



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

**CESAG EXECUTIVE EDUCATION**

**(CEE)**

**Master in Business Administration**

**en Gestion des Projets**

**(MBA/GP)**

**Promotion 2018-2019**

**Projet professionnel**

**THEME**

**CREATION D'UNE MINI-INDUSTRIE DE TRANSFORMATION DE  
L'ARACHIDE EN HUILE RAFFINEE DANS LE DEPARTEMENT DE  
DIOURBEL AU SENEGAL**

**Préparé et Présenté par :**

**M. Malick DIONE**

**Encadré par :**

**M. Alioune CISSE**

**Enseignant Associé au CESAG**

**Octobre 2019**

## **Dédicace**

### **A mes regrettés Parents,**

Vos prières et vos bénédictions m'ont été d'un grand secours pour mener à bien mes études. Aucune dédicace ne saurait être assez éloquente pour exprimer ce que vous méritez pour tous les sacrifices que vous n'avez cessés de mener depuis ma naissance, durant mon enfance et même à l'âge adulte. Vous avez fait plus qu'un parent puisse faire pour que son enfant suive le bon chemin dans sa vie et ses études. Je vous dédie ce travail en témoignage de mon profond amour. Puisse Dieu, le tout puissant, vous accueille dans son paradis « firdawsi ».

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Remerciements

Après avoir rendu grâce à Dieu le tout puissant et le miséricordieux, je tiens à remercier tous ceux de près ou loin qui ont contribué à la rédaction de ce document. Le travail a bénéficié du concours de plusieurs personnes, sans lesquelles cette recherche serait demeurée un pieux projet ; à elles je tiens à présenter toute ma reconnaissance et ma gratitude.

Il s'agit particulièrement de :

- Mes parents (père, mère, frères, sœurs, oncles, tantes et amis) ;
- M. Alioune CISSE qui en plus de sa disponibilité et sa compréhension, son partage expérience professorale m'a permis d'élaborer ce document.
- Tout le corps professoral du CESAG pour la qualité de l'enseignement et de leurs disponibilités malgré leurs multiples tâches.
- Mes amis pour leur soutien indéfectible et leur disponibilité,
- Toute la promotion de MBA GP 2018-2019 du CESAG pour tout ce que nous avons vécu ensemble ; Mention spéciale à mon groupe de travail.

## Sigles et abréviations

<b>AFD :</b>	Analyse Financière Détaillée
<b>AFNOR :</b>	Association Française de Normalisation
<b>AFS :</b>	Analyse Financière Sommaire
<b>ANCAR :</b>	Agence National du Conseil Agricole et rural
<b>ARMP :</b>	Agence de Régulation des Marchés Publiques
<b>BFEM :</b>	Brevet de Fin d'Etude Moyen
<b>BFR :</b>	Besoin en Fonds de Roulement ou Besoin de Financement
<b>CAF :</b>	Capacité d'Auto Financement
<b>CAIT :</b>	Complexe Agro Industriel de Touba
<b>CEDEAO :</b>	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
<b>CESAG :</b>	Centre d'Etudes Supérieures Africain de Gestion
<b>CNIA :</b>	Comité National Interprofessionnel de l'Arachide
<b>DRCI :</b>	Délai de Rentabilité du Capital Investi
<b>EFF :</b>	Echéancier des Flux Financiers
<b>FNRAA :</b>	Fonds National de Recherches Agricoles et Agro-alimentaires
<b>GIE :</b>	Groupement d'Intérêt Economique
<b>IEF :</b>	Inspection de l'Education et de la Formation
<b>ITA :</b>	Institut de Technologie Alimentaire
<b>OHADA :</b>	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
<b>PESTEL :</b>	Politique, Environnement, Socioculturel, Technologie, Economique et Législatif
<b>PME/PMI :</b>	Petites et Moyennes Entreprises/Petites et Moyennes Industries
<b>PRACAS :</b>	Programme de Relance et d'Accélération de la Cadence de l'Agriculture
<b>PSE :</b>	Plan Sénégal Emergent
<b>RCCM :</b>	Registre du Commerce et du Crédit Mobilier
<b>RUMI :</b>	Rentabilité par Unité Monétaire Investi
<b>SARL</b>	Société Anonyme à Responsabilité Limité
<b>SONACOS SA :</b>	Société Nationale de Commercialisation des Oléagineux du Sénégal Société Anonyme

- SOWT :** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) en anglais (Forces  
Faiblesses Opportunités et menaces) en français
- TRI :** Taux de Rentabilité Interne
- UCAD :** Université Cheikh Anta Diop de Dakar
- UEMOA :** Union Economique Monétaire Ouest Africaine

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## Liste des tableaux et figures

### ➤ Les tableaux

Tableau 1 : Analyse PESTEL du secteur de l'huile au Sénégal.....	21
Tableau 2 : Demande de l'huile alimentaire des ménages de la région de Diourbel .....	24
Tableau 3 : Concurrents directs et indirects .....	28
Tableau 4 : Synthèse de l'évaluation de l'intensité concurrentielle.....	35
Tableau 5 : Forces et faiblesses.....	36
Tableau 6 : Synthèse du diagnostic interne.....	37
Tableau 7 : Typologie des machines .....	40
Tableau 8 : Compétences du personnel.....	47
Tableau 9 : Investissement .....	54
Tableau 10 : Dépenses d'exploitations.....	55
Tableau 11 : Chiffres d'affaires en années de croisière .....	55
Tableau 12 : Indicateur de la rentabilité du projet .....	56
Tableau 13 : Schéma de financement.....	57
Tableau 14 : La rentabilité au point de vu des actionnaires.....	58
Tableau 15 : La rentabilité du capital investi .....	58

### ➤ Les figures

Figure 1 : Les Forces Concurrentielles de Porter .....	31
Figure 2 : Matrice de la concurrence intra sectorielle.....	34
Figure 3 : Diagramme de fabrication .....	42
Figure 4 : Organigramme .....	46

## Sommaire

Dédicace.....	i
Remerciements.....	ii
Sigles et abréviations.....	iii
Liste des tableaux et figures.....	v
Sommaire.....	vi
Fiche Synoptique.....	vii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU PROJET ET ETUDE DE MARCHÉ.....	9
Chapitre 1 : PRESENTATION DU PROJET ET METHODE DE COLLECTE DE DONNEES.....	10
1.1. Quelques concepts clés liés au projet.....	10
1.2. Méthode de collecte des données.....	14
1.3. Présentation du projet.....	15
Chapitre 2 : PRESENTATION DU PROMOTEUR ET ETUDE DE MARCHÉ.....	17
2.1. Présentation du promoteur.....	17
2.2. Etude de marché ou des besoins.....	18
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE, MARKETING DU PROJET ET ETUDE FINANCIERE.....	38
Chapitre 3 : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, DE STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE, COMMERCIALE ET LE MARKETING DU PROJET.....	40
3.1. Etude de faisabilité technique.....	40
3.2. Diagramme de fabrication.....	40
3.3. Structure organisationnelle.....	44
3.4. Choix de la Forme Juridique.....	48
3.5. Etude de faisabilité commerciale et stratégies marketing.....	49
3.6. Etude financière.....	52
Chapitre 4 : IMPACT ECONOMIQUE ET GESTION DES RISQUES.....	59
4.1. Impact économique du projet.....	59
4.2. Management des risques du projet.....	60
CONCLUSION GENERALE.....	63
BIBLIOGRAPHIE.....	66
ANNEXES.....	69
TABLE DES MATIERES.....	80

## Fiche Synoptique

<b>Titre du projet</b>	Unité industrielle de transformation de l'arachide			<b>Projet No</b>	<b>01</b>
<b>Résumé du projet :</b> Le présent projet concerne l'implantation d'une semi industrie de transformation du l'arachide en huile raffinée. L'unité sera implantée à TOCKY GARE dans la région de DIOURBEL sur un terrain d'une superficie de 2 ha. L'unité industrielle commercialisera divers produits issus de la transformation de l'arachide.					
<b>Produits</b>	<b>Capacité nominale</b>	<b>Ventes annuelles (FCFA)</b>	<b>% vente marché local</b>	<b>% vente marché Extérieur</b>	
-Huile brute	80000	91000000	100%	0%	
-Huile Raffinée	70000	100000000	100%	0%	
-Tourteaux	30000	36000000	100%	0%	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>194600000 FCA</b>				
<b>Site/emplacement</b>	<b>Région de Diourbel (Commune de Tocky gare)</b>				
<b>Total estimé des coûts d'investissements</b>	131085000 FCFA				
<b>Forme juridique du projet</b>	SARL				
<b>Nom commercial</b>	UTA				
<b>Coût du projet</b>	192528333,33 FCFA				
<b>Apport personnel (45%)</b>	77011333,33 FCFA				
<b>Emprunt (55%)</b>	115517000 FCFA				
<b>Taux de Rentabilité Interne</b>	53 %				
<b>Nombre d'emplois directs</b>	11.				
<b>Etudes disponibles</b>	<b>Etude de faisabilité</b>				
<b>Date</b>	<b>Octobre 2019</b>				

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**INTRODUCTION GENERALE**

## **1. Description du contexte du projet**

Le Sénégal est un pays de l'Afrique de l'ouest situé dans la zone Soudano- sahélienne avec une pluviométrie relativement déficitaire allant de 3 à 4 mois du nord et au centre, de 5 mois à 6 mois de saison de pluie pour le sud du pays. En effet, cette pluviométrie est inégalement répartie ainsi au nord avec environ 300 mm/an, au centre environ 600 mm à 800 mm/an et 1200 mm/ an pour la partie sud.

En effet, le Bassin arachidier est l'une des six zones agro-écologiques du Sénégal connaît une pluviométrie annuelle variant de 500 mm à 700 mm ; il coïncide pour l'essentiel, avec les régions administratives de Diourbel, Louga, Kaolack, d'une partie de la région de Fatick et une partie de la région de Kaffrine. Du point de vue du relief, il recouvre ainsi les plaines du centre-ouest du Sénégal jusqu'aux confins du Ferlo à l'est et jusqu'à la Gambie au sud. Depuis plus d'un siècle, la constante progression de l'arachide en a fait la région économiquement la plus active des campagnes sénégalaises.

Le bassin arachidier, plus particulièrement le Baol, zone d'implantation de notre projet constitue le cœur de cette région naturelle qui correspond actuellement à la région de Diourbel. En effet, ses sols sont ferrugineux tropicaux propices à la culture des légumineuses comme l'arachide, le niébé et les céréales....

Comme son nom l'indique, c'est une zone de production d'arachides par excellence avec des rendements record : 87428 tonnes pour l'année 2009-10 et 81738 tonnes pour l'année 2010-11.<sup>1</sup>

L'arachide est appréciée au Sénégal pour ses intérêts agronomiques, ses utilisations alimentaires et sa contribution importante aux revenus dans le monde rural. En effet, dans le bassin arachidier, la culture de l'arachide est saisonnière et coïncide avec la période de la saison des pluies qui dure environ 3 mois à 4 mois. C'est la raison pour laquelle, les variétés à court cycle comme la 55437 et la 73 30 sont les plus cultivées parce qu'elles sont plus adaptées à ce régime pluviométrique. En outre, ces deux variétés sont très productives en arachides d'huilerie et d'arachides de bouche qui sont les principaux produits de l'arachide.

---

<sup>1</sup> Données de l'ANCAR de Diourbel 2013

Les formes de revenu qu'elle procure aux producteurs et productrices sont aujourd'hui plus diversifiées qu'auparavant, avec par exemple la production et la vente d'huile artisanale, les tourteaux et d'autres dérivés de la transformation. C'est la raison pour laquelle l'Etat sénégalais a instauré des politiques d'appui aux producteurs agricoles à travers son plan de développement : le Plan Sénégal Emergent (PSE).

En effet, le développement de l'agriculture est au cœur du PSE avec le volet Programme de Relance et d'Accélération de la Cadence de l'Agriculture au Sénégal (PRACAS). Ce volet stipule la production arachidière dans le cadre d'une approche chaîne de valeur dont un segment dédié à l'export. Le potentiel agricole de ce pays sahélien, membre de l'Union Economique Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) et de la Communauté des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) est varié. Les terres exploitables sont aussi importantes notamment dans cette région naturelle du Baol qui constitue le centre du bassin arachidier. Des chaînes de valeurs ont été mises en place et d'importantes industries de transformation ont été déjà opérationnelles comme la SONACOS SA de Diourbel, le Comptoir Agro Industriel de Touba (CAIT) et le Regroupement des Acteurs du Secteur de l'Industrie et de l'Agroalimentaire (RASIAT)...

L'économie sénégalaise même si elle n'est pas fondée essentiellement sur l'agriculture, constitue un pilier fondamental de la politique de développement du pays et représente 17,5% du PIB en 2013. Elle mobilise près de 70% de la population active environ 4,51 millions d'actifs sur une population totale de 6,55 millions d'actifs. Si tous les secteurs de l'économie ont tiré la croissance en 2018, celle-ci a surtout bénéficié de trois moteurs principaux : l'agriculture, boostée par des programmes de soutien, la demande extérieure robuste, et les grands investissements d'infrastructure entrepris dans le cadre du Plan Sénégal Emergent (PSE). Afin de maintenir un rythme de croissance rapide à l'avenir, le pays devra davantage s'efforcer d'améliorer l'efficacité de l'investissement public et de garantir la stabilité de son cadre macroéconomique.

En effet, selon le PSE, le développement de l'économie rurale doit être accompagné par la promotion et le développement des petites et moyennes entreprises et les petites et moyennes industries (PME/PMI) et le soutien du secteur industriel et d'autres services marchands. Mais l'accent doit être mis sur l'accompagnement et la vulgarisation des PME qui constituent un rempart du développement de la production industrielle du pays.

La transformation structurelle de l'économie se traduit notamment par une production de matières premières compétitives et à haute valeur ajoutée pour la réalisation des objectifs de croissance, de création d'emplois qualifiés et non qualifiés ainsi que la génération des revenus et de devises.

Notre projet s'inscrit dans cette perspective de priorité du cadrage macro-économique nationale qui est de valoriser les ressources locales par une industrialisation des processus de transformation de celles-ci pour booster l'émergence de notre pays.

## **2. Problématique**

L'arachide, une légumineuse qui est produite pour la plupart du temps de manière annuellement au Sénégal et dont le fruit mûrit en terre. Ses graines servent surtout de matière première pour l'extraction des huiles utilisées comme assaisonnement en cuisine ou bien pour produire le beurre d'arachide. Une partie appréciable de la production d'arachide est utilisée comme produit vivrier : arachides grillées consommées telles qu'elles ou utilisées comme condiment, notamment dans la préparation de sauces réputées. Les arachides d'huilerie doivent associer un rendement élevé au décortilage (70 %) à une forte teneur en matière grasse (50 %) tandis que les arachides de bouche doivent avoir une faible teneur en matière grasse (inférieure à 50%) et un poids de graine élevé (plus de 150 g les 100 graines). En moyenne, 100 kg de gousses (coques) donnent 70 kg d'amandes qui contiennent 30 kg d'huile consommable ; avec le traitement industriel par pression, les rendements d'extraction peuvent atteindre plus de 45% mais les tourteaux résiduels (50 %) ne conviennent qu'à l'alimentation animale. La richesse de l'arachide en huile alimentaire (50 %) et en protéines (25 %) en fait un aliment riche et apprécié. Elle peut être consommée soit en graines après décortilage des gousses, soit en huile après trituration des graines, soit encore sous des formes plus ou moins élaborées (beurre, pâtes, farines, confiseries diverses) ; les sous - produits donnent lieu à une valorisation importante.

L'exploitation de l'huile d'arachide de manière artisanale (SEGGAL) reste à l'état embryonnaire du fait de l'utilisation de moyens traditionnels, rudimentaires et artisanaux dans l'exploitation et la transformation de l'arachide en huile entraîne une production de faible quantité et de qualité avec la contamination de l'aflatoxine de cette huile brute. La consommation de cette huile produite de façon artisanale est très répandue en milieu rural et même urbain surtout en période de campagne agricole c'est-à-dire la période de la récolte de l'arachide qui peut couvrir environ cinq (5) à six (6) pour l'année en cours selon la zone. Cependant, la présence de fort taux d'aflatoxine et l'absence de méthodes de décontamination

non accessibles aux producteurs locaux fragilisent la transformation artisanale et constituent une préoccupation de santé publique. Cette situation est un manque à gagner pour les populations et l'économie nationale dans la mesure où la compétitivité de l'arachide sur le marché public international pose problème.

Cependant, l'huile d'arachide raffinée a une très grande qualité culinaire et nutritive. Elle fait partie des rares huiles vierges destinées à la cuisson à haute température. De plus, sa forte teneur en Omega 9 contribue à prévenir les risques de troubles cardio-vasculaires. Par ailleurs, sur le plan cosmétique (en usage cutané) du point de vue de sa composition, l'huile végétale d'arachide représente un allié pour la santé de la peau. En effet, les omega-6 contenus dans cette huile préviennent le dessèchement cutané et limitent la perte hydrique. La vitamine E constitue un excellent antioxydant qui protège la peau des attaques extérieures. Les protéines contenues dans l'huile stimulent la pousse de cheveux.

En réalité, son exploitation artisanale est faite depuis longtemps et en grande partie par les femmes dans le bassin arachidier qui utilisent des moyens artisanaux peu performants avec des procédés archaïques et une faible technicité impliquant une production d'huile brute artisanale. Ce qui compromet qualitativement et quantitativement la production de l'huile d'arachide non raffinée, malgré l'expérimentation de la table de traitement de l'aflatoxine initiée par le projet de diffusion à grande échelle au Sénégal des innovations technologiques pour le traitement de l'huile artisanale d'arachide dans le bassin arachidier et aussi la transformation de l'arachide par les huileries du pays en l'occurrence la SONACOS SA, la NOVASEN, le CAIT et les mini raffineries de l'huile, la demande de l'huile alimentaire reste très forte dans le pays .

