



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

**CESAG EXECUTIVE  
EDUCATION  
(CEE)**

**MBA GESTION DE PROJETS  
(MBA GP)**

**Promotion 17  
(2017-2018)**

**PROJET PROFESSIONNEL**

**THEME**

**Etude de faisabilité d'un projet de création  
d'une unité semi-industrielle de production  
de pâte d'arachide à Korhogo en  
Côte d'Ivoire.**

**Préparé par :**

**M. COULIBALY Edjoupkan Abdoul**

**Dirigé par :**

**M. Alioune CISSE**

**Enseignant associé au CESAG**

## DEDICACE

Je voudrais dédier cette œuvre à toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration de ce projet en particulier à :

- Toute ma famille ;
- Tous mes ami(e)s.

Merci à tous.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## REMERCIEMENTS

- Mes remerciements vont tout d'abord à l'endroit de Mr Alioune CISSE, Enseignant associé au CESAG qui a bien voulu m'encadrer. Grand merci à ce Monsieur qui a fait preuve de disponibilité et d'une rigueur sans faille pendant la durée de la rédaction du document ;
- Je remercie Messieurs Seriba COULIBALY et Dramane OUATTARA pour leurs soutiens moral et financier ;
- Je remercie Mon oncle, Monsieur Karim COULIBALY et son épouse pour leurs conseils et disponibilité depuis mon arrivée à Dakar ;
- Je remercie particulièrement Monsieur Inza DAGNOGO et son épouse qui n'ont ménagés aucun effort pour m'accueillir à mon arrivée à Dakar ;
- Mes remerciements vont également à l'endroit de l'administration et l'ensemble du corps professoral du CESAG pour l'encadrement dont nous avons bénéficié durant cette année ;
- Je remercie tous mes amis de la promotion MBA GP 2017-2018 avec qui nous avons passé une année académique riche en émotions et enseignements.

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AFD : Analyse financière détaillée  
AFS : Analyse financière sommaire  
BAD : Banque africaine de développement  
BFR : Besoin en fonds de roulement  
BM : Banque mondiale  
CA : Chiffre d'affaires  
CAF : Capacité d'autofinancement  
CESAG : Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion  
DRCI : Délai de Récupération du Capital Investi  
EFF : Echancier des Flux Financiers  
FAO : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture  
FCFA : Franc de la Communauté Financière Africaine  
FDR : Fonds de Roulement  
Ha : Hectare  
I<sub>0</sub> : Investissement initial  
I2T : société ivoirienne de technologie tropicale  
INS : Institut national de la statistique  
LANEMA : Laboratoire national d'analyse d'essais de qualité de métrologie et d'analyse  
MAEP : Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche  
OCPV : Office d'aide à la commercialisation des produits vivriers  
PIB : Produit Intérieur Brut  
PND : Plan national de développement  
PNIA : Programme national d'investissement agricole  
RUMI : Rentabilité de l'Unité Monétaire Investie  
SARL : Société à responsabilité limitée  
TRI : Taux de Rentabilité Interne  
UEMOA : Union économique monétaire ouest Africaine  
VA : Valeur Ajoutée  
VAN : Valeur Ajoutée Nette

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Tableau PESTEL.....	19
Tableau 2: Délimitation du marché.....	21
Tableau 3: Consommation annuelle de pâte d'arachide en Côte d'Ivoire.....	22
Tableau 4: Concurrents directs et indirects sur le marché.....	25
Tableau 5: Tableau d'évaluation de l'intensité concurrent.....	29
Tableau 6: Tableau de l'analyse fonctionnelle.....	30
Tableau 7: Tableau de la matrice SWOT.....	31
Tableau 8: Tableau de profil du personnel.....	42
Tableau 9: Tableau nutritionnel de notre produit.....	45
Tableau 10; Tableau des amortissements des investissements.....	51
Tableau 11: Tableau du schéma de financement du projet.....	52
Tableau 12: Tableau de remboursement de l'emprunt.....	53
Tableau 13: Tableau de compte de trésorerie.....	54
Tableau 14: Tableau de rentabilité des capitaux pour les actionnaires.....	55

## LISTE DES FIGURES

Figure 1: Processus de production .....	10
Figure 2: Offre globale de pâte d'arachide en Côte d'Ivoire.....	24
Figure 3: Les cinq forces de PORTER.....	27
Figure 4: Process de fabrication de pâte d'arachide .....	34
Figure 5: moulin à meule métallique et moulin cylindrique .....	36
Figure 6; La sertisseuse boites rondes.....	36
Figure 7: schéma de l'unité de production.....	37
Figure 8: Organigramme de l'entreprise.....	41

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## LISTE DES ANNEXES

<b>Annexe 1: Tableau des investissements</b> .....	59
<b>Annexe 2: Tableau des salaires et primes</b> .....	60
<b>Annexe 3: Chiffre d'affaire prévisionnel</b> .....	61
<b>Annexe 4: Dépenses d'exploitation prévisionnelle</b> .....	61
<b>Annexe 5: Emballage imprimé</b> .....	62
<b>Annexe 6: Evaluation du besoin en fonds de roulement</b> .....	62
<b>Annexe 7; Echancier des flux financiers</b> .....	63
<b>Annexe 8: Les indicateurs</b> .....	64
<b>Annexe 9: Compte de résultat prévisionnel</b> .....	65
<b>Annexe 10: Tableau des ressources et emplois</b> .....	67
<b>Annexe 11: Rentabilité des capitaux investis</b> .....	68

## SOMMAIRE

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
LISTE DES TABLEAUX.....	iv
LISTE DES FIGURES.....	v
LISTE DES ANNEXES.....	vi
SOMMAIRE .....	vii
FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET .....	viii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : DEMARCHE D'ELABORATION D'UN PROJET ET ETUDE DES BESOINS.....	7
CHAPITRE 1 : DEMARCHE D'ELABORATION D'UN PROJET ET METHODES DE COLLECTE DES DONNEES.....	8
1.1. Démarche d'élaboration d'un projet.....	8
1.2. Méthodes de collecte des données.....	15
CHAPITRE 2 : ETUDE DE MARCHÉ.....	17
2.1. Présentation du promoteur.....	17
2.2. Etude de marché .....	18
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET FINANCIERE D'UN PROJET DE CREATION D'UNE UNITE SEMI-INDUSTRIELLE .....	32
CHAPITRE 1: ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE.....	33
1.1. Etude de faisabilité technique.....	33
1.2. Structuration organisationnelle et juridique du projet.....	40
1.3. Etude de faisabilité commerciale.....	43
CHAPITRE 2 : ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DES EFFETS ECONOMIQUES DU PROJET.....	48
2.1. Etude de faisabilité financière du projet.....	48
2.2. Evaluation des effets économiques du projet .....	55
CONCLUSION GENERALE.....	57
ANNEXES .....	58
BIBLIOGRAPHIE .....	69
TABLE DES MATIERES .....	71

## FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET

Intitulé du projet		Etude de faisabilité d'un projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide à Korhogo en Côte d'Ivoire
Forme juridique		SARL
Promoteur		Abdoul Edjoupkan COULIBALY
Coût du projet		104 338 080 FCFA
Dépense d'investissement		35 055 000 FCFA
Dépense de fonctionnement		217 410 480 FCFA
Modalité de Financement	Apport	47 735 232 FCFA
Modalité de financement	Emprunt	62 602 848 FCFA
	Taux d'intérêt	14%
	Durée	4 ans
	Différé	2 ans
VAN		60 152 248 FCFA
TRI		25%
RUMI		9 FCFA
DRCI		4 ans, 7 mois et 4 jours
Nombre d'emplois crée		12

INTRODUCTION GENERALE

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## 1. Contexte et justification

L'Afrique a longtemps été considérée comme le continent le plus riche en ressources naturelles. Cette richesse bien que composée de ressources minières et agricoles est essentiellement portée par l'agriculture. La Côte d'Ivoire à l'instar des autres pays Africains, est portée par le secteur agricole qui représentait en 2014, environ 22,37% du PIB. La part des exportations agricoles et agro-industrielles a représenté, cette même année, 53% des exportations globales du pays<sup>1</sup>.

Dès son accession à l'indépendance, la Côte d'Ivoire, a voulu faire de l'agriculture l'un des principaux moteurs de son développement, se positionnant ainsi en tant que puissance agricole sous régionale, voire africaine. En plus du binôme café-cacao ayant permis au pays d'amorcer son décollage économique, plusieurs autres cultures ont été développées. Il s'agit de l'hévéa, du palmier à huile, de l'anacarde, du coton, de l'ananas, de la banane, de la mangue etc.

Malgré la chute des cours du cacao, la concurrence des pays étrangers et la période de crise traversée par le pays, il n'a cessé d'occuper des rangs de choix : premier producteur et exportateur de cacao, troisième producteur mondial de café, premier producteur africain d'hévéa, cinquième producteur de palmier à huile, deuxième producteur et premier exportateur mondial d'anacarde pour ne citer que ceux-là.

La création de valeur ajoutée des matières premières agricoles est au cœur de la stratégie d'industrialisation de la Côte d'Ivoire qui veut atteindre l'émergence à l'horizon 2020 avec une base industrielle solide. Pour ce faire, elle entend améliorer le taux de transformation des matières premières agricoles, diversifier l'appareil productif industriel avec la promotion d'une industrie manufacturière.

Les investissements massifs prévus, couplés à la stabilité sociopolitique retrouvée, devraient permettre de maintenir la croissance à un niveau relativement élevé. Le taux de croissance du PIB passerait de 8,8% en 2018 et à 8,3% en 2019 et 8,0% en 2020. La Côte d'Ivoire entend développer son secteur industriel sur la base de son avantage comparatif avéré, notamment dans l'agro- industrie par la diversification et le développement d'activités à forte valeur ajoutée que dans les autres industries manufacturières, particulièrement celles à forte intensité de main d'œuvre<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Plan National de Développement 2012-2015 (PND 2012-2015).

<sup>2</sup> Plan National de Développement 2015-2020 (PND 2015-2020).

En outre la Côte d'Ivoire possède de solides atouts dans le domaine agricole notamment dans la filière arachide où elle est le 17<sup>ème</sup> producteur mondial. Avec une production annuelle estimée à 150 000 tonnes, A l'opposé des autres cultures de rente dont les cours sont en dents de scies, les cours de l'arachide sont plutôt stables tout au long de l'année. Cela est notamment dû à sa facilité de conservation et à la demande soutenue. Contrairement au Sénégal où l'arachide sert prioritairement à la production d'huile, la production d'arachide ivoirienne est tournée vers la consommation sous formes variées et demeure, en revanche, encore tributaire de modestes agriculteurs. Le centre et le nord de la Côte d'Ivoire constituent les principales zones de production du pays. Dans les zones où le régime des pluies le permet, la culture peut être conduite sur deux cycles. Dans le nord de la Côte d'Ivoire, l'arachide fait partie d'un assolement alterné où on retrouve le cotonnier et le maïs<sup>3</sup>.

Bien encadrée, la filière arachide pourrait être une solution à l'épineuse question de l'emploi de la jeunesse par le biais de la valeur ajoutée de l'arachide conformément aux objectifs de développement durable (ODD : Accélération du développement du capital humain et promotion du bien-être social)<sup>4</sup> que la Côte d'Ivoire a fait siens et s'est inscrite résolument dans leur réalisation. Ainsi pour apporter notre contribution à la création et la conservation de la valeur ajoutée, tout en contribuant au développement du tissu industriel de la Côte d'Ivoire, nous avons décidé de mener une étude de faisabilité sur la création d'une unité de production de pâte d'arachide.

Notre thème portera donc sur : « l'étude de faisabilité d'un projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide ».

## 2. Problématique

La production d'arachide en Côte d'Ivoire, dans sa grande majorité est destinée à la consommation. Cette consommation se fait d'une part sous forme bouillie ou grillée et d'autre part sous forme de pâte d'arachide utilisée pour la confection de plats locaux. La transformation d'arachide en pâte est assurée par les artisans regroupés en coopératives, qui sont en majorité composées de femmes, qui assurent toute la chaîne de valeur ajoutée depuis la production jusqu'à la commercialisation dans les marchés traditionnels<sup>5</sup>. Mais depuis quelques temps on

<sup>3</sup> <https://goutimot.com/agriculture/productions/cultures/production-d-arachides-en-cote-d.html> (08 Aout 2018).

<sup>4</sup> Ministère du plan et du développement / ODD 2015-2030.

<sup>5</sup> <https://goutimot.com/agriculture/productions/cultures/production-d-arachides-en-cote-d.html> (08 Aout 2018)

assiste à un mécontentement généralisé des populations au sujet de la pâte d'arachide qui est vendue dans les marchés traditionnels. De nombreux retours de consommateurs font état de ce que la qualité de la pâte d'arachide commercialisée dans les marchés de la ville d'Abidjan est douteuse pis elle constituerait en raison de certaines pratiques de fabrication tout aussi douteuse, un réel danger pour la santé. Cette suspicion sur la qualité de la pâte d'arachide vendu dans nos marchés s'est accrue après qu'un reportage sur la pâte d'arachide diffusé sur la chaîne de télévision nationale ivoirienne, révélait à la Côte d'Ivoire l'existence d'un phénomène : la pâte d'arachide mélangée à du papier carton, commercialisée sur les différents marchés<sup>6</sup>.

Craignant une intoxication alimentaire, les populations ont changé leur habitude de consommation de la pâte d'arachide pour une fabrication domestique de la pâte d'arachide ceci afin de s'assurer non seulement de la qualité mais aussi de la quantité du produit. Du fait de la perte de confiance en ce produit, une frange des consommateurs a préféré ne plus en consommer afin de prévenir tout risque.

De cette situation, il résulte donc la non-satisfaction de la demande en pâte d'arachide des populations qui sous l'effet conjuguée de l'urbanisation et de l'émergence d'une classe moyenne devient de plus en plus exigeante et développe de nouvelles habitudes d'achat et de consommation.

Le problème à résoudre est donc d'apporter une alternative à la pâte d'arachide artisanale commercialisée dans nos marchés.

Le défi majeur reste de concevoir une pâte d'arachide de qualité répondant aux normes d'hygiène en matière de production de produits alimentaires en vue de répondre aux besoins d'une population de plus en plus urbanisée, exigeante et dont les habitudes alimentaires sont évolutives.

Au-delà des objectifs personnels d'auto-emploi, le projet est mis en place en vue de réconcilier les consommateurs ivoiriens avec la pâte d'arachide qui se retrouve au centre de la culture culinaire de plusieurs ethnies du pays, en améliorant les habitudes de consommation et en apportant une alternative qui présente une certaine sécurité par rapport à la pâte d'arachide commercialisée dans nos marchés traditionnels et donc de répondre à la question principale suivantes :

---

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=0QKw9Ff75OU> (08 Aout)

Quelle est la faisabilité d'un projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide ?

Afin de répondre à cette question principale, les questions spécifiques suivantes ont été formulées :

- Existe-il une demande non satisfaite de pâte d'arachide sur le marché ?
- Quel est l'itinéraire technique à choisir pour la pâte d'arachide ?
- Quelle structure organisationnelle est-elle adaptée à notre projet ?
- Quelle stratégie commerciale pour le marché de la pâte d'arachide ?
- Le projet de création d'une unité semi-industrielle est-il rentable ?
- Quel est l'impact économique du projet ?

### 3. Objectifs du projet

La réalisation de cette étude s'est articulée autour des objectifs suivants :

#### 3.1. Objectif général

De façon générale l'objectif de ce projet est d'examiner la faisabilité d'un projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide.

#### 3.2. Objectifs spécifiques

De façon précise, il s'agira pour nous de :

- Présenter le projet et étudier la filière arachide afin d'évaluer une demande non encore satisfaite ;
- Réaliser l'étude de faisabilité technique et organisationnelle du projet ;
- Réaliser l'étude stratégique et marketing du projet ;
- Réaliser l'étude commerciale du projet ;
- Evaluer la faisabilité financière du projet ;
- Evaluer les impacts économiques du projet.

### 4. Intérêt de l'étude

Ce projet professionnel devrait permettre au CESAG de se doter d'un cadre d'analyse permettant à ses étudiants de disposer d'une référence qui pourrait susciter d'autres travaux allant dans le même sens.

Pour nous, les travaux de recherches effectués dans le cadre de ce projet nous permettrons de consolider nos connaissances acquises lors de notre formation au MBA en gestion de projets (MBA GP) et de développer une expertise en adéquation avec notre plan de carrière qui se construit autour du métier de spécialiste en conception, planification, pilotage et de la performance des projets. La réalisation de ce projet participera à la création et à la conservation de la valeur ajoutée tout en contribuant au développement du tissu industriel, socio-économique de la Côte d'Ivoire.

