



CENTRE AFRICAIN D'ETUDES SUPERIEURES EN GESTION

PROGRAMME MASTER EN BANQUE ET FINANCE

Année académique 2018-2019

Promotion 18

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

Diplôme du Master en Banque et Finance

Option : GESTION BANCAIRE & MAITRISE DES RISQUES

« EAT SAFE »: PRODUCTION ET LIVRAISON DE REPAS POUR PERSONNES
A REGIME ALIMENTAIRE PARTICULIER.

Présenté par :

Mlle Kouassi Eloïse Marie
Andrée

Sous la supervision de :

M. Fall Ibrahima Mboulé, Enseignant au
CESAG

Soutenu publiquement à Dakar, le 4 juillet 2019

Président du jury : M. Alioune Cissé

Membre du jury : M. Emile Alladé

Membre du jury : M. Soulakata Kébé

« 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 »

CESAG - BIBLIOTHEQUE

FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET

Titre du projet : « EAT SAFE » PRODUCTION ET COMMERCIALISATION DE REPAS POUR PERSONNE A REGIME ALIMENTAIRE PARTICULIER

Forme juridique : SUARL

Secteur d'activité : Alimentation

Localisation du projet : Côte d'Ivoire plus précisément dans la ville d'Abidjan

Promoteur :

Nom et prénom : KOUASSI ELOÏSE MARIE-ANDREE

Adresse : Abidjan cocody

Téléphone : + 225 40 38 32 95 / +221 77 152 93 20

Date de démarrage : JANVIER 2020

Durée de réalisation : 92 JOURS

Coût total du projet : 19 899 021 FCFA

Apport personnel : 4 899 027 FCFA (25 %)

Montant de l'emprunt : 15 000 000 FCFA (70 %)

Durée de remboursement : 5 ans

Nombre d'emplois créés : 13

Valeur Actuelle Net (VAN) : 48 126 621 FCFA

Taux de rentabilité Interne (TRI) : 61.14%

Délai de récupération (DR) : 2 ans et 2 mois

Indice de profitabilité (IP) : 3.41

Dédicaces

Je dédie ce projet professionnel

A mon père Kouassi N'tayé André pour son soutien moral et financier tout au long de mon cursus scolaire et universitaire.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont tout d'abord à mon créateur pour son assistance tout au long de cette formation mais également à

- Monsieur Ibrahima Mboulé FALL, enseignant au CESAG pour avoir accepté de consacrer une partie de son temps à l'encadrement de ce document ;
- le Professeur Ababacar SECK, ex Coordonnateur du Programme Master en Banque et Finance, pour ses précieux conseils durant la formation ;
- Madame Chantal OUEDRAOGO, Assistante et Chargée du Marketing du Programme Master en Banque et Finance pour sa disponibilité durant la formation ;
- tout le corps professoral et administratif du programme Master en Banque et Finance pour la qualité de l'enseignement ;
- Docteur Alassane OUATTARA, pour ses conseils et ses orientations pour la rédaction de ce projet professionnel ;
- Mademoiselle Gnanza Dominique pour m'avoir hébergé lors de mes premiers jours à Dakar ;
- Tous ceux qui, d'une manière ou d'une autre, ont contribué à la réalisation de ce travail.

Sommaire

FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET.....	I
DEDICACES	II
REMERCIEMENTS.....	III
SOMMAIRE.....	IV
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	V
LISTE DES FIGURES.....	VI
LISTE DES TABLEAUX.....	VII
INTRODUCTION GENERALE	1
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET	4
1.1. PRESENTATION DU CONTEXTE PAYS	4
1.2. ETAT DE LA SITUATION ET OPPORTUNITE	7
1.3. PRESENTATION DE L'IDEE.....	10
1.4. RESULTATS ATTENDUS DU PROJET (THEORIE DU CHANGEMENT)	11
1.5. PLAN DE MISE EN ŒUVRE	12
2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE.....	15
2.1. CHOIX DU STATUT JURIDIQUE.....	15
2.2. PRESENTATION DE LA PROMOTRICE.....	15
2.3. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE	16
2.4. EVALUATION DE LA FAISABILITE TECHNIQUE DU PROJET	18
3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING	23
3.1. ETUDE DE MARCHE.....	23
3.2. PLAN STRATEGIQUE D'ACTIVITE	34
4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE.....	40
4.1. BUSINESS MODEL	40
4.2. EVALUATION DES COUTS D'INVESTISSEMENT.....	42
4.3. MODALITE DE FINANCEMENT	46
4.4. ANALYSE DE L'EXPLOITATION	48
4.5. ANALYSE DE LA RENTABILITE	51
4.6. ANALYSE DE SENSIBILITE ET DE SCENARIO	55
CONCLUSION GENERALE.....	58
BIBLIOGRAPHIE	I
WEBOGRAPHIE	II
ANNEXES.....	III
TABLES DES MATIERES	XV

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AVC : Accident vasculaire cérébral

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

CEDEAO : Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest

CMPC : Coût moyen pondéré du Capital

CEPICI : Centre de Promotion des Investissements en Côte d'Ivoire

DRCI : Délai de Récupération du Capital Investi

EURL : Entreprise unipersonnelle à Responsabilité Limitée

IUA : Institut universitaire d'Abidjan

MNT : Maladies non transmissibles

OHADA : Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires

OMS : Organisation mondiale de la Santé

PAA : Port autonome d'Abidjan

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PMI : Petites et Moyennes Industries

PND : Plan national de Développement

SARL : Société à Responsabilité limitée

SIVAC : Société Ivoirienne d'Abattage et de Charcuterie

UCAO : Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest

UEMOA : Union monétaire des Etats de l'Afrique de l'Ouest

RCCM : Régistre du Commerce et du Crédit immobilier

ROE : Return on Equity

TRI : Taux de Rentabilité Interne

VAN : Valeur actuelle nette

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1: EVALUATION TAUX D'INFLATION EN COTE D'IVOIRE	5
FIGURE 2: EVOLUTION DU RANG DE LA COTE D'IVOIRE DANS LE CLASSEMENT DOING BUSINESS. 7	
FIGURE 3: THEORIE DE CHANGEMENT DU PROJET	12
FIGURE 4: PLANNING DES ACTIVITES EXPORTE SOUS MICROSOFT EXCEL 2013	14
FIGURE 5 : ORGANIGRAMME DE EAT SAFE	16
FIGURE 6: REPARTITION DE LA CLIENTELE PAR TYPE DE MALADIES	25
FIGURE 7 : REPARTITION DE LA CLIENTELE PAR CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	25
FIGURE 8 : REPARTITION DE LA CLIENTELE PAR PREFERENCE	26
FIGURE 9: REPARTITION DE LA CLIENTELE PAR PRIX D'ACCEPTABILITE	27
FIGURE 10 : REPRESENTATION DES FORCES DE PORTER	32

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : LISTE DES TACHES POUR LA MISE EN OEUVRE DU PROJET	13
TABLEAU 2 :LISTE DES BESOINS EN MATERIEL D'EXPLOITATION.....	19
TABLEAU 3: RECAPITULATIF DE L'INTENSITE CONCURRENTIEL	33
TABLEAU 4 :ANALYSE SWOT DE L'ENTREPRISE	34
TABLEAU 5 : BUSINESS MODELE DE L'ENTREPRISE EAT SAFE.....	41
TABLEAU 6 : ESTIMATION DES FRAIS DE CONSTITUTION.....	42
TABLEAU 7 ESTIMATION DES FRAIS LIES AU LOCAL	42
TABLEAU 8 : ESTIMATION DU MONTANT DES IMMOBILISATIONS	43
TABLEAU 9: ETABLISSEMENT DE LA MASSE SALARIALE	43
TABLEAU 10 : ESTIMATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT INITIAL.....	44
TABLEAU 11 : DETERMINATION DU BFR D'EXPLOITATION	45
TABLEAU 12 : STRUCTURE DE FINANCEMENT	46
TABLEAU 13 : AMORTISSEMENT DE L'EMPRUNT	47
TABLEAU 14: AMORTISSEMENT DES IMMOBILISATIONS	47
TABLEAU 15 : ESTIMATION DU CHIFFRE D'AFFAIRE	48
TABLEAU 16 : EVOLUTION PREVISIONNELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRE	49
TABLEAU 17 : COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL	50
TABLEAU 18 : BUDGET DE TRESORERIE.....	51
TABLEAU 19: FLUX NET DE TRESORERIE PREVISIONNEL.....	53
TABLEAU 20 : SEUIL DE RENTABILITE ET POINT MORT DU PROJET.....	54
TABLEAU 21 : RENTABILITE FINANCIERE DU PROJET	54
TABLEAU 22 : COMPTE DE RESULTAT APRES SCENARIO	56
TABLEAU 23: INDICATEURS DE RENTABILITE APRES SCENARIO.....	56

INTRODUCTION GENERALE

Selon Lancet (2016) une étude de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) révèle que les maladies non transmissibles (MNT) sont à l'échelle mondiale la principale cause de mortalité. Elles comprennent entre autres : les maladies auto-immunes, les maladies cardio-vasculaires, les accidents vasculaires cérébraux (AVC), les cancers, l'asthme, le diabète, les insuffisances rénales chroniques, l'ostéoporose, la maladie d'Alzheimer et les cataractes.

Les maladies cardiovasculaires représentent le taux le plus élevé de mortalité des MNT, soit 17,3 millions de décès par an. Le diabète vient au 4ème rang avec 1,3 millions de décès par an, après le cancer (7,6 millions) et les maladies respiratoires (4,2 millions). Ces quatre groupes d'affection ont conjointement quatre facteurs prédisposant et ces facteurs sont d'ailleurs de l'ordre du comportement : le tabagisme, la sédentarité, l'usage nocif de l'alcool et la mauvaise alimentation.

Contrairement à l'opinion publique les données disponibles montrent que près de 80% de ces décès se produisent dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

D'après cette même étude les MNT, aussi désignées comme maladies du «mode de vie», sont à l'origine de 37% de tous les décès en Côte d'Ivoire. Le diabète seul touche 4,8% de la population ivoirienne, les maladies cardio-vasculaires quant à elles affectent environ 7.6% de cette population.

La plupart de ces maladies, une fois diagnostiquées, nécessitent un changement radical de régime alimentaire. C'est-à-dire adopter une nouvelle alimentation différente en bien des points de celle qu'on avait auparavant. Pour le diabète par exemple, il est démontré que la diététique constitue la première et la principale composante du traitement dans un cas de diabète non compliqué. Il a été prouvé, qu'avec l'observation d'un régime diététique, il était possible chez des diabétiques de type 2 d'améliorer l'équilibre diabétique et d'obtenir une diminution de plus de 50% de la consommation des antidiabétiques oraux.

Cependant, la mauvaise alimentation est très répandue en Côte d'Ivoire et seulement très peu d'ivoiriens ont une réelle connaissance de la diététique. Ainsi le régime alimentaire conseillé n'est pas totalement respecté principalement en raison de l'ignorance des règles diététiques.

Selon Couque (2010 : 34) les patients de l'Afrique de l'ouest atteints de maladies non transmissibles ne suivent pas les règles hygiéniques diététiques, non pas par désintérêt, mais bien parce que les règles diététiques sont tellement éloignées de leur alimentation qu'elles leur paraissent inapplicables.

Pourtant contrairement à d'autres maladies, la survie du patient, dans le cas de 80% des maladies non transmissibles dépend en grande partie de lui-même. Il peut se sauver en suivant correctement son régime ou son traitement alimentaire.

Cependant quand bien même que certains patients arrivent à respecter leur régime alimentaire étant à la maison, Il s'avère bien difficile de trouver des repas en adéquation avec leur alimentation une fois hors du domicile (au travail, à l'école...). La cause est que dans la ville d'Abidjan il existe très peu, sinon aucun restaurants ni cantines qui proposent des repas sains pour des personnes qui ont un régime alimentaire spécial. De ce fait ces personnes rencontrent de réelles difficultés à respecter leur régime alimentaire une fois qu'elles sont hors de chez elles et s'exposent alors à certains risques.

C'est en ce sens que s'inscrit le présent projet professionnel qui porte sur production et la livraison de repas à domicile, au travail ou partout ailleurs dans la ville d'Abidjan qui s'adresse aux personnes atteintes de diabète, de maladies cardio-vasculaires, d'insuffisance rénale ou toutes autres maladies non transmissibles en manque de temps ou dans l'incapacité de cuisiner soi-même ou encore qui ont des difficultés à avoir un repas sains hors de la maison. Le projet consiste à mettre à la disposition de ces personnes des repas sains et diversifiés qui s'accordent parfaitement avec leur régime alimentaire tout en respectant autant que possible les goûts, les choix et les habitudes des personnes.

Le projet a donc pour cibles les personnes atteintes de maladies non transmissibles de la ville d'Abidjan, plus précisément celles d'entre elles qui sont en activité. L'objectif est donc d'aider à maintenir un bon état nutritionnel, c'est à dire fournir à ces personnes des repas à la fois sains et adaptés à leur régime alimentaire, variés, mais surtout proches des habitudes alimentaires familiales des ivoiriens tout en respectant les restrictions médicales. Nous voulons, ainsi, susciter une meilleure adhésion au régime alimentaire prescrit.

L'intérêt de ce projet est de contribuer à la réduction de la mortalité causée par le non-respect du régime alimentaire chez la population atteinte des maladies non transmissibles en Côte d'Ivoire.

Le présent document est composé de quatre grands chapitres subdivisés en sous points. D'abord la présentation de l'ensemble du projet, ensuite sa structure organisationnelle et technique, puis l'étude de marché et la stratégie marketing et enfin l'étude économique et financière du projet.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

1. Presentation d'ensemble du projet

La présentation d'ensemble du projet consiste à présenter le contexte pays, à faire l'état de la situation et des opportunités que présente celui-ci, ensuite expliquer l'idée de ce projet et son impact et pour finir présenter un plan de mise en œuvre

1.1.Presentation du contexte pays

L'analyse du contexte pays à travers l'histoire politique, économique, sociale et juridique regroupe des facteurs exogènes qui ne relèvent pas forcément du projet mais qui sont susceptibles d'influencer la bonne marche de celui-ci. Ce sont des facteurs sur lesquels l'entreprise ne peut influencer, mais qu'elle doit identifier et maîtriser car ils peuvent représenter des menaces ou des opportunités

- **Environnement politique de la Côte d'Ivoire**

Politiquement, la Côte d'Ivoire est une république présidentielle multipartite, où le président est le chef de l'État. Le pouvoir exécutif est aux mains du gouvernement tandis que le pouvoir législatif est détenu par le parlement. La capitale administrative est Yamoussoukro depuis 1983, mais Abidjan reste la capitale économique et de nombreux pays y conservent leur ambassade.

Le pays a connu une récente crise post-électorale en 2011. Depuis la fin de cette crise la Côte d'Ivoire a réalisé de grands progrès vers une normalisation de la vie politique. La situation sécuritaire s'est améliorée. Cette situation devrait permettre à la Côte d'Ivoire de relancer son économie pour retrouver tout son poids dans la sous-région et de reprendre sa place sur la scène internationale.

- **Environnement économique de la Côte d'Ivoire**

Après plus d'une décennie de crises, l'économie ivoirienne est en passe de réussir son décollage économique. Le gouvernement ivoirien s'est donné comme mission de faire de la Côte d'Ivoire un pays émergent à l'horizon 2020 Afin d'atteindre ses objectifs, l'Etat a adopté une stratégie déclinée en deux plans d'action : Plan National de Développement (PND).Le premier PND (2012-2015) devait poser les fondements de l'émergence et le second (2016-2020) entend entériner les résultats atteints et s'attaquer aux défis qui restent à relever.

En 2017, la Côte d'Ivoire a continué d'être une des économies les plus dynamiques d'Afrique, avec un taux de croissance qui devrait se maintenir autour de 7,6 % les prochaines années. Malgré certaines prévisions qui misent sur une croissance moyenne à moyen terme inférieure de l'ordre de 6,5%¹, cela reste toujours très au-delà de la moyenne mondiale et africaine.

Au sein de la CEDEAO, la Côte d'Ivoire occupe la troisième place en terme de PIB après le Ghana et le Nigéria. Le pays bénéficie d'un cadre macroéconomique stable. En étant membre de l'UEMOA, sa monnaie, le franc CFA qu'elle partage avec 7 autres pays est adossé à parité fixe à l'Euro. Ce régime de change fixe a pour avantage de stabiliser l'inflation à un taux bas, de garantir la convertibilité de la monnaie et surtout, de réduire le risque de change des opérations d'importations. Les opérateurs et les ménages bénéficient ainsi d'un certain niveau de stabilité, de sécurisation, de planification de la consommation et des investissements.

Figure 1: Evaluation taux d'inflation en Côte d'Ivoire



source : BCEAO, bases de données

- **Environnement social de la côte d'Ivoire**

Le principal enjeu social est de maintenir l'économie ivoirienne sur une trajectoire de croissance forte afin de réduire significativement les inégalités. Classé 171ème sur 189 pays en 2018, le pays se place en bas du classement de l'indice de développement humain dans le monde, publié par le programme des Nations Unies pour le développement. La Côte d'Ivoire devra s'attacher à redistribuer davantage les fruits de sa croissance économique aux

¹ <https://www.banquemondiale.org/fr/country/cotedivoire/overview>

populations les plus vulnérables. En effet, si le décollage économique est bien réel, la retombée des fruits de la croissance est un enjeu majeur pour les prochaines années.

A l'échelle nationale, le taux de pauvreté a légèrement reculé (46,3% de la population en 2015 contre 48,9 % en 2008) selon la dernière enquête sur les niveaux de vie réalisée par la Banque mondiale². Cependant les inégalités ne sont pas seulement économiques mais aussi géographique, la pauvreté étant plus accentuée en milieu rural qu'en milieu urbain. Le taux de pauvreté est passé de 49% en 2008 à 62,45% en 2015 en milieu rural contre 24,5% et 29,45% sur la même période en milieu urbain. Le sud du pays (notamment la ville d'Abidjan) bénéficie des indicateurs de développement humains les plus élevés grâce à la densité de l'activité économique.

- **Cadre juridique de la côte d'Ivoire**

La Côte d'Ivoire est membre de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA). Cette organisation vise à combattre la chute des investissements en Afrique en proposant un cadre juridique commun dans le domaine économique et du droit des affaires.

Le pays s'est engagé dans un processus d'amélioration du climat des affaires à travers plusieurs réformes du cadre macroéconomique et du cadre sectoriel des activités. De ce fait, depuis 2014 les autorités du pays ont pris un certain nombre de mesures pour faciliter la création d'entreprise dans le but de favoriser l'investissement et promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes.

Le Centre de Promotion des Investissements en Côte d'Ivoire (CEPICI) est le guichet unique de l'Investissement. Il est chargé de faciliter les formalités administratives de création des entreprises. La procédure de création est la même quel que soit le type d'entreprise, seules les pièces à fournir diffèrent en fonction du capital social.