Par ailleurs, l'autre obstacle est lié à la couverture de la production de l'arachide dans le bassin arachidier qui demeure sporadique (saisonnier), et dépendante de la répartition et de l'abondance des pluies par conséquent, la production de l'arachide est liée à la saison des pluies. En effet, cela peut créer une rupture dans le mode d'acquisition de la matière première (arachide) dans la mesure où le déficit pluviométrique et la présence de certains aléas du climat peuvent constituer de sérieuses menaces pour la production de cette denrée. En outre, elle est très disponible dès le début d'une bonne campagne arachidière qui débute le plus souvent au mois de novembre et peut s'étendre jusqu' au mois de mai de l'année en cours. En plus, le prix du kilogramme d'arachide est fixé et stabilisé par les autorités étatiques et tourne autour de 210Fcfa environ (0,38£) pendant les trois (3) dernières campagnes. En effet, c'est un prix intéressant pour les exploitants et les transformateurs de l'arachide parce qu'il leur

permet de faire des bénéfices après la transformation (la valeur ajoutée). Cependant, ce prix peut connaître une hausse si la production annuelle de l'arachide n'est pas importante ou bien s'il y'a la présence des exportateurs comme les chinois et les turcs ou d'autres exportateurs internationaux, qui pour acquérir des grosses quantités d'arachide sont obligés de relever le prix fixé par l'Etat de manière exponentielle. Et enfin, à la fin de la campagne, la rareté de la matière peut aussi impliquer la flambée du prix de l'arachide surtout pendant la saison des pluies.

D'après les analyses faites par l'Institut de Technologie Alimentaire (ITA), l'huile d'arachide brute peut être contaminée à l'aflatoxine, source de cancer primitif du foie. Le cancer, maladie dangereuse dont la prise en charge pose des problèmes liés à la cherté des soins, elle est aussi une maladie très mortelle et nuisible pour la santé de l'homme. Elle constitue actuellement une préoccupation pour la santé publique de la population de cette région. C'est dans une perspective de réduction de ce fléau que l'Agence Nationale du Conseil Agricole et Rural (ANCAR) et le Fonds National de Recherche Agricole (FNRA) ont développé dans la zone du bassin arachidier un projet de diffusion à grande échelle de technologies de transformation de l'arachide et au traitement des produits contaminés par l'aflatoxine. Ce projet communément appelé « projet de la table de traitement » expérimenté par les groupements d'intérêts économiques (GIE) dans le bassin arachidier est capital du point de vue sanitaire, économique et social malgré les limites liées au manque de moyens et une faible maîtrise des techniques d'utilisation de la table par les femmes majoritairement analphabètes.

Dès lors, il y'a possibilité d'améliorer la production de l'huile d'arachide de manière quantitative et qualitative tout en maintenant la stabilité des prix sur le marché local et national et par conséquent, de rendre la production et la transformation de l'arachide plus compétitives à travers le marché international.

En outre, au-delà des questions sanitaires, la construction d'une économie endogène, portée par les nationaux reste l'un des piliers fondamentaux de la stratégie nationale de développement du PSE. En effet, il est demandé aux jeunes leaders et aux entrepreneurs d'investir suffisamment dans le secteur de l'industrie particulièrement dans la chaîne de valeur des produits locaux. Ainsi, sommes-nous posé la question de savoir si une industrialisation de la production de l'huile d'arachide raffinée suivie d'une communication du produit ne le rendraient pas plus compétitif ?

A priori, en nous inscrivant, dans un optimisme réaliste, nous projetons de créer une unité industrielle de transformation de l'arachide dans la zone du Baol au cœur du bassin arachidier pour

satisfaire la demande potentielle tout en optimisant les prix de vente et en améliorant la qualité par rapport à l'offre trouvée sur le marché. Notre politique de commercialisation sera sous-tendue par une distribution du produit et une communication soutenue.

### **3. Objectifs du projet**

#### **3.1. Objectif général du projet**

L'objectif général est de faire une étude de faisabilité d'une semi unité de production d'huile d'arachide raffinée à l'aflatoxine dans le bassin arachidier du Sénégal plus précisément dans la commune de Tocky gare.

#### **3.2. Objectifs spécifiques**

- Mener une étude de marché pour apprécier les opportunités
- -Faire un montage technique du processus de fabrication
- Proposer une stratégie marketing de vulgarisation de l'unité
- -Effectuer une étude de faisabilité financière afin de tirer les impacts économiques du projet

### **4. Intérêts de l'étude**

Ce présent projet professionnel va offrir les intérêts suivants :

**Sur le plan national** : il sera question d'abord, de participer à la vulgarisation et au développement des Petites et Moyennes Entreprises (PME) et des Petites et Moyennes Industries (PMI).

Ensuite de faire la promotion des produits locaux tout en réduisant les importations de l'huile. Et aussi de contribuer à la lutte contre le chômage dans le monde rural.

En outre, il participe pour la lutte contre les maladies cancérigènes tout en contribuant à la réduction du taux de mortalité dans le pays.

**Pour le CESAG** : ce projet professionnel peut constituer un référentiel pour les futurs entrepreneurs et aussi, il peut enrichir la production intellectuelle du centre.

**Pour nous même** : cette étude de faisabilité du dit projet va nous permettre de mettre en pratique les connaissances acquises en matière de conception de projet et les différents outils afférant au projet durant notre formation théorique.

## **5. Méthodologie**

Pour une validation des objectifs de l'étude et leur formalisation, il sera utile de mettre en place une méthodologie qui adoptera la démarche suivante :

- Une définition du cadre conceptuel
- Elaboration d'un questionnaire
- Enquête de terrain
- Analyse des données
- Une présentation et une interprétation des résultats

## **6. Délimitation du champ d'étude**

Notre unité aura pour vocation la transformation de l'arachide pour obtenir de l'huile comme matière principale et des tourteaux et d'autres produits dérivés de cette transformation.

L'unité sera implantée dans la commune de Tocky gare à 10 km du chef-lieu de la région de Diourbel.

L'étude a été menée dans le Baol, zone d'accueil de l'unité qui se trouve au cœur de la région de Diourbel.

Les enquêtes ont concerné tous les partenaires : les entreprises, les administrations, les ONG, les consommateurs et les GIE des femmes transformatrices.

## **7. Annonce de plan**

Notre projet professionnel s'articule autour de deux parties suivantes : d'abord la présentation du projet et l'étude de marché ensuite l'étude de faisabilité du projet. Chacune des deux parties aura deux chapitres et ses derniers seront déclinés en sections et sous sections.

**PREMIERE PARTIE :**  
**PRESENTATION DU PROJET ET ETUDE DE**  
**MARCHE**

## **Chapitre 1 : PRESENTATION DU PROJET ET METHODE DE COLLECTE DE DONNEES**

Le Sénégal à travers sa politique générale de développement économique, le PSE a promu la création et le développement des PME et des PMI. Cette création de valeur ajoutée pour les produits locaux est aussi facilitée par l'importance et la variété des productions agricoles qui se sont restées pour la majeure partie à l'état de non transformation due à un manque de moyens. Cette valeur ajoutée est un levier de la croissance industrielle et économique des pays émergents, elle n'est pas à négliger car elle peut booster l'économie vers l'émergence C'est dans cette perspective qu'on a pris l'initiative de faire une étude de faisabilité d'une unité de transformation de l'arachide en huile raffinée.

### **1.1. Quelques concepts clés liés au projet**

#### **1.1.1. Définition de la notion de projet**

Un projet est avant tout le fruit de l'imagination humaine, l'homme imagine et projette dans le temps la réalisation matérielle d'une idée.

En effet, quelques définitions du mot projet peuvent être retenues :

- Le petit Robert définit le projet comme étant « l'image d'une situation, d'un état que l'on pense atteindre ».
- Le Dictionnaire de Management de Projet le définit comme « processus unique, qui consiste en un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées comportant des dates de début et de fin, entrepris dans le but d'atteindre un objectif conforme à des exigences spécifiques, incluant des contraintes de délais, de coûts et de ressources ».
- Et enfin l'Union Européenne le considère comme « une série d'activités avec des objectifs précis, conçus pour produire des résultats spécifiques ».
- Au vue de toutes ces définitions, il ressort cinq notions fondamentales que sont : objectifs, activités, résultats, coûts et délais. Ainsi, on peut définir d'une manière générale un projet comme étant un ensemble d'activités interdépendantes exécutées avec des contraintes de coûts et de délais déterminés dans le but d'atteindre des objectifs déjà fixés pour un résultat donné.

### 1.1.1.1. Les caractéristiques de projet

Les principales caractéristiques d'un projet sont :

- **La finalité** : il s'agit de la satisfaction d'une demande, d'un besoin exprimé ou potentiel pour un projet à but lucratif ou non lucratif (infrastructures, sociaux, de vulgarisation).
- **La fixation des objectifs** : pour le projet, il lui faut des objectifs précis, cohérents et spécifiques en termes de délais de coûts, de performances ou de contraintes.
- **La nature** : elle est liée au projet
  - projet « ouvrage » il est relatif à un projet unique, non récurrent qui s'adresse à un client unique, qui existe par lui-même et qui est un bien livrable ;
  - projet « produit », la finalité du projet ici est la mise au point du produit.
  - projet « organisationnel » dont la notion du livrable est moins palpable.
- **La mobilisation** des ressources, des moyens, des compétences multiples et hétérogènes sur une période plus ou moins longue.
- **Une innovation** plus ou moins partielle, nécessitant un travail d'analyse spécifique et apportant des réponses nouvelles.
- **La mise en place** de structures organisationnelles spécifiques et temporaires.

On appelle **cycle de vie de projet**, l'enchaînement dans le temps des étapes et des validations entre l'émergence du besoin et la livraison du produit. Autrement dit, on entend par cycle de vie les différentes étapes concourant à la vie du projet depuis sa conception jusqu'à son achèvement.

Les étapes du cycle de vie d'un projet varient selon les bailleurs néanmoins les principales phases que l'on retrouve généralement sont les suivantes :

- Phase **d'identification** ou la demande est clarifiée, les objectifs précisés et le projet globalement identifié en terme de produit ou service à livrer, de contraintes à représenter et de stratégie de réalisation ;
- Phase de **définition** ou le contenu du projet ainsi que les procédures et les politiques de gestion sont définies de façon plus précise et le planning détaillé du projet est établi.
- -Phase de **réalisation** ou le produit ou le service est effectivement réalisé suivant le plan prévu et en conformité avec les exigences du demandeur.

- La phase de **terminaison** ou le produit ou le service est remis au demandeur, le projet évalué et la fermeture administrative effectuée.

Pour une bonne exécution d'un projet, il faut un bon pilotage et une bonne coordination, en résumé une bonne gestion.

#### **1.1.1.2. La gestion des projets**

Le Project Management Institute (PMI) définit la gestion des projets comme « l'art de coordonner, les ressources humaines et matérielles tout au long du cycle de vie d'un projet en utilisant des techniques de gestion modernes et appropriées pour atteindre des objectifs prédéterminés :

- d'envergure du produit ou service ;
- de coûts ;
- de délais ;
- de qualité ;
- de satisfaction du client et des participants.

C'est le degré d'atteinte de ces objectifs qui détermine le degré de succès de tout projet.

#### **1.1.1.3. La démarche d'élaboration d'un projet**

Pour l'élaboration d'un projet, il faut au préalable une étude de marché qui a pour objectif global de mesurer et d'estimer le marché afin de déterminer si le projet à l'étude produira le bon produit ou service, au moment opportun et au bon prix. L'étude de marché va nous renseigner sur la demande actuelle du produit, sur les prévisions de ventes au cours de la vie du projet ainsi que sur les éléments du mix-marketing à mettre en place pour faciliter sa commercialisation.

Ainsi, l'étude de marché doit aider le porteur du projet à :

- définir le segment de marché ;
- évaluer la demande du marché ;
- déterminer l'offre du produit ou service sur le marché ;
- déterminer la part de marché ;
- élaborer un plan marketing.

### 1.1.2. Le concept d'entrepreneuriat

Le mot entrepreneur est d'origine française qui peut signifier étymologiquement « celui qui entreprend ». Pour ce qui est du terme entrepreneuriat, il a beaucoup de synonymes tels qu'entreprenance ou entrepreneurship.

Un entrepreneur est quelqu'un qui réalise un profit important en fournissant de nouveaux produits ou services au bon moment.

On a souvent l'habitude de confondre la création d'entreprise et l'entrepreneuriat proche mais différent. En effet, la création d'entreprise renvoie à l'acte juridique qui est une étape incontournable dans le processus entrepreneurial.

#### 1.1.2.1. Concepts de base de l'entrepreneuriat

Trois auteurs ont structuré la théorie de l'entrepreneuriat et constituent ainsi le corpus théorique de base du concept de l'entrepreneuriat. Il s'agit de Richard Cantillon (fin 17<sup>nième</sup> siècle) Jean baptiste Say (début 19<sup>nième</sup> siècle) et Joseph Shum per (début 20<sup>ieme</sup> siècle).

Pour Richard Cantillon « l'entrepreneur est celui qui supporte l'incertitude du marché. ». Tandis que Jean Baptiste Say identifie l'entrepreneur à un intermédiaire entre le savant (connaissances) et l'ouvrier (industriel). Enfin Joseph Shum per définit « l'entrepreneur comme l'agent économique qui réalise de nouvelles combinaisons de production (innovation) ».

Ces trois différents auteurs ont formulé ainsi l'équation entrepreneuriale :

**Entrepreneur = Incertitude + Risque + Innovation**

#### 1.1.2.2. Les différentes formes d'entrepreneuriat

Une action entrepreneuriale s'exprime dans le cadre de projet entrepreneurial et peut prendre plusieurs formes :

##### ➤ La création ex-nihilo

Le mot « ex-nihilo » est du latin qui signifie « à partir de rien ». C'est la création d'une nouvelle entreprise qui n'est pas facile, elle exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués. La réussite dans le cadre de création ex-nihilo est conditionnée par le triptyque : bilan des compétences,

élaboration d'un business plan et accompagnement. Elle concerne le plus souvent les petites et micro-entreprises.

➤ **La création par essaimage ou entrepreneuriat**

L'essaimage désigne ici la démarche consistant pour une entreprise à aider un (ou plusieurs) de salariés à créer sa propre société ou à en reprendre une. Il est une mesure d'accompagnement de départ. Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Le taux d'échec des entreprises créées par essaimage est faible par rapport à la moyenne.

➤ **La création par reprise**

La reprise d'entreprise ou d'activité est différente de la création d'entreprise. L'organisation existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son passé, sa structure et son fonctionnement. Pour la reprise l'incertitude est moindre et le risque est beaucoup plus faible. On a deux types de reprise d'entreprise :

- la reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé ;
- la reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté.

➤ **L'intrapreneuriat**

L'intrapreneuriat est une démarche d'entrepreneuriat au sein même d'une entreprise existante. L'entreprise (souvent de taille moyenne ou grande) héberge et couve les projets innovants qui naissent en son sein. L'intrapreneuriat permet de valoriser le rôle et la prise d'initiative des salariés, qui deviennent alors des "**intrapreneurs**".

Bien qu'apparu il y a plus de 40 ans, l'intrapreneuriat est un concept en plein développement, qui intéresse de plus en plus les grands groupes. C'est une réponse au départ massif des cadres, ces derniers étant de plus en plus exigeants dans leur rapport au travail : quête de sens, besoin de se réaliser, besoin d'indépendance et envie d'entreprendre.

## **1.2. Méthode de collecte des données**

La méthode de collecte des données pour ce projet professionnel se fonde principalement sur deux approches méthodologiques :

- un travail de terrain (questionnaires et entretien)

- la consultation des données secondaires (documents, recherches universitaires, sites web)

### **1.3. Présentation du projet**

Pour la campagne de commercialisation de l'arachide 2017-2018 lancée officiellement le 1<sup>er</sup> décembre 2017 et clôturée le 25 mai 2018, d'après les chiffres du gouvernement rendus publics à l'issue du Conseil interministériel du 9 mai 2018, le pays a enregistré une production record en céréales, mil, riz, fruits et légumes, etc. Bien entendu, les graines d'arachide figurent en bonne place dans ces résultats, avec une production jamais atteinte de 1,4 million de tonnes d'après un article du dossier du journal Jeune Afrique intitulé « l'Etat sénégalais face au défi de l'arachide » du 7 juin 2018. Cette sorte de surproduction de l'arachide a impliqué des difficultés rencontrées par la Société nationale de commercialisation des oléagineux du Sénégal (SonacosSa, ex-Suneor), le plus gros client des paysans, pour mobiliser les fonds nécessaires à l'achat de graines, mais également du deuxième transformateur, Copeol (ex-Novasen, coentreprise française entre Avril et Castel) confronté, lui aussi, à d'importantes difficultés. Ou encore, la détermination par les autorités du volume des importations d'huile en fonction des capacités de transformation et de commercialisation de l'huile d'arachide produite et l'accompagnement par le gouvernement des artisans producteurs d'huile brute vers une industrialisation. La demande nationale s'élève à environ deux cent mille (200 000) tonnes par an correspondant à une valeur d'environ deux cent (200) milliards de F CFA et à un volume de collecte 'à peu près de six mille (600 000) tonnes d'arachide. Or, aujourd'hui, l'offre locale d'huile d'arachide raffinée répond à peine à cinq (5) % de ce marché du fait de sa cherté, le litre coûtant mille deux cent (1 200) F CFA. Les besoins sont essentiellement comblés (à environ 90 %) par des importations massives d'huile de palme raffinée, vendue à mille (1 000) F CFA le litre. Plus de quarante-cinq (45) marques sont présentes sur le marché local, selon M. Pape Dieng, ex-directeur général de Sonacos Sa. Le reste étant approvisionné par une offre locale d'huile de soja ou de tournesol raffinée, mais conditionnée localement quinze (15 %). Cette situation paradoxale pour un pays qui figure parmi les principaux producteurs d'arachide en Afrique (deuxième derrière le Nigeria et devant le Soudan). Si la demande intérieure est présente, l'interrogation porte surtout sur la capacité des industriels et des transformateurs locaux à y répondre. La Sonacos Sa, qui a démarré ses activités de raffinage à Dakar et à Kaolack, souffre surtout de la vétusté de ses installations. Face à un tel scénario, notre préoccupation est la mise en place d'un projet portant principalement sur la transformation de l'arachide en huile raffinée. En effet, la

consommation de l'huile brute transformée par les producteurs locaux est le plus souvent source de cancer primitif du foie due à la présence d'un taux élevé de l'aflatoxine dans cette huile. Cela est une préoccupation pour la santé publique dans le bassin arachidier dans la mesure où la commercialisation et la consommation de l'huile brute communément appelée huile « SEGGAL » est très répandue après la récolte des fruits effectuée en grande partie par les femmes qui n'ont pas les moyens nécessaires pour une transformation moderne. En outre, le projet doit participer à la réduction des importations d'huile et à l'amélioration de la qualité de la production de l'huile pour le Sénégal et particulièrement pour le département de Diourbel. Il doit aussi inciter les producteurs d'arachides du bassin arachidier à accroître leur rendement pour une bonne couverture de la demande en huile. Par ailleurs, le projet doit participer aussi à la réduction de la mortalité due aux maladies cancéreuses liées à la présence d'un taux élevé d'aflatoxine dans l'huile d'arachide non raffinée communément appelée huile artisanale « Seggal ».

