



## 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 de Master en Banque et Finance**

**Option : Gestion Bancaire & Maîtrise des Risques**

**CREATION D'UNE FERME AVICOLE : « TRADI'POULET IVOIRE »**

Par :

M. Michael Konan KANGA

Sous la supervision de :

Dr. MODOU DIENG, Enseignant Associé  
au CESAG

CESAG - BIBLIOTHÈQUE

*« 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 DU PROJET

**Titre du projet** : ETUDE DE FAISABILITE D'UNE FERME AVICOLE : « TRADI'POULET IVOIRE »  
**Forme juridique** : S . A . R . L  
**Secteur d'activité** : AVICULTURE  
**Localisation du projet** : SAN-PEDRO

### Promoteur 1

*Nom & prénoms* : KANGA Konan Michael  
*Adresse* : Médina rue 15x8, Dakar/Sénégal  
*Téléphone* : +221 77 424 38 44

### Promoteur 2

*Nom & prénoms* : N'GUESSAN Rokya Prisca  
*Adresse* : Lac Pavé San-pédro/Côte-D'Ivoire  
*Téléphone* : +225 58 73 40 61

**Date de démarrage** : JANVIER 2020  
**Durée de réalisation** : 8 ans  
**Coût total du projet** : 21 032 777 FCFA  
**Apport personnel** : 9 030 00 F CFA (42,93%)  
**Montant de l'emprunt** : 12 002 777 F CFA (57,07%)  
**Durée de remboursement** : 6 ans dont 1 an de différé  
**Nombre d'emplois créés** : 6  
**Valeur actuelle nette (VAN)** : 19 738 000 FCFA  
**Taux de rentabilité interne (TRI)** : 31,86%  
**Délai de récupération du capital (DRC)** : 3 ans 02 mois 10 jours  
**Indice de profitabilité (IP)** : 1,52

## DEDICACE

À ma très chère maman OURA Philomène pour le sacrifice consenti à mon éducation et surtout à mes études.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## REMERCIEMENTS

Ce travail doit beaucoup à la patience et à la coopération de tous ceux qui, d'une façon ou d'une autre, m'ont encouragé au cours des diverses étapes de ce projet. Je tiens à exprimer ma reconnaissance à :

- Docteur Modou DIENG, mon encadreur pédagogique, de m'avoir dirigé et de m'avoir autorisé à présenter ce projet ;
- Monsieur Ababacar SECK, ancien coordonnateur du PMBF, pour ses conseils et l'attention qu'il a toujours accordé aux préoccupations de l'ensemble des stagiaires du MBF ;
- Madame Chantal OUEDRAOGO, Assistante de programme du PMBF pour ses conseils, sa rigueur dans le travail et son sens d'accompagnement ;
- Docteur Alassane OUATTARA; enseignant chercheur en Finance et Comptabilité, pour son appui et ses encouragements ;
- Tous les professeurs et expert qui sont intervenus dans le cadre de cette formation.

## SIGLES ET ABREVIATIONS

**BFR** : Besoin en Fonds de roulement

**CAF** : Capacité d'Autofinancement

**CEDEAO** : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest

**CMPC** : Coût moyen Pondéré du capital

**DRC** : Durée de Récupération du Capital

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

**FAOSTAT** : FAO Statistique

**FCFA** : Franc de la Communauté Financière d'Afrique

**IP** : Indice de Profitabilité

**IPRAVI** : Inter Profession Avicole Ivoirienne

**IS** : Impôt sur les sociétés

**MPA** : Ministère de la Production Animale

**OGM** : Organisme Génétiquement Modifié

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

**SARL** : Société à Responsabilité Limitée

**SIPRA** : Société de Productions Animales

**TRI** : Taux de Rendement Interne

**VAN** : Valeur Actuelle Nette

## LISTE DES FIGURES ET DES TABLEAUX

### FIGURES

Figure 1 : Carte du pays d'implantation du projet .....	9
Figure 2 : Site du projet .....	10

### TABLEAUX

Tableau 1 : Relevé météorologique de San-Pédro .....	10
Tableau 2 : Analyse PESTEL .....	13
Tableau 3 : Les habitudes d'achat selon le lieu .....	17
Tableau 4 : Les habitudes d'achat selon la fréquence de consommation.....	17
Tableau 5 : Motivation d'achat selon les critères de choix .....	18
Tableau 6 : Prix psychologique (en FCFA) .....	18
Tableau 7 : Prix comparatif des produits de substitution .....	21
Tableau 8 : Description des segments .....	22
Tableau 9 : Profil du personnel et coût .....	28
Tableau 10 : Ingrédients alimentaires séparés en fonction de leurs composantes nutritives.....	30
Tableau 11 : Quantité de nourriture donnée et mangée par la volaille locale à divers âges.....	31
Tableau 12 : Calendrier des différentes phases du projet.....	32
Tableau 13 : Investissements techniques (en FCFA).....	33
Tableau 14 : Matériel et mobilier de bureau .....	34
Tableau 15 : Coût total des immobilisations corporelles .....	35
Tableau 16 : Synthèse des coûts total des investissements .....	35

Tableau 17 : Coût d'achat des produits de soins	36
Tableau 18 : Coût d'achat de matières premières pour l'alimentation	36
Tableau 19 : Besoin en fonds de roulement (BFR)	37
Tableau 20 : Plan de financement	38
Tableau 21 : Plan de remboursement	39

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Evolution de la production de viande de volaille par pays en Afrique de l'Ouest.....	1
Graphique 2 : Evolution de la consommation/habitant de volaille et d'œufs en kg de 2001 à 2015.....	16
Graphique 3 : Habitudes d'achat selon le type de poulet.....	16
Graphique 4 : Evolution des importations de la viande de volaille en tonne de 2001 à 2015.....	16
Graphique 5 : Evolution de la production de volaille et d'œufs en tonne de 2001 à 2015.....	20

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Amortissement et valeur résiduelle

Annexe 2: Synthèse des charges d'exploitations

Annexe 3: Répartition des effectifs

Annexe 4 : Chiffre d'affaire prévisionnel

Annexe 5 : Compte de résultat prévisionnel

Annexe 6 : Flux de trésorerie prévisionnel

Annexe 7 : Echancier des flux financiers

Annexe 8 : Scénario 1

Annexe 9 : Scénario 2

Annexe 10 : Guide d'entretien destiné à la population

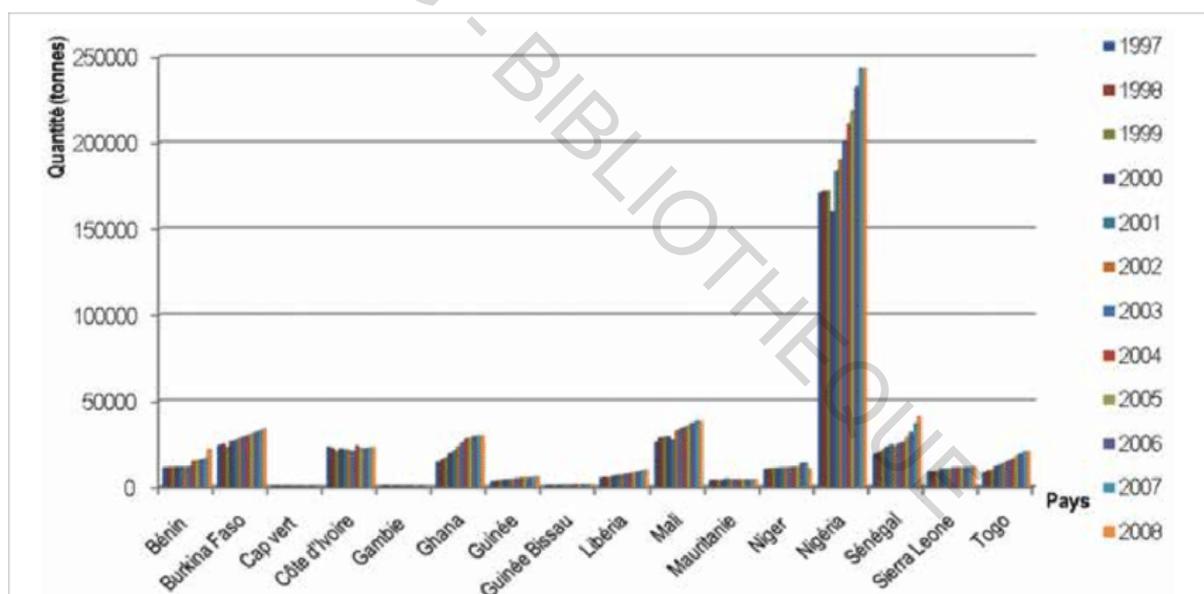
## SOMMAIRE

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
LISTE DES FIGURES ET DES TABLEAUX.....	iv
<b>FIGURES</b> .....	iv
LISTE DES GRAPHIQUES .....	vi
LISTE DES ANNEXES .....	vii
SOMMAIRE .....	viii
INTRODUCTION.....	1
I- PRESENTATION DES PROMOTEURS ET DU PROJET .....	5
1. Présentation des promoteurs.....	5
2. Généralités sur l'aviculture en Côte d'Ivoire .....	6
3. Choix du projet.....	7
4. Objectifs et choix d'implantation.....	8
5. Impacts du projet.....	11
II- ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING.....	13
1. L'étude de marché .....	13
2. La stratégie marketing .....	21
III- L'ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE .....	26
1. L'étude organisationnelle .....	26
2. L'étude technique .....	28
IV- EVALUATION ECONOMIQUE ET FINANCIERE DE LA FERME AVICOLE.....	33
1. Evaluation du coût des investissements .....	33
2. L'analyse de l'exploitation .....	36
3. Les modalités de financement .....	38
4. L'analyse financière du projet.....	39
5. L'analyse de sensibilité et de scénario .....	42
CONCLUSION .....	44
BIBLIOGRAPHIE .....	45
ANNEXES .....	46

## INTRODUCTION

La croissance démographique que connaît l'Afrique occidentale est importante et les productions animales demeurent insuffisantes pour satisfaire les besoins des populations en protéine animale. Pour pallier ce déficit, des efforts ont été déployés par la plupart des Etats en faveur du développement du secteur avicole, notamment industriel (Mankor, 2009). Au cours des deux dernières décennies, la population avicole a augmenté de 23% dans les pays développés contre 76% dans les pays en développement (Alder, 2005). Toutefois, malgré l'essor remarquable de la production avicole dans certains pays d'Afrique subsaharienne tels que le Burkina Faso, le Mali, le Sénégal, le Nigéria, le Ghana, la Côte d'Ivoire, la consommation de produits avicoles est encore fortement tributaire des importations dans la plupart de ces pays.

Graphique 1 : Evolution de la production de viande de volaille par pays en Afrique de l'Ouest



Source : FAOSTAT 2009

En effet, les importations de viande de poulet représentent en tonnage plus de la moitié des importations totales de viande et augmentent chaque année. Elles sont passées en Afrique de l'Ouest de 39,617 tonnes (54,36% des importations totales de viande) en 1997 à 231,597 tonnes (76,32% des importations totales de viandes) en 2008 ; Avec le Sénégal, la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Bénin qui sont les principaux pays importateurs de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'ouest (CEDEAO) (FAOSTAT, 2009).

Le marché régional de l'Afrique de l'ouest est encore loin d'être auto-suffisant. Cependant, l'aviculture traditionnelle reste la plus répandue en Afrique subsaharienne où elle est pratiquée par la quasi-totalité des paysans, en particulier les femmes et les enfants des zones rurales.

Elle a connu un essor spectaculaire au cours des 15 dernières années. Son cycle biologique est rapide, son métabolisme est élevé et ses coûts de production sont faibles par rapport à ceux de la viande rouge. La dévaluation du franc CFA en janvier 1994 a provoqué une flambée du coût des denrées alimentaires et a entraîné l'augmentation de 30% du prix du bétail (**FAO, 2008**). Cette hausse des prix de la viande rouge a favorisé le développement de la filière avicole. Les projets de mise en place de ferme avicole se sont multipliés.

Ce secteur est néanmoins confronté à de nombreux problèmes notamment les pathologies. Pour pallier cette difficulté, les éleveurs dans les systèmes d'exploitation modernes font recours aux antibiotiques et autres produits à des fins thérapeutiques, prophylactiques et zootechniques (**Tatsadjieu Ngoune, 2009**). Ces antibiotiques peuvent avoir un impact négatif aussi bien sur l'élevage que sur les consommateurs, si leur usage ne respecte pas les prescriptions médicales.

En effet, l'apparition d'une maladie au sein du processus de production a pour conséquence une baisse de la productivité des animaux. Ainsi, dans le cas d'une infection bactérienne, l'éleveur peut considérer l'antibiotique comme un facteur de production, et peut prendre la décision de l'utiliser en fonction du gain attendu du traitement (**Dupraz, 2014**). En plus, certains éleveurs font usage des antibiotiques pour des actions de prévention avant même l'apparition des maladies. Ces deux usages (préventive et curative) sans contrôle adéquat sont fondés sur la dimension économique.

C'est ainsi que l'usage des antibiotiques peut avoir des conséquences sanitaires à travers la sélection de germes résistantes. Cette sélection peut entraîner d'abord la recrudescence des infections chez la poule et ensuite le transfert possible de cette résistance de la poule à l'homme (**Tatsadjieu Ngoune, 2009**).

De plus, les antibiotiques peuvent, si leur délai d'attente n'est pas respecté, laisser dans les aliments d'origine animale des résidus dangereux pour le consommateur et capable d'entraîner des accidents d'hypersensibilité ou des intoxications.

En Côte d'Ivoire, le taux de mortalité est de plus en plus élevé, soit 9,5 décès/1000 habitants<sup>1</sup> et les causes peuvent être reliées au mode de vie des populations comme la mauvaise alimentation dans la plupart des cas.

De nos jours, la conception de projet avicole est plus orientée vers l'aviculture moderne ou industrielle au détriment de l'aviculture traditionnelle. Au regard de toutes ces conséquences liées à l'élevage moderne, des pistes de réflexions ont été dégagées, à savoir :

- la réduction du taux de maladies causées par la consommation de volaille OGM ;
- la valorisation de l'élevage traditionnel auprès de consommateurs et éleveurs de notre localité en particulier et de la Côte d'Ivoire en général.

