



# 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 : Marchés Financiers & **Finance d'entreprise**

**MISE EN PLACE D'UNE UNITE DE PRODUCTION ET DE  
COMMERCIALISATION DE PRODUIT INFANTILE A BASE DE CEREALES  
LOCALES AU SENEGAL : BABYSAFE.**

Par:

M. Chek Sidi Mohamed OUEDRAOGO

Sous la supervision de :

M. Alioune CISSE  
Enseignant Associé au CESAG

Soutenu publiquement à Dakar, le .....

Président du jury : .....

**Membre du jury :** .....

Membre du jury : .....

*« 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 ».*

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales  
au Sénégal : Babysafe.

## **DEDICACE**

Je dédie ce document à ma famille qui a toujours cru en moi et m'a soutenu à  
chaque étape de mon parcours.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## REMERCIEMENTS

Je remercie :

- ✚ M. Alioune CISSE, Enseignant associé en gestion de projet pour ses enseignements, sa disponibilité effective et l'accompagnement dans l'élaboration de ce projet ;
- ✚ Les membres de la coordination MBF pour leur dévouement au rayonnement du programme, leur attachement et soutien aux participants du programme ;
- ✚ Mes très chers amis, Jean-Philippe KRA, Jaurès YEBOUA, Kevin ASSI, Ivano KOUMI, Yves-Alain POPE, Sékou OUATTARA, Serge OUEDRAOGO, Teddy KOMBASSERE, pour leur accueil à Dakar, leur aide et pour avoir rendu mon séjour agréable au Sénégal.
- ✚ Mes promotionnaires et amis avec qui nous avons partagé d'excellents moments cette année.
- ✚ Et à tous ceux et celles qui m'ont aidé de près ou de loin.

Que le Seigneur vous bénisse et vous protège !

## **LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS**

<b>ANPEJ :</b>	Agence Nationale pour la Promotion de l'Emploi des Jeunes
<b>ANSD :</b>	Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie
<b>BCEAO :</b>	Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest
<b>BFR :</b>	Besoin en Fonds de Roulement
<b>CA :</b>	Chiffre d'Affaires
<b>CESAG :</b>	Centre Africain d'Études Supérieures en Gestion
<b>DER :</b>	Délégation Générale à l'Entrepreneuriat Rapide
<b>DRCI :</b>	Délai de Récupération du Capital Investi
<b>EBE :</b>	Excédent Brut d'Exploitation
<b>FCFA :</b>	Francs de la Communauté Financière Africaine
<b>IP :</b>	Indice de Profitabilité
<b>PIB :</b>	Produit Intérieur Brut
<b>PMBF :</b>	Programme Master en Banque et Finance
<b>PSE :</b>	Programme Sénégalais pour l'Entrepreneuriat
<b>PSEJ :</b>	Programme Sénégalais pour l'Entrepreneuriat des Jeunes
<b>ROE :</b>	Return On Equity
<b>ROI :</b>	Return On Investment
<b>SARL :</b>	Société à Responsabilité Limitée
<b>SWOT :</b>	Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Treats

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

**TRI :** Taux de Rentabilité Interne

**UEMOA :** Union économique et Monétaire Ouest Africaine

**UNICEF :** United Nations Children's Fund

**VAN :** Valeur Actuelle Nette

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

## FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET

<b>Titre du projet</b>	Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe
<b>Forme juridique</b>	SARL
<b>Secteur d'activité</b>	Agro-alimentaire
<b>Localisation du projet</b>	La région de Kolda au Sénégal
<b>Promoteur</b>	
<i>Nom et Prénoms</i>	OUEDRAOGO Chek Sidi Mohamed
<i>Adresse</i>	Dakar,
<i>Téléphone</i>	+221 781483563
<b>Date de démarrage</b>	Janvier 2021
<b>Date de réalisation</b>	5 ans
<b>Coût total du projet</b>	77 376 419 FCFA
<b>Apport personnel</b>	58 000 000 FCFA
<b>Montant de l'emprunt</b>	19 376 419 FCFA
<b>Durée de remboursement</b>	60 mois
<b>Nombre d'emplois créés</b>	18
<b>Valeur actuelle nette (VAN)</b>	120 711 311
<b>Taux de rentabilité interne (TRI)</b>	47,56%
<b>Délai de récupération du capital (DRC)</b>	1 an 9 mois 22 jours
<b>Indice de profitabilité (IP)</b>	2,56

## LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET FIGURES

### Liste des tableaux

Tableau 1 : Diagramme de Gantt.....	10
Tableau 2 : Exemple de formules déjà commercialisées en Afrique .....	16
Tableau 3 : Capacité de production annuelle en tonnes .....	17
Tableau 4 : Gestion et système de rémunération des ressources humaines.....	22
Tableau 5 : Analyse du macro-environnement à travers le PESTEL .....	23
Tableau 6 : répartition de la population âgée de moins de cinq (5) ans selon les régions... 26	
Tableau 7 : Evaluation de l'intensité concurrentielle : méthode de Likert.....	36
Tableau 8 : Analyse fonctionnelle .....	37
Tableau 10 : Matrice d'Igor Ansoff.....	37
Tableau 11 : Stratégies génériques de Porter.....	38
Tableau 12 : Business Model Canvas.....	44
Tableau 13 : frais d'établissement à la constitution .....	45
Tableau 14 : Immobilisation à acquérir.....	45
Tableau 15 : Besoin en fonds de roulement .....	47
Tableau 16 : Synthèse des coûts d'investissement.....	47
Tableau 17 : Amortissement de l'emprunt .....	49
Tableau 18 : Chiffres d'affaires prévisionnel.....	49
Tableau 19 : Masse salariale annuelle .....	50
Tableau 20 : Charges d'exploitation.....	50
Tableau 21 : Compte de résultat prévisionnel .....	51
Tableau 22 : Appréciation de la rentabilité du projet.....	55
Tableau 23 : Résultat du scénario.....	57

### Liste des graphiques

Graphique 1 : Répartition du capital .....	12
Graphique 2 : Proportion ayant des enfants de 0 à 4 ans et qui achète la farine infantile... 28	
Graphique 3 : Lieux d'achat de la farine infantile.....	28



Graphique 4 : Somme moyenne dépensée par mois dans les farines infantiles .....	29
Graphique 5 : Quantité de farine achetée .....	30
Graphique 6 : Produits fréquemment achetés.....	30
Graphique 7 : Structure de financement du coût du projet.....	48
Graphique 8 : Evolution du résultat net et la CAF .....	53
Graphique 9 : Evolution du ROI.....	56
Graphique 10 : Evolution du ROE .....	56

### Liste des figures

Figure 1 : Organigramme .....	15
Figure 2 : Ligne de fabrication et maîtrise du procédé.....	19
Figure 3 : Intensité concurrentielle de M. Porter.....	34

## **LISTE DES ANNEXES**

Annexe 1 : Prévalence de la malnutrition au niveau national de 2005 à 2017.....	III
Annexe 2 : Récapitulatif des cultures céréalières au Sénégal .....	IV
Annexe 3 : Image d'un cuiseur extrudeur de 2 <sup>de</sup> génération .....	V
Annexe 4 : Questionnaire .....	VI
Annexe 5 : Point mort.....	VI
Annexe 6 : Tableau d'amortissement des immobilisations .....	VIII
Annexe 7 : Flux net de trésorerie prévisionnelle.....	X
Annexe 8 : Tableau de flux de trésorerie.....	XI
Annexe 9 : Calcul du ROI et du ROE .....	XI

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## SOMMAIRE

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	iii
FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET.....	v
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET FIGURES .....	vi
LISTE DES ANNEXES .....	viii
SOMMAIRE.....	ix
INTRODUCTION.....	1
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET .....	5
1.1. Présentation du contexte pays .....	5
1.2. Etat de la situation et opportunités .....	7
1.3. Présentation du projet .....	8
1.4. Impacts du projet .....	9
1.5. Plan de mise en œuvre.....	10
2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE .....	11
2.1. Choix du statut juridique .....	11
2.2. Présentation du promoteur et de l'équipe de projet.....	12
2.3. Structure organisationnelle.....	13
2.4. Evaluation de la faisabilité technique.....	15
Source : Nous-mêmes.....	23
3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING.....	23
3.1. Etude de marché .....	23
3.2. Plan stratégique général.....	37
3.3. Plan stratégique d'activités.....	39
4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE .....	43
4.1. Business Model Canvas.....	43
4.2. Evaluation du coût des investissements.....	45
4.3. Modalité de financement .....	48
4.4. Analyse de l'exploitation.....	49
4.5. Analyse de la rentabilité .....	54
4.6. Analyse de la sensibilité et de scénario .....	57
4.7. Cartographie des risques.....	58

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales  
au Sénégal : Babysafe.

CONCLUSION .....	59
BIBLIOGRAPHIE .....	I
ANNEXES .....	II
TABLE DES MATIERES.....	XIII

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**INTRODUCTION**

L'agriculture en général joue un rôle fondamental dans l'économie du Sénégal. Le secteur de l'agriculture représente 16 % du PIB en 2017, alors qu'il n'était qu'à 7,1 % en 2012. C'est à dire que le Sénégal a une grande tradition agricole et un secteur qui emploie près de la moitié de la population active<sup>1</sup>.

L'agriculture représente la principale activité du secteur primaire. Elle constitue un secteur de création de richesse et de réduction de l'insécurité alimentaire, en particulier pour les populations rurales. Le Sénégal regorge d'un potentiel énorme en agriculture. Les principales productions agricoles du Sénégal sont les céréales notamment le mil, le maïs, le sorgho et le riz. L'arachide demeure la principale culture de rente, suivi par les fruits et légumes. En effet, La production de céréales s'est améliorée de 51,9%, sous les effets conjugués de la hausse des superficies emblavées et des rendements. En dehors du fonio qui a enregistré une baisse (13,7%), les autres spéculations céréalières ont enregistré un accroissement de leur production, notamment le riz (54,6%), le mil (37,8%), le sorgho (60,4%) et le maïs (92,6%)<sup>2</sup>. Cependant, ces performances demeurent limitées par sa dépendance à un régime pluviométrique irrégulier. A cet égard, l'Etat, à travers sa politique de développement de l'agriculture irriguée, mène des programmes pour atténuer ce phénomène.

La population sénégalaise est caractérisée par sa grande jeunesse : 41% de la population est âgé de moins de 15 ans. Les enfants de moins de 5 ans représentent 18% et les femmes en âge de reproduction (15-49 ans), quant à elles, 23,4% de la population générale. L'indice synthétique de fécondité est de 4,9 enfants par femme en 2017. Il est plus élevé en milieu rural avec 6,3 enfants par femme<sup>3</sup>.

<<Tirer pleinement profit du dividende démographique>> ce terme qui a mené les actions et la stratégie de l'Union Africaine lors de son précédent mandat. L'Afrique aura pleinement d'opportunités si elle arrive à libérer le potentiel de sa jeunesse.

Cependant plusieurs problèmes minent l'épanouissement de notre jeunesse africaine notamment : l'employabilité, la formation, l'éducation, la nutrition etc.

Cette jeunesse qui fait aujourd'hui la fierté du Sénégal est d'abord fortement représentée par des enfants d'où la prise en considération de leurs difficultés est une question urgente à laquelle

---

<sup>1</sup> <http://www.economiesafricaines.com/les-territoires/senegal/les-secteurs-d-activite/le-secteur-agricole>

<sup>2</sup> <http://www.ansd.sn/ressources/ses/chapitres/9-agriculture-SESN.pdf>

<sup>3</sup> Rapport ANSD / situation économique et sociale du Sénégal en 2016

nous devons répondre. Parmi les problèmes auxquelles les enfants font face la question de la nutrition est d'autant plus d'actualité.

La malnutrition affecte le développement individuel (cognitif, psychomoteur, social, émotionnel) et réduit les capacités d'apprentissage et les performances scolaires. Elle entraîne ainsi des conséquences au niveau socio-économique à long terme (faible productivité, faibles revenus ...) avec une forte incidence sur la mortalité particulièrement celle des enfants de moins de 5 ans.

Se définissant comme étant l'ensemble des interactions entre la santé et l'alimentation relevant du bien-être individuel comme collectif et du développement socio-économique, une bonne nutrition est un fondement essentiel au développement de l'être humain.

Au Sénégal, la mortalité néonatale est estimée à 29 pour mille naissances vivantes et celle infanto juvénile est de 592 pour mille naissances vivantes. La malnutrition par déficit serait associée d'une manière directe ou indirecte à un tiers de ces décès d'enfants dans le pays, contre 45% de ces décès au niveau mondial. Par ailleurs, les conséquences économiques de la malnutrition représentent des pertes annuelles équivalant à 11% du produit intérieur brut (PIB) en Afrique et en Asie<sup>4</sup>. C'est pour apporter notre contribution à la résolution de ces problèmes que nous avons consacré notre projet professionnel de Master en Banque et Finance (MBF) à traiter du thème « **Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe** ».

L'activité de l'entreprise consistera à proposer à la population sénégalaise une farine infantile instantanée de qualité née d'une production locale qui respecte la terre qui la nourrit.

Avant de se décider à investir dans un projet, l'objectif d'un investisseur ou d'un entrepreneur est de rentabiliser son activité mais aussi la pérenniser. La question de financement d'un projet passe par une étude préalablement faite. En effet, nous devons non seulement avoir une visibilité relative à notre politique d'investissement qui nous permettra d'évaluer les coûts de l'investissement. Le questionnement général autour duquel portera notre étude est donc : Quelles sont les modalités de création et de financement d'une unité de production et commercialisation de produit infantile au Sénégal ?

---

<sup>4</sup> <http://www.lfpri.org/> Rapport sur la malnutrition mondiale 2016

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

L'objectif général du projet est d'évaluer le coût de financement et la rentabilité de la mise en place d'une unité de fabrication de farine infantile instantanée à base de céréales locales.

Pour y parvenir, nous nous attèlerons à atteindre trois objectifs spécifiques qui sont :

- ✚ étudier la faisabilité du projet ;
- ✚ présenter le modèle d'organisation et de fonctionnement de la structure envisagée ;
- ✚ évaluer les coûts et étudier toutes les rentabilités.

Nous ambitionnons de contribuer au renforcement et à l'amélioration de la qualité de la nutrition des enfants au Sénégal mais aussi aider l'Etat dans son œuvre pour la réduction de la malnutrition infantile.

La réalisation de notre projet Babysafe présente des intérêts pour plusieurs parties prenantes. Pour nous, cette étude nous permettra d'acquérir des aptitudes dans la conception de projet de création d'entreprise avec un atout particulier sur le montage financier. C'est une première expérience qui permettra de mettre en pratique les techniques de financement et de mesure de rentabilité de projet étudiées pendant les formations.

A terme, ce document sera archivé à la bibliothèque du CESAG et pourra servir de référence aux étudiants, stagiaires et professionnels qui souhaiteraient travailler sur un projet similaire.

La création de l'unité permettra de créer des emplois au Sénégal et contribuer au développement économique du pays.

Le contenu de notre projet professionnel s'articule autour de quatre (4) parties. La première porte sur la présentation d'ensemble du projet. La deuxième partie présente l'étude organisationnelle et technique du projet. La partie 3 présentera l'étude de marché et les stratégies marketing. En dernière et quatrième partie traite de l'étude économique et financière du projet.



# **1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET**

Ce chapitre est destiné à la présentation d'une première partie du projet. Dans cette partie nous allons présenter l'idée du projet, ses résultats attendus, l'impact du projet, le plan de mise en œuvre.

## **1.1. Présentation du contexte pays**

Pays sahélien situé dans la partie la plus occidentale de l'Afrique, en bordure de l'océan Atlantique, le Sénégal entoure la Gambie, son voisin de plus petite taille, et partage ses frontières avec la Guinée, le Mali et la Mauritanie. Le pays compte au moins 15,4 millions d'habitants (2016), dont environ un quart se concentre autour de la capitale, Dakar, et près de la moitié dans d'autres zones urbaines. Le Sénégal est l'un des pôles économiques les plus importants d'Afrique de l'Ouest.

### **1.1.1. Situation politique**

Le Sénégal est également l'un des pays les plus stables d'Afrique. Depuis son indépendance, en 1960, il a connu trois alternances politiques pacifiques. Son président actuel, Macky Sall, a été élu en mars 2012. En 2016, un référendum constitutionnel a réduit le mandat présidentiel de sept à cinq ans. Des élections parlementaires ont eu lieu en juillet 2017. La coalition au pouvoir, Benno Bokk Yakaar (« Union autour d'un même idéal » en wolof, l'une des langues principales du pays) a remporté 125 sièges sur 165, avec 49,47 % des suffrages exprimés. Douze autres partis siègent également à l'Assemblée nationale, notamment Wattu Sénégal (19 sièges), Manko Taxawu Sénégal (7 sièges) et le Parti de l'unité et du rassemblement (3 sièges). La prochaine élection présidentielle doit se tenir en février 2019.

Bien que le Sénégal ait été en grande partie préservé des violences qui sévissent dans la région, les groupes terroristes actifs dans des pays voisins et le grand nombre de personnes radicalisées qui entrent dans le pays sont deux facteurs susceptibles d'alimenter l'instabilité.