Concernant sa localisation, il doit être implanté sur l'axe Diourbel-Kaolack précisément au sud de la commune de Diourbel chef-lieu de région au niveau du rond- point Nébé-Ngonikh.

Cette localisation est motivée d'une part par le désenclavement de la zone qui est facile d'accès dans la mesure où elle forme un carrefour entre la route nationale 3 vers Kaolack et la voie de contour sud de la commune de Diourbel et d'autre part l'accès au foncier appartenant à la commune rurale de Tocky gare ne pose pas de grandes difficultés d'acquisition.

## **Chapitre 2 : PRESENTATION DU PROMOTEUR ET ETUDE DE MARCHÉ**

### **2.1. Présentation du promoteur**

L'essentiel pour la création d'une entreprise est l'acquisition de certaines compétences nécessaires en vue de bien coordonner les activités de la structure dans les domaines clés.

Le promoteur doit faire preuve d'une vision pour pouvoir bien fixer des objectifs afin d'aboutir à une mission spécifique accomplie.

Ce présent projet est porté par Malick Dione instituteur de formation âgé de 45 ans et titulaire d'un master **II** en géographie humaine en 2014 à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD). Il a tout au long de sa carrière professionnelle, échelonné presque toutes les fonctions d'un instituteur : Volontaire de l'éducation (adjoint) ; Maître contractuel (chargé d'école) et Instituteur (directeur d'école).

Parallèlement à ses activités d'enseignement, M. Dione diplômé en géographie sociale a participé aux activités de développement de la collectivité locale de Tocky Gare avec l'élaboration de plans de développement annuel.

En outre, il est aussi un exploitant agricole dans cette même commune pour plus d'une dizaine d'hectares dont les principales spéculations sont : l'arachide, le mil et le niébé. Les rendements sont plus ou moins importants selon les comportements des pluies allant de plus de la tonne à 500 kg à l'hectare.

Cela a plus motivé le choix de ce projet professionnel portant sur la transformation de l'arachide en huile raffinée d'autant plus que la production de l'arachide est toujours vendue dans le marché sans transformation donc sans valeur ajoutée, la plus-value de toute matière première. Alors pour plus de rentabilité, il a fallu la transformation de cette production pour le développement d'une chaîne de valeur de l'arachide avec la production de l'huile brute, l'huile raffinée, les tourteaux et les autres dérivés.

Présentement, M. Dione est en poste à l'Inspection de l'Education et de la Formation (IEF) de Diourbel comme directeur d'école. En tant que manager et gestionnaire de projets, il a voulu pénétrer le marché de la transformation de l'arachide sénégalais.

Par ailleurs, l'étude de faisabilité d'un tel projet nécessite la prise en charge des volets suivants :

- Le volet de l'étude de faisabilité socio environnementale qui était jadis circonstancielle et qui actuellement s'impose de plus en plus comme incontournable.
- Ensuite, vient l'étude des besoins ou celle du marché qui est aussi déterminante pour la faisabilité d'un projet.
- En outre, l'étude de faisabilité organisationnelle et juridique s'impose comme une phase aussi légale dans le processus de la création d'une entreprise.
- Puis, vient l'étude de faisabilité technique qui tient compte l'employabilité technique des outils pour le fonctionnement de l'entreprise, une phase aussi importante de la faisabilité d'un projet.
- Enfin, l'étude de faisabilité financière qui prend en compte le besoin de financement du projet, elle est aussi une partie non moins importante.

## **2.2. Etude de marché ou des besoins**

Le marché est un « ensemble constitué de tous les clients potentiels partageant un besoin ou un désir particulier et ayant la volonté et la capacité de procéder à un échange permettant de satisfaire à ce besoin ou ce désir ».

L'étude de faisabilité de marché cerne l'environnement des affaires du projet puis permet de questionner l'existence du besoin auquel doit répondre le projet. Elle vérifie les exigences et le potentiel du marché, la concurrence à affronter, estime les ventes ou l'achalandage que le concept envisagé amènera et élaborera une stratégie pour sa commercialisation. Elle livre donc une information essentielle quant aux revenus ou bénéfices qu'engendrera le projet, quant aux dépenses que réclame sa mise en marche.

L'étude de marché comme on le sait peut-être fondée sur la réalité d'un environnement des affaires qui est en perpétuelle évolution, il faut prendre connaissance de l'ensemble des dimensions qui le composent. Le marché peut être considéré comme le lieu de la confrontation de l'offre et de la demande. Il peut être appréhendé selon les trois rubriques suivantes que sont le besoin servi, la demande et l'offre. L'étude de marché prend en compte les caractéristiques du macro-environnement et ceux du microenvironnement.

### 2.2.1. Analyse du secteur environnemental

Dans cette partie, il est question de faire une analyse de la filière à travers les défis et les enjeux de la production de l'huile particulièrement celle d'arachide dans l'économie Sénégalaise.

#### 2.2.1.1. Analyse macro-environnementale

L'analyse de l'environnement du point de vue macro permet d'identifier les opportunités et les menaces dans l'environnement de l'entreprise. L'acronyme ou le modèle PESTEL est souvent utilisé pour définir ces dimensions : l'environnement politique (P), économique (E), social (S), technologique (T), écologique (E) et légal (L). On distingue six catégories d'influence macro-environnementales qui peuvent influencer par conséquent le projet.

- **L'environnement politique** : il s'agit de la stabilité gouvernementale, la politique fiscale, la protection sociale, le commerce extérieur, etc. L'établissement des règles et des lois est du ressort des gouvernants cependant d'autres acteurs interviennent dans la législation, il s'agit des entreprises et les consommateurs.
- **L'environnement économique** : il comprend l'ensemble des facteurs susceptibles d'agir sur l'offre et la demande. Parmi les plus courants, on peut retenir :
  - la production de biens (matières premières, travail, capital...)
  - la circulation des capitaux (monnaie, crédit, bourse.)
  - la distribution des ressources (emploi, rémunération, pouvoir d'achat)
  - la consommation des biens (comportement des clients, cycle de vie)
  - la richesse collective
- **L'environnement sociologique** : il est aussi appelé environnement sociodémographique ou socioculturel ; l'environnement social est façonné par les traditions et les coutumes susceptibles d'influer les croyances, mœurs et valeurs d'une société. Les valeurs changent avec le temps, et conséquemment, les individus et la société changent aussi. De nouvelles valeurs modifient considérablement la manière de vivre des consommateurs.

De son côté, l'environnement démographique comprend l'ensemble des caractéristiques des populations humaines susceptibles de modifier la mise en marche des livrables du projet. Les

tendances démographiques résultent de l'association de changements structurels dans la société.

- **L'environnement technologique** : il regroupe l'ensemble des technologies actuelles et futures qui entrent dans la production ou la prestation des livrables. On pense notamment aux technologies de l'information et de la communication (TIC) dont l'influence est manifeste sur les activités de nombreuses entreprises. Plusieurs autres technologies ont aussi un impact important : les biotechnologies et les technologies environnementales, entre autres.
- **L'environnement écologique ou environnemental** : les préoccupations écologiques font également partie de l'environnement des affaires. Les écologistes poursuivent plusieurs objectifs de front : limiter la production des gaz à effet de serre, favoriser le recyclage, inciter à l'achat des produits plus responsables, ou encore trouver des sources alternatives d'énergie. Il s'agit des lois sur la protection de l'environnement, du recyclage des déchets, de la consommation d'énergie, etc.

Les principaux acteurs que sont les gouvernants, les entreprises et les consommateurs, à leur façon, sont sensibles aux mutations de l'environnement écologique et tentent de contribuer à l'amélioration de la société.

- **L'environnement légal ou législatif** : il est question précisément du droit au travail, de la propriété intellectuelle, de la législation sur la santé des aliments, des normes de sécurité, etc.

Le tout est résumé dans le tableau suivant :

**Tableau 1 : Analyse PESTEL du secteur de l'huile au Sénégal**

PESTEL	Opportunités	Menaces
<b>Politique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mesures d'accompagnement de l'Etat en faveur de la production de l'huile d'arachide locale</li> <li>Convention signée le 13/03/2018 avec l'Etat Sénégalais et les acteurs de la filière huile qui prévoit que les producteurs locaux de l'huile brute doivent vendre l'intégralité de leur production aux industriels qui, à leur tour, la raffine pour céder la totalité aux distributeurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>fort quota d'importation d'huile</li> </ul>
<b>Economique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2er Rang de la production de l'arachide en Afrique de l'Ouest.</li> <li>1ere Culture de rente au Sénégal</li> <li>Faible taux d'industrialisation du département de Diourbel.</li> <li>Forte demande nationale d'huile végétale importée chaque année pour être raffinée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faible pouvoir d'achat de la population de Diourbel globalement</li> <li>Taux de chômage élevé de la population</li> <li>Concurrence avec les exportateurs d'arachide</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>l'huile indispensable à la cuisine sénégalaise</li> <li>Consommation de l'huile d'arachide locale par une franche partie de la population</li> <li>-Croissance démographique et fort taux de la population jeune</li> <li>70% des ménages paysans cultivent de l'arachide</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rejet de l'huile d'arachide locale par une partie de la population due à une mauvaise communication sur la présence de l'aflatoxine dans l'arachide.</li> <li>Faible urbanisation</li> </ul>
<b>Technique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Technique de transformation localement connue</li> <li>Technique et technologie de production d'huile d'arachide par les industries SONACOS SA, OLEASEN, les mini industries...</li> <li>Technique de raffinage de l'huile d'arachide maîtrisée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilisation des instruments rudimentaires.</li> <li>Coût élevé de l'électricité</li> </ul>
<b>Ecologique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terres très propices à la culture de l'arachide</li> <li>conditions climatiques favorables à la culture de l'arachide</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avancée du désert</li> <li>Influence du réchauffement climatique</li> <li>Rareté des pluies</li> </ul>
<b>Légal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etat de droit qui garantit la liberté du citoyen et de la sécurité</li> <li>Réglementation qui facilite l'entrée d'une nouvelle structure dans le secteur de la production d'huile d'arachide</li> <li>Procédure de création d'entreprise mise à disposition par l'APIX.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faible actualisation des textes réglementaires.</li> <li>Non normalisation du prix de l'arachide</li> </ul>

Source ; Nous- même

L'analyse macro-environnementale montre que le marché de l'huile consommable Sénégalais d'une manière générale et celui de l'huile d'arachide, produit de la chaîne de valeur

arachidière en particulier, présente beaucoup plus d'opportunités que de menaces. Il joue un rôle important pour l'économie paysanne du pays dans la mesure où il apporte des revenus monétaires importants provenant de la vente de l'huile et des dérivés de cette transformation ou bien de la matière première elle-même (l'arachide). Malgré le mode de transformation rudimentaire de l'arachide en huile artisanale, source de contamination à l'aflatoxine en milieu rural qui suscite une réticence pour l'utilisation de cette huile par une certaine partie de la population urbaine, ce qui constitue une véritable menace. Au fait, la consommation de l'huile reste généralement au Sénégal très dynamique et croissante due au besoin manifeste par son accompagnement dans la préparation des mets culinaires.

### **2.2.1.2. Analyse du microenvironnement**

Notre analyse micro- environnementale porte d'une manière générale sur la région de Diourbel et particulièrement du dit département chef-lieu de région, elle est déclinée à travers les trois aspects que sont :

- la demande
- l'offre
- la concurrence

#### **2.2.1.2.1. La demande**

L'analyse de la demande de l'huile alimentaire actuellement est constituée normalement par le marché de l'entreprise et la détermination de son potentiel. Pour caractériser ce marché, on a trois critères essentiels que sont :

- Le type de marché à desservir
- La taille approximative de ce marché
- Les attitudes, les comportements, les perceptions et les profils de clients

Au Sénégal, la consommation de l'huile alimentaire est très importante et cela grâce à l'utilisation de cette huile de manière culinaire avec des plats sénégalais aussi diversifiés et variés qui le plus souvent sont à base d'huile. Ainsi la consommation nationale d'huile au Sénégal est constituée par la production d'huile d'arachide produite par les industriels, les semi-industriels et les producteurs locaux et les importations des autres corps gras voués à la transformation ou au raffinage par les sociétés nationales ou bien même de l'huile déjà raffinée. Par ailleurs, l'Etat sénégalais permet parfois grâce à ses politiques économiques à

certaines huileries d'exporter des quantités importantes d'huile brute d'arachide pour importer en contrepartie de l'huile brute d'autres matières différentes de l'arachide comme le soja, le palme, le colza etc. qui sont le plus souvent de meilleure qualité. Cet échange commercial a été plus révélateur en 2007 quand l'Etat avait exhorté la SUNEOR devenue actuellement SONACOS SA la plus grande société des oléagineux du Sénégal d'exporter près de cent cinquante mille (150000) tonnes d'huile d'arachide brute et en contrepartie, d'importer de l'huile brute de soja ou du colza qu'elle va par conséquent raffiner pour la commercialiser dans le marché national<sup>2</sup>.

La demande nationale de l'huile alimentaire pour l'année 2007 était estimée à environ de six cent mille (600000) tonnes dont les deux cent mille (200000) tonnes sont produites par les producteurs nationaux avec l'huile d'arachide locale soit un taux de production de 33,33% par rapport à la demande nationale. C'est ainsi que les quatre cent mille (400000) tonnes restantes sont importées d'après le journal « Jeune Afrique » intitulé « Arachide ; la stratégie SUNEOR » du 16 juillet 2007. La demande nationale en huile de consommation alimentaire au Sénégal demeure toujours forte et croissante, mais peine à être satisfaite par la production nationale dominée par l'exploitation de l'arachide.

Concernant la région de Diourbel, malgré l'implantation de la société SONACOS SA de Diourbel, la demande d'huile alimentaire de consommation reste toujours forte parce que la plupart des plats de la contrée sont préparés à base d'huile d'après les enquêtes que nous avons faites.

En effet, le riz au poisson ou « Thieboudienne » en wolof est le plat de midi le plus utilisé dans le pays et particulièrement dans la région, ce plat est préparé sur la base de l'huile alimentaire. Pour ce qui est de cette région administrative à forte coloration religieuse et traditionnaliste, connaît en plus de la préparation des plats quotidiens et familiaux à base d'huile, une fréquence des cérémonies familiales et religieuses qui nécessitent une utilisation d'huile alimentaire pour la préparation des mets dédiés aux hôtes. En effet, la région de Diourbel est le fief du mouridisme, l'une des plus grandes confréries au Sénégal. Cette grande confrérie est marquée par la fréquence des cérémonies comme les « Magals » qui nécessitent de grande quantité d'huile pour la préparation des « berdés » (des plats succulents préparés pour les hôtes). En plus de ses cérémonies religieuses, il y'a aussi les cérémonies familiales

---

<sup>2</sup> D'après Jeune Afrique de juillet 2007

qui sont très fréquentes surtout en période de saison sèche, des cérémonies comme les funérailles, les mariages et les baptêmes qui nécessitent aussi d'importantes quantités d'huile pour la préparation des mets.

Par ailleurs, pour ce qui est de la consommation en l'huile alimentaire des ménages de la région, nous nous sommes basés sur le rapport du Recensement Général de la Population et de l'Habitat de l'Agriculture et de l'élevage (RGPHAE) en 2013. En effet, d'après les données du rapport, la région comptait près de 118163 ménages ordinaires composés de 62745 ménages urbains et de 55418 ménages ruraux.

D'après nos enquêtes, un ménage urbain utilise plus de l'huile que celui rural dans la mesure où les deux repas du ménage urbain à savoir le déjeuner et le dîner se préparent généralement à base d'huile alors qu'en milieu rural, seul le déjeuner est préparé en grande partie par de d'huile.

En effet, pour ce qui est de la consommation journalière moyenne d'huile alimentaire d'un ménage, elle tourne autour de 0,5l pour un ménage rural et de 0,75l pour un ménage urbain. En somme, la demande en huile alimentaire pour la région est très importante et croissante.

**Tableau 2 : Demande de l'huile alimentaire des ménages de la région de Diourbel**

Type de ménages	Demande journalière en huile des ménages (en litres)	Demande mensuelle en huile des ménages	Demande annuelle totale (en tonnes)
Ménages urbains	47058,75	1411762,5	16941150
Ménages ruraux	27709	831270	9975240
Total	74767,75	2243032,5	26916390

Source : Nous-même

### ➤ Typologie de la demande

Au Sénégal, l'huile alimentaire est généralement utilisée pour la cuisine, les principaux utilisateurs de cette denrée alimentaire peuvent être regroupés en trois grandes catégories que sont les ménages ou foyers, les restaurants et entreprises de restauration et les industriels.

- Les ménages ou les foyers dont leur demande est formulée pour la consommation familiale.

- Les restaurants ou entreprises de restauration sont des grands consommateurs d'huile avec la préparation de variété de plats qui nécessitent d'importantes quantités d'huile pour la satisfaction de la clientèle. Ils sont composés des pâtisseries, des fast- food, des restaurants classiques et boulangeries etc.
- Les industriels ; ils achètent de l'huile brute qui sera raffinée au niveau de leur usine puis conditionnée pour enfin être revendue dans le marché.  
Ils peuvent acheter l'huile brute auprès des producteurs locaux ou chez les semi industriels qui sont les principaux clients.

