EIMPARIS

ECOLE INTERNATIONAL DE MANAGEMENT DE PARIS

PROJET DE MISE EN PLACE D'UNE BOULANGERIE/PATISSERIE A LA CITE DOUDOU BASSE (ROUTE DE SANGLAKAM)

La Nouvelle Baguette Senegalaise

Ndeye Fandiaye DIAO

MBA en management des Organisations Souples et Innovantes

EIMP ECOLE INTERNATIONALE DE MANAGEMENT DE PARIS

Intitulé du projet

PROJET DE MISE EN PLACE D'UNE BOULANGERIE/PATISSERIE

Raison sociale : La Nouvelle Baguette Sénégalaise

<u>Adresse</u>: Cité Doudou BASSE NIAKHIRATE (Route de Sangalkam)

Promotrice:

Ndeye Fandiaye DIAO
Adresse: Dakar Cité Marine n°74 Nord Foire

I. Résumé Opérationnel

A. Nature et objet du projet

Le projet consiste à mettre sur pied une boulangerie pâtisserie industrielle. Notre activité constitue en la production de baguette de pain de qualité destiné à la consommation. Dans ce contexte il s'agit d'une création d'entreprise. La promotrice projette de travailler seule. L'idée qui m'a incité à mettre sur pied une unité de boulangerie industrielle est de contribuer à la réduction du taux de chômage par la création de l'emploi et de la valeur ajoutée.

L'idée m'est venue après échanges avec des amis et parents proches, j'ai décidé de venir investir dans mon pays natal le Sénégal après plusieurs années passées à l'étranger.

Les atouts de cette innovation résident dans le fait lors de mes plusieurs déplacements, j'ai pu constater de la qualité du pain distribué en Europe plus particulièrement en France. L'envie de faire bénéficier à mon pays ce processus de production qui répond aux normes de qualité constitue un atout majeur.

Mon secteur d'activité est celui de la boulangerie consistant à fabriquer des baguettes de pain de qualité. Les facteurs qui le rendent attractif sont nombreux, l'usage du pain quotidiennement par les populations, les restauratrices, une consommation en masse de ce produit ;

Le siège de mon entreprise se trouve à la Cité Doudou BASSE NIAKHIRATE sur la ROUTE DE SANGALKAM. Le choix de ce site n'est pas fortuit. Cette localité reçoit aujourd'hui des vagues humaines qui viennent s'installer définitivement. Plus précisément à la Cité Doudou Bass une zone qui n'a pas de boulangerie et ses habitants sont obligés d'attendre le distributeur établit dans une autre localité leur servir ce produit précieux pour ses habitants.

B. <u>Présentation de l'offre de produits ou services</u>

L'offre locale des produits tourne fondamentalement au tour de deux type de pains, tous deux aux prix officiels fixés par l'Etat, la baguette de 140 gram au prix de 100 f et la baguette de 210 grammes au prix de 150 FCFA

De ces deux produits environ 95% de la production est occupé par la baguette de 210 grammes. Il existe cependant d'autres caractéristiques de pain, les pains de 105 grammes et de 70 grammes, production très limitée et marginale et plus rarement d'autres pains de différentes compositions, formes tailles, tout étant à des prix de libre marché.

Le produit n'est pas cependant protégé mais il faudra au préalable obtenir une licence d'exploitation délivrée par les autorités compétentes.

Le produit correspond à un besoin non couvert par le marché. Vu la population importante qui habite cette zone et l'absence de boulangerie pouvant leur servir en quantité et en qualité mon produit vient répondre aux attentes des populations locales. Le client paiera le prix du produit acheté. Cependant nous pouvons offrir à nos clients la possibilité d'avoir des abonnements mensuels.

C. Description du marché

Le chiffre d'affaire annuel consolidé par les boulangeries est estimé à 162 milliards

De plus les dispositions du code d'investissement du pays sont très favorables à ce type de projet.

