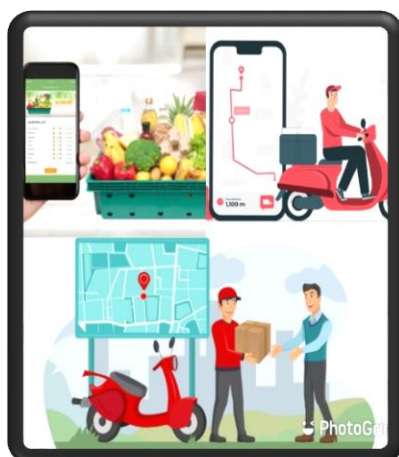


# TOMAVè



## Projet

### Création d'une solution numérique : TOMAVè AgriTech



**Coût du projet : 29.000.204F CFA**

**RESPONSABLE DU PROJET : BOUYANGHA LECKOTA Amelain Sylver Luciano**

**FONCTION DANS LE PROJET : Manager Général**

**TEL : 077039399/066593616**

## TABLE DES MATIERES

LISTE DES TABLEAUX.....	i
LISTE DES FIGURES.....	ii
ABREVIATIONS .....	iii
EXECUTIVE SUMMARY.....	5
INTRODUCTION.....	6
I.TABLEAU SYNOPTIQUE.....	7
II. Problématiques soulevées par le projet/Entreprise .....	8
II.1. Solutions proposées .....	8
II.2. Impact social, financier et économique .....	9
III.1.2. Impact de la Covid-19 sur les populations .....	11
III.2. OBJECTIF DE L'ENTREPRISE ET LIGNE DIRECTRICE (SOLUTION PROPOSEE).....	10
II.5. ORGANISATION DE L'ENTREPRISE .....	12
II.6. LE (S) FONDATEUR (S) ET LEUR(S) MOTIVATION (S).....	12
III. PROPOSITION DE VALEUR .....	13
IV. SEGMENT CLIENT.....	14
V. CANAUX DE DISTRIBUTION.....	15
VI. RELATION CLIENT .....	15
VII. ACTIVITES CLES .....	15
VII. RESSOURCES CLES .....	16
VII. PARTENAIRES CLES .....	17
X. ETUDE DE MARCHE .....	18
X.1. MARCHE.....	18
X.1.1. EVALUATION DU MARCHE .....	18
X.2. CLIENTELE .....	26
X.2.1.PREVISION CLIENTELE ET CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE .....	26
X.3. CONCURRENCE .....	27
X.3.1. CONCURRENTS.....	27
X.4. STRATEGIE DE L'ENTREPRISE .....	28
X.4.1. STRATEGIE DU PRODUIT (SEGMENTATION DU MARCHE) .....	28
X.4.2. REGIONS DE MARCHE PRIORITAIRE .....	28
X.5. ANALYSE PESTEL .....	30

<u>VII.3. STRATEGIE DE DISTRIBUTION .....</u>	<u>47</u>
<u>VII.4. STRATEGIE MARKETING &amp; COMMUNICATION.....</u>	<u>47</u>
<u>XI. PREVISIONS FINANCIERES .....</u>	<u>35</u>
<u>XI. CHIFFRE D’AFFAIRE PREVISIONNEL.....</u>	<u>55</u>
<u>XI.1. ANALYSE DU CHIFFRE D’AFFAIRE ET PROJECTION SUR 3 ANS. ....</u>	<u>35</u>
<u>CAPITAL DEMARRAGE NECESSAIRE: AFFECATION DES RESSOURCES .....</u>	<u>36</u>
<u>XI.2. BILAN D'OUVERTURE.....</u>	<u>37</u>
<u>X.4. COMPTE DE RESULTAT SUR 3 ANS .....</u>	<u>39</u>
<u>X.5. TABLEAU DE SYNTHESE D’INDICES DE RENTABILITE. ....</u>	<u>40</u>
<u>X.6. CALENDRIER DE REALISATION DU PROJET.....</u>	<u>44</u>
<u>CONCLUSION .....</u>	<u>45</u>
<u>COORDONNEES .....</u>	<u>45</u>
<u>REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....</u>	<u>46</u>

## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau 1.</b> Tableau synoptique.....	7
<b>Tableau 2.</b> Investissement nécessaire au lancement du projet .....	16
<b>Tableau 3.</b> Structure de coûts .....	35
<b>Tableau 4.</b> Chiffre d'affaire en quantité .....	35
<b>Tableau 5.</b> Chiffre d'affaire en valeur.....	36
<b>Tableau 6.</b> Besoins en fond de roulement .....	36
<b>Tableau 7.</b> Bilan.....	37
<b>Tableau 8.</b> Compte de résultat prévisionnel .....	38
<b>Tableau 9.</b> Compte de trésorerie .....	40
<b>Tableau 10.</b> Charges d'exploitations .....	43
<b>Tableau 11.</b> Synthèse des indices de rentabilités.....	44

## LISTE DES FIGURES

<b>Figure 1.</b> Présentation des tendances d'achats en ligne au Gabon durant l'année 2020 (source google trend).....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b> 0
<b>Figure 2.</b> Tendence de la pauvreté et nombre de pauvres, 2005 et 2017.....	21
<b>Figure 3.</b> Répartition géographique des pauvres, 2017 (%). ....	21
<b>Figure 4.</b> Taux de pauvreté et nombre de pauvres en fonction des régions, 2017.....	22
<b>Figure 5.</b> Indice de pauvreté, 2017. ....	22
<b>Figure 6.</b> Structure de la population active, 2010 (nombre d'actif). ....	23
<b>Figure 7.</b> Evolution du taux de chômage (au sens du BIT) au Gabon, de 1993 à 2010 (%). .....	24
<b>Figure 8.</b> Taux de chômage au Gabon et dans les pays comparateurs, 2010 (%). ....	24
<b>Figure 9.</b> Taux de chômage dans les principales villes d'Afrique de l'Ouest et Centrale, 2010 .....	25
<b>Figure 10.</b> Taux de chômage par province, 2010 (%). ....	25
<b>Figure 11.</b> Taux de chômage par tranche d'âge, 2010 (%). ....	26

## ABREVIATIONS

AGANOR : Agence Gabonaise de Normalisation

AGEOS : Agence Gabonaise d'Etude d'Observation Spatiale

A1 : Année 1

A2 : Année 2

A3 : Année 3

ANINF : Agence Nationale d'Infrastructures Numériques et des Fréquences

ANPI : Agence Nationale de Promotion d'Investissement

BAD : Banque Africaine de Développement

BFR : Besoin en Fonds de Roulement

CA : Chiffre d'affaire

CFA : Colonie Française Africaine

CAF : Capacité d'auto financement

CNAMGS : Caisses Nationale d'Assurance Maladie et de Garantie Sociale

CNSS : Caisse Nationale de Sécurité Sociale

CNPDCP : Commission Nationale pour la protection des données à caractère personnelle

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

DGDR : Direction générale du Développement Rural

DGS : Direction Générale de la Statistique

FAO : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture

GPS : Global Positioning System

HAC : Haute Autorité de la Communication

MAEPG : Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage chargé de la mise en œuvre du Programme graine

ENEC : Enquête nationale sur l'emploi et le chômage 2010

OAPI : Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle

OGAPI : Organisation Gabonaise de la Propriété Intellectuelle

OHADA : Organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires

ONG : Organisation Non Gouvernementale

ONE : Office National de l'Emploi

OLAM : Olam internationale

PESTEL : Politique Economique Social Technologique Ecologique et Légale

PNUD : Programme des Nations pour le Développement

PR : Président de la République

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SMAG : Société Meunière et Avicole du Gabon

SOTRADER : Société de Transformation et du Développement

SWOT : Forces Opportunités Faiblesses et Menaces

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

TRI : Taux de rendement interne

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine

UHT : Unité Hors Taxe

UIT : Union Internationale de Télécommunication

4-VAN : Valeur actuelle nette

# TOMAVè

## EXECUTIVE SUMMARY

Créée officiellement le 6 Novembre 2020, TOMAVè (Tot' Mala Vè) en langue Nzebi signifie « la terre ne ment pas ». C'est une Coopérative Agricole multilatérale au Capital de 2.600.000F CFA, enregistrée au ministère de l'Agriculture sous l'Agrément de Société Coopérative N°1982/0611/2020/1KK. Elle appartient à un réseau de 500 producteurs. Et est constituée de plusieurs départements : Département de Productions Animales, Département Productions Végétales, Département de Biotechnologies, Département d'Agroéconomie et le Département de Recherches et Développement.