➤ **Evaluation de la taille de la demande et celle du marché**

Pour l'évaluation de la taille de la demande, plusieurs indicateurs sont nécessaires mais on peut retenir les trois principaux que sont : le marché potentiel, le taux de pénétration et la part de marché.

L'évaluation de la taille de la demande de l'huile alimentaire au Sénégal connaît une croissance exponentielle. En effet, le taux de croissance du marché de l'huile est de 25% en moyenne et la demande s'accroît d'année en année grâce à une croissance exacerbée de la population.

Pour ce qui est de la région de Diourbel, l'évaluation de la taille de la demande de l'huile alimentaire connaît aussi une croissance exponentielle grâce à la demande des ménages, des restaurants, les particuliers et les industriels.

Le marché de l'huile alimentaire au Sénégal en général et plus particulièrement celui de la région de Diourbel connaît une forte demande et par conséquent, c'est un marché potentiellement important par rapport à la demande.

Pour ce qui est du taux de pénétration, il est aussi très important et avoisine les 100% dans la mesure où l'huile alimentaire est utilisée par l'ensemble des foyers, les restaurants, les fast food et les industriels.

Concernant la part de marché, la plupart des ventes est détenue par la SONACOS SA de Diourbel qui monopolise le commerce de l'huile alimentaire de la région. Mais elle constitue néanmoins un grand consommateur de l'huile brute parce que ces machines de trituration sont aux arrêts depuis plus de cinq ans, elle ne s'adonne au raffinage de l'huile brute qu'elle achète

auprès des producteurs locaux. Donc, la demande en huile du marché national sénégalais connaît une évolution vertigineuse et une croissance importante d'année en année.

➤ **Comportement du consommateur**

Pour ce qui est du comportement du consommateur, il s'agit du comportement des trois groupes de consommateur que sont :

- **Les ménages ou foyers** : ils consomment de manière régulière l'huile, en effet, l'alimentation de la population sénégalaise est à base de riz préparé avec de l'huile généralement. Pour ce qui est de cette tranche de consommateurs ; le conditionnement le plus approprié reste les formats (0,25l ; 0,5l ; 1l ; 3l ; 5l) utilisés quotidiennement pour plus de commodité d'usage. Donc, le comportement des ménages à l'égard de l'huile alimentaire est un comportement de fidélité par conséquent l'achat est régulier avec une consommation est aussi fréquente et abondante.
- **Les restaurants ou entreprises de restauration** : ils sont plus présents en milieu urbain, ils utilisent des quantités d'huile très importantes pour la préparation des plats aussi variés. Ils manifestent aussi un comportement de fidélité par rapport à l'utilisation de l'huile alimentaire. Ils peuvent également acheter en gros et de manière périodique. Le conditionnement le plus approprié pour les restaurants ou entreprises de restauration est l'utilisation des bidons de 10l ou de 20 l parce qu'ils contiennent de plus grandes quantités.
- **Les industriels** : ils ont besoin de l'huile brute produite par les producteurs artisanaux locaux ou bien par les semi industriels. Ils sont dans l'obligation de raffiner l'huile brute acquise puis la reconditionner pour la revendre aux commerçants. Pour la fourniture de ses industriels en huile brute, le conditionnement s'effectue par des fûts de 20 l, de 100l ou bien de 200 l.

Ils ont un comportement de fidélité et leur achat s'effectue en gros et sous contrat.

#### **2.2.1.2.2. Analyse de l'offre**

##### **➤ Système et typologie d'offre**

- **Le système d'offre**

Le marché de l'huile d'arachide au Sénégal est détenu par la SONACOS SA avec 48,53% de parts de marché, ensuite, vient, l'OLEASEN SA avec une part de marché représentant 34,34% et enfin vient WEST AFRICA OILS avec 12,17% de part de marché. Ces trois géants de l'exploitation de l'arachide détiennent à eux seuls plus de (95,05%) du chiffre d'affaire du marché de l'huile de l'arachide. Par ailleurs, le CAIT et la COPEOL sont aussi des semi industries de la production de l'huile d'arachide qui sont des sous-traitants le plus souvent avec la SONACOS SA. En effet, la plupart de leur exploitation est constituée par l'huile brute qu'elles vendent aux industries comme la SONACOS SA qui vont la raffiner pour la revendre dans le marché. La production d'huile d'arachide annuelle envoisine les 200000 tonnes en moyenne représentant près de 33,34% de la demande nationale totale. La région de Diourbel, au cœur du bassin arachidier est un grenier non moins important dans la production de l'arachide avec des records de plus de 32000 tonnes par an. Cette production est liée à la pluviométrie importante, aux faibles menaces des aléas du climat et à la disponibilité des intrants agricoles.

- **La typologie de l'offre**

Elle fait allusion à l'éventail de l'offre disponible sur le marché : elle met en évidence les concurrents directs c'est-à-dire les producteurs d'un produit semblable et qui satisfait au même besoin, on l'appelle aussi le marché principal d'une part. Et d'autre part, on a les concurrents indirects c'est-à-dire les producteurs d'un produit non semblable pouvant satisfaire au même besoin, on l'appelle aussi le marché environnant.

**Tableau 3 : Concurrents directs et indirects**

Concurrents directs ( <b>produisant d'huile d'arachide</b> )	Concurrents indirects( <b>ne produisant pas d'huile d'arachide</b> )
SONACOS SA ex (SUNEOR)	Beurre
WEST AFRICAIN OILS(WAO)	Huile de sésame
SENARH SA	Huile de coco
NOVASEN SA	Huile de tournesol
SKY SEA SUARL	Huile de soja
SPE SARL	Huile d'olive
Société Sénégalaise de régénération des huiles minérales(SRH)	Margarine
CAIT	Huile palmiste raffinée
FKS	Huile colza

Source : nous- même

#### ➤ **Les Fournisseurs**

La filière arachide au Sénégal comporte plusieurs acteurs dont chacun pour ce qui lui concerne joue un rôle capital pour la bonne marche de la structure industrielle et pour une bonne assurance d'un fonctionnement de l'entreprise.

- **Les fournisseurs de matière première : l'arachide**

Ce sont les acteurs principaux de la filière arachidière, les premiers du maillon de la chaîne de valeur. Ils fournissent les graines pour la semence mais aussi des graines pour l'exploitation dans les industries et pour les autres unités de transformation de l'arachide. Ils se diversifient par la qualité de leur production, leur mission et leurs objectifs selon le processus de transformation qu'ils doivent adapter. On peut noter au Sénégal, la présence des fournisseurs des semences certifiées ou non certifiées en premier. Ces fournisseurs sont là pour la préservation de la matière première : l'arachide.

Au Sénégal, le besoin en semences d'arachide est estimé annuellement à plus de 100000 tonnes d'après la CENIA composées des semences certifiées et des semences non certifiées produites par les agriculteurs alors, la disponibilité annuelle de semences d'arachide tourne autour de 80000 tonnes au-dessous de la demande nationale en semences. En effet, en 2014, les semences d'arachide certifiées étaient estimées à près de treize mille quatre-vingt-treize

virgule huit (13093,8) tonnes d'après le Fonds National de Recherches Agricoles et Agro-alimentaires (FNRAA).

Les semences d'arachides sont très importantes dans la chaîne de valeur arachidière au Sénégal parce qu'elles occupent une place stratégique dans le fonctionnement de la structure, elles sont à la base de la production de l'arachide. Elles peuvent être produites par deux ordres :

- L'entreprise peut exploiter des champs qui lui sont propres pour la couverture de ses besoins en matières premières. Ce qui veut dire qu'elle dispose des terres arables et propices à la production de l'arachide, autrement dit cela va permettre à l'entreprise d'avoir une autonomie de fourniture d'arachides tout en évitant aussi les ruptures de stock.
- Par ailleurs, l'entreprise peut aussi acheter de l'arachide exclusivement chez les producteurs avec ses propres points de collecte ou bien chez les commerçants qui seront les intermédiaires. La période de campagne agricole correspond au moment le plus propice pour la commercialisation de cette matière première avec un prix du kilogramme fixé par l'Etat pendant le mois de novembre de l'année courante, il était fixé à 210 FCFA ses trois dernières années bien qu'il soit concurrencé par les prometteurs externes comme les chinois et les turcs qui sont des grands exportateurs d'arachide. Ils achètent le kilogramme à 300 FCFA ou plus et réussissent à acheter une énorme quantité de la production lors d'une campagne où ils sont autorisés à acheter les arachides.

#### ➤ **Distribution actuelle sur le marché**

Le marché de l'huile alimentaire au Sénégal connaît une large diffusion à travers l'ensemble du pays. En effet, c'est un marché qui touche presque toutes les parties même les plus reculées et les plus enclavées du pays et toutes les couches de la population parce que l'huile alimentaire est un produit de masse. La couverture du marché de l'huile au Sénégal connaît aussi une diversité selon la clientèle. Par ailleurs, la segmentation de ce marché est ainsi répartie :

- Pour ce qui est des ménages, ils peuvent acquérir l'huile alimentaire au niveau des boutiques ou à travers les revendeurs locaux composés en majorité par les femmes et par conséquent la couverture est intensive.

- Par contre pour ce qui est des restaurants et des industriels, il n'y a pas de couverture car il n'y a pas d'intermédiaires entre les producteurs et les différents clients.

La distribution connaît une typologie dont les circuits sont ainsi répartis :

- Les ménages ont un circuit long (services B to C) avec couverture intensive car nous souhaitons atteindre le maximum de ménages particulièrement dans la région de Diourbel et à travers le pays d'une manière générale.
- Les entreprises de restauration observent un circuit ultra court (services B to B) pas d'intermédiaires, elles vont s'approvisionner directement avec leur propre logistique de transport comme les mini camions ou les camions. Si tel n'est pas le cas, elles vont être livrées directement le produit dont ils ont besoin.
- Les industriels eux aussi doivent suivre un circuit ultra court (services B to B), car leur demande peut être satisfaite par l'usine avec une livraison directe de l'huile brute, pas d'intermédiaires.

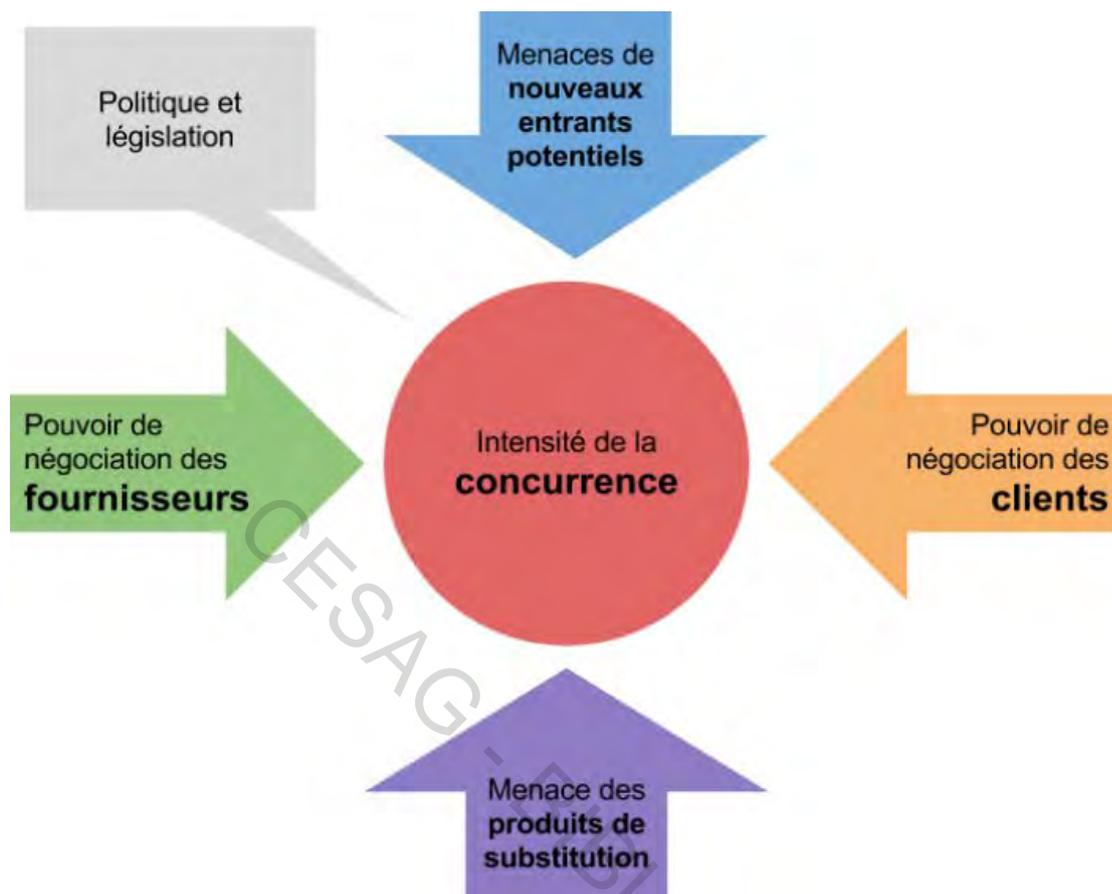
#### **2.2.1.2.3. Analyse de la concurrence**

L'analyse de l'intensité concurrentielle dépend des cinq forces fondamentales que M. Porter a mises au point. Elles déterminent aussi bien l'intensité concurrentielle que la rentabilité dans le secteur, elles représentent enfin l'environnement concurrentiel de l'entreprise. De ses cinq forces peut agir un facteur non moins important qui est la puissance publique qu'il ne faut pas négliger. Pour l'entreprise, ce modèle d'analyse est pertinent car il permet à cette dernière d'orienter ses innovations en termes de choix stratégiques et d'investissements.

Il convient désormais de souligner le rôle important joué par les pouvoirs publics ici le ministère du commerce dans la régulation et la réglementation du secteur. Il y'a aussi les autorités de régulation du commerce comme l'Agence de Régularisation des Marchés Publiques (ARMP).

La rentabilité des activités au sein d'une industrie dépend des forces suivantes : l'intensité de la concurrence entre les entreprises du secteur, la menace de nouveaux entrants, la menace de produits de substitution, le pouvoir de négociation des clients et le pouvoir de négociation des fournisseurs.

**Figure 1 : Les Forces Concurrentielles de Porter**



Source : Google.com/seach (le 09/10/2019 à 12H 05)

L'analyse concurrentielle du marché de l'huile alimentaire dans le département de Diourbel a révélé que la concurrence dans ce secteur est intense. C'est ainsi qu'on trouve de véritables concurrents dans cette contrée pour ce qui concerne le secteur de la vente de l'huile. En effet, notons la présence, de l'une des plus grandes huileries du pays en l'occurrence la SONACOS SA qui se trouve au cœur de la région. En plus de ce géant, il y'a aussi la présence du Comptoir Agro-Industriel de Touba (CAIT), une semi industrie de transformation de l'arachide qui se trouve dans la ville de Touba, le Regroupement des Acteurs du Secteur de l'Industrie et de l'Agroalimentaire de Touba (RASIAT) et d'autres semi industries de transformation de l'arachide et les producteurs traditionnels locaux qui se trouvent dans le département.

➤ **Pouvoir de négociation des fournisseurs**

La gamme des fournisseurs est variée pour l'approvisionnement de la matière première : l'arachide qui se trouve être à la base de la production de l'huile dans le pays. C'est ainsi les différents achats de l'arachide sont répartis :

- Achat direct de matière avec les producteurs d'arachide de la zone : après la récolte de la production annuelle, si les conditions liées à une bonne production sont favorables : climatiques et la disponibilité des intrants agricoles. En outre, le prix de l'arachide est stabilisé par le gouvernement et il couvre toute la période de la campagne agricole courante. En plus, il existe plusieurs structures qui produisent de l'arachide au Sénégal, d'où on a une situation d'oligopole.
- Achat de la matière première avec les commerçants de la localité : bien avant l'ouverture de la campagne, les commerçants commencent à acheter les arachides de manière spéculative et à faible prix pour les stocker. Au cours, de la période de campagne, ils continuent à acheter la même matière à stocker puis ils vont les revendre aux industriels ou à l'Etat qui à son tour les subventionne pour les paysans comme semences. Cette situation est celle d'oligopole dans la mesure où il y'a plusieurs commerçants qui fournissent de l'arachide. Du point de vue de ses constatations, on peut dire que le pouvoir de négociation des fournisseurs est **faible**.

➤ **Pouvoir de négociation des clients**

La consommation de l'huile est très importante dans la région parce qu'elle est à la base de l'alimentation avec les deux principaux repas que sont le dîner et le déjeuner sur les trois. En effet, nos clients sont de trois ordres : les ménages, les entreprises de restauration et les industriels.

- **Les ménages** : le pouvoir de négociation des ménages est **faible** parce qu'ils constituent une clientèle très atomisée.
- **Les entreprises de restauration** : en fonction de leur fidélité et de leur forte commande, il est possible de leur proposer des réductions, des offres spéciales ; leur pouvoir de négociation est **fort**.
- **Les industriels** : le produit peut être différent de celui fourni aux deux autres premiers clients, il s'agit ici de l'huile brute prête à être raffinée au niveau de leur usine. Ici, le pouvoir de négociation des clients est aussi **fort**.

Globalement, le pouvoir de négociation des clients est **moyen**.

➤ **Menace des nouveaux entrants**

La menace des nouveaux entrants est faible dans la mesure où le marché est ouvert d'une part, et d'autre part, il y'a les barrières à l'entrée comme ; l'agrément des autorités sénégalaises, le permis d'exploitation, les longues procédures administratives et le respect des normes fixées par l'OMS en matière de production d'huile. Globalement le marché n'est pas fermé, la menace des nouveaux entrants est **faible**.

➤ **La rivalité entre les concurrents**

Nous avons un nombre de concurrents aussi important plus de 26 marques d'huile sont présentes actuellement sur le marché national. Ce qui implique une rude rivalité entre les différents concurrents d'où une concurrence qui est **forte**.

Pour ce qui est de l'huile d'arachide, sa part de marché occupe moins de 35% du marché des huiles raffinées du Sénégal.

En effet, la part de l'huile d'arachide est très faible par rapport au marché national. Cela démontre que la concurrence est **forte**.