Ainsi, notre choix est porté sur la conception d'un projet de création d'une ferme avicole traditionnelle, c'est-à-dire que nous n'aurons pas recours aux substances chimiques dans notre processus de production. La question est donc de savoir :

Quelle est la rentabilité d'un tel projet dans un environnement dominé par l'aviculture moderne ?

La réalisation de cette étude présente des intérêts multiples. Il permettra d'offrir de l'emploi à la jeunesse donc de réduire le taux de chômage pour la Côte d'Ivoire. Pour le CESAG, il permettra de renforcer sa mission de culture d'excellence en matière de formation professionnelle. Enfin, il nous permettra d'approfondir nos connaissances en aviculture mais surtout, une maîtrise de la démarche et de certains outils de conception des projets afin de fournir des produits de qualité aux consommateurs.

Pour mener cette étude, nous élaborerons un questionnaire destiné à une tranche de la population consommant la viande de volaille afin d'estimer l'attraction de la population pour le produit et d'évaluer la demande. De plus, nous aurons des entretiens avec des exploitants de ferme avicole traditionnelle ainsi qu'avec des professionnels de l'école vétérinaire de Dakar. Aussi, nous ferons de la recherche documentaire.

Cette étude sera divisée en quatre (4) parties. La première sera destinée à la présentation des promoteurs et du projet, la deuxième partie traitera l'étude de marché et la stratégie marketing,

---

<sup>1</sup> [https://www.indexmundi.com/fr/cote\\_d\\_ivoire/taux\\_de\\_mortalite.html](https://www.indexmundi.com/fr/cote_d_ivoire/taux_de_mortalite.html)

la troisième partie sera l'étude organisationnelle et technique et enfin la quatrième partie traitera l'étude économique et financière de la ferme.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## I- PRESENTATION DES PROMOTEURS ET DU PROJET

Dans cette première partie, nous présenterons successivement les promoteurs, nous ferons ensuite une présentation générale de la filière avicole ivoirienne et enfin nous donnerons les raisons qui nous ont poussés à choisir ce projet, la zone d'implantation et les avantages du projet.

### 1. Présentation des promoteurs

#### 1.1.Promoteur 1

##### ➤ ETAT CIVIL

Nom et Prénoms	Adresse	Ville	Téléphone	E-mail	Age
KANGA Konan Michael	Médina rue 15*8	Dakar	77 424 38 44	<a href="mailto:konankanga@cesag.edu.sn">konankanga@cesag.edu.sn</a>	26 ans

##### ➤ FORMATION ET COMPETENCES

#### **Formation :**

Le promoteur 1 est titulaire d'un Master 1 en Science de Gestion option Gestion des Projets et d'un Master 2 en Banque et Finance.

#### **Compétences :**

Il dispose d'une bonne base en économie et en gestion de projets. Fortement impliqué dans la vie associative, il est également passionné d'entrepreneuriat et justifie d'une expérience en élevage (lapin et chèvre).

#### 1.2.Promoteur 2

##### ➤ ETAT CIVIL

Nom et Prénoms	Adresse	Ville	Téléphone	E-mail	Age
N'GUESSAN Rokya Prisca	Lac Pavé	San-Pédro	58 73 40 61	<a href="mailto:rokynguessan@gmail.com">rokynguessan@gmail.com</a>	25 ans

➤ **FORMATION ET COMPETENCES**

**Formation :**

Le promoteur 2 est titulaire d'un Master 1 en Science de Gestion et d'un Master 2 en Ingénierie Financière.

**Compétences :**

Elle dispose d'une connaissance solide en élevage (poulet, canard, oie, mangouste, sylvestre, caméléon, pangolin, vipère, biche, singe, porc).

Participante à la 8<sup>e</sup> session du YALI Dakar, elle bénéficie d'une base complète en entrepreneuriat et à l'élaboration d'un projet.

**2. Généralités sur l'aviculture en Côte d'Ivoire**

L'aviculture en Côte d'Ivoire regroupe l'élevage traditionnel des poulets locaux et l'élevage moderne de poulets de chair, de poules pondeuses (**Kouadio, 2013**).

*2.1. L'aviculture traditionnelle*

L'aviculture traditionnelle est largement pratiquée par les populations rurales, environ 90% de cette population pratiquent cette activité et le taux de la population rurale est d'environ 55% (**FAO, 2008**). Ainsi, l'aviculture traditionnelle en Côte d'Ivoire concerne plus de la moitié de la population aussi bien au niveau nutritionnel que pour l'amélioration des revenus.

Cette forme d'aviculture, pratiquée majoritairement dans les parties Centre et Nord du pays, englobe des systèmes comme « la production de volailles à petite échelle pratiquée par des ménages utilisant la main d'œuvre familiale et les disponibilités alimentaires ». Le travail n'est pas rémunéré, et est effectué par les membres de la famille. Les productions sont essentiellement destinées à l'autoconsommation et constituent une source non négligeable de protéines.

Cependant, bien que représentant la plus grande part de l'effectif des poules, l'aviculture traditionnelle connaît une productivité très faible (**FAO, 2008**). Dans ce système, les animaux, en perpétuelle divagation, sont exposés à divers dangers tels que les prédateurs, les intempéries et les maladies. On note également la modicité des techniques et du matériel d'élevage, une alimentation sommaire et une production en grande partie destinée à l'autoconsommation.

## 2.2.L'aviculture moderne

La Côte d'Ivoire constitue l'un des pays de la sous-région ouest africaine où l'aviculture moderne connaît un essor considérable et disposant d'un marché urbain important.

La production moderne de volaille en Côte d'Ivoire est une activité récente qui fait suite à la politique de mise en place de petites exploitations avicoles dans les années 1960. Depuis ce temps, les performances de l'aviculture moderne se sont exprimées significativement dans ce pays. Ainsi, de 1975 à 1982, le Ministère de la Production Animale (MPA) a multiplié des actions dans l'aviculture avec la distribution de médicaments et d'intrants alimentaires particulièrement la création de la Société Ivoirienne de la Production Animale (SIPRA). Avec un effectif estimé à 7 760 000 de têtes, l'aviculture moderne ivoirienne englobe toutes les structures en amont et en aval, indispensables à une filière moderne. Les usines de fabrication d'aliments, les couvoirs de grandes capacités, les circuits de commercialisation, les importateurs grossistes de médicaments vétérinaires, les abattoirs modernes, les unités de conditionnement, tous existent et possèdent d'importantes capacités de production.

L'aviculture moderne peut être classée par secteur d'activités : le secteur primaire incarnant la production, le secteur secondaire, la transformation et le secteur tertiaire qui est la distribution. Les principaux entrants en production avicole sont les poussins d'un jour, les alvéoles, les aliments de volailles, les médicaments et produits vétérinaires (FAO, 2008).

## 3. Choix du projet

Notre opportunité d'entreprendre dans ce domaine est motivée par les constats suivants :

- La Côte d'Ivoire est un pays dont l'élevage reste encore une activité économique en développement ;
- L'approvisionnement de nombreux marchés se fait en partie par des importations plus ou moins contrôlées en provenance des pays voisins, principalement le Burkina Faso et le Mali ;
- Dans le contexte de la lutte contre la pauvreté, l'élevage se doit de contribuer à la création d'emplois ;
- L'élevage de volaille est une activité à cycle court et de ce fait elle est génératrice de revenu rapide et il existe une forte rotation du capital investi ;
- L'existence du marché en amont constitué par les fournisseurs d'aliments de volailles, de poulets traditionnels et de vaccins, favorise l'approvisionnement ;
- La potentialité du marché en aval permet d'écouler les produits ;

- Les ménages ivoiriens tendent vers un changement d'habitude alimentaire et une préférence de plus en plus accrue pour les aliments bio ;
- Le système d'exploitation moderne faisant recours aux antibiotiques et autres produits dérivés constitue un danger pour les consommateurs.

Nous avons décidé de créer cette unité d'élevage de poulets traditionnels en vue de contribuer au développement du secteur primaire et de satisfaire les consommateurs en leur offrant des produits sains.

## **4. Objectifs et choix d'implantation**

### *4.1.Objectifs*

Notre principal objectif est de mettre des poulets traditionnels biologiques de qualité supérieure à la disposition des consommateurs ivoiriens tels que les ménages, les hôtels, les restaurants, les grandes surfaces etc. Aussi de commercialiser les produits secondaires tels que les fumiers pour la fertilisation des cultures.

L'objectif secondaire est de valoriser l'élevage des poulets locaux auprès des consommateurs et éleveurs de la Côte d'Ivoire en général et de notre localité (San-Pédro) en particulier, mais de contribuer à l'amélioration de la santé des populations en leur permettant de consommer de la viande saine.

### *4.2.Implantation du Projet*

La ferme sera située dans la région de San-Pédro, deuxième ville portuaire du pays.

#### ➤ *Situation géographique*

Etendue sur une superficie de 12 790 Km<sup>2</sup>, la ville de San-Pédro est située au Sud-ouest de la Côte d'Ivoire et fait partie de la région de San-Pédro. Elle est située au bord de l'océan Atlantique, sur le golfe de Guinée, à 482 km d'Abidjan, capitale économique du pays à laquelle la relie une route entièrement bitumée.

Figure 1 : Carte du pays d'implantation du projet



Source : Ministère des Affaires Etrangères, 2004

Figure 2 : Site du projet



Source : Google Maps

➤ *Climat*

Le climat de la Côte d'Ivoire comporte deux zones bioclimatiques distinctes. Le sud est très humide et connaît quatre saisons (d'avril à la mi-juillet : grande saison des pluies ; de la mi-juillet à septembre : petite saison sèche ; de septembre à novembre : petite saison des pluies; de décembre à mars: grande saison sèche). Les températures varient de 20 à 33°C.

**Tableau 1 : Relevé météorologique de San-Pédro**

Mois	jan.	fév.	mars	avril	mai	Juin	juil.	août	sep.	oct.	nov.	déc.
<b>Température minimale moyenne (°C)</b>	23	23	24	24	24	23	22	22	23	23	23	23
<b>Température moyenne (°C)</b>	27	27	27	27	27	26	25	24	25	26	26	27
<b>Température maximale moyenne (°C)</b>	31	31	31	31	30	28	28	27	27	29	30	30
<b>Nombre de jours avec précipitations</b>	0	0	0	2	2	7	6	7	4	4	4	0

Source : GeographyIQ, 2007

La température ne présente pas de risques majeurs pour l'agriculture et l'élevage, sauf dans les hautes altitudes où, quelques rares fois, des dégâts sont enregistrés.

➤ *Population*

La population de San-Pédro est estimée à 257 172 habitants (RGPH, 2014). La population autochtone est essentiellement Krou avec ses divers sous-groupes : les *Winnin*, les *Bakwé* et les *Kroumen*. Elle a considérablement augmenté au cours des vingt dernières années en raison de l'afflux de réfugiés venus du Liberia et de la Sierra Leone, ainsi que d'une très forte communauté de pêcheurs Fantis venus du Ghana.

➤ *Activités économiques*

San-Pédro est le deuxième pôle économique de la Côte d'Ivoire après Abidjan, devant Bouaké en raison de son port, mais également en raison de la présence de nombreuses usines opérant principalement dans l'industrie cacaoyère et le domaine du bois. Le tourisme joue un rôle non négligeable dans l'économie de la ville et de toute la région avec ses nombreux hôtels et ses plages qui attirent des visiteurs.

Le choix de cette zone se justifie donc pour plusieurs raisons à savoir :

- L'abondance en main d'œuvre ;

- Le marché non encore saturé ;
- Le climat favorable avec une bonne végétation et un fleuve à proximité.

## 5. Impacts du projet

L'aviculture traditionnelle en Côte d'Ivoire, bien vrai qu'elle rencontre de nombreuses difficultés, a un impact considérable sur la société. Elle représente à la fois une importante réserve de protéines animales, une activité génératrice de revenu et un puissant facteur de liaison sociale.

### 5.1. Impact nutritionnel

En Côte d'Ivoire et même dans la plupart des pays africains, le déficit alimentaire est quantitatif et qualitatif (FAO, 2007). En effet, les populations font face à une carence en protéines animales rapidement disponible. La comparaison entre divers types d'animaux montre que la volaille est la plus apte à convertir et à restituer la quantité de protéines ingérées (Traoré, 2006). Il n'y a également pas de tabou religieux ou social pour la consommation de la viande de poulet en Côte d'Ivoire contrairement par exemple à la viande de porc ou de bovin. En plus, le cycle de production de la volaille en fait un animal de choix pour l'apport en énergie des populations déficitaires.

### 5.2. Impact socioculturel

La volaille occupe une place importante dans la société africaine. Son utilité est beaucoup plus remarquée durant les cérémonies culturelles et festives (mariage, baptême, circoncision, offrande etc.)

Ainsi en Côte d'Ivoire, pour les populations appartenant au groupe socio-culturel des Gours<sup>2</sup> (Sénofo, Lobi), la volaille élevée selon le mode fermier, est utilisée dans les rituels, dons et offrandes faites aux génies, à l'occasion d'évènements heureux (mariages), initiatiques (entrée au bois sacré) ou pour s'accorder les faveurs. Dans le cas des renforcements des liens sociaux, l'usage recommande d'offrir des poulets à une personne pour lui transmettre de l'estime ou en signe de remerciement pour une faveur ou une aide (à un personnage officiel par exemple). A défaut d'en avoir dans sa basse-cour, le donateur devra s'en procurer auprès d'un autre fermier en échange d'un autre ou contre un paiement en numéraire.

---

<sup>2</sup> Les Gours sont un grand groupe ethnique de la Côte d'Ivoire situé au nord et nord-est en provenance de l'actuel Mali et du Burkina Faso à partir du XIII<sup>ème</sup> siècle.