A travers les départements de productions animales, végétales et biotechnologies, les activités de TOMAVè reposent principalement sur l'Agriculture, l'Elevage et la Transformation des produits et sous-produits Agricoles.

Dans ces prérogatives, le département recherches et développement, constitué des compétences diverses a pour mission de sensibiliser, former, industrialiser. Puis, apporter des solutions concrètes aux difficultés rencontrées par les populations locales dans plusieurs secteurs d'activités d'une part, apporté des solutions liées aux difficultés rencontrées par la structure et de sa volonté de développement (d'autre part).

Aussi, il a été développé une solution Numérique :

1. Une application de contrôle permettant de rendre les incubateurs à œufs intelligents. Ces appareils made in Gabon, fabriqués à base de matériaux locaux et des matériaux recyclés, ont pour but de booster la production du poulet de chair au Gabon, tout en contribuant à la réduction des importations massive en poulet de chair.

Cette nouvelle solution de la coopérative agricole TOMAVè basée à Libreville, au capital de 13 000 000F CFA, générera à la première, deuxième et troisième année des chiffres d'affaires de 44 755 960, 74 734 459F et 80 828 590F CFA respectivement. Les résultats nets correspondent à **4 967 180**, **7 048 184** et **7 682 417F** CFA. Elle emploiera 6 personnes durant les deux premières années et 10 personnes à la troisième année.



## INTRODUCTION

Avec une population estimée à 1.811.079 habitants (DGS, 2013) dont plus de la moitié est concentrée dans les grands centres urbains, l'Etat gabonais est confronté à un triple défi entre autres la satisfaction des besoins alimentaires des populations, la réduction du taux des importations et la garantie de la sécurité alimentaire pour l'ensemble des habitants du pays (BAD, 2017). Or, les aliments destinés à la consommation des Gabonais sont à près de 80% importés (BAD, 2013). Ces importations représentent annuellement en termes de devises près de 450 milliards de Fcfa (MAEPG, 2019). Parmi ces aliments, la part en produits carnés est importante. La viande de volaille occupe une place de choix avec 96% de dépendance extérieur (CENAREST, 2010).

La production annuelle de volaille est de 571 tonnes (poules + poulets + canards) provenant de très peu de fermes avicoles (Ndjoyi, 2010). Entre 2005 et 2011, la production locale était évaluée à 3105 et 3800 tonnes respectivement (MAEPG, 2017). Aussi, les importations sont prédominantes. Par exemple, en 2000 elles étaient de 17 000 tonnes dont 75% sont consommées dans la capitale soit 12 250 tonnes (Ndjoyi, 2010).

La demande en œufs de consommation est très forte, en 2017, 41 millions d'œufs ont été produits dont 55% par la société meunière et avicole du Gabon. Aussi, 70% de la consommation est produite localement tandis que 30% est importé.

L'aviculture a existé dans nos traditions, bien que de type traditionnel, mais aujourd'hui a disparu au profit des produits importés. Il est donc nécessaire d'améliorer le secteur de l'élevage autant dans la capitale que dans les autres villes du Gabon (Ndjoyi, 2010).

# TOMAVè

## I. TABLEAU SYNOPTIQUE

Ce tableau présente une vue globale de l'entreprise sur une période de trois ans.

**Tableau 1.** Tableau synoptique

Secteur d'activité	AGRITECH				
Forme juridique du projet	Coopérative agricole simplifiée				
Promoteur du projet	BOUYANGHA LECKOTA Amelain Sylver Luciano				
Localisation	Libreville				
Coordonnées	077 03 93 99/066 59 36 16				
L'organisation					
Coût Global projet	29.000.204				
APP.PERSONNEL	1 3 000 000	APP.EXTERIEUR	6 000 204	Montant sollicité	10.000.204
INVESTISSEMENT	14.900.732	Autres charges	0	BFR	14.099.472
PREVISIONS FINANCIERES ET RATIOS					
C.A ANNEE 1	44 755 960	C.A ANNEE 2	74 734 459	C.A ANNEE 3	80 828 590
Résultat A1	4 967 180	Résultat A2	7 048 184	Résultat A3	7 682 417
CAF A1	5 714 798	CAF A2	7 795 802	CAF A3	8 430 035
CASH FLOW	13.548.965		15.743.956		16.378.189
CASH FLOW ACTUALISE	14.903.862		19.050.187		21.782.991
VAN	26.736.836				
TRIA1	51, 38%	TRIA1	51, 38%	TRIA1	51, 38%
DELAÏ DE RECUPERATION	1an 8mois 45semaines 277jours				
EMPLOIS A1	6	EMPLOIS A2	6	EMPLOIS A3	10
INCE DE SECURITE	50%		54%		55%
SEUIL RENTABILITE	92 400 579		INDICE PROFITABILITE		1,92

## II. Problématiques soulevées par le projet/Entreprise

La question que nous cherchons à résoudre nous emmène à énoncer les problématiques ci-dessous :

❖ Problématique centrale :

Comment rehausser la production de la filière poulet de chair et de volaille au Gabon ?

➤ Principales problématiques formulées :

1. Comment booster l'Aviculture et viser l'approche de l'autosuffisance alimentaire nationale ?
2. Comment contribuer au développement du secteur agricole gabonais à travers la digitalisation ?

### II.1. Solutions proposées

En mettant un accent sur la portée des nouvelles technologies à travers la digitalisation, TOMAVè AgriTech propose aux utilisateurs de s'approvisionner en temps réel (quantités disponibles indiquées), de gagner du temps et d'être en contact avec un vaste réseau de commerçants, producteurs et consommateurs. La solution que nous proposons effectue une mise en réseau des acteurs de la chaîne de valeur du secteur agricole. Elle permet également aux commerçants et producteurs d'effectuer un maximum de profit et de se créer des liens.

Cet apport se présente en une solution numérique à savoir :

Une application web mobile permettant de suivre en temps réel l'évolution des poussins au sein d'un incubateur à œuf intelligent made in Gabon, contrôlés à distance. En effet, ces derniers, produits à base des matériaux locaux et recyclés, permettront de booster l'avicole Nationale. Précisément celle de la filière poulet de chair en particulier et la filière avicole en général.

Par cet outil, nous assurons également :

- ✓ Des formations en ligne et en présentielle ;
- ✓ La maintenance ;
- ✓ Le service après-vente.

# TOMAVè



## II.2. Impact social, financier et économique

Notre mission est de proposer à nos clients des services, des produits et une alimentation de qualité, accessible tous à travers les solutions TOMAVè. Avec nos services, nous contribuons au développement du secteur Agricole dans notre pays, à l'amélioration du quotidien des gabonais et au développement de l'excellence scientifique et technologique.

Le projet TOMAVè contribue à :

- ✓ La création d'emploi ;
- ✓ La Formation des compatriotes gabonais, gabonaises ainsi qu'aux non nationaux désirant se faire former dans le secteur agricole et leur accompagnement ;
- ✓ La réduction des coûts de production des exploitants ;
- ✓ La réduction des coûts d'approvisionnement et une acquisition rapide des produits.

Les engrais organiques et biopesticides vendues permettrons en outre aux producteurs de limiter au maximum l'utilisation abusive des produits chimiques (pesticides, acaricides, etc.).

De plus, TOMAVè permet d'aider les agriculteurs à anticiper les attaques d'organismes nuisibles, les mauvaises récoltes et les changements climatiques, grâce à son service qui permet de transmettre en temps voulu des conseils agricoles fondés sur la météorologie.

Elle fournit également aux consommateurs des informations sur l'origine de leurs produits alimentaires, ce qui donne à ceux qui l'utilisent un avantage compétitif.

Du point de vue économique et financier, TOMAVè contribue à

- ✓ L'augmentation des rendements des producteurs et de leurs revenus ;
- ✓ L'autonomisation des jeunes à travers les formations et l'accompagnement ;
- ✓ La création de richesses à travers les impôts et taxes déversées aux entités publiques concernées ;
- ✓ L'augmentation du pouvoir d'achat consommateurs ;

# TOMAVè

- ✓ L'épanouissement financière des promoteurs dudit projets.