Concernant le taux de croissance du marché de l'huile raffinée au Sénégal, il est en forte croissance. En effet, la production est passée de cent cinquante mille (150000) tonnes en 2013 à deux cent mille (200000) tonnes en 2017, soit un taux de croissance sur la période de 33,33%, ce qui donne un taux croissance annuel de 8,33%. Au vue cette croissance rapide, la rivalité entre concurrents est **faible**.

Les produits sont généralement homogènes avec une tendance hétérogène légère sur le marché.

Cette homogénéité du produit sur le marché implique une rivalité **forte**. En somme, la rivalité entre les concurrents est aussi **forte**.

➤ **La menace des produits de substitution :**

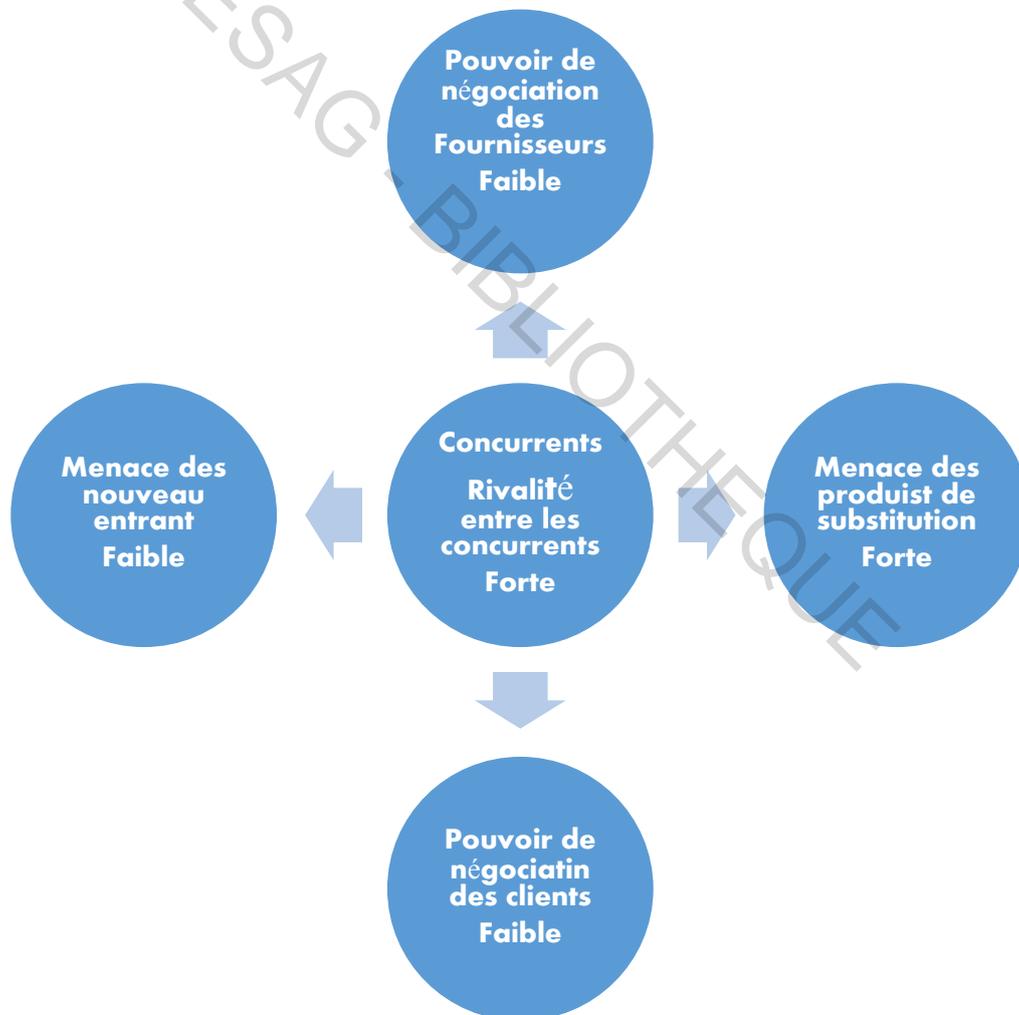
La menace des produits de substitution se mesure en termes de rapport qualité/prix, le prix de l'huile d'arachide est vendu dans le marché à 1300Fcf. En effet, le marché de l'huile alimentaire au Sénégal est très fourni avec une gamme de plus de 26 produits d'huile.

Entre autres matières oléagineuses, on a l'huile de palme, l'huile palmiste traditionnelle, l'huile de soja et l'huile de tournesol qui ont un rapport qualité/prix inférieur à celui de l'arachide. A partir de ce constat, on peut déduire que la menace de ses produits de substitution de l'huile d'arachide est **moyenne**.

Par contre, l'huile palmiste industrielle, l'huile de colza, de sésame, d'olive et de coco etc. ont un rapport qualité / prix supérieur à celui de l'huile d'arachide par conséquent la menace de ses produits est très **faible**.

Globalement, on peut retenir que la menace des produits de substitution est **faible**.

**Figure 2 : Matrice de la concurrence intra sectorielle**



Source : Google.com/seach (le 09/10/2019 à 12H 05

**Tableau 4 : Synthèse de l'évaluation de l'intensité concurrentielle**

<b>Coefficient</b>	1	2	3	4	5
<b>5 Forces de M. Porter</b>	Très Faible	Faible	Moyenne	Forte	Très Faible
<b>Pouvoir de Négociation des Fournisseurs</b>		2			
<b>Pouvoir de Négociation des clients</b>		2			
<b>Rivalité entre concurrents</b>				4	
<b>Menaces des Nouveaux Entrants</b>		2			
<b>Menaces du pouvoir de substitution</b>				4	
<b>Intensité Concurrentielle</b>	[5 ; 8]	[9 ; 12]	[13 ; 17]	[18; 21]	[22 ; 25]

Source : Nous-même

Ce tableau de l'intensité concurrentielle nous permet de décider de notre engagement. Il a fourni un total de point qui est égal à 14 qui tourne autour de la moyenne, donc, le risque est moyen pour l'ensemble de compétiteurs sur le marché par conséquent le marché de l'huile alimentaire au Sénégal est attractif.

### **2.2.2. Diagnostic interne**

Il porte la même analyse que celle de la chaîne de valeur mise au point par Michael Porter, elle est très dynamique. Pour ce qui est de notre cas, la semi industrie est une entreprise en gestation donc il n'y a pas de données.

#### **2.2.2.1. Analyse fonctionnelle**

L'analyse fonctionnelle d'une entreprise en gestation est un constat fait de ses forces et de ses faiblesses pendant une durée bien déterminée. Elle est statique c'est-à-dire qu'elle met en évidence les potentialités (forces et faiblesses) autrement dit, les fonctions de marketing, de production, ressources humaines, financières et les fonctions de clients de fournisseurs sont déclinées en forces et en faiblesses etc. Cela est décliné par la matrice SWOT et illustré sur le tableau ci- dessous.

**Tableau 5 : Forces et faiblesses**

<b>Fonctions</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Produit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilité de la matière première</li> <li>- Couverture intensive</li> <li>- Conditionnement matière plastique</li> <li>- Emballage</li> </ul>	Capacité de production réduite.
<b>Ressources Humaines</b>	-Disponibilité de la main d'œuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- maladies chroniques</li> <li>- Emigration</li> </ul>
<b>Ressources Physiques</b>	Disponibilité d'un terrain fiable	-Importation de la technicité et de la technique
<b>Ressources Financières</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût de la main d'œuvre supportable</li> <li>- Disponibilité des moyens pour l'installation</li> </ul>	Taux d'intérêt élevé
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notre marque « SELNA »</li> <li>- Notre Slogan est «fierté culinaire chez nous »</li> </ul>	Faible portée
<b>Clients</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cible la population du département de Diourbel</li> <li>- Cible la population de Touba (marché potentiel)</li> </ul>	variation des habitudes de la population ciblée
<b>Fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chez les producteurs de la localité</li> <li>- Chez les commerçants de la zone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baisse de la production</li> <li>- Rareté de pluies</li> <li>- Réchauffement climatique</li> </ul>

Source : Nous-même

#### **2.2.2.2. Synthèse du diagnostic interne**

Cette synthèse du diagnostic est comme son nom l'indique la synthèse des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces. Cet outil est plus connu sous le nom de SWOT en anglais

**Tableau 6 : Synthèse du diagnostic interne**

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Position stratégique de l'unité</li> <li>- Main d'œuvre disponible</li> <li>- Disponibilité de la matière première</li> <li>- Force de vente avec un réseau diversifié</li> <li>- Technologie d'exploitation adaptée</li> <li>- Marque leader au marché</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vulnérabilité des ressources financières</li> <li>- Hausse du prix d'arachide pendant l'hivernage.</li> <li>- Faible marge durant la période de la récolte (concurrence avec l'huile SEGGAL)</li> <li>- Spéculation</li> </ul>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production en quantité et en qualité</li> <li>- Réglementation et Segmentation du marché</li> <li>- Disparition de certains exploitants</li> <li>- Distribution efficiente et à large réseau</li> <li>- Technologie récente et performante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taux d'intérêt élevé</li> <li>- Production annuelle de la matière première</li> <li>- Nouveaux concurrents</li> <li>- Mauvaise communication sur l'aflatoxine dans l'huile d'arachide</li> <li>- Taxes de production élevée</li> </ul>

Source : Nous-même

**DEUXIEME PARTIE :**  
**ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, STRUCTURATION**  
**ORGANISATIONNELLE, MARKETING DU PROJET ET**  
**ETUDE FINANCIERE**

A travers l'étude de marché menée précédemment, ce chapitre permet de faire le montage technique de notre projet et d'établir le processus de la production de l'huile d'arachide raffinée ainsi de lister le matériel technique dont on aura besoin au cours de cette transformation.

En outre, dans cette partie aussi, il sera question de dégager les stratégies marketing, la segmentation de la clientèle et le positionnement de notre produit par rapport au marché de l'huile alimentaire du Sénégal.

En plus, il va permettre aussi de définir une organisation ou organigramme de la structure et les ressources humaines nécessaires pour son fonctionnement et enfin de faire l'étude financière du dit projet.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **Chapitre 3 : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, DE STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE, COMMERCIALE ET LE MARKETING DU PROJET**

### **3.1. Etude de faisabilité technique**

Le processus de production industrielle de l'huile d'arachide est formé d'une série de transformation de la matière première (l'arachide) jusqu'à l'obtention du produit fini qui est l'huile raffinée prête à la consommation. Parmi les éléments qui entrent en compte dans la chaîne de valeur de l'arachide, il y'a l'arachide décortiquée qui va donner des graines et de la coque. Les graines vont subir une série de transformation pour produire finalement de l'huile brute qui doit être raffinée et des tourteaux et d'autres résidus provenant de cette transformation.

### **3.2. Diagramme de fabrication**

Il est formé par les grandes phases de la production de l'huile d'arachide raffinée. C'est ainsi que le processus de transformation débute par l'action du décortiquage qui s'effectue avec une machine appelée décortiqueuse et plus connue sous le nom « Tarare » Après le décortiquage, vient le séchage des graines, ensuite on procède au broyage des graines avec une machine de broyage. Après cette partie du processus, on a la cuisson, puis vient le pressage de la matière cuite pour obtenir de l'huile brute qui sera à son tour décanter par une machine de nettoyage d'huile qu'on appelle la centrifugeuse 6000RMP. Après la décantation, on a la phase de filtrage avec une machine de filtrage. Et enfin, le raffinage de l'huile sera fait par une machine de purification de l'huile et de déshydratation de vide de type Vdf pour enfin obtenir de l'huile raffinée conditionnée dans des emballages en plastique et prête à la consommation.

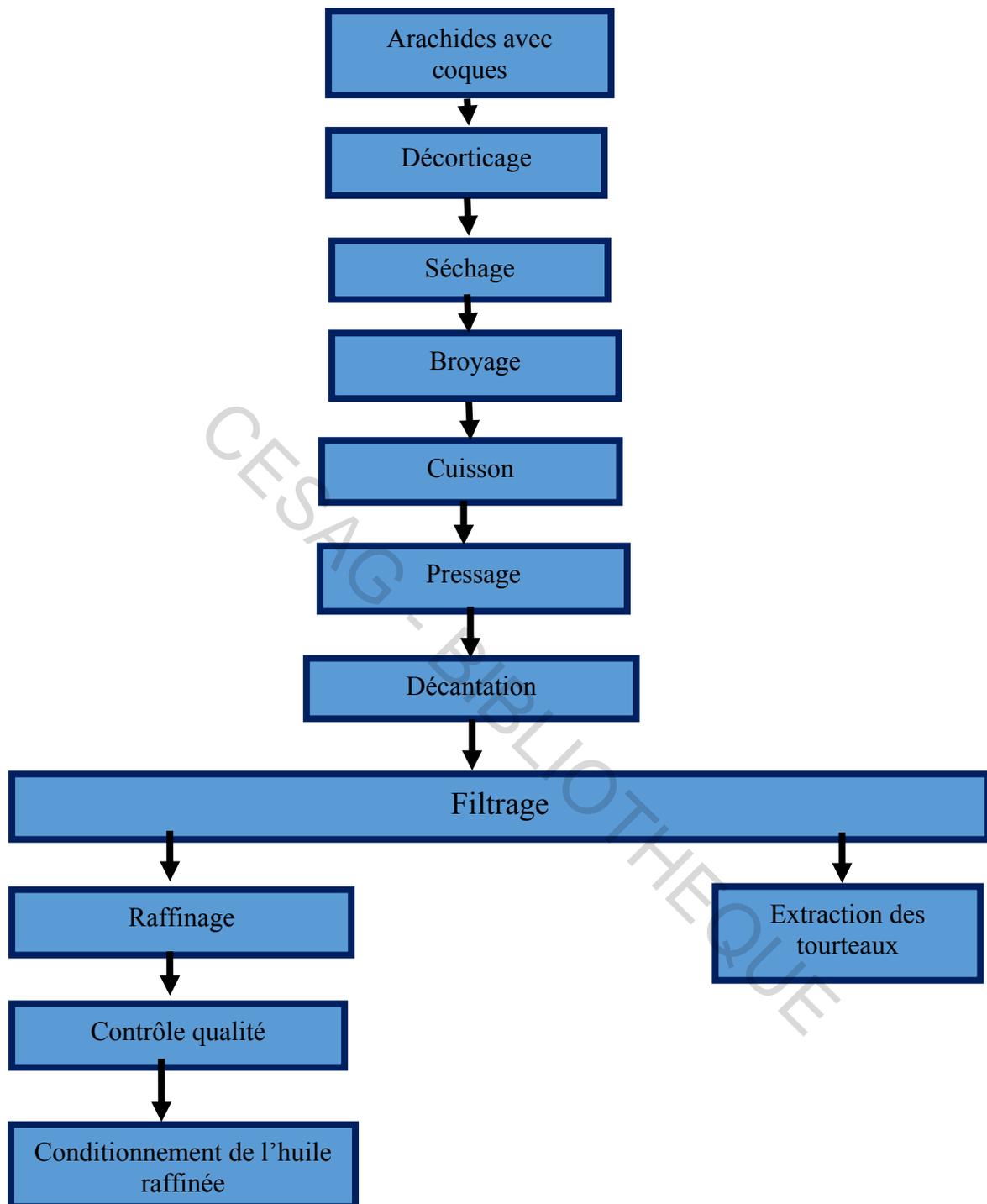
**Tableau 7 : Typologie des machines**

Machines	Type de machines	Consommation/Kwatt/h	Prix(Fcfa)
Une décortiqueuse	BK3000	11	3500000
Une machine de séchage (souffleuse)	Machin Buy TL-12	16,8	4400000
Une machine de broyage	NPK-60	37	20893750
Une machine de cuisson	YZS-68	9	8045000
Une machine de pressage	D&=39	70	23000000
Une machine de raffinage	PYR 1 TPD	25	14750000
Une machine de filtrage	HSPS032	15	13745000
Une machine de conditionnement	Sun-420P	3	1251250
	Total	186,8	89585000

Source : Nous- même

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**Figure 3 : Diagramme de fabrication**



- **Le personnel et les outils utilisés à travers le diagramme**

Il y'a d'abord le décortiquage des coques d'arachides qui utilise comme ressource humaine, trois (3) manœuvres et de deux (2) ouvriers, l'outil utilisé ici est une décortiqueuse ou machine « Tarare ».

Après le décortiquage, on obtient des graines d'arachides qui vont être lavées puis séchées pour être soufflées, pour cela, il faut deux (2) ouvriers et une souffleuse.

Ensuite, vient le broyage, qui est une phase non moins importante dans le processus de transformation de l'arachide dans la mesure où elle constitue le début de la phase de transformation de la matière première. Au cours de cette phase, on aura besoin de quatre (4) ouvriers et d'une meule comme outil de broyage.

Pour l'étape de la cuisson, il faut aussi utiliser comme ressource humaine un (1) ouvrier et deux (2) manœuvres et l'outil utilisé à ce niveau est un poêle.

En outre, au cours de ce même processus de fabrication, on a aussi l'étape de pressage qui constitue le noyau de la transformation. Au cours de ce pressage, on a besoin de deux (2) ouvriers et deux (2) manœuvres comme personnel et l'outil utilisé est un pressoir.

Pour ce qui est de la décantation, on aura besoin comme ressource humaine de deux (2) ouvriers et l'outil utilisé ici est un décanteur.

Pour ce qui concerne la phase de filtrage, il faut un (1) ouvrier et un (1) manœuvre et d'une machine de filtrage.

La ressource humaine qui doit s'occuper du contrôle de qualité est formée d'un (1) laborantin aidé par un (1) ouvrier, l'analyse de qualité du produit est faite par un laboratoire.

Et enfin, le conditionnement est fait par deux (2) ouvriers et de trois (3) manœuvres et d'une machine de conditionnement.

D'une manière générale, l'entreprise utilisera dix-sept (17) ouvriers et de onze (11) manœuvres, d'une décortiqueuse, d'une souffleuse, d'une meule, d'un poêle, d'un pressoir, d'un décanteur, et de deux machines : une de filtrage et une de conditionnement

### **3.3. Structure organisationnelle**

Elle prend en compte la présentation générale d'une semi-industrie d'huilerie, son organigramme et les compétences requises pour le personnel.