### **1.1.2. Situation économique**

En 2014, après des décennies de croissance très modeste, le Sénégal a adopté un nouveau plan de développement : le Plan Sénégal Émergent (PSE) vise à faire sortir le pays de ce cycle de croissance faible et de progrès insuffisants en matière de réduction de la pauvreté. Selon des

chiffres préliminaires, la croissance économique se serait établie à 6,8 % en 2017, soit la troisième année consécutive de croissance supérieure à 6 %. Ce résultat tient en partie à la mise en œuvre du plan de développement national, qui a dopé l'investissement public et stimulé l'activité du secteur privé, ainsi qu'à un cadre macroéconomique propice à la croissance et à des conditions exogènes favorables (bonnes conditions météorologiques et cours du pétrole relativement bas). L'inflation reste faible et maîtrisée, et ce malgré le taux de croissance élevé.

Avec un taux de croissance supérieur à 7 % (tiré principalement par l'agriculture), le secteur primaire est le plus dynamique, mais le secteur secondaire se développe et devrait passer en tête d'ici quelques années. Du côté de la demande, ce sont les exportations et les investissements qui ont connu la progression la plus rapide. Si le cadre macroéconomique du Sénégal reste solide, certaines fissures apparaissent, avec notamment la hausse des niveaux d'endettement et le manque de liquidités. Ainsi, malgré une baisse du déficit budgétaire, qui s'élève en 2017 à 3,7 % du produit intérieur brut (PIB), contre 4,2 % en 2016, plusieurs facteurs pèsent sur l'équilibre des finances publiques : le vaste programme d'investissement de l'État, le renchérissement des prix de l'énergie (qui induisent une hausse du montant des subventions énergétiques et une réduction des recettes en raison du gel des prix de l'essence) et les opérations du Trésor ayant financé le déficit d'autres entités publiques. Par conséquent, le Sénégal a retardé les paiements dus à certains fournisseurs en 2017. Par ailleurs, la dette publique a continué d'augmenter, bien qu'à un rythme plus faible, et a atteint 60,8 % du PIB en 2017. Quant au service de la dette, il est passé de 24 à 30 % des recettes publiques entre 2014 et 2017.

Le gouvernement poursuit la mise en œuvre du PSE et des réformes qui l'accompagnent. Ces mesures, qui visent à maintenir une croissance soutenue, concernent des projets d'investissement dans l'énergie, les infrastructures de transport et l'agriculture, ainsi que des changements en profondeur destinés à attirer davantage d'investisseurs privés. Cependant, si des réformes ont bien été adoptées dans le secteur énergétique, l'agriculture et les technologies de l'information et de la communication (TIC), notamment, leur déploiement est beaucoup moins rapide qu'attendu, ce qui pourrait être préjudiciable à la pérennité de la croissance économique sénégalaise.

### **1.1.3. Situation sociale**

La pauvreté, bien que toujours élevée, semble avoir reculé ces dernières années. La dernière enquête, qui remonte à 2011, évaluait à 47 % le taux de pauvreté. Les bonnes performances de croissance auraient permis de réduire ce chiffre de 4 à 7 %. Le Sénégal occupait la 162<sup>e</sup> place (sur 188 pays) dans le classement de l'indice de développement humain 2017 (qui repose sur des données de 2015). Toutefois, avec 30 % des ménages les plus pauvres couverts, le système de filets sociaux du Sénégal est l'un des meilleurs d'Afrique. Le pays a progressé en matière de santé infantile, principalement en s'attaquant au paludisme et à la malnutrition chronique (retard de croissance), qui s'élève désormais à 17 %, soit le plus faible taux en Afrique subsaharienne continentale. Les progrès ont été moins importants en ce qui concerne la santé maternelle, néonatale, reproductive et adolescente. Cela tient en partie au coût élevé des soins de santé, surtout pour les habitants les plus pauvres. En 2013, le Sénégal a lancé son programme d'assurance santé universelle pour améliorer l'égalité d'accès aux soins, en particulier pour les ménages les plus pauvres, qui travaillent dans le secteur informel ou vivent dans des zones rurales. Le taux de couverture s'accroît peu à peu, mais reste encore loin de l'objectif de 75 % que se sont fixé les autorités d'ici à la fin de l'année 2017<sup>5</sup>.

### **1.2. Etat de la situation et opportunités**

La jeunesse au Sénégal a une soif d'entreprendre. Il n'est pas fameux par exemple d'avoir dans une promotion un taux de projet de création qui dépasse les 70%. Cet « appétit entrepreneurial » des jeunes constitue pour le Sénégal une véritable chance dans la mesure où il constitue un socle de population animée d'une volonté positive et constructive. L'Etat dans son accompagnement des jeunes entrepreneurs a mis en place le Programme Sénégalais pour l'Entreprenariat des Jeunes<sup>6</sup> (PSEJ) qui est un programme de développement économique national, organisé et financé par lui-même dont la mission est de faciliter la création d'entreprise en apportant une formation, un soutien technique et financier, des conseils et des services aux jeunes entrepreneurs et s'inscrit dans la réforme «Alignement de l'offre de formation supérieures aux besoins économique» du Plan Sénégal Émergent (PSE) .Rappelons au passage que le PSEJ en collaboration avec ses partenaires ont lancé un projet intitulé 'l'avenir' qui consiste à investir dans les jeunes sénégalais qui ont un projet innovant dans le secteur de

---

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

<sup>6</sup> <https://www.psej.net>

l'internet des objets et de l'intelligence artificielle, appliquées aux domaines prioritaires du PSE, de la santé et les industries culturelles et créatives. On note également que l'Etat le 07 mars 2018 a mis à la disposition des jeunes et des femmes un fond de trente (30) milliards de FCFA destinés à l'entrepreneuriat « rapide »<sup>7</sup>. Ces fonds ont été lancés par la Délégation Générale à l'Entrepreneuriat Rapide des femmes et jeunes (DER/FJ) qui est une structure mise en place par l'Etat du Sénégal dans l'optique de promouvoir, d'accompagner et d'encourager l'entrepreneuriat des femmes et des jeunes du pays dans lequel 150 000 projets ont souscrit dont 11 500 ont été formalisé sous forme de business plan. La somme a été attribuée avant la fin du mois du mois de janvier 2019. Enfin on a l'Agence Nationale pour la Promotion de l'Emploi des Jeunes (ANPEJ) qui a pour but de mettre en place un système intégré d'informations et de suivi des groupes cibles sur le marché du travail, renforcer l'employabilité des jeunes et des groupes cibles, faciliter les conditions d'accès à un emploi aux jeunes, élaborer un programme d'insertion professionnelle des marchands ambulants, contribuer à renforcer les capacités techniques et le niveau de conscience civique des marchands.

### **1.3. Présentation du projet**

Il sera question de présenter le projet à travers la présentation de l'idée, la mission, la vision et les objectifs.

#### **1.3.1. Présentation de l'idée**

L'idée du projet est partie du constat que tous les produits infantiles qui viennent en complément de l'allaitement chez le nourrisson sont des produits importés tandis que ces produits peuvent être fabriqués également avec des céréales locales au Sénégal qui sont riches en fibres nutritionnelles. Il est alors question de proposer un aliment nutritif pour bébé sous forme de farine à partir des produits céréaliers du Sénégal qui aidera certaines mères dans la construction d'un capital santé future de leurs enfants. Les premières années de vie chez le bébé sont très importantes dans le développement physique de l'être humain car celles-ci constituent le moteur de croissance chez le bébé. En effet, des études scientifiques prouvent qu'une alimentation saine et équilibrée dès l'enfance prévient certaines maladies, en plus du fait d'acquérir de meilleures habitudes alimentaires. De plus elle vise à valoriser l'agriculture sénégalaise qui est très riche en vitamines.

---

<sup>7</sup> <https://www.financialafrik.com>

### 1.3.2. Mission, vision et objectifs

#### Vision

« Être la référence du marché de la nutrition infantile au Sénégal voire de l'Afrique »

#### Missions

- Contribuer à la qualité de l'alimentation nutritionnelle issus des céréales locales.
- Concourir autant que possible au développement de l'Afrique en valorisant au mieux ses ressources et ses capacités agricoles et en contribuant à la lutte contre la malnutrition infantile.

#### Objectifs

Nos objectifs sont :

- Offrir aux familles sénégalaises de la farine infantile fortifiée à base de céréales satisfaisant aux normes de qualité internationales.
- Apporter aux producteurs du Sénégal un débouché fiable pour leurs produits cultivés localement.

### 1.4. Impacts du projet

Le projet visant à renforcer la nutrition des bébés aura un impact assez constructif sur la croissance de l'organisme humain et ainsi pourra être un atout favorable sur la réduction des mortalités causées pour la majeure partie par la malnutrition infantile. Notons que la malnutrition affecte le développement individuel (cognitif, psychomoteur, social, émotionnel) et réduit les capacités d'apprentissage et les performances scolaires. Elle entraîne ainsi des conséquences au niveau socio-économique à long terme (faible productivité, faibles revenus ...) avec une forte incidence sur la mortalité particulièrement celle des enfants de moins de 5 ans. Ensuite au niveau de l'employabilité, nous sommes sans savoir que la création de nouvelle entreprise est un moteur de création d'emploi dans le monde du travail. Ainsi notre projet viendra en augmentation du taux d'employabilité mais également en réduction du taux de

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

chômage au Sénégal car l'entreprise à long terme aura un nombre d'employés très élevé vue la taille qu'elle vise à atteindre. De plus le projet mettra en exergue une marque « made in Sénégal » du fait de la qualité des produits agricoles du Sénégal car l'entreprise en plus d'étendre son produit sur le territoire sénégalais vise à s'exporter dans quelques pays de la sous-région en Afrique dans le moyen et long terme. Elle permettra également à certains agriculteurs de pouvoir écouler leur stock de produits agricoles très rapidement d'où une augmentation de leurs revenus car nos régions produisent des matières premières qui souvent ne peuvent être vendues ou commercialisées par les agriculteurs car n'ayant pas la possibilité de trouver des clients.

### 1.5. Plan de mise en œuvre

**Tableau 1 : Diagramme de Gantt**

Mois	Juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 2021
Activités							
Mobilisation des financements							
Démarches de constitution de la société							
Acquisition du matériel							
Installation du Matériel de transformation							
Recrutement et formation du personnel							
Lancement des activités							

**Source :** Nous-même

A travers cette première partie, nous avons présenté de manière détaillée une vue d'ensemble du projet Babysafe. Cette présentation a concerné entre autres la présentation pays, l'idée du projet, l'impact du projet, le plan de mise en œuvre.

## 2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE

Ce chapitre traitera de la seconde partie consacrée à la présentation de notre projet précisément à la partie organisationnelle du projet. Nous présenterons le choix du statut juridique, les promoteurs et l'équipe de projet, la structure organisationnelle et enfin l'évaluation de la faisabilité technique.

### 2.1. Choix du statut juridique

Les différentes formes de statuts juridiques des entreprises sont régies au Sénégal depuis le 1er janvier 1998 par l'Acte Uniforme de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA) portant sur le Droit des Sociétés commerciales et du Groupement d'Intérêt Economique.

Différents éléments entrent dans le choix du statut juridique d'une société à savoir le nombre minimum d'associés, le capital minimum au démarrage, la responsabilité des associés, la direction de l'entreprise ainsi que le régime d'imposition fiscale.

Les formes en vigueur au Sénégal sont évidemment celles prévues par l'Acte Uniforme de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA) portant sur le Droit des Sociétés commerciales et du G.I.E. Il s'agit notamment :

- ✚ la Société Anonyme (SA) ;
- ✚ la Société à Responsabilité Limitée (SARL) ;
- ✚ l'entreprise individuelle ;
- ✚ le Groupement d'Intérêt Économique (GIE) ;
- ✚ la Société en Commandite Simple (SCS) ;
- ✚ la Société en Nom Collectif (SNC) ;
- ✚ la Société par Actions Simplifiée (SAS) ;

Ainsi notre choix s'est porté sur la société à responsabilité limitée (SARL) qui semble être la forme juridique la mieux appropriée à notre projet. Le choix de cette forme juridique réside dans le fait qu'elle répond à nos objectifs et motivations dans quel cas pour un début nous souhaiterions avoir une gestion dont la responsabilité des associés est limitée aux apports. Cependant, elle sera soumise aux obligations des sociétés commerciales notamment en matière

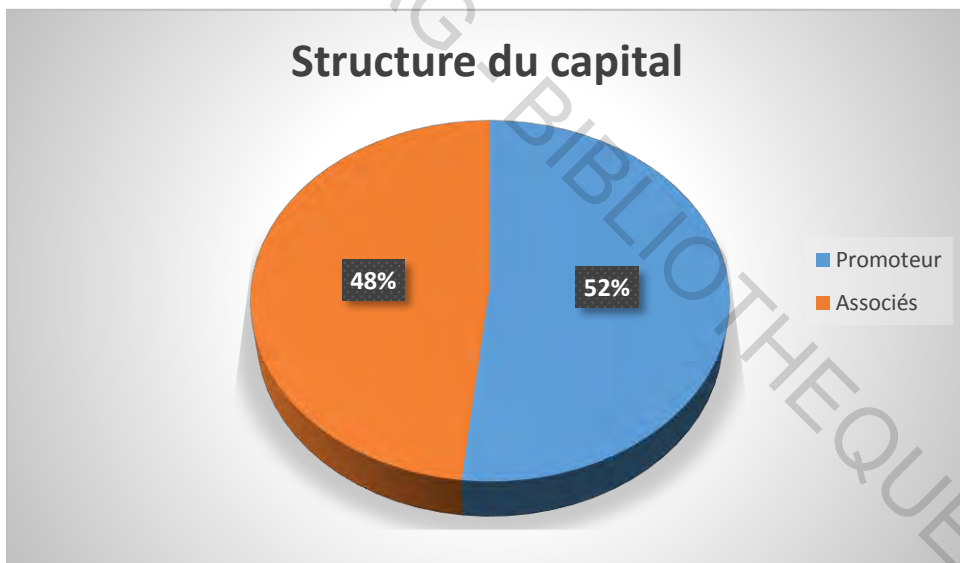
Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

d'impôt qui est de 30% au Sénégal. Babysafe aura pour activité principale la production de farine infantile bio. Le siège social sera situé à Dakar (Sénégal). Conformément à toute entreprise régit par l'acte uniforme portant droit des sociétés commerciales et GIE, notre entreprise aura une durée de vie maximum de 99 ans à compter de son enregistrement au registre du commerce et du crédit mobilier, sauf en cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévue par les statuts.

Le capital social de l'entreprise s'élève à 58 000 000 FCFA. Le capital sera ouvert à hauteur de 48% à deux associés et détenu à hauteur de 52% par l'initiateur du projet en vue de garder le contrôle.

La structure du capital se présente à travers la figure ci-dessous :

**Graphique 1 : Répartition du capital**



**Source** : nous-même

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

Le principal promoteur de ce projet est OUEDRAOGO Chek Sidi Mohamed de nationalité Ivoirienne, il est diplômé du prestigieux programme Master en Banque et Finance du centre Africain d'Etudes supérieures en Gestion (CESAG). Il est également titulaire d'une licence en sciences de gestion obtenu en 2017 à l'Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest en Côte d'Ivoire. Il est l'associé gérant de la société, son rôle sera de bâtir l'entreprise à son image tout



Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

en lui apportant des bases solides mais également de déployer une stratégie pour assurer la pérennité de l'entreprise.

### **2.3. Structure organisationnelle**

Cette partie traitera du système d'organisation et du mode de fonctionnement interne de notre structure. On présentera ainsi les différentes responsabilités compositrices de l'entreprise et leurs fonctions attributives. La structure organisationnelle de Babysafe sera constituée de :

#### L'associé gérant unique

Il est le promoteur et sera chargé d'assurer la gestion de l'entreprise tout en déterminant les conduites à tenir, fixant les objectifs et déployant les stratégies qui assureront la continuité et la pérennité de l'activité ainsi que créer de la valeur ajoutée au projet. En effet, il doit non seulement s'assurer de l'opérationnalisation des activités mais aussi il doit y participer.

L'associé gérant aura aussi pour mission de définir les stratégies commerciales et financières ainsi qu'être chargé de la désignation des différents responsables de la société et leurs missions.

#### Département de la production

Il sera chargé de piloter la politique industrielle de l'entreprise. C'est lui qui coordonnera les activités des services qui composent la production. Il est subdivisé en 2 services essentiellement le service approvisionnement et production et le service contrôle qualité.

Le service approvisionnement et production sera chargé de l'achat des intrants et consommables nécessaires à la production de la farine. Il assure la mise en œuvre des activités de transformations des intrants en produits finis. Il veillera également à l'application des procédures de fabrication et de qualité requises. Il doit assurer les négociations avec les fournisseurs de Babysafe. Il assure le bon fonctionnement des machines et de leur maintenance.

Le service contrôle qualité est responsable de la qualité des matières premières utilisées pour la production de la farine mais également de la qualité de la farine conformément aux normes de qualité. Il interagit avec le service de l'approvisionnement et de la production pour veiller au respect des bonnes pratiques durant le processus de fabrication de la farine.

#### Le département marketing et commercial

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

C'est le département clé de l'entreprise. Il est chargé d'élaborer tous les plans et toutes les stratégies nécessaires pour une connaissance du produit. Il sera également chargé de ce qui est en relation avec la communication avec l'extérieur et de faire connaître le produit aux grands publics au travers de moyens de communications adéquats. Il s'occupera également d'entretenir des relations de partenariats que l'entreprise aura noués.

#### Le département Administratif et Financier

Ce département aura pour mission la gestion comptable et financière de l'entreprise mais aussi la gestion des ressources humaines. Il sera subdivisé en deux services.