Elles prévoient des avantages dégressifs pendant les trois premières années (exonération de 75% : 50% et 25% des droits et impôts relatifs à l'entrée dans le pays et du matériel indispensable à l'investissement comme les besoins d'équipement, les véhicules ou encore les matériaux de construction dès lors qu'ils ne sont pas fabriqués au Sénégal

Au Sénégal le pain est consommé principalement le matin pour le petit déjeuner par la quasi-totalité des foyers du pays, à raison d'une baguette de 210grammes pour 3 personnes en moyenne.

Compte tenu qu'un foyer moyen compte 15 membres (sources : DSP/ESAM/2010-2012), cela signifie que, chaque foyer consomme au pied déjeuner 5 baguettes par jour. Dans les centres urbains au moins un foyer sur 10 consomme également entre 3 à 5 baguettes par jour.

Les principaux clients sont les ménages, les restaurants, les hôtels etc.

Le marché est en évolution, une évolution jugée positive aux yeux des professionnels du secteur. Cependant avec les cours mondiaux qui changent de temps en temps, certains boulangers estiment que cela constitue un handicap à leur activité, mais ils sont tous unanimes que l'activité est très attrayante.

Nous visons 50% des parts de marchés. Ceci parait utopique, mais, nous allons y atteler pour atteindre cet objectif. Les concurrents directs de l'entreprise sont les boulangeries des zones environnantes, les concurrents indirects sont les revendeurs des points de ventes. Ils achètent les produits chez les boulangers et les revendent moyennant un bénéfice.

Les avantages de différenciations avec la concurrence sont la qualité et l'hygiène. La qualité de nos produits est notre crédo, l'hygiène nous y tenons car c'est l'élément primordial.

Le projet est en phase d'étude de faisabilité.

Nous comptons s'appuyer sur les distributeurs qui livreront directement les baguettes de pain aux ménages. Chaque matin à une heure précise, le distributeur fera le tour des maisons pour livrer le pain aux consommateurs

C. Description de l'équipe dirigeante

Fonction	Mission			
Directeur	Il définit la politique de l'entreprise			
Responsable technique	Il assure la production			
Comptable financier	Il assure la gestion financière			
Ouvriers	Ils s'occupent de production			
Techniciens de surfaces	Ils veillent à la propreté des lieux			
Chauffeur	Il joue le rôle de distributeur			
Commerciaux	S'occupent de la livraison des			
	produits vers les ménages			

D. Financement

Besoins		
Budget d'investissement	37 950 187	
BFR sur 3mois	11 490 500	
Total besoins	49 440 687	
Ressources		
Apports personnel	9 888 137	
Capitaux empruntés	39 552 550	
Total ressources	49 440 687	
Ecart	0	

Le besoin de financement global est de 49 440 687 FCFA

Le montant des fonds recherchés est de 39 552 550 FCFA

Le chiffre d'affaire, le cash flow, et le bénéfice évoluent à hauteur de 2% à partir de la 2ème année d'exercice.

Le mode de sortie de l'investisseur est la collecte des intérêts

II. Présentation de l'offre de produits et/ou services

A. Nature de l'offre





Les produits qui sont proposés à nos clients sont les suivantes :

- Baguettes de pain
- Croissant beurre 350
- Levure, farine, sucre
- Croissant chocolat 400
- Ingrédients : sel, sucre, lait, beurre, farine, chocolat.
- Croissant eau amande 400

Les avantages compétitifs de nos produits par rapport à la concurrence sont l'hygiène, la qualité, la disponibilité, la flexibilité.

Notre offre s'insère dans la vie quotidienne de nos clients. La consommation du pain est journalière. Beaucoup de nos clients ne peuvent pas se passer de ce produit. Ils en achètent tous les jours et à des heures différents, le matin pour le petit déjeuner et le soir pour le diner

B. Stade de développement du projet

Le projet est en phase d'étude de faisabilité. Nous espérons dans les plus brefs délais mettre sur pied cette entreprise.

Nous comptons vendre 2000 unités de baguette de pain. Pour la pâtisserie nous comptons commercialiser 200 unités par jour. Ce qui nous amènera à 30 000 unités de baguettes pain.