Les nouvelles réformes sur la création d'entreprise sont les suivantes :

-publication de l'avis de constitution d'entreprise en ligne sur le site Internet du CEPICI(Par le passé, l'entrepreneur devait se rendre à Fraternité Matin³ pour la publication de l'avis de constitution de sa société dans les annonces légales) ;

² Enquêtes sur les ménages dans les pays en développement et les pays en transition, Série F n° 96

³ Fraternité Matin est un quotidien ivoirien de langue française contrôlé par l'État

- réduction des coûts administratifs de création d'entreprise pour les sociétés commerciales au capital de 10 millions de FCFA maximum ;
- réduction des délais de création d'entreprise au Guichet unique du CEPICI de 48h à 24h
- levée de l'obligation de passage chez le notaire pour l'établissement des actes de constitution pour les sociétés de type SARL ;
- levée de l'exigence du capital Minimum pour les sociétés de type SARL.

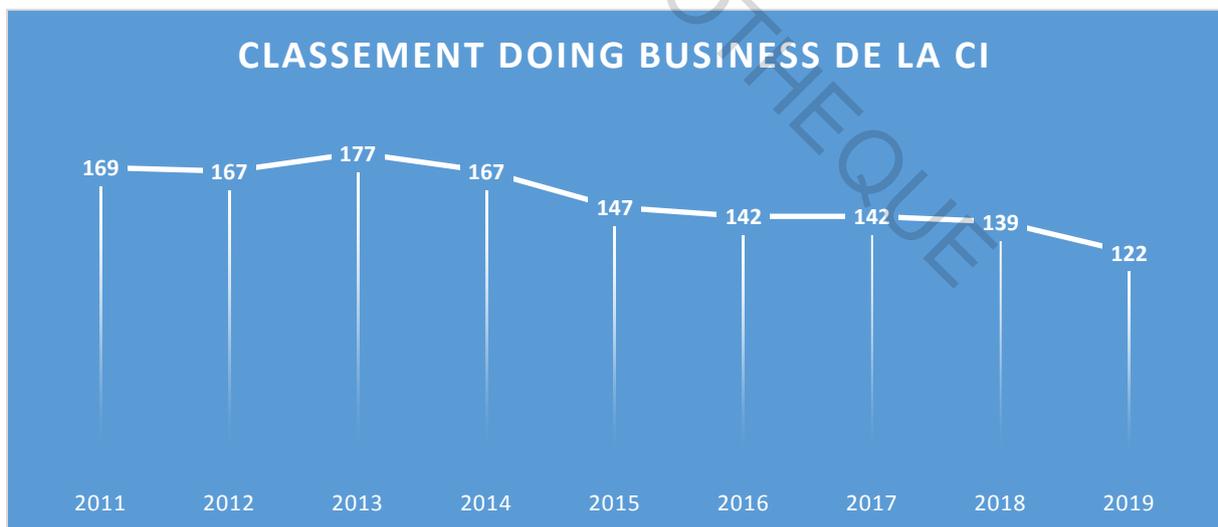
1.2 Etat de la situation et opportunité

1.2.1. Amélioration du climat des affaires en Côte d'Ivoire

A l'instar des pays émergents, la Côte d'Ivoire a engagé des réformes en vue d'améliorer son environnement des affaires afin de favoriser le développement d'un secteur privé dynamique.

Dans le nouveau rapport du Doing business 2019, du groupe de la Banque mondiale, publié le mercredi 31 octobre 2018 à Washington (Etats-Unis), la Côte d'Ivoire figure en bonne place. Elle est citée parmi les pays les plus réformateurs et se positionne dans le top 10 mondial, avec une moyenne de 58/100.

Figure 2: Evolution du rang de la Côte d'Ivoire dans le classement doing business



Source :Rapport Doing Business 2018

En l'espace de 5 ans la Côte d'Ivoire a grimpé dans le classement, cela témoigne du dynamisme de l'économie ivoirienne et de la volonté de l'Etat à faire de ce pays un pôle d'attraction pour les investisseurs étrangers et nationaux. « Le rapport 2018 du Doing Business classe la Côte

d'Ivoire parmi les 10 pays les plus réformateurs. Malgré les résultats encourageants, l'objectif du gouvernement n'est pas encore atteint. Le pays vise à se hisser, dans le classement Doing Business 2021, parmi les 50 premiers pays au monde, où il fait bon d'investir », a déclaré Adama Koné ministre de l'économie et des finances lors de la 9^e édition de la conférence Doing business en Afrique à Abidjan le 26 novembre 2018.

Ainsi, les nombreuses réformes initiées à divers niveaux ont pour but d'améliorer le climat des affaires. Ces décisions stratégiques touchent les domaines de la création d'entreprise même et l'obtention de crédit.

1.2.2. Mesure d'incitation à l'entrepreneuriat

La question de l'emploi demeure en première ligne des problèmes auxquels les gouvernements du monde entier tentent de trouver des solutions. En effet, le chômage a toujours existé, et touche les jeunes en particulier, compte tenu de leur manque d'expérience et de réseau. Afin de palier en partie à ce problème de chômage devenu plus que crucial dans le pays, l'Etat a mis en place un certain nombre de structures pour inciter les populations, notamment la jeunesse, à créer par elle-même des emplois. Dans le cadre du plan stratégique et de la politique gouvernementale qui consiste à doter les jeunes de financement et à les accompagner dans la création d'entreprises durables, l'Etat, avec l'aide des partenaires internationaux, a mis en place plusieurs structures pour inciter les jeunes à la création d'entreprise, parmi lesquelles le Fonds d'appui à l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire, le fonds pour la Promotion des PME et de l'entrepreneuriat féminin et le Fonds National de la Jeunesse.

- **Le Fonds d'appui à l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire**

Les bénéficiaires du projet sont des jeunes (hommes et femmes) âgés de 18 à 35 ans, sachant lire et écrire, motivés et ayant des idées d'entreprises. Avec l'appui financier du Gouvernement de l'Autriche, l'Etat a mis en place un fonds compétitif destiné à financer des activités génératrices de revenus au profit des jeunes désireux de se prendre en charge par l'auto emploi. Ce fonds dénommé Fonds d'Appui à l'Entrepreneuriat des Jeunes est cofinancé par Afrique Emergence et Investissement (AE&I), une institution de micro finance chargée de consentir aux jeunes promoteurs de projets des prêts remboursables. Son objectif est de contribuer à la réduction du chômage des jeunes en Côte d'Ivoire par le financement de micros entreprises créées et gérées par les jeunes eux-mêmes.

- **Le fonds pour la promotion des PME et de l'entrepreneuriat féminin**

Soucieux de la diversité du tissu économique et de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin, le Ministère du Commerce, de l'Artisanat et de la Promotion des PME en partenariat avec la banque Atlantique a mis en place le Fonds pour la promotion des PME et de l'entrepreneuriat féminin qui vise à faciliter l'accès au crédit bancaire aux femmes chefs d'entreprise, y compris de start-up, tout secteur d'activité confondu. L'initiative permet de stimuler concrètement le financement en faveur des femmes, faisant progresser l'inclusion financière.

- **Le Fonds National de la Jeunesse (PNJ)**

Face au problème de l'emploi, le gouvernement de Côte D'Ivoire a mis sur pied le PNJ, afin d'inciter les jeunes à l'auto-emploi par l'entrepreneuriat. Le gouvernement ivoirien compte aussi sur les jeunes entrepreneurs pour créer des emplois pour les autres jeunes. La création de cet établissement répond à la volonté de favoriser, en partenariat avec le système bancaire et financier national et international, l'accès au crédit des jeunes entrepreneurs et entreprises créatrices d'emplois pour les jeunes.

Le Fonds a pour objet principal de soutenir toute initiative des jeunes pouvant contribuer à leur insertion socio-économique. Il est, à ce titre, chargé :

- de financer, refinancer et cofinancer des prêts d'investissement et de trésorerie en faveur des jeunes promoteurs de projets d'insertion ;
- d'accorder des garanties personnelles pour la durée des prêts consentis aux jeunes promoteurs par des institutions financières partenaires ;
- d'assurer l'accompagnement et le suivi de l'exploitation des entreprises financées.

En outre, en Côte d'Ivoire, les initiatives pour la promotion et l'aide aux créateurs d'entreprises sont multiples et en plein essor. En effet, les statistiques situent le nombre de PME formelles entre 30.000 et 50.000 et l'Etat a pour principal objectif le doublement de ce nombre en 2020 qui ferait qu'on passerait entre 100.000 et 120.000 PME dans le formel.⁴

⁴ <http://documents.worldbank.org/curated/en/437971468194941284/pdf>

1.3. Presentation de l'idée

1.3.1. Idée du projet

« Et les bananes vertes je les compte comme un fruit ? Ou comme un féculent ? »

C'est avec cette question d'une patiente diabétique qu'a commencé la réflexion qui a amené à ce projet.

Comme il est loisible de le noter, la situation des MNT en Côte d'Ivoire est des plus préoccupantes, avec notamment un taux de mortalité dû aux MNT plus élevé dans la grande région d'Abidjan. Les autorités politiques ivoiriennes se sont même engagées dans un véritable combat contre les MNT.

La volonté politique clairement exprimée en faveur de la lutte contre les maladies chroniques vient de se raffermir à l'orée de la mise en place du plan national de prévention et de prise en charge des maladies chroniques non transmissibles. Ce plan national a pour fondement diverses stratégies dont les principales sont axées sur : l'alimentation, l'activité physique et la santé. En effet l'alimentation apparaît comme un facteur clé dans la lutte contre les MNT.

Cependant la majorité des ivoiriens ignore les règles diététiques. La promotrice a donc trouvé en cette situation des perspectives porteuses de se lancer dans le marché de la restauration saine et équilibrée spécialement destinés aux personnes atteintes de maladies non transmissibles. Nous avons donc décidé, de mettre en place un concept simple et innovant, en utilisant des produits connus des Ivoiriens.

1.3.2. La vision

Notre vision est devenir une référence en matière d'alimentation saine. Pour cela l'entreprise désire d'abord se faire connaître et accepter par la population Abidjanaise pendant ses deux premières années d'activité.

1.3.3. Mission, activité et cœur de métier

Eat safe est un programme de repas sains, équilibrés, naturels, livrés à domicile, dans les lieux de travail ou dans tout autre lieu souhaité par les clients. Nos équipes assurent le portage de repas savoureux et équilibrés, en accord avec les besoins quotidiens ou ponctuels et les régimes spéciaux des clients.

Livrés dans toute la ville d'Abidjan, les repas Eat safe sont essentiellement destinés aux personnes atteintes de MNT, et à toute personne devant suivre un régime alimentaire spécifique

(régime sans sucre, régime sans sel...).

Ce programme de repas est élaboré dans le but d'aider toutes les personnes malades qui ont conscience que le respect quotidien du régime alimentaire est gage de meilleur santé et peut minimiser le risque de décès lié à la maladie.

Nous avons à cœur d'aider les personnes qui veulent se prendre en mains, respecter leur régime alimentaire, mais qui ont du mal à le faire quotidiennement pour diverses raisons.

L'une de ces raisons, qui est sans doute la principale, est que, pour les malades qui ont une activité (un emploi), il est fort probable que dans les alentours de leur lieu de travail il ne trouve pas de restaurant qui propose des repas adéquats (repas sans sel, sans cholestérol, etc.). Et transporter le repas depuis la maison peut s'avérer fort encombrant.

Pour apporter une solution à ce problème Eat safe propose un service de restauration de proximité. Il s'agit là d'une innovation majeure dans le domaine de la restauration que de se focaliser sur l'alimentation des personnes atteintes de MNT.

1.3.4. Facteurs clés de succès

Le fait que ce projet soit un projet innovateur lui confère un avantage. Les personnes atteintes de maladies non transmissibles constituent une niche encore inexplorée dans le domaine de la restauration. Le succès de cette entreprise repose sur la qualité, la saveur et la diversité des repas proposés. La qualité et la fraîcheur des produits seront de mise et les repas seront confectionnés suivant des règles d'hygiène strictes. Eat safe s'engage à renouveler l'offre et les recettes pour fidéliser la clientèle.

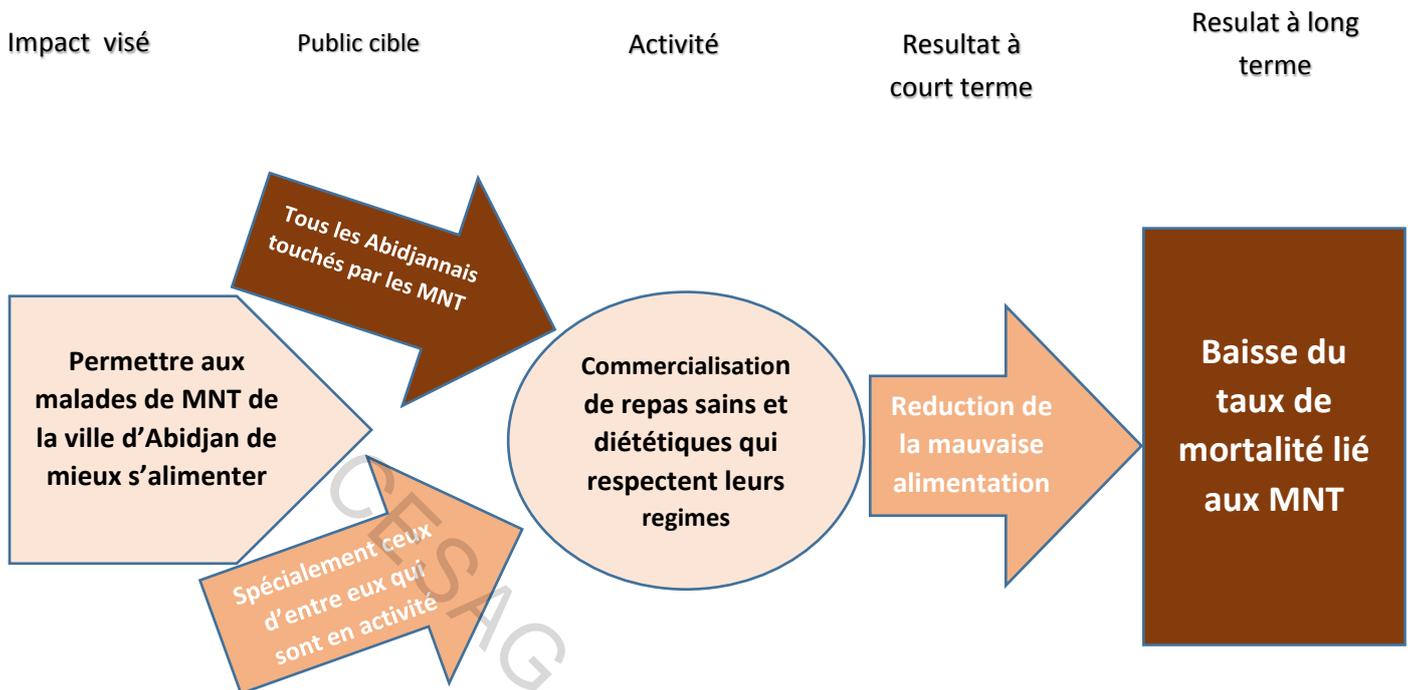
La ponctualité avec laquelle se fera la livraison des repas sera l'un de ses atouts. De plus l'entreprise bénéficiera de l'expertise d'un diététicien nutritionniste hautement qualifié.

1.4. Résultats attendus du projet (théorie du changement)

Une théorie du changement explique comment les activités sont censées produire un ensemble de résultats qui contribuent à la réalisation des impacts finaux prévus.

Le graphique ci-dessous étaye les résultats attendus pour ce projet en matière de théorie du changement.

Figure 3: Théorie de changement du projet



Source : Nous-mêmes

1.5. Plan de mise en œuvre

Le plan d'action retenu comporte quatre phases :

- **la phase d'immatriculation** : elle comprend l'établissement des actes notariés, la constitution du capital, l'enregistrement au guichet unique et la publication au journal d'annonce.
- **La phase de recherche de financement** : à part l'apport de l'actionnaire unique de l'entreprise, un emprunt bancaire est nécessaire pour financer les investissements du projet. La banque Atlantique est la banque ciblée pour l'obtention de financement. Ce choix se justifie par le fait qu'avec l'appui du Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion des PME, la Banque Atlantique a mis en place un fonds pour la promotion des PME et de l'entrepreneuriat féminin dans le but de promouvoir l'accès des femmes entrepreneures de Côte d'Ivoire au financement.
- **la phase d'équipement et d'installation** : elle est constituée de la location des bureaux, du réaménagement du local, et de l'acquisition du matériel d'exploitation et des installations.

- **la phase de recrutement du personnel** : elle est relative au recrutement des employés, à la transmission des dossiers d'emploi à l'inspection du travail, à l'élaboration des lettres de prise de service et mission et à l'immatriculation des travailleurs à la sécurité sociale.

-Délai d'exécution du projet : 92 jours.