Le service comptabilité et finance sera en charge de la gestion de la trésorerie, des enregistrements comptables, des procédures fiscales et d'établir les budgets prévisionnels de l'entreprise.

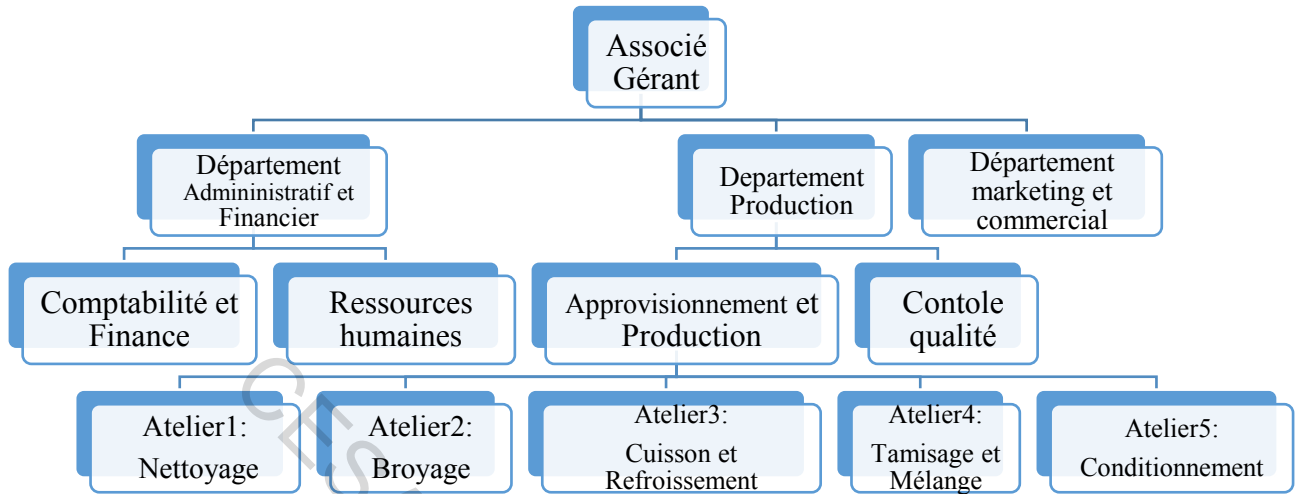
Le service ressources humaines quant à lui sera en charge de la gestion du personnel, de prévoir les besoins en capital humain et d'assurer la gestion salariale du personnel.

#### Détermination des effectifs

Au démarrage de l'entreprise, la composition du personnel sera la suivante :

- associé gérant : le promoteur du projet ;
- département de la production : il sera composé de 11 personnes dont le responsable approvisionnement et production, le responsable du contrôle qualité et de neufs (9) ouvriers au sein du service production ainsi que d'un chauffeur affecté à la livraison ;
- département commerciale et marketing : composé d'un responsable marketing et commercial supervisant deux commerciaux ;
- département administratif et financier : composé de deux agents que sont le responsable comptable et le chargé aux ressources humaines.

**Figure 1 : Organigramme**



Source : Nous-même

## **2.4. Evaluation de la faisabilité technique.**

### **2.4.1. Choix de la zone d'implantation**

La zone choisie pour l'implantation du projet est la région de Kolda. Kolda est une ville du Sénégal située en haute Casamance. Ce choix est motivé par la forte existence de matière premières céréalières et également du fait que la végétation et la pluviométrie sont abondantes. La saison humide dure quatre à cinq mois, de juin à octobre. Kolda est la deuxième région productrice de céréales au Sénégal derrière la région de Saint Louis. Selon les données du Résultats définitifs de la campagne agricole 2017/2018 de l'ANSD<sup>8</sup>, Kolda produits 399 537 tonnes de céréales représentant 15,70% de la production totale du Sénégal. Plus précisément nous avons choisi cette région car elle nous propose une meilleure quantité variée de matières premières en matière de maïs, riz maïs. Kolda est la principale zone de production de maïs et la seconde zone de production de riz au Sénégal avec le bassin de l'Anambé.

<sup>8</sup> Voir annexe2

## 2.4.2. Compositions de la farine

La production agricole du Sénégal est essentiellement constituée de cultures céréalières, de cultures industrielles, de la canne à sucre et également de fruits et légumes. La production céréalière du Sénégal est notamment composée de maïs, riz, mil, fonio et sorgho.

Le maïs et le riz sont les céréales généralement les plus utilisés et conseillés dans la production de la farine infantile au regard de leur qualité sanitaire et nutritif. De plus, le soja intervient dans le processus de production.

Le choix des matières premières va influencer directement sur le procédé de fabrication. En effet, certaines matières premières ont des contraintes de préparation. L'utilisation du soja par exemple implique l'emploi d'un traitement thermique (torréfaction ou cuisson-extrusion).

Aux vues de ces circonstances, notre farine sera constituée essentiellement de riz, maïs, soja, sucre, lait en poudre, vitamines et minéraux (CMV).

**Tableau 2 : Exemple de formules déjà commercialisées en Afrique**

	Vitafort Congo	Nourivit Gabon	Ouando 2e âge Bénin (2)	Kasona Burkina Faso
Maïs	73,4 %	47,0 %	33,0 %	
Sorgho			33,0 %	
Mil				60,0 %
Riz		25,0 %		
Soja	14,1 %		23,0 %	20,0 %
Arachide				10,0 %
Lait en poudre		16,9 %		
Sucre	11,0 %	10,0 %	11,0 %	9,0 %
CMV (1)	1,5 %	1,1 %		
Amylases				
Sel de table				1,0 %

(1) CMV : Complément minéral et vitaminique. (2) Farine produite par cuisson-extrusion.

Source : <http://docplayer.fr/35462811-Production-de-farines-infantiles.html>

### **2.4.3. Types de farine proposés sur le marché**

On peut distinguer deux types de farines infantiles : les farines dites « à cuire », qui nécessitent une cuisson plus ou moins prolongée par l'utilisateur, et les farines « instantanées » que l'on prépare sous forme de bouillies par simple mélange avec de l'eau portée à ébullition.

Ces farines correspondent à des technologies de transformation différentes. Les farines à cuire s'obtiennent généralement par des procédés ne modifiant pas de façon importante leurs principaux constituants. La production de farines instantanées fait appel à des procédés souvent plus complexes : cuisson au four (type biscuit), séchage sur rouleau, cuisson-extrusion.

La production de farine à cuire est le procédé le plus utilisé car le plus simple à mettre en œuvre.

Il repose essentiellement sur des opérations mécaniques de transformations des matières premières.

L'utilisation d'une farine infantile instantanée réduit le temps de préparation. Elle est un facteur d'économie d'énergie. En revanche, elle peut se révéler risquée dans les endroits où l'eau disponible n'est pas potable et où l'habitude de faire bouillir l'eau avant sa consommation est absente. Les bouillies ainsi préparées peuvent provoquer différents troubles chez les enfants (diarrhées). L'emploi d'une farine infantile à cuire, où l'eau bout pendant plus de 5 minutes lors de la préparation, limite ce problème. Cet aspect n'est pas à négliger car, outre le risque de voir les consommateurs incriminer le produit, la santé des enfants peut être mise en jeu<sup>9</sup>.

Nous avons limité notre production à la farine infantile instantanée compte tenu de sa simplicité pour la préparation.

### **2.4.4. Capacité de production**

En première année nous comptons produire en moyenne 5,6 tonnes par mois afin d'atteindre notre capacité de production maximale dès la cinquième année qui est de 100 tonnes.

Le tableau ci-dessous présente la capacité de production de notre entreprise.

#### **Tableau 3 : Capacité de production annuelle en tonnes**

---

<sup>9</sup> [https://www.researchgate.net/publication/282169397\\_Les\\_farines\\_infantiles\\_dossier](https://www.researchgate.net/publication/282169397_Les_farines_infantiles_dossier)

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

<b>Année</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Capacité de production</b>	68	75	84	96	96

Source : nous-même

## **2.4.5. Le diagramme de fabrication**

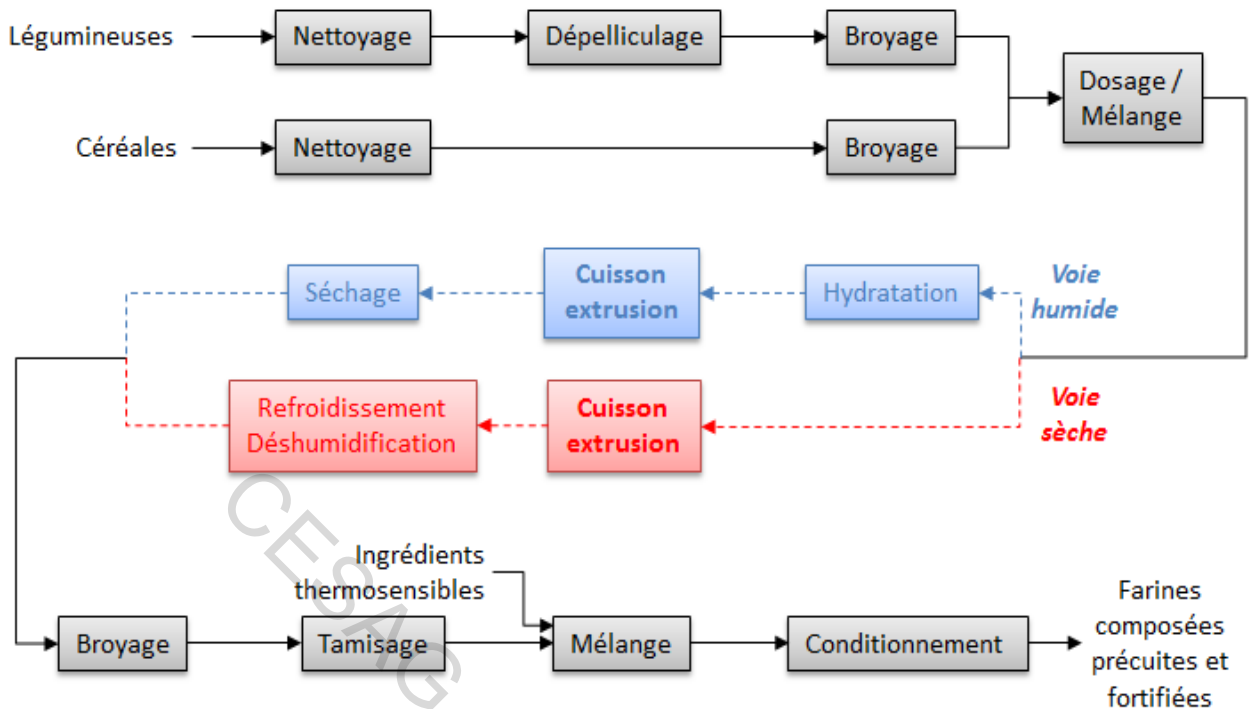
### **2.4.5.1. Processus de fabrication**

Nous aurons à cœur de satisfaire les curiosités des bébés et leurs parents en proposant une alimentation saine, variée et de qualité qui respecte la terre qui les nourrit. Pour la fabrication de notre farine nous allons utiliser la technologie de cuisson extrusion au sein de notre unité de production. Il s'agit d'une technologie innovante de fabrication de farines enrichies instantanées utilisant le procédé de la cuisson – extrusion.

Le choix d'une cuisson extrusion car c'est un procédé qui réalise plusieurs opérations simultanées de mélanges et cisaillement contrairement à la production artisanale qui comprend un processus plus long.

Une extrudeuse est essentiellement constituée d'un fourreau cylindrique en acier de haute résistance dans lequel vient tourner une vis entraînée en rotation par un moto-variateur. Cet ensemble vis fourreau est thermo-régulé par un ensemble de résistances électriques ou par circulation de fluide. La matière est introduite dans la trémie qui s'ouvre sur le fourreau à l'entrée de la vis et celle-ci la pousse de façon continue jusqu'à la filière.

**Figure 2 : Ligne de fabrication et maîtrise du procédé**



Sources : <https://www.setrem.com/fabrication-de-farines-infantiles-par-cuisson-extrusion/>

La figure ci-dessus décrit le processus de fabrication des farines de bébés fait à base de matières premières légumières ou céréalières. Notre activité est axée sur la production avec pour matières premières de bases les céréales.

Ayant opté pour la farine instantanée, la production démarre par le nettoyage des matières premières. La qualité de celles-ci conditionne la qualité du produit. Le tri de chaque matière première est donc nécessaire et indispensable pour éviter d'incorporer dans l'aliment des produits abimés (grains moisissés) ou des impuretés (pierres). Toujours dans le nettoyage, le vannage est indispensable pour le maïs. Le vannage permet d'éliminer les restes des feuilles et les enveloppes des grains. Le soja dont l'emploi est recommandé du fait de sa haute teneur en protéines et de leur qualité doit être torréfié. En effet, la torréfaction du soja est indispensable pour éliminer les facteurs antinutritionnels qu'il contient.

Les différentes céréales sont ensuite broyées et mélangées entre elles. Le mélange est injecté dans le cuiseur. L'introduction peut se faire par voie sèche ou humide et la seule différence est que le mélange doit être introduit par hydratation dans le cuiseur. Le mélange est pris en charge par une vis sans fin tournant dans un fourreau étroitement ajusté. La vis, en tournant, entraîne le

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

produit vers une sortie étroite, dénommée filière. Schématiquement, le travail de la vis engendre l'augmentation de la température et de la pression, ainsi qu'une forte contrainte de cisaillement, car le produit a tendance à rester accroché au fourreau et à être refoulé tandis que la vis le pousse vers l'extérieur. Lorsque le produit sort par la filière, il passe soudainement d'une zone à haute pression, à la pression atmosphérique. L'eau contenue dans le produit se vaporise spontanément ce qui provoque l'expansion du produit. Il est possible de jouer sur l'importance relative de l'extrusion, de façon à obtenir différents types de produits en modifiant le profil de la vis, celui du fourreau et le type de filière utilisée.

Comme l'indique notre schéma pour la suite du processus, les céréales à la sortie du cuiseur sont pour la voie humide séchées et pour la voie sèche refroidies puis expédiées une seconde fois au broyeur. Ainsi, à la première matière obtenue après tamisage sera rajoutés les vitamines et minéraux afin d'obtenir le produit fini.

La farine passe enfin au conditionnement puis est stockée. Le conditionnement est à la fois la dernière étape de la fabrication du produit et la première étape de sa commercialisation.

#### **2.4.5.2. Equipement de production**

Les équipements nécessaires pour la fabrication du produit fini sont :

✚ Pour le nettoyage :

- la table de tri
- un torréfacteur pour le soja
- un grillage (il peut venir en substitut du torréfacteur)
- machine de décorticage polyvalente (adaptée à différentes céréales)

✚ Pour la mouture :

- le cuiseur extrudeur
- les broyeurs (broyeur à marteau et à moule)
- une table ou une estrade de séchage
- un mélangeur

✚ Pour le conditionnement :

- une ensacheuse
- une balance de pesage



### **2.4.5.3. Aménagement des locaux**

L'organisation de la production se fait dans le temps et dans l'espace. Elle a des conséquences sur le calendrier de travail, l'agencement de l'atelier et aussi la qualité du produit. Au bout du compte c'est la confiance du consommateur qui est en jeu.

L'organisation dans l'espace doit tenir compte des règles appliquées dans les industries agroalimentaires. Ainsi, il est impératif de respecter le principe de la marche en avant qui se rencontre dans toutes les chaînes de production agroalimentaire : pour éviter les contaminations, les produits finis ne doivent jamais croiser les matières premières.

L'organisation dans le temps quant à elle consiste à la nécessité d'établir un calendrier de travail et une répartition des tâches en fonctions des objectifs de production fixés c'est-à-dire établir un programme de travail hebdomadaires des ouvriers.

Certaines caractéristiques sont communes à toutes les unités de production. Ainsi, les fenêtres doivent être équipées de moustiquaires et les portes doivent avoir des joints assurant une bonne étanchéité. Il est d'une grande nécessité qu'un robinet d'eau soit présent, au moins dans les pièces centrales, pour pouvoir nettoyer l'ensemble de l'unité à l'aide de tuyau d'arrosage.

Pour une bonne garantie sécuritaire en termes d'hygiène, les étapes de la production seront individualisées c'est-à-dire il faut affecter une pièce ou une aire spécialement aménagée à chaque opération.

Par conséquent, l'aménagement que nous proposons est relatif aux étapes de la production de la farine. Les locaux de notre unité seront donc constitués d'une salle de stockage des matières premières propre et sèche afin d'éviter les pertes importantes. On aura également un local attribué d'une part au nettoyage des céréales où se fera le vannage, le décorticage, le triage et la torréfaction des céréales et d'autre part au premier broyage des céréales. Une aire sera réservée uniquement à la cuisson extrusion et du refroidissement des céréales. Ensuite on aura un espace pour le second broyage, le tamisage et le mélange. Enfin on aura une salle réservée au conditionnement et une autre dédiée au stockage des produits finis avant commercialisation.