## 5. Méthodologie de recherche

Pour la réalisation de l'étude de faisabilité de ce projet, nous nous référerons à des données secondaires, notamment :

- La base de données des projets professionnels MBA GP CESAG ;
- Des recherches en ligne sur les sites du ministère de l'agriculture de la Côte d'Ivoire, du ministère du commerce et de l'industrie de la Cote d'Ivoire, de la Banque Africaine de développement (BAD), de la Banque mondiale (BM), de l'Institut National de la Statistique de Côte d'Ivoire (INS) ;
- Tout document pédagogique et/ou articles traitant du financement de projet, de l'agriculture et de la transformation de matières premières agricoles ;
- Des entretiens avec des spécialistes en montage de projet et des spécialistes du monde agricole.

Ajoutons que les données primaires seront recueillies par le moyen des séries d'enquêtes sur le terrain et viendront en complément de cette étude secondaire.

## 6. Annonce du plan

Notre projet sera subdivisé en deux parties.

La première partie comprendra deux chapitres. Dans le premier, il sera question de présenter la méthode d'élaboration d'un projet et la méthodologie de collecte de données. En ce qui concerne le second chapitre nous étudierons le marché de la pâte d'arachide en Côte d'Ivoire.

La deuxième partie comprendra deux chapitres notamment un chapitre portant sur la faisabilité technique et le deuxième sur la faisabilité financière et les impacts économiques du projet.

PREMIERE PARTIE : DEMARCHE D'ELABORATION D'UN  
PROJET ET ETUDE DES BESOINS.

## CHAPITRE 1 : DEMARCHE D'ELABORATION D'UN PROJET ET METHODES DE COLLECTE DES DONNEES.

### 1.1. Démarche d'élaboration d'un projet

Dans cette partie nous allons nous atteler à faire la présentation d'un ensemble d'analyse permettant de vérifier la viabilité de notre projet sur des angles différents. Il s'agit d'expliquer en quoi consiste une étude de marché, une étude technique, une étude organisationnelle et institutionnelle, une étude financière et enfin une étude économique.

#### 1.1.1. Etude de marché

Une étude de marché est un travail de collecte et d'analyse d'informations ayant pour but d'identifier les caractéristiques d'un marché. L'expression « étude de marché » recouvre dans la pratique de nombreux types d'études de nature différente.

L'étude de marché peut se situer sur un plan général et aborder les grandes composantes d'un marché existant (demande, concurrence, produits, environnement, distribution, taille du marché, etc.). Elle peut également se situer dans une logique de projet commercial et viser à mesurer les chances de réussite du lancement d'un nouveau produit et les potentialités de ce futur marché. Enfin, l'étude de marché peut s'effectuer pour valider le potentiel d'un nouveau point de vente.

Dans la démarche de validation d'un projet, l'étude de marché peut porter sur le domaine de l'acceptabilité du produit ou service à travers notamment l'utilisation de données quantitatives ou qualitatives ou être davantage orientée vers la mesure du potentiel d'un marché avec une utilisation de données statistiques relatives aux comportements de consommation et aux données disponibles de géomarketing.

La faisabilité du marché nous renseignera alors sur la demande actuelle du produit, les prévisions de ventes au cours de la durée de vie du projet et sur les éléments du mix-marketing à mettre en place pour faciliter la commercialisation.

Les étapes de l'étude du marché sont :

- L'étude préliminaire de marché (données secondaires) ;
- La planification de l'étude détaillée du marché ;

- La méthodologie utilisée pour la cueillette des données primaires ;
- Le traitement et l'analyse des données primaires et secondaires ;
- L'estimation du potentiel de vente du marché et de la concurrence ;
- L'estimation du potentiel de vente du marché de l'entreprise ;
- Les recommandations concernant le mix-marketing.

Les résultats que nous obtiendrons de cette étude de marché nous seront d'une très grande importance pour la suite à donner au projet. Elle doit donc être menée minutieusement car elle servira de toile de fond à l'étude technique et à l'évaluation financière.

### 1.1.2. Etude technique

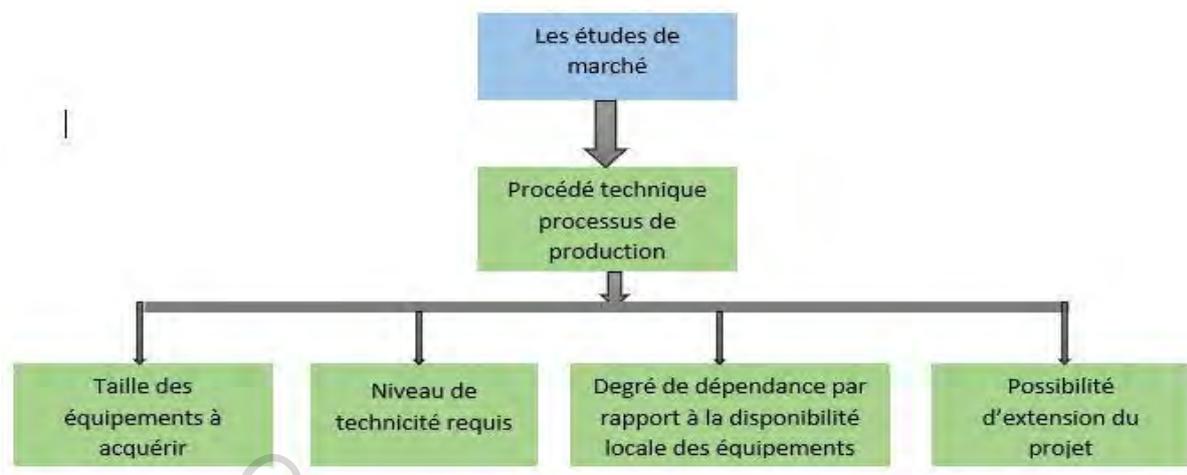
L'étude technique permet aux porteurs de projets (entreprises, organisations), d'identifier les différentes options possibles avant de prendre une décision.

L'étude technique cherche à déterminer si le projet est techniquement faisable. Elle consiste à sélectionner une technologie adaptée, un processus de transformation conforme, à agencer de façon optimale les différents intrants du projet et à estimer l'ensemble des coûts résultants de la réalisation et de l'opérationnalisation de ce dernier. L'étude doit être exhaustive pour permettre une estimation précise des coûts. Ce type d'étude mérite d'être exécutée avec soin et précision compte tenu de son impact sur la phase réalisation et opérationnelle du projet.

Les objectifs de l'étude technique sont :

- Déterminer le processus de production ;
- Déterminer les besoins en inputs ;
- Choisir la localisation ;
- Déterminer le calendrier de réalisation ;
- Analyser les variantes possibles ;
- Evaluer les couts ;
- Identifier les causes des insuffisances des dossiers techniques.

Figure 1: Processus de production



Source : nous-même

### 1.1.3. Etude organisationnelle et institutionnelle

L'administration et la gestion peuvent paraître comme une condition nécessaire quant à la réussite ou à l'échec d'un projet.

En effet, une programmation des tâches, une définition et une délimitation des fonctions rendent une meilleure allocation des ressources imputables souvent aux lenteurs et autres goulots d'étranglements constatés dans le fonctionnement administratif, technique ou financier du projet. C'est pourquoi, il convient d'analyser le projet sur les plans institutionnel et organisationnel.

#### 1.1.3.1. Etude organisationnelle

L'organisation consiste à structurer ou à mettre en ordre nos ressources en fonction des objectifs à réaliser à partir de critères de rationalité et d'efficacité. L'organisation en tant que fonction de base du Management est un processus qui consiste à mettre en place une structure et un système de coordination des hommes, des ressources et des tâches pour atteindre des objectifs fixés.

L'aspect organisationnel s'articule autour de l'environnement interne du projet.

L'organisation, « est constitué de groupes humains finalisés, hiérarchisés et structurés ». B.

Martory.

Cette analyse est indispensable pour un fonctionnement économique et rentable de l'organisation. La structure de l'organisation n'est pas une opération isolée et indépendante, elle doit en effet être conçue en fonction de la finalité du projet.

Cette conception est un élément indispensable pour le fonctionnement du projet et repose sur la définition des fonctions et des tâches de chaque acteur du projet, du style de gestion et des principes d'organisation. En principe, l'aspect organisationnel se résume à la structure et à la description des fonctions dans le projet.

#### ✚ La structure de l'organisation du projet

C'est la manière dont les éléments de l'entreprise sont arrangés entre eux. C'est l'ossature, le squelette de l'organisation. C'est la manière dont les tâches, les responsabilités ainsi que leurs relations sont disposées et stabilisées.

Elle correspond à l'établissement de l'organigramme du projet et repose sur : l'attribution de fonctions aux unités organiques, l'attribution de postes aux unités organiques, la disposition des postes dans l'ordre hiérarchique.

#### ✚ L'organisation des procédures et instruments

Pour organiser le travail, les postes doivent être mentionnés et les responsabilités de chaque agent défini à travers une élaboration des procédures de base (procédures de recrutement, de passation de marché, comptable et financier...).

#### ✚ La description des fonctions

La nature des fonctions à remplir dans une organisation et les responsabilités qui s'y attachent doivent être décrites de façon détaillée avant tout démarrage du projet. Selon différentes hypothèses de variation. Dans tous les cas (investissement ou exploitation), il y a lieu de distinguer l'origine des biens nationaux ou importés, la répartition des coûts en monnaie locale et en devises et de préciser le montant des taxes correspondantes.

### 1.1.3.2. Etude Institutionnelle

Généralement la préparation du projet doit tenir compte de l'environnement institutionnel dans lequel il va s'insérer. Notamment dans le cas de projet impliquant la puissance publique, il est utile de bien analyser le statut juridique du projet. De ce statut juridique découlent souvent des procédures administratives pouvant alourdir la gestion financière du projet ; par exemple : les

règles de la comptabilité publique, la procédure des marchés publics, la mobilisation de la contrepartie nationale ;

- Les dispositions administratives et réglementaires en vigueur dans le secteur ou les secteurs considérés : code des investissements, code foncier, codes des douanes, fiscalité applicable au projet, procédures, de planification ...
- La capacité des institutions à répondre aux besoins du projet, en particulier : institutions de crédit, système éducatif, etc.

#### 1.1.4. Etude sociale et environnementale

L'analyse technique du projet portant sur la technologie, le processus de production et le site d'installation du projet doit être déterminée dans une perspective de respect des normes environnementales. En d'autres termes, l'influence réelle des activités du projet sur la société ne peut être obtenue qu'à travers la réalisation d'une étude d'impact social et /ou environnemental.

- L'analyse sociale de projet

L'impact social d'un projet se réfère principalement aux répercussions que peuvent avoir les activités du projet sur les rapports entre les personnes, sur les besoins des individus, sur les normes, les croyances, les traditions, les classes sociales, les mécanismes de socialisation et les sous- systèmes politiques qui constituent sans nul doute la structure sociale.

En d'autres termes, l'étude des conséquences sociales du projet doit insister sur :

- La compatibilité du projet avec les valeurs, les traditions et les normes de la population sous peine de rejet du projet ;
- Les caractéristiques démographiques et socioculturelles des populations ou des clients;
- La répartition des revenus de la population ;
- L'organisation de la production (ménages, rôle de la femme, régime foncier, ...) ;
- La migration interne résultant des activités du projet.

- L'analyse environnementale de projet

La qualité de l'environnement est aujourd'hui une question qui intéresse de plus en plus, le public et qui prend donc une importance capitale dans les décisions concernant le choix d'implantation d'un projet. En effet, l'impact environnemental caractérise l'influence ou l'effet

du projet sur le milieu écologique, la qualité de l'air et de l'eau, la flore ou la faune ou surtout autre élément naturel susceptible de perturber la vie humaine, animale et / ou végétale.

Des problèmes pour l'environnement et l'écologie peuvent provenir non seulement de la production, mais également de l'utilisation et de la destruction finale des produits. Ainsi, les réactions négatives peuvent influencer sur la réalisation du projet, sur l'image ou sur le processus de production entraînant des coûts supplémentaires, et par conséquent la viabilité du projet entier peut être mise en cause.

Les facteurs suivants doivent être pris en considération pour analyser l'environnement du projet :

- Émission d'odeurs désagréables aux alentours du site du projet ;
- Émission de produits chimiques dangereux ;
- Dégagement de fumée ou de poussière ;
- Création de déchets recyclables et non recyclables ;
- Émission de bruits (circulation, chargement, production des gros camions).

#### 1.1.5. Etude financière

« L'analyse de la faisabilité financière représente, d'une façon, l'aboutissement de la démarche ou du suivi dans le cadre de l'étude globale de la faisabilité du projet. Les études de faisabilité du projet comprennent l'élaboration du calcul de la rentabilité du projet en tenant compte : du coût d'investissement, des dépenses (charges variables et fixe), des recettes d'exploitation et des méthodes de rentabilité. ».

L'analyse financière intervient dans la phase conception d'un projet à deux niveaux : l'analyse financière sommaire et l'analyse financière détaillée.

##### Analyse Financière Sommaire (AFS)

Cette étape permet d'évaluer le montant des investissements et renouvellement, de faire le choix de variantes, d'évaluer la rentabilité hors conditions de financement et fiscales.

Hypothèses :

- Pas de considérations fiscale et financière.
- Pas d'amortissement.
- Pas d'inflation.

#### 1.1.5.2. Analyse Financière Détaillée (AFD)

L'analyse Financière Détaillée porte sur l'étude approfondie de la variante choisie. L'AFD est en fait la technique d'analyse financière utilisée dans l'étude de faisabilité et qui peut se prolonger dans la phase d'évaluation préalable. Son but est de :

- Mettre au point le plan de financement détaillé ;
- Vérifier la capacité de remboursement des emprunts et de renouvellement du matériel ;
- Vérifier l'équilibre de trésorerie du projet.

#### 1.1.6. Etude économique

Si l'évaluation financière est le résultat de combinaison de coûts et d'avantages dans la perspective d'éclairer l'intérêt du projet pour l'entrepreneur (niveau individuel ou macroéconomique), l'évaluation économique procède de ce même souci, mais au profit de la collectivité (approche macroéconomique). Pour l'analyse économique des projets, il existe 2 méthodes :

- La méthode des effets
- La méthode des prix de références

##### 1.1.6.1. La méthode des effets

La méthode des effets part du constat que l'évaluation financière d'un projet d'investissement ne prend en compte comme avantage que le revenu d'un seul agent (l'entrepreneur), ou d'un seul groupe d'agents. L'évaluation économique par la méthode des effets va consister à calculer et à retenir comme avantages, les revenus supplémentaires entraînés par le projet d'investissement non seulement au niveau du seul groupe des agents investisseurs mais aussi au niveau de chacun des agents de la collectivité nationale : salariés, entrepreneurs, Etat, etc.

En effet, toute activité nouvelle provoque un développement d'activité en amont et en aval :

- Auprès des sous-traitants, des entreprises de transport, des entreprises de construction ;
- Des sous-traitants de ces entreprises de construction et de transport etc.

L'évaluation économique doit prendre en compte tous les effets liés au projet :

- Ses impacts sur les autres activités composant l'économie nationale ;
- Ses effets sur les revenus des différentes catégories d'agent.

#### 1.1.6.2. Méthode du prix de référence

Il s'agit d'une méthode d'analyse dont la mise en œuvre est simple et ne nécessite pas de prérequis macro-économique important.

Le risque réside dans la fixation et l'ajustement des prix de référence. Tout ajustement doit avoir nécessairement des justifications économiques explicites.

Pour que le prix et la valeur d'un bien ou service coïncident, la théorie économique stipule que les prix doivent être établis par le libre jeu de l'offre et de la demande dans un environnement de concurrence parfaite. En réalité, des écarts existent entre les prix et la valeur de flux pour la collectivité en raison de distorsions et d'externalités.

L'objectif de la méthode des prix de référence est de définir un système de prix économiques valable pour la collectivité envisagée. Ces prix dits " de référence " sont des prix ajustés, virtuels et théoriques, connus sous le nom de " shadow price " ou " prix d'ombre "

Fondements d'une analyse des prix :

- Le mécanisme des prix et le marché ;
- Les distorsions des prix du marché ;
- Externalités.

#### 1.2. Méthodes de collecte des données

Le but de notre projet de recherche était de disposer d'un maximum d'informations sur la filière arachide afin d'évaluer la faisabilité et la pérennité de notre projet. Deux méthodes ont été utilisées sur le terrain afin de recueillir ces informations : la recherche documentaire et les enquêtes.