### *5.3. Impact socio-économique*

Sur le plan économique, notre projet contribuera à l'amélioration de la situation économique des populations rurales. En effet, avec son cycle de production plutôt court et des charges relativement faibles, la volaille demeure, en milieu rural, l'une des sources de revenu les plus faciles et les plus rapides à mobiliser. Ce qui peut contribuer fortement à la lutte contre la pauvreté. En effet, ce projet constituera une sorte de « carte de crédit » qui permettra aux employés de faire face aux besoins quotidiens de la famille (**Talaki, 2000**). A cet effet, il contribuera à la création d'emploi pouvant réduire, ne serait-ce qu'une partie infime, le taux de chômage.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## II- ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING

Dans cette partie, il est présenté une première approche sur l'analyse du marché avicole en Côte d'Ivoire à travers une analyse de la demande et de l'offre globale. Ensuite une deuxième approche présentant les stratégies et le plan marketing du projet.

### 1. L'étude de marché

L'étude de marché constitue la première et la principale étape dans l'élaboration du projet. Toute la construction de notre future entreprise va s'appuyer sur les conclusions de cette étape, qui doit permettre :

- La connaissance et la compréhension de notre marché ;
- La formulation de notre stratégie de lancement ;
- La définition de nos actions commerciales.

Pour cela il va nous falloir partir des sources secondaires de cette analyse portant sur le macro-environnement et le micro-environnement.

#### 1.1. L'analyse du macro-environnement

Cette analyse désigne l'environnement au sens large de l'organisation. Elle représente les facteurs extérieurs, que l'entreprise subit sans pouvoir exercer une influence dessus. Elle se fera par la méthode du PESTEL.

Cette méthode a pour objectif d'évaluer l'influence des facteurs externes. Ces derniers représentent le point de départ indispensable pour toute étude sur l'environnement dans lequel l'entreprise évolue.

Les domaines d'analyse sont les suivants : Politique, Economique, Social, Technologie, Ecologie, Législation.

**Tableau 2 : analyse PESTEL**

Facteurs environnementaux	Nature des impacts et des influences
<p style="text-align: center;"><b>POLITIQUE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabilité du gouvernement ;</li> <li>• Reforme pour favoriser l'entreprenariat ;</li> <li>• Plan stratégique de relance de l'aviculture (PSRA) ;</li> </ul>	<p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet « une femme 1 coq 10 poules » ;</li> <li>• Plan de relance de l'élevage (PRE).</li> </ul>	<p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p>
<p style="text-align: center;"><b>ECONOMIQUE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Croissance des besoins en matières biologiques ;</li> <li>• Filière de l'élevage en forte croissance ;</li> <li>• Filière n'existant pas en bourse pour évaluer la prime de risque ;</li> <li>• Pouvoir d'achat de la population faible ;</li> <li>• Taux d'inflation faible (0,5% en 2018).</li> </ul>	<p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p> <p>Menace (-)</p> <p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p>
<p style="text-align: center;"><b>SOCIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation de la population ;</li> <li>• Naissance de nouvelles pathologies ;</li> <li>• Poids des protéines animales (viande) dans les habitudes de consommation ;</li> <li>• Mauvaise perception de l'impact de l'élevage de volailles sur la santé et le bien-être ;</li> </ul>	<p>Opportunité (+)</p> <p>Menace (-)</p> <p>Opportunité (+)</p> <p>Menace (-)</p>
<p style="text-align: center;"><b>TECHNOLOGIE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilité de machines de production sophistiquées</li> <li>• Marketing innovant (E-commerce) ;</li> <li>• Progrès des connaissances sur les techniques d'élevage biologique ;</li> <li>• Développement de la médecine traditionnelle biologique dans l'élevage.</li> </ul>	<p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p> <p>Opportunité (+)</p>
<p style="text-align: center;"><b>ENVIRONNEMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Changement climatique ;</li> <li>• Mise en avant par les acteurs de différents enjeux environnementaux (politique de développement durable).</li> </ul>	<p>Menace (-)</p> <p>Opportunité (+)</p>

<b>LEGAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Règlementation ivoirienne en faveur d'une réduction des importations des produits avicoles ;</li> <li>• Non-respect des normes sanitaires</li> <li>• Ouverture du marché au niveau africain (<b>CEDA</b>)</li> </ul>	<p>Opportunité (+)</p> <p>Menace (-)</p> <p>Opportunité/Menace (+/-)</p>

Nous-mêmes

## 1.2. L'analyse du micro-environnement

Cette analyse, quant à elle, comprend les différents partenaires de l'entreprise, ainsi que les relations inter-entreprises. Elle se fera à travers l'analyse de la demande et de l'offre.

### 1.2.1. L'analyse de la demande

#### 1.2.1.1. L'identification du client

Les produits proposés dans le cadre de notre projet seront destinés au marché local. A moyen terme et long terme, nous viserons les autres marchés de la Côte d'Ivoire, à savoir les régions de Daloa, Abidjan, Yamoussoukro etc. qui sont des zones à forte demande en produits avicoles.

#### 1.2.1.2. L'étude de comportement des consommateurs

On les analyse à l'aide des grandeurs ci-après :

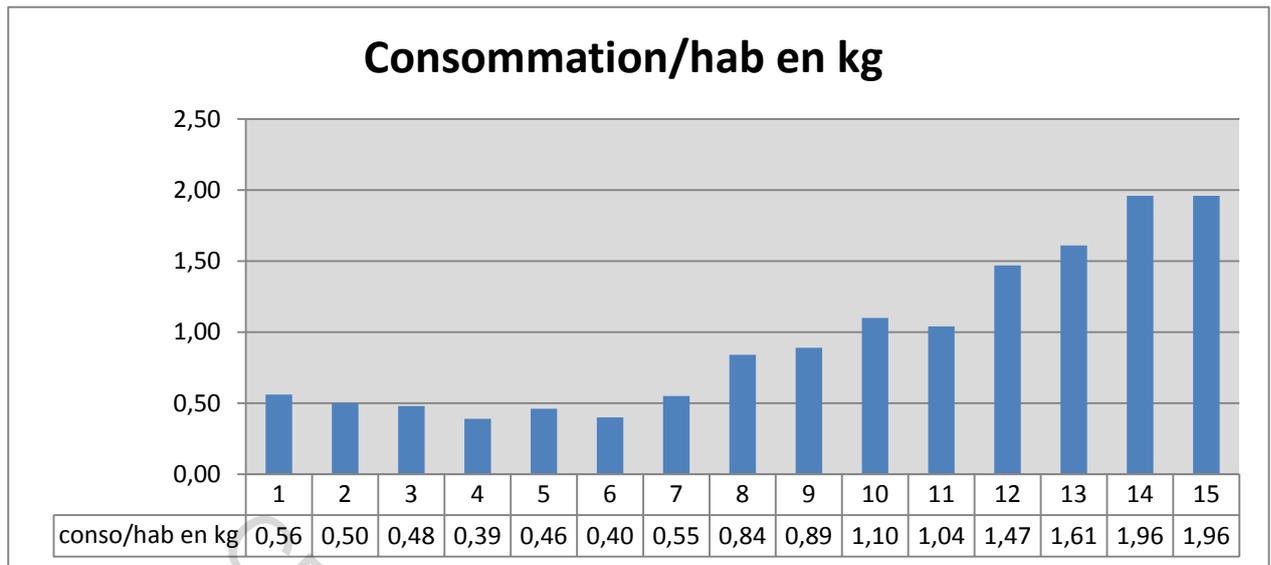
- Evolution de la demande individuelle ;
- Habitue des achats des ménages ;
- Motivation d'achat ;
- Prix psychologique.

##### 1.2.1.2.1. Evolution de la demande individuelle

L'environnement politique et économique à une influence sur l'évolution de la consommation d'un bien à l'autre.

Ainsi, le graphique ci-dessous nous démontre l'évolution de la demande individuelle de poulets.

**Graphique 2 : Evolution de la consommation/habitant de volaille et d'œufs en kg de 2001 à 2015**



Source : IPRAVI, 2016

D'après cette figure, on peut envisager la croissance de la demande de poulet car la consommation évolue progressivement après l'année 2011 jusqu'en 2015.

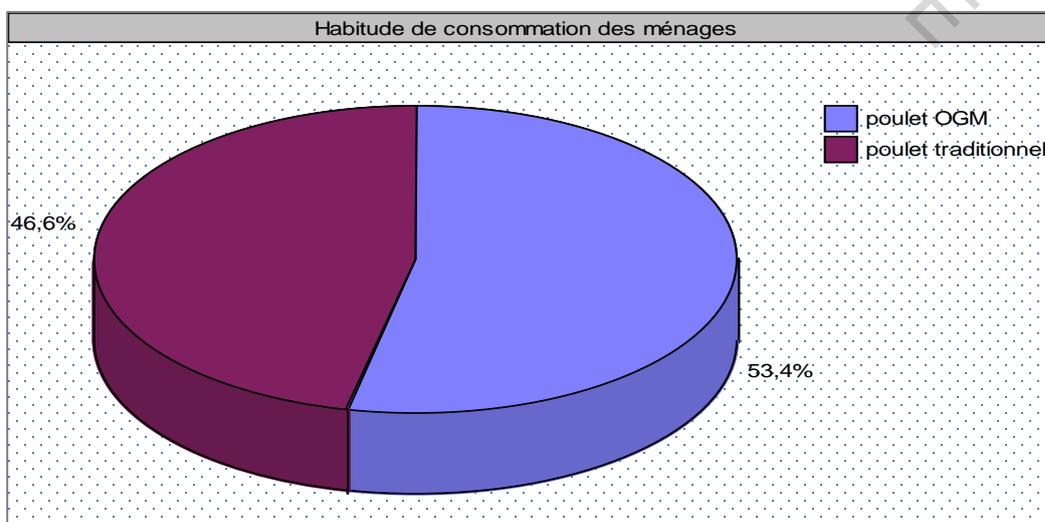
#### 1.2.1.2.2. *Habitude des achats des ménages*

On les analyse selon les habitudes d'achat du type de poulet, le lieu et les fréquences de consommation des ménages.

##### ➤ *Les habitudes d'achat selon le type de poulet*

Les résultats sont présentés dans le graphe ci-dessous.

**Graphique 3 : Les habitudes d'achat selon le type de poulet**



Source : nous-mêmes, d'après résultat des enquêtes

D'après cette figure, 46,6% des ménages enquêtés ont l'habitude d'achat de poulet traditionnel.

➤ *Les habitudes d'achat selon le lieu*

Les résultats sont présentés dans le graphe ci-dessous.

**Tableau 3 : Les habitudes d'achat selon le lieu**

Lieu d'achat	Fréquence
Au marché	73,3%
Vente directe (ferme, magasin de producteurs)	14,3%
Au supermarché	8,6%
Autre	3,8%
En ligne	0,0%
TOTAL	100%

Source : nous-mêmes, d'après résultat des enquêtes

D'après ce tableau, la majorité des ménages enquêtés ont l'habitude d'achat au marché soit 73,3%.

➤ *Les habitudes d'achat selon les fréquences*

Les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous

**Tableau 4 : Les habitudes d'achat selon la fréquence de consommation**

Fréq_conso \ Type_volaille	Tous les jours	toutes les semaines	tous les mois	moins souvent
	Poulet OGM	5,7%	21%	20%
Poulet traditionnel	3,8%	20%	18,1%	16,2%

Source : nous-mêmes, d'après résultat des enquêtes

D'après ce tableau, le poulet se consomme toutes les semaines (21% pour le poulet OGM et 20% pour le poulet traditionnel).

1.2.1.2.3. *Motivation d'achat*

Les résultats sont présentés dans le tableau ci-après :

**Tableau 5 : Motivation d'achat selon les critères de choix**

Critère_choix \ Type_volaille	Goût	Caractère Bio	Moins -cher	Qualité	Proximité	Cuissons	Autres
Poulet OGM	21%	6,7%	37,1%	13,3%	27,6%	17,1%	1%
Poulet traditionnel	40%	18,1%	13,3%	28,6%	8,6%	10,5%	1%

Source : nous-mêmes, d'après résultat des enquêtes

D'après ce tableau, les principales motivations d'achat sont : le goût pour le poulet traditionnel et le prix pour le poulet OGM.

#### 1.2.1.2.4. Prix psychologique

Le prix psychologique est le prix pour lequel le poulet traditionnel est réputé être accepté par le grand nombre de client potentiel.

Les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous :

**Tableau 6 : Prix psychologique (en FCFA)**

Prix de volaille par intervalle	Réponses	Pourcentages
<2000	32	30,5%
[2000,3000]	59	56,2%
[3000,4000]	12	11,4%
>4000	2	1,9%
TOTAL	105	100%

Source : nous-mêmes, d'après résultat des enquêtes

Plus de la moitié des personnes enquêtées répond que le prix du kilogramme accessible est entre [2000 ; 3000]. Au-dessus de ce prix, ils estiment que c'est trop cher. Donc, le prix psychologique se situe entre [2000 ; 3000] FCFA le kilo.