La farine infantile étant un produit très sensible pour la nutrition des enfants, Il faudra respecter une hygiène scrupuleuse à chaque étape de la fabrication : stockage, transformation et conditionnement. Pour cela il est nécessaire de :

- ✚ protéger les ouvertures par des grillages et des moustiquaires pour lutter contre les animaux, en particulier les insectes, et la poussière ;
- ✚ veiller à la propreté des locaux par des balayages quotidiens et des nettoyages réguliers des sols et des murs à l'eau javellisée suivis de rinçage à l'eau claire au minimum une fois par semaine ;
- ✚ dépoussiérer régulièrement le moulin, le décortiqueur et les autres équipements ;
- ✚ manipuler la farine avec des louches et des cuillères et ne pas les exposer à l'air libre
- ✚ éviter les eaux stagnantes ;
- ✚ former le personnel aux règles d'hygiène en surveillant son état de santé ;
- ✚ veiller au port de tenues adéquates pour la préparation des farines (blouses, protège-cheveux, masques pour les personnes souffrant d'affections respiratoires bénignes).

#### 2.4.5.4. Les ressources humaines utilisées

Pour le processus de fabrication nous aurons besoin de 11 membres qualifiés partant de l'approvisionnement au contrôle qualité en passant par la production entière. En effet, on aura 2 responsables dont un chargé à l'approvisionnement et la production et un chargé au contrôle qualité. Ensuite, on aura 9 ouvriers alloués à la production de la farine départagés comme suit : Pour le nettoyage des matières premières, les tâches seront effectuées par 2 ouvriers, concernant la salle de broyage nous allouerons également 2 ouvriers. L'air réservé pour la cuisson et le refroidissement sera occupé par 2 ouvriers tout comme la salle de tamisage et de mélange. Enfin le conditionnement sera à la charge d'un seul ouvrier.

**Tableau 4 : Gestion et système de rémunération des ressources humaines**

Fonctions	Niveau d'étude	Salaire
Associé gérant	Bac+5	800 000
Responsable Approvisionnement et Production	Bac+4 minimum	650 000
Responsable contrôle qualité	Bac+4 minimum	650 000
Responsable Marketing et commercial	Bac+4 minimum	650 000
Responsable comptabilité et finance	Bac+4 minimum	650 000
Responsable ressources humaines	Bac+4 minimum	650 000
Commerciaux	Bac+3	125 000
Ouvriers	Bac	180 000
Chauffeurs	BEPC+ permis de conduire	70 000

Source : Nous même

Source : Nous-mêmes

### 3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING

Cette partie est consacrée à l'étude de marché et à la stratégie marketing du projet.

#### 3.1. Etude de marché

Ce premier point abordera l'étude du marché du projet à travers le diagnostic interne et le diagnostic externe.

##### 3.1.1. Diagnostic externe

Le diagnostic externe est une quête d'informations relative à l'environnement sur deux échelons : le macro-environnement et le micro-environnement.

##### 3.1.1.1. Analyse du macro-environnement

Le **macro-environnement** désigne l'environnement au sens large de l'organisation. L'analyse macro-environnement est basée sur l'environnement général. Il se fera donc par le biais de la méthode PESTEL en termes d'attractivités c'est-à-dire en termes d'opportunité et menaces. Le PESTEL est l'un des outils d'analyse environnementale le plus utilisés car l'environnement d'une entreprise cohabite autour de plusieurs facteurs qui peuvent directement ou indirectement influencer son activité. En effet le PESTEL retient six facteurs dont le facteur politique, économique, social, technologique, écologique et légal qui nous sera d'une grande utilité dans l'identification de leurs influences tant positives que négatives sur notre activité.

**Tableau 5 : Analyse du macro-environnement à travers le PESTEL**

PESTEL	Opportunités	Menaces
<b>Politique</b>	-Reforme pour favoriser l'entrepreneuriat ; -Projet d'Appui aux Politique Agricoles (PAPA) -Programme d'Appui au développement agricole et à l'entrepreneuriat rural (PADAER-II)	

<b>PESTEL</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Projet de Modernisation et d'Intensification Agricole (PMIA)</li> <li>-Projet d'Appui au Développement des Compétences de l'Entrepreneuriat des Jeunes dans les Secteurs Portiers (PADCEJ-SP).</li> </ul>	
<b>Economique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Croissance économique élevée à 6,8% ;</li> <li>- Emergence d'une classe moyenne</li> <li>-Disponibilité des matières premières</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible pouvoir d'achat des populations</li> <li>-Importations massives de la farine infantile.</li> </ul>
<b>Socioculturel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Taux de natalité très élevés (34%)</li> <li>- Intérêt grandissant de la population pour les produits locaux.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- manque de confiance de certaines personnes pour les produits locaux.</li> </ul>
<b>Technologique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nouvelles technologies en essor</li> <li>-Développement de l'E-commerce</li> <li>-développement de nouveaux moyens de paiement.</li> <li>-Popularité d'internet et des réseaux sociaux pour une bonne communication.</li> <li>-utilisation de nouvelles technologies spécifiques à la farine infantile.</li> </ul>	
<b>Légal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Loi n°2004-16 du 4 juin portant loi d'orientation agro-sylvo-pastorale</li> <li>-Loi 66-48 du 27 mai 1966 portant sur le contrôle de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Absence de cadre réglementaire spécifique à l'activité.</li> </ul>

Source : Nous même

### 3.1.1.2. Analyse du micro-environnement

Le **micro-environnement** est donc constitué des **acteurs** qui entretiennent des relations de **proximité** avec l'organisation. Pour une entreprise, il s'agit de ses clients, ses fournisseurs, etc.

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. Le marché constitue l'ensemble des acteurs résidents et étrangers.

#### 3.1.1.2.1. L'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 de la demande

Les produits nutritifs mis à la disposition des clients sont fonction du taux de natalité sur le territoire sénégalais. Les produits nutritifs comme son nom l'indique sont destinés aux enfants donc plus il y'a de nouveaux nés, plus la demande est forte. Ainsi, notre demande potentielle concerne les enfants âgés de 4 à 48 mois (soit 0 à 4 ans) qui sont représentés avec une part de 16% de la population totale sénégalaise<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> [http://www.ansd.sn/ressources/ses/chapitres/1-SES-2016\\_Etat-structure-population.pdf](http://www.ansd.sn/ressources/ses/chapitres/1-SES-2016_Etat-structure-population.pdf)

**Tableau 6 : répartition de la population âgée de moins de cinq (5) ans selon les régions**

Région/ Département	Population totale	Taille moyenne des ménages	Total des ménages	Enfants de moins de 5 ans	% des enfants de moins de 5 ans
Dakar	3137196	9	496145	362365	11,6
Diourbel	1497456	6	156537	241495	16,1
Fatick	714392	6	72402	116905	16,4
Kafrine	566992	5	54012	103129	18,2
Kaolack	960875	6	95292	154910	16,1
Kédougou	151357	6	19048	25020	16,5
Kolda	662455	6	70931	112619	17,0
Louga	874193	7	97381	130304	14,9
Matam	562538	6	53947	94913	16,9
Sédhiou	452994	6	40870	74521	16,5
Tambacounda	681310	6	70292	116659	17,1
Thiès	1788864	7	194768	254135	14,2
Ziguinchor	549151	8	75956	71587	13,0
Saint Louis	296496	8	110191	37528	12,7
Dagana	241695	8		34509	14,3
Podor	370751	8		62260	16,8
<b>Tout le pays</b>	<b>13508715</b>	<b>7</b>		<b>1607772</b>	<b>1992859</b>

Source : [https://www.unicef.org/senegal/french/Rapport\\_SMART.pdf](https://www.unicef.org/senegal/french/Rapport_SMART.pdf)

Selon l'enquête SMART de l'ANSD en juin 2016, on relève que les enfants de moins de 5 ans (<5 ans) représentent 14,8% de la population segmentés dans les différentes régions du Sénégal.

En outre il faut signifier que cette demande est essentiellement composée des parents des enfants, des ONG qui œuvrent pour la lutte contre la malnutrition en venant en aide aux familles démunies et les centres de santé.

La demande constituée par les parents des enfants se décompose en deux types, une demande rurale et une demande urbaine fortement représentée.

On note en effet plusieurs organismes qui mènent des activités dans les pays subsahariens. Au Sénégal on dénombre par exemple l'ONG Action Contre la Faim (ACF), Nutrition International à travers son projet PINKK, Tambacounda à travers son projet contre la malnutrition et l'anémie qui ont pour mission de venir en aide aux populations des zones affectées par l'insuffisance alimentaire.

 La taille de la demande

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Le Sénégal consomme chaque année 90 000 tonnes de farine infantile par an et 90% de cette consommation provient de l'importation c'est à dire l'extérieur<sup>11</sup>.

Selon l'EDS IV de 2015 (Enquête de santé), les femmes sénégalaises ont donné naissance en moyenne à 5,3 enfants durant leur vie féconde, et les enfants de 0 à 3 ans représentaient 11% de la population sénégalaise, soit près de 1 153 700 consommateurs potentiel par année de la farine infantile<sup>12</sup>. Ainsi à travers cette enquête on peut alors faire la projection sur 2019 en associant la taille de la demande à la représentation des enfants âgés de moins de cinq ans au Sénégal.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

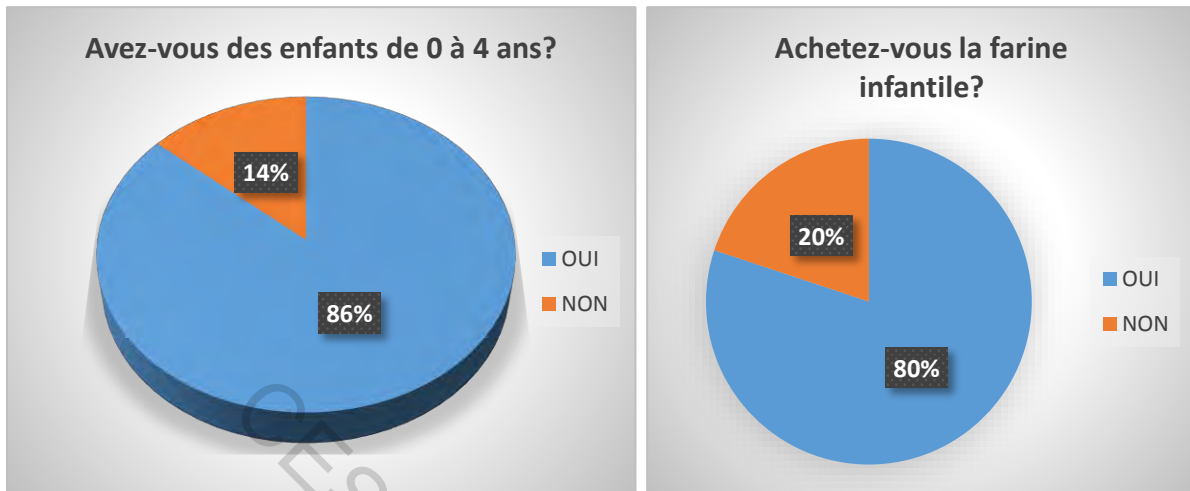
---

<sup>11</sup> <https://www.lequotidien.sn/innovation-lutte-contre-la-malnutrition-lita-met-au-point-une-farine-enrichie-instantanee/>

<sup>12</sup> <http://docplayer.fr/35462811-Production-de-farines-infantiles.html>

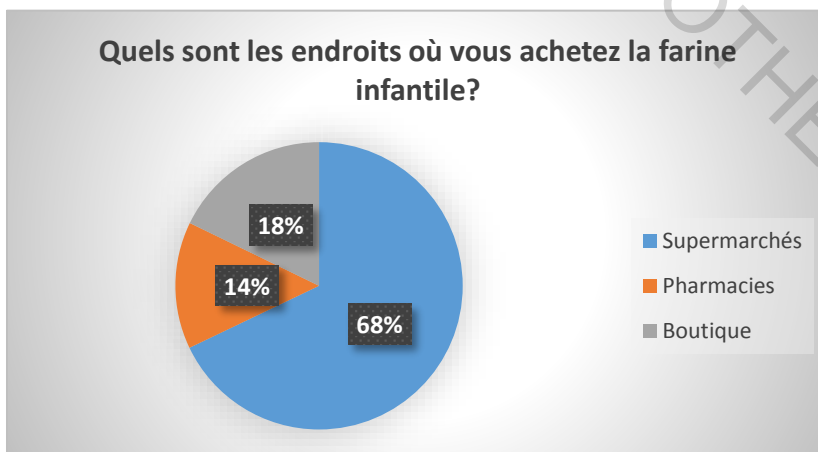
✚ Comportement du consommateur

**Graphique 2 : Proportion ayant des enfants de 0 à 4 ans et qui achète la farine infantile**



Les résultats de l'enquête ont fait ressortir pour 78 femmes interrogées que 86% ont des enfants de 0-4 ans et dans cet échantillonnage 80,11% des femmes utilise donc de la farine infantile contre 19,89% qui elles ont opté pour les méthodes traditionnelles.

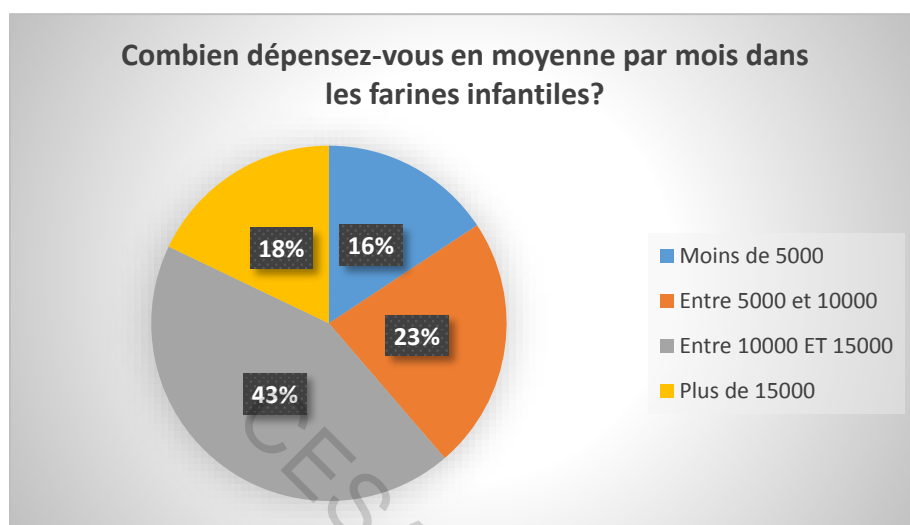
**Graphique 3 : Lieux d'achat de la farine infantile**



La majorité de ces femmes s'en procure dans les supermarchés (67.9%) et dans les pharmacies (14.3%).



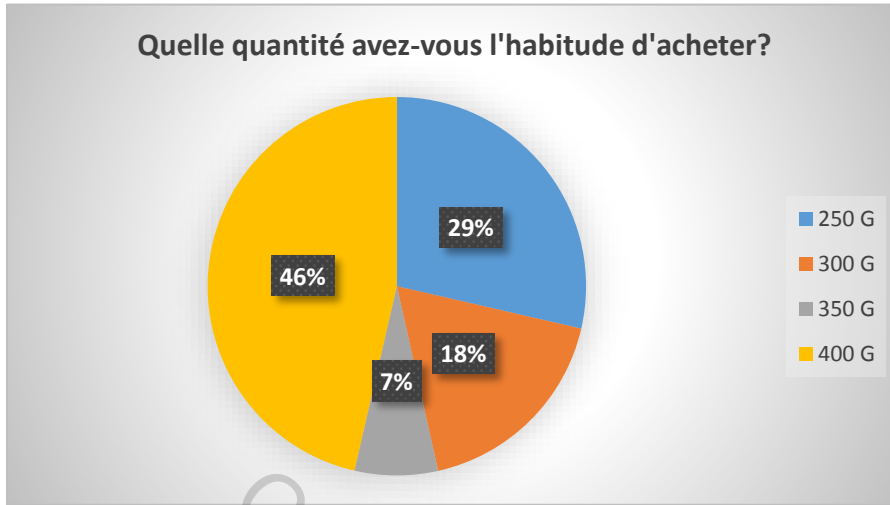
**Graphique 4 : Somme moyenne dépensée par mois dans les farines infantiles**



Source : nous-mêmes

A la lumière de ce graphique, Il ressort que 66,4% des femmes qui ont un nourrisson dépensent entre 5000 et 15000 FCFA dans les produits nutritionnels.

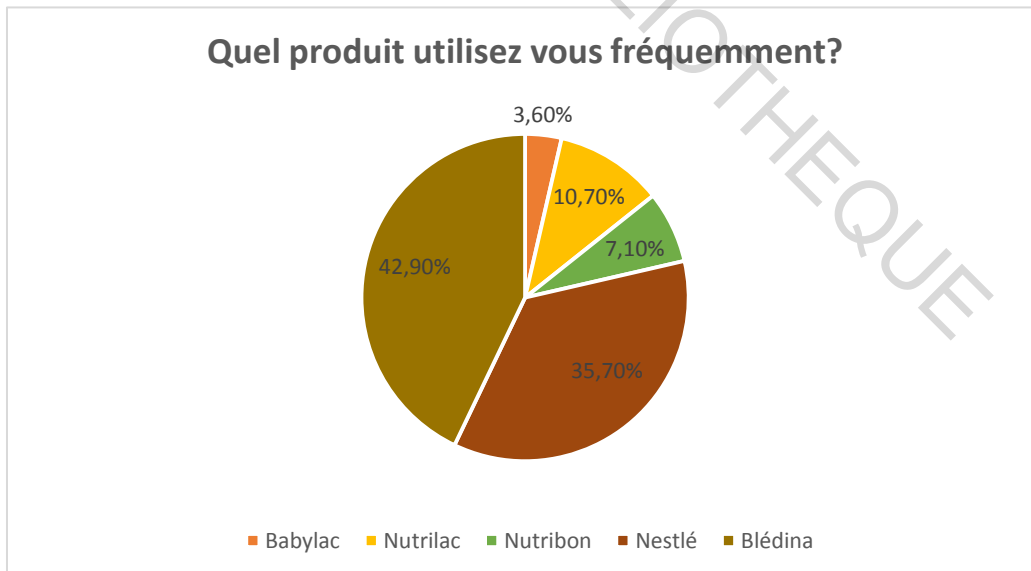
### Graphique 5 : Quantité de farine achetée



Source : nous-mêmes

Ce graphique permet déjà de déterminer le format de nos produits. En effet la majorité (46.4%) de l'échantillon affirme préférer les farines infantiles de 400 g.