#### **3.3.1. Présentation de l'entreprise**

Le projet de création de l'entreprise de transformation de l'arachide en huile raffinée est innovant. En effet, la consommation de l'huile d'arachide dans le bassin arachidier est très importante grâce à la présence de la matière première et de sa disponibilité. Vu le taux élevé d'analphabètes de la population de la région particulièrement du département de Diourbel, dû à la réticence de cette dernière de fréquenter l'école française au profit des « Daraas ». Les populations de cette contrée par méconnaissance du danger lié à la consommation de l'huile d'arachide non raffinée, source de cancer primitif du foie qui peut être provoqué par le taux élevé d'aflatoxine dans l'huile brute de l'arachide.

L'entreprise au-delà de sa vocation principale de produire et de vendre de l'huile d'arachide raffinée, elle va aussi tenir en compte la sensibilisation sur les dangers liés à la consommation de l'huile d'arachide non raffinée à travers les spots et les panneaux publicitaires.

C'est une première dans le département de Diourbel, car l'entreprise propose une nouvelle manière de faire, une production d'huile de qualité supérieure et un service parfait adapté aux réalités du milieu avec une accessibilité très facile du produit dans le marché local.

#### **➤ La vision**

Cette huilerie innovante a pour vocation d'être dynamique et socialement responsable, déterminée à offrir des produits de qualité sains à la consommation pour l'ensemble de la population.

Notre crédo est toujours de se perfectionner pour une meilleure qualité d'huile dans le cadre de l'amélioration et de l'efficacité de la production des huiles alimentaires du monde.

Par conséquent, notre vision est d'être leader dans la production des oléagineux particulièrement l'arachide avec une production en quantité et en qualité au Sénégal à l'horizon 2029 et dans la sous- région ouest –africaine à l'horizon 2035.

### ➤ **La Mission**

L'idée de création de l'huilerie est née de la volonté d'offrir une huile d'arachide saine à la consommation de manière quantitative et qualitative.

En effet, notre mission est de contribuer à l'amélioration de la situation nutritionnelle de la population du département tout en réduisant les maladies liées au cancer du foie d'une part et d'autre part d'augmenter l'offre de l'huile dans le pays et même dans la sous-région ouest africaine.

L'entreprise aura aussi comme mission :

- L'approvisionnement régulier du marché en huile d'arachide de qualité supérieure.
- Elle participera à la réduction des importations d'huile par conséquent, les capitaux pour les importations sont maintenus pour le développement d'autres activités de développement.
- Elle a pour mission aussi le développement professionnel de la production alimentaire d'une huilerie moderne respectant les normes internationales de production d'huile.

### ➤ **Les activités**

L'activité principale de l'entreprise est la production et la commercialisation d'huile d'arachide raffinée dans le marché local, national et sous régional.

En effet, les coques d'arachides sont mélangées aux tourteaux pour l'alimentation du bétail. Au cours de ce processus de la transformation, on obtient aussi des résidus appelés tourteaux destinés à l'alimentation des animaux comme les ovins, les bovins et caprins...

### ➤ **Les buts**

Concernant la visée de l'entreprise on a :

D'abord répondre aux besoins des clients convenablement selon leur désir à tout moment en respectant les normes sanitaires de l'OMS,

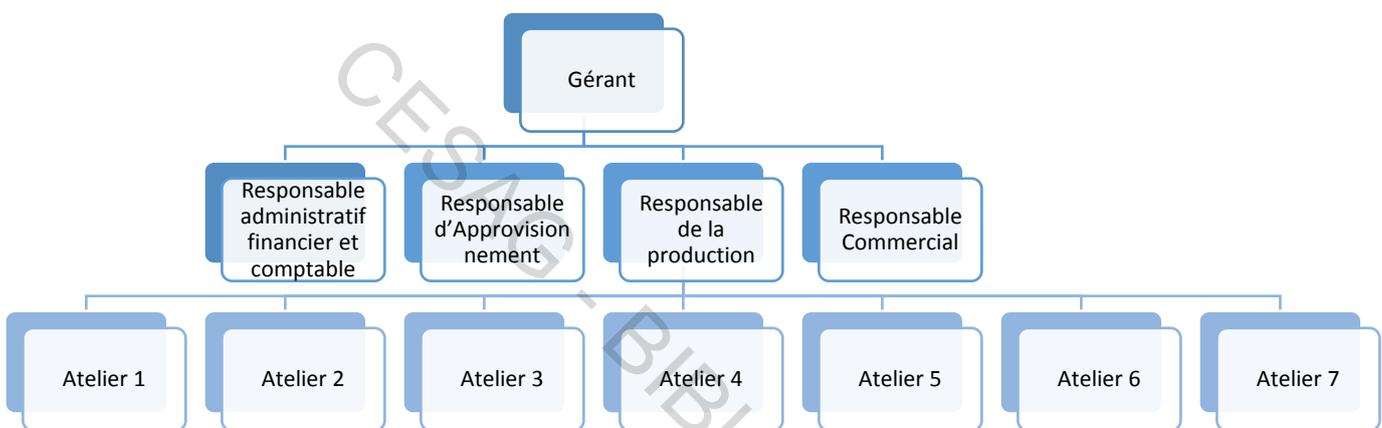
Ensuite, proposer des services de haute qualité qui intègrent la notion d'une alimentation saine.

Et enfin, de proposer des services différentiels par l'utilisation de produits divers à coûts adaptés au budget du client et qui assurent la rentabilité de l'entreprise.

### 3.3.2. Organigramme de la structure.

L'organigramme de l'entreprise comme tout organigramme d'une mini huilerie est dans le sens d'optimiser la ressource humaine, il est aussi hiérarchique fonctionnelle se présente ainsi :

**Figure 4 : Organigramme**



### 3.3.3. Tableau des compétences

Le tableau est formé par les rubriques suivantes :

**Postes** : elles retournent autour de la gérance, du responsable comptable, du responsable de production, du responsable d'approvisionnement et du responsable commercial. En plus des responsabilités, il y'a aussi un laborantin, des chauffeurs et des ouvriers.

**Missions** : elles se regroupent autour de la coordination, du maintien des relations financières, de planification, assure un approvisionnement, mise en place d'une stratégie marketing et assurer la sécurité de la production et des locaux.

**Compétences requises** : elles renvoient aux capacités de la personne de bien exécuter les tâches qui lui sont assignées. Elles permettent en outre, d'exécuter avec efficacité et efficience les différentes tâches pour atteindre la performance et les objectifs du projet.

**Diplômes requis :** ils sont importants parce qu'ils permettent d'appréhender le niveau de la personne par rapport au poste à occuper dans la structure.

**Emoluments :** ils correspondent au gain mensuel, à ce que la personne gagne après un travail bien effectué. Ils doivent être motivants pour permettre à la personne d'avoir une stabilité et effectuer à merveille la tâche qu'on lui a assignée.

**Tableau 8 : Compétences du personnel**

Postes	Missions	Compétences	Diplômes	Emolument /mensuel	Emolument /Annuel
<b>Gérant</b>	-Assure la cohésion de l'équipe -Mets sur place une planification	-Avoir un esprit d'équipe -Avoir un bon moral -Etre très réactif pour la prise de décision	Bac+5 (sciences de gestion)	500000Fcfa	6000000Fcfa
<b>Responsable comptable</b>	-Responsable de la trésorerie -Maintenance des relations financières entre les banques -Elaboration du budget prévisionnel -Comptabilise les informations financières	-Maîtrise des logiciels comptables -Savoir négocier avec les banques Bonne saisie des données	Bac+3 ans (en comptabilité et gestion des entreprises)	350000Fcfa	4200000Fcfa
<b>Responsable de production</b>	-Planifier les objectifs de production -Participer à la méthode de production -Gérer efficacement les matières premières -Assurer la maintenance et l'entretien des machines	-Bonne connaissance du marché -Maîtrise des outils de productivité  Maîtrise de stockage	Bac+3 ans(en logistique)	300000Fcfa	3600000Fcfa
<b>Responsable commercial</b>	-Mise en place de la stratégie marketing -Fidélisation des produits Promouvoir les produits -Gestion des agents commerciaux	-Etre un bon manager -Avoir une bonne connaissance du marché -Avoir le sens du relationnel -Etre bon en négoce	Bac+3 ans (marketing)	250000Fcfa +(avantages)	3000000Fcfa
<b>Responsable d'approvisionnement</b>	-Assure une bonne qualité de la matière -Maîtrise du stockage	-Savoir prévenir au besoin -éviter les ruptures	Bac+2 ans (logistique)	250000Fcfa	3000000Fcfa
<b>Laborantin</b>	-Assure la qualité de la production -Assure l'hygiène de la production	-Connaissances en labo alimentaire -Savoir bien interpréter les données -Connaissances nutritionnelles	Bac+5 ans(en labo)	350000Fcfa	4200000Fcfa
<b>Agent</b>	-Fidéliser les clients	-Etre très dynamique	Bac	100000Fcfa	1200000Fcfa

<b>commercial</b>	Effectuer une prospection de la zone -Assurer le cycle complet de la vente des produits	-Etre un bon négoce -Avoir une bonne maîtrise du marché			
<b>Chauffeur</b>	-Assure la livraison des marchandises -Maîtrise de la zone dans laquelle évolue l'entreprise	-Capable de faire de longs voyages -Pouvoir déceler les pannes.	BFEM	75000Fcfa	900000Fcfa
<b>Ouvrier</b>	-Suivre la production tout au long du processus -Assurer l'emballage et l'étiquetage	-Avoir une expérience dans la transformation de l'huile -Connaissance de la langue parlée dans la zone		50000Fcfa	600000Fcfa
<b>Gardien</b>	-Assurer la sécurité des locaux et du matériel de production	-Maîtrise des arts martiaux -Savoir manier les armes -Etre physiquement solide		65000Fcfa	780000Fcfa
<b>Total</b>				2290000Fcfa	2748000Fcfa

Source : Nous-même

### 3.4. Choix de la Forme Juridique

Pour la formalisation du projet, notre choix porte sur une société anonyme à responsabilité limitée (SARL). En effet, au Sénégal, les formes juridiques en vigueur sont ainsi régies par l'acte uniforme de l'organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires (OHADA) relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE, qui a harmonisé d'une part, la réglementation des droits des affaires et d'autre part, elle remédie à l'insécurité juridique et judiciaire dans la zone.

Notre choix est justifié par :

- un capital social peu élevé,
- l'assurance du patrimoine du promoteur en cas de faillite de l'entreprise,
- la cogestion de la structure avec d'autres acteurs,
- avoir une crédibilité auprès des institutions financières.

L'objectif de la société est de produire et de vendre de l'huile d'arachide raffinée et d'autres dérivés provenant de l'arachide. Elle aura pour dénomination « Huilerie de Tocky »

Cette dénomination doit être portée à travers tous les documents et actes issues de la société et sera destinée aux tiers suivi de la forme de la société, du montant du capital social et de la mention de son immatriculation au registre de commerce et du crédit mobilier (RCCM).

Le siège social de la société sera installé dans la commune de Tocky gare plus précisément dans la zone frontalière entre cette commune et celle de Diourbel au niveau du rond-point du village Nébé-N'gognik à 3 Km du chef –lieu de la région de Diourbel. La durée de vie de l'entreprise sera de 70ans, à compter de sa date d'immatriculation au registre de commerce, sauf prorogation ou dissolution anticipée.

Le capital social de l'entreprise s'élèvera à quatre (4) millions partagé en part de deux cent mille (200000Fcfa) subdivisées entre les associés.

Les parts sociales doivent être souscrites en totalité par les associés. Elles doivent être intégralement libérées. Les parts représentant des apports en numéraire sont libérées lors de la souscription du capital de la moitié (1/2) au moins de leur valeur nominale.

La libération du surplus intervient une ou plusieurs fois dans un délai de deux (2) ans à compter de l'immatriculation de la société au registre du commerce et du crédit mobilier, selon les modalités définies par les statuts de réglementation en vigueur.

Dès la constitution de la société, les apports en nature doivent être intégralement libérés par les associés.

### **3.5. Etude de faisabilité commerciale et stratégies marketing**

#### **3.5.1. Proposition de stratégies commerciales**

##### **3.5.1.1. La segmentation du marché**

Dans le cadre de notre projet, le marché est segmenté entre les clients suivants : les ménages, les restaurants et entreprises de restauration et les industriels.

- ✓ Les ménages, ils achètent de l'huile alimentaire particulièrement de l'huile d'arachide raffinée pour les besoins culinaires. Ils se ravitaillent au marché régional du chef-lieu de la région pour certains alors que d'autres peuvent faire des commandes pour une livraison à domicile. Et enfin, une partie non moins importante de ses ménages va acheter l'huile alimentaire dans les boutiques des quartiers ou des villages.

- ✓ Les restaurants et les entreprises de restauration utilisent aussi l'huile pour les besoins de la cuisson, ils viennent passer des commandes pour des quantités aussi importantes. La livraison est faite par la société dans le respect des délais Ils peuvent aussi acheter directement au niveau de la structure sans commande.
- ✓ Les industriels, achètent des quantités très importantes d'huile brute qu'ils vont raffiner à leur tour puis les conditionner pour les revendre dans le marché et enfin ils achètent aussi des tourteaux pour les transformer en aliments du bétail. Ils peuvent passer des commandes qu'ils pourront venir les récupérer après la livraison.

### **3.5.1.2. Le Ciblage**

Notre cible va principalement porter d'abord sur les ménages pour une raison de clientèle. Vu l'importance du nombre des ménages dans le département de Diourbel (plus de 28000 ménages). En outre, on a ciblé les ménages pour des raisons particulièrement sociales et sanitaires avec la réduction du taux de cancer causé par l'aflatoxine dans l'huile exploitée artisanalement. Et cette huile représente plus de la moitié de la consommation des ménages du département parce qu'elle est plus accessible surtout en période de récolte de l'arachide.

Par ailleurs, nous allons aussi cibler les restaurants et les entreprises de restauration qui sont dans le même sciage que les ménages, La stratégie de ciblage adaptée ici est celle indifférenciée à prix unique dans la mesure où le produit est le même.

Pour les industriels, le produit n'est pas le même que celui offert aux précédents. En effet, l'offre pour les industriels est de l'huile brute qui doit subir encore un raffinage avant d'être consommée par la population.

C'est la raison pour laquelle la stratégie à adapter ici est celle différenciée.

### **3.5.1.3. Le positionnement**

Le positionnement est la place qu'occupe notre produit dans l'esprit du consommateur, il permet de se différencier par rapport aux autres concurrents et il repose sur deux principales approches : identification et différenciation.

- **Identification**

Notre produit, l'huile d'arachide raffinée, doit être reconnu comme une marque de référence grâce à sa qualité supérieure.

- **Différenciation**

Pour la différenciation, notre produit se différencie des produits des autres concurrents par rapport à la qualité, au prix et à la disponibilité.

Le positionnement de notre mini industrie dans la sphère industrielle nationale est d'être leader au plan local et national dans la production de l'huile d'arachide brute et raffinée.

### **3.5.2. Le Marketing-mix**

La politique commerciale de notre entreprise définit les plans stratégiques et opérationnels qui vont permettre d'utiliser les ressources nécessaires mises à notre disposition pour atteindre les objectifs généraux et spécifiques. Pour l'atteinte de ses objectifs, il faut miser sur les variables suivantes : le prix, le produit, la communication et la distribution.

#### **3.5.2.1. La politique du produit**

Notre production de démarrage concernera les produits suivants : l'huile d'arachide brute et raffinée.

Au cours de cette phase de lancement, la stratégie à adopter est celle de la pénétration massive avec un prix bas et une forte communication. Une priorité sera accordée à la production de qualité et au respect des normes hygiéniques dans l'exploitation en vue de produire de l'huile de qualité.

La production de l'huile raffinée sera conditionnée dans des bouteilles en plastique transparente avec des étiquettes de couleur jaune portant l'écriture de la marque de l'entreprise « huile saine de Tocky » de couleur orange collées au milieu des bouteilles.

#### **3.5.2.2. La politique du prix**

La politique commerciale de l'entreprise va reposer sur la fixation des tarifs très compétitifs dans le marché local. En effet, dans le cadre de notre projet, le prix de nos produits sera déterminé par rapport à la qualité de notre production. Ainsi, le prix actuel d'un litre d'huile d'arachide raffinée est 1300FCFA, nous allons procéder par écrémage pour fixer le prix d'un litre à 1250FCFA pour les ménages et les restaurants vu que l'approvisionnement de la

matière première n'est pas difficile. Par ailleurs, nous fixerons le prix d'un litre d'huile brute à 1050FCFA au lieu de 1100FCFA communément fixé par le marché de l'huile brute d'arachide pour les industriels.

### **3.5.2.3. La politique de distribution**

Pour l'écoulement de nos produits, nous allons au début mettre en place des points de vente au niveau des zones stratégiques du département. Concernant l'huile brute, la livraison se fera sur commande des clients moyennant des frais additionnels de transport.

La semi industrie disposera d'un mini camion qui va livrer les produits chez les grossistes, les demi grossistes et même chez les détaillants sous commande pour maximiser la vente et d'être plus proche des clients.

Il nous faut aussi un spécialiste en marketing et en commerce des entreprises pour élargir le cercle de notre clientèle tout en les fidélisant à nos produits.

### **3.5.2.4. La politique de la communication**

Pour une importante vente des produits de l'entreprise, il faut une bonne politique de communication. En effet, l'expert en marketing et communication se chargera du maintien et de la pérennité de nos produits dans le marché.

Nous allons faire aussi la propagande de nos produits à travers les médias (télévisions, radios...), affichages publicitaires et aussi dans les réseaux sociaux.

## **3.6. Etude financière**

L'étude financière du projet de création d'une semi industrie de transformation de l'arachide en huile alimentaire raffinée permet de se prononcer sur la viabilité financière du projet ; Elle consiste à valoriser les flux résultant des études précédentes pour déterminer la rentabilité et le besoin de financement du projet.

Elle permet à travers un certain nombre de ratios de voir si l'analyse de l'investissement pourra générer des flux de trésorerie qui font permettre au prometteur et ses associés de rentrer vite en possession de leur apport et de profiter des dividendes provenant des bénéfices du projet.