#### 1.2.2. L'analyse de l'offre

Aussi bien à San-Pédro que dans les principaux centres urbains, la place de l'aviculture informelle est très importante. Les quantités des produits ainsi commercialisés sont difficiles à évaluer. Toutefois, l'offre des produits avicoles est constituée de deux (2) composantes :

- L'offre extérieure représentée par les importations
- L'offre nationale représentée par la production locale

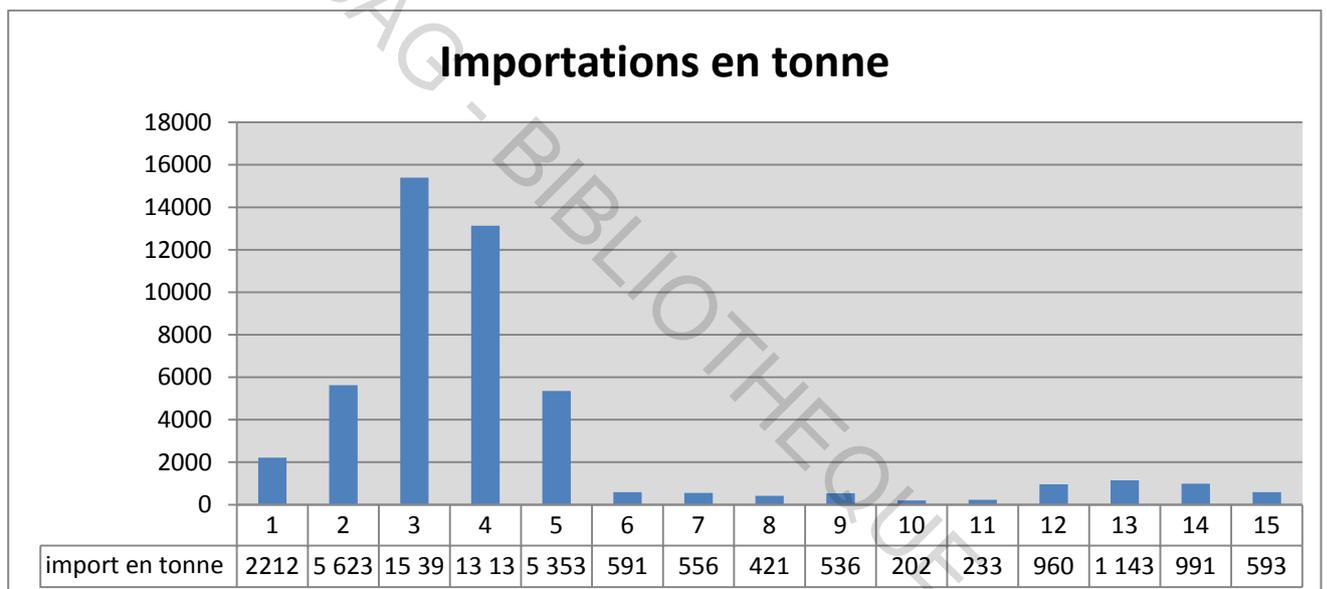
1.2.2.1. Les importations

Malgré les performances enregistrées, l'Etat de Côte d'Ivoire a concédé dans le passé des importations de viande de volaille dans le seul but de pallier le déficit par rapport aux besoins nationaux. Malheureusement, loin d'être une solution idoine, les importations de viande surtout lorsqu'elles sont extra-ouest-africaines, couplées à la vague de mondialisation, freinent l'élan de développement (M'bari, 2000).

Cependant, le volume de ces importations a considérablement baissé depuis l'année de 2005. Il est passé de 13.134 tonnes en 2004 à 5.353 tonnes en 2005 et a continué ainsi jusqu'à atteindre 593 tonnes en 2015.

Le graphique suivant présente l'évolution des importations de la viande de volaille de 2001 à 2015.

Graphique 4 : Evolution des importations de la viande de volaille en tonne de 2001 à 2015



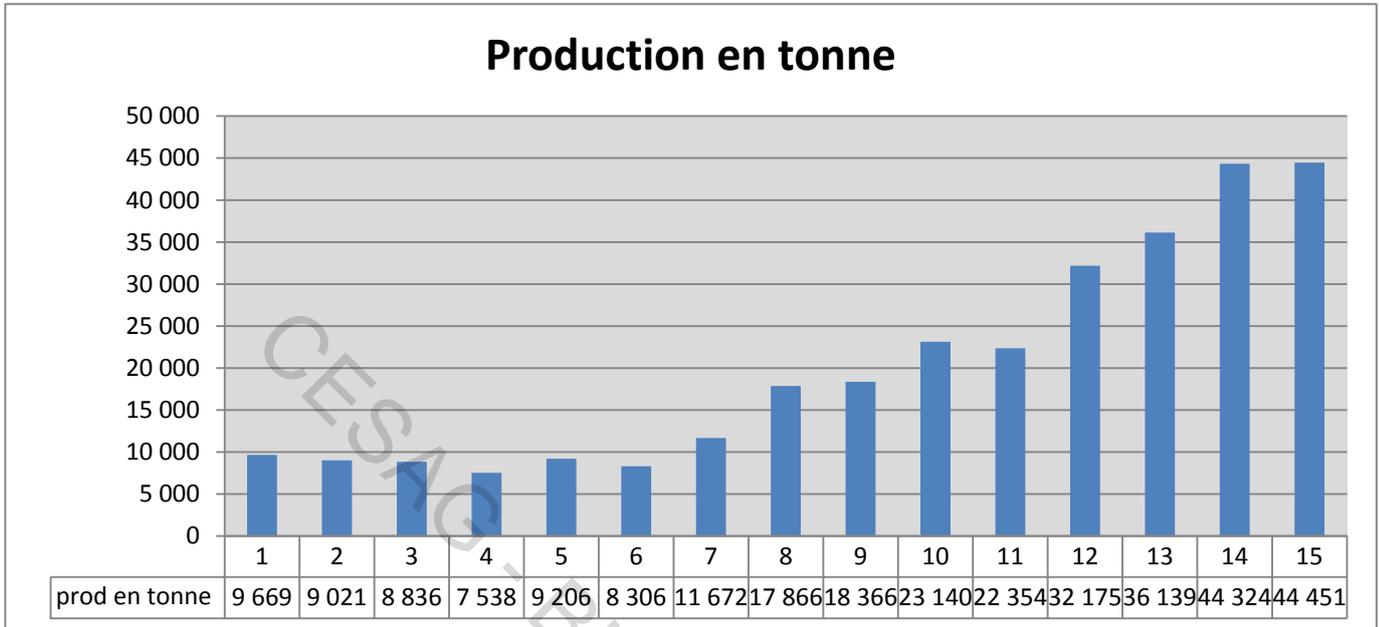
Source : IPRAVI, 2016

1.2.2.2. La production nationale

Sur tous les marchés de Côte d'Ivoire, on trouve dorénavant du poulet local à profusion. C'est bien simple, en 15 ans la production a été multipliée par quatre. Le plat préféré des Ivoiriens avec des poulets made in Côte d'Ivoire, un tour de force rendu possible grâce à des mesures protectionnistes prises par le gouvernement ivoirien. En amont de la filière, les exploitations de taille moyenne se sont multipliées et professionnalisées ces dernières années. Il y a 3 000

éleveurs en Côte d'Ivoire, et le chiffre augmente chaque année.<sup>3</sup>Cette production concerne aussi bien les volailles que les œufs. Le graphique ci-dessous présente l'évolution de la production de volaille et d'œufs de 2001 à 2015.

**Graphique 5 : Evolution de la production de volaille et d'œufs en tonne de 2001 à 2015**



Source : IPRAVI, 2016

### 1.2.2.3. La concurrence

Dans le passé, le secteur avicole ivoirien subissait une forte concurrence imposée par les sous-produits (aliments de volaille) et produits importés (œufs, poulets congelés) qui inondaient le marché local. Une situation qui avait eu pour conséquence un net recul de la production locale et l'appauvrissement progressif d'un grand nombre de personnes qui vivent directement ou indirectement de l'aviculture. Cependant, une mesure compensatoire prise par le gouvernement ivoirien de relever la taxe prélevée sur les sous-produits de la volaille importés a permis de décourager l'importation et de soutenir la production locale.

Nos concurrents sont principalement les producteurs de poulets OGM, les fermes avicoles modernes mais aussi les produits de substitution comme les vendeurs de poissons et aussi les bouchers.

<sup>3</sup> [https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/poulet-ivoirien-la-filiere-se-remplume\\_2732591.html\(27/12/18\)](https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/poulet-ivoirien-la-filiere-se-remplume_2732591.html(27/12/18))

**Tableau 7 : Prix comparatif des produits de substitution**

Type de viande	Unité	Intervalle prix (Fcfa)
Porc	Kg	[2000 ; 2500]
Bœuf	Kg	[2500 ; 2800]
Poulet OGM	Kg	[2000 ; 2500]
Mouton	Kg	[3000 ; 3500]
Poisson	Kg	[1500 ; 3000]

Source : Enquête au marché Nabo Clément de San-Pédro, 2019

D'après ce tableau, les prix des produits de substitution tels que la viande de mouton semblent assez élevés par rapport aux autres.

## 2. La stratégie marketing

### 2.1. Le plan stratégique général

La stratégie générale de l'entreprise correspond aux moyens mis en place par l'entreprise afin d'atteindre les objectifs stratégiques fixés par les dirigeants. Pour cela, notre entreprise adoptera une stratégie de différenciation car elle proposera un produit à caractère unique du fait que le produit est purement biologique.

### 2.2. Le plan stratégique d'activité

Le plan stratégique d'activité correspond à une seconde phase après le plan stratégique général. Il permet d'élaborer une stratégie marketing à savoir : la segmentation, le ciblage et le positionnement et de mettre en place un plan d'action (marketing mix).

#### 2.2.1. La segmentation

Un segment est un groupe d'individus caractérisé par un comportement homogène. La segmentation est la division d'un marché en sous-ensemble homogènes.

Cette partie vous sera présentée dans le tableau ci-après.

**Tableau 8 : Description des segments**

SEGMENTS	DESCRIPTION
<p><b>LES GROSSISTES</b></p>	<p>Le groupe des grossistes est dominé par les distributeurs agréés. Ces derniers sont des acheteurs – revendeurs, il s’agit généralement de personnes à forte capacité d’achat qui servent d’intermédiaire entre les entreprises et les consommateurs finaux et semi-finaux. Dans la plupart des cas, ce sont ces derniers qui s’approvisionnent auprès des poulaillers et fournissent les poulets traditionnels aux semi-grossistes, aux boutiques, aux vendeurs ambulants et aux détaillants ainsi qu’aux structures de restauration comme les hôtels, restaurants, fast-food etc.</p> <p>Cette distribution concerne autant bien la région de San-Pédro que d’autres régions du pays.</p>
<p><b>LES ENTREPRISES (RESTAURANTS, HÔTELS ET LES SUPERMARCHÉS)</b></p>	<p>Les restaurants, les hôtels et les supermarchés sont généralement des clients fixes, qui ont passé un accord tacite (le plus souvent) ou écrit avec certains éleveurs (généralement les grands éleveurs). Ils exigent beaucoup de conditions à remplir : taille de conditionnement d’emballages etc. Les conditions que posent les supermarchés avant d’acheter sont draconiennes pour les éleveurs ; mais les supermarchés sont de bons payeurs.</p>
<p><b>LES CONSOMMATEURS FINAUX</b></p>	<p>Dans quelques cas, des ménages ont la possibilité de s’approvisionner directement en petites quantités au prix de détail. Cela nous permettra de maximiser notre bénéfice unitaire. Par ailleurs nous comptons mettre en place un système de livraison à domicile par voie de commande soit par appel téléphonique ou par commande en ligne via un site ou une application mobile.</p>

Nous-mêmes

### *2.2.2. Le ciblage*

Le ciblage est une stratégie qui permet à l'entreprise de choisir les segments qui présentent des attraits intéressants. Le ciblage est très important car il constitue le choix de la segmentation sur lequel nous allons faire notre offre. À partir de notre segmentation, nous avons décidé de cibler les ménages et les grossistes qui représentent le potentiel de notre marché.

### *2.2.3. Le positionnement*

Le positionnement est la conception d'un produit/service et de son image dans le but de lui donner une place déterminante et claire dans l'esprit du consommateur-cible. Ainsi, nous avons positionné notre offre sur le haut de gamme avec un prix qui est à la portée de tous.

### *2.3. Le marketing mix*

Notre marketing mix sera composé de :

- ❖ La politique de produit ;
- ❖ La politique de prix ;
- ❖ La politique de distribution ;
- ❖ La politique de communication.

#### *2.3.1. La politique de produit*

Cette partie consistera essentiellement en la définition de notre gamme de produit. Elle est composée d'une unique ligne de produits mais avec une longueur de gamme assez riche. Nos produits phares sont les poulets traditionnels différenciés sur la base de leur poids net.

Les avantages de nos produits sont d'une part la qualité quant à l'hygiène de nos locaux et du caractère bio de nos poulets, d'autre part, l'expérience de notre personnel et son professionnalisme. Aussi, les aliments qui serviront à l'alimentation de nos poulets seront choisis pour leur goût, leur caractère bio et leur qualité nutritive. Les mélanges seront étudiés par un spécialiste pour permettre d'allier saveur et nutrition.

Nous prévoyons aussi mettre à la disposition de nos clients des moyens de paiement divers mais aussi un système de commande en ligne et de livraison par une équipe de livreur afin de nous rapprocher encore plus de nos clients et de créer un climat de confiance.

### 2.3.2. *La politique de prix*

La décision de la politique de prix est un élément fondamental pour la survie de l'entreprise parce que le prix a un impact direct sur le volume de vente et surtout sur la rentabilité.

Par conséquent, il faut trouver un équilibre des prix parmi plusieurs variables comme le prix concurrentiel, le coût de revient, le prix proposé par les consommateurs ou prix psychologique. Pour notre projet, le prix a été fixé sur la base de l'enquête menée mais aussi des coûts de revient calculés dans la partie financière. Après une étude profonde, l'entreprise fixe le prix du poulet traditionnel à **3 000 FCFA** le Kg.

### 2.3.3. *La politique de distribution*

Dans le cas de notre projet, nous procéderons à une distribution sélective dans un premier temps. Nous affecterons un quota hebdomadaire d'environ 100 à 200 poulets aux grossistes en fonction de leur capacité d'achat que nous nous chargerons de leur livrer par l'intermédiaire de notre équipe chargée à la livraison. Nous opterons aussi pour une stratégie pour les chaînes de supermarchés, boucheries, hôtels, restaurants, etc. dans toute la ville de San-Pédro ainsi que dans les villes environnantes.

Nous prévoyons aussi un site de E-commerce en installant une plateforme de vente en ligne où toutes les catégories pourront accéder à nos produits.

### 2.3.4. *La politique de communication*

Une campagne de presse sera réalisée ainsi qu'une pour la radio locale afin de favoriser les commandes auprès des distributeurs et des consommateurs. C'est pourquoi on adopte les deux stratégies suivantes :

#### ➤ ***La stratégie PUSH***

La stratégie « PUSH » consiste à pousser les produits par les distributeurs ou vendeurs. Elle s'appuie essentiellement sur les incitations ou avantages offerts aux distributeurs et vendeurs.

Cette stratégie se divise en deux étapes :

***1ère étape*** : consiste à donner des avantages aux distributeurs comme le mode de paiement à crédit, le prix promotionnel accessible. Les différents distributeurs ciblés sont outre les grossistes et les supermarchés.