##### 1.2.1. Les instruments de recherche

Les instruments utilisés pour la recherche des informations sont : le guide d'entretien qui nous a permis d'identifier et de recenser les infrastructures et les équipements d'exploitation d'une usine de transformation d'arachide en pâte et le questionnaire relatif aux prix pour la commercialisation des inputs et des outputs.

### 1.2.2. La population de l'étude

Pour notre étude nous avons ciblé un échantillon de convenance de cents (100) acteurs (revendeurs et consommateurs). Nous nous sommes entretenus avec des personnes ressources du domaine de l'agriculture pour mieux appréhender les aspects techniques de la filière arachide.

### 1.2.3. Les techniques de recherche

- Une revue documentaire portant sur la filière arachide ;
- Des enquêtes sur terrain auprès des différents acteurs de la commercialisation de la pâte d'arachide ;
- L'entretien.

### 1.2.4. La phase d'analyse, d'exploitation des données et de rédaction

Dans cette phase nous avons procédé à :

- L'analyse et l'exploitation des données avec Excel ;
- La rédaction proprement à l'aide de Word.

Nous avons mis en corrélation l'analyse des documents et les informations issues des enquêtes à travers les personnes ressources.

## CHAPITRE 2 : ETUDE DE MARCHE

Dans ce chapitre, nous allons nous atteler à faire l'analyse du marché de la pâte d'arachide en Côte-d'Ivoire afin de vérifier la viabilité de notre projet, mais dans un premier temps nous allons présenter brièvement le promoteur du projet.

### 2.1. Présentation du promoteur

Abdoul Edjoupkan COULIBALY est un jeune ivoirien, en fin de formation du MBA en gestion de projet au Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion (CESAG). Son objectif est la création de sa propre entreprise afin de contribuer au développement de son pays voir de l'Afrique.

Titulaire d'une maîtrise en sciences économiques de l'université Félix Houphouët Boigny d'Abidjan, il a travaillé comme conseiller commercial pour une entreprise de télécommunication pendant 10 mois, où il accomplissait les missions de conseiller clientèle back office. Avant cette expérience, le promoteur a été responsable chargé de la production au sein d'une entreprise agricole qu'il a créé en 2014 avec certains amis de la faculté d'économie de l'université d'Abidjan. et cette expérience lui a été très bénéfique car elle lui a permis de toucher les réalités du monde agricole ivoirien, d'où son engagement pour la valorisation des matières premières agricoles de son pays.

Monsieur COULIBALY a une expérience solide dans l'entreprenariat car ses premières expériences remontent aux années 2012, où il a créé un club d'investissement pour l'achat de titre sur le marché boursier régional (BRVM). Fort du succès de cette première expérience, Mr COULIBALY a continué à investir sur le marché à tel point qu'aujourd'hui il est à son 3<sup>ème</sup> club d'investissements et les revenus tirés du premier club d'investissement ont servi à la mise en place d'une activité de vente de poulet de chair qui a connu un succès mitigé.

L'idée de production de pâte d'arachide est partie d'un constat fait dans le courant de l'année 2014 lors du Salon international de l'agriculture et des ressources animales (SARA) se tenant à Abidjan où après avoir échangé avec les acteurs du secteur agricole, il prit conscience des opportunités que l'agriculture pouvait offrir. Partant de ce constat, la filière arachide a particulièrement attiré son attention en raison des plaintes récurrentes des consommateurs sur la qualité de la pâte d'arachide vendue dans les marchés traditionnels de la Côte d'Ivoire.

En toute objectivité, les outils de management et de gestion de projet acquis pendant la formation en gestion de projet au CESAG, apparaissent comme des atouts sérieux pour la réalisation de cette étude de faisabilité mais aussi pour la gestion de l'entreprise à naître.

## 2.2. Etude de marché

Le marché est la confrontation de l'offre et de la demande. Le marché peut être appréhendé suivant trois perspectives différentes : selon l'optique du besoin, l'optique de la demande, l'optique de l'offre.

L'entreprise est donc amenée à faire des choix stratégiques adéquats afin de garantir sa survie et sa pérennité. Le diagnostic stratégique permet alors, au préalable, d'avoir les informations nécessaires, d'une part, concernant les caractéristiques du macro-environnement et micro-environnement et, d'autre part, concernant les caractéristiques de l'entreprise elle-même.

Le diagnostic est réalisé dans deux directions à savoir l'environnement en termes d'attractivité du secteur (opportunités, menaces), et l'entreprise en termes de potentialités intrinsèques (forces et faiblesses).

Ainsi, le diagnostic stratégique comprend deux composantes :

### 2.2.1. Diagnostic externe du macro-environnement

Le diagnostic du macro-environnement se fera à l'aide du PESTEL. Cet outil, simple et globalisant, permet de regrouper les informations du macro-environnement en six (6) grandes catégories : politique, économique, sociologique, technologique, écologique, légal. Elles sont sources d'opportunités ou de menaces pour l'entreprise.

Tableau 1: Tableau PESTEL

	OPPORTUNITES	MENACES
Politique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La restructuration des organisations professionnelles agricoles et la mise en œuvre de la loi sur le foncier rural. (PNIA 2015-2020)</li> <li>- Politique d'incitation à la transformation des produits agricoles (PND 2016-2020)</li> <li>- Amélioration de l'environnement des affaires (classement <i>Doing Business</i> du pays)</li> <li>- Mesures incitatives mises en place dans le nouveau code de l'investissement pour encourager la création et le développement des activités orientées notamment vers la transformation de matières premières locales. (Ordonnance N°2012 - 487 du 07 Juin 2012).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'instabilité politico-militaire liée à la dernière crise politique de 2010 ;</li> <li>- Insécurité sur l'ensemble du territoire (phénomènes de microbes et de coupeurs de route dans le nord du pays) ;</li> <li>- Menaces terroristes dans la zone UEMOA.</li> </ul>
Economique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La disponibilité de la main d'œuvre locale qualifiée et à moindre coût (taux de chômage compris entre 70% à 90% selon la BAD) ;</li> <li>- Disponibilité de la matière première (la production annuelle d'arachide est estimée à 150 000 tonnes selon l'OCPV) ;</li> <li>- Taux de Croissance de la Côte d'Ivoire estimé à 7% en 2018 e2019 (BM)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible pouvoir d'achat (taux de pauvreté élevé 47% selon la BM) ;</li> <li>- Existence d'un prix homologué aux producteurs (345 f/kg bord champ selon le bulletin des prix de produit vivriers de OCPV))</li> <li>- Matière première saisonnière ;</li> <li>- Coût de stockage de la matière première.</li> </ul>
Sociologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consommateur mieux informé et exigeant sur la qualité sanitaire et nutritionnelle des produits ;</li> </ul>	

OPPORTUNITES		MENACES
	<p>Taux de croissance démographique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2,6% (selon l'INS : RGPH 2014).</li> </ul>	
Technologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilité d'accès à la technologie et aux équipements (la société ivoirienne de technologie tropicale (I2T) conçoit les équipements de transformation en fonction des besoins exprimés par les industriels) ;</li> <li>- Disponibilité de technologie de lutte contre l'aflatoxine.</li> </ul>	
Ecologique	<p>Sol adapté à la culture de l'arachide</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ;</li> <li>- Recyclage des déchets et coques d'arachide en Combustibles</li> </ul>	<p>Lutte contre les emballages non-biodégradables. (Décret N°2013-327 du 22 mai 2013)</p>
Légal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Code du travail ;</li> <li>- Autorisation préalable des ministères en charge du commerce, de la santé et de l'hygiène publique et de l'industrie.</li> </ul>	

Source : Nous même

### 2.2.2. Diagnostic externe du micro-environnement

Il s'agit d'organiser le diagnostic externe du secteur autour des quatre rubriques suivantes : la demande, l'offre, les intervenants sur le marché et l'intensité concurrentielle.

- Délimitation du marché

Nous allons procéder à la délimitation de notre marché dans le cadre de notre étude. Le marché sera composé d'un marché principal regroupant tous les produits similaires (concurrents directs) au nôtre et satisfaisant le même besoin, d'un marché environnant qui regroupant l'ensemble des produits de substitution (différents mais pouvant satisfaire le même besoin).

Le diagnostic de la demande consistera à analyser le comportement du consommateur face aux produits de la concurrence et ceux dits de substitutions. Analyser les habitudes de consommation, etc. Quant au diagnostic de l'offre, nous allons nous intéresser à la vision des producteurs (concurrents directs et indirects) leur mode de production et leur positionnement sur le marché.

Tableau 2: Délimitation du marché

Type de marche	Type de produit	Part de marche
Marché principal	Pâte d'arachide (socofrais, atrè marché, top arachide, la production artisanale)	95%
Marché environnant	La Pâte de pistache ; La pâte d'anacarde	5%
Marché générique	Pâte d'arachide (socofrais, atrè marché, top arachide, la production artisanale) ; pate de pistache ; pâte d'anacarde	100%

Source : Enquête terrain mené par nous même

#### 2.2.2.1. La demande

L'analyse de la demande se fera sous trois angles : la typologie de la clientèle, la demande actuelle et son évolution et enfin le comportement du consommateur.

### A. Typologie de la demande

Nous avons deux types de demande sur le marché :

- La demande collective :
  - Les ménages ;
- La demande institutionnelle :
  - Les hôtels ;
  - Les cantines scolaires ;
  - Les autres entreprises de restauration (restaurants modernes, maquis).

### B. La demande potentielle (actuelle) et son évolution

Tableau 3: Consommation annuelle de pâte d'arachide en Côte d'Ivoire

CONSOMMATION ANNELLE DE PATE D'ARACHIDE						
Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Production d'arachide (tonne)	90 227	91 844	93 490	98 165	103 073	108 226
Quantités transformées (tonne)	50 527	51 433	52 354	54 972	57 721	60 607

Source : Les données sur la production sont du Système d'Information de Marché de l'OCPV, établissement sous la tutelle du Ministère du Commerce et les quantités transformées ne sont qu'une extrapolation de celle-ci.

La demande potentielle locale est intéressante compte tenu du volume de transformation qui croît chaque année. Elle est en moyenne supérieur à 50 000 tonnes. L'évolution de la demande potentielle sur le marché est liée à la croissance démographique, principalement dans le district d'Abidjan qui constitue le marché principal de notre unité de production. D'après l'INS (Institut National de la Statistique de Cote d'Ivoire), de 2 877 948 habitants en 1998 la population est passée à 4 395 243 habitants en 2014.avec un taux d'urbanisation de 38.7%.

Cette évolution de la demande potentielle constitue ainsi une bonne opportunité pour notre unité

### C. Le comportement du consommateur

Pour l'analyse du comportement des clients nous avons administré un questionnaire à différents ménages du district d'Abidjan qui est notre marché cible avec plus de quatre millions d'habitants. Par rapport à notre échantillon de convenance, après dépouillement nous avons pu ressortir les informations suivantes :

- Quatre-vingts sept pourcents (87%) des ménages interrogés consomment effectivement la pâte d'arachide ; quand le reste ne consomment pas pour diverses raisons. Les plus importantes raisons sont liées à des problèmes de santé mais aussi du fait qu'elles n'ont pas confiance en la pâte vendue sur le marché et donc par manque de temps pour en produire elles-mêmes préfèrent s'abstenir de consommer.
- Les fréquences de consommations sont les suivantes : 9,1% consomme une fois chaque mois ; 27,3% deux fois dans le mois ; 22,7% trois fois dans le mois ; 13,6% quatre fois dans le mois ; 9,1% chaque trimestre et le reste est réparti entre la consommation semestrielle et occasionnelle.
- Quatre-vingts quinze virgule cinq pourcents (95,5%) des personnes enquêtées consomment la pâte sous forme de sauce quand le reste la consomme sous forme de pâte à tartiner et sous d'autres formes non précisées.
- Cinquante-neuf virgule un pourcent (59,1%) des personnes s'approvisionnent dans les marchés traditionnels quand 27,3% confectionnent leur propre pâte et que les 13,6% s'approvisionnent dans les centres commerciaux et super marché ou à défaut se font livrer de leurs villages.
- Quatre-vingts six virgule quatre pourcents (86,4%) des personnes interrogées sont satisfaites de la qualité de leur pâte quant aux 13,6% restantes, elles ne sont pas satisfaites car en général elles y retrouvent du sable mais aussi des restes d'autres matières. Pourtant leurs décisions d'achat sont motivées à 45,5% par la qualité ; à 40,9% par le goût et à 13,6% par la couleur.
- Quatre-vingts un virgule huit pourcents (81,8%) prétendent abandonner leur fournisseur actuel si les conditions de transformation de celui-ci ne sont pas hygiéniques quand 9,1% abandonneraient leur fournisseur à cause de la distance séparant ce dernier de leur lieu d'habitation

- Cinquante-quatre virgule cinq pourcents (54.5%) de notre échantillon achètent la pâte d'arachide 54,5% / a un prix compris entre [350-800], 27.3% achètent pour un prix compris entre [800-2000] et enfin le reste à un prix compris entre [2000- 5000].

#### 2.2.2.2. L'offre

L'analyse de l'offre se décompose en analyse du système et la typologie de l'offre, des fournisseurs sur le marché et de la distribution actuelle sur le marché.

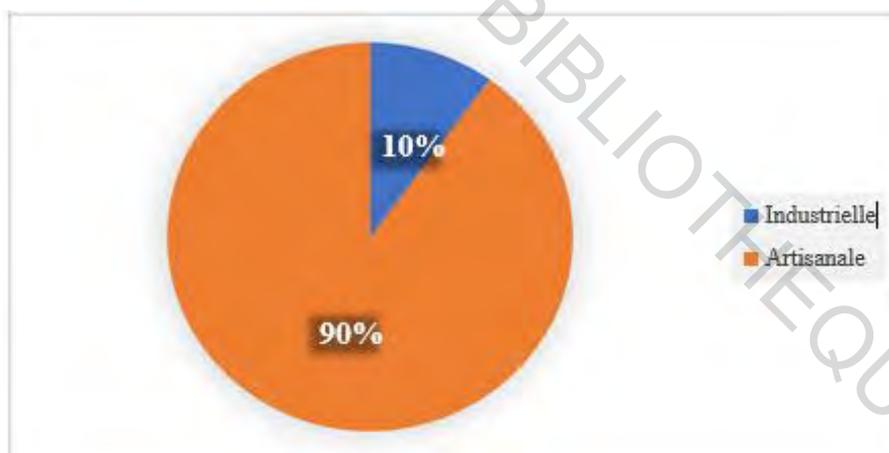
- Typologie et système d'offre

##### ✚ Système de l'offre

L'offre globale de pâte d'arachide en Côte d'Ivoire est exclusivement locale et se répartir comme suit :

- Offre industrielle (10%)
- Offre artisanale (90%)

Figure 2: Offre globale de pâte d'arachide en Côte d'Ivoire



Source : Enquête terrain mener par nous-même.

##### ✚ Typologie de l'offre

- Concurrents

Tableau 4: Concurrents directs et indirects sur le marché

CONCURRENTS DIRECTS		CONCURRENTS INDIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nora (Socofrais) :</b></li> <li>• <b>Gatrè (Atrè marché) :</b></li> <li>• <b>Top arachide (Top Arachide) :</b></li> <li>• <b>Producteurs artisanaux : 90%.</b></li> </ul>	} <b>10%.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pâte de pistache</li> <li>• Pâte d'anacarde</li> </ul>

Source : Enquête terrain mener par nous-même.

Notre entreprise partagera l'espace de son marché avec trois principaux concurrents qui sont Socofrais, Atrè marché et Top arachide. A côté de ceux-ci nous avons les producteurs artisanaux qui détiennent la plus grosse part de marché et qui sont localisés dans les marchés traditionnels.

La société Socofrais, a démarré ses activités en Février 2012. Elle est distributrice de fruits et de légumes locaux et importés ainsi que de produits secs, d'œufs, de volailles, de crustacés et de poissons. Installé en Zone 3 (Marcory dans le sud d'Abidjan) dans le parking de SOCOCÉ / SOCOPRIX, Socofrais produit depuis 2012 des produits à destination de la grande distribution, des restaurants et des collectivités. Afin de toucher grand nombre de ménage et de proposer les meilleurs produits du marché, Socofrais a lancé en 2013 toute une gamme d'épices commercialisée sous la marque NORA notamment la pâte d'arachide.