Il conviendra, de ce fait, dans un premier temps, d'identifier les coûts d'investissement nécessaire, les charges d'exploitations et la productivité du projet.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

### ➤ Coût d'investissements

L'investissement correspond à la valeur des biens durables acquis par les unités de production pour être utilisé pendant au moins un an dans leur processus de production.

Du point de vue comptable l'investissement représente les moyens de production dont l'utilisation s'étale sur plusieurs exercices. Ce sont des mobilisations des ressources à moyen et long terme dans le but d'en tirer des avantages futurs.

Dans ce cas précis, en plus de l'investissement constitué du fonds de roulement et du besoin du fonds de roulement, on a aussi les frais de protection, d'enregistrement et de constitution. Le matériel d'exploitation est composé de toutes les machines nécessaires aux différentes phases de production définies dans le digramme de production. Tous les investissements jugés utiles sont inscrits dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 9 : Investissement**

Rubrique	Quantités	Prix Unitaire	Montants
Frais de constitution			3000000
Terrain	1	3000000	3000000
Bâtiments et bureaux	1	17000000	17000000
Matériels d'exploitation			86085000
Véhicules	2	6000000	12000000
Matériel et outillage			121085000

Source : Nous-même

### ➤ Dépenses d'exploitation

Les charges d'exploitations traduisent, de façon générale, une destruction de richesse nécessaire à la création de produits d'exploitable. La consommation de matières premières et les frais de personnels constituent les principales charges d'exploitations sans négliger les charges également inscrites dans le tableau suivant :

**Tableau 10 : Dépenses d'exploitations**

Rubriques	Montants
Achat matières premières importées	23000000
Achat matières premières locales	12000000
Energie	8000000
Combustibles	5000000
Frais généraux	9000000
Salaires	27480000
Maintenance	2000000
Mise en bouteilles	1000000
Transport et déplacements	5000000
<b>Total</b>	<b>92480000</b>

Source : Nous-même

➤ **Chiffre d'affaire**

La capacité de production de l'entreprise sera de quatre-vingt pourcent (80%) pour la première année et la deuxième année l'entreprise atteindra sa pleine capacité de production à cent pourcent (100%).

Pour des raisons commerciales la production maximale de l'huile brute serait limitée à quatre-vingt mille litres (80000 L) et de soixante-dix mille litres (70000 L) pour l'huile raffinée. Les deux types de produits, huile brute et huile raffinée, seront vendues respectivement à mille deux cent cinquante (1250) FCFA et de mille trois cents (1300) FCFA l'unité. En plus nous avons jugé nécessaire de vendre les tourteaux à 120 F CFA le kilogramme pour une quantité annuelle de 30000kg.

**Tableau 11 : Chiffres d'affaires en années de croisière**

Rubriques	Quantités/année	Prix unitaire en FCFA	Prix total annuel en FCFA
Production (huile brute)	80000	1250	100000000
Production (huile raffinée)	70000	1300	91000000
Production (tourteau)	30000	120	3600000
<b>Chiffre d'affaire(CA)</b>			<b>194600000</b>

Source : Nous-même

### 3.6.1. Analyse financière sommaire

**Coût du projet** : Le coût de notre projet est estimé **178163333,33** FCFA, il est obtenu avec un coût d'investissement de 131085000 FCFA et un besoin en fonds de roulement de quarante-sept millions soixante-dix-huit mille trois cent trente-trois (47078333) FCFA.

**Echéancier financier** : Après l'établissement de l'échéancier du flux financier annexé, il est ressorti en année de croisière 194600000 FCFA pour les recettes et 101985666,7 FCFA pour les dépenses.

Partant de ce constat, l'avantage est constaté par les flux financiers qui sont excédentaires dès la première année des activités ; pour un montant de 43273333,33 FCFA.

**La rentabilité du projet sans tenir compte le financement** : concernant sa valeur actuelle nette de 20%, elle est de **446880199,7** et ce qui permet d'obtenir un taux de rentabilité interne de 53%. Donc le projet est rentable.

Pour ce qui est du délai de récupération du capital investi, il est effectif en deux ans un mois et vingt-cinq jours et le financement requis pour ce projet est de deux ans au minimum.

Le rendement de l'unité monétaire investie est estimé à cinq (5). Ce qui signifie que chaque Franc investi rapporte 5 d'unité monétaire.

Le risque financier du projet égal à  $3/9 = 0.33$  montre que le projet est faiblement risqué.

Donc globalement au point de vue de l'étude sommaire, le projet est rentable après l'analyse des critères de rentabilité regroupé dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 12 : Indicateur de la rentabilité du projet**

<b>VAN à 20%</b>	<b>446880199,7</b>
<b>TRI</b>	<b>53%</b>
<b>DRCI</b>	<b>2 ans 1mois et 25 jours</b>
<b>RUMI</b>	<b>5</b>
<b>RISQUE DU PROJET</b>	<b>0,33</b>

Source : Nous-même

### 3.6.2. Analyse financière détaillée

En considérant le financement dans cette partie, il est utile de revenir sur le besoin en financement, le résultat prévisionnel, la trésorerie et la rentabilité définitive du projet.

- **Besoin en financement du projet**

Le projet sera financé sur fonds propres et sur emprunt bancaire. La solution retenue avec le partenaire bancaire de la place proposant le meilleur taux et dans les meilleures conditions Suivantes :

**Tableau 13 : Schéma de financement**

<b>Coût du projet</b>	<b>178163333,33</b>
Coût d'emprunt	106898000
Capitaux propre	71265333,33
Interêt	10%
Durée	8
Différé	2
Annuité	24544569,75

Source : Nous-même

Par rapport à ces conditions, la durée du remboursement de l'emprunt revient à six ans et le remboursement se fera par annuité constante et un intérêt progressif.

- **Résultat prévisionnel**

Le résultat reste positif sur toute la durée de vie du projet et varie entre **884073,67** FCFA à **26621266** F CFA. La capacité d'autofinancement se traduit par la capacité de l'entreprise à s'autofinancer, de rembourser ses dettes et de faire face à ses engagements. La capacité d'autofinancement est positive. Elle est la somme de l'addition entre le résultat net et la dotation d'amortissement du matériel.

La capacité d'autofinancement de l'entreprise en année de croisière est **25824998,33** FCFA. Ce résultat positif rassurera l'associé à honorer leur engagement en plaçant leurs capitaux aux besoins de financement du projet comme investissement.

- **Trésorerie**

A l'exception de la première année où il est enregistré un solde négatif de -18810333,7 dans le tableau des équilibres ressources - emplois, le solde annuel de trésorerie de l'entreprise reste liquide sur toute la durée de la vie du projet. Ainsi, le remboursement de la dette, le versement des dividendes et le fonctionnement de l'entreprise sont tous rassurés par le résultat obtenu.

- **La rentabilité définitive du projet**

A un taux moins pondéré de 12%, le projet reste rentable qu'il soit pour les actionnaires que pour le capital investi. Les deux tableaux suivants illustrent bien ce résultat :

**Tableau 14 : La rentabilité au point de vu des actionnaires**

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Flux des actionnaires	-77011333,33	88407,36667	740833,1667	1124241,79	1785020,31	2619420,89	2618249,24	2665191,23	219600763
VAN 12%	18304293,78								
TRI	15%								

**Tableau 15 : La rentabilité du capital investi**

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Coefficient	1	1,03	1,1025	1,259712	1,4641	1,76234168	1,76234168	1,76234168	1,76234168
Flux net annuel	-145000000	43273333,33	92614333,33	102120000	102120000	102120000	90120000	92120000	174315000
Flux net investi	-145000000	44571533,33	102107302,5	128641789	149513892	179970333	158822232	162346916	307202591
Flux des impôts		476039,6667	3989101,667	6053609,65	9611647,82	14104574	14098265,1	14351029,7	14334527,9
Flux net investi	-145000000	44095493,67	98118200,83	122588180	139902244	165865759	144723967	147995886	292868063
<b>VAN</b>	<b>501425129,1</b>								
<b>TRI</b>	<b>63%</b>								

## **Chapitre 4 : IMPACT ECONOMIQUE ET GESTION DES RISQUES**

### **4.1. Impact économique du projet**

L'objectif de l'analyse économique est d'apprécier la rentabilité d'un projet au niveau de la collectivité nationale. Elle vise à qualifier concrètement l'insertion du projet dans l'économie nationale ou dans un secteur de l'économie nationale. Elle met l'accent sur le problème d'équité et d'efficience dans la distribution du revenu. Il y'a deux (2) grandes méthodes : la méthode des prix de références et la méthode des effets.

L'analyse économique se limitera seulement du point de vue des effets pour ce cas spécifique de projet de création d'emploi, la redistribution des revenus et sur la fiscalité du pays.

Les effets du projet seront répartis comme suit :

#### ***Au niveau de l'Etat***

- A travers le paiement des impôts et taxe, le projet contribue au développement de la fiscalité du pays.
- Le présent projet aura pour impact positif sur le plan économique de l'Etat à travers la création de nouveaux emplois dans la zone.
- Il est primordial pour l'Etat de voir comment rationaliser au mieux les structures d'appui aux projets dans le pays car nombreuses sont celles dont l'efficacité n'est pas démontrée.
- L'Etat gagnera également à savoir comment optimiser le taux de consommation des ressources financières dans le cadre programme bilatéral et multilatéral.
- La mise en place d'un système de suivi continu afin d'apprécier les contraintes et de dégager des solutions pour une grande célérité de l'élaboration de mise en œuvre des projets surtout au Sénégal.
- Une politique de subvention doit être envisagée en vue d'atténuer au niveau local l'impact des fluctuations des cours des matières premières et leurs répercussions sur le bien être des consommateurs et tous les acteurs de la chaîne de production.
- Adopter des mesures fiscales favorables aux importations des intrants destinés à la production des huiles d'arachide.
- Mettre en place un dispositif de veille et de suivi des cours en vue de prévenir et d'anticiper les fluctuations des cours des intrants sur le marché mondial.

- Promouvoir des produits et intrants locaux souvent substituables aux produits importés.

### ***Au niveau de promoteurs***

En tenant compte d'un certain nombre de tendances lourdes qui menacent le secteur de la production d'huile d'arachide raffinée dont nous pouvons retenir entre autres :

- La hausse fréquente des coûts des intrants qui affectent considérablement la production
- Absence des centres de formations aux métiers de l'industrie.

Recommandation à l'égard des promoteurs souhaitant se lancer d'un projet de création d'une huilerie :

- Disposition de compétences techniques réelles et une expérience confirmée dans le secteur de la transformation de l'huile d'arachide et en particulier d'une huilerie.
- La mise en place d'une part, d'un dispositif de proximité qui l'accompagnerait tout au long de l'exécution du projet et d'autre part d'avoir une arme de sécurité qui lui permettrait de faire face à des adversités étrangères telles que le surenchérissement du coût des intrants.
- Analyser de façon précise la quantité et la qualité des besoins de l'huile de la population cible. Ce qui devrait lui permettre d'éclairer le choix de production et de réduire éventuellement le taux de non vendus
- Une politique d'approvisionnement et de gestion des stocks assez rigoureuse afin d'éviter les ruptures des stocks parfois très coûteuses.
- Définir une politique de commercialisation parfaite mais aussi un circuit de distribution irréprochable.

## **4.2. Management des risques du projet**

Un projet est avant tout le fruit d'une imagination humaine. L'homme imagine et projette dans le temps la réalisation matérielle d'une idée. Mais le passage de l'idée au résultat en transitant par l'action, ne se fait pas sans peine ni dérapage. Ces derniers sont la plupart du temps considérés comme le risque du projet qui fait référence à la probabilité que le hasard de la vie nous place devant des éventualités que nous n'apprécions pas. Mais la nature du risque est très variable selon la spécificité du projet.

Ainsi, dans le cadre de notre projet, nous cherchons à identifier les risques auxquels les différentes parties prenantes au projet pourront être confrontées afin de prendre des mesures de précaution pour une meilleure gestion.

#### **4.2.1. Les risques liés au projet**

- Le financement est un risque majeur lié au projet d'investissement privé. Le degré de ces risques sont déterminés par la solvabilité de l'emprunteur et la rentabilité de son projet.
- La gestion des charges d'exploitations et financières jusqu'à l'année de croisière.

#### **4.2.2. Les risques liés aux personnels**

Le management des ressources humaines est capital dans le succès d'un projet. Les risques liés au personnel, peuvent faire apparaître une démotivation, de conflit pouvant entraîner des grèves ou retarder les activités de l'entreprise.

Par ailleurs, la qualité des ressources humaines constitue un facteur clé de succès de l'activité. L'insuffisance de celles-ci peut entraîner l'échec du projet. C'est pourquoi une bonne politique serait mise en place pour sélectionner le personnel. Selon un proverbe anglais, « il n'y a pas de mauvais étudiants, il n'y a que de mauvais professeurs. » Ceci s'applique également au monde de l'entreprise. Il n'y a pas de mauvais employés, seulement de mauvais managers.

#### **4.2.3. Elaboration de stratégies pour gérer les risques**

Pour chaque risque, déterminer les stratégies de gestion du risque les plus appropriées :

- **Évitement du risque** : Cesser d'offrir le service ou de faire l'activité parce que le risque est trop important.
- **Acceptation du risque** : Étant donné que certaines activités découlent de la mission même de l'organisation, celle-ci choisit d'accepter le risque.
- **Réduction du risque** : Modifier l'activité afin de réduire la probabilité que le risque se concrétise ou de diminuer la gravité des conséquences. Les politiques et les procédures sont une composante importante de cette stratégie de gestion du risque, car elles communiquent les attentes et définissent des frontières en mettant en place un manuel de procédure afin de gérer l'entreprise.

- **Transfert ou partage du risque :** Souscrit à une assurance ou transfère le risque à une autre organisation en signant avec elle une entente contractuelle afin de partager le risque.
- **Les risques liés au projet :** ils sont de plusieurs ordres parmi lesquels on peut noter la rupture de la matière première liée aux aléas du climat ou bien à la concurrence déloyale du marché marquée par la présence des chinois ou des turcs pour l'importation des arachides. En outre, le manque d'intrants ou la non disponibilité en temps des intrants agricoles pour les producteurs constituent un frein pour la rentabilité de la production.

Et enfin, l'arachide est un produit périssable, son stockage demande de produits chimiques aussi importants car la production est annuelle et par conséquent pour une fourniture continue de la semi industrie, il faut un bon stockage de la ressource.

Pour pallier à ses contraintes, il faut que la structure prenne des mesures préventives entre autres la culture de l'arachide hors saison avec le phénomène du goutte-à-goutte en plus de celle de la culture de saison. Il faut en outre, avoir un financement consistant pour l'achat et un bon stockage de la ressource. Pour cela, il lui faut des magasins de stockage adaptés pour pallier aux ruptures de stock pendant la saison des pluies.

Il faut aussi une réglementation de la vente de l'arachide dans le pays par une homologation du prix pour une compétitivité nationale et internationale de l'huile d'arachide raffinée.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **CONCLUSION GENERALE**

Nous retiendrons, en guise de conclusion, que la création d'une semi industrie d'huile d'arachide raffinée, objet de notre étude participe au développement du dit secteur car le projet est rentable sur le plan économique, financier et social.

Dans un élan de croissance économique, la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes au Sénégal, est le levier essentiel du dossier de stratégie de lutte contre la pauvreté et de la croissance accélérée. Mais également cette étude permet surtout d'orienter les futurs investisseurs du même secteur de mettre en évidence les facteurs clés de succès et d'échecs de ce secteur.

Cette étude nous a permis d'appliquer nos connaissances en gestion de projet et surtout de travailler sur une idée de projet que nous avons depuis longtemps en tête. Aussi est-il important de rappeler que la démarche utilisée dans le cadre de cette étude qui intègre parfaitement les règles et méthodes des sciences de gestion de projet, en particulier de l'étude de faisabilité de projet.

Les résultats auxquels l'étude a abouti montrent que le projet de création d'une entreprise de production de l'huile peut être très rentable dans les conditions actuelles de l'environnement socio-économique du Sénégal lorsqu'il est bien conçu. Par ailleurs, la faisabilité du projet a permis la mise en exergue des aspects importants :

- la nécessité d'avoir un fond de roulement considérable sur le plan financier ;
- le besoin d'identifier les cibles potentielles et de pratiquer un marketing mix de qualité,
- l'importance de définir des exigences telles que la motivation, le travail en équipe, la qualification, et le respect des engagements ;
- enfin, la capacité managériale de l'équipe à atteindre les objectifs fixés.

Sur le plan socio-économique, le projet contribue à la politique de l'Etat de faire du secteur des PME le moteur de la croissance économique, en vue de réduire la pauvreté. Le projet contribue également à :

- l'amélioration de la situation économique du promoteur grâce aux revenus générés par le projet ;
- la création d'emplois ;
- l'amélioration des finances publiques grâce aux impôts et taxes versés par le projet.

Si nous considérons ces différentes contributions, le projet pourrait bénéficier des incitations de soutien et d'accompagnement que l'Etat et les partenaires au développement ont mis à la disposition des promoteurs de projets productifs.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**BIBLIOGRAPHIE**

## Ouvrages généraux

- **Bridier et Michailof S.**, guide pratique analyse de projet, économiques, 1995, 340p
- **Christian Bruyat**, Création d'entreprise : « contributions épistémologiques et modélisation » 1993, 433p
- **Robert Papin**, Stratégie pour la création d'entreprise, 2006, 734p
- **Washington DC : World Bank. Carrère, R**, Le palmier à huile en Afrique : le passé, le présent et le futur. 2011, 69 p.

