

# JARDIN SURGELÉ



**Business Plan 2025–2028**

**Entreprise Agroalimentaire Écologique Sénégalaise**

## ÉQUIPE FONDATRICE

Poste	Nom
Président Directeur Général (PDG)	Alexandre Albert Ndour
Secrétaire Générale	Adiara Sall
Responsable Ressources Humaines	Abdou Aziz Kane
Responsable Comptabilité & Finances	Aminata Mbow
Responsable Commerciale & Marketing	Meta Djimou

## 1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

**Jardin Surgelé** est une entreprise agroalimentaire sénégalaise située à **Rufisque**, spécialisée dans la **transformation, la surgélation et la distribution de produits agricoles locaux**.

Notre objectif est de **valoriser les produits du terroir sénégalais** tout en répondant aux besoins urbains croissants en produits **pratiques, sains et écoresponsables**.

### Produits phares :

- Légumes locaux : **manioc, gombo, maïs doux, niébé, patate douce, igname**
- Fruits et herbes : **bissap, bouye, citronnelle**
- Mélanges prêts à cuisiner : **thiébou dieune, soupes, sauces, légumes sautés**

**Vision à 2028** : devenir la **référence nationale du surgelé local** au Sénégal avec une distribution dans **toutes les grandes villes** et des produits exportés vers la sous-région (Gambie, Mauritanie, Côte d'Ivoire).

## 2. ANALYSE DU MARCHÉ SÉNÉGALAIS

### 2.1 Contexte du marché

Le secteur agroalimentaire sénégalais est en pleine expansion :

- Croissance moyenne du marché du surgelé : **+8 %/an**
- Urbanisation rapide (plus de 4,5 millions d'urbains)
- Hausse du pouvoir d'achat et de la demande en produits transformés
- Développement des supermarchés : Auchan, EDK, Supeco, Dia, Casino, etc.

### 2.2 Problème identifié

Le marché est dominé à **70 % par des produits importés** :

- plus chers,
- moins adaptés aux goûts locaux,
- et à forte empreinte carbone.

**Jardin Surgelé** répond à cette lacune en proposant des **produits 100 % locaux, de qualité, et à prix abordables**.

### 2.3 Opportunités

Montée du mouvement "Consommer local"

Soutien de l'État (DER, FONGIP, 3FPT)

Expansion du e-commerce alimentaire

Forte demande des restaurateurs et traiteurs

### 2.4 Menaces

Coût élevé de l'énergie pour le froid

Difficultés logistiques rurales

Concurrence de marques étrangères (Findus, Bonduelle, Picard)

## 3. STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING

### 3.1 Objectif

Faire de **Jardin Surgelé** une **marque nationale reconnue** pour la qualité, la fraîcheur et le respect de l'environnement.

### 3.2 Canaux de distribution

- Grandes surfaces : **Auchan, EDK, Supeco, Casino**
- Épiceries locales et marchés modernes
- Vente directe : **site web, WhatsApp, réseaux sociaux**
- Livraison via **Paps, Yobante, Kaba Delivery**

### 3.3 Stratégie marketing

- **Réseaux sociaux** : campagnes TikTok, Instagram, Facebook
- **Partenariats** avec influenceurs culinaires sénégalais
- **Dégustations** en supermarchés et salons agroalimentaires
- **Label “Produit du Terroir”** sur chaque emballage

### 3.4 Politique de prix

- Prix **15–20 % inférieurs** à ceux des produits importés
- Marge brute cible : **40 % dès la 2e année**

## 4. PLAN OPÉRATIONNEL

### 4.1 Site de production

Implantation à **Rufisque** (zone accessible à Dakar et à Thiès)

- Superficie : 300 m<sup>2</sup>
- Équipements : chambres froides (-20°C), machine de surgélation, découpeuse, ensacheuse

### 4.2 Approvisionnement

- **Thiès, Kaolack, Casamance** : fournisseurs de manioc, igname, bissap

- Partenariats avec **coopératives agricoles locales**
- Programme “**Agriculteur Partenaire**” : formation + rémunération équitable

### 4.3 Ressources humaines

Équipe initiale de **20 employés**, extensible à **30 d’ici 3 ans** :

- 1 Responsable de production
- 3 Techniciens de transformation
- 4 Employés de conditionnement
- 2 Chauffeurs-livreurs
- 2 Commerciaux terrain
- 3 Agents marketing & communication
- 5 Administratifs et gestion

## 5. VISION ÉCOLOGIQUE ET RSE

**Jardin Surgelé** intègre le développement durable au cœur de son modèle :

Emballages biodégradables et recyclables

Groupes froids à énergie solaire hybride

Valorisation des déchets en compost

Formation des jeunes et des femmes rurales

Partenariats avec ONG et programmes verts

## 6. PLAN FINANCIER (en FCFA)

### Hypothèses :

- Coût moyen de production par kg : 900 FCFA
- Prix de vente moyen : 1 500 FCFA/kg
- Croissance annuelle : +60 %

Année	Chiffre d'affaires	Marge brute	Marge nette	Résultat net estimé
2025	40 000 000	35 %	15 %	6 000 000
2026	70 000 000	40 %	20 %	14 000 000

2027	100 000 000	45 %	25 %	25 000 000
2028	140 000 000	50 %	28 %	39 200 000

Seuil de rentabilité : **atteint au 16<sup>e</sup> mois**

Retour sur investissement : **< 2 ans**

## 7. BESOIN DE FINANCEMENT

Montant total recherché : **18 000 000 FCFA**

Poste	Montant (FCFA)	Description
Équipements & machines	7 000 000	chambres froides, découpeuse, ensacheuse
Aménagement du site & énergie solaire	3 000 000	local + panneaux solaires
Matières premières initiales	3 000 000	approvisionnement local
Marketing & communication	3 000 000	branding, PLV, réseaux sociaux
Fonds de roulement	2 000 000	salaires, transport, gestion

## 8. PERSPECTIVES 2026–2028

- Lancement de **gammes fruitières surgelées** : mangue, ananas, banane
- Export vers la **Côte d’Ivoire, Mauritanie et Gambie**
- Application mobile “**Jardin App**” (commandes directes)
- Création d’un **laboratoire d’innovation agroalimentaire** à Rufisque
- Partenariats avec écoles agricoles pour stages et formations

## 9. CONCLUSION

**Jardin Surgelé** incarne une nouvelle génération d’entreprises sénégalaises : locales, durables et ancrées dans l’innovation.

Nous voulons prouver qu’il est possible de **manger local tout en respectant la planète,**

de créer de la **valeur économique et sociale,**

et de faire du Sénégal un acteur majeur du surgelé africain.

*“Du champ au congélateur, pour un Sénégal plus vert, plus sain et plus autonome.”*