Nous pouvons atteindre 50% des parts de marché. Les clients clés pour la réussite de notre entreprise sont les ménages, les particuliers (restauratrices, hôteliers)

C. Prix

Le client paie le prix du produit acheté. Ceci étant nous leurs offrons la possibilité de s'abonner mensuellement par le paiement d'un acompte. Nous n'offrons pas de service après vente, nous nous limitons à la fabrication et à la commercialisation. Les prix du baquette de pain est fixé par l'Etat soit 150F la baguette. Les produits de la pâtisserie sont fixés librement par l'entreprise.

Le prix de la baguette de 210 grammes est actuellement réglementé à 150 FCFA, par conséquent ce sera le prix au consommateur final dans les différents points de ventes.

III. Marché - Environnement concurrentiel

A. Nature du marché

✓ Analyse de la macro environnement

En termes de tendances lourdes, le Sénégal apparait comme un pays africain stable, démocratique, stable au niveau monétaire de par son appartenance à l'UEMOA, et dispose d'une main d'œuvre et d'un cadre institutionnel favorable au développement des affaires. Cependant il s'agit également d'un pays considéré comme un Pays Moyen Avancé (PMA) de par sa 144éme place dans l'indice de Développement Humain/ IDH (Sources : rapport 2010 du PNUD consacré à l'IDH. D'un point de vue socio culturel et politique il s'agit d'un pays multiethnique, avec une population majoritairement urbaine, jeune et considéré comme le pays de l'Afrique de l'Ouest le plus stable politiquement

Nous allons vendre nos produits aux ménages, aux particuliers (restauratrices, hôteliers). Selon les données de la consommation moyenne 100 000 baguettes de pain par jour, soit un marché réel estimé en termes de baguettes de pains

Au moins sinon plus de soixante-dix (70 000) baguettes de pains par jour.

La fréquence et les périodes de grands achats :

Le pain s'achète et se consomme tous les jours et à toutes les périodes de l'année. Les périodes de grands achats sont : les cérémonies de mariage, les fêtes religieuses de Tabaski de korité.

Pour le cas spécifique du projet une segmentation géographique des consommateurs amène le projet à se concentrer sur la ville entière étant bien entendue que dans l'avenir il est prévu de développer le projet dans d'autres différents segments de marché. Il existe un marché rentable pour la commercialisation de nos produits. Le marché en valeur est de 192 milliards de franc.

B. Clientèle

La clientèle cible pour la réussite de notre entreprise sont les ménages. Celles-ci sont de grands consommateurs de pain et des produits de la pâtisserie. En moyennant certains ménages consomment 3 à 5 baguettes de pain la journée. Ce qui constitue une quantité importante vue la taille de la population dans la cité.

Nous avons choisi cette cible parce qu'ils sont les principaux concernés, leurs habitudes alimentaires consistent à prendre quotidiennement le pain pour le petit déjeuner et le soir pour le diner. Les ménages recherchent la qualité et l'hygiène dans les produits qu'ils consomment.

C'est une cible facile à conquérir. Ce qui renforcera nos liens avec celles-ci. L'intérêt de notre offre pour les ménages est qu'ils peuvent s'approvisionner en quantité et en qualité auprès de notre boulangerie si le désir se fait sentir.

C. Concurrence

Dans la Cité Doudou BASS NIAKHIRATE (Route de SANGALKAM) il n'existe pas de boulangerie. Néanmoins la demande est très forte et le secteur est toujours intéressant. Le principal avantage comparatif qu'offre les produits issus du projet est qu'ils auront d'une part , un standard de qualité et à grande valeur alimentaire, bien supérieur à celui du reste des concurrents avec des conditions d'hygiènes et sanitaires de fabrication et de distribution correctes et d'autres part la création de points de ventes qui offriront de meilleures conditions de vente et un meilleur service

Ainsi en tant que concurrent potentiel il n'est pas à exclure, l'apparition de nouveaux concurrents aux caractéristiques similaires dans le secteur, néanmoins la capacité de satisfaction de la demande du projet pourra contribuer à créer des barrières d'entrée pour de possibles concurrents

Menace des produits de substituions

Le pain appartient au patrimoine national du pays ; il s'agit d'un produit nécessité difficile à substituer. En effet il est inimaginable de penser que la population cessera de consommer du pain

D. Points forts et faibles

Il y'a pas de contraintes d'accès au marché. Seulement l'accès au financement continue un frein pour les nouveaux promoteurs.