**2<sup>ème</sup> étape** : les distributeurs poussent le produit vers les consommateurs finaux. Il faut remarquer que pour avoir un bon résultat, ces deux étapes doivent être liées.

➤ **La stratégie PULL**

La stratégie « PULL » consiste à attirer les consommateurs vers les produits et donc à les faire acheter. Cette stratégie se subdivise en trois parties :

**1<sup>ère</sup> partie** : nous devons attirer l'attention des consommateurs grâce à la publicité qui vante nos produits ;

**2<sup>ème</sup> partie** : les consommateurs se dirigent vers la ferme ou les distributeurs pour acheter les produits ;

**3<sup>ème</sup> partie** : les distributeurs, pour répondre à la demande des consommateurs, doivent passer des commandes auprès des producteurs que nous sommes.

Dans ce projet, on met en œuvre à la fois la stratégie « PULL » et la stratégie « PUSH ». Notons que la politique de vente à adopter est celle qui consiste à vendre en grande quantité avec des marges réduites. La stratégie est réalisée grâce au dialogue avec les distributeurs en leur proposant la qualité des produits, des délais de paiement adéquats, un prix accessible. Quant à l'autre stratégie, elle est faite par l'intermédiaire de la publicité qui indique la qualité des produits, leurs spécificités, leur prix ainsi que toute autre information susceptible d'attirer les consommateurs vers les produits.

### III- L'ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE

#### 1. L'étude organisationnelle

##### 1.1. La forme juridique du projet

<b>Nom ou raison sociale</b>	TRADI'POULET
<b>Statut juridique</b>	S.A.R.L
<b>Raison du choix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capital minimum exigé pas trop important 1.000.000 FCFA</li> <li>✓ Responsabilité limitée : les associés ne sont responsables qu'à concurrence de leurs apports</li> <li>✓ Les associés ont la possibilité d'assurer un contrôle étroit de l'accès de nouvel associé au capital de la société</li> <li>✓ La société continuera d'exister en cas du décès de l'un des associés ou du garant</li> </ul>
<b>Propriétaire</b>	KANGA Konan Michael N'GUESSAN Rokya Prisca
<b>Capital</b>	5 000 000 FCFA
<b>Siège</b>	San-Pédro
<b>Secteur d'activité</b>	Aviculture

##### 1.2. Description des tâches

###### 1.2.1. Le Gérant

Son rôle essentiel est :

- De maintenir la rentabilité et l'efficacité de l'entreprise ;
- D'assurer la réalisation du projet en veillant à l'optimisation de la qualité, du délai et du coût ;
- D'assurer la gestion administrative et financière de l'entreprise ;
- D'assurer la gestion du personnel ;
- D'assurer le suivi de la production et de la commercialisation du produit ;
- De tenir la comptabilité et établir la stratégie commerciale de l'entreprise ;
- Instaurer un climat de collaboration entre les différents responsables.

###### 1.2.2. Le Technicien

Il a pour fonction :

- D'assurer le fonctionnement de production ;

- D'assurer le suivi et l'exécution de livraison ;
- De surveiller l'hygiène et la propreté des poulaillers, de la poussinière, des poulets et de la ferme tout entière ;
- De maintenir la santé des volailles ;
- D'exécuter le fonctionnement du magasin de stock, de la provenderie ;
- D'assurer la visite périodique des volailles.

### 1.2.3. Les ouvriers :

La fonction des ouvriers est directement et étroitement liée au technicien spécialisé. Ils ont pour fonction d'exécuter les tâches prescrites par le gérant et le Technicien comme :

- L'alimentation et la nourriture des volailles ;
- La composition de la provende ;
- L'enlèvement des fumiers et la couverture du poulailler ;
- L'hygiène de la ferme et la santé des poulets.

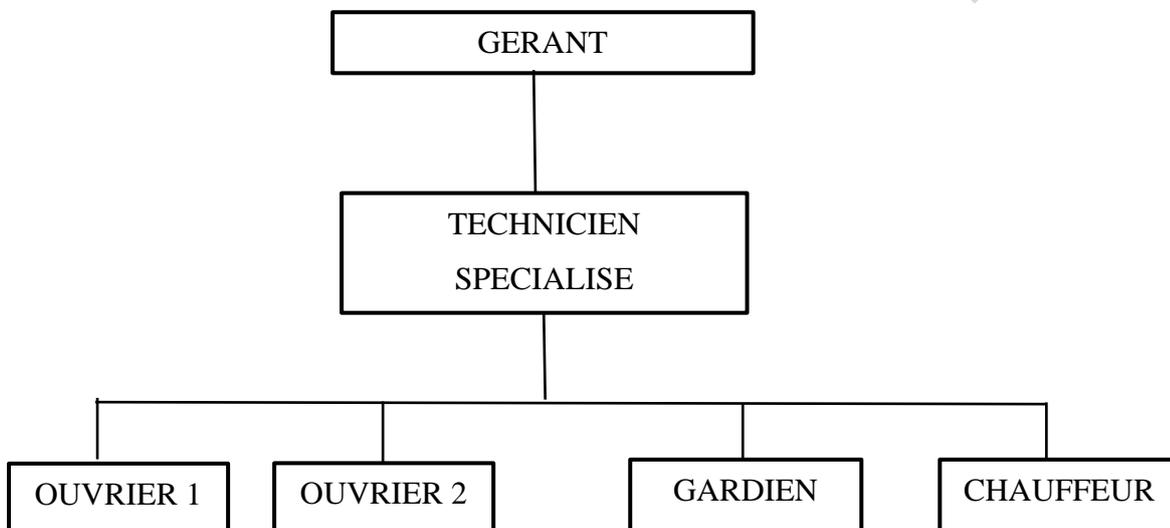
### 1.2.4. Le gardien

Il assure la sécurité du patrimoine de la ferme.

### 1.2.5. Le Chauffeur

Il assure les besoins de l'entreprise pour le transport des achats, les livraisons des commandes des clients et quelque besoin du personnel de l'entreprise.

### 1.3.L'organigramme du projet



1.4. Qualification et salaire du personnel

**Tableau 9 : Profil du personnel et coût**

FONCTIONS	PROFIL	SALAIRE NET/MOIS
Gérant	-Bac+3 en gestion ou équivalent -Avoir une connaissance dans le domaine avicole est un atout -Avoir une expérience dans un poste similaire -Avoir le sens de la communication, dynamique et rigoureux	300 000 FCFA
Technicien Spécialisé (1)	-Bac+2 en élevage -Avoir une expérience en aviculture -Avoir une maîtrise parfaite de l'élevage de poulet traditionnel -Dynamique et sérieux	220 000 FCFA
Ouvrier (2)	-BEPC -Esprit d'équipe, dynamique et sérieux	130 000 FCFA
Gardien (1)	-Avoir une expérience dans un poste similaire -Avoir une connaissance dans les pratiques est un atout	70 000 FCFA
Chauffeur (1)	-Titulaire d'un permis B -Sérieux	100 000 FCFA
<b>TOTAL SALAIRE</b>		<b>820 000 FCFA</b>

Source : nous même

Les salaires sont estimés à 810 000 FCFA le mois soit **9 840 000 FCFA** l'année.

## 2. L'étude technique

Elle va consister à mettre en évidence la faisabilité technique du projet à travers la sélection de la technologie adaptée, la détermination de la capacité de production et le choix du processus de fabrication.

## *2.1. Le processus de production*

### *2.1.1. L'approvisionnement des poulets*

Le projet consiste à la production de poulet traditionnel destiné à la commercialisation. L'entreprise s'approvisionne chez « la ferme du père André » ou chez « ferme Wlengbi ». Tous les 2 ans, nous renouvelons nos sujets de 100 poulets soit 20 coqs et 80 poules au coût unitaire de 5 000 FCFA, ce qui donne un montant annuel de 500 000 FCFA (Cf tableau 12). Ces poulets dont l'âge varie entre 5 et 6 mois permettront au projet de fournir ainsi sa matière première à partir des techniques améliorées avec un taux d'éclosion estimé à 95% et un taux de mortalité de 15%.

### *2.1.2. L'habitat*

L'ensemble de ces volailles sera élevé dans un habitat qui est essentiel pour les protéger des prédateurs, des voleurs, des conditions climatiques défavorables (pluie, soleil, vents très froids, basses températures de nuit) et pour la ponte des œufs et les poules couveuses. Un poulailler convenable et confortable est aussi important pour une production rentable et pratique pour le producteur. Pour cela, nous allons construire sur un espace de 1500 m<sup>2</sup>, trois bâtiments dont un pour l'élevage des sujets adultes, deux autres bâtiments pour les poussins en vue du réchauffage pendant les premiers mois puis un espace destiné à la divagation des animaux. Le réchauffage se fera à l'aide de lampes à gaz (Lumogaz) qui seront placés dans le bâtiment où seront les poussins.

Nous comptons donner suffisamment de temps et d'espace aux poules et coqs pour divaguer car certaines maladies nutritionnelles peuvent être évitées grâce à un accès normal à la végétation. Aussi nous planterons des arbres et des buissons près de l'habitat car ils fournissent de l'ombre mais aussi les arbres jouent le rôle de brise-vent pendant l'hiver et donne de l'ombre pendant l'été, ils protègent également contre les prédateurs volants.

### *2.1.3. L'alimentation*

Pour une bonne production et une bonne résistance aux maladies, les poulets ont besoin des quantités adéquates d'alimentation de bonne qualité. Nous veillerons à ce que le complément d'aliments et l'eau propre soient donnés tôt le matin et à nouveau le soir lorsque les animaux retournent dans le poulailler pour la nuit. En effet, dans notre système d'élevage traditionnels, nous donnons suffisamment de temps et d'espace aux poules et coqs pour divaguer, quant aux

poussins, ils seront gardés dans un espace limité pendant les premières 4 à 6 semaines. Nous veillerons aussi à ce que les mangeoires et les abreuvoirs restent propres, afin que les infections ne se dissipent pas à travers la nourriture et l'eau sales. Pour faire le complément de nourriture, nous avons opté d'utiliser les ressources locales en raison de leur matières nutritives mais aussi afin de réduire les coûts alloués à l'alimentation. La composition et la disponibilité des aliments vont donc varier en fonction des saisons, de l'âge et du statut des animaux (poulet, adulte, couveuse).

**Tableau 10 : Ingrédients alimentaires séparés en fonction de leurs composantes nutritives**

<b>Composantes nutritives</b>	<b>Ingrédients alimentaires</b>
Vitamine	L'herbe verte, des légumes, la bouse de vache fraîche
Energie	Le son de maïs et de riz, les grains de sorgho, la farine de manioc, la farine de patate douce, tourteau d'huile d'arachide
Protéine	La farine de graines de soja, Asticots, Farine de poisson, Farine de viande, les œufs des termites
Minéraux	La farine d'os, les coquilles d'escargots et les coquilles d'œufs brûlées.

Source : manuel technique sur la production avicole à petite échelle, 2004

En ce qui concerne la quantité de nourriture à donner, nous limitons la quantité donnée aux poulets locaux à pas plus de 30% - 50% de leurs besoins comme adulte (voir tableau 10). En général, ceci correspond à un maximum de 30-40 g/oiseau/jour à partir de 4-6 semaines et après, diminuer petit à petit le complément de nourriture. De 0 à 4 semaines, les poussins vont être nourris en fonction de leurs besoins. Avec la croissance, les oiseaux vont petit à petit avoir une plus petite portion de ce dont ils ont besoin, jusqu'à ce qu'ils aient entre 1/3 et la moitié de leurs besoins comme adulte. Dans nos systèmes traditionnels, l'avantage économique est basé sur le fait que la volaille divague. Cette méthode est appelée 'ressources alimentaires basées sur la divagation', les poulets vont donc trouver presque tout ce dont ils ont besoin dans les alentours.

**Tableau 11 : Quantité de nourriture donnée et mangée par la volaille locale à divers âges**

Age, semaines	Quantité approximative donnée à chaque oiseau par jour (g poids sec)	Quantité approximative mangée par jour par oiseau (g poids sec)
1 semaine	10-15 g	12-15 g
2 semaines	15 – 20 g	15 – 21 g
3 semaines	21 – 30 g	21 – 35 g
4 – 6 semaines	30-40 g	35-50 g
8 semaines	30-40 g	55-60 g
16 –27 semaines / jeunes	30-50 g	65-80 g
28 semaines / adultes	30-50 g	100 g

Source : manuel technique sur la production avicole à petite échelle, 2004

#### 2.1.4. L'hygiène et programme sanitaire

La santé prend une grande place dans tout élevage avicole car non seulement c'est l'un des paramètres de notre projet, mais elle est également le facteur de production le plus important. Ainsi, le problème de couverture sanitaire est crucial pour l'aviculture traditionnelle mais la situation est plus rassurante car les poulets traditionnels sont plus résistants aux maladies.

##### ➤ *L'hygiène*

Voici quelques règles qui peuvent conditionner l'hygiène des volailles de notre projet :

- Vider complètement le poulailler dès le départ de la bande précédente ;
- Dépoussiérer au jet toutes les surfaces du bâtiment ;
- Asperger les surfaces mouillées d'une solution de lessive décapante ;
- Mettre en service un pédiluve remplie de désinfectant concentré ;
- Laver le matériel avec une solution de décapant, le rincer puis le désinfecter ;
- Installer le matériel ;
- Pulvériser sur toutes les parois du poulailler de l'insecticide non toxique pour les volailles ;
- Nettoyer quotidiennement les abreuvoirs et les désinfecter une fois par semaine ;
- Renouveler périodiquement la solution de désinfectant des pédiluves ;
- Disposer en permanence des appâts de raticide autour du poulailler et dans le magasin d'aliment.