### Graphique 6 : Produits fréquemment achetés



Source : nous-mêmes

A travers cette question, il ressort que les produits blédina sont les plus appréciés par les mamans (42.9%) suivi des produits Nestlé (35.7%). Ils sont donc nos principaux concurrents car ce sont eux qui dominent le marché de l'alimentation infantile au Sénégal.

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

#### Système et Typologie de l'offre

L'offre de farine infantile au Sénégal peut se décomposer en deux types. Il existe une offre locale, c'est-à-dire les produits proposés par les entreprises domestiques et une offre étrangère, les produits importés.

Le marché est dominé par les produits importés à cause du fait que le domaine de la transformation des céréales par les entreprises locales n'incluait pas trop la farine infantile. Les entreprises locales de transformation de céréales en farine infantiles étaient quasiment inexistantes.

En effet, rappelons que le Sénégal consomme chaque année 90 000 tonnes par an de farine infantile et 90% de cette consommation proviennent de l'importation.

L'analyse de l'offre nous permet de d'acquérir des informations nécessaires sur les produits nutritionnels infantiles proposés par la concurrence qu'elle soit direct ou indirect. Nous serons donc amenés à faire des recherches appuyées sur les activités des concurrents qui éventuellement passent par la veille concurrentielle. Nous distinguons dans le cas d'espèce des concurrents directs et des concurrents indirects.

- **Concurrents directs**

Nos concurrents directs sont ceux qui offrent les mêmes produits que nous. Nos principaux concurrents directs sont : Nestlé et Danone en Europe, Nutribom et Babylac au Brésil. Ceux du Sénégal qui sont connus sont Acasen et Chocosen.

- **Nestlé** est une multinationale suisse et l'un des principaux acteurs de l'industrie agroalimentaire de la planète. Avec un chiffre d'affaires de CHF 89,8 milliards en 2016, elle est la première entreprise agroalimentaire du monde et la plus grande entreprise laitière du monde. Elle est connue à travers ses produits " Cerelac, Babivanille, p'tite céréale, Galia).
- **Danone** est une multinationale alimentaire française qui se décline autour de quatre pôles : produits laitiers frais et d'origine

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

végétale, eaux en bouteille, nutrition médicale et nutrition infantile. Présente sur plus de 120 marchés, en 2017 ses ventes se sont élevées à €24,68 milliards (\$30,80 milliards), avec plus de la moitié dans des pays émergents, faisant d'elle la 5<sup>e</sup> entreprise agroalimentaire du monde.

- **Concurrents indirects**

Nos concurrents indirects sont ceux qui offrent les produits différents mais qui peuvent combler les besoins des enfants. On dénombre dans cette catégorie les entreprises proposant les produits laitiers, les compotes de fruits (Nestlé et Danone.), les bouillies faites traditionnellement (les femmes dans les coins des rues).

- **Fournisseurs**

L'offre des matières premières est assurée en majeure partie par les agriculteurs locaux qui fournissent en grande quantité les producteurs de farines infantiles. En effet ces agriculteurs sont principalement ceux spécialisés dans les cultures céréalières ainsi que les fruits et légumes. Ces agriculteurs sont en atomicités sur le marché.

- **Distribution actuelle**

La distribution actuelle se fait à travers plusieurs canaux de distribution tels que la distribution physique et le e-commerce.

La première des deux est la plus répandue sur le marché. Toutes les entreprises, qu'elles soient locales ou étrangères, utilisent un circuit de distributions indirect et long à travers les boutiques des quartiers, les supermarchés, les pharmacies et les centres de santé. A travers ces canaux, les entreprises exposent leurs produits et la population a une certaine facilité à s'en procurer.

De plus le e-commerce étant en phase d'expansion dans nos technologies économiques vient en renfort dans le processus de distribution avec la réduction des canaux de distribution, la facilité d'acheter un produit en restant chez soi à travers les livraisons à domicile.

### **3.1.1.2.3. L'analyse concurrentielle**

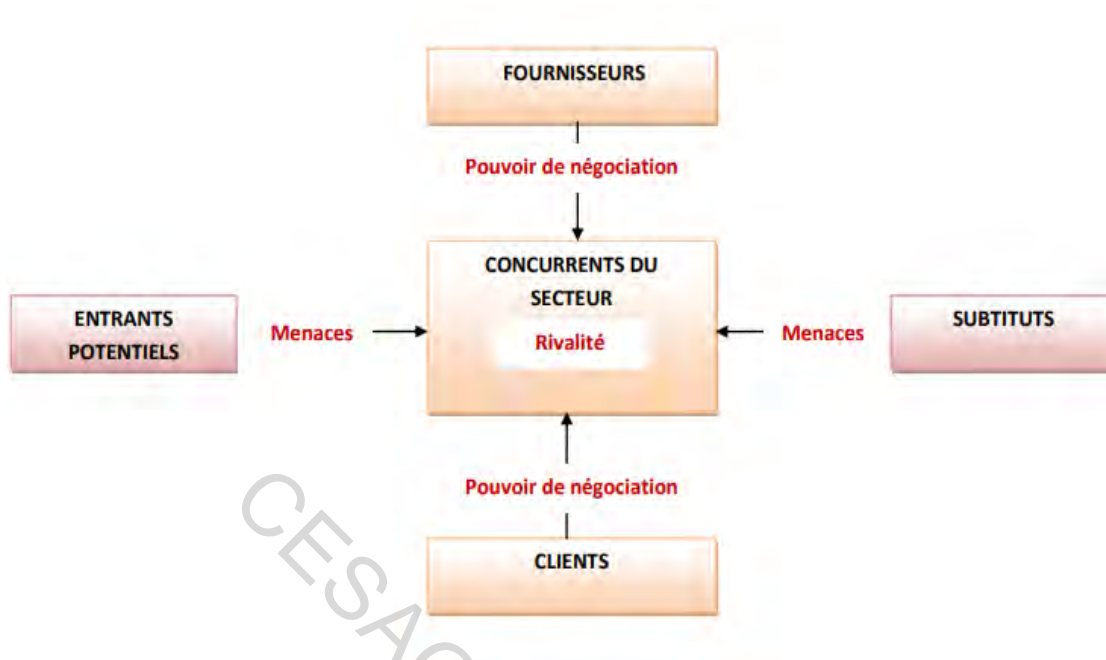
Selon Michael Porter, l'intensité concurrentielle d'un marché dépend de cinq forces

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

concurrentielles : la menace des nouveaux entrants, la menace des substituts, le pouvoir de négociation des fournisseurs, le pouvoir de négociation des clients et la concurrence intra-sectorielle. Plus l'intensité est élevée, plus les chances de profit d'une entreprise sont faibles et moins le marché est attractif. Chaque composante de l'intensité concurrentielle représente une menace pour l'entreprise. Et son appréciation est faite par la suite à travers l'échelle de Likert.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**Figure 3 : Intensité concurrentielle de M. Porter**



Source : Google

#### ✚ Concurrence intra-sectorielle

Ils existent quelques usines présentes sur le marché des produits infantiles au Sénégal. La concurrence entre les différents offreurs existe bel et bien et est d'envergure moyenne. Les produits sur le marché de la farine infantile sont pour la plupart homogènes à part qu'il existe juste de petites différences en matière de goût. De plus ces entreprises n'ont pas que la farine infantile comme domaine d'activité, ils sont aussi spécialisés dans la production de bien d'autres produits donc leur cœur-métier n'est pas forcément pareil à la nôtre. Néanmoins on peut retenir que la menace est forte.

#### ✚ Menace des nouveaux entrants

La protection de notre marché s'analyse à travers soit les barrières à l'entrée du marché. Plus le nombre d'entrants est important, plus la concurrence sera forte. En effet au Sénégal il n'existe pas de barrière relativement forte à l'entrée pour la production de farine infantile. Néanmoins l'entrée à l'industrie de l'agroalimentaire est limitée par un besoin important d'investissement à l'établissement. En plus on assiste à l'existence de marque forte sur le marché entre les entreprises existantes, ce qui représente un obstacle à l'émergence d'une autre. En somme, on

remarque quand même que le marché est perméable donc il y'a possibilité d'entrer sur le marché facilement et ceci représente une menace élevée pour nous.

#### ✚ Pouvoir de négociation des clients

Notre produit est destiné aux enfants qui sont les consommateurs finaux mais les clients comme identifiés plus haut sont les parents des enfants, les organismes internationaux et les centres de santé. Le pouvoir de négociations des clients existe dans le secteur de la farine infantile car il existe une multitude d'entreprises qui offrent le même produit que la nôtre. En plus l'existence des produits de substitutions vient en renfort dans le pouvoir de négociations des clients car il comble d'une manière ou d'une autre les besoins nutritionnels des bébés. Le pouvoir est moyen du fait que selon la classification des clients, certains ont un pouvoir de négociations élevé comme les organismes internationaux et les centres de santé, par contre les ménages ont un pouvoir de négociation faible car ils font leurs achats à travers les intermédiaires se voient fixés un prix auquel ils sont amenés à acheter.

#### ✚ Pouvoir de négociations des fournisseurs

Toute entreprise dans le domaine de la farine infantile se voit être dépendant des produits agricoles céréaliers. Les producteurs de céréales ainsi que les grossistes sont des acteurs importants pour ces entreprises. Au Sénégal, les producteurs de céréales sont représentés en quantité d'où une absence de monopole. De ce fait il y'a une atomicité des producteurs car ils ne sont pas regroupés en structures faitières. La menace est cependant faible.

#### ✚ La menace liée aux produits de substitutions

La menace liée aux produits est élevée. Il est évident qu'il y a une gamme variée de produits qui peut remplacer notre offre. Au Sénégal, les parents à défaut d'acheter la farine, ont recours aux produits laitiers, aux compotes de fruits et à la bouillie traditionnelle. Les principaux acteurs du secteur sont Nestlé et Danone. Ces deux groupes sont fortement présents sur le marché avec leurs produits blédina, lait nido, blédilait qui représentent les produits de substitutions. Ces produits interviennent dans le processus de sevrage du bébé mais sont aussi dédiés à la bonne nutrition et la croissance de l'enfant. Par conséquent, les produits de substitutions étant très utilisés constituent une menace élevée.

**Tableau 7 : Evaluation de l'intensité concurrentielle : méthode de Likert**

Les 5 forces	Très faible	Faible	Moyenne	Forte	Très forte
Concurrence intra-sectorielle				×	
Menace des Nouveaux entrants				×	
Pouvoir de négociations des clients			×		
Pouvoir de négociations des fournisseurs		×			
Menace Produits de substitutions				×	
<b>Intensité concurrentielle</b>	[5 ; 8]	[9 ; 12]	[13 ; 17]	[18 ; 21]	[22 ; 25]

Source : nous-même

Lorsque nous faisons l'addition des degrés de menace des cinq forces de Porter, on obtient une évaluation qui vaut 17. Ce nombre s'inscrit dans l'intervalle [13 ; 17]. Nous pouvons ainsi conclure que l'intensité concurrentielle est à la limite de la moyenne dans ce marché mais il y'a quand même l'existence de trois menaces dont la menace des nouveaux concurrents, la menace des produits de substitutions et la concurrence intra-sectorielle.

### 3.1.2. Diagnostic interne

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). Afin de mieux structurer nos idées, nous allons utiliser comme méthode l'analyse fonctionnelle. Comme son nom le reflète, l'analyse fonctionnelle consiste à examiner minutieusement les grandes fonctions de la société dans l'unique optique de faire ressortir les forces et faiblesses.



**Tableau 8 : Analyse fonctionnelle**

Fonctions	Forces	Faiblesses
Production	-Processus de production entièrement locale -usine ultramoderne -qualité du produit -facilité d'approvisionnement	-Capacité de production réduite
Marketing et commerciale	-Communication axée sur les réseaux sociaux. -Accessibilité du produit	-Prix moyennement élevé
Ressources Humaines	-Personnel qualifié -Bonne maîtrise du management.	

Source : Nous même

### 3.2. Plan stratégique général

La stratégie générale de l'entreprise correspond aux moyens mis en place par l'entreprise afin d'atteindre les objectifs stratégiques fixés par les dirigeants. Il est question de décrire la stratégie générale de l'entreprise à travers la stratégie corporate et la stratégie business.

#### 3.2.1. Les Stratégies Corporate

Les stratégies corporate sont les stratégies d'entreprise. Elles sont appliquées à l'ensemble du portefeuille d'activités de l'entreprise. Pour se développer, une entreprise doit faire un choix quant à la stratégie qu'elle devrait adopter. On distingue dans ce cadre la stratégie de spécialisation, la stratégie de diversification, l'intégration verticale et l'internalisation. On utilise alors la matrice d'Igor Ansoff qui est une matrice marché/produit.

**Tableau 9 : Matrice d'Igor Ansoff**

		Produit	
		Actuel	Nouveau
Marché	Actuel	Spécialisation (pénétration)	Diversification produit

		de marché)	(développement de produit)
	<b>Nouveau</b>	Diversification marché (extension de marché)	Diversification Totale

Source : nous-même

Notre entreprise ayant une seule activité et poursuivant l'exploitation d'un savoir-faire déjà utilisé se situe dans la stratégie de spécialisation ou de pénétration de marché car elle veut commercialiser un produit actuel dans un marché actuel qui est le marché de la farine infantile. Notons au passage que la spécialisation ou de pénétration est une orientation simple qui consiste à axer les efforts de la firme sur un marché et sur un même type de produit et l'entreprise spécialisée est présente sur un seul domaine d'activité stratégique.

### 3.2.2. Les stratégies Business

Les stratégies génériques sont les différentes stratégies concurrentielles qu'une entreprise peut déployer sur chacun de ses Domaines d'Activités Stratégiques (DAS) afin d'y obtenir un avantage concurrentiel. Elles s'appliquent à n'importe quelle entreprise quel que soit le secteur d'activité. Nous allons ainsi nous référer au modèle de Michael Porter. On distingue trois stratégies qu'il a baptisées « génériques » et qui prennent en compte le positionnement à adopter vis-à-vis des concurrents. Ces stratégies sont :

- ✚ La domination par les coûts
- ✚ La différenciation
- ✚ La concentration

On a recouru à ces 3 stratégies selon que la cible visée soit constituée du secteur tout entier soit uniquement d'un segment et également selon que l'avantage sur lequel on s'appuie soit un avantage de coût.

**Tableau 10 : Stratégies génériques de Porter**

<b>Avantage stratégique</b>	
<b>Caractère unique du produit</b>	<b>Coûts faibles</b>

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

<b>Cible stratégique</b>	<b>Secteur</b>	Différenciation	Domination par les coûts
	<b>Segment</b>	Concentration	

Source : Nous-mêmes

Notre entreprise adoptera une stratégie de différenciation car elle a pour cible stratégique le secteur et elle proposera un produit à caractère unique du fait que le produit est fait les cultures locales. En plus c'est une différenciation par écrémage.

### 3.3. Plan stratégique d'activités

Il est question de présenter le plan stratégique d'activités à travers la stratégie marketing et le mix marketing.

#### 3.3.1. 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 œuvre une démarche en trois temps : segmentation, ciblage et positionnement. Autrement dit une stratégie commerciale.

##### 3.3.1.1. La segmentation

« 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)

Il est question de faire la segmentation du marché et de s'adresser à différents groupes de cibles. En effet le marché de la farine infantile est assez vaste compte tenu du taux de natalité et de fécondité au Sénégal. Ainsi cette segmentation nous permettra de diviser notre marché en différents segments. Nous avons segmenté notre marché en fonction des revenus dans lequel on dénombre :

- ✚ La population urbaine
- ✚ La population rurale

✚ Les ONG

✚ Les centres de santé

### **3.3.1.2. Ciblage**

Le ciblage est très important car il constitue le choix de la segmentation sur lequel nous allons faire notre offre. L'évaluation du potentiel des segments et la mesure de l'attrait de chaque segment désignent le ciblage stratégique. Sur les quatre stratégies possibles (stratégie de Niche, stratégie différenciée, stratégie indifférenciée et la stratégie personnalisée) de ciblage nous avons conservé la stratégie indifférenciée dans laquelle nous allons proposer à chaque segment une offre unique. La segmentation étant faite plus haut, nous avons décidé de cibler la population urbaine et les ONG.

### **3.3.1.3. Positionnement**

Le positionnement représente la façon dont notre offre est perçue par notre clientèle de manière à nous permettre de nous différencier de nos concurrents sur différents critères (prix, images, caractéristiques). Ainsi, nous avons positionné notre offre sur une offre de produit local respectant les normes internationales et qui allie le rapport qualité/prix. Nous offrons une farine de qualité avec un prix qui est à la portée de tous.

### **3.3.2. Marketing Mix**

Le marketing mix regroupe l'ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit, service, marque ou enseigne sur son marché. Ces univers d'actions du marketing mix sont également appelés 4 P à cause des initiales de ces 4 termes en anglais (Product, Price, Promotion, Place).