De l'analyse des forces du projet selon MICHAEL PORTER et des opportunités du microenvironnement se dégagent les facteurs clés de succès suivants pour que la réussite de notre projet soit effective

Un avantage comparatif des produits issus de nos unités par rapport à la concurrence ;

Une capacité d'innovation et de production supérieure mais surtout un rapport qualité prix bien meilleur

Une stabilité politique du pays garantie ;

L'analyse de ces facteurs de clés de succès met en évidence le faible risque lié au projet d'autant plus que la probabilité de les voir se réaliser est élevée. L'activité n'est pas saisonnière

IV. Stratégie commerciale et Plan d'actions

IV-1 Stratégie commerciale

A – Stratégie de prix des produits ou services

La stratégie marketing sera les 4 p de mix marketing : la politique produit, la politique prix, la politique place (distribution), la politique promotion (communication).

La politique produit

Le projet ne produira uniquement que le pain de deux cent dix 210 grammes qui mesure 75 et 80 centimètres sous la marque « mburu » ce type de pain qui représente actuellement environ 95% de la production de la ville et donc le plus prisé sera connu pour sa grande valeur alimentaire

La politique de prix

Le prix de la baguette de 210 grammes est actuellement réglementé à 150 FCFA, par conséquent ce sera le prix au consommateur final dans les différents points de ventes.

La politique de distribution

Un réseau de 10 points de vente sera crée dans la ville de KEUR MASSAR pour réaliser la distribution de la production. Une attention particulière sera accordée aux restaurants, supérettes et hôtels de **la place**.

La politique de communication

Le projet s'appuiera sur la masse média pour véhiculer l'image des produits et des services issus du projet. Étant donné la qualité du pain, l'effet du bouche à oreille contribuera à accentuer cette image de marque.

B -Stratégie de communication et de prospection

Actions de pub et de	<u>Supports</u>	<u>Nombres</u>	<u>Périodes</u>
<u>promo</u>			
Porte à porte	De bouche en oreille	6	Fêtes
Spots publicitaires	Bande FM	<u>17</u>	
Flyers	Papier	1000	Vacances
Affiches	PapierA3	250	
Annonces	Bandes FM	<u>10</u>	
Sponsoring			

Comme le montre le tableau pour faire connaître notre boulangerie nous prévoyons une campagne de publicité, d'affichage, d'annonces, de distribution de flyers dans tout le territoire.

Le bénéfice sur lequel nous allons baser notre communication et prospection proviendra de nos services.

Comme nous ne disposons pas de grands moyens nous ferons notre propre prospection pour économiser les frais.

C-Stratégie de distribution

La distribution sera réalisée à partir de 06 heures du matin en raison des heures de point et chargement des caisses de pains deux heures plutôt soit à 04heures du matin sur 360 jours

Besoins en inputs et autres moyens

Les inputs, nécessaires pour produire la baguette de pain de 210 grammes sont la farine, l'eau, la levure, le sel et l'améliorateur

IV-2 Plan d'actions

Action	SEPT	ОСТ	NOV	DEC	JAN	FEV	MAR	AVRI	MAI	JUIN
Etude de projet	✓									
Finalisation du business plan	✓									
Recherche de financement	√	✓	✓	√						
Signature de protocole					√					
Aménagement du local					✓					
Acquisition des équipements						√				
Installations des équipements						√	√			
Démarrage des activités								√	✓	
Lancement										✓

A - Moyens de production

Le système de production sera continu avec deux services (1) service de travail tournant 8 heures chacun : service 1 : heure d'entrée 8h de sortie 16h ; Service 2 : heure d'entrée 16h, heure de sortie 24h ; Service 3 : heure d'entrée 24h heure de sortie 8h

Les points suivants décrivent les principales opérations du processus de production

Réception de la matière première

La réception des ingrédients sera faite suivant le schéma suivant :

Etape 1 les sacs de farines sont chargés du camion à l'entrepôt au moyen d'un convoyeur. La température de l'entrepôt sera contrôlée et ne dépassera pas les 25°C de sorte à garantir les conditions optimales de conservation.