➤ *Programme sanitaire*

Dans tout élevage avicole rationnel, l'acte vétérinaire curatif fait l'exception car c'est en respectant l'adage « Mieux vaut prévenir que guérir » que l'éleveur diminuera au maximum l'incidence économique due à la pathologie. Par compte dans notre projet, vu le caractère Bio de nos volailles nous ferons recours aux vétérinaires très rarement car nous utiliserons au maximum des produits traditionnels pour les soins vétérinaires de nos animaux. Ces produits sont composés de plantes médicinales reconnue pour leur efficacité préventives, curatives mais aussi nutritives. Les vétérinaires interviendront en cas de force majeure mais aussi dans des périodes très spécifiques en fonction des saisons mais aussi de l'âge des animaux.

2.2. *Calendrier des réalisations*

La durée du projet est de 8 ans, de Janvier 2020 à Janvier 2028 avec une capacité de fonctionnement de 60% à la première année et de 100% à partir de la deuxième année. Le calendrier de travail comprend trois (3) phases :

**Tableau 12 : Calendrier des différentes phases du projet**

PHASES	ACTIVITES
1) De Mai 2019 à Juillet 2019	Elaboration du schéma directeur, du plan d'action ainsi que préparation du plan de mise en œuvre du projet
2) D' Août 2019 à Octobre 2019	-Confirmation des partenariats et bailleurs de fonds -Construction des bâtiments
3) De Novembre 2019 à Janvier 2020	-Achat du matériel, volailles, produits de soin et aliments -Démarrage de l'activité

Source : nous-mêmes

## IV- EVALUATION ECONOMIQUE ET FINANCIERE DE LA FERME AVICOLE

Dans cette partie, nous allons aborder progressivement le coût des investissements de notre projet, l'analyse des charges d'exploitation, les modalités de financements, l'analyse de la rentabilité puis l'analyse de sensibilité et de scénario.

### 1. Evaluation du coût des investissements

L'investissement de notre projet révèle essentiellement des investissements des poulets traditionnels, des investissements immatériels, des investissements des activités techniques et des investissements des activités administratives.

#### 1.1. Les investissements immatériels

Les investissements immatériels sont constitués des frais de constitution et autres frais de démarrage (frais lié à la publicité de nos produits) des activités. Le montant total est évalué à 300.000 FCFA.

#### 1.2. Les investissements des activités techniques

Ils concernent essentiellement l'acquisition d'un terrain de 500 m<sup>2</sup>, la construction, du matériel de transport, les matériels et outillages avicoles.

Le tableau ci-après récapitule les investissements techniques :

**Tableau 13 : Investissements techniques (en FCFA)**

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant
-Terrain	1500 m <sup>2</sup>	1 500	2 250 000
-Construction	3 bâtiments		4 000 000
-Matériels d'exploitation :			
Mangeoires 1 <sup>er</sup> âge	20	2 000	40 000
Mangeoires adultes	30	5 000	150 000
Abreuvoirs 1 <sup>er</sup> âge	20	2 500	50 000
Abreuvoirs adultes	30	4 000	150 000
Couveuse	2	750 000	1 500 000
Lampe Lumogaz	6	15 000	90 000
-Matériels et outillages :			

Râteaux	2	2 000	4 000
Pelles	2	2 500	5 000
Brouettes	1	26 000	26 000
Chaussures et cache nez	3	7 000	21 000
Torche	2	2 000	4 000
Sceau	4	1 500	6 000
Fût (1 000 litres)	1	20 000	20 000
Corde	4	3 200	12 800
Machette	2	2 300	4 600
-Matériel de transport	1 véhicule	3 500 00	3 500 000
-Animaux d'élevage (poulet)	100	5 000	500 000
<b>Total</b>			<b>12 333 400</b>

Source : nous-mêmes

D'après ce tableau, on constate que le coût des investissements des activités techniques s'élève à **12 333 400 FCFA**.

### *1.3. Les investissements des activités administratives*

Les investissements des activités administratives sont constitués des matériels et mobiliers de bureaux indispensable au bon fonctionnement de l'entreprise.

Le tableau ci-dessous montre leurs éléments constitutifs ainsi que leurs coûts.

**Tableau 14 : Matériel et mobilier de bureau**

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant
- Tables	1	12 500	12 500
- Bureau	1	50 000	50 000
- Chaises	6	10 000	60 000
- Armoire	1	30 000	30 000
- Ordinateur	1	200 000	200 000
- Calculatrice	1	5 000	5 000
<b>Total</b>			<b>357 500</b>

Source : nous-mêmes

Le coût du matériel et mobilier de bureau s'élève à **357 500 FCFA**.

Le coût total des immobilisations corporelles est la somme des investissements des activités techniques et des investissements des activités administratives.

**Tableau 15 : Coût total des immobilisations corporelles**

Désignation	Montant
Investissement des activités techniques	12 333 400
Investissement des activités administratives	357 500
<b>Total</b>	<b>12 690 900</b>

Source : nous-mêmes

D'où le coût total des immobilisations corporelles est de **12 690 900 FCFA**.

*1.4.Synthèse des coûts d'investissements*

Le coût total des investissements est la somme des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles. Il s'élève à **12 990 900 FCFA**.

**Tableau 16 : Synthèse des coûts d'investissements**

Désignation	Montant
Immobilisations Incorporelles	300 000
Immobilisations Corporelles	12 690 900
<b>Total</b>	<b>12 990 900</b>

Source : nous-mêmes

*1.5. L'amortissement et la valeur résiduelle*

L'amortissement est une constatation comptable d'une dépréciation des valeurs d'un élément d'actif résultant de l'usage dont l'effet est irréversible. La valeur résiduelle est la valeur comptable du bien à la fin du projet. La durée des investissements est prévue pour :

- ✓ Bâtiments : 20 ans
- ✓ Frais de dossiers et de démarrage : 4 ans
- ✓ Matériel d'exploitation : 8 ans
- ✓ Poulets : 2 ans
- ✓ Matériel et mobilier de bureau : 4 ans
- ✓ Véhicule : 5 ans
- ✓ Matériels et outillages : 6 ans

Les résultats sont présentés dans l'annexe 1.

## 2. L'analyse de l'exploitation

### 2.1. Les charges d'exploitations

#### 2.1.1. L'achat des produits de soins

L'acquisition des plantes médicinales se fera par l'intermédiaire des femmes tradipraticiennes installées presque partout à San-Pedro. Le coût unitaire d'un sac s'élève à 500 FCFA. Ainsi, le coût annuel de ces produits s'élève à 125 000 FCFA, soit 250 sacs. Aussi, nous prévoyons des traitements vétérinaires à environs 300 000 FCFA

Les détails sont donnés dans le tableau ci-dessous :

**Tableau 17 : Coût d'achat des produits de soins**

Produits de soins	Quantité	Prix unitaire (FCFA)	Montant
Plantes médicinales	250	500	125 000
Traitements vétérinaires			300 000
<b>Total</b>			<b>425 000</b>

Source : nous-mêmes

#### 2.1.2. L'achat de matières premières pour l'alimentation

L'alimentation de la volaille sera fabriquée au niveau de la ferme toujours dans l'optique biologique. Les prix fluctuent selon les périodes de l'année. Par conséquent les matières premières disponibles sont évaluées surtout en tenant compte des disparités de la saison. Les quantités d'aliments produites correspondent à celle de la consommation de la première année de l'exploitation du projet.

Pour une quantité de 34 000 kg, le coût des matières premières s'élève à 8 500 000 FCFA. Le coût du kg est de 250 FCFA.

Les détails sont donnés dans le tableau ci-dessous :

**Tableau 18 : Coût d'achat de matières premières pour l'alimentation**

Achat d'aliments	Quantité	Prix unitaire (FCFA)	Montant
<b>Total</b>	<b>3 400</b>	<b>250</b>	<b>8 500 000</b>

Source : nous-mêmes

2.1.3. *L'achat de carburant, eau, électricité et téléphone*

Les approvisionnements en carburant, eau, électricité et téléphone sont estimés à **1 600 000 FCFA** l'année.

2.1.4. *Les frais divers*

Ils portent sur les d'éventuels frais imprévus et sont estimés à **200 000 FCFA** l'année.

2.2. *Synthèse des charges d'exploitations*

Les charges relatives au coût de l'exploitation sont présentées dans l'annexe 2. Toutes les charges d'exploitations varient en fonction du niveau de production à l'exception des salaires.

2.3. *L'évaluation du besoin en fonds de roulement*

Le fonds de roulement est la liquidité monétaire nécessaire pour couvrir les charges pendant la période de démarrage du projet. Il est calculé sur la base des éléments suivants :

- ✓ Stocks d'aliments : 4 mois de consommation annuelle ;
- ✓ Salaires : 3 mois ;
- ✓ Produits de soins : 2 mois ;
- ✓ Carburant, eau, électricité et téléphone : 2 mois de consommation annuelle ;
- ✓ Crédit clients : 1,5 mois de chiffre d'affaires annuel ;
- ✓ Dettes fournisseurs : 2 mois du stock d'aliment.

Le BFR est estimé à **8 041 877 FCFA**. Les détails sont présentés dans le tableau ci- après.

**Tableau 19 : Besoin en fonds de roulement (BFR)**

Rubriques	Montant	délai rotation	Année 1	Année 2
Achat d'aliments	8 500 000	4	1 700 000	2 833 333
Achat des produits de soins	425 000	2	42 500	70 833
Carburant, eau, électricité et téléphone	1 600 000	2	160 000	266 667
Salaires	9 840 000	3	2 460 000	2 460 000
Créances clients	30 621 680	1,5	2 296 626	3 827 710
<b>S/T besoins</b>			<b>6 659 126</b>	<b>9 458 543</b>
Dettes fournisseurs	8 500 000	2	850 000	1 416 667
<b>BFR</b>			<b>5 809 126</b>	<b>8 041 877</b>
Variation BFR			5 809 126	2 232 751
<b>Reprise BFR</b>				<b>8 041 877</b>

Source : nous-mêmes

#### 2.4. Le coût du projet

Le coût du projet est calculé à partir de la somme du BFR et celui des investissements. Les investissements étant de 12 990 900 FCFA et le BFR de 8 041 877 FCFA, le coût du projet est donc de **21 032 777 FCFA**.

### 3. Les modalités de financement

#### 3.1. Plan de financement

Le plan de financement, présenté dans le tableau ci-après sous forme de parts à financer et des apports, a pour but de faire apparaître les variations des ressources de financement de l'entreprise au cours d'un exercice et les emplois qui en ont été faits.

**Tableau 20 : Plan de financement**

Rubrique	Montant	Apport	Emprunt
Frais de dossiers et de démarrage	300 000	300 000	
Terrain	2 250 000	2 250 000	
Batiments	4 000 000	4 000 000	
Matériels d'exploitation	1 980 000	1 980 000	
Poulets	500 000	500 000	
Matériels et outillages	103 400		103 400
Véhicules	3 500 000		3 500 000
Mobiliers de bureau	357 500		357 500
BFR	8 041 877		8 041 877
<b>TOTAL</b>	<b>21 032 777</b>	<b>9 030 000</b>	<b>12 002 777</b>
<b>POURCENTAGE</b>	<b>100%</b>	<b>42,93%</b>	<b>57,07%</b>

Source : nous-mêmes

Le financement du projet se répartit en apports et emprunts. D'après ce tableau, les apports propres couvrent les **42,93%** du montant total et les restes c'est-à-dire les **57,07%** correspondent aux sommes que nous allons emprunter à la banque pour couvrir la totalité de la somme nécessaire à la réalisation du projet. Nous tenons à préciser que les dividendes seront distribués sur la base des fonds propres à hauteur de 20% si le résultat net le permet.

#### 3.2. Plan de remboursement

Le plan de remboursement est sur une base d'un prêt qui se présente comme suit :

-le remboursement des emprunts à long terme débutera à la deuxième année soit 1 an de différé et devrait être payé au cours de 6 ans.

-l'annuité reste constante avec  $A = C \times I_0 / 1 - (1+i)^{-n}$

-le taux d'intérêt est de 10%.

**Tableau 21 : Plan de remboursement**

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6
Capital restant dû	12 002 777	12 002 777	10 036 752	7 874 125	5 495 235	2 878 457
Interet	1 200 278	1 200 278	1 003 675	787 413	549 524	287 846
<b>Remboursement principal</b>	<b>0</b>	<b>1 966 025</b>	<b>2 162 627</b>	<b>2 378 890</b>	<b>2 616 779</b>	<b>2 878 457</b>
Annuité	1 200 278	3 166 302	3 166 302	3 166 302	3 166 302	3 166 302

Source : nous-mêmes

L'emprunt à long terme d'un montant total de 12 702 777 FCFA, contracté par l'entreprise est remboursable à partir de de la deuxième année par annuités constantes de 3 166 302 FCFA jusqu'à la sixième année avec un intérêt total de 5 029 012 FCFA.

#### **4. L'analyse financière du projet**

##### *4.1.Hypothèse de base*

Nous commençons notre activité avec 100 animaux soit 20 coqs et 80 poules en raison d'un coq pour 4 poules. Comme nous l'avons signifié dans la partie technique, le taux de ponte moyen d'œufs pondus est de 92 œufs/an avec un taux d'éclosion estimé à 95% et un taux de mortalité de 15%. Ainsi, en année de croisière, la production sera de 6 992 poussins par éclosions soit un total de 5 943 poulets en tenant compte du taux de mortalité avant d'atteindre l'âge adulte.

Selon notre hypothèse, la production est constante durant toute la durée de projet. Chaque 2 ans, lorsque les poulets sont reformés, ils sont aussitôt renouvelés, ce qui fait que l'effectif reste constant.

Les détails sont donnés dans l'annexe 3.

##### *4.2.Le chiffre d'affaire prévisionnel*

Le chiffre d'affaire est composé de la vente des poulets adultes, des poulets réformés mais aussi des fumiers de ferme. Les poulets sont vendus à 3 000 FCFA le kg et le poids moyen d'un poulet adulte dans notre ferme est estimé à 1,75 kg ce qui nous fera un total de 10 400,6 kg (1,75 x 5 943) à vendre par année. Quant aux poulets réformés, le poids est estimé à 2 kg soit un total de 200 kg (2 x 100) à vendre. En ce qui concerne les fumiers, nous avons estimé une quantité aléatoire de 10 000 kg/an en raison de 150 FCFA le kg.

Les ventes sont détaillées dans l'annexe 4.