Un plan marketing est indispensable pour nous car il nous distinguera des concurrents. A travers ce plan stratégique nous mettrons en place nos différentes politiques qui sont la politique de produit, de prix, de distribution et de communication.

### **3.3.2.1. Le produit**

La politique du produit prendra en compte la qualité, la composition, son emballage et la marque.

Comme expliqué dans la partie technique, nous avons retenue comme produit les farines « instantanées » que l'on prépare sous forme de bouillies par simple mélange avec de l'eau portée à ébullition. Concernant la composition de la farine, elle est constituée de maïs et de riz qui sont les principales céréales auxquelles seront ajoutés le soja, le sucre, le sel iodé, les vitamines et minéraux et le lait.

La farine sera commercialisée sous la marque « Farisen ». C'est un nom stratégique qui allie le terme farine et Sénégal pour attirer le consommateur sur la provenance du produit.

Quant à l'emballage, c'est l'accessoire du produit qui a pris une importance telle dans les ventes qu'il est nécessaire de lui accorder une place spécifique dans cette politique de produit.

Le produit sera conditionné dans un sachet en quantité de 400g puis emballé dans un paquet en carton portant le nom de la farine.

### **3.3.2.2. Prix**

La démarche consiste à déterminer le prix de vente en fonction d'un environnement préalablement analysé (coûts de production, du comportement de la demande et de l'intensité de la concurrence).

Pour la détermination de notre prix, nous avons décidé de nous aligner sur le prix de la concurrence. Toutefois la détermination du prix devra tenir compte de la structure de nos coûts et des marges. Ainsi le prix de la farine est fixé à 1100 FCFA la boîte de 400g qui est un prix auquel nous vendons en gros à nos clients.

### **3.3.2.3. Distribution**

La distribution de la farine se fera à travers un canal de distribution indirect et long (plusieurs intermédiaires) pour une partie des segments et pour l'autre partie à travers un circuit ultra-court. Le circuit de distribution comprend évidemment les supermarchés, les pharmacies et centre de santé, et via les ONG.

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Les supermarchés et les pharmacies servent à toucher une grande clientèle disposant de revenus stables qui ont pour habitudes de s'y approvisionner fréquemment.

Le circuit ultra court concerne nécessairement les ONG dans lequel nous collaborons directement avec eux pour l'achat de nos produits.

#### **3.3.2.4. Communication**

Selon Matricon dans le « marketing du réel » : « la communication est le paradigme du marketing ». C'est une mise en scène et une logique. Les techniques de communications que nous adopterons pour la promotion « Farisen » doivent susciter l'intérêt chez nos potentiels clients. C'est ainsi que nous aurons recours à plusieurs méthodes de communication.

Le lancement du produit sera accompagné d'une campagne de promotion à travers la télévision et les panneaux publicitaires. Il s'en suivra alors la fabrication d'un produit test qu'on mettra à la disposition des potentiels clients lors d'un atelier de test organisé par nous afin de recueillir l'avis de nos futurs clients. En effet, les publicités télévisées passeront sur la chaîne nationale sénégalaise vue l'importance que la population accorde à ses chaînes et seront faites en langues nationales (wolof) en plus du français. Nous passerons également par les affichages sur les panneaux publicitaires dans toutes les grandes villes du pays. Enfin l'utilisation d'internet se développe de plus en plus et devient un réel moyen de communication. Nous ferons des publicités sur des sites ciblés. Le coût des publicités sur internet étant faible.

## 4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE

### 4.1. Business Model Canvas

Le Business Model CANVAS 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.

Le **business model Canvas** donne notamment des indications sur :

- ✚ le financement de l'entreprise ;
- ✚ la proposition de valeur ;
- ✚ le segment de la clientèle visée ;
- ✚ la structure des coûts.

**Tableau 11 : Business Model Canvas**

<i>Partenaires clés</i> - Structure faitière de production - les ONG -Ministère de la santé (l'Etat)	<i>Activités clés</i> - Approvisionnement en céréales -La production -la commercialisation	<i>Offre (proposition de valeur)</i> - la farine infantile instantanée fabriquée localement avec les céréales du Sénégal	<i>Relation client</i> -Garantir une quantité constante -Adapter la production a la demande	<i>Segments de clientèle</i> -la population urbaine -les ONG
	<i>Ressources clés</i> -Ressources humaines expérimentées et qualifiées -Processus de fabrication entièrement local -Utilisation du cuiseur-extrudeur	-Produit riche en vitamines et minéraux	<i>Canaux de distribution</i> -Supermarchés -pharmacies -E-commerce	
<i>Structure des coûts</i> -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).			<i>Sources de revenus</i> -Ventes de la farine infantile	

Source : nous-même



## 4.2. Evaluation du coût des investissements

### 4.2.1. Frais d'établissement

Les frais de création sont l'ensemble des dépenses dues aux formalités administratives essentiellement en vue de la constitution de la société. L'ensemble de ces frais s'élève à quatre millions cent vingt-cinq mille CFA (425 000 FCFA).

**Tableau 12 : frais d'établissement à la constitution**

Libellé	Montant en CFA
Frais de notaire	400 000
Frais d'immatriculation au RCCM	25 000
<b>Total</b>	<b>425 000</b>

Source : nous-mêmes

### 4.2.2. Les dépenses d'investissement

**Tableau 13 : Immobilisation à acquérir**

Immobilisations	Année 0		
	Quantité	Prix unitaire	Valeur totale
<b><u>Immobilisations incorporelles</u></b>	<b>1 500 000</b>		
Logiciels et site internet	1	1 500 000	1 500 000
<b><u>Immobilisations corporelles</u></b>	<b>37 641 819</b>		
<b><i>Matériel de production</i></b>	<b>27 581 819</b>		
Décortiqueur	1	915 000	915 000
Cuiseur extrudeur	1	5 771 219	5 771 219
Torréfacteur	1	1 615 000	1 615 000
Table de tri	2	1 130 000	2 260 000
Mélangeur	2	450 000	900 000
Extrade de séchage	2	750 000	1 500 000
Broyeur a marteau	1	915 000	915 000
Broyeur a meule	1	1 015 000	1 015 000
Ensageuse	1	3 005 600	3 005 600

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Immobilisations	Année 0		
	Quantité	Prix unitaire	Valeur totale
Bacs de stockage	1	350 000	350 000
Tank a eau	1	315 000	315 000
Groupe électrogène	1	8 000 000	8 000 000
Onduleur	1	895 000	895 000
Balance de pesage	1	125 000	125 000
<b>Matériels de transport</b>	<b>6 300 000</b>		
Fourgonnette	1	6 300 000	6 300 000
<b>Mobiliers de bureau</b>	<b>3 760 000</b>		
Tables Bureau	6	40 000	240 000
Chaises Bureau	6	30 000	180 000
Armoires	6	40 000	240 000
Ordinateurs	6	200 000	1 200 000
Imprimantes	2	350 000	700 000
Téléphones	6	20 000	120 000
Climatiseurs	6	150 000	900 000
Chaises visiteurs	12	15 000	180 000
<b><u>Immobilisations financières</u></b>	<b>1 400 000</b>		
Caution locaux			1 400 000
<b>Total immobilisations</b>			<b>40 541 819</b>

Source : nous-même

#### 4.2.3. Besoin en fonds de roulement et variation du BFR

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, 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.

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

A la première année de notre exploitation, nous avons estimé ce besoin aux charges correspondant à trois mois de fonctionnement qui s'élève à 36 409 600 FCFA. Ce montant vaut environ 20% du chiffre d'affaire prévisionnel de la même année. Cependant nous avons alors estimé le besoin en fonds de roulement des années suivantes à 20% du chiffre d'affaire des prochaines années.

**Tableau 14 : Besoin en fonds de roulement**

CA1	185 625 000					
BFR initial	36 409 600					
Coefficient	20%					
Eléments	2020	2021	2022	2023	2024	2025
BFR	36 409 600	40 050 560	45 257 133	52 045 703	52 045 703	
Variation du BFR	36 409 600	3 640 960	5 206 573	6 788 570	-	(52 045 703)
Récupération du BFR						52 045 703

Sources : nous-mêmes

#### 4.2.4. Synthèse des coûts d'investissement

Le coût de notre projet qui est égal à la somme des dépenses d'investissement et du besoin en fonds de roulement de la première année est de 76 951 419 FCFA.

**Tableau 15 : Synthèse des coûts d'investissement**

Eléments	Montants
Immobilisations	40 541 819
Besoin en fonds de roulement	36 409 600
<b>Total</b>	<b>76 951 419</b>

Source : Nous-mêmes

### 4.3. Modalité de financement

Cette section abordera des différents moyens de financement de notre projet.

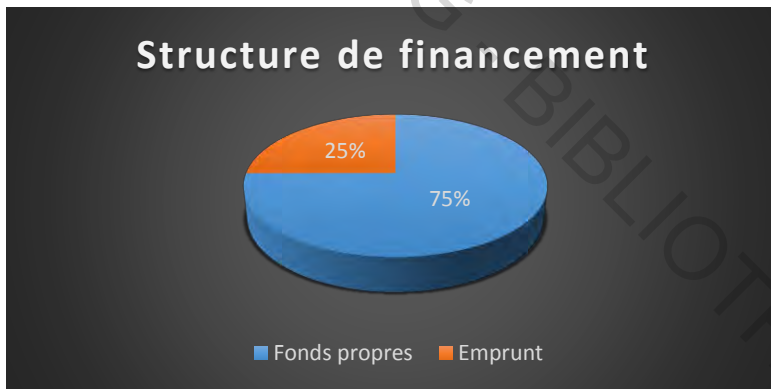
#### 4.3.1. Schéma de financement

La structure financière de Babysafe est composée principalement de capitaux propres et d'endettement. Compte tenu du coût de l'investissement nous avons adopté une structure financière composée de fonds propres et d'un emprunt bancaire.

Comme indiqué au premier point de la partie 2, le capital social de Babysafe est de 58 000 000 FCFA. L'apport en fonds propres représente environ 75% du coût du projet.

Le montant restant est financé à 25% par un emprunt bancaire qui s'élève à 18 951 419 FCFA.

#### Graphique 7 : Structure de financement du coût du projet



Sources : nous-mêmes

#### 4.3.2. Emprunt bancaire

C'est le mode de financement classique des entreprises. Il peut être assimilé à un contrat par lequel l'emprunteur s'engage à payer des intérêts et à rembourser le capital emprunté à une ou à des échéances fixées d'avance. Les caractéristiques seront :

- ✚ Remboursement : Annuité Constante
- ✚ Taux : 12%
- ✚ Echéance : 5 ans
- ✚ Montant : 19 057 669 FCFA

**Tableau 16 : Amortissement de l'emprunt**

Année	Montant restant dû	Intérêt	Amortissement	Annuité
2021	18 951 419	2 274 170	2 983 138	5 257 308
2022	15 968 281	1 916 194	3 341 114	5 257 308
2023	12 627 167	1 515 260	3 742 048	5 257 308
2024	8 885 119	1 066 214	4 191 094	5 257 308
2025	4 694 025	563 283	4 694 025	5 257 308
<b>Fin 2025</b>	0		18 951 419	

Source : nous-mêmes

#### 4.4. Analyse de l'exploitation

##### 4.4.1. Le chiffre d'affaires prévisionnel

Le chiffre d'affaires est la somme des ventes de biens ou des services d'une entreprise sur un exercice comptable. Notre chiffre d'affaires est composé de la vente de farine en fonction des quantités prévisionnelles de chaque année. En effet la quantité produite est déterminée à partir de la capacité de production annuelle. Il connaîtra certaines variations pour les prochaines années.

Il varie de 10% entre la première et la 2<sup>e</sup> année. Ensuite il progresse de 13% entre la 2<sup>e</sup> et la 3<sup>e</sup> année. Enfin il augmente de 15% entre la 3<sup>e</sup> et la 4<sup>e</sup> année avant de se stabiliser à la 5<sup>e</sup> année

La tendance du chiffre d'affaires prévisionnel est donnée dans le tableau suivant.

**Tableau 17 : Chiffres d'affaires prévisionnel**

Eléments	2021	2022	2023	2024	2025
Quantité	168 750	185 625	209 756	241 220	241 220
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>185 625 000</b>	<b>204 187 500</b>	<b>230 731 875</b>	<b>265 341 656</b>	<b>265 341 656</b>

Source : Nous-même

#### 4.4.2. Evaluation de la masse salariale

**Tableau 18 : Masse salariale annuelle**

Eléments	Année 1		
	Nombre	Unitaire	TOTAL
Gérant associé	1	800 000	9 600 000
Responsables des services	5	650 000	39 000 000
Ouvriers	9	180 000	19 440 000
Commerciaux	2	125 000	3 000 000
Chauffeurs	1	70 000	840 000
<b>TOTAL ANNEE</b>	<b>18</b>	<b>1 825 000</b>	<b>71 880 000</b>

Source : nous-mêmes

La masse salariale du personnel augmente à partir de la 3<sup>e</sup> année avec un taux de croissance de 4% annuelle. Cependant, il se stabilise dès la 4<sup>e</sup> année.

#### 4.4.3. Evaluation des charges d'exploitation

Les charges d'exploitation à partir de la première année évoluent dans les mêmes proportions que la variation du chiffre d'affaires.

**Tableau 19 : Charges d'exploitation**

Rubriques	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Charges variables</b>	<b>49 698 400</b>	<b>54 635 740</b>	<b>61 683 786</b>	<b>70 864 692</b>	<b>70 864 692</b>
Achat de matière premières	31 598 125	34 757 938	39 276 469	45 167 940	45 167 940
Emballages	8 500 000	9 350 000	10 565 500	12 150 325	12 150 325
Carburant	650 000	682 500	716 625	752 456	752 456
Electricité	1 500 000	1 650 000	1 864 500	2 144 175	2 144 175
Eau	675 275	742 803	839 367	965 272	965 272
Services extérieurs	6 775 000	7 452 500	8 421 325	9 684 524	9 684 524
<b>Charges fixes</b>	<b>95 940 000</b>	<b>95 940 000</b>	<b>98 615 200</b>	<b>103 127 808</b>	<b>103 127 808</b>
Gardiennage	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Rubriques	2021	2022	2023	2024	2025
Assurances	2 700 000	2 700 000	2 700 000	2 700 000	2 700 000
Entretien	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000
Frais d'établissement	425 000	-	-	-	-
Publicité	700 000	700 000	500 000	400 000	400 000
Fournitures de bureau	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Internet et téléphone	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000
Loyer	16 800 000	16 800 000	16 800 000	16 800 000	16 800 000
Charge salariale	71 880 000	71 880 000	74 755 200	79 367 808	79 367 808
<b>Charges d'exploitation</b>	<b>146 063 400</b>	<b>150 575 740</b>	<b>160 298 986</b>	<b>173 992 500</b>	<b>173 992 500</b>

Source : nous-mêmes

#### 4.4.4. Compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat de Babysafe sera présenté en faisant ressortir les soldes intermédiaires de gestion de gestion comme le Chiffres d'affaire, la valeur ajoutée la marge brute, l'EBE, le résultat d'exploitation, le résultat avant impôt, le résultat net mais également la capacité d'Autofinancement.

Le tableau ci-dessous présente les comptes de résultats prévisionnels des cinq (5) années sur lesquelles porte notre analyse.