TOP ARACHIDE est une startup installée dans la commune de Treichville, elle offre des produits finis et semi-finis de l'arachide notamment le beurre d'arachide sous la même marque.

ATRE MARCHE fait partie des services de l'entreprise atrès dont le siège est situé à la Riviera 2 dans la commune de Cocody. C'est un marché en ligne présentant les mêmes produits disponibles dans nos différents marchés notamment la pâte d'arachide vendue sous la marque « Gaatrès ».

Nous avons aussi les produits de la concurrence indirecte qui est constitué de la pâte de pistache, produite à partir de la plante de pistache africaine (egousi) et est utilisée pour la confection de sauce en général avec les mêmes caractéristiques que la sauce arachide « mafé », mais elle est aussi utilisée pour la confection de beignets croustillants. Nous avons également la pâte d'anacarde, elle est produite à partir de noix de cajou fraîche ou griller et utilisée aussi pour satisfaire les mêmes besoins que la pâte d'arachide.

- Fournisseurs

La matière première principale est l'arachide en coque. La production annuelle d'arachide est estimée à 150 000 tonnes en 2017<sup>7</sup>.

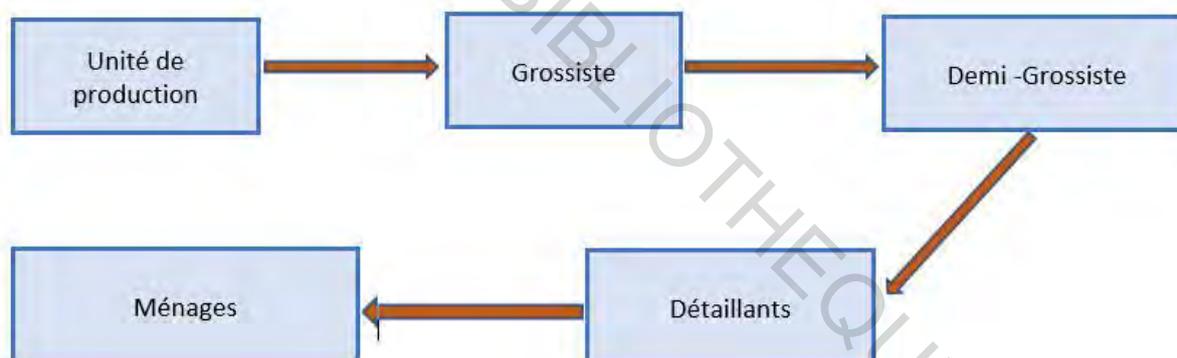
Les fournisseurs seront principalement des agriculteurs et les associations de producteurs de la région de Korhogo. Mais également des régions frontalières (Séguéla, Bouaké, Odienné) qui sont des zones de forte production d'arachide<sup>8</sup>.

- Distribution actuelle sur le marché

Il ressort des entretiens avec les acteurs que différents circuits de commercialisation sont utilisés pour écouler la pâte d'arachide :

Pour la demande collective, le circuit long et le circuit court sont utilisés avec une couverture intensive pour le circuit court.

- Circuit long :



- Circuit court : (distribution traditionnelle)



- Pour les demandes institutionnelles ; (les hôtels, les cantines scolaires, les restaurants modernes et maquis), le circuit court est utilisé avec une couverture intensive.

<sup>7</sup> <https://goutimot.com/agriculture/productions/cultures/production-d-arachides-en-cote-d.html>

<sup>8</sup> <http://www.commerce.gouv.ci/panier-rub.php?pa=0&rb=3>

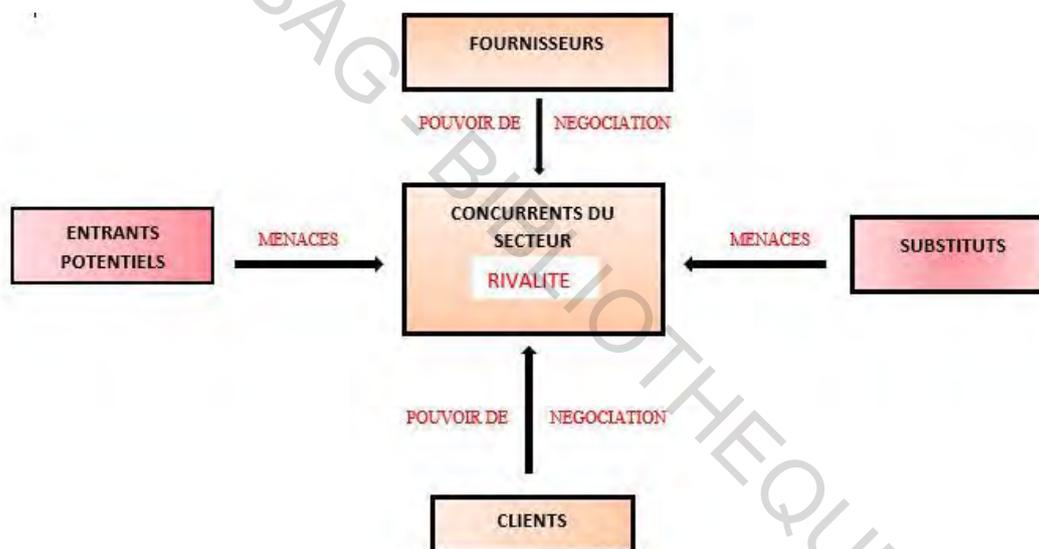


### 2.2.2.3. La concurrence

Nous allons nous appuyer sur le modèle des cinq forces de Michael PORTER pour analyse de la concurrence.

Pour M. Porter, l'état de la concurrence dépend de cinq forces fondamentales qui déterminent conjointement l'intensité de la concurrence et la rentabilité dans le secteur.

Figure 3: Les cinq forces de PORTER



Source : Nous même

#### A. Le pouvoir de négociation des fournisseurs

La production offre une large possibilité d'approvisionnement en matières premières. Les fournisseurs sont les producteurs d'arachide, individuels ou organisés en associations, qui sont en nombre important sur l'ensemble du territoire avec une forte proportion dans le nord et le centre du pays. Regrouper au sein d'une organisation qui leur donnent un fort pouvoir de négociation, même si le prix de l'arachide est fixé par l'Etat.

#### B. Le pouvoir de négociation des clients

- Le nombre de ménages « 1.018.126 ménages<sup>9</sup> » est certes important mais il n'existe pas de concertation entre eux car les associations de consommateurs sont inexistantes ou n'ont aucun pouvoir dans le processus de fixation des prix. Leur pouvoir de négociation est donc très faible.
- Les hôtels proposant les mets à base de pâte d'arachide sont peu nombreux et ne se concertent pas bien qu'il existe une organisation faitière. Leur pouvoir de négociation est faible.
- Les cantines scolaires et les autres entreprises de restauration sont très nombreuses dans le district d'Abidjan, mais elles ne se concertent pas car elles sont autonomes dans leur fonctionnement. Leur pouvoir de négociation est donc moyen.

On peut affirmer que le pouvoir de négociation des clients est faible.

#### C. La menace des nouveaux entrants

Il est facile d'être un producteur de pâte d'arachide. Il suffit seulement de disposer des fonds pour s'adonner à l'activité. Il n'y a pas de barrière à l'entrée ni à la sortie. La menace est très forte.

En définitive, on peut dire que la menace de nouveaux entrants sur le marché est très forte.

#### D. La menace des produits de substitution

Il y a comme produits de substitution la pâte de pistache et la pâte d'anacarde, dont les qualités sont sensiblement égales à celle de la pâte d'arachide mais elles ne sont pas produites en quantité pour couvrir les besoins du marché et leurs prix restent largement supérieur à celui de la pâte d'arachide. Par conséquent, on peut conclure que la menace des produits de substitution est très faible.

#### E. Rivalité entre concurrents

En dehors de la pâte d'arachide produite de façon artisanale, il existe très peu de marques de pâte d'arachide mise en boîte et commercialisée sur le marché principal.

---

<sup>9</sup> [http://www.ins.ci/n/documents/Cartographie\\_de\\_la\\_pauvrete\\_non\\_financiere/](http://www.ins.ci/n/documents/Cartographie_de_la_pauvrete_non_financiere/)

- Nombre de concurrents : environ trois (3) marques de pâte d'arachide (NORA, Gaatrè, Top arachide ...) donc tout le monde a sa place. Il faut aussi dire que le marché existe avec l'urbanisation rapide de la ville, de nouveaux besoins se créent. La rivalité est faible.
- Part de marché : SOCOFRAIS avec sa marque NORA est leader incontestable sur le marché car ayant une plus large visibilité avec sa chaîne de super marché SOCOPRIX appartenant au même groupe et sa présence dans tous les centres commerciaux du district d'Abidjan. La rivalité est moyenne.
- L'homogénéité du produit : les produits sont de plus en plus homogènes à cause des normes de production et autres réglementations à respecter<sup>10</sup>.

A l'issue de cette analyse, on peut conclure que la rivalité entre les concurrents est moyenne.

Tableau 5: Tableau d'évaluation de l'intensité concurrentielle

Cinq forces	Très faible (1)	Faible (2)	Moyenne (3)	Forte (4)	Très forte (5)
Pouvoir de négociation des fournisseurs				X	
Pouvoir de négociation des clients		X			
Menace des nouveaux entrants					X
Menaces des produits de substitutions	X				
Rivalité entre les concurrents			X		
Intensité concurrentielle	[5 ; 8]	[9 ; 12]	[13 ; 17] (15)	[18 ; 21]	[22 ; 25]

Sources : Nous même

**Conclusion :** Après calcul, il ressort que l'intensité concurrentielle sur ce marché est égale à 15. En conclusion sur ce marché, il existe deux menaces bien que l'intensité concurrentielle soit moyenne. Donc on peut investir sur le marché.

<sup>10</sup> N° 2061-609 du 26/09/2001 relatif à la fabrication et à la commercialisation des jus de fruits, jus de légumes et certains produits similaires.

N° 63-301 DU 26 juin relative à la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et produits agricoles

### 2.2.3. Diagnostic interne par le biais de l'analyse fonctionnelle

L'objectif de ce diagnostic interne est de mesurer le potentiel de l'entreprise. Cette étape consiste à détecter les forces et les faiblesses de l'entreprise pour avoir une idée sur ses capacités.

Tableau 6: Tableau de l'analyse fonctionnelle

FONCTIONS	FORCES (facteurs clés du succès)	FAIBLESSES (limites du projet)
Production	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produit de qualité certifié par le laboratoire national d'analyse d'essais de qualité de métrologie et d'analyse de Côte d'Ivoire (LANEMA) ;</li> <li>Les contenants sont métalliques afin de garantir la qualité de la pâte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacité de production limitée</li> </ul>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accord avec les structures de marketing opérationnel pour la promotion de nos produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nouvelle marque</li> </ul>
Communication		
Ressources Humaines	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipe essentiellement jeune et dynamique résolument tournée vers le résultat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Temps d'apprentissage du personnel</li> </ul>
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marque référencée par les centrales d'achats tel que : PROSUMA ; CDCI ; CARREFOUR...etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Moyens logistiques limites (impact sur le délai de livraison)</li> </ul>
Finance	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en place d'un système de crowdfunding par l'ouverture de notre capital à hauteur de 20%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accès au crédit limité (les conditions d'octroi de prêt fixée par les établissements de crédit ne sont pas réalisable)</li> <li>Capacité d'autofinancement limitée</li> </ul>

Source : Nous même

### Synthèse du diagnostic du marché

Nous présenterons la synthèse de l'analyse du marché par la matrice SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces). Il présente l'avantage de synthétiser les forces et faiblesses d'une entreprise au regard des opportunités et menaces générées par son environnement.

Tableau 7: Tableau de la matrice SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La qualité de notre produit est certifiée par LANEMA ;</li> <li>- L'expérience des Promoteurs en entrepreneuriat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les promoteurs ne disposent pas encore de la totalité du financement requis.</li> <li>- Nouveau produit</li> </ul>
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taux de croissance démographique 2,6% (selon l'INS : RGPH 2014) ;</li> <li>- La forte urbanisation et l'émergence d'une classe moyenne ;</li> <li>- Existence de circuit de commercialisation ;</li> <li>- Politique d'incitation à la transformation des produits agricoles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'instabilité politico-militaire liée à la dernière crise politique de 2010 ;</li> <li>- Absence de barrières à l'entrée du marché pour les nouveaux entrants ;</li> <li>- Difficulté de lever des financements ;</li> <li>- Matières premières saisonnière.</li> </ul>

Source : Nous même

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET  
FINANCIERE D'UN PROJET DE CREATION D'UNE UNITE  
SEMI-INDUSTRIELLE

## CHAPITRE 1 : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE

Ce présent chapitre traitera des propositions juridiques, organisationnelles, Nous y étudierons également les stratégies marketing que nous mettrons en œuvre dans le cadre de ce projet

### 1.1. Etude de faisabilité technique

#### 1.1.1. Localisation

Korhogo est la quatrième ville de la Côte d'Ivoire, en termes de population et d'économie. Située à 635 km d'Abidjan, elle est le chef-lieu du District des Savanes et de la région du Poro. En tant que département, il couvre une superficie de 12.500 km<sup>2</sup>, soit 3,9% du territoire national, pour une population de 536 851 habitants (dont 286 071 habitants pour la commune de Korhogo), avec une proportion de 91,55% de nationaux et 8,45% de non nationaux (RGPH 2014).

Korhogo est caractérisé par un vaste ensemble de plateaux, surmontés par endroits de dômes granitiques et de collines. Il présente un climat tropical soudano-guinéen, marqué par deux grandes saisons, une pluvieuse qui s'étend de mai à octobre (avec une pluviométrie annuelle qui varie entre 1200 mm et 1400 mm), une sèche, de novembre à avril. La saison sèche est accompagnée par l'harmattan entre les mois de décembre et février ainsi que des pointes de chaleur entre mars et avril.

La végétation est constituée de savanes herbeuses et arborées, avec des forêts galeries tout le long des cours d'eau. La majorité de la population de la ville de Korhogo tire son revenu des principales cultures agricoles, à savoir : le coton, l'anacarde, la mangue, le riz, le maïs, le mil et l'arachide.

L'industrie y est très peu développée, malgré la présence de quatre unités d'égrenage de coton et d'une dizaine d'unités de traitement et de conditionnement de la mangue.

Le choix de l'implantation de notre unité de production est mûrement réfléchi. Cette localité a l'avantage d'être une zone de production d'arachide et est également entouré de localité a forte production. Aussi, notre implantation dans cette région nous permettra de bénéficier des mesures incitatives du gouvernement pour encourager les investissements privés dans les villes.

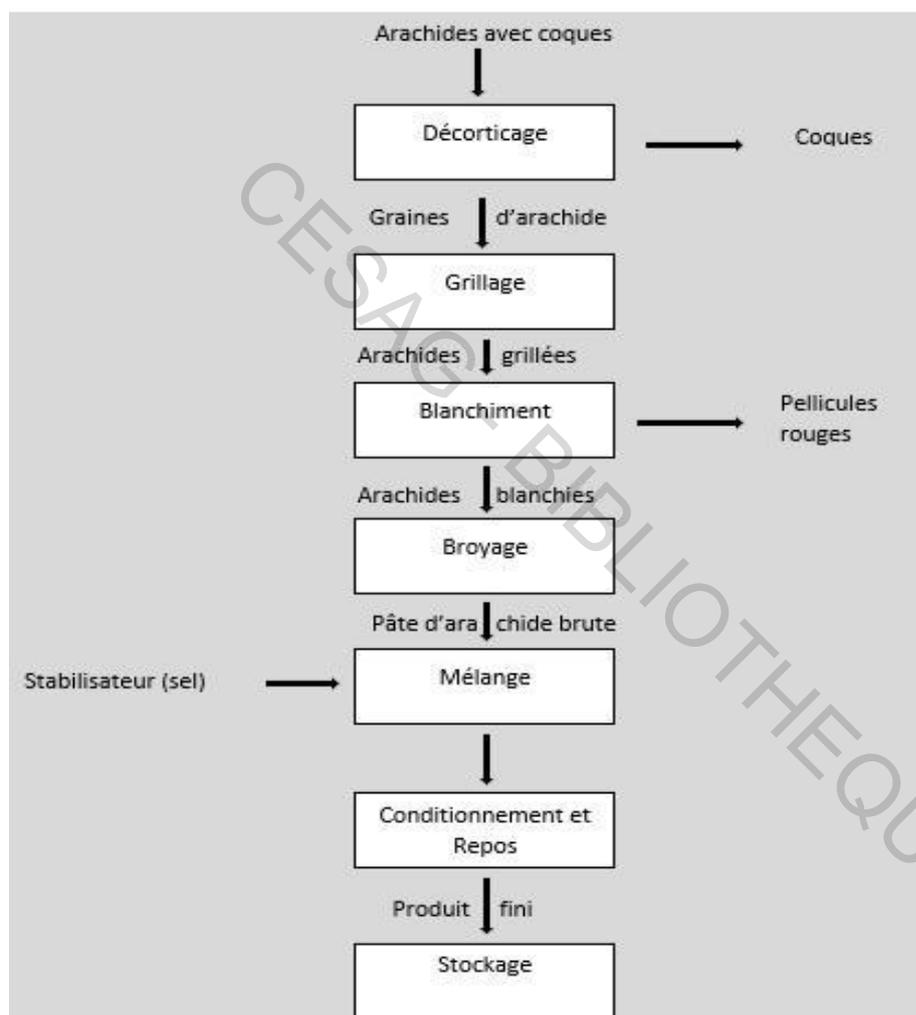
de l'intérieur qui sont entre autres l'exonération d'impôts sur une longue période pouvant aller jusqu'à quinze ans et l'exonération de taxes à l'importation du matériel d'exploitation... etc.

