and by borrowing the remaining amount from the bank. The analysis of the profitability of this project shows that it's going to generate large cash flows, therefore it is profitable.

The launch of such a project involves numbers of risks that will require a special care. However, the project will benefit from the business-friendly environment of Senegal, as promoted by the Senegalese authorities who have set up numbers of programs and supports structures to promote and support leading project.

Keywords: Fast food, miraculin, value creation, entrepreneurship, dietetics.