Avec un capital démarrage de **29.000.204F CFA**, TOMAVè vise un chiffre d'affaire de **80 828 590F CFA** au bout de la troisième année.

## II.3. Impact de la Covid-19 sur les populations

L'économie gabonaise pourrait subir les conséquences des mesures de confinement (total ou partiel) prises pour contenir la propagation du virus. Ce de travail et de la productivité du travail. Cette contrainte déstabilise massivement l'activité confinement oblige beaucoup d'entreprises à ne pas tourner à pleine capacité ou aller vers la cessation d'activités. Il conduit ainsi à la sous-utilisation des capacités de production avec à la clé la réduction de l'offre de nombreux secteurs de services dont la fourniture nécessite des contacts humains, mais aussi de l'industrie. Les secteurs des transports, de l'hôtellerie-restauration, des services aux ménages (récréatifs, loisir, soins...) sont lourdement impactés.

Cette situation serait plus difficile pour le secteur informel dont certains pans sont caractérisés par la précarité des emplois et la fragilité financière de leurs modèles d'affaires face à des chocs ponctuels. Les informations disponibles montraient qu'en 2010, 32% des emplois étaient considérés comme précaires dont une large part exercée dans le secteur informel (57% en 2010 contre 44% en 1985) et une plus grande exposition des femmes (39,1% contre 27,7% pour les hommes). Cette situation a dû se détériorer depuis 2010 car l'emploi dans le secteur informel, en particulier les activités de services (transport, commerce, restauration, couture, réparation mécanique...) ne fait que croître depuis 1985.

Or, ce secteur de refuge pour beaucoup de personne en situation de recherche d'emploi est le plus touché par les mesures de confinement total ou partiel. Il en serait de même des petits agriculteurs des zones rurales Impact socio-économique du coronavirus (COVID-19) qui verront se rétrécir leurs débouchés dans les zones urbaines, en particulier à Libreville.

Les conséquences de cette situation sur l'emploi (chômage technique, perte d'emplois, baisse de productivité) pourraient engendrer des effets de second tour sur l'activité économique du fait du recul de la consommation des ménages qui verraient leurs revenus baisser (PNUD, 2020).

## II.4. OBJECTIF DE L'ENTREPRISE ET LIGNE DIRECTRICE (SOLUTION PROPOSEE)

# TOMAVè

Notre objectif est d'apporter une pierre à l'édifice dans le développement et la redynamisation du secteur Agricole à travers la création des biens et services utiles afin de contribuer l'essor de ce secteur via la digitalisation.

Nous envisageons ;

à court-termes de :

- ✓ Finaliser augmenter la production des incubateurs créer 6 emplois direct ;
- ✓ Satisfaire 1000 ménages en moyens ;
- ✓ Former 300 gabonais au moins ;
- ✓ Satisfaire 200 producteurs ;
- ✓ Produire et commercialiser 50 incubateurs à œufs intelligents d'une capacité compris entre 50 et 500 œufs ;
- ✓ Couvrir au moins 3 villes du pays.

à moyen terme :

- ✓ Effectuer des campagnes de sensibilisation pour obtenir un nombre important d'utilisateur ;
- ✓ Se rapprocher de la société meunière et avicole du Gabon (SMAG) afin d'effectuer une démonstration dans le but de vendre notre application de contrôle des incubateurs à distance ;
- ✓ Couvrir au moins 5 provinces du pays dans le cadre de nos activités ;
- ✓ Commercialiser 500 incubateurs intelligents par an ;
- ✓ Obtenir 5000 utilisateurs ;
- ✓ Créer plus de 50 emplois directs ;
- ✓ Résoudre 60% des difficultés d'approvisionnement en poussins d'un jour
- ✓ Former 500 gabonais au moins et sortir 20 entrepreneurs.

à long terme :

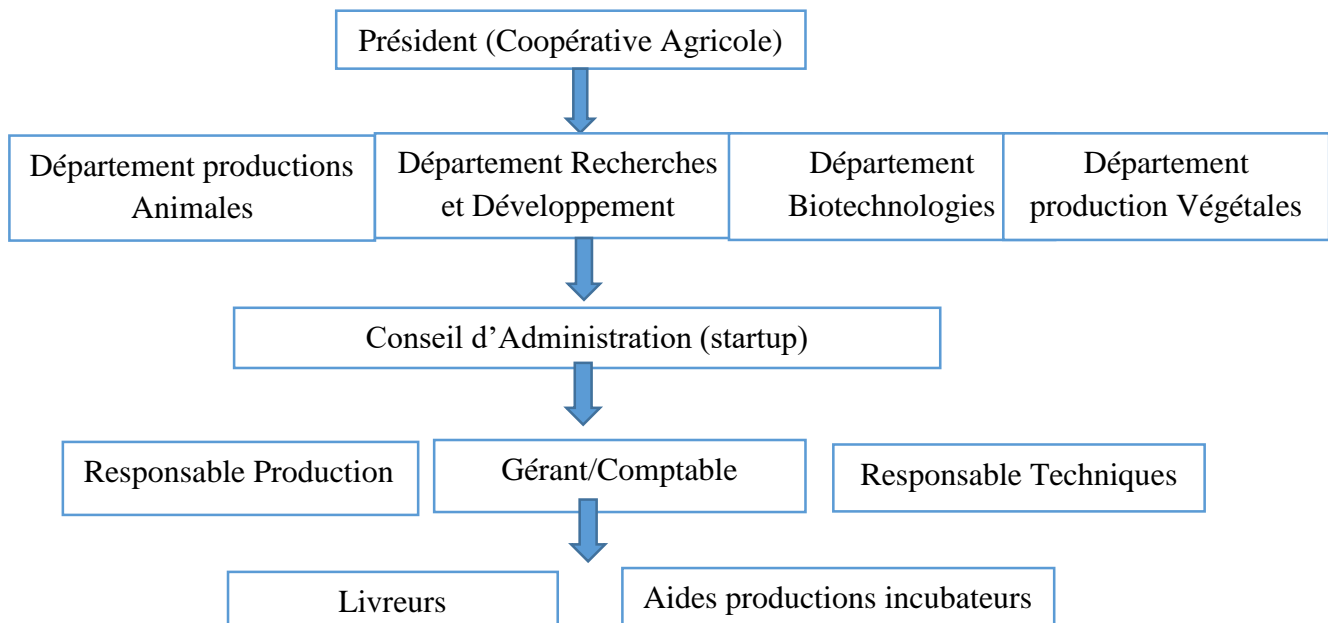
- ✓ Toucher au moins 100000 utilisateurs ;
- ✓ Couvrir les 9 provinces du pays et au-delà ;
- ✓ Devenir les leaders de la production des incubateurs à œufs intelligent made in Gabon dans le monde ;
- ✓ Créer 3000 emplois directs au moins ;
- ✓ Former 10.000 jeunes et sortir 40 entrepreneurs au moins.

# TOMAVè

Grace à la compétence de nos collaborateurs, à notre démarche responsable, à notre ancrage dans l'environnement et à notre capacité d'adaptation aux modes de productions et de consommation, nous avons pour ambition d'être leader de la transition alimentaire pour tous en mettant un accent particulier sur la valorisation des produits locaux dans notre pays et au-delà. Comme ligne directives, nos solutions sont censées apporter une plus-value dans le quotidien des producteurs et des consommateurs.

## II.5. ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

L'Organigramme de l'entreprise est le suivant :



## II.6. LE (S) FONDATEUR (S) ET LEUR(S) MOTIVATION (S)

Nos motivations sont multiples : les échecs, l'énorme potentiel du secteur numérique, la volonté de contribuer à la lutte contre la dépendance alimentaire extérieure, la volonté de digitaliser le secteur agricole, la passion de la recherche scientifique et technologique, la volonté de créer un réseau des producteurs locaux, de valoriser les produits locaux, de former des compatriotes.

Ajouter à cela, le fait de pas vouloir travailler pour une entreprise, car, cela permet en général de gérer ses fins du mois. Hors devenir Homme d'affaire, donne encore plus d'autonomie financière. A travers le monde des affaires, nous voulons devenir des milliardaires et créateurs d'emplois.