Etape 2 les caisses de levure sont déchargées du camion et stockées dans une chambre froide pour garantir son efficacité

Etape 3 les sacs de sel et d'améliorateur du pain sont stockés dans le mm entrepôt et à mm température que la farine

Etape 4 l'eau de panification pour aider à la cuisson doit être potable et à température constante de 8°C sera aspecté automatiquement ou manuellement

<u>Etape 5</u> les ingrédients additionnels sont stockés dans des chambres séparées et à température contrôlée

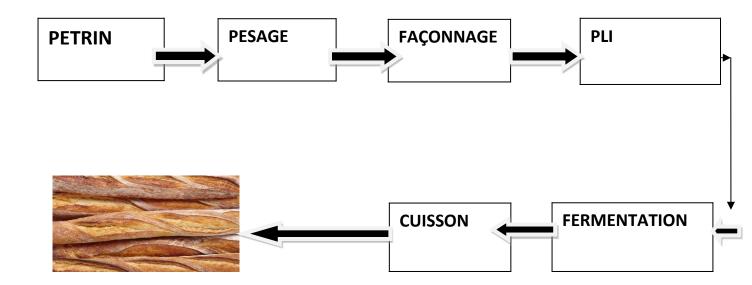
Elaboration de la baquette de pain

Le processus d'élaboration de la baguette de pain comprend les opérations suivantes :

- 1. transport de la farine de l'entrepôt au lieu de pétrissage
- 2. Pesage de la farine et mesure de l'eau
- 3. Pesage des autres ingrédients
- 4. Déversement de tous les ingrédients dans le pétrin : temps de pétrin

- approximatif, 10 à 20 minutes
- 5. Transfert de la pate à la diviseuse automatique
- 6. Pesage automatique des boules de pate pour chaque pain et transfert à la bouleuse
- 7. Dépôt à la façonneuse
- 8. Temps approximatif écoulé depuis la première boule jusqu'à ce qu' elle sorte : 16 min. ensuite il reste en continu
- 9. Chute des boules de pates pré-fermentées dans la formeuse de baguettes
- 10. Collecte des baguettes de pain en pate et dépose dans les bacs par des personnes
- 11. Mise des bacs remplis de baguettes dans les chariots de four
- 12. Amener les chariots à plaque dans la chambre de fermentation temps approximatif de fermentation : entre 30 min et 3 heures
- 13. Découpe de chaque baguette ; une par une, pour les enfourner
- 14. Mettre les chariots de pain dans le four pour leur cuisson. Temps approximatif de cuisson de la baguette : 20 min à 210°C
- 15. Sortir les chariots cuits du four et laisser refroidir pendant un cours laps de temps
- 16. Sortir des baguettes de pain des bacs et les déposer dans les caisses alimentaires pour leur transport

Processus de production



L'analyse technique vise à faire ressortir les étapes de la faisabilité du projet et notre capacité à montrer techniquement ce projet. Elle traitera du processus et la capacité de production, des besoins en termes d'intrants mais surtout de l'évaluation des investissements et de calendrier de réalisation effective du projet

B -La logistique

Nous disposerons d'un entrepôt pour le stockage des matières premières. Un pick up sera acquis qui servira de livraison et d'approvisionnement

C - Localisation

Le projet sera localisé dans la Cité Doudou BASSE NIAKHIRATE sur la Route de SANGALKAM. Il s'agit d'un emplacement stratégique en raison des nouvelles habitations qui lui donne une clientèle naturelle et variée. C'est également une ville en pleine expansion. Outre ces aspects plusieurs raisons sont à l'origine du choix de :

- Disponibilité du terrain
- Marché potentiel réel
- Population en pleine croissance