Les différentes tâches sont listées dans le tableau 1 ci-après :

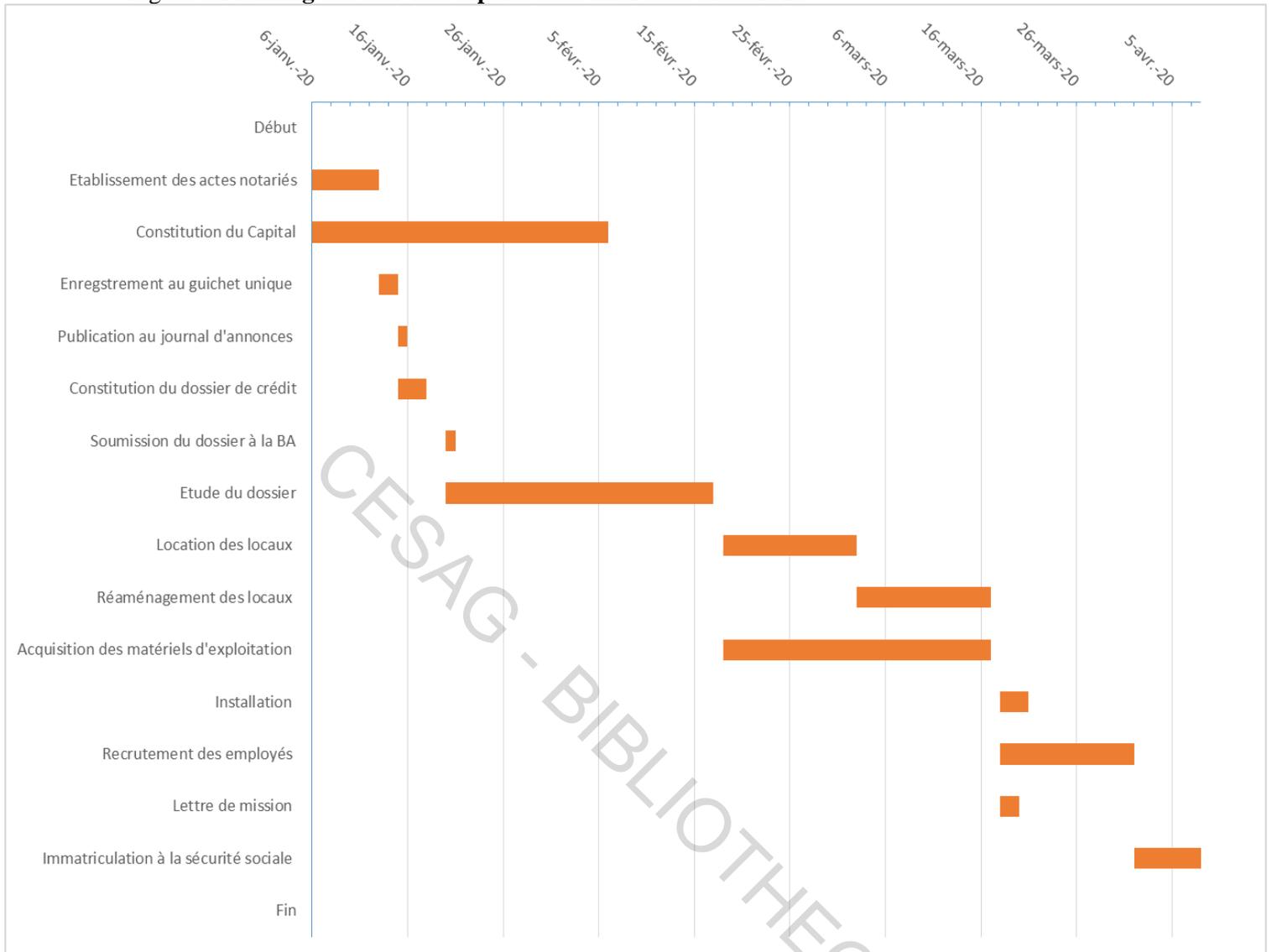
Tableau 1 : **Liste des tâches pour la mise en oeuvre du projet**

Nom de la tâche	Durée	Début	Fin
CREATION DE L'ENTREPRISE	92 jours	06/01/2020	08/04/2020
I-Début	0 jours	06/01/2020	06/01/2020
II-Immatriculation	31 jours	06/01/2020	07/02/2020
II.1 établissement des actes notariés	1 semaine	06/01/2020	10/01/2020
II.2 Constitution du capital	1 mois	06/01/2020	07/02/2020
II.3 enregistrement au guichet unique	2 jours	13/01/2020	14/01/2020
II.4 publication au journal d'annonce	1 jour	15/01/2020	15/01/2020
III- Recherche de financement	min 18 jours	15/01/2020	03/02/2020
	max 31 jours	15/01/2020	17/02/2020
III.1 constitution du dossier de crédit	3 jours	15/01/2020	17/02/2020
III.2 Soumission du dossier a la B.A.	1 jour	20/01/2020	20/01/2020
III.3 Etude du dossier	Min 2 semaines	20/01/2020	03/02/2020
	Max 4 semaines	20/01/2020	17/02/2020
IV- Equipement et installation	31 jours	18/02/2020	20/03/2020
IV.1 location des locaux	2 semaines	18/02/2020	03/03/2020
IV.2 Réaménagement des locaux	2 semaines	03/03/2020	17/03/2020
IV.4 acquisition des matériels d'exploitation	4 semaines	18/02/2020	17/03/2020
IV.5 Installation	3 jours	18/03/2020	/20/03/2020
V-recrutement du personnel	23 jours	18/03/2020	08/04/2020
V. 1 Recrutement des employés	2 semaines	18/03/2020	01/04/2020
V. 2 Lettre de mission	2 jours	18/03/2020	20/03/2020
V. 3 immatriculation à la sécurité sociale	1 semaine	01/04/2020	08/04/2020
VI-fin	0 jours	08/04/2020	08/04/2020

Source : Nous-mêmes

La prise en compte de ces conclusions sur les délais de réalisation permet une affectation optimale des ressources (matérielle, humaine et financière) dans la mise oeuvre de ce projet.

Figure 4: Planning des activités exporté sous microsoft excel 2013



source : Nous-mêmes

2. Etude organisationnelle et technique

A cette étape, il s'agit de définir le statut juridique de l'entreprise et de présenter son promoteur. Ensuite d'établir sa structure organisationnelle et enfin d'évaluer sa faisabilité technique.

2.1. Choix du statut juridique

« Eat safe » est constitué sous la forme d'une SARL unipersonnelle aussi appelée SUARL (Société unipersonnelle à responsabilité limitée) à capital social de 1 000 000 FCFA. La SARL est une société commerciale dans laquelle les associés ne sont responsables des dettes sociales qu'à concurrence du montant de leurs apports. La constitution de la S.A.R.L. n'est soumise à aucune formalité particulière. En Côte d'Ivoire, l'acte uniforme prévoit qu'une seule personne peut constituer une SARL, le capital social minimum exigé par la loi étant dans les possibilités financières de presque tout le monde. Cette forme juridique s'avère être celle qui convient aux PME et PMI, aussi, est-elle très répandue en dans le pays.

Une SARL unipersonnelle (SARLU) regorge beaucoup d'avantages dont le fait que le capital social soit librement fixé par l'associé, donc pas de minimum obligatoire.

Aussi avec cette forme juridique la société qui était au départ unipersonnelle peut augmenter son capital en s'ouvrant à de nouveaux associés au moment souhaité.

2.2. Présentation de la promotrice

La promotrice de ce projet est Mlle ELOÏSE KOUASSI, une jeune dame de nationalité ivoirienne. Titulaire d'une licence en sciences économiques obtenue à l'Institut Universitaire d'Abidjan (IUA), et d'une maîtrise en gestion de l'Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest (UCAO) obtenus avec brio, elle a eu l'opportunité d'intégrer le prestigieux programme de master en banque et finance du Centre africain d'Études supérieures en Gestion (CESAG). Elle est en instance d'obtenir son master à l'âge de 21 ans.

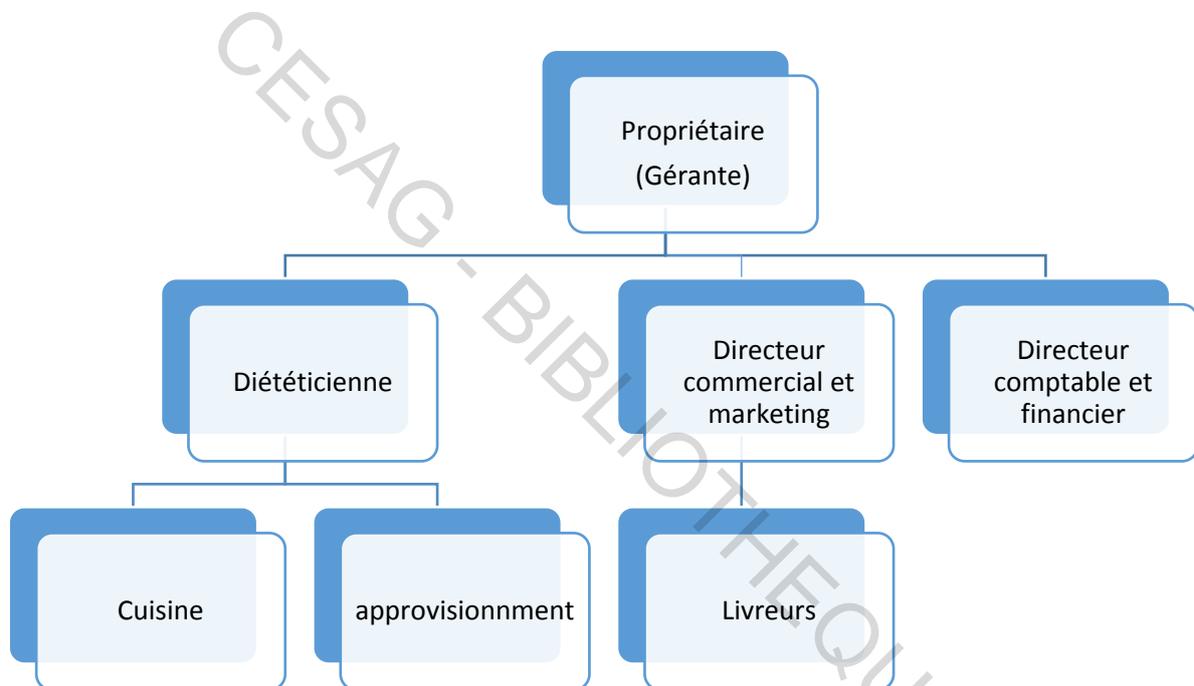
Pour avoir étudié à la fois l'économie, la gestion et la finance, la promotrice a toutes les compétences requises pour gérer une entreprise en plus de ses qualités humaines.

2.3. Structure organisationnelle

2.3.1. Organigramme de la société

L'organigramme permet de donner une vue d'ensemble de la répartition des postes et fonctions au sein de Eat safe. En effet, la bonne définition du mode d'organisation d'une structure est essentielle pour un fonctionnement harmonieux des différentes unités ou entités qui composent l'entreprise. Elle facilite la répartition des tâches et des moyens humains, financiers et matériels mis en place entre les unités.

Figure 5 : Organigramme de Eat safe



Source : Nous-mêmes

- **Le Propriétaire**

C'est la Gérante principale, l'organe d'administration et de gestion de la société. Elle est la responsable de l'entreprise. A ce titre, elle supervise, coordonne les activités, anime les équipes et suit l'ensemble des opérations par le biais des responsables des différentes unités.

Elle est notamment chargée :

- d'établir la planification des activités, le budget de la société et les propositions d'investissement ;

-de veiller en permanence à l'utilisation judicieuse des fonds, au bon usage des biens et à l'entretien des équipements et du matériel, à l'organisation interne des services et à la régularité et à l'exactitude des comptes.

- **Le diététicien**

Le diététicien est un professionnel de la santé expert en nutrition et alimentation. C'est lui qui est à même de construire une alimentation adaptée. Il a donc pour rôle d'établir les différents menus de la semaine. Il participe également au contrôle qualité des aliments et des préparations culinaires dont il assure l'équilibre nutritionnel tout en respectant les règles d'hygiène. Il collabore avec le service cuisine et le service approvisionnement.

-Le service cuisine : Composé d'un (1) chef cuisinier chargé de diriger l'ensemble des cuisiniers, il organise les tâches et fait respecter les normes d'hygiène après consultation du diététicien. Et de trois (3) cuisinières qui prendront en charge la confection des différents plats après réception des directives du chef cuisinier.

-Le service approvisionnement : le Chef cuisinier est également responsable de l'approvisionnement régulier et adéquat en matières premières.

- **Directeur commercial et marketing**

C'est le responsable clientèle et marketing : Il supervise les activités commerciales et le marketing. Il a la charge de l'élaboration du plan marketing, la conception et la mise en place des actions commerciales destinées à optimiser les ventes. Il est le responsable direct des livreurs. Tout le travail de marketing lui incombe.

Il est également chargé de la relation clientèle et de rapporter les commandes des clients.

- **Directeur administratif et financier**

Sous la responsabilité de la gérante, il gère les finances de la société et joue également le rôle de comptable.

2.3.2. Effectifs

Pour les premières années Eat safe démarera avec un effectif de (13) collaborateurs dont un

-(01) Gérant (propriétaire)

-(01) Diététicien nutritionniste

- (01) Directeur commercial et marketing
- (01) Directeur administratif et financier
- (01) Chef cuisinier
- (03) Cuisniers
- (05) Livreurs

Ces effectifs seront revus à la hausse au bout de la cinquième année.

2.4 Evaluation de la faisabilité technique du projet

Dans cette section nous allons présenter l'étude technique du projet qui comprend : le choix de la zone d'implantation, la définition de la capacité de production, la description du processus de fabrication et enfin le plan des immobilisations.

2.4.1 Choix de la zone d'implantation

Parmi les différentes villes que compte la Côte d'Ivoire, le choix s'est porté sur la ville d'Abidjan pour démarrer cette activité pour plusieurs raisons. En effet Abidjan est une ville moderne, elle est la capitale économique du pays et est l'une des plus grandes métropoles de l'Afrique de l'Ouest. Abidjan est aussi le cœur de l'activité économique du pays, et est également la principale place financière d'Afrique de l'ouest : 40% de la masse monétaire de l'UEMOA.

Abidjan est la ville la plus peuplée du pays, de ce fait, elle nous offre un large champ de consommateurs potentiels.

Eat safe sera implanté dans la commune de Treichville à une distance proche du Port Autonome d'Abidjan (PAA). Le choix de la zone d'implantation est stratégique. En effet nous voulons nous assurer d'un approvisionnement régulier en matière première même dans les périodes de contre-saison. La société est susceptible d'importer certains aliments. Le fait d'être à proximité du port facilite la tâche dans les procédures d'acquisition et d'acheminement des matières premières.

2.4.2 Besoins matériels

Les différents équipements achetés dans le cadre du projet sont donnés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 2 :Liste des besoins en matériel d'exploitation

Désignation	Prix		
	Quantité	unitaire	Prix total
Pour la cuisine	2 675 000		
Four	2	300 000	600 000
Plaque De Cuisson	3	150 000	450 000
Refrigerateur	2	250 000	500 000
Congelateur	2	250 000	500 000
Ustensile De Cuisine	-	-	150 000
Electromenager	-	-	200 000
Lave Vaisselle	1	275 000	275 000
Pour la livraison	3 200 000		
Tryicycle De Livraison	5	580 000	2 900 000
Sac Isotherme	10	30 000	300 000
Pour aider l'alimentation en énergie	4 000 000		
Groupe Electrogene	1	4 000 000	4 000 000
TOTAL	9 875 000		

Source : Nous-mêmes

2.4.3 Les batiments administratifs

Les locaux de EAT safe seront dans un batiment en location d'une superficie de 85 m² que nous aménagerons à notre guise (cuisine et bureaux). Ce batiment devra disposer d'un espace de stationnement pour nos tricycles de livraisons.

En dehors de la caution, le montant moyen des loyers mensuels dans la commune de Treichville est de 200 000 FCFA.

2.4.4 *Processus de production et de livraison*

2.4.4.1 *Processus de production*

- **Horaires**

Au bureau, les horaires de travail seront du lundi au vendredi, 8h30 – 17h. Les cuisinières quant à elles pourront descendre du service une fois les repas prêts et la cuisine rangée.

Comme déjà signalé, « Eat safe » vient pour satisfaire les personnes atteintes de MNT qui sont des travailleurs, des employés et fonctionnaires qui ne prennent pas leur repas chez eux ou qui ne trouvent pas de repas adaptés à leur régime alimentaire. Les heures de livraisons des repas seront alors de 12h à 14h. Cet interval de temps correspond généralement à l'heure de la pause déjeuner.

Cependant, il est possible en cas de commandes spéciales de modifier ses horaires.

- **Méthode de commande**

Les commandes de repas chez Eat safe se feront essentiellement par appel téléphonique.

Des abonnements hebdomadaires ou mensuels sont proposés avec possibilité de passer des commandes ponctuelles.

Eat safe propose trois (3) menus différents par jour. Pour les abonnés le menu leur sera communiqué en début de journée pour qu'ils fassent leurs choix.

Chaque client est accueilli par le diététicien dès le premier appel, il est pris en charge sur le plan nutritionnel et guidé dans ses choix de menus par la suite. Les autres appels sont réceptionnés par le responsable commercial. Il s'occupe alors de faire valider les commandes et effectue des relances téléphoniques (pour présenter les menus du jour), il édite des bons de livraisons qui sont ensuite remis aux livreurs.

- **Services offerts par Eat safe**

Le service offert est bien évidemment celui de la restauration. Eat safe propose 3 types de package selon les moyens et les envies des clients :

-Un menu complet : Entrée + plat de résistance + dessert.

-Un menu "half" : Entrée + plat de résistance ou plat de résistance + dessert.

-Un menu simple : Plat de résistance uniquement.

- **Processus d'approvisionnement**

En termes de restauration, il existe plusieurs systèmes d'approvisionnement. Avant tout, il est possible de s'adresser aux producteurs, locaux ou non, pour obtenir des produits directement en provenance de leur lieu de production. Il existe aussi dans la ville d'Abidjan un grand marché de vivrier (marché d'Adjamé). Il est également possible de s'approvisionner dans des grandes surfaces spécialisées. Cependant il ne faut surtout pas éluder le besoin de traçabilité.

De ce fait, Eat Safe s'adresse à différentes entreprises dans le cadre de son approvisionnement.

-Pour le vivrier : Les femmes grossistes-collecteurs, elles sont presque toutes de nationalité ivoirienne majoritairement de l'ethnie Gouro, souvent propriétaires de camions de 5 tonnes. Elles sont très bien organisées et monopolisent jusqu'à présent le circuit de certaines productions (bananes, riz, tomates, piments, poivres...). L'achat se fait directement au champ après une discussion avec le paysan sur un prix. La qualité joue un rôle non négligeable. Ce sont des femmes qui sont initiatrices des marchés Gouros qui ont été implantés dans plusieurs quartiers d'Abidjan et qui sont devenus de véritables circuits d'écoulement et d'approvisionnement en produits vivriers.

-Pour les produits maritimes : l'approvisionnement se fera directement au port autonome d'Abidjan.

-Pour la viande : La Société ivoirienne d'abattage et de charcuterie (SIVAC). Le choix s'est porté sur cette société car elle a bonne réputation quant à la qualité de ses produits.

-Pour les autres produits : nous irons dans les surfaces de grande distribution qui vendent des produits en gros telles que Socoprix⁵...

Les différents fournisseurs nous livreront nos commandes à nos locaux.

- **La confection des repas**

Le menu hebdomadaire est établi par le diététicien. Le chef cuisinier sous consigne du diététicien supervise le travail des autres cuisinières. Chacune d'entre elles est chargée de cuisiner un menu pour la journée (trois cuisinières, trois différents menus journaliers).

⁵ Socoprix : Chaîne d'hypermarché dans la ville d'Abidjan

Il serait (à ce stade de la création) prématuré de décrire tous les plats que nous souhaitons proposer. Ainsi, sont présentés en annexe (annexe 5) des exemples d'aliments à base desquels seront confectionnés nos plats. Ce sont des aliments que doit contenir une alimentation saine et équilibrée. Plusieurs idées sont retenues pour construire les plats principaux, moteurs et vitrine du concept (des repas sains mais calqués sur les habitudes alimentaires des ivoiriens).

2.4.4.2 *Le processus de livraison*

Pour les livreurs, la journée commence à 10 heures 30. Après réception des bons de livraison, chaque livreur récupère les commandes qui lui sont assignées pour les charger dans son tricycle. Pour éviter le refroidissement des plats, chaque tricycle de livraison dispose de deux (2) sacs isotherme d'une capacité de 25 plats chacun. Les plats sont servis dans des barquettes jetables accompagnées de couverts jetables et le tout est emballé dans des sacs en carton (sac kraft). Le début de la tournée commence à environ 11 heures. Nous disposons de 5 livreurs.

Sur une tournée, le livreur pourra acuser du retard dû à certains aléas comme par exemple, un accident, des travaux qui occasionnent des bouchons sur la route, des intempéries, etc. En cas de retard de livraison de plus de 30 minutes, le client sera prévenu par le bureau de la société.