## III. PROPOSITION DE VALEUR

Aux clients, l'entreprise va effectuer :

- ✓ La vente des incubateurs à œufs intelligents de plusieurs capacités ;
- ✓ La vente des poussins d'un jour;
- ✓ Les formations ;
- ✓ Assurer la maintenance des incubateurs à œufs ;
- ✓ Effectuer les livraisons à domicile ;
- ✓ Assurer le service après-vente.

Offrir aux consommateurs un produit de qualité avérée et accessible à tous est offert. Il contribue à :

- ✓ Résorber les importations ;
- ✓ Contribuer à la sécurité et la souveraineté alimentaire du pays en poulet de chair.

L'analyse globale du marché a permis de relever des points forts qui font la particularité de ce projet vis-à-vis de la concurrence notamment :

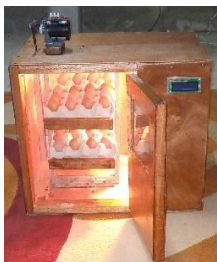
- ✓ L'approvisionnement en incubateurs géré par une application à moindre coût ;
- ✓ La fidélisation des clients via la pratique des coûts accessibles et le développement d'un service de livraison à domicile ;

NOM DU PRODUIT/SERVICE	PARTICULARITE DU PRODUIT/SERVICE
Incubateurs à œufs intelligents	Permet de suivre en temps réel l'évolution des poussins à distance à l'aide d'une application numérique
Produits agricoles de TOMAVè	Cultivées sans utilisation des produits chimiques
Produits des partenaires de TOMAVè	Accessible en quantités considérables et à coûts réduits
Formations	Pratiques et à moindre coûts
Transport	Pratique, rapide et possibilité de négocier les coûts
Livraison	Rapide et à des heures comprises entre 6h et 21h
Données Agro-climatologies	Aider l'Agriculteur à la prise de décision
Promotion	Faire la promotion des produits et sous-produits agricoles et des entreprises concernées.



# TOMAVè

- ✓ La garantie du non rupture du produit et l'assurance d'un service de maintenance.



## IV. SEGMENT CLIENT

La clientèle visée dans le cadre de ce projet est la suivante :

- ✓ Les aviculteurs
- ✓ Ménages domestiques pratiquant l'élevage avicole ;
- ✓ Agriculteurs (maraîchers) ;
- ✓ La Société Meunière et Avicole du Gabon (SMAG) ;
- ✓ Grossistes et détaillants dans la vente des produits carnés et des œufs de consommation ;
- ✓ Toute personne âgée de 16 à 60 ans désirant se faire former.



# TOMAVè

## V. CANAUX DE DISTRIBUTION

Les produits seront vendus de manière directe et indirecte :



[tomaveagritech.com](http://tomaveagritech.com)

Local TOMAVè



## VI. RELATION CLIENT

Pour communiquer, l'entreprise a choisi d'utiliser les médias bien regardés par les personnes dont la tranche d'âge varie entre 16 et 60ans :

- ✓ Presse télévisée : le Grand mbadja, espace jeune, Gabon matin ;
- ✓ Réseaux sociaux : Facebook, whatsapp ;
- ✓ Affichages, la distribution des flyers.

Comme moyen de promotion, l'entreprise effectuera un lancement officiel avec coûts réduits, ensuite via des expositions pendant les foires. Il s'agira également de répéter les spots publicitaires et de maintenir des relations personnalisées avec des clients.

Ces derniers ont également la possibilité de laisser leurs avis via notre application de e-commerce à travers le lien [tomaveagritech.com](http://tomaveagritech.com) .

## VII. ACTIVITES CLES

Les activités suivantes vont s'effectuer progressivement à compter de la mise en place du projet :

- ✓ Construction d'une unités d'élevages des poulets reproducteurs ;
- ✓ Recrutement du personnel ;
- ✓ Proxylaxie sanitaire ;

# TOMAVè

- ✓ Production et vente des incubateurs à oeufs intelligents ;
- ✓ Production et vente des poussins d'un jour ;
- ✓ Formation ;
- ✓ Maintenance ;
- ✓ Prohylaxie médical ;
- ✓ Marketing (communication) ;
- ✓ Vide sanitaire ;
- ✓ Renouvellement de la bande.

## VIII. RESSOURCES CLES

Les ressources financières et matérielles nécessaires au lancement du projet sont résumées dans le tableau 2, représentant le tableau des investissements.

**Tableau 2.** Investissement nécessaire au lancement du projet

LIBELLE	Qté	PRIX .U HT	MONTANT	DUREE VIE	Taux AMORT	AMORT
<b>INVESTISSEMENT AMORTISSABLE</b>						
Ordinateur portable	2	250 000	500 000	2	50%	250 000
Imprimante	1	59 000	59 000	3	33%	19 667
Mobilier de bureau	1	279 990	279 990	10	10%	27 999
Chaises	4	5000	20 000	10	10%	2 000
Climatiseur	1	179 500	179 500	12	8%	14 958
Ecran plasma	1	100 000	100 000	6	17%	16 667
Mobilier de bureau (armoire)	1	205 000	205 000	10	10%	20 500
Vidéo projecteur	1	300 000	300 000	5	20%	60 000
Visseuse électrique	2	250 000	500 000	7	14%	71 429
Ecran de projection (2m/1,5m)	1	136 000	136 000	5	20%	27 200
Rabot en bois	4	101 748	406 992	10	10%	40 699
Scie à métaux électrique	1	393 000	393 000	2	50%	196 500
<b>TOTAL INVESTISSEMENT AMORTISSABLE</b>			<b>3 079 482</b>			<b>747 618</b>
<b>INVESTISSEMENT NON AMORTISSABLE</b>						
Recherche et développement	1	5 459 250	5 459 250			
Box internet canal +	1	30 000	30 000			
Hébergement du site	1	300 000	300 000			
Campagne de lancement	1	1 000 000	1 000 000			

# TOMAVè

Développement de l'application	1	3 000 000	3 000 000			
Ouverture Compte (orabank)	1	250 000	250 000			
Aménagement du local	1	1 000 000	1 000 000			
Scie à bois	4	7 500	30 000			
Tournevis manuelle	4	2 500	10 000			
Scie à métaux manuelle	3	9 000	27 000			
Rallonges (multiprises)	3	5 000	15 000			
Divers et imprévus	1	700 000	700 000			
<b>TOTAL INVESTISSEMENT NON AMORTISSABLE</b>			<b>11 821 250</b>			<b>0</b>
<b>TOTAL GENERAL INVESTISSEMENT</b>			<b>14 900 732</b>			<b>747 618</b>

## IX. PARTENAIRES CLES

Les partenaires clés sont des prestataires externes dont on a besoin pour promouvoir le produit/service, compléter l'offre de service, mené à bien les différentes activités de la structure etc.

Les cibles qui font office de partenaires clés sont énumérées ci-dessous :

- ✓ Producteurs avicoles ;
- ✓ Ingénieur en zootechnie ;
- ✓ vétérinaire ;
- ✓ Infographe ;
- ✓ Scieries (approvisionnement en sciure de bois) ;
- ✓ Agro-industrie (SMAG) ;
- ✓ Institut National Supérieur d'Agronomie et de Biotechnologies (INSAB) ;
- ✓ Coopératives agricoles (mise en réseau).

# TOMAVè

## X. ETUDE DE MARCHE

### X.1. MARCHE

#### X.1.1. EVALUATION DU MARCHE

Au sujet du marché potentiel, il y a une liste exhaustive de produits représentant notre marché potentiel. Toutefois, nous allons sélectionner quelques-uns qui se décomposent de la manière suivante :

- ✓ Œufs de consommation produits par les petits producteurs (3.126.623 œufs) : 868.000.000F CFA par an ;
- ✓ Volaille : 87,7 millions ;
- ✓ Incubateurs à œufs intelligent qui représentent quasiment 95% du fait du manque d'industrie sur le plan local ;
- ✓ Poulet de chair : 26 milliards par an ;
- ✓ Formation qui représente 50%.