### 1.1.2. Description du processus de production

Décrire le processus de production, c'est expliquer l'enchaînement des activités qui permettent de transformer les intrants en produits finis, ainsi que les procédés utilisés.

La fabrication de la pâte d'arachide passe par plusieurs étapes / opérations essentielles comme le montre le diagramme ci-dessous :

Figure 4: Process de fabrication de pâte d'arachide



Source : Jean-Luc Knoden, Loïc c Dufour, Jérôme Bindelle

Description des étapes<sup>11</sup> :

<sup>11</sup> Jean-Luc Knoden, Loïc c Dufour, Jérôme Bindelle/ FABRICATION DE BEURRE DE CACAHUETE

### 1<sup>ère</sup> Etape : Le décortilage

Le décortilage est la première étape nécessaire à réaliser pour fabriquer la pâte d'arachide. Il peut se faire à la main ou avec une décortiqueuse.

### 2<sup>ème</sup> Etape : Le grillage

Les graines sont grillées à sec de façon continue ou discontinue. La température varie entre 160 °C et 200 °C pour un temps de séjour dans le four de 40 à 60 minutes.

Lors du grillage, des températures élevées peuvent nuire aux graines. Elles dégradent les huiles, écorchent les graines et calcinent la peau détachée. Le premier effet du grillage est un séchage rapide durant lequel la teneur en eau est réduite à 0,5 %.

Il s'ensuit une formation de gouttes translucides à la surface des cotylédons appelées « gouttelettes de vapeur » provoquées par les suintements d'huile vierge provenant du cytoplasme. L'étape finale du grillage est marquée par l'apparition d'une couleur brune, stade auquel l'arachide est brunie.

### 3<sup>ème</sup> Etape : Le blanchiment

Après le grillage les graines doivent être rapidement refroidies. Le blanchiment consistera principalement à enlever la pellicule rouge. Le cœur ou tégument peut être également enlevé, mais dans le cas où on veut faire du beurre, cela n'est pas nécessaire. Le blanchiment contribue également à débarrasser la graine de la poussière, de la moisissure et d'autres corps étrangers. Il y a cinq méthodes pour blanchir la graine : le blanchiment sec, à l'eau, par centrifugation, à l'alcali et à l'eau oxygénée.

### 4<sup>ème</sup> Etape : Le broyage

Le broyage peut se faire en une ou deux étapes selon l'équipement dont on dispose. Les graines d'arachides sont d'abord broyées grossièrement dans un moulin à meule métallique. Puis elles sont passées dans un laminoir à cylindre.

La finesse du broyage va influencer la quantité d'huile qui risque de s'extraire de la pâte. Un broyage trop fin va augmenter la séparation de l'huile et de la pâte, un broyage trop grossier diminuera l'homogénéité du produit final. Les dimensions des particules broyées doivent se trouver majoritairement aux environs de 40 microns.

*Figure 5: moulin à meule métallique et moulin cylindrique*



5eme Etape : Le mélange.

Les stabilisateurs ont un effet sur la rétention de l'huile et sur l'onctuosité de l'huile. Si le stabilisateur est solide, sa température de fusion avoisine les 60 °C. Pour le mélanger à la pâte il vaudra le faire fondre et le mélanger à la pâte chaude. On ajoute également du *sel* pour rehausser le goût.

6eme Etape : Conditionnement et repos

Les boites remplies et hermétiquement fermées grâce à une sertisseuse puis sont étiquetées et rangées dans des cartons qui sont stockés au magasin. La pâte d'arachide est maintenant prête à être commercialisée et dégustée par les consommateurs.

*Figure 6; La sertisseuse boites rondes*



7eme Etape : Le stockage.

Les produits seront stockés dans la salle de stockage des produits finis avant d'être acheminer vers la ville d'Abidjan dans les différents lieux de ventes.

### 1.1.3. Description de l'unité de production

L'Unité de production :

Le sol de la salle de production sera carrelé. Cette dernière aura deux ( 0 2 ) portes d'entrées pour appliquer le principe de la marche en avant.

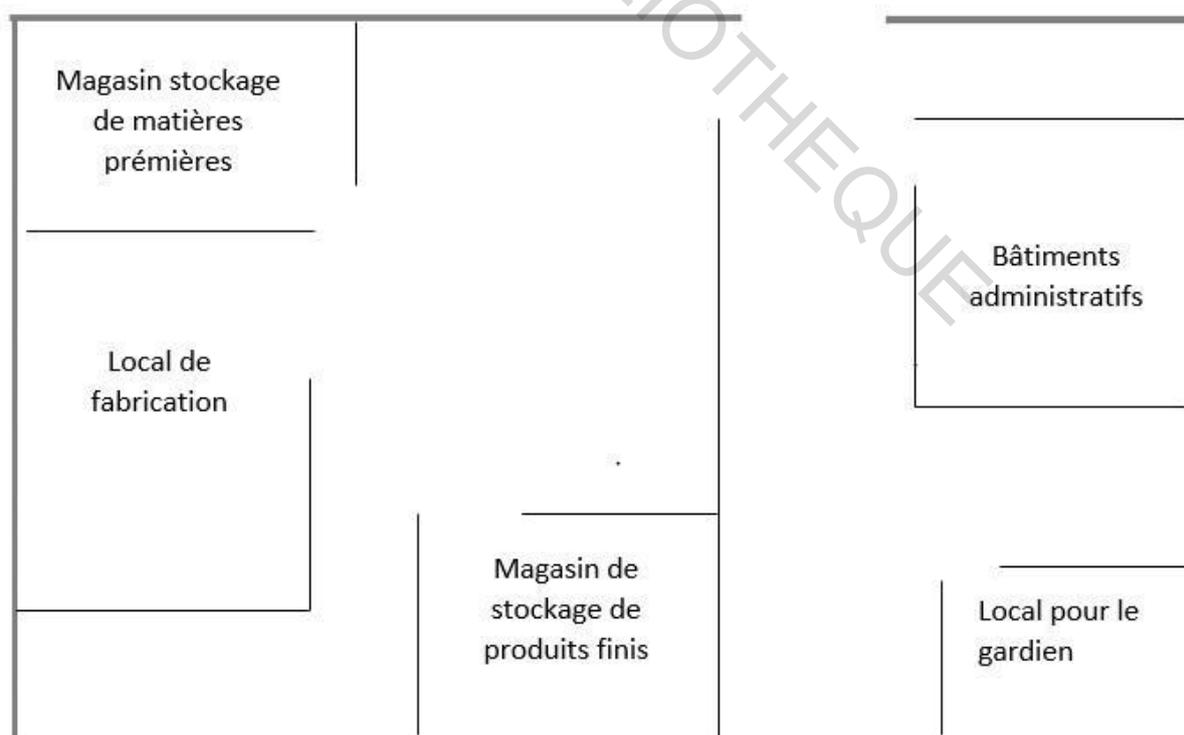
La fabrique sera un bâtiment en dur comprenant des locaux techniques et administratifs.

D'un format simple, le toit sera fait de tôle en zinc tandis que le sol du local de production sera carrelé.

L'unité comprendra 3 locaux principaux auxquels seront annexés un bureau et des toilettes (3 x 3 et 2 x 1,5 m).

Un local pour la fabrication de produits (6 x 10 m), un magasin de stockage des produits finis et un magasin de stockage de matières premières (5x 5m).

*Figure 7: schéma de l'unité de production*



Source : Nous-même.

L'unité semi-industrielle comprendra en plus des locaux suivants dont la surface est estimée à 108 m<sup>2</sup> :

- Un local pour le stockage des produits finis ;
- Un local destiné au stockage des graines décortiquées ;
- Un local pour l'emballage et produits d'entretien et sanitaires ;
- Un bureau pour les responsable achat ;
- Un bureau pour le responsable de la production ;
- Des sanitaires ;
- Un local pour le gardien.

En plus de l'unité de production dans la ville de Korhogo, nous aurons recours à un second local dans le District d'Abidjan ou seront logé les bureaux suivants :

- Un bureau pour le gérant ;
- Un bureau pour le responsable commercial ;
- Un bureau pour les commerciaux ;
- Un bureau pour le secrétariat ;
- Une salle de réunion.

Capacité de production :

- L'unité envisagée aura une capacité de traitement de 375 kg /jour de pâte d'arachide, ce qui correspond à 700 kg / jour de graines décortiquées, soit une possibilité de transformation de 4200 kg / semaine ou 16 800 kg / mois et 134 400 kg / an soit 192 000 kg d'arachide en coque. Le kilogramme d'arachide sera acheté à 350 FCFA auprès des fournisseurs locaux de la localité de Korhogo.
- Les activités de l'unité seront limitées à 9 mois pour minimiser les risques de contamination des graines par l'aflatoxine très redoutée par les problèmes de santé qu'elle pose.

En évitant donc de traiter les graines pendant la saison humide (Décembre à Mars) o n peut donc, fabriquer des produits de très bonne qualité.

#### 1.1.4. Investissement

Pour une réussite totale de notre projet, nous souhaitons avoir à notre disposition un investissement à la hauteur de nos projections

#### 1.1.4.1. Matériel d'exploitation

- Décortiqueuse capacité de 50KG/heure ;
- Grilloir d'une puissance moteur de 2 CV et une capacité de 50 KG/30 min ;
- Eplucheuse de pellicule d'une puissance moteur de 2 CV ;
- Broyeur d'une capacité : 50 KG / h ;
- Machine remplisseuse ;
- Sertisseuse ;
- Etagère de rangement (15) ;

#### 1.1.4.2. Matériel et Mobilier de bureau

- Véhicule (1)

#### Table de bureau (05)

- Table de réunion (01)
- Chaise bureau (6)
- Chaise visiteurs et réunion (15)
- Armoire (05)
- Ordinateur (05)
- Imprimante (02)
- Téléphone fixe (03)
- Machine à café (02)

#### 1.1.4.3. Aménagements et installations

- Raccordements pour alimentations en énergie, en eau, en téléphone et en internet ;
- Aménagement des bureaux
- Aménagement du local de production et de stockage.

#### 1.1.4.4. Matériels et outillages

- Brouette (03)
- Râteau (05)
- Pelle (05)
- Bassine (05)
- Seau (10)
- Tenue de travail (06)
- Paire de bottes (06)

### Dépenses d'exploitation

- Achat de matières premières
- Electricité
- Eau
- Téléphone, fax, internet
- Entretien
- Salaire et charges sociales
- Transport
- Loyer et autres frais
- Achat d'emballages (imprimés)
- Carburant
- Divers

### 1.2. Structuration organisationnelle et juridique du projet

L'étude organisationnelle portera sur les postes, l'organigramme, les fonctions et le profil du personnel. Et la forme juridique de notre projet.

#### 1.2.1. Structuration organisationnelle du projet

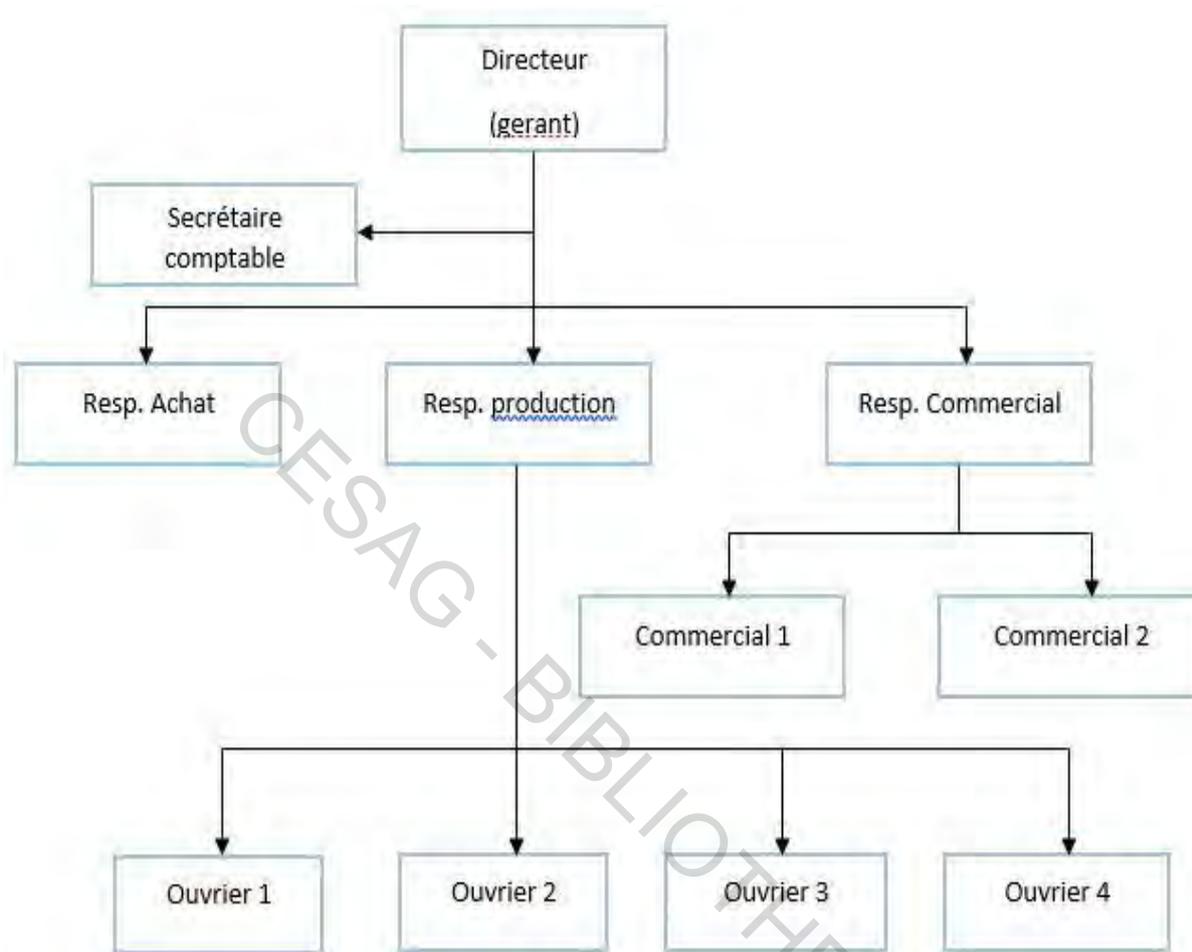
L'étude organisationnelle concerne le choix du mode d'organisation (rapports hiérarchiques, le style de management, la composition des membres du personnel.). Elle décrit les fonctions et définit les différents profils de postes.

##### Les postes de travail

- Un directeur (Gérant) ;
- Un responsable commercial ;
- Un responsable de la production ;
- Un responsable achat ;
- Secrétaire comptable ;
- Deux commerciaux ;
- Quatre ouvriers ;
- Un gardien.

### 1.2.1.1.L'organigramme

Figure 8: Organigramme de l'entreprise



### 1.2.1.3. Fonctions et profils du personnel

#### ✚ Les fonctions

Le Directeur (Gérant) : Chargé du management stratégique général de l'entreprise. Il a pour rôle principal de diriger, de manager, d'arbitrer et de relier les différentes directions de l'entreprise. Il est en interaction permanente avec toutes les divisions de l'entreprise. Il déterminera les options ou objectifs de croissance qui vont être déclinés en actions opérationnelles dont l'équipe se chargera d'exécuter. Il est également responsable de la gestion administrative, comptable et financière.