Leurs journées se terminent une fois qu'ils ont terminé la livraison de tous les repas, commandés par les clients du secteur qui leurs sont attribués

Les repas sous abonnements sont prépayés (par mobile money).

Pour les commandes ponctuelles, elles peuvent être payées soit au comptant au livreur soit par mobile money également. La livraison est indiscociable du prix des repas.

3. Etude de marché et strategie marketing

Cette partie aborde trois grands aspects essentiels à savoir l'étude de marché, le plan stratégique général et plan stratégique d'activités

3.1. Etude de marché

3.1.1. Analyse du micro-environnement

L'analyse micro-environnement consiste à faire des recherches d'informations en relief aux caractéristiques du marché à travers l'analyse de la demande, de l'offre et l'analyse concurrentielle.

3.1.1.1. Analyse de la demande

L'analyse de la demande nous permettra d'étudier la clientèle en termes de comportement du consommateur envers nos produits. Elle abordera les aspects d'identité des clients, la taille de la demande et également le comportement du consommateur.

- **Typologie et taille de la demande**

Si l'expansion démographique exige une augmentation de l'approvisionnement alimentaire, l'agrandissement de la ville, conjugué au rythme de vie urbain et à la faiblesse des moyens de transport, enlève aux travailleurs et à la population scolaire la possibilité de prendre leurs repas à domicile, faisant ainsi de l'alimentation extérieure une nécessité. Une enquête⁶ menée auprès d'un échantillon de travailleurs de la ville d'Abidjan montre que plus de 70 % des personnes enquêtées prennent au moins un de leurs trois repas quotidiens hors de leur famille.

Le concept de eat safe s'attaque à une niche, les personnes atteintes de maladies non transmissibles dans la ville d'Abidjan. Ceux-ci représentent 13,12 % de la population Abidjanaise⁷ soit environ 576 000 personnes.

- **Comportement du consommateur**

⁶ Francis Akindes La Lettre de Solagrât- Strategies Alimentaires no 30

⁷ Organisation mondial de la santé (PNDS 2016-2020)

Afin de mettre au point une évaluation judicieuse des consommateurs qui constitueront notre marché potentiel, parmi les différents outils d'étude du comportement des consommateurs nous avons opté pour une enquête par questionnaire.

Le choix de cette technique se justifie par le fait qu'un questionnaire permet d'avoir des réponses précises et immédiates et donc épargner du temps. La taille de l'échantillonnage est de 200 personnes compte tenu de certaines contraintes.

La fiche technique du questionnaire :

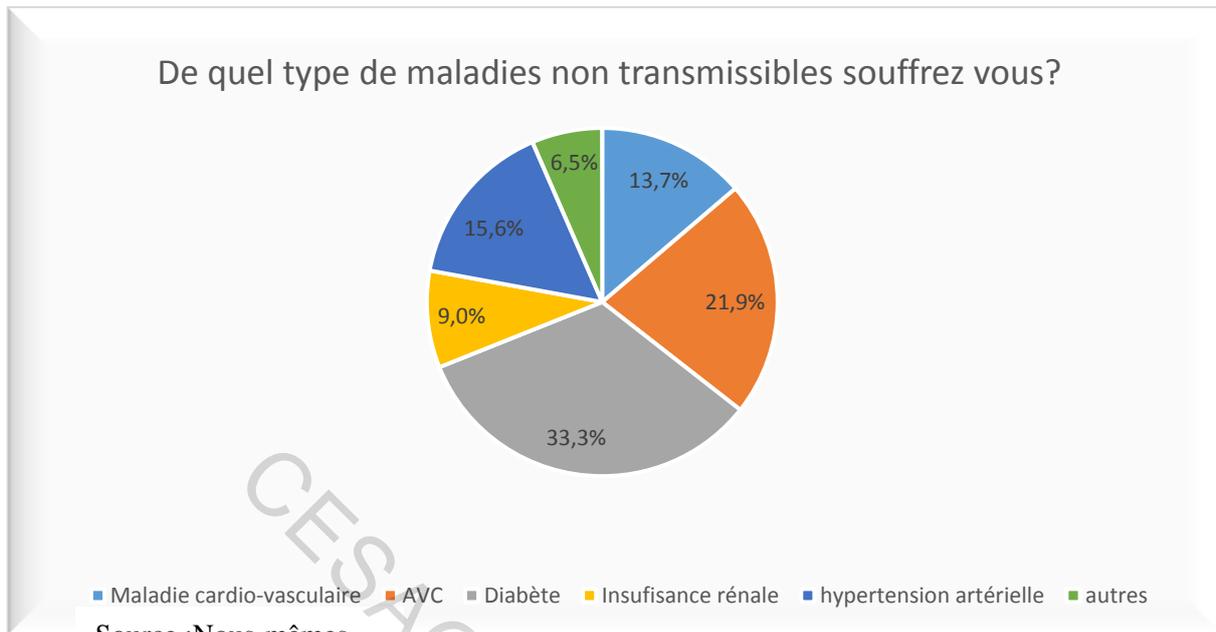
Nombre de questions	Onze questions
Genre de questions	Fermées/ à choix multiples
Echantillon	200 personnes
Lieu d'enquête	Enquête en ligne
Periode de l'enquête	Mai 2019

Les résultats de l'enquête ont fait ressortir pour 200 personnes interrogés que 75,1 % des personnes atteintes de maladies non transmissibles n'arrivent pas à respecter quotidiennement leur régime alimentaire. La raison de ce manquement est à 79.2% due au fait qu'à leur pause déjeuner ils ne trouvent pas repas convenables. Aussi 86% des enquêtés sont favorables au concept de Eat safe.

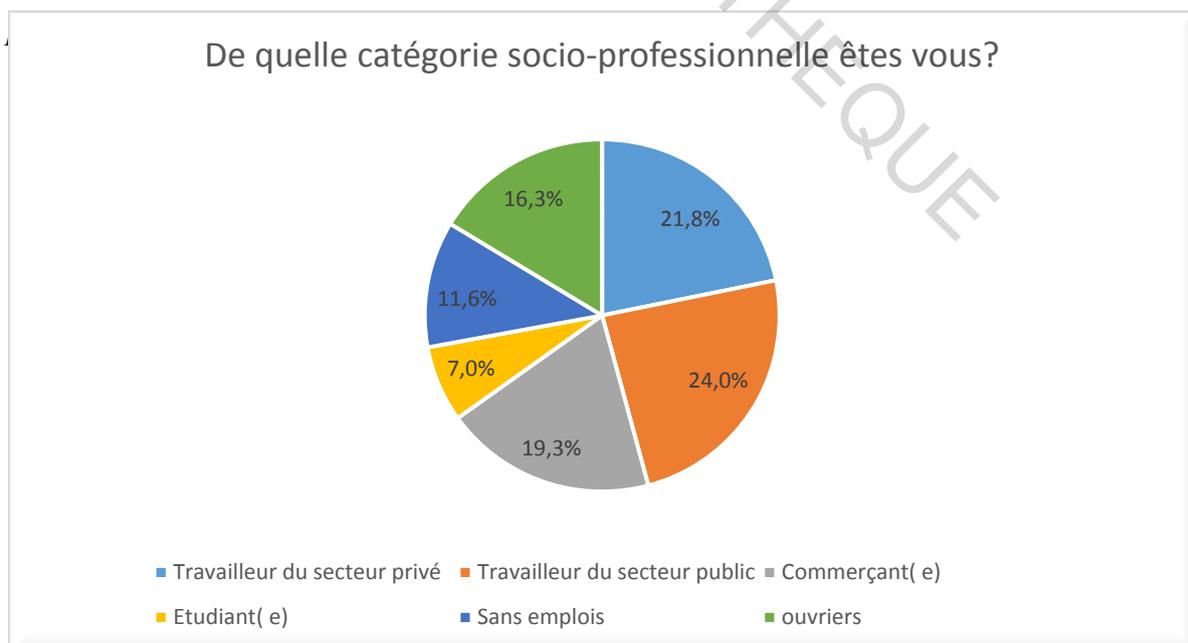
Pour déterminer notre stratégie marketing et dégager les caractéristiques de nos potentiels clients ainsi que ces tendances, nous avons relevé quatre questions essentielles.

-Répartition par type de maladies

Figure 6: Répartition de la clientèle par type de maladies



A la lumière de ce graphique, il ressort que la clientèle potentielle compte un nombre important de diabétiques et de personnes ayant été victimes d'un accident vasculaire cérébrale.

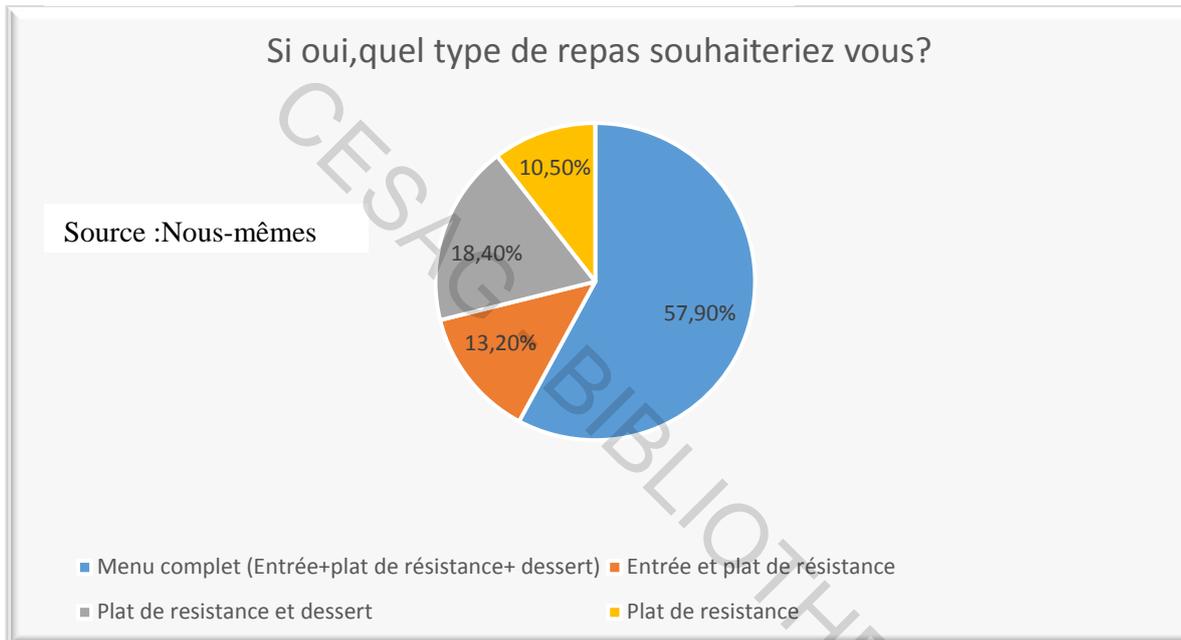


-Répartition par catégorie socio-professionnelle

Ce graphique permet déjà de déterminer la clientèle cible. En effet, bon nombre de travailleurs du secteur privé ou public (employés de bureau, cadre, dirigeants d'entreprise...) sont touchés par les MNT. Ils représentent à eux seuls 45,8% de la clientèle potentielle. Ils représentent donc le cœur de cible du projet. Les commerçants et les ouvriers aussi constituent une part importante des malades interrogés.

-Préférence des clients

Figure 8 : Répartition de la clientèle par préférence

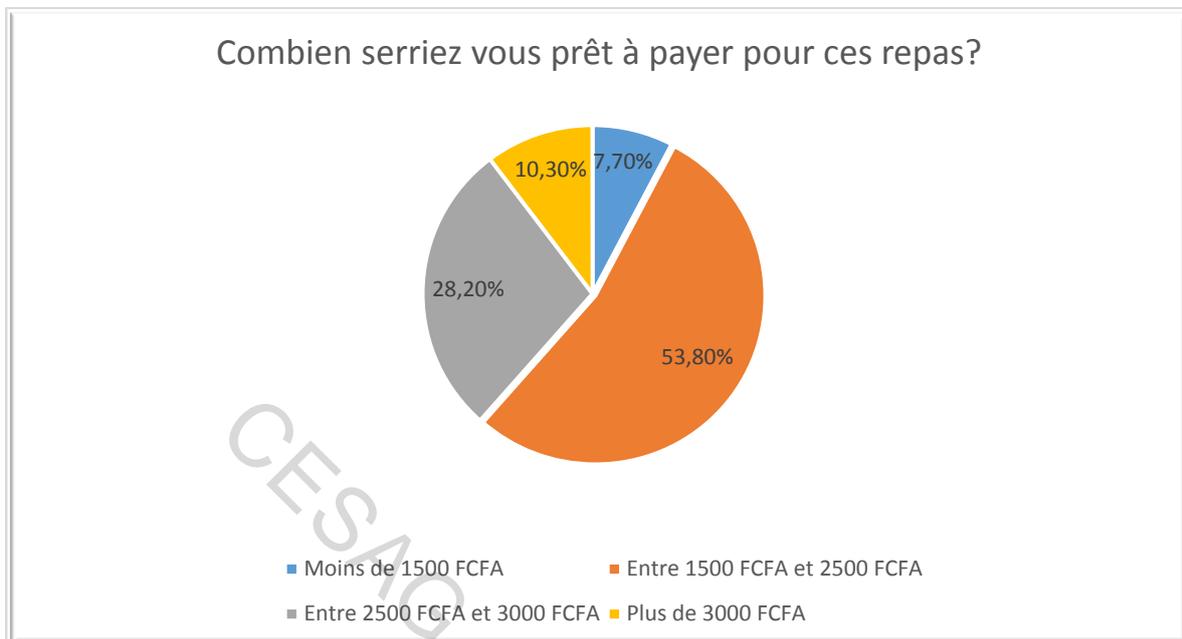


Source : Nous-mêmes

Sur l'ensemble des personnes interrogés, 57,9% ont une préférence très marquée pour un menu complet, les personnes qui désirent les plats de résistances uniquement représentent une minorité de 10,5%.

-Prix d'acceptabilité

Figure 9: Répartition de la clientèle par prix d'acceptabilité



Source :Nous-mêmes

La majorité des malades interrogés sont prêts à dépenser entre 1500 et 3000 FCFA. Les personnes qui désirent acheter les repas à moins de 1500 FCFA représentent le plus petit pourcentage. Cela signifie que dans la politique de fixation des prix nous pouvons nous permettre d'aller au-delà de 1500 FCFA mais sans dépasser 3000 FCFA car le prix d'acceptabilité se situe dans cet intervalle.

3.1.1.2. Analyse de l'offre

L'offre est l'ensemble des produits ou des services qui se trouvent sur le marché afin de satisfaire les besoins des clients. L'analyse de l'offre consiste à étudier ce que proposent déjà nos concurrents sur le marché.

- **Typologie de l'offre**

Le secteur de la restauration en Côte d'Ivoire est un secteur porteur, mais très concurrentiel. Plus d'un million de personnes s'y activent, mais le secteur manque de professionnalisation et de structuration. C'est un secteur fortement dominé par l'informel. On y trouve du bas de gamme (une restauration populaire de type informel essentiellement fondée sur une cuisine traditionnelle) au très haut de gamme.

Selon une étude Francis AKINDÈS (1991), à partir du style d'installation et/ou du procédé de vente, on distingue cinq types de lieux de consommation qui se complètent et se font concurrence en matière d'offre alimentaire :

- **les restaurants en établissements fixes** : Ils se partagent entre les «maquis» tenus essentiellement par des femmes, les restaurants-bars et les «kiosques» qui sont du domaine des hommes ;

La demande a fait naître, parallèlement à la progression des établissements fixes, un nombre important de points de vente mobiles ou d'installations beaucoup plus précaires et fonctionnant avec un matériel réduit. Selon le degré croissant de mobilité, on distingue :

- **les restaurants sur tables mobiles** : Généralement installés le long des artères de circulation, ils n'ont pas besoin d'un local de production-vente fixe ;

- **les espaces-restaurants** : Ce sont des superficies aménagées par des petits vendeurs dans le but de répondre à un besoin alimentaire massif. Ils ont l'allure de cantines improvisées autour des écoles, des services publics, administrations ou usines ;

- **les restaurants spontanés** : quant à eux, ils apparaissent à une occasion particulière (chantier, festivité) et disparaissent à leur fermeture. Ils sont assimilables aux précédents et proposent le même type d'alimentation.

- enfin, complètent ce tableau de l'alimentation extérieure les nombreux négociants ambulants proposant chacun une très petite quantité de nourriture, essentiellement d'appoint. Ces vendeurs, sont très mobiles, ils passent très facilement d'un quartier à un autre.

La restauration populaire de type informel présente deux atouts : la confection des plats répondant au goût des abidjanais et des prix tirés au plus bas.

Il existe néanmoins certains restaurants plus formels qui sont de meilleure standing avec un cadre adéquat.

- **Analyse de la concurrence**

Quand bien même que le concept de repas destiné uniquement aux personnes touchés par les MNT soit innovant, une grande première à Abidjan il existe quand même des offres de substitution. Une offre de substitution est une offre qui satisfait le même besoin que le produit ou service proposé dans des conditions d'utilisation ou de consommation et de coût comparables. Il s'agit bien dans ce cas de satisfaction de besoin générique (la faim dans notre cas). Prendre en compte dans l'analyse des offres de substitution revient à considérer son marché sous l'angle du besoin satisfait, donc du client et non plus sous l'angle restreint du produit. Le choix du consommateur sera influencé par l'offre effectivement présente pour satisfaire son désir, la publicité locale, les amis etc.

Des sondages ont désigné les espaces-restaurant définis plus haut comme les lieux de prédilection de 83,2⁸ % des Abidjannais pour épuiser leur pause déjeuner. De ce fait nous les considérons comme principaux concurrents.

Les espaces-restaurant sont en nombre croissant dans la ville d'Abidjan. Ils ont pour spécialité les plats typiquement ivoiriens : les grillades (frit ou braisé) avec les accompagnements classiques (attiéké ou alloco), les soupes (Kedjenou). On y trouve aussi des mets plus traditionnels généralement des légumes, des noix ou des graines dont elles tirent leur appellation : « sauce aubergine, sauce claire, sauce feuille, sauce gombo sec (djoungblé), sauce gombo, sauce graine » avec des accompagnements de (foutou, fofou placali, riz etc.). Ces plats sont massivement consommés dans ces endroits.

Au-delà de sa capacité à fournir une alimentation culturellement adaptée aux goûts des Ivoiriens, la raison majeure qui fait préférer la restauration populaire de type informel est la possibilité de consommer à prix modérés. En effet les prix sont imbattables (de 1 000 à 1 500 F CFA). Les adresses se transmettent de bouche à oreille. Aussi la plupart d'entre eux ne font pas de commandes ni de livraisons. Ils ont aussi pour particularité le temps d'attente qui peut être très long (20 minutes en moyennes).