Régions	Part de marché	Tendance
Grand Libreville	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"><li>• Forte consommation en évolution croissante ;</li><li>• 21% des produits agricoles importés sont consommés au niveau de Libreville (News.alibreville.com) ;</li><li>• Forte utilisation de l'outil numérique ;</li><li>• Bonne interconnexion ;</li><li>• Taux de pauvreté 21% ;</li><li>• Nombre de pauvres 177 000 ;</li><li>• Accessibilité du marché et connectivité : élevée ;</li><li>• Opportunités : élevée.</li></ul>
Port-gentil	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"><li>• Forte consommation en évolution croissante ;</li><li>• Produits agricoles en majorité importés du reste du pays ;</li><li>• Forte utilisation de l'outil numérique ;</li><li>• Bonne interconnexion ;</li><li>• Taux de pauvreté 22% ;</li><li>• Nombre de pauvres 36 000 ;</li><li>• Accessibilité du marché et connectivité : élevée ;</li></ul>

# TOMAVè

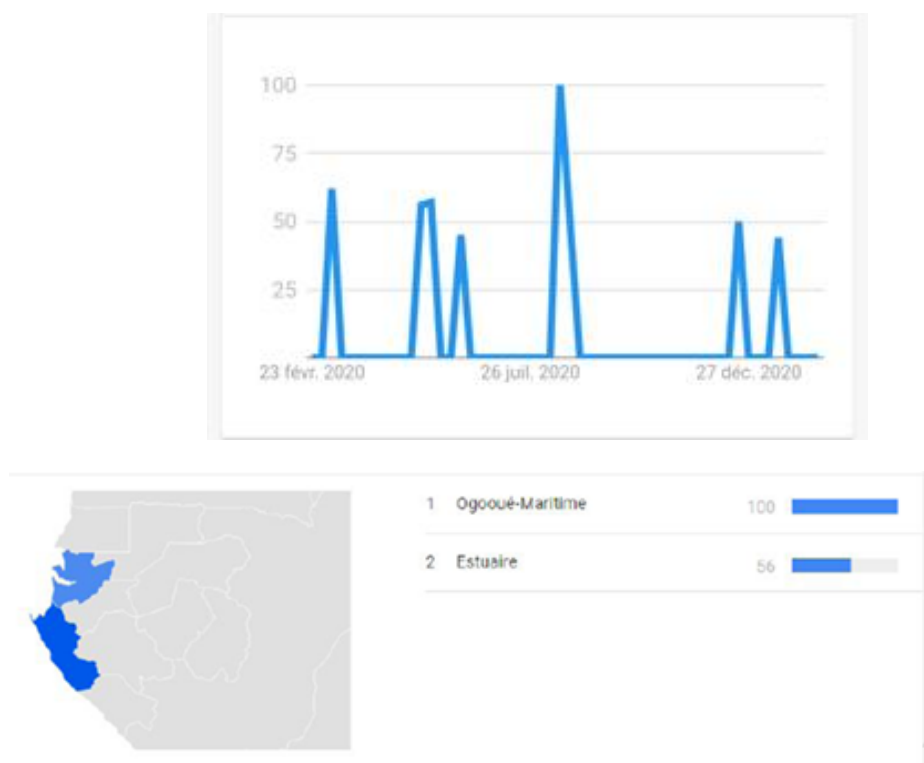
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opportunités : élevées.</li> </ul>
Franceville	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte consommation en évolution croissante ;</li> <li>• Faible utilisation de l'outil numérique ;</li> <li>• Bonne interconnexion ;</li> <li>• Taux de pauvreté 44% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 55 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : élevée ;</li> <li>• Opportunités : élevées.</li> </ul>
Zones urbaines du nord du pays	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 53% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 87 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : moyen ;</li> <li>• Opportunités : moyennes</li> </ul>
Zones rurales du nord du pays	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 50% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 58 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : difficiles ;</li> <li>• Opportunités : difficiles</li> </ul>
Zones urbaines du sud du pays	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 53% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 87 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : moyen ;</li> <li>• Opportunités : moyennes</li> </ul>
Zones rurales du sud du pays	2,1 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 68% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 55 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : difficiles ;</li> <li>• Opportunités : difficiles</li> </ul>
Zones urbaines de l'Est	2,1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 44% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 62 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : difficiles ;</li> <li>• Opportunités : difficiles</li> </ul>
Zones rurales de l'Est	2,1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 60% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 33 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : difficiles ;</li> <li>• Opportunités : difficiles</li> </ul>
Zones urbaines de l'Ouest	2,1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 24% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 96 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : difficiles ;</li> <li>• Opportunités : difficiles</li> </ul>
	2,1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de pauvreté 40% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 29 000 ;</li> </ul>



# TOMAVè

Zones Rurales de l'Ouest		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : difficiles ;</li> <li>• Opportunités : difficiles</li> </ul>
--------------------------	--	---

**Notre marché cible représente 2,1% soit 631 millions de franc cfa.**

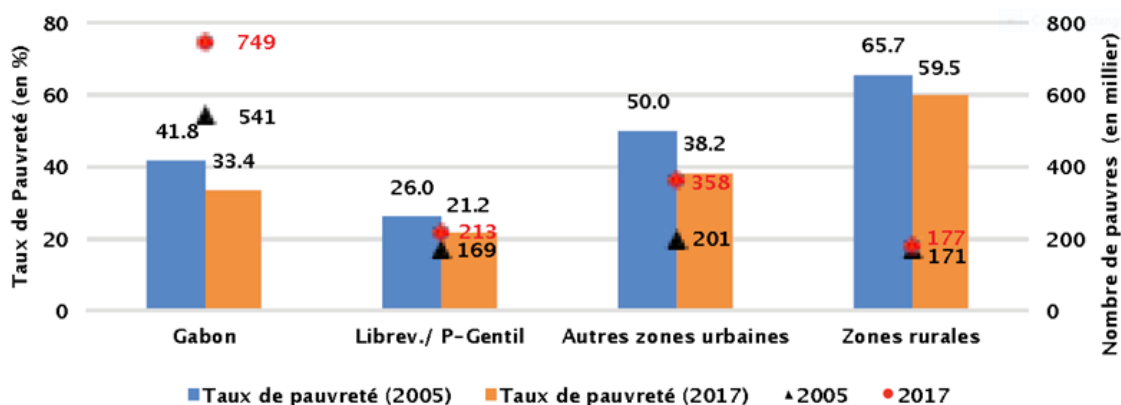


**Figure 1.** Présentation des tendances d'achats en ligne au Gabon durant l'année 2020 (source : google trend).

D'une manière générale, les tendances observées au niveau des achats en ligne démontrent que deux Villes sont principalement actives il s'agit de Libreville et Port-Gentil.

Selon l'enquête menée par la banque mondiale (2019), une légère croissance de la consommation des ménages par habitant a été observée au cours des 12 dernières années. D'après les résultats de cette enquête, la consommation des ménages est étroitement liée à la stabilité financière et la pauvreté. Il semble alors nécessaire au regard de ce qui précède de présenter les tendances de la pauvreté au sein de la population gabonaise.

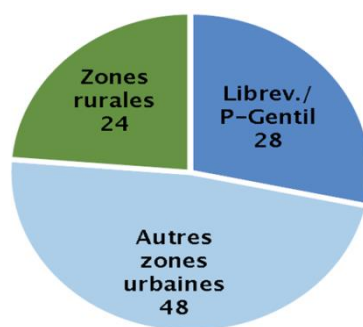
# TOMAVè



Source : EGEP de 2005 et de 2017.

**Figure 2.** Tendance de la pauvreté et nombre de pauvres, 2005 et 2017.

En 2017, environ 749 000 Gabonais vivaient dans la pauvreté, contre 541 000 en 2005. La hausse a été proportionnellement plus importante dans les zones urbaines secondaires, étant donné que le nombre de pauvres semble avoir augmenté de 26 % (+ 44 000 pauvres) à Libreville/Port-Gentil, de 78 % (+ 157 000) dans les autres zones urbaines et de 4 % (+ 6 000) dans les zones rurales.