#### *4.3. Le compte de résultat prévisionnel*

Le compte de résultat a pour objet de déterminer le résultat net comptable de notre entreprise à la fin de chaque période. Il nous permet d'apprécier sa performance à réaliser des profits. Les détails du compte de résultat sont présentés dans l'annexe 5.

D'après ce tableau, nous constatons un résultat positif dès la première année de **551 769 FCFA** puis une augmentation progressive sur toute la période. Cela nous permet de dire en quelque sorte que les produits sont supérieurs aux charges et le projet, réalise un bénéfice.

#### *4.4. Les flux de trésorerie prévisionnel*

Les flux de trésorerie estiment la prévision des ressources et des emplois pour la période, le budget de trésorerie est important pour la gestion des disponibilités. Le projet est équilibré sur le plan de sa trésorerie car tous les soldes de trésorerie de fin d'année sont positifs et vont de **2 492 766 FCFA** à **46 541 788 FCFA**. Les détails sont donnés dans l'annexe 6.

#### *4.5. L'analyse de la rentabilité du projet*

La rentabilité nous oriente à l'appréciation de la situation ou de la structure financière de l'entité. Elle est déterminante car elle peut amener l'investisseur à financer ou pas le projet. Nous allons donc analyser un par un les indicateurs de rentabilité qui sont des paramètres servant à l'appréciation du projet à savoir :

- La Valeur Actuelle Nette (VAN)
- L'Indice de Profitabilité (IP)
- Le Taux de Rentabilité Interne (TRI)
- Le Délai de Récupération du Capital (DRC)

##### *4.5.1. L'estimation du taux d'actualisation*

Le taux d'actualisation ou coût du capital est « le coût d'opportunité du capital investi c'est-à-dire le rendement qu'il serait possible d'obtenir en investissant ailleurs le même capital ». En d'autre terme c'est le taux minimal de rentabilité en dessous duquel un investisseur considère qu'il n'a pas intérêt à investir ses capitaux.

Selon notre modèle le  $CMPC = \frac{K_{cp} \times V_{cp}}{V_{cp} + V_d} + \frac{K_d \times V_d(1-i)}{V_{cp} + V_d}$

Avec : - $K_{cp}$  le coût des capitaux propre estimé à 20% ;

- Vcp la valeur du marché des capitaux propres (9 030 000) ;
- Kd le coût de la dette (7,5%) ;
- Vd la valeur des dettes financière nette (12 684 208) ;
- i le taux d'IS.

$$\text{Ainsi : } CMPC = \frac{20\% \times 9\,030\,000}{9\,030\,000 + 12\,684\,208} + \frac{10\% \times 12\,684\,208(1-25\%)}{9\,030\,000 + 12\,684\,208}$$

$$\text{CMPC} = 13,12\%$$

#### 4.5.2. La Valeur Actuelle Nette (VAN)

La VAN est la somme des valeurs actualisées des flux financier annuels (*cash-flows*). Ainsi la formule est la suivante :

$$\text{VAN} = \sum \frac{\text{CF}}{(1+t)^n} - I_0$$

Avec CF : les Cash-flows ; t : le taux d'actualisation ; n : la durée et I<sub>0</sub> : l'investissement initial.

Selon le tableau de l'échéancier des flux financiers (Annexe 7), avec un taux d'actualisation de 12,94%, la VAN du projet s'élève à **19 738 000 FCFA** qui est largement positive ; ce qui signifie que les cash-flows dégagés par l'activité de l'entité peuvent couvrir le montant de l'investissement.

#### 4.5.3. L'Indice de Profitabilité (IP)

L'IP est le rapport entre la VAN et le coût d'investissement initial. Le projet est rentable si ce rapport est supérieur à 1 ; dans le cas contraire le projet n'est pas rentable.

La formule est :

$$\text{IP} = \text{VAN} / I_0$$

IP = 17 840 305 / 12 990 900 = **1,52** > 1 ; notre projet est donc rentable.

#### 4.5.4. Le Taux de Rentabilité Interne (TRI)

Le taux de rentabilité interne est le taux d'actualisation pour lequel les flux nets de trésorerie peuvent couvrir le montant de l'investissement. Autrement dit, le TRI est un taux correspondant à une Valeur Actuelle Nette nulle. L'investissement est acceptable si le TRI > taux d'actualisation (t), c'est-à-dire le CMPC. Pour le calcul nous passerons par la méthode de l'interpolation linéaire en choisissant deux taux différents par exemple 30% et 35%.

-Si **TRI=30%** on a la  $VAN= 1\,203\,288 > 0$

-Si **TRI=35%** on a la  $VAN= -1\,809\,876 < 0$

Finalement le **TRI = 31,86% > CMPC= 13,12%** ce qui nous donne une marge de sécurité de 18,74% qui nous permettra de nous endetter davantage.

#### 4.5.5. *Le Délai de Récupération du Capital (DRC)*

Le DRC est le temps nécessaire pour que les flux nets de trésorerie remboursent la mise de fonds initiale. En effectuant les calculs tout en s'appuyant sur le tableau de l'échéancier des flux financiers, le DRC est de **3 ans 02 mois 10 jours**.

### 5. L'analyse de sensibilité et de scénario

Cette analyse consiste à tester la validité du projet en fonction de la variation de certains paramètres qui exercent une influence considérable de façon particulière sur la solidité financière du projet.

En effet, l'exploitation de la ferme est confrontée à des risques inhérents qui peuvent avoir un impact sur le bon fonctionnement du projet. Parmi ces risques nous pouvons citer entre autres, les risques biologiques qui sont les différents effets potentiellement nocifs (bactéries, virus, parasites) qui sont susceptibles de déclencher des maladies, le risque de déséquilibre alimentaire, les risques de marché etc... Il est donc important de rassurer l'investisseur sur notre capacité à maîtriser ces risques.

Pour cela nous avons envisagé 2 scénarios possibles :

- Une augmentation du taux de mortalité à 25% ;
- Une augmentation des charges d'exploitation de 10%.

#### 5.1. *L'analyse de la sensibilité selon le scénario 1*

Pour une augmentation de 10% du taux de mortalité passant à 25%, les résultats sont donnés dans l'annexe 8. D'après ce tableau, les cash-flows sont en baisse par rapport à ceux de l'exploitation prévisionnelle mais avec la même structure, c'est-à-dire les flux financiers annuels sont négatifs pour l'année 0, l'année 1, et dès la deuxième année les flux sont tous positifs jusqu'à l'année 8. En ce qui concerne la rentabilité du projet, on a :

**$VAN= 7\,923\,968 \text{ FCFA} > 0$**

**TRI= 21,02% > 13,12%**

**DRC= 4 ans 03 mois 26 jours**

*5.2. L'analyse de la sensibilité selon le scénario 2*

Pour une augmentation de 10% des charges d'exploitation, les résultats sont donnés dans l'annexe 9. D'après ce tableau, on a :

**VAN= 12 366 528 FCFA > 0**

**TRI= 24,75% > 13,12%**

**DRC= 3 ans 10 mois 22 jours**

Le projet est rentable sur ces deux scénarios. L'investisseur a de bonnes raisons pour s'engager dans le financement de notre projet.

## CONCLUSION

L'élevage de poulets traditionnels présente un avenir pour le développement de la Côte-d'Ivoire, vu que les conditions pour l'élevage y sont très favorables (conditions climatiques, abondance de matières premières pour la fabrication de la nourriture des volailles) alors que l'état actuel de cette filière montre l'insuffisance de la pratique de l'élevage de poulet traditionnel. Après quelques observations, cette étude a été montée justement pour contribuer à dynamiser cette filière, à prendre part au développement du secteur primaire et à répondre aux besoins des consommateurs, en leur proposant des produits biologiques de haute qualité tant en goût qu'en apports caloriques mais aussi bon pour la santé.

Nous avons également la vente de la fiente de volaille (fumier) qui est un engrais très riche et qui peut aussi servir dans le domaine de la pisciculture et aussi la vente des poulets réformés.

Par ailleurs, vu les risques du projet, cela exige une prudente réalisation et un savoir-faire en technique d'élevage.

A la suite des études menées, nous pouvons affirmer que le projet est viable, que l'objectif est réaliste et que les moyens seront efficacement utilisés.

Pour terminer, les perspectives d'avenir reposent sur la diversification de nos produits à travers l'extension de notre activité à l'élevage de lapin, de caille, de canard, et à la culture de céréales destinées à l'alimentation des volailles.

## BIBLIOGRAPHIE

### OUVRAGES

- ✓ BRIDIER M, et SERGE M., Guide pratique d'analyse de projet : évaluation et choix d'investissement, 5<sup>ème</sup> édition, economica, Paris : p.152
- ✓ CLAUDE D., 2008, Aide-mémoire MARKETING, 6<sup>ème</sup> édition, dunod, Paris : p.397
- ✓ JOLY X., 1988, la décision d'investir, les édition d'organisation, Paris : p.61

### REVUES ET ARTICLES

- ✓ ALDERS R, 2005, L'aviculture : source de profit et de plaisir. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture : Rome, p.21
- ✓ DUPRAZ, 2014, Facteurs déterminants et leviers de réduction de l'usage des antibiotiques en production animales. Working paper SMART-LERECO N°14-09
- ✓ FAO, 2008, Revue du secteur avicole en Côte d'Ivoire. Division de la production et de la santé animale : Rome p.56
- ✓ FAO, 2009, Rapport national sur l'état des ressources phylogéniques pour l'alimentation et l'agriculture (république de Côte d'Ivoire). Rome : p.64
- ✓ KOUADIO K. E., 2013, influences du système d'élevage sur la reproduction local Gallus domesticus en Côte d'Ivoire. Journal of applied biosciences 72 : p.5830-5837
- ✓ MANKOR A., 2009, Evolution du secteur de l'élevage ouest africain, consommation urbaine de viandes en Afrique de l'Ouest : l'exemple de Dakar. Grain de Sel, p.16-17
- ✓ M'BARI, K. B., 2000, Contribution à l'identification des contraintes au développement de l'aviculture moderne en Côte d'Ivoire. Thèse : Méd. Vét. : Dakar ; P.4
- ✓ TATSADJIEU N, 2009, Impact de l'utilisation des antibiotiques sur la sensibilité des bactéries pathogènes de poule dans la ville de Ngaoudéré. *CaJEB* : p.52-61
- ✓ TRAORE A, 2006, Première évaluation de la structure et de l'importance du secteur avicole commerciale et familiale en Afrique de l'Ouest, FAO, rapport du Mali, FAO, p.55

### WEBOGRAPHIE

- ✓ <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/San-Pédro> (consulté le 20/11/18)
- ✓ <https://www.ipsinternational.org> (consulté le 03/01/19)
- ✓ <https://www.fao.org> (consulté le 15/03/19)
- ✓ <https://www.officiel-prevention.com> (consulté le 09/05/19)

**ANNEXES**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**Annexe 1 : Amortissement et valeur résiduelle**

rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8	Valeur résiduelle
Frais de dossiers et de démarrage									0
Terrain									2 250 000
Batiments	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	2 400 000
Matériels d'exploitation	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	0
Poulets	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	0
Matériels et outillages	17 233	17 233	17 233	17 233	17 233	17 233	17 233	17 233	68 933
Véhicules	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	1 400 000
Mobiliers de bureau	89 375	89 375	89 375	89 375	89 375	89 375	89 375	89 375	0
<b>Dotation aux amortissements</b>	<b>1 504 108</b>	<b>6 118 933</b>							

**Annexe 2 : Synthèse des charges d'exploitations**

Rubriques	Montant	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Achat d'aliments	8 500 000	5 100 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000
Achat des produits de soins	425 000	255 000	425 000	425 000	425 000	425 000	425 000	425 000	425 000
Carburant, eau, electricité et téléphone	1 600 000	960 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000
Frais divers	200 000	120 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Salaires	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000
<b>Total</b>		<b>16 275 000</b>	<b>20 565 000</b>						

**Annexe 3 : Répartition des effectifs**

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Coqs reproducteurs	12	20	20	20	20	20	20	20
Poules reproductrices	48	80	80	80	80	80	80	80
Poulets adultes à vendre	3566	5943	5943	5943	5943	5943	5943	5943
Réforme			100		100		100	
Renouvellement			100		100		100	
<b>Total</b>	<b>3626</b>	<b>6043</b>						

**Annexe 4 : Chiffre d'affaire prévisionnel**

Rubriques	QTE (kg)	P.U	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Vente de Poulets	10 400,6	3 000	18 721 080	31 201 800	31 201 800	31 201 800	31 201 800	31 201 800	31 201 800	31 201 800
Vente de poulets reformé	200	3 000			600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	
Vente de Fumiers	10 000	150	900 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
<b>Chiffre d'affaire (FCFA)</b>			<b>19 621 080</b>	<b>32 701 800</b>	<b>33 301 800</b>	<b>32 701 800</b>	<b>33 301 800</b>	<b>32 701 800</b>	<b>33 301 800</b>	<b>32 701 800</b>

Annexe 5 : Compte de résultat prévisionnel

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Chiffre d'affaire	19 621 080	32 701 800	33 301 800	32 701 800	33 301 800	32 701 800	33 301 800	32 701 800
Achat d'aliments	5 100 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000	8 500 000
<b>Marge brute</b>	<b>14 521 080</b>	<b>24 201 800</b>	<b>24 801 800</b>	<b>24 201 800</b>	<b>24 801 800</b>	<b>24 201 800</b>	<b>24 801 800</b>	<b>24 201 800</b>
Achat des produits de soins	255 000	425 000	425 000	425 000	425 000	425 000	425 000	425 000
Carburant, eau, electricité et téléphone	960 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000
<b>Total achat</b>	<b>1 215 000</b>	<b>2 025 000</b>						
Valeur ajoutée	13 306 080	22 176 800	22 776 800	22 176 800	22 776 800	22 176 800	22 776 800	22 176 800
Salaire	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000
<b>EBE</b>	<b>3 466 080</b>	<b>12 336 800</b>	<b>12 936 800</b>	<b>12 336 800</b>	<b>12 936 800</b>	<b>12 336 800</b>	<b>12 936 800</b>	<b>12 336 800</b>
Dotation aux amortissements	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108
Résultat d'exploitation	1 961 972	10 832 692	11 432 692	10 832 692	11 432 692	10 832 692	11 432 692	10 832 692
Interet	1 226 279	1 226 279	1 025 418	804 470	561 428	294 081		
RAO	735 693	9 606 413	10 407 274	10 028 222	10 871 264	10 538 610	11 432 692	10 832 692
Impôt sur Résultat (25%)	183 923	2 401 603	2 601 818	2 507 055	2 717 816	2 634 653	2 858 173	2 708 173
<b>Résultat net</b>	<b>551 769</b>	<b>7 204 809</b>	<b>7 805 455</b>	<b>7 521 166</b>	<b>8 153 448</b>	<b>7 903 958</b>	<b>8 574 519</b>	<b>8 124 519</b>