⁸ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379758>

3.1.1.3. Analyse de l'environnement (les forces de porter)

L'objectif de cette matrice est d'analyser l'environnement concurrentiel de l'entreprise et ces cinq représentent les menaces les plus couramment rencontrées :

- **La menace de nouveaux entrants sur le marché**

Ils constituent une menace pour notre entreprises, car ils risquent de s'accaparer une partie du marché. Leurs actions pèsent sur l'équilibre des forces en présence. En effet en Côte d'Ivoire il n'existe pas de barrière à l'entrée dans le secteur de la restauration. il y'a donc possibilité d'entrer facilement sur le marché et ceci représente une menace élevée pour nous.

- **Le pouvoir de négociation des fournisseurs**

La capacité des fournisseurs à imposer leurs conditions à un marché impacte directement la marge de manœuvre des entreprises engagées sur celui-ci. Dans notre cas,les potentiels fournisseurs de l'entreprse que ce soit pour les produits vivriers,la viande ou les produits maritimes sont très nombreux, il y'a une atomicité des fournisseurs et il n'existe pas de monopole. Le pouvoir des fournisseurs est donc faible.

- **Le pouvoir de négociation des clients**

La principale influence des clients sur un marché se manifeste à travers leur capacité à négocier, leur influence sur le prix et les conditions de vente (termes de paiement, services associés) détermine la rentabilité du marché. Nos produits sont essentiellement destinés aux personnes atteintes de maladies non transmissibles.Ils sont tres regardants sur les prix,ils les comparent aux prix des concurents et cherches toujours les meilleures prix.Leur pouvoir est donc fort car nos prix sont fixés en fonction de leurs attentes.

- **Les produits de substitution**

Les produits de substitution ne font pas partie du marché, mais représentent une alternative à l'offre qui peut s'avérer très attractive. En Côte d'Ivoire principalement dans la ville d'Abidjan,il existe de nombreuses structures et établissements qui proposent des repas pour combler le besoin de se nourrir hors du domicile. Ceux-ci constituent des offres de substitution aux repas proposés par Eat safe. La menace liée aux produits de substitution est élevée vu le nombre pléthorique de ceux-ci.

- **La concurrence intra-sectorielle :**

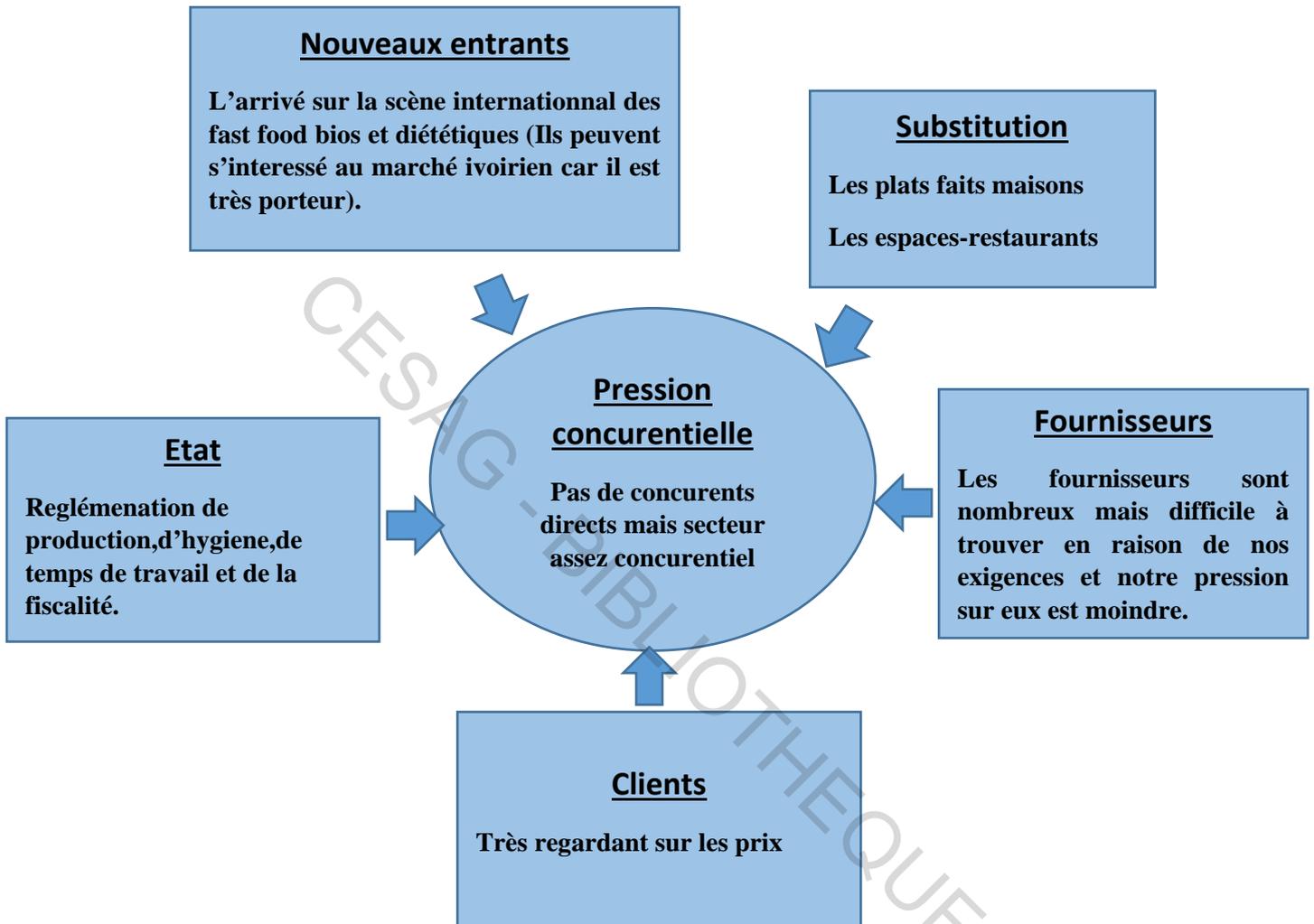
La concentration, la diversité de la concurrence et le rapport de forces entre entreprises peuvent s'inverser rapidement. Les concurrents doivent lutter au sein du secteur pour accroître ou simplement maintenir leur position. Le secteur de la restauration en Côte d'Ivoire est un secteur très porteur, on y trouve de nombreux concurrents. Cependant il n'existe pas vraiment de guerre concurrentielle entre les différents acteurs de ce marché. Les produits proposés sur le marché sont pour la plupart homogènes car tous les repas sont calqués sur les habitudes alimentaires des Ivoiriens à part qu'il existe juste de petites différences en matière de goût. Ces offres ne sont pas essentiellement destinées aux personnes atteintes de maladies non transmissibles, leur cœur de métier n'est pas forcément pareil à la nôtre. Nous retenons donc que la menace est moyenne.

- **le rôle de l'État :**

La politique et la législation mises en œuvre conditionnent en effet la manière dont chacune des forces s'exerce sur le marché. Il existe des réglementations de production, d'hygiène, de temps de travail et de la fiscalité.

Le schéma de Porter permet de mieux visualiser les pressions qui s'établiront sur Eat safe.

Figure 10 : Représentation des forces de Porter



Source : Nous-mêmes

Tableau récapitulatif de l'intensité concurrentielle

Tableau 3: Récapitulatif de l'intensité concurrentiel

Force / intensité	Tres faible	faible	moyen	Forte	Très forte
Clients	1	2	3	✗	5
Fournisseurs	1	✗	3	4	5
Concurrence intra-sectorielle	1	2	✗	4	5
Produits de substitution	1	2	3	✗	5
Nouveaux entrants	1	2	3	✗	5
Synthèse de l'intensité concurrentielle	[5-8]	[9-12]	(13-17) ✗	[18-21]	[22-25]

Source : Nous-mêmes

La synthèse de l'analyse de l'intensité concurrentielle sur la base du modèle de J.P.HELFER et Alii⁹ révèle une intensité concurrentielle moyenne cela signifie que ce secteur a une rentabilité assez élevée. Cependant, bien vrai que Eat Safe n'ait pas de concurrents directs, la menace que représentent les produits de substitutions et les nouveaux entrants n'est pas à négliger.

3.1.2. Analyse interne (Synthèse SWOT)

Après l'analyse du marché, des concurrents de la clientèle et de l'environnement, nous pouvons établir le tableau de nos Forces / Faiblesses et des Opportunités / Menaces de Eat safe.

Le diagnostic interne consiste à analyser ses ressources et ses compétences afin de mettre en évidence celles qui constituent des atouts (ses points forts) et celles qui représentent des faiblesses (ou points faibles).

⁹ J.P et Alii septembre 2004 ,Management ,stratégie et organisation,page 95

Tableau 4 :Analyse SWOT de l'entreprise

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> -Concept innovant -Pas de concurrents directs -Maitrise de la diététique -Plats équilibrés -Produit de bonne qualité -Menu diversifié -Bonne maitrise du management -Livraisons gratuites partout à Abidjan -Techniques de fidelisation de la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> -Nouveau concept donc incertitude du resultat -Notoriété à construire -Prix légèrement élevé par rapport aux produits substitués
Opportunités	Ménaces
<ul style="list-style-type: none"> -Le plan national de prévention et de prise en charge des maladies chroniques non transmissibles axé sur la bonne alimentation -Taux croissant de MNT dans la sous région -Volonté croissante des Abidjannais à manger sains 	<ul style="list-style-type: none"> -Instabilité politique du pays -Taux de pauvreté assez élevé -Fluctuations du prix des denrées alimentaires

Source :Nous-mêmes

3.2.Plan stratégique d'activité

Après avoir effectué l'étude de marché et l'analyse de l'environnement de Eat safe, nous disposons de toutes les informations nécessaires pour élaborer notre stratégie à court terme c'est-à-dire pour le lancement de l'activité, à moyen terme et à long terme (5 ans). Pour avoir une meilleure vision de cette stratégie nous allons présenter le plan stratégique d'activités de l'entreprise à travers la stratégie marketing et le mix marketing.

3.2.1 Stratégie marketing

Elle représente l'ensemble des principaux choix marketing que nous faisons afin de faciliter l'atteinte de nos objectifs. Pour bien servir son marché, une entreprise doit mettre en oeuvre une démarche en trois temps : segmentation, ciblage et positionnement.

3.2.1.1 Segmentation de la clientèle potentielle

« La segmentation du marché consiste à diviser un marché en groupes d'acheteurs distincts et homogènes appelés segment, dont les besoins et les comportements d'achat sont suffisamment semblables pour faire l'objet d'une même offre de produit et devenir la cible d'un plan de marketing. » Kotler et al. (1998, p. 120)

Les personnes atteintes de maladies non transmissibles sont issues de différentes catégories socio-professionnelles. Nous avons donc segmenté notre marché en tenant compte de ces différentes catégories.

La segmentation de la clientèle a été réalisée sur la base des résultats et des données obtenus de l'enquête (questionnaire).

- Cadres, dirigeants d'entreprises :

Caractéristiques : Revenu élevé, gros moyens financiers.

Prescripteurs : Amis, collègues, publicité.

Attentes : Attentifs au service et aux mets de qualité.

Freins : Manque de professionnalisme.

Comportements : Préfèrent les repas complets (entrée -plat de résistance-dessert).

Fidélisation : Partenariats d'entreprises, carte de fidélité.

- Employés de bureau :

Caractéristiques : Revenu moyen.

Prescripteurs : Amis, collègues.

Attentes : Rapidité et qualité des repas (bon goût)

Comportements : Préfèrent les menus avec dessert.

Fidélisation : Carte de fidélité, partenariats d'entreprises.

-Ouvriers et commerçants :

Caractéristiques : Revenu plus ou moins bas.

Prescripteurs : Amis, collègues.

Attentes : Rapidité, repas quantitatifs et menus adaptés à leur habitude alimentaire.

Freins : prix.

Comportements : Préfèrent les menus simples (plat de résistance uniquement).

Fidélisation : Carte de fidélité.

- Etudiants (représentent la minorité)

Caractéristiques : Jeunes.

Prescripteurs : Amis, famille, publicité.

Attentes : Rapidité, menus adaptés à leur habitude alimentaire.

Freins : Prix, horaire irrégulier des pauses déjeuners.

Comportements : Préfèrent les menus simples (plat de résistance uniquement).

Fidélisation : Carte fidélité.

3.2.1.2 Ciblage et positionnement

Les cibles principales sont les travailleurs du secteur privé ou public, et les commerçants. Eat safe devra s'adapter aux exigences de ces deux cibles, et la stratégie devra aller en conséquence.

Pour satisfaire cette cible, nous avons opté pour un positionnement orienté vers le bien manger à l'ivoirienne, c'est-à-dire offrir à la clientèle des choix variés de spécialité ivoiriennes (sains et équilibrés) et répondant aux attentes de manger rapidement.

3.2.2 Marketing mix

Le marketing mix regroupe l'ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit sur son marché. Il fait référence à ce qu'est communément appelé les 4 P du marketing (Produit, prix, place, promotion).

3.2.2.1 Le produit

Le concept de l'entreprise est de commercialiser des repas sains et équilibrés pour les personnes touchées par les MNT et qui doivent prendre soin de leur alimentation sous contrainte de leur revenu. De ce fait, pour répondre aux exigences de la demande, l'entreprise

adoptera une stratégie produit qui repose sur le format des menus proposés. Les menus de Eat Safe seront différenciés par leur composition.

Comme annoncé à la page 22 sont proposés :

- des menus complets : Entrée +plat de résistance + dessert ;
- des menus “half “ : Entrée+ plat de résistance ou plat de résistance + dessert ;
- des menus simples : Plat de résistance uniquement.

Ce choix se justifie par le souci de pouvoir offrir à la clientèle des produits en fonction de son niveau de revenus.

3.2.2.2 Le prix

Les clients considèrent le prix avec une certaine importance,il consitut un critère de choix. La décision de fixation de prix repose sur le trinôme coût/demande/concurrence, De ce fait les prix sont fixés de manière à ne pas faire de perte. Cependant les prix seront légèrement supérieurs à ceux des produits de substitution qui représente de façon indirecte la concurrence. Mais ils resteront quand même accessibles.

En tenant compte des prix recueillis par le sondage, les tarifs proposés sont les suivants :

- Le menu complet : 3000 FCFA
- Le menu “half “ : 2500 FCFA.
- Le menu simple : 2000 FCFA.

Le prix de la livraison est fixé à 500 FCFA pour toutes les communes et est indissociable du prix des repas.

3.2.2.3 La distribution et la communication

La technique de distribution de Eat Safe est la vente directe par livraison. Ainsi nos tricycles assureront la livraison dans les différentes communes que compte la ville d’Abidjan.

Pour ce qui est de la communication, notre concept étant novateur, il est nécessaire pour nous de le faire connaître. En conséquence, un plan de communication devient inévitable. Toutefois, le budget disponible est faible, il va falloir donc tenir compte de ce facteur pour établir un plan de communication cohérent.

L’option porte sur deux types de communication : la communication Média et la communication Hors Média.

- **La communication Média**

Est exclue, tout du moins à moyen terme la télévision car elle a un rapport audience utile/prix, beaucoup trop faible. Alors nous opterons pour la radio et la presse quotidienne.

D'après une étude réalisée par l'agence française d'étude d'audience dans les médias (Médiamétrie : 2017), les radios les plus écoutées en Côte d'Ivoire sont RFI suivie de Nostalgie. Ces fréquences radios rassemblent chacune plus de 250 000 auditeurs au quotidien. Ces chiffres concernent le 1er semestre de l'année 2017.

En ce qui concerne la presse, le journal en tête des ventes est Fraternité matin. Selon les statistiques du deuxième trimestre 2017, de la presse diffusées par le Conseil national de la presse (CNP).

-En ce qui concerne la radio : en rapport avec le panel d'auditeurs de chaque radio, nous pouvons arriver à nous faire entendre par les principales cibles en diffusant des spots publicitaires à des heures stratégiques. Ces heures sont entre 6 heures 30 et 7 heures 30 pour la radio RFI et en soirée pour la radio nostalgie

-Pour la presse quotidienne : l'option se décline en une annonce succincte avec l'apparition du logo accompagné d'une petite description du concept et de l'activité et des identifiants (adresse, téléphone).

- **La communication hors Média**

La communication hors média est essentielle car elle est un moyen souvent peu coûteux.

Si elle est bien maîtrisée peut avoir la même efficacité que la communication média. Comme communication hors Media nous avons optés pour différents canaux :

-Les Promotions : elles ont un coût très faible puisqu'elles utilisent les produits de l'entreprise pour animer les ventes. Nous allons mettre en place des cartes de fidélité. La carte de fidélité est un élément favorisant la fidélité de la clientèle. Elle permet de récompenser à moindre coût la clientèle fidèle. Plus précisément, il s'agit d'offrir un repas au bout de dix (10) repas achetés ;

-internet : L'utilisation d'Internet se démocratise de plus en plus et devient un réel moyen de communication. Nous ferons des publicités sur des sites ciblés tels que Facebook, Le coût des publicités sur Internet étant faible ;

-les messages de "Push" : Ce sont des sms publicitaires envoyés de façon aléatoire ;

-les Flyers et les affiches : enfin, pour appuyer nos diverses communications hors média, il sera vital de mettre en place des flyers et affiches. Celles-ci seront faites par nos soins, le seul coût étant l'impression.

Il est important de relever que ce plan de communication est établi pour le lancement de Eat Safe. A moyen terme, certains postes ne seront plus à prendre en compte ce qui conduira à une baisse des frais engagés pour la publicité après la deuxième année

CESAG - BIBLIOTHEQUE

4. Etude économique et financière

L'étude économique et financière concerne les éléments financiers en relation avec le projet. Il s'agit dans cette partie d'abord de présenter le business Model ensuite de faire l'évaluation du coût des investissements et aussi de déterminer les modalités de financement. Pour faire une analyse de l'exploitation et de la rentabilité. Une analyse de sensibilité et de scénario est également nécessaire.

4.1. Business model

Toute entreprise, quelle que soit sa taille ou son activité, doit mettre en œuvre un business model (modèle d'affaires). En effet, c'est la description générale du projet qui explique comment l'entreprise va créer de la valeur pour le client (quelle offre et quels avantages pour le client et pour quel client), délivrer cette valeur (distribution, communication, relation-clients...) et capturer de la valeur en retour (quelle rentabilité financière, quelle notoriété...). C'est une représentation synthétique des aspects majeurs de l'activité de l'entreprise.