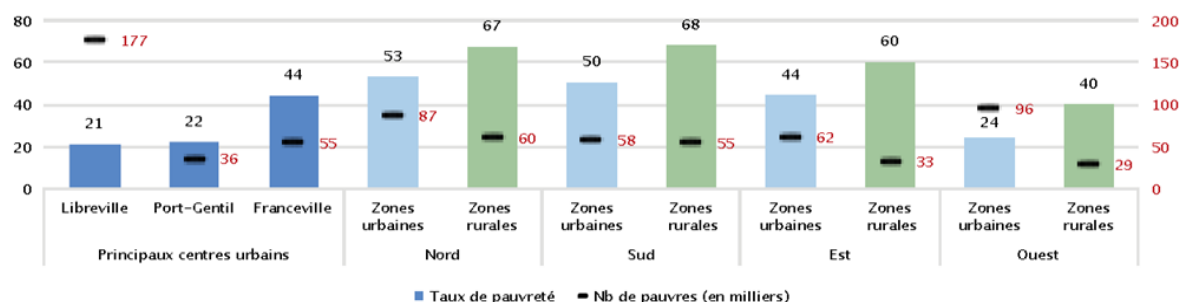
Source : EGEP de 2017.

**Figure 3.** Répartition géographique des pauvres, 2017 (%).

De grandes disparités subsistent au niveau de l'incidence de la pauvreté et de la répartition des pauvres à travers le pays. L'urbanisation étant si forte, les régions qui enregistrent les taux de pauvreté les plus élevés ne sont pas nécessairement celles qui accueillent le plus grand nombre de pauvres. Dans les zones rurales, le taux de pauvreté s'élève à 59,5 %, contre seulement 29,4 % dans les zones urbaines. Cependant, 76 % des pauvres vivent dans les zones urbaines (Figure 3).

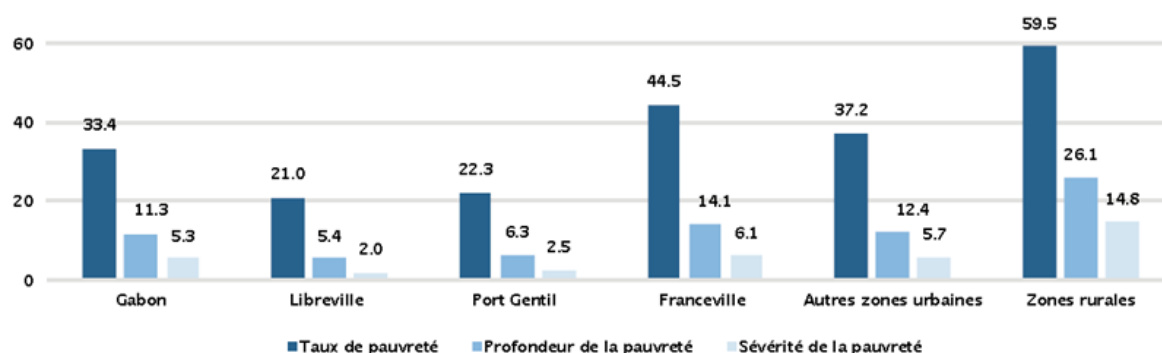


# TOMAVè



**Figure 4.** Taux de pauvreté et nombre de pauvres en fonction des régions, 2017.

Les régions rurales du Nord et du Sud détiennent les taux de pauvreté les plus élevés, mais le plus grand nombre de pauvres se trouve dans les régions urbaines de l'Est et de l'Ouest. Dans le Nord et le Sud du pays, près de 70 % de la population rurale est considérée comme pauvre, tout comme environ 50 % de la population urbaine, soit un taux beaucoup plus élevé que dans les autres zones urbaines du Gabon. Toutefois, compte tenu de la faible densité de population dans ces régions, le nombre de pauvres est nettement plus élevé dans les zones urbaines de l'Est et de l'Ouest (Figure 4). Abstraction faite des deux villes principales, la région de l'Est urbain abrite 16 % de l'ensemble des pauvres et la région de l'Ouest urbain 13 %, regroupant ensemble presque 40 % des pauvres urbains. En revanche, une faible proportion de la population pauvre habite dans les zones rurales de l'Est et de l'Ouest, suivies des zones rurales du Sud et du Nord.



Source : EGEP de 2017.

**Figure 5.** Indice de pauvreté, 2017.

Dans les zones rurales, plus de la moitié des habitants sont pauvres et leur pauvreté est trois fois plus profonde que celle des urbains pauvres. Environ 59,5 % de la population rurale vit dans la pauvreté, contre 29,4 % dans les zones urbaines, soit 21,2 % à Libreville et à Port-Gentil et 38,2

# TOMAVè

% dans les autres centres urbains (Figure 5). La profondeur de la pauvreté (ou la distance par rapport au seuil de pauvreté), estimée à 11,3 % dans l'ensemble du pays, indique qu'une grande proportion de la population est assez proche du seuil de pauvreté. Toutefois, la profondeur de la pauvreté est presque trois fois plus élevée dans les zones rurales que dans les zones urbaines, ce qui laisse supposer que les ménages ruraux ont besoin de beaucoup plus de ressources pour pouvoir sortir de la pauvreté. En moyenne, les ménages pauvres auraient besoin de 94 965 FCFA par habitant et par an pour échapper à la pauvreté, mais le montant s'élève en moyenne à 219 344 FCFA dans les zones rurales et à 75 636 FCFA seulement dans les zones urbaines.

Au-delà de la pauvreté, le pouvoir d'achat est en outre lié au taux de chômage mis en lumière ici par les caractéristiques principales du marché du travail Gabonais (Figure 6, 7, 8, 9, 10, 11).

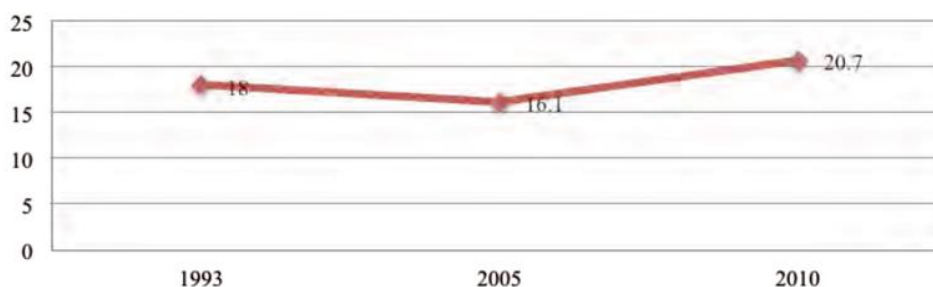
	Total	Femmes	Hommes
<b>Actifs occupés</b>	<b>393.440</b>	<b>244.020</b>	<b>149.420</b>
<b>Chômeurs</b>	<b>100.743</b>	<b>41.130</b>	<b>59.613</b>
<b>Chômeurs découragés</b>	49.341	16.268	33.073
<b>Population active totale</b>			
définition BIT	<b>494.183</b>	<b>285.150</b>	<b>209.033</b>
y compris les chômeurs découragés	543.524	301.418	242.106

Source : ENEC 2010

**Figure 6.** Structure de la population active, 2010 (nombre d'actif).

La population active gabonaise au sens du BIT était évaluée par l'ENEC en 2010 à 494 183 personnes (Figure 6). En face de cette offre, l'économie employait la même année 393 440 actifs. Le marché du travail dégageait donc un déficit de 100 750 emplois, équivalent à un taux de chômage de 20,4%. En intégrant les chômeurs découragés, évalué à 49 341 personnes, la population gabonaise active atteignait 543 524. Outre la présence d'un niveau de chômage très élevé qui affecte principalement les jeunes et les diplômés, le marché du travail gabonais se singularise par sa population active occupée urbaine et l'importance du secteur public. Par contre, comme les autres économies africaines, le marché gabonais comprend une forte proportion d'emplois informels (BAD, 2013).