Le responsable achat : Il supervise toutes les opérations d'achat. Il est également chargé de l'approvisionnement en matières premières. Pour cela il définit la politique d'achat et est en relation avec les fournisseurs de l'entreprise.

Le responsable de la production : Il met en place l'organisation et pilote la production dans le respect des contraintes de coûts, qualités et délais. Il définit la stratégie de fabrication du produit et veille à la performance globale de l'entreprise

Le Responsable commercial : Il définit la politique commerciale en vue d'accroître le chiffre d'affaire de l'entreprise. Il dirige l'équipe commerciale et veille à ce qu'elle applique la politique commerciale et atteigne les objectifs fixés. Il définit aussi la politique de communication et du marketing.

Le secrétaire comptable : Sous la responsabilité du Directeur, il réalisera les tâches administratives et comptables, de secrétariat et d'accueil. A cet effet, il Effectuera la saisie des journaux, pointer les comptes clients et fournisseurs, effectuer le rapprochement bancaire. Il effectuera des tâches d'accueil physique et téléphonique, archivage, traitement du courrier, informatisation des données, gestion des horaires et des paniers repas... etc.

#### Profil du personnel

Tableau 8: Tableau de profil du personnel

Poste	Quantité/ Nombre	Niveau d'étude	Expérience	Emolument F CFA
Directeur	01	X	X	300 000
Responsable production	01	BAC + 3	2 ans	200 000
Responsable achat	01	BAC + 3	2 ans	200 000
Responsable commercial	01	BAC + 3	2 ans	150 000 + variables
Secrétaire comptable	01	BAC + 2	1 an	170 000
Commerciaux	02	BAC + 2	1 an	100 000 + variables
Ouvrier	04	X	X	70 000
Gardien	01	X	X	50 000
TOTAL	12	-	-	1 550 000

Source : Nous même

Notre entreprise mettra en place un système d'évaluation du personnel à la fin de l'année. Cette méthodologie d'évaluation permettra de motiver le personnel le plus performant.

### 1.2.2. Choix de la forme juridique du projet<sup>12</sup>

Après analyse des critères de choix portant sur les différents statuts juridiques d'une organisation, nous pensons que la forme juridique la plus adaptée à notre projet est la Société A Responsabilité Limitée (SARL) :

L'acte uniforme de l'OHADA stipule en son article 311 « Sauf dispositions nationales contraires, le capital social doit d'être d'un million (1000 000) de francs CFA au moins. IL est divisé en parts sociales égales dont la valeur nominale ne peut être inférieure à cinq mille (5000) francs CFA ». La législation Ivoirienne autorise, pour la création d'une SARL, un capital minimum de départ supérieur ou égal à un (01) million de francs CFA.

Dans cette forme de société, les associés ne sont responsables qu'à concurrence de leur apport.

Ce choix a été orienté par les points suivants :

- Responsabilité limitée : les associés ne sont responsables qu'à concurrence de leurs apports ;
- Les associés ont la possibilité d'assurer un contrôle étroit de l'accès de nouveaux associés au capital de la société ;
- La société pourra continuer d'exister en cas de décès de l'un des associés ou du gérant (si le contraire n'est pas stipulé dans les statuts) ;
- Capital minimum exigé lors de la constitution : un million de francs CFA, divisé en parts sociales d'un montant nominal au moins égal à cinq mille francs CFA.

### 1.3. Etude de faisabilité commerciale

Elle se décompose en deux parties : les stratégies marketing et la faisabilité commerciale.

#### 1.3.1. Les stratégies marketing

Elles identifient les choix fondamentaux faits dans le domaine du marketing pour atteindre les objectifs visés, en particulier les marchés cibles visés et le positionnement que nous aurons choisi.

---

<sup>12</sup> <http://www.droit-africain.com/cote-divoire-societes-commerciales/>

#### 1.3.1.1.La segmentation

Nous avons choisi la capacité d'achat comme critère de segmentation et nous nous retrouvons avec deux segments : la demande collective (ménages) et la demande institutionnelle (les hôtels, cantines scolaires, et les autres entreprises de restaurations.) dans le district d'Abidjan.

#### 1.3.1.2.Le ciblage

Il est fait en fonction de nos objectifs stratégiques et de la nature du marché. Après avoir analysé et segmenté notre marché, notre stratégie de ciblage est indifférenciée. Car nous offrons le même produit sur les deux marchés qui sont tous les deux ciblés.

#### 1.3.1.3.Le positionnement

Afin d'assurer la production d'une très bonne qualité de pâte d'arachide, un accent particulier sera mis sur la qualité des graines d'arachide ainsi que sur l'hygiène des équipements de production. Pour ce faire, il est impératif que le processus de fabrication soit placé sous la supervision d'un consultant nutritionniste spécialisé en agroalimentaire.

La pâte d'arachide étant considéré comme un produit de grande consommation, nous serons alors bas de gamme pour les deux cibles.

#### 1.3.2. La faisabilité commerciale : mix-marketing

Le marketing mix, résumé souvent sous l'acronyme 4 P (Product, Price, Place et Promotion) se décline en 4 politiques en l'occurrence celle liée au produit, au prix, à la distribution et à la communication.

##### 1.3.2.1.Politique de produit

Nature de notre produit : Fine pate d'arachide naturelle sans colorant avec des conservateurs naturelle ;

La marque de notre produit : notre pate d'arachide sera commercialisée sous la marque :

Kitty pâte d'arachide ;

La qualité : Nos produits sont minutieusement contrôlés et certifiés par LANEMA, les normes seront strictement respectées. Nos produits seront étiquetés avec notre marque et notre logo.

Le packaging : Nos produits seront conditionnés sous deux formats dans des contenants métalliques de 500g et de 1kg, afin d'éviter les rancissements, les bactéries et les coulées d'huile au cas où le produit serait exposé aux rayons de soleil. Les contenants nous seront fournis par la société CROWN-SIEM le leader de la conception et la fabrication d'emballages métalliques en Côte-d'Ivoire. Vendus aux prix respectifs de 320 F CFA et 625 F CFA l'unité.

Valeur nutritionnelle :

*Tableau 9: Tableau nutritionnel de notre produit*

Nutriments	Unité	Teneur pour 100g
Sodium	Mg/100g	472
Calcium	Mg/100g	47,7
Fer	Mg/100g	1,99
Vitamine E	Mg/100g	4,85
Protéines	G/100g	25,1
Acides gras (g) arachidonique	G/100g	0,0155

#### 1.3.2.2.Politique de prix

Pour la détermination de nos prix de vente, nous tiendrons compte des déterminants existants du marché notamment les prix pratiqués et le pouvoir d'achat des différents clients. Nous adopterons la stratégie d'alignement suivante :

- Contenant de 500g
  - Prix : 1500fr
  - Remise : 300fr
  - Rabais : 200fr
  - Condition de paiement : Cash
  - Condition de crédit : si distributeur

- Contenant 1 kg
  - Prix : 2500fr
  - Remise : 300fr
  - Rabais : 200fr
  - Condition de paiement : cash
  - Condition de crédit : si distributeur

#### 1.3.2.3.Politique de distribution

Nous disposerons d'un réseau de distributeurs et d'accords avec des structures de marketing opérationnel (FDV) pour faire la promotion des produits. Cibler les segments appropriés à savoir le secteur informel qui représente plus de 80% de la grande distribution et le secteur formel. Le secteur informel représentera 80% de nos ventes réparties comme suit :

- Vente directe : 30%
- Vente de proximité : 50%

Le secteur formel représentera 20% de nos ventes. Nos produits seront vendus dans les grandes surfaces à travers les centrales d'achats qui sont PROSUMA, CDCI et CARREFOUR.

#### 1.3.2.4.Politique de communication

Nous allons axer notre politique de communication sur la promotion des ventes et la publicité en organisant régulièrement des promotions de ventes et de campagnes publicitaires. Également, la mise en place d'une politique de marketing direct s'imposera. Elle consistera en la création d'une base de données qui permettra un rapprochement avec la clientèle pour une meilleure fidélisation de celle-ci. Par ailleurs, nous privilégierons également les supports médiatiques (télévisions et radios) mais aussi l'internet pour une plus grande visibilité de nos produits et aussi communiquer sur la valeur nutritionnelle du gras de l'arachide afin de décriper les consommateurs de leurs appréhensions sur le gras contenu dans l'arachide.

A cet effet, nous allons décliner notre stratégie de communication comme suit :

- Supports médias : pour la promotion de nos produits, faire un publi-reportage sur l'unité de production afin de faire découvrir les conditions de fabrication de nos produits mais également de communiquer sur les vertus de l'arachide et des astuces pour la

conservation. Aussi des campagnes publicitaires seront organisées pour la promotion de nos produits via la télévision, la radio et même la presse écrite.

- Marketing direct : pour la promotion de nos produits nous allons nous appuyer sur les structures de marketing opérationnel qui grâce à leurs forces de ventes nous permettront d'être le plus proche possible de notre cible. A cet effet, des flyers et autres supports papier de promotion seront confectionnés et mis à disposition des structures de marketing opérationnel.
- Plateforme de diffusion : YouTube, nous souhaitons utiliser les plates-formes de diffusion. Ce moyen de communication peu coûteux nous permettra de diffuser des vidéos promotionnelles et des tutoriels d'utilisation. Les clients et prospects pourront donc y voir comment est fabriqué le produit et avoir quelques mets confectionnés à partir de la pâte d'arachide.
- Réseaux sociaux : Une présence sur les réseaux sociaux nous permet aussi une forte interactivité et un bon référencement. Ajouté à cela, nous pourrions, renforcer notre communauté et comptabiliser le nombre moyen de personnes la composant. De plus, ceci nous permettra de communiquer sur les qualités de nos produits et les vertus de l'arachide et attiser la curiosité des internautes. Les réseaux sociaux nous permettront donc d'échanger, de communiquer et de partager des informations
- Institutionnel : Notre site web institutionnel présentera sur la première page, nos produits. De plus, un onglet dédié à nos produits sera ajouté au menu déroulant. Dans ce dernier, les utilisateurs pourront trouver un visuel, les composantes nutritionnelles et techniques du produit, une assistance, ainsi que des liens pour en savoir plus sur l'arachide.

Il faut souligner que pour la mise en œuvre de notre politique de communication, nous allons nous attacher les services d'une structure spécialisée en communication avec qui les axes prioritaires seront définis. Aussi un budget spécial sera dégagé après évaluation du coût de cette politique avec ladite structure.

## CHAPITRE 2 : ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DES EFFETS ECONOMIQUES DU PROJET

### 2.1. Etude de faisabilité financière du projet

Il s'agira d'évoquer dans cette partie les différentes dépenses d'investissement, le coût du projet, l'analyse financière sommaire ainsi que l'analyse financière détaillée. Les données de l'analyse financière ont été obtenues à partir de facture pro forma obtenues auprès des différents fournisseurs du secteur.

#### 2.1.1. Evaluation des investissements (Annexe n° 1)

Il est important de connaître la durée de vie du projet. Dans notre cas le matériel d'exploitation constitue l'équipement principal et sa durée de vie est de 8 ans.

Les investissements se font en l'année 0 et ils sont évalués à hauteur de 35 055 000 FCFA

#### 2.1.2. Evaluation du chiffre d'affaire prévisionnel

La capacité de production est de 50% à la première année, en deuxième année nous passerons à 70% et à partir de la troisième nous atteindrons notre vitesse de croisière avec une production annuelle estimée à 134 400 kg de pâte d'arachide.

Le chiffre d'affaire est donc obtenu sur la base de la répartition de la production entre les contenants de 500g et 1kg. Ainsi le chiffre d'affaire à l'année de croisière atteindra 255 360 000 FCFA. (Voir annexe n°3)

#### 2.1.3. Evaluation du besoin en fonds de roulement

Il est estimé sur la base des éléments suivant :

- Trois mois de stock de matière première ;
- Trois mois d'emballages imprimés ;
- Trois mois de salaires ;
- Trois mois de loyer et autres frais ;
- Un virgule deux mois de crédit accordés aux clients ;

- Un virgule cinq mois de crédit obtenu des fournisseurs sur la consommation annuelle de matière première.

Le besoin en fonds de roulement du projet est estimé à 69 110 080 FCFA. Il couvre les besoins de la première année à la troisième année qui est l'année de pleine capacité. (Voir annexe n°6)

#### 2.1.4. Evaluation du cout total du projet

Il est obtenu en cumulant les dépenses d'investissements et le besoin en fond de roulement nécessaire pour le projet. Notre projet est évalué à hauteur de 104 338 080 FCFA.

#### 2.1.5. Evaluation de la rentabilité financière sommaire

L'analyse financière sommaire, c'est une méthode extra comptable de calcul rapide de la rentabilité de variantes d'un projet. L'outil qu'elle utilise à cet effet est l'Echéancier des Flux Financiers (EFF) constitué à partir des dépenses d'investissement ainsi que des dépenses et recettes d'exploitation du projet. (Voir Annexe n°7)

##### 2.1.5.1. La valeur actuelle nette (VAN)

A la fin de l'année 8, le cumul des flux financiers actualisés au taux de 12% permettra au projet de dégager un surplus monétaire de 60 152 248 F CFA. En d'autres termes, la valeur du cumul des flux financiers attendus ramenés à aujourd'hui rembourserait l'investissement de base tout en laissant une marge nette de 60 152 248 F CFA.

##### 2.1.5.2. Taux de rendement interne (TRI)

Le projet dégage un TRI de 25%. Qui représente le taux qui égalise la valeur actuelle des recettes et celle des dépenses générées par le projet. Dans le cadre de notre projet ce taux est supérieur au taux d'actualisation qui rappelons-le est de 12%. Ce qui confirme que le projet est rentable. Autrement dit c'est le taux maximum auquel on pourrait emprunter pour le financement du projet.

### 2.1.5.3. Délai de récupération du capital investi (DRCI)

Pour notre projet, il faut 4 ans, 7 mois et 4 jours à partir de l'année 0 pour récupérer le montant des capitaux investis. Donc il faut négocier un prêt dont la durée du remboursement est supérieure à 4ans. Aussi il faut préciser que le risque financier est de 0.55 donc moyen.

### 2.1.5.4. Rendement de l'unité monétaire investi (RUMI)

Pour qu'un projet soit rentable, il faut que le RUMI soit supérieure à 1. Dans notre cas, le RUMI est égal à 9. Ce qui veut dire que pour chaque franc investi nous pouvons espérer en retour recevoir 9 francs. Notre projet est donc intéressant du point de vu de cet indicateur.

### Synthèse de l'A.F. S

Nous pouvons affirmer que le projet est rentable compte tenu de la VAN qui est positive (60 152 248 F CFA), du TRI (25%) qui est supérieur au taux d'intérêt de l'emprunt et du RUMI (9) qui est supérieur à 1. L'analyse financière détaillée est donc opportune.

### 2.1.6. Evaluation de la rentabilité financière détaillée (AFD)

Le taux d'inflation en Côte-d'Ivoire sur la période 2018-2025 serait contenu à 2% en moyenne par an, en dessous de la norme communautaire de maximum 3%, grâce à l'accroissement de l'offre des produits alimentaires, à la stabilité des prix des produits pétroliers, à un meilleur approvisionnement des marchés des autres biens de consommation finale et à la politique de lutte contre la cherté de la vie<sup>13</sup>.

#### 2.1.6.1. Amortissement des investissements

Les amortissements représentent la perte annuelle de valeur des investissements. Il est facile d'établir le tableau des amortissements pour les investissements initiaux. Mais l'amortissement des renouvellements doit également être pris en tenant compte de l'inflation

---

<sup>13</sup><http://www.gouv.ci/doc/1515623218NOTE-SITUATION-ECONOMIQUE-CI-2017-2018.pdf>

Tableau 10; Tableau des amortissements des investissements

RUBRIQUES	MONTANT	DUREE	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	ANNEE 8	VR
<b>COEFFICIENT D'INFLATION</b>			<b>1</b>	<b>1,04</b>	<b>10,6</b>	<b>1,08</b>	<b>1,10</b>	<b>1,13</b>	<b>1,15</b>	<b>1,17</b>	<b>1,17</b>
<b>Non valeurs</b>	955 000	3	318 333	318 333	318 333						
<b>Matériel d'exploitation</b>	15 550 000	8	1 943 750	1 943 750	1 943 750	1 943 750	1 943 750	1 943 750	1 943 750	1 943 750	
<b>Matériel et mobilier de bureau</b>	3 230 000	5	646 000	646 000	646 000	646 000	646 000	710 600	710 600	710 600	1 421 200
<b>Matériels et outillages</b>	173 000	3	57 667	57 667	57 667	62 280	62 280	62 280	71 622	71 622	71 622
<b>Véhicule</b>	9 500 000	5	1 900 000	1 900 000	1 900 000	1 900 000	1 900 000	2 147 000	2 147 000	2 147 000	4 294 000
<b>Aménagements et installations</b>	5 820 000	8	727 500	727 500	727 500	727 500	727 500	727 500	727 500	727 500	
<b>TOTAL AMORTISSEMENT</b>			5 593 250	5 593 250	5 593 250	5 279 530	5 279 530	5 591 130	5 600 472	5 600 472	5 786 822

Source : Nous même

Les valeurs résiduelles à la fin du projet sont estimées à 5 786 822 F CFA.