**Tableau 20 : Compte de résultat prévisionnel**

Eléments	2021	2022	2023	2024	2025
Chiffre d'affaire	185 625 000	204 187 500	230 731 875	265 341 656	265 341 656
Achat de matières premières	31 598 125	34 757 938	39 276 469	45 167 940	45 167 940

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Eléments	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Marge commerciale</b>	<b>154 026 875</b>	<b>169 429 563</b>	<b>191 455 406</b>	<b>220 173 716</b>	<b>220 173 716</b>
Emballages	8 500 000	9 350 000	10 565 500	12 150 325	12 150 325
Frais d'établissement	425 000	-	-	-	-
Carburant	650 000	682 500	716 625	752 456	752 456
Electricité	1 500 000	1 650 000	1 864 500	2 144 175	2 144 175
Eau	675 275	742 803	839 367	965 272	965 272
Gardiennage	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Assurance véhicule	2 700 000	2 700 000	2 700 000	2 700 000	2 700 000
Entretien	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000
Publicité	700 000	700 000	500 000	400 000	400 000
Internet et téléphone	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000
Loyer	16 800 000	16 800 000	16 800 000	16 800 000	16 800 000
Services extérieurs	6 775 000	7 452 500	8 421 325	9 684 524	9 684 524
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>111 691 600</b>	<b>125 741 760</b>	<b>145 438 089</b>	<b>170 966 965</b>	<b>170 966 965</b>
Charges de personnel	71 880 000	71 880 000	74 755 200	79 367 808	79 367 808
<b>EBE</b>	<b>39 811 600</b>	<b>53 861 760</b>	<b>70 682 889</b>	<b>91 599 157</b>	<b>91 599 157</b>
Dotation aux amortissements	6 551 974	6 551 974	6 551 974	6 551 974	6 551 974
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>33 259 626</b>	<b>47 309 786</b>	<b>64 130 915</b>	<b>85 047 182</b>	<b>85 047 182</b>
Intérêt sur emprunt	2 286 920	1 926 937	1 523 755	1 072 192	566 441
<b>Résultat financier</b>	<b>2 286 920</b>	<b>1 926 937</b>	<b>1 523 755</b>	<b>1 072 192</b>	<b>566 441</b>



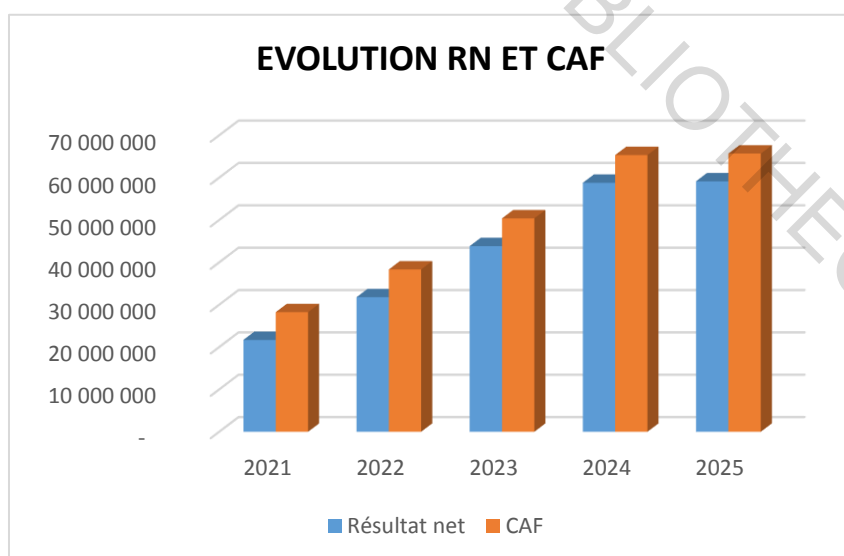
Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Eléments	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Résultat Activités Ordinaires</b>	<b>30 972 706</b>	<b>45 382 849</b>	<b>62 607 159</b>	<b>83 974 991</b>	<b>84 480 471</b>
Impôt sur le bénéfice 30%	9 291 812	13 614 855	18 782 148	25 192 497	25 344 222
<b>Résultat net</b>	<b>21 680 894</b>	<b>31 767 994</b>	<b>43 825 012</b>	<b>58 782 493</b>	<b>59 136 519</b>
Dotation aux amortissements	6 551 974	6 551 974	6 551 974	6 551 974	6 551 974
<b>CAF</b>	<b>28 232 868</b>	<b>38 319 969</b>	<b>50 376 986</b>	<b>65 334 468</b>	<b>65 688 493</b>

Source : nous-même

La capacité d'autofinancement (CAF) et le résultat net (RN) sont positifs et croissants sur toutes les années. La CAF représente la richesse dégagée par l'entreprise du fait de son exploitation.

**Graphique 8 : Evolution du résultat net et la CAF**



Source : nous-même

## **4.5. Analyse de la rentabilité**

### **4.5.1. Estimation du taux d'actualisation**

Le taux d'actualisation est le taux qui auquel les cash flows seront actualisés. Il est utilisé par l'entreprise pour évaluer la rentabilité de son activité en actualisant avec les cash flows. Ainsi la méthode utilisée pour l'estimation du taux d'actualisation est celle du coût moyen pondéré du capital (CMPC). Pour l'estimer nous aurons besoin du coût des fonds propres et celui de la dette.

Pour estimer le coût des fonds propres nous avons majoré le taux d'intérêt d'obligation d'Etat de la prime de risque pays. En effet, au Sénégal le taux d'intérêt d'obligation d'Etat est de 6,5% et la prime de risque s'élève à 5,5% (prime de risque dans la zone UEMOA), ce qui permettrait d'évaluer le coût des fonds propres à 12%.

Quant au coût de la dette, il correspond au taux d'intérêt après impôts de la dette contractée au lancement du projet. Il vaut 8,40%.

Enfin, en appliquant la formule du CMPC il en ressort que le taux d'actualisation est estimé à 11,10%.

### **4.5.2. Appréciation et pertinence du projet du projet.**

L'appréciation de la rentabilité du projet se fera sur les critères suivants : la valeur actuelle nette (VAN), le délai de récupération (DRCI), le taux de rendement interne (TRI) et l'indice de profitabilité (IP).

- ✚ La VAN est la somme actualisée des flux de trésorerie diminuée de l'investissement et permet de mesurer la valeur générée par un projet. Lorsqu'elle est positive le projet est acceptable. La VAN de notre projet est égale à 120 768 893 FCFA.
- ✚ TRI : La VAN est une fonction décroissante du taux d'actualisation. Il existe donc un taux qui l'annule qui est le TRI. Pour que le projet soit rentable, il faut que le taux d'actualisation de la VAN soit inférieur au TRI. Notre TRI est de 47,70% pour une VAN à 11,10%.

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

- ✚ DRCI : le délai de récupération du capital investi indique le temps nécessaire qu'il faut pour la récupération du montant de l'investissement. Plus le délai est court et plus le projet est rentable. Nous avons un délai de récupération de 1 an 9 mois 22 jours.
- ✚ IP : L'indice de profitabilité est le rapport entre la somme des flux de trésorerie nette et l'investissement initial. Lorsque la VAN est positive, il doit être supérieur à 1. Babysafe a un IP de 2,57. Cela signifie que pour chaque franc d'investissement, nous espérons encaisser 1,57.

En conclusion, selon ces 4 critères, Babysafe est un projet rentable et pourra créer de la valeur.

Le tableau ci-dessous est une synthèse des différents critères :

**Tableau 21 : Appréciation de la rentabilité du projet**

<b>VAN</b>	120 768 893
<b>TRI</b>	47,70%
<b>DRCI</b>	1,81
<b>IP</b>	2,57

Source : nous-mêmes

### **4.5.3. Rentabilité économique et financière**

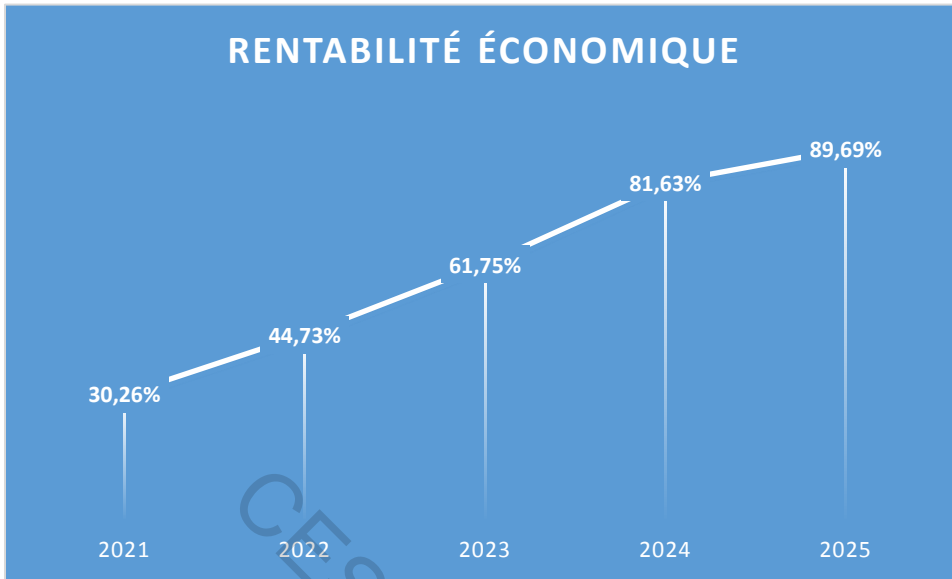
La rentabilité représente le rapport entre les revenus de l'entreprise et les fonds mobilisés pour leur obtention. C'est un des éléments privilégiés pour l'analyse de la performance de l'entreprise. Ainsi on distingue, la rentabilité économique (ROI) et la rentabilité financière (ROE).

#### **4.5.3.1. La rentabilité économique**

La rentabilité économique intéresse les investisseurs financiers de l'entreprise en ce sens qu'elle prend en compte l'ensemble de la dette financière de la structure. Elle correspond au rapport entre le résultat d'exploitation après impôt et l'actif économique. Dans notre cas elle est positive et croissante sur toutes les années jusqu'à atteindre 89,69% en 2025. Cette rentabilité permet surtout aux banques de savoir la capacité de l'entreprise à générer des résultats positifs.

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

### Graphique 9 : Evolution du ROI

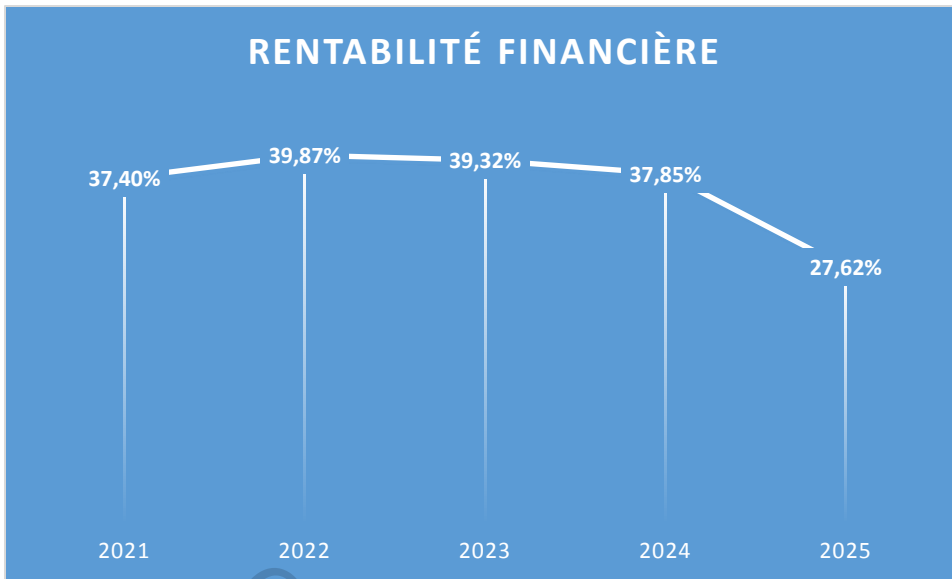


Source : nous-même

#### 4.5.3.2. La rentabilité financière

Contrairement à la rentabilité économique, la rentabilité financière s'adresse surtout aux actionnaires. En effet, elle leur permet de savoir la rentabilité des fonds propres qu'ils investissent. Elle est obtenue en faisant le rapport entre le résultat de l'exercice et les capitaux propres. Notre entreprise a une rentabilité financière élevée mais elle tend à la baisse à la 5<sup>e</sup> année car la production n'a pas varié entre les 2 dernières années ce qui a ralenti les résultats tandis que les capitaux propres continuaient à accroître.

### Graphique 10 : Evolution du ROE



Source : nous-mêmes

#### 4.6. Analyse de la sensibilité et de scénario

L'analyse financière que nous avons effectuée repose sur des estimations optimistes. Qu'advient-il de la rentabilité du projet si pendant l'exploitation les réalisations se trouvent inférieures aux estimations ? Le projet sera-t-il toujours rentable ?

Nous allons ainsi effectuer notre de sensibilité sur le chiffre d'affaire qui constitue l'unité centrale de toute notre analyse financière plus précisément en le diminuant de 10%. En effet, à la suite du test, nous allons présenter la VAN, le TRI et l'IP.

**Tableau 22 : Résultat du scénario**

<b>VAN</b>	62 515 141
<b>TRI</b>	30,32%
<b>DRCI</b>	3,01
<b>IP</b>	1,81

Source : nous-mêmes

Après le scénario, on remarque que les indicateurs se dégradent conséquemment. La VAN baisse d'environ 52%, le TRI quant à lui passe à 30,32%, le DRCI qui était de 1 ans 9 mois environ passe à 3 ans 1 mois et enfin l'IP décroît à 1,81 d'où pour le franc investi nous

encaissements 0,81. Ces résultats indiquent que le projet est très sensible à une variation du chiffre d'affaire. Malgré une dégradation du chiffre d'affaire prévisionnel de 10%, le projet reste rentable.

## **4.7. Cartographie des risques**

Le risque se définit comme une déviation standard des prévisions. Opérant dans l'agro-alimentaire nous pouvons être exposés à plusieurs risques dont le risque opérationnel, le risque le risque de marché, le risques de contrepartie.

### **4.7.1. Le risque opérationnel**

Le risque opérationnel est le risque de perte ou des erreurs du personnel des systèmes ou processus ou des événements externes, ils peuvent être :

- ✚ le risque lié à l'approvisionnement (indisponibilité des matières premières) ;
- ✚ la dépendance auprès des petits producteurs de la sous-région peut poser le problème de mauvaise qualité de la matière première ;
- ✚ le risque de recrutement d'un personnel non qualifié pour le poste concerné ;
- ✚ le risque de défaillance dans le processus de transformation de la tomate par le personnel ;
- ✚ le risque de détérioration des outils industriels ;
- ✚ le risque d'incendies ou d'accidents.

Pour prévenir tous ces risques le choix des fournisseurs et du personnel se fera avec la plus grande attention. Pour chaque étape de la production une supervision sera faite. Les moyens financiers sont mis en place pour l'entretien de tous les moyens et outils de la société. Tous les véhicules seront assurés.

### **4.7.2. Le risque de marché**

Le risque de marché est l'exposition de l'entreprise à une évolution défavorable des prix due a une non maîtrise de l'inflation ou une baisse de production sur une période. Ce risque nous concerne car nous achetons de la matière première (les céréales) qui est le point de départ de notre production. Pour prévenir ce risque nous allons signer des contrats avec nos fournisseurs avec un prix fixe.

**CONCLUSION**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Les pays de l'Afrique Subsaharienne à l'instar du Sénégal font face à de multiples problèmes tels que celui de la sécurité alimentaire qui entrave leur développement. La malnutrition infantile en particulier sévit toujours. Le problème bien que touchant l'individu dès son enfance puisse avoir des conséquences sur toute sa croissance, d'où l'importance de s'attaquer à ce phénomène.

Ce travail nous a permis de mettre en pratique nos connaissances théoriques relatives au montage de projet, aux politiques d'investissement et de financement à travers une étude de faisabilité de mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal.

L'aboutissement du travail a été consigné en quatre grandes parties. La première concernant la présentation du projet dans son ensemble, la deuxième a présenté l'étude technique et organisationnelle, la troisième a porté sur l'étude de marché et la stratégie marketing et enfin la dernière a présenté l'étude économique et financière du projet.

Il en ressort de l'étude que le marché regorge d'un grand potentiel de demande soit 14% de la population sénégalaise pour une consommation annuelle de 90 000 tonnes de farine infantile. Par le biais du modèle des cinq forces de Porter nous avons constaté que l'intensité concurrentielle de notre marché est à la limite de la moyenne avec trois menaces fortes non négligeables.

L'étude financière de Babysafe révèle que le projet est rentable à travers la structure de ses charges et produits et surtout sa structure financière. En effet, il en ressort que le projet mettra exactement 1 ans 9 mois 22 jours pour commencer à dégager des flux de trésorerie positifs avec une VAN de 120 717 524 FCFA.

Un projet représente un ensemble d'activités réalistes et réalisables qui doivent être coordonnées dans un délai court autant que faire se peut. Ainsi, pour entreprendre, il est souhaitable que nous menions une analyse bien fondée du marché, sur le plan technique et stratégique ainsi que de rentabilité. Les conclusions de ces études sont très décisives avant d'entreprendre en ce sens qu'il peut nous permettre d'éviter la gabegie financière selon qu'elles soient concluantes ou non.



## BIBLIOGRAPHIE

### Les ouvrages

1. Demeure, C. (2008). MARKETING. DUNOD.
2. LEHMANN-ORTEGA, L, LEROY, F., GARRETTE, B., DUSSAUGE, P., & DURAND, R. (2016). Strategor : Toute la stratégie d'entreprise. DUNOD.
3. Mémina SANOGO (1994), « La production artisanale de farines infantiles, Expériences et procédés, Guide pratique », Edition du Gret, Paris, 80p
4. Vernimmen, P., Quiry, P., & Fur, Y.L. (2018). Finance d'entreprise. DALLOZ.