# TOMAVè

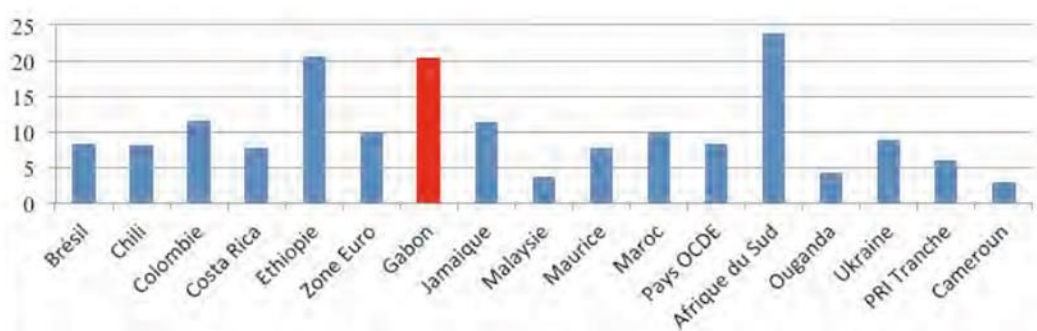


Source : RGPH1993, EGEP 2005, ENEC 2010

Activer V

**Figure 7.** Evolution du taux de chômage (au sens du BIT) au Gabon, de 1993 à 2010 (%).

Le niveau du chômage (Figure 7) est le point le plus frappant du marché du travail gabonais. Evalué à 18% lors du recensement général de la population de 1993, le taux de chômage au Gabon au sens du BIT<sup>4</sup>, a été estimé par l'ENEC à 20,4% en 2010 et le taux de chômage élargi (incluant les chômeurs découragés), à 27,6%. Il est en accroissement de 5 points entre 2005 et 2010 puisque l'enquête gabonaise d'évaluation de la pauvreté (EGEP) de 2005 l'évaluait à 16,3% pourcent.



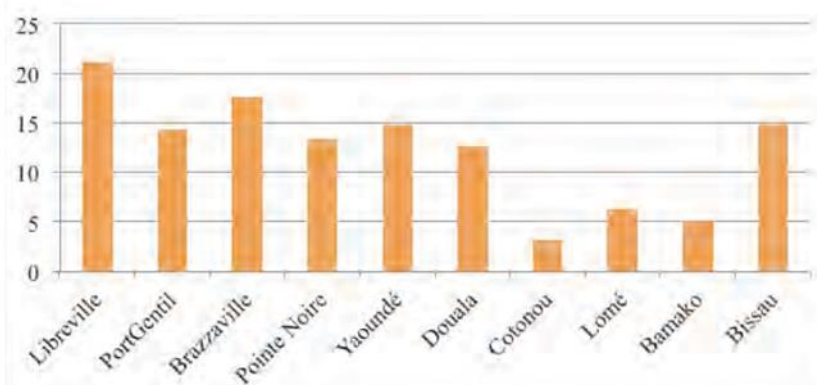
Source: Banque mondiale

Activer V

**Figure 8.** Taux de chômage au Gabon et dans les pays comparateurs, 2010 (%).

La comparaison avec un ensemble de pays et groupe de pays de différentes régions du monde pour lesquels nous avons pu disposer d'un taux national confirme le caractère particulièrement élevé du chômage au Gabon. Le graphique 8 ci-dessus montre qu'il est d'environ 10 fois plus élevé qu'au Cameroun, quatre fois plus que dans la moyenne des pays à revenu intermédiaire, et de deux à trois fois plus que dans les autres pays sélectionnés pour la comparaison, à l'exception de l'Afrique du Sud et de l'Ethiopie.

# TOMAVè

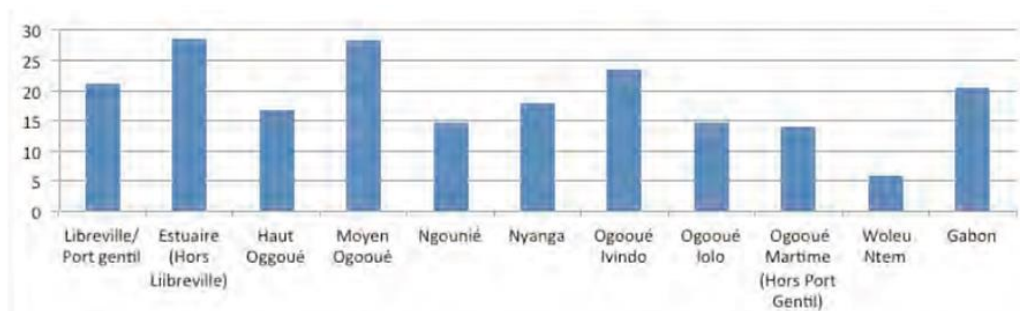


Sources : ENEC 2010, DGRH-DGS ; EDM-IHPC UEMOA 2008 ; EESI 2005-2010 ; EESIC 2009/2010

Activer Windows

**Figure 9.** Taux de chômage dans les principales villes d'Afrique de l'Ouest et Centrale, 2010

Une comparaison du taux de chômage à Libreville et Port Gentil avec ceux observés dans d'autres grandes villes d'Afrique centrale et de l'Ouest témoigne également de l'ampleur du chômage au Gabon. A Libreville, le taux de chômage est d'environ 5 points au-dessus de celui observé à Yaoundé, 9 points au-dessus de celui observé à Douala, de 4 points supérieur à celui observé à Brazzaville et 8 points au-dessus de celui de Pointe Noire. Les deux métropoles gabonaises affichent un niveau de chômage de deux à six fois supérieur à celui observé dans les métropoles de l'UEMOA, où le taux de chômage, à l'exception de la Guinée Bissau, n'atteint pas 7% pourcent (Figure 9).



Source : ENEC 2010

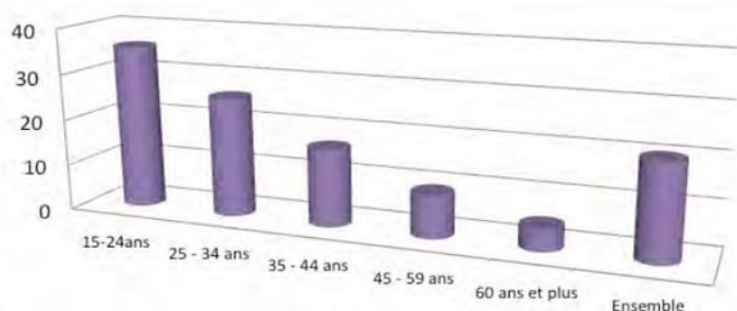
Activer Windows

**Figure 10.** Taux de chômage par province, 2010 (%).

Le taux de chômage est presque aussi élevé en milieu urbain (environ 21%) qu'en milieu rural (19%). Cependant en relation avec la forte urbanisation du Gabon, la grande masse des chômeurs (9 sur 10) se trouve dans les villes, principalement dans les deux grands bassins d'emploi, Libreville et Port-Gentil, où les taux de chômage sont respectivement de 21,2% et

# TOMAVè

14,3%. Le niveau élevé du chômage en milieu urbain et la proportion des chômeurs découragés renseignent sur le potentiel de main d'œuvre non employée et la nécessité de mettre en œuvre des mesures pour augmenter leur employabilité. Les provinces de l'Estuaire (hors Libreville), le Moyen Ogooué et l'Ogooué Ivindo sont les plus affectées par le chômage avec des taux respectifs de 28,5% (les deux premières) et 23,5%. Le Woleu Ntem avec un taux de 7% est la province la moins affectée par le chômage.



Source : Calcul des auteurs à partir des données de l'ENEC 2010

**Figure 21.** Taux de chômage par tranche d'âge, 2010 (%).

Les jeunes sont les plus affectés par le chômage. Le taux de chômage atteint 35,7% chez les jeunes de 15 à 24 ans quel que soit le milieu de résidence (ville ou campagne). Les jeunes rencontrent beaucoup de difficultés à s'insérer professionnellement en sortant du système scolaire. Il décroît ensuite avec l'âge, baissant à 26% chez les individus de 25-34 ans et 17% pour la tranche d'âge 34-44 ans. Il est naturellement encore plus bas (presque 5%) pour les seniors (plus de 60 ans).

Un taux de chômage aussi important parmi les jeunes est une source potentielle de problèmes économiques et sociaux, et révèle l'urgence à mettre en œuvre des mesures énergiques encourageant la création massive d'emplois.