D - Le contrôle de qualité

Le contrôle de qualité comprend les processus suivant

- Contrôle de la farine à la réception ainsi que tous les ingrédients (poids et caractéristiques, dates de péremption, vérification des propriétés plastiques de fermentation à l'aide d'appareils: Alvéographe de Chopin, Fermontographe de Barbender.
- 2. Contrôle et analyse de l'eau pour la panification et des surfaces de contact
- 3. Contrôle de la propreté des machines, ustensiles et des caisses de pains
- 4. Contrôle et l'hygiène du personnel de production et de distribution
- 5. Contrôle de la dératisation, désinsectisation, et désinfection
- 6. Contrôle de la propreté des points critiques : toilettes, vestiaires, ateliers, entrepôts des matières premières
- 7. Contrôle du produit fini pour le consommateur final : propriétés physiques et bactériologiques

Machine et équipement

Il est prévu que certains équipement, le matériel lourd de l'usine serait acheté ici au Sénégal chez EROGERM distributeur de matériel et équipement de boulangerie et pâtisserie

La boulangerie est composée d'une ligne de production qui comprend les équipements détaillés ci-dessus

- Refroidisseur
- Pétrin
- Chambre de repos
- Façonneuse
- Chariot à plaques
- Chambre à fermentation

• Four

VI. Equipe de Direction/Management

A - La promotrice

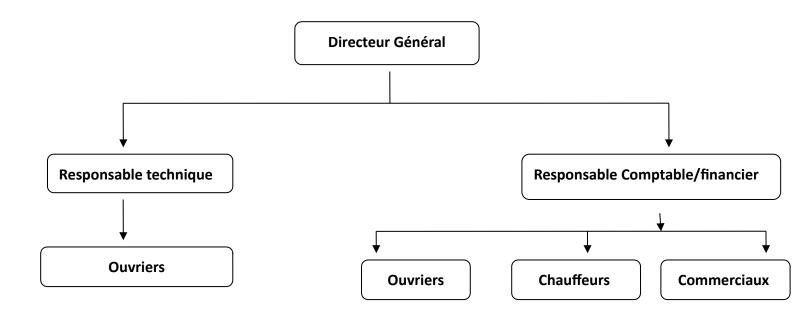
La promotrice se nomme Ndeye Fandiaye DIAO, elle est de nationalité Sénégalaise et étudiante à l'Ecole Internationale de Management de Paris. Ces motivations sont nombreuses. En partant du postulat que tout sénégalais a le devoir de contribuer au développement économique de son pays, par la création d'activité génératrice de revenu, par la création de l'emploi, le désir et l'envi d'apporter sa touche à la croissance économique de son pays.

Je compte m'appuyer sur des membres de ma famille, sur des connaissances qui m'accompagneront durant tout le processus pour l'atteinte des objectifs ;

B – Plan Ressources humaines

Directeur	Il définit la politique de l'entreprise
Responsable technique	Il assure la production
Responsable Comptable financier	Il assure la gestion financière
Ouvriers	Ils s'occupent de production
Techniciens de surfaces	Ils veillent à la propreté des lieux
Commerciaux	Ils distribuent les produits vers la clientèle
Chauffeur	Il est responsable de la livraison du produit

C- Organigramme



VII. Aspects juridiques, administratifs et sociaux

A - Cadre juridique

-. Nom de l'entreprise : La Nouvelle Baguette Sénégalaise

-. Statut Juridique : Entreprise Individuelle

-. Registre de commerce : en cours

-. Logo en cours

B – Législation sociale

L'âge minimum requit pour le recrutement de nos travailleurs est de 20 à 35 ans.

Nous voulons une équipe jeune et dynamique. Les horaires de travail

hebdomadaires est de 44 heures (lundi jusqu'au samedi 8h de temps par jour sauf

le samedi 4h de temps). On prévoit de s'inscrire dans les organismes sociaux : santé

et sécurité sociale

C: Impacts et avantages sociaux

La mise en place de notre entreprise contribuera à réduire le chômage et à créer de

nouveaux emplois dans la localité. Elle contribuera aussi au développement local.