**Annexe 6 : Flux de trésorerie prévisionnel**

Rubrique	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
CAF		1 139 325	7 168 329	9 309 564	7 477 978	9 657 556	7 852 653	10 078 627	8 068 537
Valeur résiduelle									6 118 933
BFR									8 301 892
Emprunt	12 262 792								
Apport	9 030 000								
<b>Total ressources</b>	<b>21 292 792</b>	<b>1 139 325</b>	<b>7 168 329</b>	<b>9 309 564</b>	<b>7 477 978</b>	<b>9 657 556</b>	<b>7 852 653</b>	<b>10 078 627</b>	<b>22 489 362</b>
Investissement et renouvellement	12 990 900			500 000		857 500	3 500 000	603 400	
Remboursement principal			2 008 614	2 209 476	2 430 423	2 673 466	2 940 812		
Variation BFR	5 809 126	2 232 751							
Dividendes		110 354	1 440 962	1 561 091	1 504 233	1 630 690	1 580 792	1 714 904	1 624 904
<b>Total emploi</b>	<b>18 800 026</b>	<b>2 343 105</b>	<b>3 449 576</b>	<b>4 270 567</b>	<b>3 934 657</b>	<b>5 161 655</b>	<b>8 021 604</b>	<b>2 318 304</b>	<b>1 624 904</b>
Solde trésorerie	2 492 766	-1 203 780	3 718 753	5 038 997	3 543 321	4 495 901	-168 951	7 760 323	20 864 458
<b>Solde trésorerie cumulé</b>	<b>2 492 766</b>	<b>1 288 986</b>	<b>5 007 739</b>	<b>10 046 735</b>	<b>13 590 056</b>	<b>18 085 957</b>	<b>17 917 006</b>	<b>25 677 330</b>	<b>46 541 788</b>

**Annexe 7 : Echancier des flux financier**

Rubrique	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Résultat net		551 769	7 204 809	7 805 455	7 521 166	8 153 448	7 903 958	8 574 519	8 124 519
Dotation aux amortissements		1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108
CAF		2 055 878	8 708 918	9 309 564	9 025 274	9 657 556	9 408 066	10 078 627	9 628 627
Valeur résiduelle									6 118 933
Reprise BFR									8 301 892
Variation BFR	5 965 135	2 336 757							
Investissement et renouvellement	12 990 900			500 000		857 500	3 500 000	603 400	
<b>Cash flows</b>	<b>-18 956 035</b>	<b>-280 879</b>	<b>8 708 918</b>	<b>8 809 564</b>	<b>9 025 274</b>	<b>8 800 056</b>	<b>5 908 066</b>	<b>9 475 227</b>	<b>24 049 452</b>
Cash flows cumulé	-18 956 035	-19 236 914	-10 527 996	-1 718 432	7 306 842	16 106 898	22 014 964	31 490 191	55 539 644
Taux d'actualisation (1+12,94%) <sup>-n</sup>	1,00	0,88	0,78	0,69	0,61	0,54	0,48	0,42	0,37
Cash flows nets actualisés	-18 956 035	-248 302	6 805 897	6 086 060	5 511 919	4 751 038	2 819 739	3 997 734	8 969 950

<b>VAN</b>	<b>19 738 000</b>
<b>TRI</b>	<b>31,86%</b>
<b>DRCI</b>	<b>3 ans 2 mois 10 jours</b>
<b>IP</b>	<b>1,52</b>

**Annexe 8 : Scénario 1**

Rubrique	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Résultat net		-1 065 677	4 486 123	5 081 132	4 790 642	5 416 104	5 159 111	5 821 419	5 371 419
Dotation aux amortissements		1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108
CAF		438 431	5 990 231	6 585 241	6 294 751	6 920 212	6 663 219	7 325 527	6 875 527
Valeur résiduelle									6 118 933
Reprise BFR									7 843 042
Variation BFR	5 689 825	2 153 217							
Investissement et renouvellement	12 990 900			500 000		857 500	3 500 000	603 400	
Cash flows	-18 680 725	-1 714 785	5 990 231	6 085 241	6 294 751	6 062 712	3 163 219	6 722 127	20 837 502
Cash flows cumulé	-18 680 725	-20 395 510	-14 405 279	-8 320 038	-2 025 287	4 037 425	7 200 644	13 922 771	34 760 273
Taux d'actualisation (1+12,94%) <sup>-n</sup>	1,00	0,88	0,78	0,69	0,61	0,54	0,48	0,42	0,37
Cash flows nets actualisés	-18 680 725	-1 515 899	4 681 282	4 203 970	3 844 333	3 273 180	1 509 708	2 836 161	7 771 959
<b>VAN</b>		<b>7 923 968</b>							
<b>TRI</b>		<b>21,02%</b>							
<b>DRCI</b>		<b>4 ans 03 mois 26 jours</b>							

**Annexe 9 : Scénario 2**

Rubrique	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Résultat net		-691 462	5 645 828	6 251 651	5 973 057	6 611 603	6 369 003	7 047 144	6 597 144
Dotation aux amortissements		1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108	1 504 108
CAF		812 646	7 149 936	7 755 760	7 477 165	8 115 711	7 873 111	8 551 252	8 101 252
Valeur résiduelle									6 118 933
Reprise BFR									8 723 308
Variation BFR	6 316 385	2 406 923							
Investissement et renouvellement	12 990 900			500 000		857 500	3 500 000	603 400	
Cash flows	-19 307 285	-1 594 277	7 149 936	7 255 760	7 477 165	7 258 211	4 373 111	7 947 852	22 943 494
Cash flows cumulé	-19 307 285	-20 901 562	-13 751 625	-6 495 866	981 299	8 239 510	12 612 622	20 560 474	43 503 967
Taux d'actualisation (1+12,94%) <sup>-n</sup>	1,00	0,88	0,78	0,69	0,61	0,54	0,48	0,42	0,37
Cash flows nets actualisés	-19 307 285	-1 409 368	5 587 575	5 012 619	4 566 457	3 918 615	2 087 152	3 353 312	8 557 450
<b>VAN</b>		<b>12 366 528</b>							
<b>TRI</b>		<b>24,75%</b>							
<b>DRCI</b>		<b>3 ans 10 mois 22 jours</b>							

**Annexe 10 : Guide d'entretien destiné à la population****ENQUETE TRADI'POULET IVOIRE**

Dans le but d'une étude de faisabilité d'un projet de création d'une ferme de poulet traditionnel, nous vous prions de bien vouloir renseigner ce questionnaire svp.

**IDENTIFICATION DU CONSOMMATEUR****1. Etes-vous?**

1. un homme  2. une femme

**2. Votre tranche d'âge**

1. ] 18,25]  2. ] 25,35]  3. ] 35,45]  4. ] 45, Plus]

**3. Votre statut professionnel**

1. Travailleur  2. Étudiant  3. autre

**4. Si 'autre', précisez :**

**CONSOMMATION DU POULET****5. Consommez-vous du poulet?** 

1. oui  2. non

**6. Si oui, quel type de poulet consommez-vous?**

1. poulet OGM  2. poulet traditionnel

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

**7. Quelles sont les raisons de votre choix ?**

1. Goût  2. caractère bio  3. moins cher  4. qualité  5. proximité  6. cuissons  7. autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

**8. Si 'AUTRE', précisez**

**9. A quelle fréquence consommez-vous du poulet?**

1. Tous les jours  2. toutes les semaines  3. tous les mois  4. moins souvent

**10. Ces dernières années, votre consommation de poulet:**

1. A augmenté  2. a diminué  3. est restée stable  4. ne sais pas

**ACHAT DE POULET TRADITIONNEL****11. Où achetez-vous votre poulet?**

1. au marché  2. au supermarché  3. en ligne  4. vente directe (ferme, magasin de producteurs)  5. autres

12. Si 'autre', précisez :

13. Quel prix au Kg êtes-vous prêt à mettre dans un achat de poulet?

1. <2000  2. [2000,3000]  3. [3000,4000]  4. >4000

14. Seriez-vous d'accord à payer plus chère du poulet traditionnel qui correspondrait mieux à vos attentes ?

1. oui  2. non

15. Quelle recommandation faites-vous pour que la population s'intéresse à la viande de poulet traditionnel?

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Table des matières

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
LISTE DES FIGURES ET DES TABLEAUX.....	iv
<b>FIGURES</b> .....	iv
LISTE DES GRAPHIQUES .....	vi
LISTE DES ANNEXES .....	vii
SOMMAIRE .....	viii
INTRODUCTION.....	1
<b>I- PRESENTATION DES PROMOTEURS ET DU PROJET .....</b>	<b>5</b>
1. Présentation des promoteurs.....	5
1.1. Promoteur 1 .....	5
1.2. Promoteur 2 .....	5
2. Généralités sur l'aviculture en Côte d'Ivoire .....	6
2.1. L'aviculture traditionnelle.....	6
2.2. L'aviculture moderne .....	7
3. Choix du projet.....	7
4. Objectifs et choix d'implantation .....	8
4.1. Objectifs .....	8
4.2. Implantation du Projet.....	8
5. Impacts du projet .....	11
5.1. Impact nutritionnel .....	11
5.2. Impact socioculturel .....	11
5.3. Impact socio-économique.....	12
<b>II- ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING.....</b>	<b>13</b>

1. L'étude de marché .....	13
1.1. L'analyse du macro-environnement .....	13
1.2. L'analyse du micro-environnement .....	15
1.2.1. L'analyse de la demande .....	15
1.2.1.1. L'identification du client .....	15
1.2.1.2. L'étude de comportement des consommateurs .....	15
1.2.1.2.1. Evolution de la demande individuelle .....	15
1.2.1.2.2. Habitude des achats des ménages .....	16
1.2.1.2.3. Motivation d'achat .....	17
1.2.1.2.4. Prix psychologique .....	18
1.2.2. L'analyse de l'offre .....	18
1.2.2.1. Les importations .....	19
1.2.2.2. La production nationale .....	19
1.2.2.3. La concurrence .....	20
2. La stratégie marketing .....	21
2.1. Le plan stratégique général .....	21
2.2. Le plan stratégique d'activité .....	21
2.2.1. La segmentation .....	21
2.2.2. Le ciblage .....	23
2.2.3. Le positionnement .....	23
2.3. Le marketing mix .....	23
2.3.1. La politique de produit .....	23
2.3.2. La politique de prix .....	24
2.3.3. La politique de distribution .....	24
2.3.4. La politique de communication .....	24
III- L'ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE .....	26
1. L'étude organisationnelle .....	26

1.1.	La forme juridique du projet .....	26
1.2.	Description des tâches .....	26
1.2.1.	Le Gérant .....	26
1.2.2.	Le Technicien .....	26
1.2.3.	Les ouvriers : .....	27
1.2.4.	Le gardien .....	27
1.2.5.	Le Chauffeur .....	27
1.3.	L'organigramme du projet .....	27
1.4.	Qualification et salaire du personnel .....	28
2.	L'étude technique .....	28
2.1.	Le processus de production .....	29
2.1.1.	L'approvisionnement des poulets .....	29
2.1.2.	L'habitat .....	29
2.1.3.	L'alimentation .....	29
2.1.4.	L'hygiène et programme sanitaire .....	31
2.2.	Calendrier des réalisations .....	32
IV-	EVALUATION ECONOMIQUE ET FINANCIERE DE LA FERME AVICOLE ...	33
1.	Evaluation du coût des investissements .....	33
1.1.	Les investissements immatériels .....	33
1.2.	Les investissements des activités techniques .....	33
1.3.	Les investissements des activités administratives .....	34
1.4.	Synthèse des coûts d'investissements .....	35
1.5.	L'amortissement et la valeur résiduelle .....	35
2.	L'analyse de l'exploitation .....	36
2.1.	Les charges d'exploitations .....	36
2.1.1.	L'achat des produits de soins .....	36
2.1.2.	L'achat de matières premières pour l'alimentation .....	36

2.1.3.	L'achat de carburant, eau, électricité et téléphone .....	37
2.1.4.	Les frais divers .....	37
2.2.	Synthèse des charges d'exploitations .....	37
2.3.	L'évaluation du besoin en fonds de roulement .....	37
2.4.	Le coût du projet.....	38
3.	Les modalités de financement .....	38
3.1.	Plan de financement .....	38
3.2.	Plan de remboursement .....	38
4.	L'analyse financière du projet.....	39
4.1.	Hypothèse de base .....	39
4.2.	Le chiffre d'affaire prévisionnel.....	39
4.3.	Le compte de résultat prévisionnel.....	40
4.4.	Les flux de trésorerie prévisionnel .....	40
4.5.	L'analyse de la rentabilité du projet .....	40
4.5.1.	L'estimation du taux d'actualisation.....	40
4.5.2.	La Valeur Actuelle Nette (VAN) .....	41
4.5.3.	L'Indice de Profitabilité (IP) .....	41
4.5.4.	Le Taux de Rentabilité Interne (TRI).....	41
4.5.5.	Le Délai de Récupération du Capital (DRC).....	42
5.	L'analyse de sensibilité et de scénario .....	42
5.1.	L'analyse de la sensibilité selon le scénario 1.....	42
5.2.	L'analyse de la sensibilité selon le scénario 2.....	43
	CONCLUSION .....	44
	BIBLIOGRAPHIE .....	45
	ANNEXES .....	46