## Revue, Rapports, Bulletins et Magazines

- **BA Cheikh Oumar, DIAGANA Bocar et al**, « Changements structurels des économies rurales dans la mondialisation Programme Rural Struc - Phase II », IPAR ASPRODEB, 2009.
- **BOCCANFUSO Dorothée, CABLAL François Joseph et SAVARD Luc**, « Une analyse préliminaire d'impacts de la libéralisation de la filière arachide au Sénégal : un modèle d'équilibre général calculable multi-ménages », Avril 2004 WorkingPaper 04-06
- **DIEME A.** 2010, « Rapport Evolution de la politique semencière au Sénégal », Direction des semences.
- **DIOP A.B.**, 1992 « Les paysans du bassin arachidier : Conditions de vie et comportements de survie », UCAD/ IFAN.
- **Jeune Afrique** : Arachide, la stratégie SUNEEOR du 16 juillet 2007 à 15h 37 écrit par Frédéric Maury.
- **KANE A.et P. DIMANCHE**, « Filière arachide de bouche du Sénégal : Enjeux de la maîtrise de l'aflatoxine » Actes de l'atelier international, Montpellier, France, 11-13 décembre 2000.
- **MANE** (2008), Analyse de la production paysanne de l'arachide dans la zone centre du bassin arachidier : Détermination du cout unitaire de production.
- **Rapport de l'ANCAR** sur la production arachidière de Diourbel en 2012

## Webographie

- [https:// www. Banque mondiale.org/fr/country/sénégal/overview](https://www.Banque_mondiale.org/fr/country/sénégal/overview) consulté le 20/07/2019
- <https://le-fagace.org/fr/ country/sénégal/overview> consulté le 13/09/2019
- <https://www. agriculture.gouv.fr>. consulté le 16/07/2019 à 15h 00

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## **ANNEXES**

CESAG - BIBLIOTHEQUE

**Annexe 1 : Tableaux financiers****1. 1 . Calcul du chiffre d'affaire**

Rubriques	Quantité	Prix Unitaire
huile brute	80000	1250
huile raffinée	70000	1300
Tourteau	30000	120

Rubriques	Année1	Année2
Coefficient d'activité	80%	100%
Production (huile brute)	80000000	100000000
Production (huile raffinée)	72800000	91000000
Tourteau	2880000	3600000
<b>Chiffre d'affaire(CA)</b>	<b>155680000</b>	<b>194600000</b>

**2. Tableau des dépenses d'exploitation**

Rubriques	Année1	Année2
Achat matières premières importées	18400000	23000000
Achat matières premières locales	9600000	12000000
Energie	6400000	8000000
Combustibles	4000000	5000000
Frais généraux	7200000	9000000
Salaires	21984000	27480000
Maintenance	2000000	2000000
Mise en bouteilles	800000	1000000
Transport et déplacements	4000000	5000000
		92480000

**3. Tableau de la valeur résiduelle**

Rubrique	Durée	VO	A.Renov	VR
Non valeurs	3	3000000		0
Terrain		3000000		3000000
Bâtiments, bureaux	20	17000000		10200000
Matériel d'exploitation	8	86085000		0
Véhicules	5	12000000	6	4800000
Matériel et outillage	6	10000000	7	6666666,67
<b>Total</b>				<b>24666666,7</b>

**4. Tableau des besoins en fonds de roulement (BFR)**

Rubrique	Durée en mois	VO	Année1	Année2
Achat matières premières importées	6	23000000	9200000	11500000
Achat matières premières locales	4	12000000	3200000	4000000
Combustibles	2	5000000	666666,6667	833333,33
Salaires	3	27480000	5496000	6870000
Maintenance	2	2000000	333333,3333	333333,333
Crédit client	1,5	194600000	19460000	24325000
<b>S/T des besoins</b>			38289333,33	<b>47861666,7</b>
Facilité				
Crédit fournisseurs	2	2000000	266666,6667	333333,33
Besoin net			38022666,67	<b>47528333,33</b>
<b>Dotation en Fonds de Roulement</b>			<b>38022666,67</b>	<b>9505666,67</b>

## 5. Echancier des flux financiers

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Non valeurs	3000000								
Terrain	3000000								
Bâtiments, bureaux	17000000								
Matériel d'exploitation	100000000								
Véhicules	12000000						12000000		
Matériel et outillage	10000000							10000000	
<b>S/T inves &amp; Renouv</b>	<b>145000000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12000000</b>	<b>10000000</b>	<b>0</b>
<b>Dotation en fonds de roulement</b>		38022666,67	9505666,67						
<b>Dépenses d'exploitation</b>									
Achat matières premières importées		18400000	23000000	23000000	23000000	23000000	23000000	23000000	23000000
Achat matières premières locales		9600000	12000000	12000000	12000000	12000000	12000000	12000000	12000000
Energie		6400000	8000000	8000000	8000000	8000000	8000000	8000000	8000000
Combustibles		4000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000
Frais généraux		7200000	9000000	9000000	9000000	9000000	9000000	9000000	9000000
Salaires		21984000	27480000	27480000	27480000	27480000	27480000	27480000	27480000
Maintenance		2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000
Mise en bouteilles		800000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
Transport et déplacements		4000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000
<b>S/T Des dépenses</b>		<b>74384000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>
<b>Total inves&amp;Renouv+DFR+DE</b>	<b>145000000</b>	<b>112406666,7</b>	<b>101985666,7</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>92480000</b>	<b>104480000</b>	<b>102480000</b>	<b>92480000</b>
Recettes d'exploitation									
Chiffre d'affaire		155680000	194600000	194600000	194600000	194600000	194600000	194600000	194600000
Reprise de FDR									47528333,33
Valeur résiduelle									24666666,7
<b>Total desrecettes d'exploitation</b>		<b>155680000</b>	<b>194600000</b>	<b>194600000</b>	<b>194600000</b>	<b>194600000</b>	<b>194600000</b>	<b>194600000</b>	<b>266795000</b>
Flux Financier annuel FFA	-145000000	43273333,33	92614333,33	102120000	102120000	102120000	90120000	92120000	174315000
FFA Cumulé	-145000000	-101726666,7	-9112333,333	93007666,7	195127667	297247667	387367667	479487667	653802667
<b>VAN 20%</b>	<b>44688019971%</b>								
<b>TRI</b>	<b>53%</b>								

## 6. RUMI

Recettes d'exploitation	1561545000
Dépenses d'exploitation	721744000
total inves & renouv	153085000
<b>RUMI</b>	<b>5,485847732</b>

## 7. Tableau d'amortissement

Rubrique	VO	Durée	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8	VR
			1	2	3	4	5	6	7	8	
Taux d'inflation			3%	5%	8%	10%	12%				
Coefficient d'inflation			1,03	1,10	1,26	1,46	1,76	1,76	1,76	1,76	
Non valeurs	3000000	3	1000000	1000000	1000000						
Terrain	3000000	0									3000000
Bâtiments, bureaux	17000000	20	850000	850000	850000	850000	850000	850000	850000	850000	10200000
Matériel d'exploitation	86085000	8	10760625	10760625	10760625	10760625	10760625	10760625	10760625	10760625	0
Véhicules	12000000	5	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	4229620,04	4229620,04	4229620,04	8459240,08
Matériel et outillage	10000000	6	1666666,667	1666666,67	1666666,67	1666666,67	1666666,67	1666666,67	2937236,14	5176413,68	20705654,7
Dotation aux amortissements			<b>16677291,67</b>	<b>16677291,7</b>	<b>16677291,7</b>	<b>15677291,7</b>	<b>15677291,7</b>	<b>17506911,7</b>	<b>18777481,2</b>	<b>21016658,7</b>	<b>42364894,8</b>

## 8. Schéma de financement

<b>Coût du projet</b>	<b>178163333,33</b>
Coût d'emprunt	106898000
Capitaux propre	71265333,33
Interêt	10%
Durée	8
Differé	2
Annuité	24544569,75

## 9. Tableau d'amortissement d'emprunt

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Capital restant dû CRD	106898000	106898000	106898000	106898000	93043230,3	77802983,5	61038712,1	42598013,6	22313245,2
Interêt		10689800	10689800	10689800	9304323,03	7780298,35	6103871,21	4259801,36	2231324,52
Remboursement principal				13854769,7	15240246,7	16764271,4	18440698,5	20284768,4	22313245,2
Annuité				24544569,7	24544569,7	24544569,7	24544569,7	24544569,7	24544569,7

**10. Compte de résultat prévisionnel**

Rubrique	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Achat matières premières importées	18400000	23000000	23000000	23000000	23000000	23000000	23000000	23000000
Achat matières premières locales	9600000	12000000	12000000	12000000	12000000	12000000	12000000	12000000
Energie	6400000	8000000	8000000	8000000	8000000	8000000	8000000	8000000
Combustibles	4000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000
Frais généraux	7200000	9000000	9000000	9000000	9000000	9000000	9000000	9000000
Maintenance	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000
Mise en bouteilles	800000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
Transport et déplacements	4000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000
aleur ajouté	52400000	65000000	65000000	65000000	65000000	65000000	65000000	65000000
Salaires	21984000	27480000	27480000	27480000	27480000	27480000	27480000	27480000
EBE constant	30416000	37520000	37520000	37520000	37520000	37520000	37520000	37520000
Coefficient d'inflation	1,03	1,1025	1,259712	1,4641	1,76234168	1,76234168	1,76234168	1,76234168
EBE courant	31328480	41365800	47264394,24	54933032	66123060	66123060	66123060	66123060
Dotation qux amortissements	16677291,67	16677291,67	16677291,67	15677291,7	15677291,7	17506911,7	18777481,2	21016658,7
Résultat d'exploitation	14651188,33	24688508,33	30587102,57	39255740,3	50445768,3	48616148,2	47345578,8	45106401,2
Frais financier	10689800	10689800	10689800	9304323,03	7780298,35	6103871,21	4259801,36	2231324,52
RAO	3961388,333	13998708,33	19897302,57	29951417,3	42665469,9	42512277	43085777,4	42875076,7
Impôt sur le résultat 35%	1386485,917	4899547,917	6964055,901	10482996,1	14932914,5	14879297	15080022,1	15006276,8
<b>Résultat net</b>	<b>2574902,417</b>	<b>9099160,417</b>	<b>12933246,67</b>	<b>19468421,3</b>	<b>27732555,5</b>	<b>27632980,1</b>	<b>28005755,3</b>	<b>27868799,9</b>
CAF	19252194,08	25776452,08	29610538,34	35145712,9	43409847,1	45139891,8	46783236,5	48885458,6

**11. Tableau d'équilibre ressources – emplois**

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
CAF		19252194,08	25776452,08	29610538,3	35145712,9	43409847,1	45139891,8	46783236,5	48885458,6
Coût d'emprunt	106898000								
Capitaux propre	71265333,33								
Reprise de FDR									47078333,33
Valeur résiduelle									42364894,8
S/T des ressources	178163333,3	19252194,08	25776452,08	29610538,3	35145712,9	43409847,1	45139891,8	46783236,5	138328687
Coefficient d'inflation		1,03	1,1025	1,259712	1,4641	1,76234168	1,76234168	1,76234168	1,76234168
Inves & renouv	131085000	0	0	0	0	0	21148100,2	17623416,8	0
Dotation en fonds de roulement		37662666,67	9415666,67						
Remboursement principal				13854769,7	15240246,7	16764271,4	18440698,5	20284768,4	22313245,2
Divident		257490,2417	909916,0417	1293324,67	1946842,13	2773255,55	2763298,01	2800575,53	2786879,99
S/T emplois	131085000	37920156,91	10325582,71	15148094,4	17187088,8	19537526,9	42352096,7	40708760,7	25100125,2
Solde annuel cumulé	47078333,33	-18667962,83	15450869,38	14462443,9	17958624,1	23872320,2	2787795,04	6074475,75	113228562
Trésorerie de début de l'année		47078333,33	-18667962,83	15450869,4	14462443,9	17958624,1	23872320,2	2787795,04	6074475,75
Trésorerie de fin de l'année	47078333,33	28410370,51	43861239,88	58323683,8	76282307,9	100154628	102942423	109016899	222245460

## 12. Tableaux de rentabilité définitive du projet

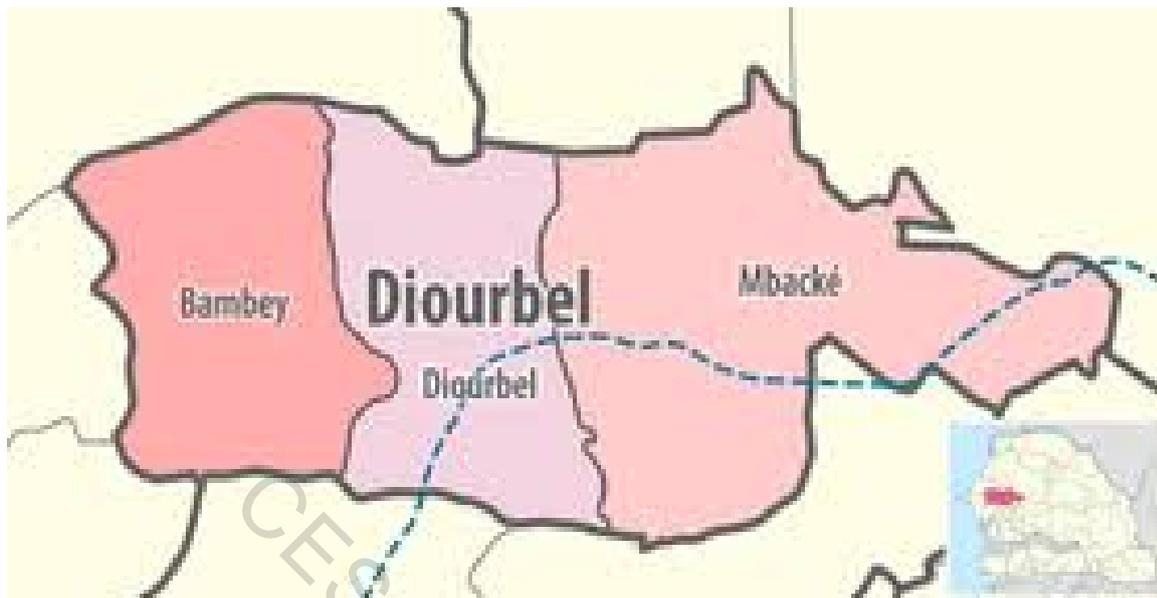
- Des actionnaires

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Flux des actionnaires	-71265333,33	257490,2417	909916,0417	1293324,67	1946842,13	2773255,55	2763298,01	2800575,53	225032340
VAN 12%	26974983,09								
TRI	17%								

- Capital investi

Rubrique	Année0	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	Année6	Année7	Année8
Coefficient	1	1,03	1,1025	1,259712	1,4641	1,76234168	1,76234168	1,76234168	1,76234168
Flux net annuel	-131085000	40753333,33	89104333,33	98520000	98520000	98520000	86520000	88520000	170265000
Flux net investi	-131085000	41975933,33	98237527,5	124106826	144243132	173625903	152477802	156002486	300065107
Flux des impôts		1386485,917	4899547,917	6964055,9	10482996,1	14932914,5	14879297	15080022,1	15006276,8
Flux net investi	-131085000	40589447,42	93337979,58	117142770	133760136	158692988	137598505	140922464	285058830
<b>VAN</b>	<b>486585933,2</b>								
<b>TRI</b>	<b>65%</b>								

## Annexe 2 : La cartographie de la région de Diourbel



**Annexe 3 : Photo d'un diagramme de fabrication**



## TABLE DES MATIERES

Dédicace .....	i
Remerciements .....	ii
Sigles et abréviations.....	iii
Liste des tableaux et figures .....	v
Sommaire .....	vi
Fiche Synoptique.....	vii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU PROJET ET ETUDE DE MARCHÉ.....	9
Chapitre 1 : PRESENTATION DU PROJET ET METHODE DE COLLECTE DE DONNEES .....	10
1.1. Quelques concepts clés liés au projet .....	10
1.1.1. Définition de la notion de projet .....	10
1.1.1.1. Les caractéristiques de projet.....	11
1.1.1.2. La gestion des projets.....	12
1.1.1.3. La démarche d'élaboration d'un projet.....	12
1.1.2. Le concept d'entrepreneuriat .....	13
1.1.2.1. Concepts de base de l'entrepreneuriat .....	13
1.1.2.2. Les différentes formes d'entrepreneuriat .....	13
1.2. Méthode de collecte des données .....	14
1.3. 13 Présentation du projet .....	15
Chapitre 2 : PRESENTATION DU PROMOTEUR ET ETUDE DE MARCHÉ .....	17
2.1. Présentation du promoteur.....	17
2.2. Etude de marché ou des besoins .....	18
2.2.1. Analyse du secteur environnemental .....	19
2.2.1.1. Analyse macro-environnementale .....	19
2.2.1.2. Analyse du microenvironnement .....	22
2.2.1.2.1. La demande .....	22
2.2.1.2.2. Analyse de l'offre .....	27
2.2.1.2.3. Analyse de la concurrence .....	30
2.2.2. Diagnostic interne .....	35
2.2.2.1. Analyse fonctionnelle .....	35
2.2.2.2. Synthèse du diagnostic interne.....	36

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE, MARKETING DU PROJET ET ETUDE FINANCIERE .....	38
Chapitre 3 : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE, DE STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE, COMMERCIALE ET LE MARKETING DU PROJET.....	40
3.1. Etude de faisabilité technique.....	40
3.2. Diagramme de fabrication .....	40
3.3. Structure organisationnelle .....	44
3.3.1. Présentation de l'entreprise.....	44
3.3.2. Organigramme de la structure.....	46
3.3.3. Tableau des compétences.....	46
3.4. Choix de la Forme Juridique .....	48
3.5. Etude de faisabilité commerciale et stratégies marketing .....	49
3.5.1. Proposition de stratégies commerciales .....	49
3.5.1.1. La segmentation du marché .....	49
3.5.1.2. Le Ciblage .....	50
3.5.1.3. Le positionnement.....	50
3.5.2. Le Marketing-mix .....	51
3.5.2.1. La politique du produit.....	51
3.5.2.2. La politique du prix.....	51
3.5.2.3. La politique de distribution.....	52
3.5.2.4. La politique de la communication.....	52
3.6. Etude financière.....	52
3.6.1. Analyse financière sommaire.....	56
3.6.2. Analyse financière détaillée.....	57
Chapitre 4 : IMPACT ECONOMIQUE ET GESTION DES RISQUES.....	59
4.1. Impact économique du projet .....	59
4.2. Management des risques du projet .....	60
4.2.1. Les risques liés au projet.....	61
4.2.2. Les risques liés aux personnels.....	61
4.2.3. Elaboration de stratégies pour gérer les risques.....	61
CONCLUSION GENERALE.....	63
BIBLIOGRAPHIE .....	66
ANNEXES .....	69
TABLE DES MATIERES .....	80