31

VIII. Etude financière

A. Les Investissements

o Frais d'établissement

Eléments	Montant
Frais d'études, prospection, crédit utilisée	50 000
Publicité	300 000
Frais de constitution	100 000
TOTAL	450 000

o Matériels et Equipements informatiques

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Total
Ordinateurs	2	150 000	300 000
Imprimantes	1	75 000	75 000
Cachets	2	10 000	20 000
TOTAL			395 000

o Matériels D'exploitations

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Total
Four rotatif 800X1000	1	14 947 060	12 667 000
Chariots	2	331 462	662 924
Plateaux	36		1 193 263
Pétrins spirales 2 sacs	1	7 254 640	7 254 640
Groupe électrogène	1	5 000 000	5 000 000
TOTAL			29 057 887

o Agencement, aménagement, installation

Eléments	Montant
Aménagement local	2 361 300
TOTAL	2 361 300

Matériel logistique

Eléments	Montant
Renault Kango	5 000 000
TOTAL	5 000 000

o Dépôt et cautionnement

Eléments	Montant		
Caution électricité	2	20 000	40 000
Caution eau	1	16 000	16 000
Caution téléphone	1	30 000	30 000
Caution loyer	3	200 000	600 000
TOTAL			686 000

Budget des investissements

Eléments	Montant
Frais d'établissement	450 000
Matérielle et équipement	395 000
Agencement, aménagement, installation	2 361 300
Matériels d'exploitation	29 057 887
Matériels logistique	5 000 000
Dépôt et cautionnement	686 000
TOTAL	37 950 187

B. Les charges d'exploitation

Services extérieurs

Eléments	Nombre de mois	Prix unitaire par	Montant annuel
		mois	
Maintenance	6	10000	60000
Téléphone et	12	20 000	240 000
internet			
Loyer	12	200 000	2 400 000
Réparation	12	15 000	180 000
véhicule			
TOTAL			2 880 000

Matières premières

Eléments	Quantité	Montant	Montant total
Farine	2500 sacs	18 000	45 000 000
Sel	2000 kg	2300	4 600 000
Levure	1000 kg	150	150 000
Améliorateur	1000 kg	200	200 000
TOTAL		1	49 950 000

o Matières et fournitures consommables

Eléments	Quantité	Montant	Montant total
Gasoil	12	1 530 000	18 360 000
Electricité	6	1 000 000	6 000 000
Eau	6	800 000	4 800 000
Fournitures de	12	20 000	240 000
bureau			
Autres charges	12	500 000	6 000 000
(patisserie)			
TOTAL		1	35 400 000

o Charges personnel

Fonction	Nombre	Salaires	Salaire	Salaire
		mensuel	mensuel	annuel
			global	
Directeur	1	250 000	250 000	3 000 000
Responsable technique	1	100 000	100 000	1 200 000
Responsable financier	1	200 000	200 000	2 400 000
et comptable				
Ouvriers	4	80 000	320 000	3 840 000
Commerciaux	3	50 000	150 000	1 800 000
Chauffeur	1	80 000	80 000	960 000
Techniciens de	1	40 000	40 000	480 000
surfaces				
Sous total				13 680 000
Charges sociales 20%				2 736 000
TOTAL				16 416 000

o **Dotation aux amortissements**

		_ ,					
Eléments	Valeur	Durée	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
	d'origine						
	d origine						
Frais	450 000	2ans	225 000	225 000			
d'établissement							
Matérielle et	395 000	4ans	98 750	98 750	98 750	98 750	
équipement							
Agencement,	2 361 300	2ans	1180 650	1180 650			
aménagement,							
installation							
Matériels	29 057 887	10ans	290578	290578	290578	290578	290578
d'exploitation							
Matériels	5 000 000	5ans	1 000 000	1 000 000	1 000	1 000 000	1 000 000
logistique					000		
TOTAL			2 794 978	2 794 978	1389328	1 389 328	1 290578
		1	1		1		

o Budget des charges

Eléments	Montant
Services extérieur	2 880 000
Dotation aux amortissements	2 794 978
Matières premières	49 950 000
Matière et fourniture consommable	35 400 000
Charges personnel	16 416 000
TOTAL	107 443 978

Le Besoin en Fonds de Roulement (BFR)