Nous avons opté pour le Business Model CANVAS. C'est un outil pour dresser un état des lieux du modèle économique d'une entreprise. Il est parfaitement adapté à la phase de création, et peut aussi être utilisé pour le lancement d'un nouveau produit ou d'un nouveau service

Tableau 5 : **Business modèle de l'entreprise Eat safe**

<p>Partenaires clés</p> <ul style="list-style-type: none"> Le port Autonome d'Abidjan La Société ivoirienne d'abattage et de charcuterie Socoprix <p>Ces différentes institutions représentent nos principaux fournisseurs.</p>	<p>Activités clés</p> <ul style="list-style-type: none"> L'approvisionnement en matières premières (produits maritimes, viande, vivriers...) Confection des repas Livraison des repas <p>Ressources clés</p> <p>Pour atteindre ses objectifs Eat safe s'appuiera sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> le professionnalisme de son personnel. Un personnel qualifié est gage de bon résultat. La sécurité alimentaire et l'hygiène font partie de nos ressources clés (l'approvisionnement en passant par le stockage des denrées alimentaires, la préparation des repas et la propreté des locaux). 	<p>Offre (proposition de valeur)</p> <p>Eat Safe c'est la production et la livraison de repas dans la ville d'Abidjan qui s'adresse aux personnes atteintes de maladies non transmissibles. Les repas proposés par Eat safe sont donc sains et équilibrés et correspondent parfaitement à leur régime alimentaire.</p>	<p>Relation client</p> <p>Nous souhaitons être à l'écoute des clients, de leurs demandes spécifiques et développer avec chacun des relations professionnelles et amicales, placées sous le signe de la confiance et de la joie de vivre.</p> <p>Pour fidéliser la clientèle nous allons mettre en place un système de récompense à travers les cartes de fidélités qui offrent un repas gratuit au bout de 10 repas achetés.</p>	<p>Segments de clientèle</p> <p>Les personnes atteintes de MNT de la ville d'Abidjan, principalement ceux d'entre eux qui sont en activité. Nous avons segmenté cette cible en 4 :</p> <ul style="list-style-type: none"> Cadre et dirigeant d'entreprise Employés de bureau Ouvrier et commerçant Etudiants <p>Canaux de distribution</p> <p>Les repas Eat safe sont livrés individuellement à chaque client dans toutes les communes d'Abidjan</p>
<p>Structure des coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> Coût variables (les matières premières, entretien des locaux et des machines, Eau, Electricité) Coûts fixes (loyer, internet, ligne téléphonique, masses salariales, les assurances, les amortissements des immobilisations). 		<p>Sources de revenus</p> <p>Les revenus de Eat safe proviennent de la vente quotidienne des repas. Le prix est fixé en fonction du type de repas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Repas complet 3000 FCFA repas half 2500 FCFA repas simple 2000 FCFA <p>Tous les paiements se font au comptant</p>		

4.2. Evaluation des coûts d'investissement

La plupart des montants présentés sont des estimations, des budgets calculés en fonction des informations étant en notre possession et selon le contexte de la création de Eat safe.

4.2.1. Les frais préliminaires

- Frais de constitution

Ce sont les frais initiaux nécessaires et inhérents à tout démarrage d'activité. Ils se composent des frais administratifs tels que les frais de déclaration fiscale d'existence, les frais du notaire, le droit d'enregistrement au registre du commerce, ainsi que d'autres frais annexes.

Tableau 6 : Estimation des frais de constitution

Frais du notaire	120 000
Frais d'immatriculation au RCCM	15 000
Déclaration fiscale d'existence	1 000
Total	136 000

Source : Nous-mêmes

- Le local

Ce sont tous les frais liés à l'obtention et à l'aménagement du local.

Tableau 7 Estimation des frais liés au local

<i>Dépôt et cautionnement</i>	
Caution	2 000 000
Abonnements Eau - Electricité – Téléphone et internet	300 000
Total dépôt et cautionnement (non amortissable)	2 300 000
Aménagement sécuritaire	500 000
Total	2 800 000

Source : Nous-mêmes

4.2.2. Matériel et outillage

C'est l'ensemble des immobilisations à acquérir pour le démarrage du projet. Ils sont constitués de matériel d'exploitation estimés à 9 875 000 FCFA (tableau 4) auxquels s'ajoute d'autres immobilisations.

Tableau 8 : Estimation du montant des immobilisations

Matériel de cuisine	2 675 000
Matériel de livraison	3 200 000
Groupe électrogène	4 000 000
Total matériel	9 875 000
Mobilier de bureau	500 000
Matériel de bureau et informatique	1 200 000
Total	11 575 000

Source : Nous-mêmes

4.2.3. La masse salariale

Les différents salaires du personnel de Eat safe sont consignés dans le tableau ci-après. Après la deuxième année, la masse salariale augmentera de 15%.

Tableau 9: Etablissement de la masse salariale

Poste	Effectif	Rémunération mensuel	Total mensuel	Salaire annuel
Gérant	1	300 000	300 000	3 600 000
Diététicien	1	220 000	220 000	2 640 000
Comptable	1	150 000	150 000	1 800 000
Responsable Commerciale Et Marketing	1	100 000	100 000	1 200 000
Chef Cuisinier	1	125 000	125 000	1 500 000
Cuisinières	3	80 000	240 000	2 880 000
Livreurs	5	35 000	175 000	2 100 000
Masse Salariale	13	1 010 000	1 310 000	15 720 000

Source : Nous-mêmes

4.2.4. Détermination des besoins en fonds de roulement

4.2.4.1. Besoin en fonds de roulement initial

Le besoin en fonds de roulement est la somme dont nous avons besoin pour le fonctionnement de notre activité donc l'exploitation. Dès le lancement de notre entreprise, Nous aurons à faire face à des charges. Ces charges comprennent les achats de matières premières et d'emballage, les frais de personnel, les frais généraux et autres frais. Les revenus au début de l'activité ne permettent pas de couvrir ces charges (c'est d'ailleurs l'engagement de ces charges qui entraînera les revenus).

Le décalage entre la perception des premiers revenus issus de la vente et l'engagement préalable des charges nécessite d'être comblé afin d'assurer la continuité de l'activité.

Au lancement de notre activité, nous avons estimé que le besoin en fonds de roulement initial correspondra à deux (2) mois de charges de fonctionnement (d'exploitation). Après deux mois nous estimons que les recettes pourront couvrir toutes les charges d'exploitation.

Tableau 10 : Estimation du besoin en fonds de roulement initial

Désignation	Année 1
Matières et fournitures	
Eau	33 333
Electricité	200 000
Carburant	136 324
Fourniture de bureau	40 000
Fourniture d'entretien	30 000
Services extérieurs	
Loyer	400 000
Prime d'assurance	40 000
Autre service extérieur	
Publicité	200 000
Frais téléphonique, Internet	60 000
Frais de personnel	
Rémunération du personnel	2 620 000
Cotisation sociales	82 530
Approvisionnement	
Achat de matière première	1 236 672
Achat d'emballage	309 168
Besoin en fonds de roulement	5 388 027

Source : Nous-mêmes

4.2.4.2. *Besoin en fond de roulement d'exploitation*

L'expression simplifiée du BFR est la suivante :

$$\text{BFR} = \text{stocks (matières première)} + \text{créances clients} - \text{dettes fournisseurs}$$

Cependant Eat safe n'accorde pas de crédit à la clientèle et s'approvisionne au comptant. Les créances clients et les dettes fournisseurs sont nulles. Le besoin en fond de roulement est égal au stock de matières premières.

Le stock de matière première est renouvelé chaque fin du mois. Nous faisons en sorte de ne pas garder nos matières premières plus d'un mois. Ainsi le délai de rotation des stocks de matière première est de 30 jours.

Tableau 11 : **Détermination du BFR d'exploitation**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Achat de matières premières	7 420 032	9 275 040	11 174 747	11 174 747	11 174 747
Stocks de matières premières	618 336	772 920	931 229	931 229	931 229
Besoin en fonds de roulement d'exploitation	618 336	772 920	931 229	931 229	931 229
Variation du BFRE	618 336	154 584	158 309	-	-
Dotation au BFRE	931 229				

Source : Nous-mêmes

4.2.5. *Le coût total de l'investissement*

Le coût total d'investissement que nécessite le projet est égal à la somme des frais préliminaires, des dépenses en dépôt et cautionnement, des immobilisations et du besoin en fonds de roulement initial

Tableau 12: **Détermination du coût de l'investissement**

Frais préliminaires amortissables	636 000
Immobilisation corporelles	11 575 000
Dépôt et cautionnement	2 300 000
Besoins en fond de roulement initial	5 388 027
Coût d'investissement	19 899 027

Source : Nous-mêmes

4.3.Modalité de financement

Le montant total d'investissement que nécessite ce projet s'élève à 19 899 027 FCFA. Cet investissement sera financé à 25% par apport personnel et 75% par emprunt bancaire.

Tableau 12 : **Structure de financement**

Ressources	Montant	Pourcentage
Apport personnel	4 899 027	25%
Emprunt bancaire	15 000 000	75%
Total	19 899 027	100%

Source : Nous-mêmes

La recherche de financement pour les nouvelles entreprises (start-up) s'avère très difficile. Cela s'explique par le fait que beaucoup d'acteurs considèrent le financement des start-ups comme une activité à risques au regard de leur incapacité à fournir des garanties nécessaires pour sécuriser les financements bancaires (Défaut de garanties). Cependant, l'Etat ivoirien incite activement les banques à octroyer des prêts aux entrepreneurs en couvrant partiellement les risques de défaillance des PME. Ayant comme garantie l'hypothèque d'une villa de cinq pièces au nom de la promotrice, nous avons opté pour un emprunt remboursable sur 5 ans. La moyenne des taux de base bancaire appliqués en Côte d'Ivoire est de 10,5875 %¹⁰.

Plan de remboursement de l'emprunt bancaire

Montant de l'emprunt : 15 000 000 FCFA

Durée : 5 ans

Remboursement : Amortissements constants

Taux d'intérêt appliqué : 10.6%

¹⁰<https://www.bceao.int/sites/default/files/2018-04/>

Tableau 13 : Amortissement de l'emprunt

Année	Restant dû	Intérêt	Amortissement	Annuité	Valeur nette
1	15 000 000	1 590 000	3 000 000	4 590 000	12 000 000
2	12 000 000	1 272 000	3 000 000	4 272 000	9 000 000
3	9 000 000	954 000	3 000 000	3 954 000	6 000 000
4	6 000 000	636 000	3 000 000	3 636 000	3 000 000
5	3 000 000	318 000	3 000 000	3 318 000	0

Source : Nous-mêmes

• **Dotation aux amortissements**

L'amortissement des immobilisations corporelles se fera de façon linéaire.

Éléments	Montant	Durée	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	valeur résiduelle
Frais préliminaires	636 000	3	212 000	212 000	212 000	0	0	0
Matériel de cuisine	2 675 000	5	535 000	535 000	535 000	535 000	535 000	0
Matériel de livraison	3 200 000	5	640 000	640 000	640 000	640 000	640 000	0
Mobilier de bureau	500 000	5	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	0
Équipement informatique	1 200 000	5	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	0
Groupe électrogène	4 000 000	10	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	2 000 000
Dotations aux amortissements			2 127 000	2 127 000	2 127 000	1 915 000	1 915 000	

Tableau 14: Amortissement des immobilisations

Source : Nous-mêmes

4.4. Analyse de l'exploitation

4.4.1. Estimation du chiffre d'affaire

La proportion de la population active de la ville d'Abidjan atteinte de MNT est élevée (environ 13.12% de la population¹¹). A cet effet, pour la première année, nous prévoyons livrer environ 80 repas par jour. La répartition de ces repas s'est faite en fonction du prix d'acceptabilité des clients issu du questionnaire.

Tableau 15 : Estimation du chiffre d'affaire

Désignation	Repas simple	Repas Half	Repas complet	Total
Nombre de repas vendus	16	42	22	80
Prix	2 000	2 500	3 000	-
Chiffres d'affaires prévisionnels quotidiens	32 000	106 000	67 200	205 200
Nombre de jours effectif de travail ¹²	226			
CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNELS ANNUELS			46 375 200	

Source : Nous-mêmes

L'évolution prévisionnelle du chiffre d'affaires

Nous avons planifié une progression du nombre des repas vendus par jour de 20% les deux premières années suivant le lancement de Eat safe (20 repas de plus chaque année).

Les trois années suivantes correspondent aux années de croisière de l'entreprise c'est-à-dire que l'entreprise atteint sa pleine capacité de production qui s'élève à 120 repas par jours. Le chiffre d'affaire connaîtra donc une stabilité sur tout le restant de cette période.

¹¹ http://www.gouv.ci/_ministere-une.php?recordID=8

¹² Le nombre de jours effectifs de travail correspond aux nombres de jours ouvrés en Côte d'Ivoires

Tableau 16 : Evolution prévisionnelle du chiffre d'affaire

Elément	Année	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Nombre de repas vendus	80	100	120	120	120
Chiffres d'affaires prévisionnels quotidiens	205 200	254 500	306 800	306 800	306 800
Chiffres d'affaires prévisionnels annuels	46 375 200	57 517 000	69 336 800	69 336 800	69 336 800

Source : Nous-mêmes

4.4.2. *Compte de résultat prévisionnel*

Le compte de résultat de présente le chiffre d'affaires de Eat safe, les différentes charges d'exploitation, le résultat d'exploitation, le résultat avant impôt, le résultat net mais également la capacité d'Autofinancement sur les cinq (5) années de l'exploitation.

Tableau 17 : Compte de résultat prévisionnel

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	année 5
Produits d'exploitation HT					
Ventes de marchandises	46 375 200	57 517 000	69 336 800	69 336 800	69 336 800
TOTAL DES PRODUITS	46 375 200	57 517 000	63 268 700	69 336 800	69 336 800
Charges d'exploitation					
<i>Achats</i>					
Achats de matières premières	7 420 032	9 275 040	11 174 747	11 174 747	11 174 747
Achats d'emballage	1 855 008	2 318 760	2 793 687	2 793 687	2 793 687
<i>Autres achats et charges externes</i>				-	
Eau	200 000	250 000	301 205	301 205	301 205
Carburant	817 944	1 022 430	1 231 843	1 231 843	1 231 843
Fournitures de bureau	240 000	300 000	361 446	361 446	361 446
électricité	1 200 000	1 500 000	1 807 229	1 807 229	1 807 229
Location et charges locatives	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Fourniture d'entretien	180 000	225 000	271 084	271 084	271 084
Primes d'assurance	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
Publicité	1 200 000	1 200 000	600 000	600 000	600 000
Frais de téléphone, internet	360 000	450 000	494 505	494 505	494 505
<i>Charges de personnel</i>					
Rémunération du personnel	15 720 000	15 720 000	18 078 000	18 078 000	18 078 000
Charges sociales sur salariés	330 120	330 120	379 638	379 638	379 638
Dotations aux amortissements	2 127 000	2 127 000	2 127 000	1 915 000	1 915 000
Total charges d'exploitations	34 290 104	37 358 350	42 260 384	42 408 384	42 048 384
RESULTAT D'EXPLOITATION	12 085 096	20 158 650	27 076 416	27 288 416	27 288 416
Charges financières	1 590 000	1 272 200	954 000	636 000	318 000
RESULTAT avant impôt	10 495 096	18 886 450	26 122 416	26 652 416	26 970 416
Impôt sur les sociétés (25%)	2 623 774	4 721 613	6 530 604	6 663 104	6 742 604
RESULTAT NET	7 871 322	14 164 838	19 591 812	19 989 312	20 227 812
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	9 998 322	16 291 838	21 718 812	21 904 312	22 142 812

Source : Nous-mêmes

Le résultat net et la CAF sont positifs. Cela signifie d'abord que Eat safe réalise des bénéfices d'exploitation. La CAF représente une trésorerie potentielle dans la mesure où l'entreprise n'a aucune créance de la clientèle.

4.4.3. Budget de trésorerie

Le budget de trésorerie a pour objectif de traduire les dépenses et les recettes prévues sous forme de flux monétaires prévisionnels. On y recense l'ensemble des encaissements et des décaissements sur l'horizon des prévisions financières réalisées. Cela permet aux dirigeants d'avoir une vision globale des flux de trésorerie entrants et sortants de leur entreprise sur une période de temps donnée.

Tableau 18 : Budget de trésorerie

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Encaissement d'exploitation	46 375 200	57 517 000	69 336 800	69 336 800	69 336 800
Total encaissement	46 375 200	57 517 000	69 336 800	69 336 800	69 336 800
Achat de matière première	9 275 040	11 593 800	13 968 434	13 968 434	13 968 434
Salaires et charges sociales	16 050 120	16 050 120	18 457 638	18 457 638	18 457 638
Charges locatives	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Fourniture et services extérieur	4 437 944	5 547 430	8 323 351	8 323 351	8 323 351
TVA à payer	8 347 536	10 353 060	12 480 624	12 480 624	12 480 624
Remboursement emprunt	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
Frais financiers	1 590 000	1 272 000	954 000	636 000	318 000
Total décaissement	45 100 640	50 216 410	59 584 047	59 266 046	58 948 046
Solde de la trésorerie	1 274 560	7 300 590	9 572 753	10 070 754	10 388 754

Source : Nous-mêmes

4.5. Analyse de la rentabilité

4.5.1. Appréciation et pertinence du projet

La rentabilité d'Eat safe est évaluée grâce à trois critères principaux que sont : la Valeur Actuelle Net (VAN), le Taux de Rentabilité Interne (TRI) et le Délai de Récupération du Capital Investi (DRCI)

- **Détermination du coût moyen pondéré (CMPC)**

Le coût moyen pondéré du capital (CMPC), est un indicateur économique, représentant le taux de rentabilité annuel moyen attendu par les actionnaires et les créanciers, en retour de leur investissement.

Le coût des fonds propres comprend deux composantes : un taux d'intérêt sans risque que les investisseurs touchent lors d'un investissement sans risque, et un rendement additionnel qui est compatible avec le niveau du risque pris par l'investisseur lorsqu'il investit dans l'entreprise.

En côte d'Ivoire le taux sans risque est de 6.5289 %¹³. Il correspond aux taux de remboursement des obligations du trésor ivoirien à échéance 5 ans. D'après le rapport trimestriel de UEMOA/Primes de risques, la prime de risque spécifique pour un placement en non coté sur un horizon minimum de 5 ans en Côte d'Ivoire est de 6,83 % au niveau des investisseurs locaux et 8,86 % pour les investisseur étrangers¹⁴. Le taux de 6.83 % sera ajoutée pour à la prime de risque pour constituer le coût des fonds propres qui s'elevera donc à 13.36%.

$$\text{CMPC} = [(K_e * W_e) + (K_d * W_d)(1-t)] / W_e + W_d$$

$$\text{CMPC} = 9.54\%$$

Avec :

K_e : le coût des fonds propres = 13.36%

K_d : le coût de la dette = 10.6%

$W_d (1 - t)$, coût de la dette net d'impôt, car les intérêts de la dette sont déductibles et le taux d'imposition sur les sociétés en Côte d'ivoire est de 25%

W_d et W_e représentent respectivement le poids de la dette et celui des fonds propres dans la structure financière qui s'élèvent à 15 000 000 FCFA et 4 899 027 FCFA.

¹³ <https://www.umoatitres.org/fr/emission/obligations-assimilables-du-tresor-de-cote-divoire-du-19-mars-2019>

¹⁴ <http://abourse.com/articles--n%C2%B0705.html>

- **Calcul des critères de rentabilité**

Le taux d'actualisation retenu pour la VAN est 9.54%.