### Projets professionnels, Publications et rapports

1. Abdouramane SOW, (2017), Modalités de financement d'une unité de transformation de céréales locales en farine infantile-(FASONUTRI)
2. ABC Consulting, « Production de Farines Infantiles »
3. ANSD (2018), « Bulletin Mensuel des Statistiques Economique »
4. ANSD (2016), « Situation Economique et Sociale du Sénégal en 2016 »
5. Fadilatou DIAO, (2018), Création d'une société d'Intermédiation en opérations bancaires dédiée aux PME/PMI au Burkina Faso
6. Fatoumata SACKO, (2015), Etude de faisabilité et de rentabilité d'un projet de création d'une agence d'organisation de mariage au Mali : Hall
7. GRET (2002), « Développement d'une technologie de production de farines infantiles »
8. UNICEF (2016), « Enquête Nutritionnelle Nationale utilisant la méthodologie SMART »

### Webographie

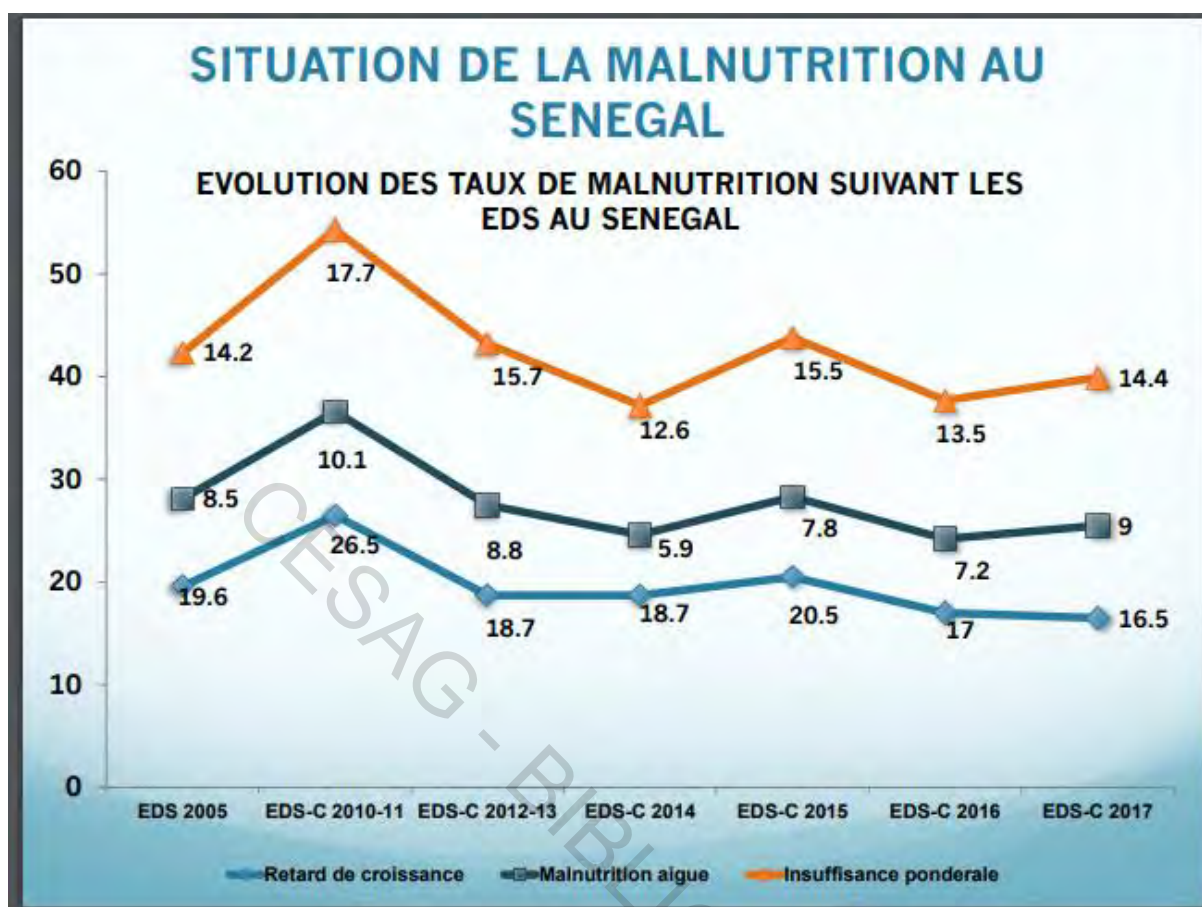
1. <https://www.lequotidien.sn/innovation-lutte-contre-la-malnutrition-lita-met-au-point-une-farine-enrichie-instantanee/>
2. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Démographie\\_du\\_Sénégal](https://fr.wikipedia.org/wiki/Démographie_du_Sénégal)
3. <https://www.banquemondiale.org/fr/country/senegal/overview>
4. <https://www.who.int/nutrition/events/2018-fpgh-workshop-nutrition-against-ncd-16nov-presentation-MatyDiagneCamara-Senegal.pdf?ua=1>
5. <http://docplayer.fr/35462811-Production-de-farines-infantiles.html>

**ANNEXES**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

### Annexe 1 : Prévalence de la malnutrition au niveau national de 2005 à 2017



Source : <https://www.who.int/nutrition/events/2018-fpgh-workshop-nutrition-against-ncd-16nov-presentation-MatyDiagneCamara-Senegal.pdf?ua=1>

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

## Annexe 2 : Récapitulatif des cultures céréalières au Sénégal

REGIONS	MIL			SORGHO			MAIS			RIZ			FONIO			TOTAL CEREALES	
	SUP	RDT	PROD	SUP	RDT	PROD	SUP	RDT	PROD	SUP	RDT	PROD	SUP	RDT	PROD	SUP	PROD
	(Ha)	(Kg/Ha)	(T)	(Ha)	(Kg/Ha)	(T)	(Ha)	(Kg/Ha)	(T)	(Ha)	(Kg/Ha)	(T)	(Ha)	(Kg/Ha)	(T)	(Ha)	(T)
DAKAR	9	450	4	300	565	170	900	700	630	-	-	-	-	-	-	1 209	804
DIOURBEL	101 054	931	94 085	12 050	849	10 232	894	891	797	-	-	-	-	-	-	113 998	105 113
FATICK	178 790	1 024	183 065	9 460	1 003	9 487	22 611	1 880	42 504	7 899	1 881	14 855	-	-	-	218 760	249 910
KAOLACK	132 838	1 144	152 011	9 610	1 005	9 660	34 018	1 908	64 890	2 316	1 914	4 431	-	-	-	178 781	230 993
KOLDA	28 455	1 120	31 870	35 603	1 066	37 959	45 080	1 704	76 813	107 886	2 343	252 831	117	550	64	217 141	399 537
LOUGA	141 862	611	86 708	3 000	443	1 328	5 132	600	3 079	456	1 000	456	-	-	-	150 449	91 570
SAINT-LOUIS	743	277	206	1 555	383	595	2 929	3 077	9 012	61 871	6 470	400 291	-	-	-	67 098	410 104
TAMBACOUNDA	38 785	754	29 250	42 080	1 043	43 895	33 961	1 803	61 238	7 558	2 561	19 353	-	-	-	122 384	153 736
THIES	114 218	937	107 063	10 609	760	8 058	3 030	900	2 727	-	-	-	-	-	-	127 858	117 848
ZIGUINCHOR	4 097	984	4 032	534	964	515	1 422	1 580	2 247	47 002	2 160	101 537	-	-	-	53 055	108 331
MATAM	33 312	535	17 808	17 122	683	11 689	3 421	1 962	6 714	8 707	6 026	52 465	-	-	-	62 562	88 676
KAFFRINE	134 112	1 087	145 843	54 489	1 100	59 957	31 676	1 533	48 559	660	1 073	708	-	-	-	220 937	255 066
KEDOUGOU				6 793	1 642	11 152	9 761	2 500	24 403	6 955	2 635	18 326	1 409	900	1 268	24 919	55 149
SEDHIOU	32 604	1 200	39 124	18 122	1 168	21 169	36 824	2 000	73 648	54 625	2 600	142 025	3 392	794	2 692	145 566	278 658

Source : ANSD/ bulletin mensuelles des statistiques économiques juin 2018

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

### **Annexe 3 : Image d'un cuiseur extrudeur de 2<sup>de</sup> génération**



Source : GRET

#### Annexe 4 : Questionnaire

- Avez-vous des enfants de 0 à 4 ans ?
- Achetez-vous de la farine infantile ?
- Quels sont les endroits où vous achetez la farine infantile ?
- Combien dépensez-vous en moyenne par mois dans les farines infantiles ?
- Quels produits utilisez-vous fréquemment ?
- Quelle quantité achetez-vous régulièrement ?

#### Annexe 5 : Point mort

Rubriques	2021	2022	2023	2024	2025
CA prévisionnel	185 625 000	204 187 500	230 731 875	265 341 656	265 341 656
Charges variables	49 698 400	54 635 740	61 683 786	70 864 692	70 864 692
Marge sur coûts variables	135 926 600	149 551 760	169 048 089	194 476 965	194 476 965
Taux de marges sur coûts variables	73%	73%	73%	73%	73%
Charges fixes	96 365 000	95 940 000	98 615 200	103 127 808	103 127 808

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

Seuil de rentabilité	135 598 621	130 989 757	134 598 801	140 706 142	140 706 142
Niveau du CA/Point mort	8,51	7,70	7,00	6,36	6,36

Source : nous-mêmes

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**Annexe 6 : Tableau d'amortissement des immobilisations**

Eléments	Valeur d'origine	Durée de vie	2021	2022	2023	2024	2025	Valeur résiduelle
Logiciels et site internet	1 500 000	5	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	-
Décortiqueur	915 000	7	130 714	130 714	130 714	130 714	130 714	261 429
Cuiseur extrudeur	5 771 219	7	824 460	824 460	824 460	824 460	824 460	1 648 920
Torréfacteur	1 615 000	7	230 714	230 714	230 714	230 714	230 714	461 429
Table de tri	2 260 000	5	452 000	452 000	452 000	452 000	452 000	-
Mélangeur	900 000	5	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000	-
Extrade de séchage	1 500 000	5	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	-
Broyeur a marteau	915 000	7	130 714	130 714	130 714	130 714	130 714	261 429
Broyeur a meule	1 015 000	7	145 000	145 000	145 000	145 000	145 000	290 000
Ensageuse	3 005 600	7	429 371	429 371	429 371	429 371	429 371	858 743
Bacs de stockage	350 000	5	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	-
Tank a eau	315 000	5	63 000	63 000	63 000	63 000	63 000	-
Groupe électrogène	8 000 000	10	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000	4 000 000
Onduleur	895 000	5	179 000	179 000	179 000	179 000	179 000	
Balance de pesage	125 000	5	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	
Fourgonnette	6 300 000	5	1 260 000	1 260 000	1 260 000	1 260 000	1 260 000	



Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

<b>Eléments</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Durée de vie</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>Valeur résiduelle</b>
Tables bureau	240 000	5	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000	
Chaises bureau	180 000	5	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	
Armoires	240 000	5	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000	
Ordinateurs	1 200 000	5	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	
Imprimantes	700 000	5	140 000	140 000	140 000	140 000	140 000	
Téléphones	120 000	5	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	
Climatiseurs	900 000	5	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000	
Chaises visiteurs	180 000	5	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	
Caution locaux	1 400 000	5	280 000	280 000	280 000	280 000	280 000	
<b>Total</b>	<b>40 591 819</b>		<b>6 551 974</b>	<b>6 551 974</b>	<b>6 551 974</b>	<b>6 551 974</b>	<b>6 551 974</b>	<b>7 781 948</b>

Source : nous-mêmes

**Annexe 7 : Flux net de trésorerie prévisionnelle**

<b>Eléments</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>CAF</b>		<b>28 232 868</b>	<b>38 319 969</b>	<b>50 376 986</b>	<b>65 334 468</b>	<b>65 688 493</b>
Variation du BFR		3 640 960	5 206 573	6 788 570	-	
Récupération du BFR						52 045 703
VRN						7 781 948
<b>Flux entrant</b>		<b>24 600 833</b>	<b>33 120 916</b>	<b>43 494 362</b>	<b>65 338 652</b>	<b>125 518 355</b>
Investissement	40 966 819					
BFR	36 409 600					
<b>Cash flows</b>	<b>(76 951 419)</b>	<b>24 600 833</b>	<b>33 120 916</b>	<b>43 494 362</b>	<b>65 338 652</b>	<b>125 518 355</b>
<i>Coefficient d'actualisation</i>	<b>1,000</b>	<b>0,900</b>	<b>0,810</b>	<b>0,729</b>	<b>0,656</b>	<b>0,590</b>
<b>Cash flows actualisés</b>	<b>(76 951 419)</b>	<b>22 140 294</b>	<b>26 826 836</b>	<b>31 778 326</b>	<b>42 865 157</b>	<b>74 109 699</b>
<b>VAN</b>	120 768 893					
<b>TRI</b>	47,70%					
<b>DRI</b>	1,81					
<b>IP</b>	2,57					

Source : nous-mêmes

### Annexe 8 : Tableau de flux de trésorerie

Eléments	2020	2021	2022	2023	2024	2025
CAF		28 241 793	38 327 489	50 382 932	65 338 652	65 690 704
Variation du BFR	36 409 600	3 640 960	5 206 573	6 788 570	-	(52 045 703)
Flux de trésorerie d'exploitation	(36 409 600)	24 600 833	33 120 916	43 594 362	65 338 652	117 736 406
Flux d'investissement	40 541 819	-	-	-	-	-
Flux de trésorerie disponible	(76 951 419)	24 600 833	33 120 916	43 594 362	65 338 652	117 736 406
<u>Flux de financement capitaux propres</u>						
Prélèvement de capital	58 000 000					
Subventions d'investissement						
Dividendes versés						
<u>Flux de financement dettes financières</u>						
Nouveaux emprunts	18 951 419					
Remboursement d'emprunt		2 983 138	3 341 114	3 742 048	4 191 094	4 694 025
Flux de trésorerie lié au financement	76 951 419	(2 983 138)	(3 341 114)	(3 742 048)	(4 191 094)	(4 694 025)
Variation de la trésorerie	-	21 617 695	29 779 802	39 852 314	61 147 558	113 042 381
Trésorerie initiale	-	-	21 617 695	51 397 497	91 249 811	152 397 369
Trésorerie finale	-	21 617 695	51 397 497	91 249 811	152 397 369	265 439 751

Source : nous-mêmes

### Annexe 9 : Calcul du ROI et du ROE

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

	2021	2022	2023	2024	2025
Rentabilité économique	30,26%	44,73%	61,75%	81,63%	89,69%
Rentabilité financière	37,40%	39,87%	39,32%	37,85%	27,62%

Source : nous-mêmes

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
FICHE SYNTHETIQUE DU PROJET.....	v
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET FIGURES .....	vi
LISTE DES ANNEXES .....	viii
SOMMAIRE .....	ix
INTRODUCTION.....	1
1. PRESENTATION D'ENSEMBLE DU PROJET .....	5
1.1. Présentation du contexte pays .....	5
1.1.1. Situation politique .....	5
1.1.2. Situation économique.....	5
1.1.3. Situation sociale .....	7
1.2. Etat de la situation et opportunités .....	7
1.3. Présentation du projet.....	8
1.3.1. Présentation de l'idée .....	8
1.3.2. Mission, vision et objectifs.....	9
1.4. Impacts du projet.....	9
1.5. Plan de mise en œuvre.....	10
2. ETUDE ORGANISATIONNELLE ET TECHNIQUE .....	11
2.1. Choix du statut juridique .....	11
2.2. Présentation du promoteur et de l'équipe de projet.....	12
2.3. Structure organisationnelle.....	13
2.4. Evaluation de la faisabilité technique.....	15
2.4.1. Choix de la zone d'implantation .....	15
2.4.2. Compositions de la farine.....	16

2.4.3. Types de farine proposés sur le marché .....	17
2.4.4. Capacité de production.....	17
2.4.5. Le diagramme de fabrication.....	18
2.4.5.1. Processus de fabrication .....	18
2.4.5.2. Equipement de production .....	20
2.4.5.3. Aménagement des locaux.....	21
2.4.5.4. Les ressources humaines utilisées .....	22
Source : Nous-mêmes.....	23
<b>3. ETUDE DE MARCHE ET STRATEGIE MARKETING.....</b>	<b>23</b>
3.1. Etude de marché.....	23
3.1.1. Diagnostic externe.....	23
3.1.1.1. Analyse du macro-environnement .....	23
3.1.1.2. Analyse du micro-environnement .....	25
3.1.1.2.1. L'analyse de la demande.....	25
3.1.1.2.2. L'analyse de l'offre .....	31
3.1.1.2.3. L'analyse concurrentielle .....	32
3.1.2. Diagnostic interne .....	36
3.2. Plan stratégique général .....	37
3.2.1. Les Stratégies Corporate .....	37
3.2.2. Les stratégies Business.....	38
3.3. Plan stratégique d'activités.....	39
3.3.1. Stratégie marketing .....	39
3.3.1.1. La segmentation .....	39
3.3.1.2. Ciblage .....	40
3.3.1.3. Positionnement.....	40
3.3.2. Marketing Mix.....	40
3.3.2.1. Le produit .....	41

3.3.2.2. Prix .....	41
3.3.2.3. Distribution.....	41
3.3.2.4. Communication .....	42
4. ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE .....	43
4.1. Business Model Canvas .....	43
4.2. Evaluation du coût des investissements .....	45
4.2.1. Frais d'établissement.....	45
4.2.2. Les dépenses d'investissement.....	45
4.2.3. Besoin en fonds de roulement et variation du BFR .....	46
4.2.4. Synthèse des coûts d'investissement.....	47
4.3. Modalité de financement.....	48
4.3.1. Schéma de financement.....	48
4.3.2. Emprunt bancaire .....	48
4.4. Analyse de l'exploitation .....	49
4.4.1. Le chiffre d'affaires prévisionnel.....	49
4.4.2. Evaluation de la masse salariale.....	50
4.4.3. Evaluation des charges d'exploitation.....	50
4.4.4. Compte de résultat prévisionnel .....	51
4.5. Analyse de la rentabilité.....	54
4.5.1. Estimation du taux d'actualisation .....	54
4.5.2. Appréciation et pertinence du projet du projet.....	54
4.5.3. Rentabilité économique et financière .....	55
4.5.3.1. La rentabilité économique.....	55
4.5.3.2. La rentabilité financière .....	56
4.6. Analyse de la sensibilité et de scénario .....	57
4.7. Cartographie des risques .....	58
4.7.1. Le risque opérationnel.....	58

Mise en place d'une unité de production et commercialisation de produit infantile à base de céréales locales au Sénégal : Babysafe.

4.7.2. Le risque de marché .....	58
CONCLUSION .....	59
BIBLIOGRAPHIE .....	I
ANNEXES .....	II
TABLE DES MATIERES .....	XIII

CESAG - BIBLIOTHEQUE