Eléments	1mois	2mois
Matières premières	4 162 500	4 162 500
Services extérieurs	200 000	400 000
Matières et fournitures	2 950 000	5 900 000
consommables		
Charges personnels	1 368 000	1 368 000
TOTAL		11 630 500

♣ Cout de démarrage du projet

Eléments	Montant
Budget des investissements	37 950 187
Besoins en fonds de roulements	11 630 500
TOTAL	49 580 687

Le Chiffre d'affaires prévisionnel

Eléments	Quantité	Montant	Montant total
Pain	720 000	150	108 000 000
Croissant beurre	3000	350	1 050 000
Suédoise	3000	500	1 500 000
Beignet crème	3000	500	1 500 000
Keck mature	6000	800	4 800 000
Croissant eau	3000	400	1 200 000
amande			
Keck chocolate	6000	850	5 100 000
Keck frap	3000	850	2 550 000
Keck choco choco	1000	1000	1 000 000
Croissant chocolat	3000	400	1 200 000
TOTAL		,	127 900 000

_Le Plan de Financement Initial

Besoins	
Budget d'investissement	37 950 187
BFR sur 3mois	11 630 500
Total besoins	49 580 687
Ressources	
Apports personnel	10 028 137
Capitaux empruntés	39 552 550
Total ressources	49 580 687
Ecart	0

▲ Tableau de remboursement de l'emprunt

Le montant de l'emprunt est de 39 552 550 FCFA sur une durée de 5 ans avec un taux d'intérêt de 10%

Période	Emprunt	Intérêts	Amortissement	annuités	Restant du
s		10%			
1	39 552 550	3 955 255	7 910 510	11 565 765	31 640 040
2	31 640 040	3 164 040	7 910 510	11074 714	23 731 530
3	23 731 530	2 373 153	7 910 510	10 283 663	15 821 020
4	15 821 020	1 582 102	7 910 510	9 492 612	7 910 510
5	7 910 510	791 051	7 910 510	8 701 561	0

Le Compte de Résultats Prévisionnel

Eléments	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffres d'affaire	127 900 000	130 458 000	133 067 160	135 728 503	138 443 073
Matières premières	49 950 000	50 449 500	50 953 995	51 463 534	51 978 169
Marge brute	77 950 000	80 035 500	82 113 165	84 264 969	86 464 904
Services extérieurs	2 880 000	2 908 800	2 937 888	2 967 267	2 967 564
Matières et fournitures	35 400 000	35 754 000	36 111 540	36 472 655	36 837 382
consommables					
Valeur ajoutée	39 670 000	41 372 700	43 063 737	44 825 047	46 659 958
Charges de personnel	16 416 000	16 416 000	16 416 000	16 416 000	16 416 000
Excédents brute	23 254 000	24 956 700	26 647 737	28 409 047	30 243 958
Frais financier ou intérêt	3 955 255	3 164 040	2 373 153	1 582 102	791 051
sur l'emprunt					
Dotation aux	2 794 978	2 794 978	1 389 328	1 389 328	1 290 .578
amortissements					
Résultat d'exploitation	17 503 767	19 997 682	23 885 256	26 437 617	29 162 329
Impôts sur les sociétés	5 251 130	5 999 304	7 165 567	7 931 285	8 748 697
(30%)					
Résultat net	12 252 637	13 998 378	16 719 689	18 506 332	20 413 632
Cash flow	14 227 615	15 793 356	17 109 017	18 895 660	20 704 210
Cash flow actualisé	12703227,68	12590366,71	12177860,36	12008533,5	11748124,8
Somme des cash flows			61228113,1		
actualisés			01220113,1		
actualises					
<u>I</u>					

Calcul de la Valeur Actuelle Nette

La VAN est un critère pour mesure la rentabilité d'un projet

VAN= somme des cash flow actualisés-investissement

61228113,1-49 440 687= 11 787 426

La VAN est positive on peut en déduire que le projet est rentable

Calcul de l'indice de profitabilité

IP= somme des cash flow actualisés/investissement

61228113,1/49 440 687= 1.23

Conclusion

Le projet de mise en place d'une boulangerie/pâtisserie est rentable. D'après les ratios qui sont calculés à savoir la VAN et l'IP sont positifs.