Tableau 19: Flux net de trésorerie prévisionnel

Désignation	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CAF		9 998 322	16 291 838	21 718 812	21 904 312	22 142 812
Variation du BFR		6 006 363	154 584	158 309		
Reprise du BFR						6 319 256
Valeur résiduelle						2 000 000
Flux entrant		3 991 959	16 137 254	21 560 503	21 904 312	30 462 068
Investissement	14 511 000					
BFR	5 388 027					
Cash-flows	-19 899 027	3 991 959	16 137 254	21 560 503	21 904 312	30 462 068
Cash-flows actualisés	-19 899 027	3 644 293	13 448 819	16 403 657	15 213 834	19 315 044
VAN		48 126 621				
TRI		61.14%				
DRCI		2 ans et 2 mois				

Source : Nous-mêmes

En complément de la VAN, l'indice de profitabilité (IP) est un bon moyen de vérifier la rentabilité d'un projet.

L'IP de ce projet est égal à 3.41 ; Cela signifie que chaque franc CFA dépensé dans cet investissement rapporte une valeur ajoutée de 2.41 FCFA.

Ces indicateurs révèlent que le projet Eat Safe est rentable. En plus le TRI est largement supérieur au CMPC du financement du projet, et le capital investi sera récupéré dans un délai assez court.

4.5.2. Seuil de rentabilité du projet

Le seuil de rentabilité correspond au chiffre d'affaires pour lequel une entreprise ne réalise ni une perte ni un bénéfice, c'est-à-dire lorsque son résultat est nul. Le calcul du seuil de rentabilité est une étape importante car il permet de visualiser à partir de quel montant de chiffre d'affaires l'entreprise couvrira l'ensemble de ses charges et deviendra rentable et sert donc comme un objectif minimal à réaliser.

Tableau 20 : **Seuil de rentabilité et point mort du projet**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaire	46 375 200	57 517 000	69 336 800	69 336 800	69 336 800
Charges variable	12 272 984	15 341 230	18 435 746	18 435 746	18 435 746
Marges/cout variables	34 102 216	42 175 770	50 901 054	34 102 216	50 901 054
TMCV ¹⁵	73%	73%	73%	73%	73%
Charges fixes	23 607 120	23 289 320	24 778 638	24 248 638	23 930 638
Seuil de Rentabilité	32 103 043	31 760 696	33 753 161	32 103 043	32 598 026
Point Mort	249	199	175	167	169

Source : Nous-mêmes

Le point mort, exprimé en jours désigne l'instant où une entreprise atteint son seuil de rentabilité. Il symbolise le moment à partir duquel l'entreprise commencera à faire du profit.

Dans le cas de Eat safe, le point mort est atteint la première à partir du 249^{ème} jour d'activité. Les années suivantes le point mort est atteint plus rapidement.

4.5.3. Rentabilité financière

La rentabilité financière mesure la capacité des capitaux investis (capitaux propres) à dégager un certain niveau de profit. Ce ratio correspond à ce que la comptabilité anglo-saxonne appelle le « Return on equity » ou encore « ROE ». Il permet ainsi d'appréhender la capacité à dégager des profits des seuls capitaux apportés par les actionnaires.

Tableau 21 : **Rentabilité financière du projet**

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultat net	7 871 322	14 164 838	19 591 812	19 989 312	20 227 812
Résultat net en N-1	-	7 871 322	14 164 838	19 591 812	19 989 312
Capital	4 899 027	4 899 027	4 899 027	4 899 027	4 899 027
ROE	1.61	1.11	1.03	0.82	0.81

Source : Nous-mêmes

La rentabilité financière de l'entreprise est élevée cependant elle est décroissante car les bénéfices des années précédentes ne sont pas distribués et constituent des réserves les années qui suivent. Cela tend à augmenter les capitaux propres.

¹⁵ TMCV : Taux moyen sur charges variables

4.6. Analyse de sensibilité et de scénario

4.6.1. Analyse des scénarios

Avant l'année de croisière, le chiffre d'affaire prévisionnel croît de 20% la deuxième année et ensuite de 25% la troisième année.

Du fait de l'incertitude de nos prévisions, nous allons analyser l'évolution de l'entreprise dans un cas de stress scénario où simultanément :

- Le chiffre d'affaire de la première année diminue de 10%
- La progression annuelle du chiffre d'affaire avant les années de croisières est de 10%
- Les charges variables (estimées proportionnellement au chiffre d'affaire) augmentent de 10%

Désignation	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Produit d'exploitation TTC					
Chiffre d'affaires	41 737 680	45 911 448	50 502 593	50 502 593	50 502 593
TOTAL DES PRODUITS	41 737 680	45 911 448	50 502 593	50 502 593	50 502 593
Charges d'exploitation					
<i>Achats de marchandises</i>					
Achats de matières premières	7 345 832	8 162 035	9 833 777	9 833 777	9 833 777
Achats d'emballages	1 836 458	2 040 509	2 458 444	2 458 444	2 458 444
<i>Autres achats et charges externes</i>				-	
Eau	220 000	244 444	294 511	294 511	294 511
Carburant	899 738	999 709	1 204 469	1 204 469	1 204 469
Fournitures de bureau	264 000	293 333	353 414	353 414	353 414
Électricité	1 200 000	1 333 333	1 606 426	1 606 426	1 606 426
Location et charges locatives	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Fourniture d'entretien	198 000	220 000	265 060	265 060	265 060
Primes d'assurance	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
Publicité	1 200 000	1 200 000	600 000	600 000	600 000
Frais de poste, téléphone	396 000	440 000	483 516	483 516	483 516
<i>Charges de personnel</i>				-	
Rémunération du personnel	15 720 000	15 720 000	18 078 000	18 078 000	18 078 000
Charges sociales sur salariés	330 120	330 120	379 638	379 638	379 638
Dotations aux amortissements	2 127 000	2 127 000	2 127 000	1 915 000	1 915 000
Total des charges d'exploitation	34 377 148	35 750 484	40 324 256	40 112 256	40 112 256
RESULTAT D'EXPLOITATION	7 360 532	10 160 964	10 178 337	10 390 337	10 390 337
Charges financières	1 590 000	1 272 200	954 000	636 000	318 000
RESULTAT avant Impôt	5 770 532	8 888 764	9 224 337	9 754 337	10 072 337
Impôt sur les sociétés 25 %	1 442 633	2 222 191	2 306 084	2 438 584	2 518 084
RESULTAT NET	4 327 899	6 666 573	6 918 252	7 315 752	7 554 252
Capacité d'autofinancement	6 454 899	8 793 573	9 045 252	9 230 752	9 469 252

Tableau 22 : compte de résultat après scénario

Source : Nous-mêmes

Tableau 23: Indicateurs de rentabilité après scénario

Indicateurs	Avant test	Après test
VAN	48 126 621	17 080 770
TRI	61.14%	33.86 %
DRCI	2 ans et 2 mois	3 ans et 1 mois
IP	3.41	1.85

Source : l'Auteur

D'après les résultats qui découlent de nos différentes hypothèses, Eat Safe s'avère être un quand même un projet rentable.

4.6.2. Risques liés au projet

- **Risque lié aux troubles socio-politique**

L'année choisie pour le lancement des activités de Eat safe correspond aux élections présidentielles en Côte d'Ivoire. Les perturbations sociales et politiques peuvent avoir des répercussions sur le bon fonctionnement de ce projet.

- **Risque du marché**

Il s'agit du risque lié à l'approvisionnement en matières premières et produits de base. En effet la fluctuation des prix des matières premières est un facteur non négligeable pour le projet.

Pour prévenir ce risque, nous avons choisi d'approvisionner l'entreprise avec des fournisseurs fixes pour avoir la possibilité de signer avec ceux-ci des contrats pour acheter les matières premières à des prix fixes selon les clauses du contrat.

- **Risque opérationnel**

Le risque opérationnel est directement relié aux livreurs. Etant donné que certaines commandes sont payées au comptant il peut avoir risque de fraude de la part des livreurs ; Il y a aussi le cas des accidents ou des pannes qui peuvent perturber le bon déroulement de nos livraisons. Le risque d'incendie, même si nous n'utilisons pas de gaz butane pour la cuisine est non négligeable.

Pour prévenir le risque de fraude des livreurs le choix de ceux-ci et se fera avec la plus grande attention et chaque client qui paie directement à la livraison devra exiger un reçu. Concernant les risques de pannes et d'accidents, il faut noter que tous nos véhicules de livraison seront assurés et contrôlés régulièrement. Pour ce qui est du risque d'incendie, le local de Eat safe sera équipé d'un système de sécurité incendie

Il y'a également le risque d'intoxication alimentaire que peuvent provoquer certains de aliments. Pour prévenir ce risque aucun aliment ne sera conservé plus d'un mois. Le stock de matières premières sera renouvelé chaque début de mois pour éviter la mauvaise conservation ou la contamination des aliments.

- **Risque lié au financement**

L'accès au financement des Startup demeure une problématique en Côte d'Ivoire. C'est pour cela que la promotrice de ce projet entend se rapprocher des structures d'encouragement à l'entreprenariat des jeunes dans le but de faciliter l'obtention de financement.

Conclusion générale

Les maladies chroniques non transmissibles constituent de nos jours un problème croissant de santé publique dans toute la région africaine et représentent une charge socioéconomique importante pour les pays à faible revenu comme la Côte d'Ivoire. De ce fait, l'Etat ivoirien à travers le plan national de prévention et de prise en charge des maladies chroniques non transmissibles, veut s'attaquer résolument à la lutte contre les maladies non transmissibles (MNT) et leurs facteurs de risque. A cette problématique, de réduire le risque de mortalité liée aux MNT, le projet propose une contribution à travers la création d'une EURL de production et de commercialisation de repas sains et diététiques pour les personnes atteintes de ces maladies.

La réalisation de ce projet a conduit d'abord, à analyser les opportunités dans le secteur de l'alimentation du pays, ensuite à analyser les besoins de mise en œuvre et faire la proposition d'un plan de mise en œuvre et enfin l'évaluation de la faisabilité du projet à travers les bases organisationnelles et financières de la structure et enfin à proposer un modèle de financement.

L'analyse des résultats issus de ce processus montre que les indicateurs de mesure de la rentabilité sont positifs. Ils correspondent à une VAN de 48 126 621 à 9.54 %, à un TRI de 61.14 %, et à un l'IP de 3.41. Quand bien même que les résultats de l'analyse financière du projet soient assez satisfaisants, ils peuvent cacher des risques et des menaces qui pèsent sur la mise en œuvre et la réussite du projet.

Bien que ce projet à lui seul ne soit qu'une maigre solution pour la réduction du taux mortalité dû au MNT en Côte d'Ivoire, il a le mérite de créer de la valeur et de contribuer à la promotion de l'entrepreneuriat et de l'emploi des jeunes.

Bibliographie

Ouvrages

- Bridier M., Michailof S. (1995), Guide pratique d'analyse de projets : évaluation et choix des investissements, Washington, Economica 5^e édition.
- de Reviere, B. (2012). Repères sur les théories du changement,3^e,138 pages
- Claude Demeure,Marketing ,6^e édition,426 pages
- Hermiaux, Gérard (2005), *Organiser la conduite de projet*, INSEP Consulting éditions, 152 pages
- J.P et Alii septembre 2004 ,Management ,stratégie et organisation,page 95
- C.Ferret,Savoir et techniques de restaurarnt (tome 2),Paris,Ed 105 pages

Articles,mémoires et rapport

- Gabriel Salathé-Beaulieu (2013) ,théorie du changement TOC,10 pages
- Couque Alice (2010), Une étude descriptive de l'alimentation des patients originaires d'Afrique de l'Ouest diabétiques en France ,84 pages
- Francis Akindès (1991),Restauration populaire et sécurité alimentaire à Abidjan 11 pages
- Lancet (2016),Etude le l'OMS sur les maladies non transmissibles,88 pages
- Banque mondiale serie F n^o 96 Enquêtes sur les ménages dans les pays en développement et les pays en transition ,616 pages

Webographie

-Page web de la BCEAO www.bceao.int

-Page de la banque mondiale www.banquemondiale.org

-Page de la BAD <https://www.afdb.org/fr>

- Page du Ministère ivoirien de la Promotion de la Jeunesse, de l'Emploi des Jeunes et du Service Civique www.jeunesse.gouv.ci/

-DOING BUSINESS : www.francais.doingbusinnes.org

CESAG - BIBLIOTHEQUE

ANNEXES

Annexe 1 : Reformes pour la création d'entreprise

LIBELLE DE LA REFORME	DESCRIPTION DE LA REFORME	NATURE DU DOCUMENT	DATE DE MISE EN VIGUEUR
-Publication de l'avis de constitution d'entreprise en ligne sur le site Internet du CEPICI	Par le passé, l'entrepreneur devait se rendre à Fraternité Matin pour la publication de l'avis de constitution de sa société dans les annonces légales. Ce qui lui prenait du temps et lui coûtait 15 000 FCFA. Désormais, la publication de l'avis de constitution se fait gratuitement en ligne sur le site web du CEPICI automatiquement après l'enregistrement de la société.	<u>Txt 1</u> : Ordonnance n°2014-160 du 2 avril 2014 relative à l'insertion des annonces légales et judiciaires	18 avr.14
		<u>Txt 2</u> : Arrêté Interministériel N°185/MJDHLP/MINC OM du 07 mai 2014 portant habilitation du journal "L'investisseur" du CEPICI et reconnaissance du site internet du CEPICI comme support d'annonces légales	07 mai.14
-Réduction des coûts administratifs de création d'entreprise pour les sociétés commerciales au capital de 10 millions de FCFA maximum	La Côte d'Ivoire a poursuivi les efforts entrepris l'année par une réduction importante des coûts administratifs de création d'entreprise de 83 500 F CFA pour les sociétés commerciales à un capital de 10 millions de FCFA maximum. En d'autres termes les frais d'enregistrement des statuts, de la DNSV, droits de timbre, DFE, bordereau de dépôt... sont supprimés. Aujourd'hui, les frais de création d'entreprise ne se limitent qu'aux frais d'immatriculation au RCCM qui sont passés de 20 000 FCFA à 15 000 FCFA dont 10 000 FCFA pour l'immatriculation au RCCM et 5 000 FCFA de frais de dépôt.	<u>Txt 3</u> : Ordonnance n°2014-162 du 02 avril 2014 portant réduction des coûts fiscaux en cas de création d'entreprises.	23 Avr.14
		<u>Txt 4</u> : Décret n°2014-259 du 14 mai 2014 modifiant l'article 74 du Décret n° 2013-279 du 24 avril 2013 portant tarification des émoluments et frais de Justice en Matière civile, commerciale, administrative et sociale.	14- mai-14

<p>-Réduction des délais de création d'entreprise au Guichet Unique du CEPICI de 48h à 24h</p>	<p>Le Guichet Unique du CEPICI a amélioré ses performances en matière de création d'entreprise en passant de 48 heures à 24 heures, intégrant les délais de publication de l'avis de constitution des entreprises.</p>	<p><u>Txt 5</u> : Arrêté Interministériel N°186/MIM/MJDHLP/MP MB/MCAPP/ du 07 mai 2014 modifiant l'arrêté interministériel N°104/MEMEASPF/MJD HLP/MPMEF/MCAPPME du 25 mars 2013 fixant les délais, procédures et coûts de création et de modification des entreprises au Service des Formalités du Guichet Unique du CEPICI, en ses articles 2, 4, 5 et 6.</p>	<p>07-mai-14</p>
<p>-Levée de l'obligation de passage chez le notaire pour l'établissement des actes de constitution pour les sociétés de type SARL</p>	<p>Désormais, avec les nouvelles lois adoptées par l'Etat ivoirien conformément aux réformes communautaires de l'OHADA :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le créateur d'entreprise n'est plus obligé de passer devant un notaire pour créer une entreprise de type SARL. Le choix est laissé à l'entrepreneur de passer par un notaire ou de créer directement son entreprise par acte sous seing privé. <p>Diffusion des Statuts types Sous Seing Privé En vue d'accompagner les créateurs d'entreprise dans le processus de constitution d'entreprise par acte sous seing privé, le Gouvernement met à la disposition des créateurs, des statuts types sous seing privé sur le site Internet du CEPICI, des organisations socio-professionnelles et dans les Tribunaux de Commerce.</p>	<p><u>Txt 6</u> : Ordonnance n° 2014-161 du 2 avril 2014 relative à la forme des statuts et au capital social de la société à responsabilité limitée.</p> <p><u>DocSupp 1</u> : Statut-types sous seing privé.</p>	<p>18 avr.14</p>
<p>-Levée de l'exigence du capital Minimum pour les sociétés de type SARL</p>	<p>Depuis la Session du Conseil des Ministres des 30 et 31 janvier 2014, l'OHADA a ramené au droit interne des pays, la possibilité de légiférer relativement au capital social pour les SARL. Tirant avantage de cette réforme, la Côte d'Ivoire a donné le droit au créateur de décider du montant de leur capital social, tout en respectant la part de la part sociale fixé par l'OHADA à 5 000 FCFA.</p>	<p><u>Txt 6</u> : Ordonnance n° 2014-161 du 2 avril 2014 relative à la forme des statuts et au capital social de la société à responsabilité limitée</p>	<p>18 avr.14</p>

Annexe 2 :Listes des ustensiles et électro-ménagers de cuisine

Fourchettes	5250
Cuillère	5600
Ecumoire	4200
Couteaux	3850
Louche	4200
Marmites	28000
Casseroles	24500
Poêles	17500
Passoires	7000
Bains-marie	35000
Balances	8750
Batteurs mélangeurs	28000
Blender	38500
Cuiseurs vapeur	21000
Essuie-mains	10500
Friteuses	29750
Grillades	8750
Hachoirs à viande	17500
Micro-ondes	35000
Poubelles à pédale	3500
Stérilisateurs à couteaux	10850
Trancheurs	7000
Vêtements professionnels	35000
Total	350000

Annexe 3 : Frais de publicité engagés

Apparition dans fraternité matin	240 000
Spot radio 15 secondes à Nostalgie	360 000
Spot radio 15 secondes à RFI	420 000
Flyers et affiches	120 000
Message push	60 000
Total	1 200 000

Annexe 4 : Listes des mobiliers de bureau

Désignation	Quantité	Coût unitaire	Montant total
bureau complet pour personnel	4	80 000	320 000
meuble de rangement	4	32 500	83 154
chaises pour visiteurs	10	5 000	50 000
TOTAL		500 000	

Annexe 5: Illustration de barquettes



Annexe 6 : illustration de sac kraft



Annexe 7 : Illustration d'un tricycle de livraison





Annexe 8 : : illustration d'un espace restaurant

Annexe 9 : Caracteristiques des repas Eat safe

Caractéristiques des repas proposés

- ✓ Nos plats seront confectionnés uniquement à base d'huiles végétales suivant leur teneur en acides gras et en oméga 3;
- ✓ Nous privilégions les aliments riches en fibres alimentaires;
- ✓ Nous portons une attention particulière aux portions et à la répartition des aliments contenant des glucides
- ✓ Nous sélectionnons uniquement les poissons les plus riches en oméga 3 notamment les poissons blancs;
- ✓ L'utilisation de sel dans nos repas est limitée nous optons pour les épices, et assaisonnements sans sodium;
- ✓ Pour les desserts sucrés nous utilisons du sucre végétal.