### 2.1.6.2. Schéma de financement du projet

Nous utiliserons un financement mixte c'est-à-dire une partie financée sur fonds propres et l'autre partie par un prêt bancaire à moyen terme comme indiquer dans le tableau ci-dessous.

*Tableau 11: Tableau du schéma de financement du projet*

RUBRIQUE	VALEUR
COÛT DU PROJET	104 338 080
FONDS PROPRES (40%)	41 735 232
EMPRUNT (60%)	62 602 848
TAUX D'INTERÊT	14%
DUREE (6ANS, 2 ans de différé)	4
ANNUITE OU SERVICE DE LA DETTE	21 485 597

Source : Nous-même.

### 2.1.6.3. Schéma de remboursement de l'emprunt

Dans le cas de notre projet l'annuité du service de la dette est constante et égale à 21 485 597F CFA.

Tableau 12: Tableau de remboursement de l'emprunt

Rubrique	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6
Capital restant dû	62 602 848	62 602 848	62 602 848	62 602 848	49 881 650	35 379 484	18 847 015
Intérêts		8 764 399	8 764 399	8 764 399	6 983 431	4 953 128	2 638 582
Remboursement du Principal				12 721 198	14 502 166	16 532 469	18 847 015
Annuité constante	21 485 597	8 764 399	8 764 399	21 485 597	21 485 597	21 485 597	21 485 597

Source : Nous même

#### 2.1.6.4. Analyse du compte d'exploitation prévisionnel

Le tableau du compte d'exploitation prévisionnel indique un résultat net d'exploitation positif à partir de la 3eme année (19 401 632 F CFA) jusqu'à la huitième année d'exploitation (29 100 350 FCFA). Cette situation s'explique par le fait des investissements important réalisés en début d'exercice mais aussi que le projet n'atteint sa vitesse de croisière qu'à partir de la troisième année.

Nous constatons également que la CAF devient positive à partir de la deuxième année et devient importante à mesure que le projet avance dans le temps. Ce qui signifie que l'entreprise est à mesure de faire face non seulement à l'emprunt qu'elle a contracté mais aussi de s'autofinancer afin d'accroître son activité. (Voir annexe n°9)

#### 2.1.6.5. Compte prévisionnel de trésorerie

Le projet dégagera une trésorerie positive déjà à partir de la quatrième année d'exploitation pour redevenir négative en sixième année et enfin positive sur le reste de la durée du projet. Ce qui indique que le projet est à mesure de disposer de liquidité afin de faire face aux dépenses. La trésorerie cumulée à la huitième année serait de 153 774 813 F CFA.

Tableau 13: Tableau de compte de trésorerie

RUBRIQUES	ANNEE 0	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	ANNEE 8
<b>RESSOURCES</b>									
FONDS PROPRE 40%	41 735 232								
EMPRUNT	62 602 848								
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT		-14 588 803	3 459 437	24 994 882	26 821 420	28 913 391	31 581 064	34 131 579	34 700 822
VALEUR RESIDUELLE									5 149 667
REPRISE DE FOND DE ROULEMENT									69 110 080
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>104 338 080</b>	<b>-14 588 803</b>	<b>3 459 437</b>	<b>24 994 882</b>	<b>26 821 420</b>	<b>28 913 391</b>	<b>31 581 064</b>	<b>34 131 579</b>	<b>108 960 568</b>
<b>EMPLOIS</b>									
INVESTISSEMENT ET RENOUVELLEMENT	35 228 000				173 000		12 730 000	173 000	
DOTATION FOND DE ROULEMENT		34 555 040	13 822 016	20 733 024					
REMBOURSEMENT DU PRINCIPAL				12 721 198	14 502 166	16 532 469	18 847 015		
DIVIDENDE STATUTAIRE 10%				1 940 163	2 154 189	2 363 386	2 598 993	2 853 111	2 910 035
<b>TOTAL EMPLOI</b>	<b>35 228 000</b>	<b>34 555 040</b>	<b>13 822 016</b>	<b>35 394 385</b>	<b>16 829 355</b>	<b>18 895 855</b>	<b>34 176 008</b>	<b>3 026 111</b>	<b>2 910 035</b>
<b>SOLDE ANNUEL DE TRESORERIE</b>	<b>69 110 080</b>	<b>-49 143 843</b>	<b>-10 362 579</b>	<b>-10 399 503</b>	<b>9 992 066</b>	<b>10 017 535</b>	<b>-2 594 944</b>	<b>31 105 468</b>	<b>106 050 533</b>
<b>SOLDE CUMULE ANNUEL DE TRESORERIE</b>	<b>69 110 080</b>	<b>19 966 237</b>	<b>9 603 658</b>	<b>-795 845</b>	<b>9 196 220</b>	<b>19 213 756</b>	<b>16 618 812</b>	<b>47 724 280</b>	<b>153 774 813</b>
TRESORERIE DEBUT ANNEE	0	69 110 080	-49 143 843	-10 362 579	-10 399 503	9 992 066	10 017 535	-2 594 944	31 105 468
TRESORERIE FIN ANNEE	69 110 080	-49 143 843	-10 362 579	-10 399 503	9 992 066	10 017 535	-2 594 944	31 105 468	106 050 533

Source : Nous-même.

### 2.1.6.6. La rentabilité pour les actionnaires

La rentabilité du point de vue des actionnaires est analysée comme suit :

- L'apport du promoteur du projet se chiffre à 47 735 232 FCFA et en retour, il reçoit des dividendes estimés à 10% du résultat net d'exploitation dès la troisième année d'exploitation du projet ;
- Si le taux d'actualisation est de 12%, la valeur actualisée nette (VAN) des actionnaires se chiffre à 43 329 207 FCFA ;
- Le taux de rentabilité interne (TRI) des actionnaires pendant les (8) huit années d'exploitation du projet s'élèvent à 40% qui est supérieur au taux d'actualisation (12%).

Le projet est donc rentable pour les actionnaires.

Tableau 14: Tableau de rentabilité des capitaux pour les actionnaires

RUBRIQUES	ANNEE 0	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	ANNEE 8
Capitaux propres	41 735 232								
Dividende				1 940 163	2 154 189	2 363 386	2 598 993	2 853 111	2 910 035
Solde de trésorerie	69 110 080	-49 143 843	-10 362 579	- 10 399 503	9 992 066	10 017 535	- 2 594 944	31 105 468	106 050 533
Flux des actionnaires	27 374 848	- 49 143 843	- 10 362 579	- 8 459 340	12 146 255	12 380 922	4 049	33 958 579	108 960 568
VAN 12%	43 329 207								
TRI	40%								

Source : Nous-même.

## 2.2. Evaluation des effets économiques du projet

L'analyse économique permettant d'évaluer les effets du projet sur l'économie nationale nécessite qu'on utilise des données disponibles dans le tableau d'entrée et sorties d'une part, et les informations portant sur les importations et les exportations d'autre part pour effectuer une analyse par la méthode des effets. Cette démarche étend sophistiquée, coûteuses et laborieuse, nous allons simplifier le processus de cette évaluation tel que recommander par O'SHAUGNESSY.W : « Plusieurs démarches existent pour évaluer l'impact d'un projet. Celles qui sont les plus utilisées pour les projets de l'Etat sont souvent sophistiquées, coûteuses

et laborieuses. Cependant dans le contexte d'un projet industriel ou commercial, il faut simplifier le processus de l'évaluation<sup>14</sup>. »

### 2.2.1. Impact socioéconomique

Le projet contribuera à la création de douze (12) emplois directs. Cette main d'œuvre recevra annuellement environ 43.369.920 FCFA comme salaire. En plus de cet emploi de rémunération fixe, tous les acteurs participant à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement en intrants, au transport et à la commercialisation des produits finis s'occuperont utilement par les différentes activités et parviendront ainsi à se créer de la valeur ajoutée. Ainsi, notre projet viendra en appoint à la politique de l'Etat en termes de création d'emplois pour les jeunes diplômés ou non diplômés. Par ailleurs, certaines personnes tireront l'essentiel de leurs revenus de la vente de nos produits.

### 2.2.2. Impact de la fiscalité

Le projet contribuera directement et indirectement à l'amélioration du budget de l'Etat en termes d'impôts et de taxes. Durant les huit années d'exercice, nous verserons 49.399.591 FCFA d'impôt. Aussi dans le cadre de notre projet, nos différents approvisionnements en intrants, emballages et matériels participeront au budget de l'Etat à travers la TVA (taxe sur la valeur ajoutée) de 18% qui sera prélevée. Le projet contribuera certainement à revaloriser l'assiette fiscale des partenaires commerciaux et de ses fournisseurs.

---

<sup>14</sup> O'SHAUGNESSY, W., La faisabilité de projet, Les Editions SMG, 1992, 214 p.

## CONCLUSION GENERALE

Notre étude a porté sur la faisabilité de création d'une unité semi-industrielle de transformation de pâte d'arachide. Avec une production annuelle de 134.400 kg de pâte, nous contribuerons à l'amélioration de la qualité de la pâte d'arachide et à l'augmentation de l'offre nationale pour satisfaire une demande croissante avec l'urbanisation de la ville d'Abidjan. L'analyse du marché nous a permis de conclure que ce dernier n'est pas encore saturé puisqu'il existe une demande forte. En ce qui concerne l'approvisionnement en matières premières et le matériel de production nous comptons nous approvisionner localement car pour ce qui est du matériel, nous disposons d'industries fiables qui peuvent nous pourvoir tout ce qui concerne le matériel, avec une chaîne de distribution bien maîtrisée tant dans la disponibilité, la diversité des produits fournis que le transport.

Au-delà de sa faisabilité technique, le projet est financièrement rentable pour les actionnaires comme l'a démontré l'analyse financière et contribue au développement économique en renforçant le tissu industriel de la Côte d'Ivoire et par ricochet la création d'emploi pour les jeunes diplômés et non diplômés.

Ainsi les emplois que le projet créera auront comme impact ; l'amélioration des conditions de vie des ménages. Sur le plan fiscal le projet sera tout autant bénéfique dans la mesure où l'unité sera assujettie à l'impôt sur le résultat et les employés qui verront également leur revenu être imposé.

En définitive, l'agrégation de tous ces éléments confirme l'intérêt que revêt ce projet.

ANNEXES

CESAG - BIBLIOTHEQUE

Annexe 1: Tableau des investissements

DESIGNATION	QUANTITE	P. U	COUT TOTAL	DUREE
<b>Non valeurs</b>				3 ans
<b>Frais de constitution</b>			555 000	
<b>Frais de contrôle qualité LANEMA</b>			400 000	
<b>Sous Total non valeurs</b>			955 000	
<b>Matériel d'exploitation</b>				8 ans
<b>Décortiqueuse</b>	1	800 000	800 000	
<b>Grilloir d'une puissance moteur de 2 CV</b>	1	500 000	500 000	
<b>Eplucheuse de pellicule</b>	1	850 000	850 000	
<b>Broyeur</b>	1	6 000 000	6 000 000	
<b>Machine remplisseuse</b>	1	3 000 000	3 000 000	
<b>Sertisseuse</b>	1	3 500 000	3 500 000	
<b>Etagère de rangement</b>	15	60 000	900 000	
<b>Sous- total matériel d'exploitation</b>			15 550 000	
<b>Matériel et mobilier de bureau</b>				5 ans
<b>Table de bureau</b>	5	90 000	450 000	
<b>Tableau de réunion</b>	1	350 000	350 000	
<b>Chaise de bureau</b>	6	25 000	150 000	
<b>Chaise visiteurs et réunion</b>	15	18 000	270 000	
<b>Armoire</b>	5	80 000	400 000	
<b>Ordinateur</b>	5	240 000	1 200 000	
<b>Imprimante</b>	2	100 000	200 000	
<b>Téléphone fixe</b>	2	15 000	30 000	
<b>Machine à café</b>	2	90 000	180 000	
<b>Sous total Matériel et mobilier de bureau</b>			3 230 000	
<b>Matériels et outillages</b>				3 ans
<b>Brouette</b>	3	15 000	45 000	
<b>Râteau</b>	5	2 000	10 000	
<b>Pelle</b>	5	2 500	12 500	
<b>Bassine</b>	5	1 500	7 500	
<b>Seau</b>	10	800	8 000	
<b>Tenue de travail</b>	6	10 000	60 000	
<b>Paire de bottes</b>	6	5 000	30 000	

Projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide à Korhogo (COTE D'IVOIRE)

<b>Sous- Total matériels et outillages</b>			173 000	
<b>Véhicule</b>	1	9 500 000	9 500 000	5 ans
<b>Aménagements et installations</b>				8 ans
<b>Raccordements, énergie,</b>	1	400 000	400 000	
<b>Eau : travaux de plomberie</b>	1	350 000	350 000	
<b>Téléphone : travaux d'installation</b>	1	25 000	35 000	
<b>Mise en réseau internet et intranet</b>	1	25 000	35 000	
<b>Aménagement des bureaux</b>	1	2 500 000	2 500 000	
<b>Aménagement du local de production et de stockage</b>	1	2 500 000	2 500 000	
<b>Sous total aménagements et installations</b>			5 820 000	
<b>TOTAL INVESTISSEMENT</b>			35 055 000	

Annexe 2: Tableau des salaires et primes

RUBRIQUES	Nombre	Salaire (brut) mensuel/personne	Salaire (brut) mensuel	Salaire (brut) Annuel	Prime sur les marchés et commission	Primes annuelles	Salaires Annuels
<b>Directeur gérant</b>	1	300 000	300 000	3 600 000	1,5%	3 830 400	7 430 400
<b>Responsable production</b>	1	200 000	200 000	2 400 000	1,5%	3 830 400	6 230 400
<b>Responsable Achat</b>	1	200 000	200 000	2 400 000	1,5%	3 830 400	6 230 400
<b>Responsable Commercial</b>	1	150 000	150 000	1 800 000	2%	5 107 200	6 907 200
<b>Commerciaux</b>	2	100 000	200 000	2 400 000	2%	5 107 200	7 507 200
<b>Secrétaire Comptable</b>	1	170 000	170 000	2 040 000	1%	2 553 600	4 593 600
<b>Ouvrier</b>	4	70 000	280 000	3 360 000	0,2%	510 720	3 870 720
<b>Gardien</b>	1	50 000	50 000	600 000			600 000
<b>TOTAL SALAIRE</b>	12		1 550 000	18 600 000			43 369 920

### Annexe 3: Chiffre d'affaire prévisionnel

RUBRIQUES	QUANTITE (kg)	PRIX UNITAIRE	COÛT TOTAL
Contenant 500g	80 640	1 500	120 960 000
Contenant 1kg	53 760	2 500	134 400 000
<b>TOTAL CA</b>	134 400		255 360 000

### Annexe 4: Dépenses d'exploitation prévisionnelle

RUBRIQUES	QUANTITE	PRIX UNITAIRE	COÛT TOTAL
Achat de matières premières	192000	350	67 200 000
Electricité (Facture à payer)	1	1 200 000	1 200 000
Eau (Facture à payer)	1	400 000	400 000
Téléphone, fax, internet	1	600 000	600 000
Entretien	1	2 400 000	2 400 000
Salaire et charges sociales	1	43 369 920	43 369 920
Transport	1	1 800 000	1 800 000
Loyer et autres frais	1	5 400 000	5 400 000
Achat d'emballages (imprimé)	1	93 730 560	93 730 560
Carburant	1	960 000	960 000
Divers	1	350 000	350 000
<b>TOTAL DEPENSES D'EXPLOITATION</b>			217 410 480

### Annexe 5: Emballage imprimé

TYPES D'EMBALLAGES	QUANTITE	PRIX UNITAIRE	COUT TOTAL
Contenant de 500g	177408	320	56 770 560
Contenant de 1kg	59136	625	36 960 000
<b>TOTAL</b>			<b>93 730 560</b>