Annexe 10 : Questionnaire

Questionnaire

Dans le cadre d'un projet de fin d'étude concernant l'alimentation des personnes touchées par les maladies non transmissibles (les maladies cardio-vasculaires, le diabète, l'hypertension, l'insuffisance rénales...) nous vous soumettons ce questionnaire. Si vous êtes vous même touché par l'une de ces maladies ou si vous avez un proche qui l'est nous vous prions de bien vouloir y répondre.

*Obligatoire

De quel genre êtes vous?

- Masculin
- Féminin

De quelle catégorie socio-professionnelle êtes vous ? *

- Travailleur du secteur privé
- Travailleur du secteur public
- Commerçant(e)
- Entrepreneur
- Etudiant(e)
- Sans emplois

De quel type de maladie non transmissible souffrez vous ? *

Par autre il s'agit de préciser une autre maladie non transmissible qui demande un suivi régulier (alimentation) non énumérée dans cette liste

- Maladie cardio-vasculaire
- AVC
- Diabète
- Insuffisance rénale
- hypertension artérielle
- Autre : _____

Depuis combien de temps avez vous été diagnostiqué?

Votre réponse _____

Avez vous un régime spécial conseillé par le médecin ? *

Exemple : ne plus consommer de sel, réduire le cholestérol, éviter certains aliments, privilégier d'autres aliments...

- Oui
- Non

Arrivez vous à respecter strictement ces restrictions au quotidien? *

- Oui
- Non

Si non, l'une des raisons serait-elle qu'à votre pause déjeuner vous ne trouvez pas de repas convenables ? *

- Oui
- Non

Comment avez vous l'habitude de manger à votre pause déjeuner ? *

- Dans un restaurant
- A la cafétéria de votre entreprise
- Vous emportez des plats de la maison
- Autre : _____

Souhaitez vous avoir une structure qui vous confectionne et vous livre quotidiennement des plats (déjeuners) qui respectent votre régime alimentaire ? *

- Oui
- Non

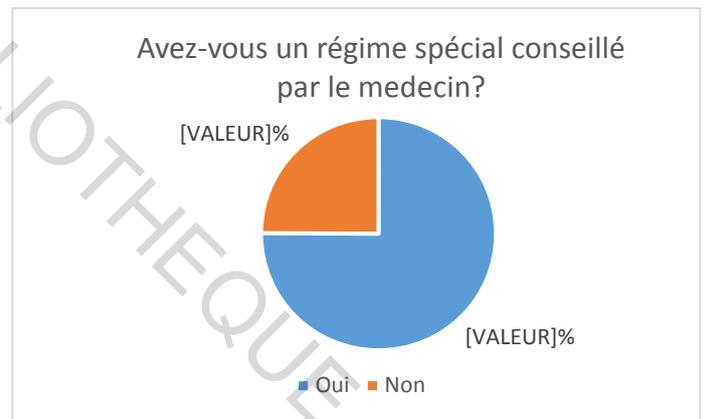
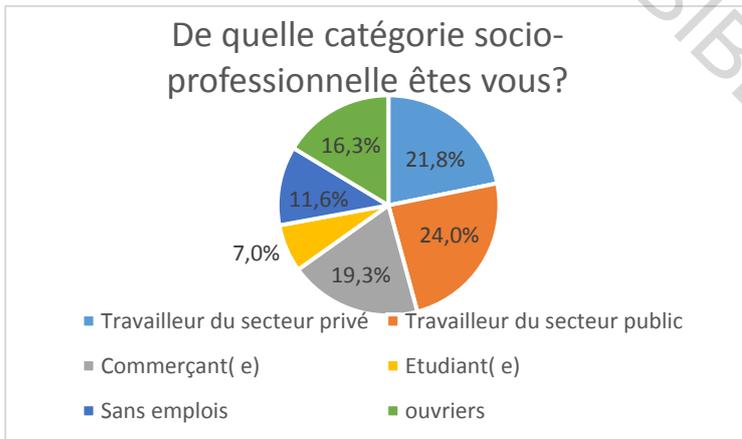
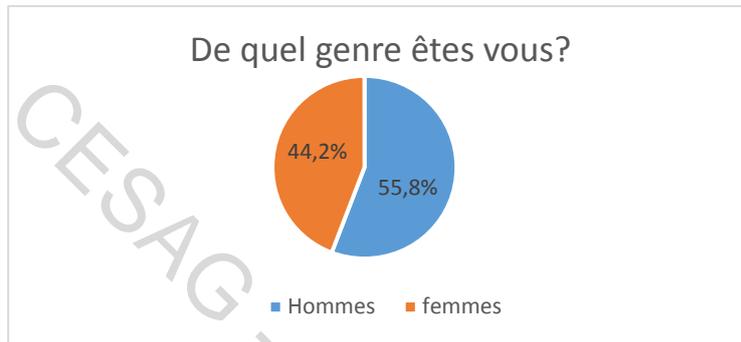
Si oui, quel type de repas souhaiteriez vous ?

- Menu complet (Entrée+plat de résistance+dessert)
- Entrée et plat de résistance
- Plat de résistance et dessert
- Plat de résistance uniquement

Combien seriez vous prêt a payer pour ces repas ?

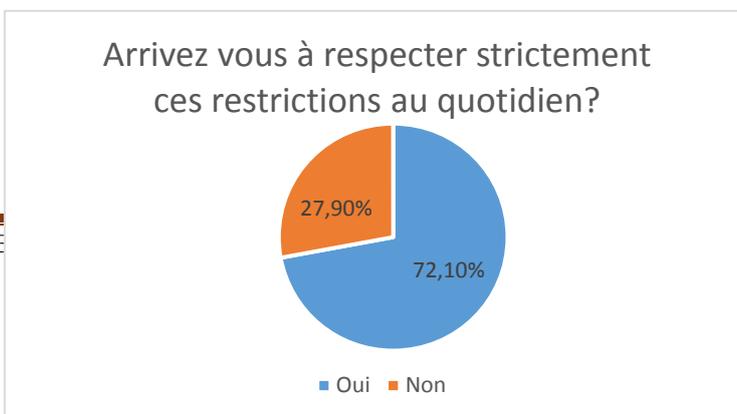
Vous cocherez le prix en fonction du type de repas choisis

- Moins de 1500 FCFA
- Entre 1500 FCFA et 2500 FCFA
- Entre 2500 FCFA et 3000 FCFA
- Plus de 3000 FCFA

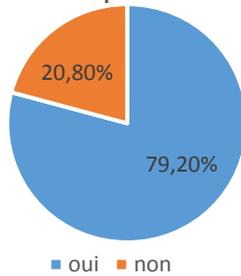


au questionnaire

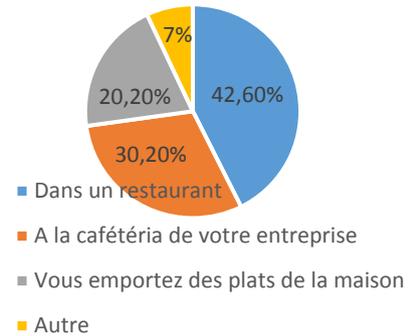
Annexe 11 :Réponses



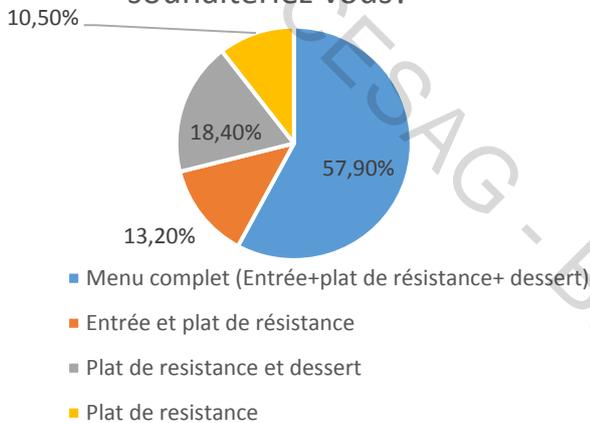
Si non, l'une des raisons serait-elle qu'à votre pause déjeuner vous ne trouvez pas de repas convenables?



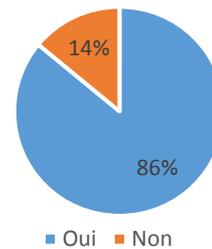
Comment avez vous l'habitude de manger à votre pause déjeuner?



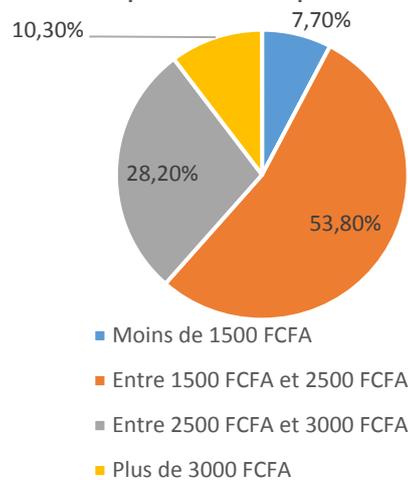
Si oui, quel type de repas souhaiteriez vous?



Souhaiteriez vous avoir une structure qui vous confectionne et vous livre quotidiennement des plats (déjeuners) qui respectent votre régime alimentaire?



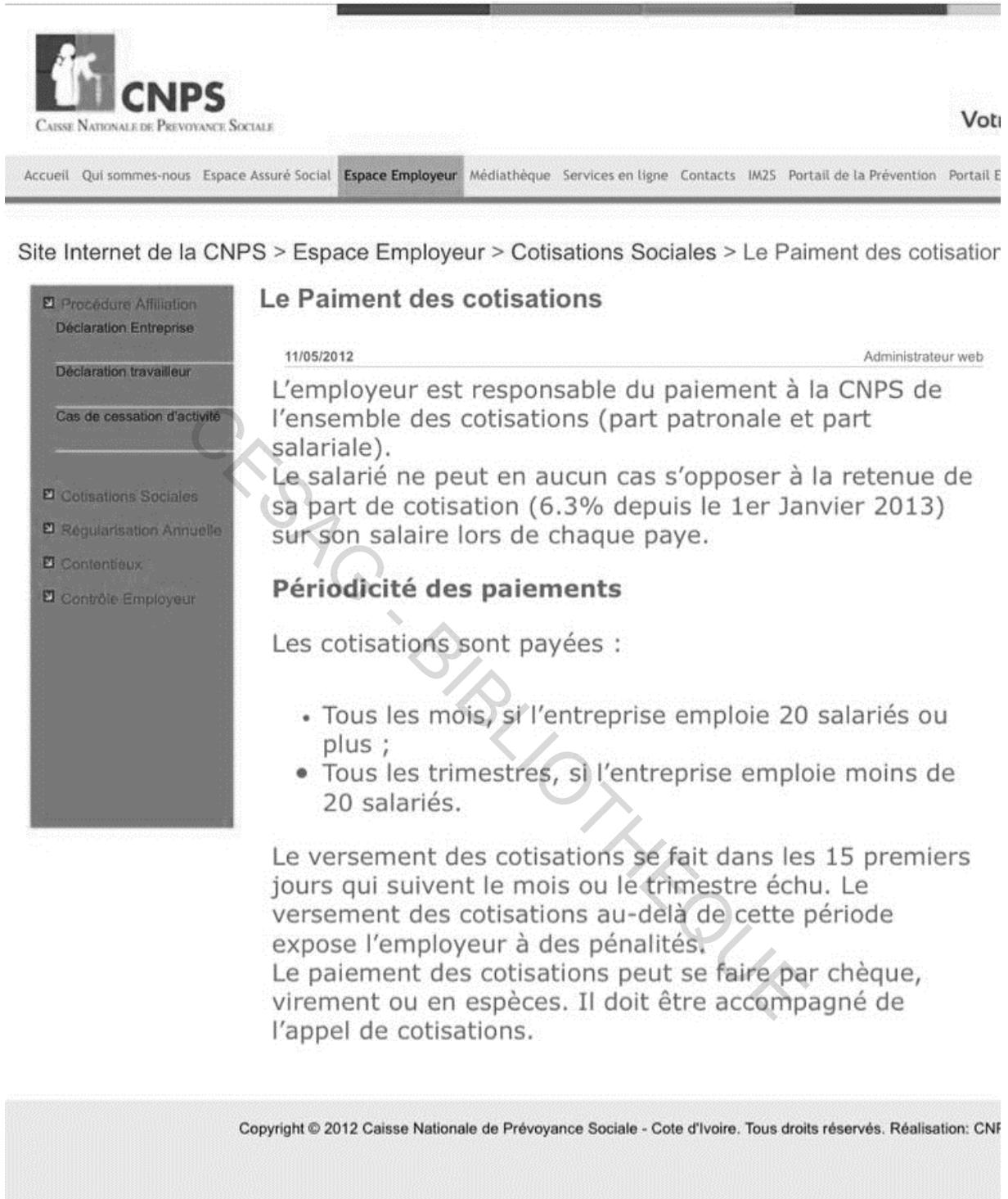
Combien seriez vous prêt à payer pour ces repas?



Annexe 12 : Calcul des indicateurs de rentabilité après scénario

Designation	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CAF		6 454 899	8 793 573	9 045 252	9 230 752	9 469 252
Variation du BFR		618 336	154 584	158 309		
Reprise du BFR						6 319 256
Valeur résiduelle						2 000 000
Flux entrant		5 836 563	8 638 989	8 886 943	9 230 752	17 788 508
Investissement	14 511 000					
BFR	5 388 027					
Cash-flows	-19 899 027	5 836 563	8 638 989	8 886 943	9 230 752	17 788 508
Cash-flows actualisés	-19 899 027	5 328 248	7 199 751	6 761 362	6 411 301	11 279 136
VAN		17 080 770				
TRI		33.86%				
DRCI		1.85				

Annexe 13: Taux des charges sociales sur salariés



The screenshot shows the website of the Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNPS). The header includes the CNPS logo and the text 'CAISSE NATIONALE DE PREVOYANCE SOCIALE'. A navigation menu contains links for 'Accueil', 'Qui sommes-nous', 'Espace Assuré Social', 'Espace Employeur', 'Médiathèque', 'Services en ligne', 'Contacts', 'IM25', 'Portail de la Prévention', and 'Portail E'. A 'Vote' button is visible on the right.

The main content area is titled 'Le Paiment des cotisations' and is dated '11/05/2012'. It is authored by 'Administrateur web'. The text explains that the employer is responsible for paying the social contributions to the CNPS, including both the employer's and the employee's parts. It states that the employee cannot oppose the deduction of their share (6.3% since January 1, 2013) from their salary upon payment.

A sidebar on the left contains a menu with the following items: 'Procédure Affiliation', 'Déclaration Entreprise', 'Déclaration travailleur', 'Cas de cessation d'activité', 'Cotisations Sociales', 'Régularisation Annuelle', 'Contentieux', and 'Contrôle Employeur'. The 'Cotisations Sociales' item is highlighted.

The section 'Périodicité des paiements' specifies that contributions are paid monthly for companies with 20 or more employees, and quarterly for those with fewer than 20 employees. It also notes that payments must be made within 15 days of the end of the month or quarter, and that late payments incur penalties. Payment methods include check, bank transfer, or cash, and must be accompanied by a contribution notice.

At the bottom of the page, a copyright notice reads: 'Copyright © 2012 Caisse Nationale de Prévoyance Sociale - Cote d'Ivoire. Tous droits réservés. Réalisation: CNF'.

TABLES DES MATIERES

FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET	I
DEDICACES	II
REMERCIEMENTS	III
SOMMAIRE	IV
LISTE DES FIGURES.....	VI
LISTE DES TABLEAUX.....	VII
INTRODUCTION GENERALE	1
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET.....	4
1.1. PRESENTATION DU CONTEXTE PAYS	4
1.2. ETAT DE LA SITUATION ET OPPORTUNITE.....	7
1.2.1. Amelioration du climat des affaires en Côte d'ivoire	7
1.2.2. Mesure d'incitation à l'entrepreneuriat.....	8
1.3. PRESENTATION DE L'IDEE	10
1.3.1. Idée du projet.....	10
1.3.2. La vision.....	10
1.3.3. Mission, activité et cœur de métier.....	10
1.3.4. Facteurs clés de succès.....	11
1.4. RESULTATS ATTENDUS DU PROJET (THEORIE DU CHANGEMENT).....	11
1.5. PLAN DE MISE EN ŒUVRE.....	12
2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE.....	15
2.1. CHOIX DU STATUT JURIDIQUE.....	15
2.2. PRESENTATION DE LA PROMOTRICE	15
2.3. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE	16
2.3.1. Organigramme de la société.....	16
2.3.2. Effectifs	17
2.4. EVALUATION DE LA FAISABILITE TECHNIQUE DU PROJET	18
2.4.1. Choix de la zone d'implantation	18
2.4.2. Besoins matériels	19
2.4.3. Les batiments administratifs.....	19
2.4.4. Processus de production et de livraison.....	20
2.4.4.1. Processus de production.....	20
2.4.4.2. Le processus de livraison	22
3. ETUDE DE MARCHÉ ET STRATEGIE MARKETING	23
3.1. ETUDE DE MARCHÉ	23
3.1.1. Analyse du micro-environnement	23
3.1.1.1. Analyse de la demande	23
3.1.1.2. Analyse de l'offre.....	27
3.1.1.3. Analyse de l'environnement (les forces de porter)	30
3.1.2. Analyse interne (Synthèse SWOT).....	33
3.2. PLAN STRATEGIQUE D'ACTIVITE.....	34
3.2.1. Stratégie marketing	35
3.2.1.1. Segementation de la clientèle potentielle	35
3.2.1.2. Ciblage et positionnement.....	36

3.2.2 <i>Marketing mix</i>	36
3.2.2.1 <i>Le produit</i>	36
3.2.2.2 <i>Le prix</i>	37
3.2.2.3 <i>La distribution et la communication</i>	37
4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE.....	40
4.1. BUSINESS MODEL	40
4.2. EVALUATION DES COUTS D'INVESTISSEMENT	42
4.2.1. <i>Les frais préliminaires</i>	42
4.2.2. <i>Matériel et outillage</i>	43
4.2.3. <i>La masse salariale</i>	43
4.2.4. <i>Détermination des besoins en fonds de roulement</i>	44
4.2.4.1. <i>Besoin en fonds de roulement initial</i>	44
4.3. MODALITE DE FINANCEMENT	46
4.4. ANALYSE DE L'EXPLOITATION	48
4.4.1. <i>Estimation du chiffre d'affaire</i>	48
4.4.2. <i>Compte de résultat prévisionnel</i>	49
4.4.3. <i>Budget de trésorerie</i>	50
4.5. ANALYSE DE LA RENTABILITE	51
4.5.1. <i>Appréciation et pertinence du projet</i>	51
4.5.2. <i>Seuil de rentabilité du projet</i>	53
4.5.3. <i>Rentabilité financière</i>	54
4.6. ANALYSE DE SENSIBILITE ET DE SCENARIO	55
4.6.1. <i>Analyse des scénarios</i>	55
4.6.2. <i>Risques liés au projet</i>	57
CONCLUSION GENERALE	58
BIBLIOGRAPHIE	I
WEBOGRAPHIE	II
ANNEXES	III
TABLES DES MATIERES	XV