### Annexe 6: Evaluation du besoin en fonds de roulement

RUBRIQUES	VALEUR ANNUELLE	DUREE (En mois)	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
Stock matière première locale	67 200 000	2	5 600 000	7 840 000	11 200 000
Emballages	93 730 560	2	7 810 880	10 935 232	15 621 760
Loyer et autre frais	5 400 000	2	450 000	630 000	900 000
Salaires	43 369 920	2	3 614 160	5 059 824	7 228 320
Crédits accordés aux clients	255 360 000	1,2	21 280 000	29 792 000	42 560 000
<b>TOTAL BESOINS</b>			<b>38 755 040</b>	<b>54 257 056</b>	<b>77 510 080</b>
Crédits obtenus des fournisseurs	67 200 000	1,5	4 200 000	5 880 000	8 400 000
<b>TOTAL BFR</b>			<b>34 555 040</b>	<b>48 377 056</b>	<b>69 110 080</b>
<b>DOTATION FDR</b>			<b>34 555 040</b>	<b>13 822 016</b>	<b>20 733 024</b>

**Annexe 7; Echancier des flux financiers**

RUBRIQUES	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8	VR
<b>I. INVESTISSEMENT &amp; RENOUELEMENT</b>										
Non valeurs	955 000									
Matériel d'exploitation	15 550 000									
Matériel et mobilier de bureau	3 230 000						3 230 000			1 292 000
Matériels et outillages	173 000				173 000			173 000		57 667
Véhicule	9 500 000						9 500 000			3 800 000
Aménagements et installations	5 820 000									
<b>TOTAL INVEST ET RENOUELEMENT</b>	<b>35 228 000</b>				<b>173 000</b>		<b>12 730 000</b>	<b>173 000</b>		<b>5 149 667</b>
<b>II. DOTATION FDR</b>		34 555 040	13 822 016	20 733 024						
<b>III. DEPENSES D'EXPLOITATIONS</b>										
Achat de matières premières		33 600 000	47 040 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	
Electricité (Facture à payer)		600 000	840 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	
Eau (Facture a payer)		200 000	280 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	
Téléphone, fax, internet		600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	
Entretien		1 200 000	1 680 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	
Salaire et charges sociales		43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	
Transport		900 000	1 260 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	
Loyer et autres frais		5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	
Achat d'emballages (imprimé)		46 865 280	65 611 392	93 730 560	93 730 560	93 730 560	93 730 560	93 730 560	93 730 560	
Carburant		480 000	672 000	960 000	960 000	960 000	960 000	960 000	960 000	

Projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide à Korhogo (COTE D'IVOIRE)

Divers		175 000	245 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	
TOTAL DEPENSES D'EXPLOITATIONS		133 390 200	166 998 312	217 410 480	217 410 480	217 410 480	217 410 480	217 410 480	217 410 480	
IV. TOTAL FLUX DE SORTIE (I+ II +III)	35 228 000	167 945 240	180 820 328	238 143 504	217 583 480	217 410 480	230 140 480	217 583 480	217 410 480	
V. RECETTES D'EXPLOITATION										
Contenant 500g		60 480 000	84 672 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	
Contenant 1kg		67 200 000	94 080 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	
VALEUR RESIDUELLE									5 149 667	
REPRISE DE FDR									69 110 080	
TOTALE RECETTES		127 680 000	178 752 000	255 360 000	255 360 000	255 360 000	255 360 000	255 360 000	329 619 747	
VI. FLUX FINANCIER NET (V- IV)	-35 228 000	-40 265 240,00	-2 068 328,00	17 216 496,00	37 776 520	37 949 520	25 219 520	37 776 520	112 209 266,67	
FLUX FINANCIER CUMULE	- 3522800 0	-75493240	-77561568	-60345072	- 22568552	15380968	40600488	78377008	190586275	

**Annexe 8: Les indicateurs**

RUBRIQUE	VALEUR
Valeur actuelle nette (VAN) 12%	60 152 248
TRI	25%
RUMI	9
DRCI	4 ANS 7 MOIS 4JOURS
RISQUE FINANCIER	0,55

**Annexe 9: Compte de résultat prévisionnel**

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	ANNEE 8
<b>I. CHIFFRE D'AFFAIRE</b>								
Contenant 500g	60 480 000	84 672 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000	120 960 000
Contenant 1kg	67 200 000	94 080 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000	134 400 000
<b>TOTAL VENTE</b>	<b>127 680 000</b>	<b>178 752 000</b>	<b>255 360 000</b>	<b>255 360 000</b>	<b>255 360 000</b>	<b>255 360 000</b>	<b>255 360 000</b>	<b>255 360 000</b>
<b>II. ACHAT DE MATIERE 1ERE</b>								
Achat de matières premières	33 600 000	47 040 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000	67 200 000
<b>TOTALE ACHAT DE MATIERE</b>	<b>33 600 000</b>	<b>47 040 000</b>	<b>67 200 000</b>	<b>67 200 000</b>	<b>67 200 000</b>	<b>67 200 000</b>	<b>67 200 000</b>	<b>67 200 000</b>
<b>III. MARGE BRUTE SUR MATIERE 1ERE</b>	<b>94 080 000</b>	<b>131 712 000</b>	<b>188 160 000</b>	<b>188 160 000</b>	<b>188 160 000</b>	<b>188 160 000</b>	<b>188 160 000</b>	<b>188 160 000</b>
<b>IV. AUTRE ACHATS</b>								
Achat d'emballages (imprimé)	46 865 280	65 611 392	93 730 560					
Electricité (Facture à payer)	600 000	840 000	1 200 000					
Eau (Facture a payer)	200 000	280 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Téléphone, fax, internet	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Entretien	1 200 000	1 680 000	2 400 000					
Loyer et autres frais	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000
Transport	900 000	1 260 000	1 800 000					
Carburant	480 000	672 000	960 000	960 000	960 000	960 000	960 000	960 000
Divers	175 000	245 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
<b>TOTAL AUTRE ACHAT</b>	<b>56 420 280</b>	<b>76 588 392</b>	<b>106 840 560</b>					

Projet de création d'une unité semi-industrielle de production de pâte d'arachide à Korhogo (COTE D'IVOIRE)

V. VALEUR AJOUTEE	37 659 720	55 123 608	81 319 440	81 319 440	81 319 440	81 319 440	81 319 440	81 319 440
Salaire et charges sociales	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920	43 369 920
VI. EBE (monnaie constante)	-5 710 200,00	11 753 688,00	37 949 520	37 949 520	37 949 520	37 949 520	37 949 520	37 949 520
COEFFICIENT D'INFLATION	1,02	1,04	1,06	1,08	1,10	1,13	1,15	1,17
VII. EBE (monnaie courante)	-5 824 404	12 223 836	40 226 491	40 985 482	41 744 472	42 882 958	43 641 948	44 400 938
VIII. DOTATION AUX AMORTISSEMENTS	5 593 250	5 593 250	5 593 250	5 279 530	5 279 530	5 591 130	5 600 472	5 600 472
IX. RESULTAT D'EXPLOITATION	-11 417 654	6 630 586	34 633 241	35 705 952	36 464 942	37 291 828	38 041 476	38 800 466
PRODUIT FINANCIER								
FRAIS FINANCIERS	8 764 399	8 764 399	8 764 399	6 983 431	4 953 128	2 638 582		
X. RESULTATS FINANCIER	-8 764 399	-8 764 399	-8 764 399	-6 983 431	-4 953 128	-2 638 582	0	0
XI. RESULTAT AVANT IMPOT	-20 182 053	-2 133 813	25 868 842	28 722 521	31 511 814	34 653 246	38 041 476	38 800 466
XII. IMPOT SUR LE BENEFICIE (25%)	0	0	6 467 211	7 180 630	7 877 954	8 663 311	9 510 369	9 700 117
XIII. RESULTAT NET D'EXPLOITATION	-20 182 053	-2 133 813	19 401 632	21 541 890	23 633 861	25 989 934	28 531 107	29 100 350
XIV. CAPACITE D'AUTO-FINANCEMENT (CAF)	-14 588 803	3 459 437	24 994 882	26 821 420	28 913 391	31 581 064	34 131 579	34 700 822

**Annexe 10: Tableau des ressources et emplois**

RUBRIQUES	ANNEE 0	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	ANNEE 8
<b>RESSOURCES</b>									
FONDS PROPRE 40%	41 735 232								
EMPRUNT	62 602 848								
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT		-14 588 803	3 459 437	24 994 882	26 821 420	28 913 391	31 581 064	34 131 579	34 700 822
VALEUR RESIDUELLE									5 149 667
REPRISE DE FOND DE ROULEMENT									69 110 080
TOTAL RESSOURCES	104 338 080	-14 588 803	3 459 437	24 994 882	26 821 420	28 913 391	31 581 064	34 131 579	108 960 568
<b>EMPLOIS</b>									
INVESTISSEMENT ET RENOUELEMENT	35 228 000				173 000		12 730 000	173 000	
DOTATION FOND DE ROULEMENT		34 555 040	13 822 016	20 733 024					
REMBOURSEMENT DU PRINCIPAL				12 721 198	14 502 166	16 532 469	18 847 015		
DIVIDENDE STATUTAIRE 10%		-		1 940 163	2 154 189	2 363 386	2 598 993	2 853 111	2 910 035
TOTAL EMPLOI	35 228 000	34 555 040	13 822 016	35 394 385	16 829 355	18 895 855	34 176 008	3 026 111	2 910 035
SOLDE ANNUEL DE TRESORERIE	69 110 080	-49 143 843	-10 362 579	-10 399 503	9 992 066	10 017 535	-2 594 944	31 105 468	106 050 533
SOLDE CUMULE ANNUEL DE TRESORERIE	69 110 080	19 966 237	9 603 658	-795 845	9 196 220	19 213 756	16 618 812	47 724 280	153 774 813
TRESORERIE DEBUT ANNEE	0	69 110 080	-49 143 843	-10 362 579	-10 399 503	9 992 066	10 017 535	-2 594 944	31 105 468
TRESORERIE FIN ANNEE	69 110 080	-49 143 843	-10 362 579	-10 399 503	9 992 066	10 017 535	-2 594 944	31 105 468	106 050 533

**Annexe 11: Rentabilité des capitaux investis**

RUBRIQUES	ANNEE 0	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	ANNEE 8
FLUX FINANCIER NET ANNUEL MONNAIE CONSTANTE	- 35 228 000	- 40 265 240	- 2 068 328	17 216 496	37 776 520	37 949 520	25 219 520	37 776 520	112 209 267
COEFFICIENT D'INFLATION	1,00	1,02	1,04	1,06	1,08	1,10	1,13	1,15	1,17
FLUX FINANCIER NET ANNUEL MONNAIE COURANTE	- 35 228 000	- 41 070 545	- 2 151 061	18 249 486	40 798 642	41 744 472	28 498 058	43 442 998	131 284 842
FLUX DES IMPOTS			-	6 467 211	7 180 630	7 877 954	8 663 311	9 510 369	9 700 117
FLUX DES CAPITAUX investis	-35 228 000	-41 070 545	-2 151 061	11 782 275	33 618 011	33 866 518	19 834 746	33 932 629	121 584 725
VAN 12%	49 859 404								
TRI	23%								

**BIBLIOGRAPHIE**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

➤ Ouvrages

1. BARREAUX, J. ; DELAHAYE, J., Gestion financière, Dunord, Paris, 2003, 500p.
2. CARBONE, M. ; RENAUD, J, Etude de faisabilité d'un projet, AFNOR 2003, 59 pages
3. Guide du corpus des connaissances en management de projet (Guide PMBOK®), 3e édition, 2004, 389 pages
4. Manuel BRIDIER, Serge MICHAÏLOF, Guide pratique d'analyse des projets, Evaluation et choix des projets d'investissements, Ed. ECONOMICA, 1995, 5<sup>e</sup> édition, 340 pages
5. *O'SHAUGNESSY, W., La faisabilité de projet, Les Editions SMG, 1992, 214 p.*

➤ Rapports et documents

6. Ministère d'état du plan et du développement, « Enquête sur le niveau de vie des ménages en Côte d'Ivoire (ENV 2015) », juillet 2015.
7. Ministère du commerce et de la promotion des pme, « Rapport de lutte contre la vie chère », 1<sup>er</sup> semestre 2013.
8. DIALLO El Mokhtar, projet de création d'une ferme avicole pour la production et la commercialisation de poulets de chair, CESAG, MBA GP 2015.
9. M. BARRO Habidoulaye, étude de faisabilité de création d'une ferme de création et de commercialisation des œufs de consommation dans la localité de Pout, CESAG, MBA GP 2015.

➤ Liens

10. [https://Ministère du plan et du développement /ODD 2015-2030](https://Ministère%20du%20plan%20et%20du%20développement/ODD%202015-2030)
11. <https://goutimot.com/agriculture/productions/cultures/production-d-arachides-en-cote-d.html>
12. <http://www.mde.ci/actualites/quest-ce-que-lentreprenariat>
13. <http://bloginfluant.fr/entrepreneuriat-definition-formes>
14. <http://www.commerce.gouv.ci/panier-rub.php?Pa=0&rb=3>
15. <https://www.youtube.com/watch?V=0qkw9ff75ou>
16. [http://www.ins.ci/n/documents/Cartographie\\_de\\_la\\_pauvrete\\_non\\_financiere/](http://www.ins.ci/n/documents/Cartographie_de_la_pauvrete_non_financiere/)
17. <http://lesdefinitions.fr/projet-dinvestissement>
18. <http://www.ins.ci>

## TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
LISTE DES TABLEAUX.....	iv
LISTE DES FIGURES.....	v
LISTE DES ANNEXES.....	vi
SOMMAIRE .....	vii
FICHE SYNOPTIQUE DU PROJET .....	viii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : DEMARCHE D'ELABORATION D'UN PROJET ET ETUDE DES BESOINS.....	7
CHAPITRE 1 : DEMARCHE D'ELABORATION D'UN PROJET ET METHODES DE COLLECTE DES DONNEES.....	8
1.1. Démarche d'élaboration d'un projet.....	8
1.1.1. Etude de marché.....	8
1.1.2. Etude technique.....	9
1.1.3. Etude organisationnelle et institutionnelle.....	10
1.1.5. Etude financière.....	13
1.1.6. Etude économique.....	14
1.2. Méthodes de collecte des données.....	15
1.2.1. Les instruments de recherche.....	15
1.2.2. La population de l'étude.....	16
1.2.3. Les techniques de recherche.....	16
1.2.4. La phase d'analyse, d'exploitation des données et de rédaction.....	16
CHAPITRE 2 : ETUDE DE MARCHÉ.....	17
2.1. Présentation du promoteur.....	17
2.2. Etude de marché.....	18
2.2.1. Diagnostic externe du macro-environnement.....	18
2.2.2. Diagnostic externe du micro-environnement.....	21

2.2.3. Diagnostic interne par le biais de l'analyse fonctionnelle.....	30
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET FINANCIERE D'UN PROJET DE CREATION D'UNE UNITE SEMI-INDUSTRIELLE .....	32
CHAPITRE 1 : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE .....	33
1.1. Etude de faisabilité technique.....	33
1.1.1. Localisation .....	33
1.1.2. Description du processus de production.....	34
1.1.3. Description de l'unité de production .....	37
1.1.4. Investissement .....	38
1.2. Structuration organisationnelle et juridique du projet .....	40
1.2.1. Structuration organisationnelle du projet .....	40
1.2.2. Choix de la forme juridique du projet .....	43
1.3. Etude de faisabilité commerciale.....	43
1.3.1. Les stratégies marketing.....	43
1.3.2. La faisabilité commerciale : mix-marketing .....	44
CHAPITRE 2 : ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DES EFFETS ECONOMIQUES DU PROJET .....	48
2.1. Etude de faisabilité financière du projet .....	48
2.1.1. Evaluation des investissements (Annexe n° 1) .....	48
2.1.2. Evaluation du chiffre d'affaire prévisionnel .....	48
2.1.3. Evaluation du besoin en fonds de roulement .....	48
2.1.4. Evaluation du cout total du projet .....	49
2.1.5. Evaluation de la rentabilité financière sommaire .....	49
2.1.6. Evaluation de la rentabilité financière détaillée (AFD).....	50
2.2. Evaluation des effets économiques du projet .....	55
2.2.1. Impact socioéconomique.....	56
2.2.2. Impact de la fiscalité .....	56
CONCLUSION GENERALE .....	57
ANNEXES .....	58

BIBLIOGRAPHIE .....	69
TABLE DES MATIERES .....	71

CESAG - BIBLIOTHEQUE