## X.2. CLIENTELE

### X.2.1. PREVISION CLIENTELE ET CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE

**Tableau 3.** La clientèle

CIBLES	Prévision clients/mois		Prévision client/An	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum

# TOMAVè

Ménages (consommateurs)	100	300	300	3600
Agriculteurs	10	2000	120	240
Eleveurs avicoles	100	250	100	96
Personnes désirants se faire former (16-60 ans)	300	5000	1000	120
<b>TOTAL CLIENT</b>	<b>510</b>	<b>10 250</b>	<b>1520</b>	<b>4356</b>

## X.2.2. ANALYSE DE LA CLIENTELE

Selon notre étude, il 3 grandes catégories de clients ont été répertorié :

- ✓ Les ménages qui consomment les produits agricoles en achetant directement au marché (40%) ;
- ✓ Les ménages qui consomment les produits en achetant en ligne (10%). Parmi ces ménages, 90% préfèrent payer à la livraison ;
- ✓ Les producteurs rencontrant les difficultés de commercialisation et qui veulent directement écrouler leurs produits (20%). Pour eux, un service de commercialisation seraient d'un apport considérable ;
- ✓ Les personnes de plus en plus intéressées par l'entrepreneuriat agricole, prêtent à payer pour un se faire former 15 % ;
- ✓ Les éleveurs sans cesse à la recherche des incubateurs à œufs pour booster leurs productions en poulet de chair (10%) ;
- ✓ Les restaurants qui font dans l'alimentation locale et qui aimeraient se faire livrer en matière première (5%).

## X.3. CONCURRENCE

### X.3.1. CONCURRENTS

Par rapport à la concurrence, nous avons celle existantes sur le plan nationale et internationale.

- ❖ Sur le plan national, notons la présence certains opérateurs qui commandent les incubateurs à œufs de chine et viennent les revendre Gabon à des coûts très élevés notamment ABC service et la SMAG Gabon qui est le seul opérateur économique produisant les poussins d'un jour à grande échelle ;
- ❖ Sur le plan international, il y a également des concurrents majoritairement en Afrique de l'Ouest notamment : Mira service, Planète poussins, wil-agro.

## X.4 STRATEGIE DE L'ENTREPRISE

### X.4.1 Stratégie du produit et segmentation du marché

Pour effectuer le plan marketing produit, il faut avant tout effectuer une étude de marché et une segmentation. Concernant l'application de vente en ligne, elle présente une navigation simplifiée. Les différentes rubriques sont bien renseignées. De plus, les fonctionnalités de transport et des données Agro-climatologies améliorent la qualité du service. Les incubateurs intelligents sont de bonne qualité (matériaux disponibles et accessible la couleur est marronne, la taille réduite, la masse est moins importante et les pièces de réparation sont disponibles. Nous proposons un service rapide de maintenance.

### X.4.2. REGIONS DE MARCHE PRIORITAIRE

PRIORITE	REGIONS PRIORITAIRE	CARACTERISTIQUES
<b>PRIORITE N°1</b>	Grand Libreville (Libreville, Owendo, Ntoun, Akanda)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Population : 967 095</li> <li>• Forte consommation en évolution croissante ;</li> <li>• 21% des produits agricoles importés sont consommés au niveau de Libreville (News.alibreville.com) ;</li> <li>• Forte utilisation de l'outil numérique ;</li> <li>• Bonne interconnexion ;</li> <li>• Taux de pauvreté 21% ;</li> <li>• Profondeur de la pauvreté 5,4% ;</li> <li>• Sévérité de la pauvreté 2% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 177 000 ;</li> <li>• Indice d'accessibilité du marché et connectivité : élevée ;</li> <li>• Opportunités : élevée.</li> <li>• Beaucoup d'achats en ligne.</li> </ul>

# TOMAVè

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bon moyen d'acheminement des produits ;</li> </ul>
<b>PRIORITE N°2</b>	Port-gentil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Population : 147 817 habitant ;</li> <li>• Forte consommation ;</li> <li>• Produits agricoles proviennent en majorité des autres régions du pays;</li> <li>• Forte utilisation de l'outil numérique ;</li> <li>• Bonne interconnexion ;</li> <li>• Taux de pauvreté 22,3% ;</li> <li>• Profondeur de la pauvreté 6,3% ;</li> <li>• Sévérité de la pauvreté 2,5% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 36 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : élevée ;</li> <li>• Opportunités : élevée.</li> <li>• Beaucoup d'achats en ligne.</li> <li>• Moyens d'acheminement accessible ;</li> <li>• Rareté de certaines denrées alimentaires ;</li> <li>• Achats en ligne effectif ;</li> <li>• Moyens d'acheminement accessible ;</li> </ul>
<b>PRIORITE N°2</b>	Franceville	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Population : 128 729 habitants ;</li> <li>• Forte consommation ;</li> <li>• Produits agricoles proviennent en majorité des autres régions du pays;</li> <li>• Forte utilisation de l'outil numérique ;</li> <li>• Bonne interconnexion ;</li> <li>• Taux de pauvreté 22,3% ;</li> <li>• Profondeur de la pauvreté 6,3% ;</li> </ul>



# TOMAVè

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sévérité de la pauvreté 2,5% ;</li> <li>• Nombre de pauvres 36 000 ;</li> <li>• Accessibilité du marché et connectivité : élevée ;</li> <li>• Opportunités : élevée.</li> <li>• Beaucoup d'achats en ligne.</li> <li>• Moyens d'acheminement accessible ;</li> <li>• Rareté de certaines denrées alimentaires ;</li> <li>• Achats en ligne effectif ;</li> <li>• Moyens d'acheminement des produits accessible ;</li> </ul>
--	--	--

## X.5. ANALYSE PESTEL

POLITIQUE	ECONOMIQUE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Signature de l'arrêté pris en application des articles 20, 22 et 23 de la loi n°022/2008 du 10 décembre 2008 portant code agricole en République Gabonaise, complétée par loi n°2/2013 du 22 janvier 2013 portant extension du régime fiscal et douanier incitatif en faveur des exploitants agricoles. Cet arrêté fixe les conditions d'exonération des droits et taxes à l'importation sur le territoire national des intrants agricoles.</li> </ul> <p>Cela va faciliter les formalités d'importation des intrants agricoles pour booster le processus de production agricole.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Décret portant création des Zones Agricoles à forte productivité. Ce qui nous Permettra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le confinement oblige beaucoup d'entreprises à ne pas tourner à pleine capacité ou aller vers la cessation d'activités. Il conduit ainsi à la sous-utilisation des capacités de production avec à la clé la réduction de l'offre de travail et de la productivité du travail.</li> </ul> <p>Les conséquences de cette situation sur l'emploi (chômage technique, perte d'emplois, baisse de productivité) pourraient engendrer des effets de second tour sur l'activité économique du fait du recul de la consommation des ménages qui verraient leurs revenus baisser (PNUD, 2020).</p> <p>Tout cela contribue à la réduction du pouvoir d'achat.</p>

d'augmenter la capacité de production ainsi que les producteurs.

- La prolongation du confinement total du grand Libreville constitue un frein au développement des activités des producteurs.
- Signature du contrat de lancement des études de faisabilités su projet Cab-Gabon, qui consiste en la construction d'une dorsale fibre optique en Afrique centrale. La mise en œuvre de ce projet permettra entre autres de communiquer sans interférences réseau, de réduire la fracture numérique et de baisser les coûts de communication, tout en fournissant de bonnes conditions en qualité, les applications, services et contenus numériques aux entreprises et aux citoyens ;
- Décision d'encourager et développer l'entrepreneuriat des jeunes gabonais à travers l'amélioration du climat d'investissement, le développement des compétences et, l'accompagnement des petites et moyennes entreprises. L'emploi des jeunes au cœur de cette nouvelle stratégie, avec l'organisation du concours national de plans d'affaires et d'un hackathon pour aider les jeunes entrepreneurs que nous sommes.
- Signature d'une convention entre l'Agence Ecofin et l'Agence nationale de promotion des investissements pour soutenir les PME. Ce financement de 500 millions vise à apporter un appui technique et financier aux entreprises locales.

- La hausse sans cesse croissante des Prix des produits alimentaires. En effet, les ménages gabonais vivent des jours inconfortables car, leur pouvoir d'achat est mis à rude épreuve. Comme exemple, nous avons une le kilogramme de bois qui était de 2800F CFA est passé à 3500F CFA, soit une augmentation de 700F CFA, la tasse de café de rue est passé de 200F à 300F CFA à certains endroits de la métropole.

Ce pouvoir d'achat est encore mis à mal par l'augmentation des prix dans les autres secteurs opportunistes à l'exemple du logement et du transport ([www.hubrural.org](http://www.hubrural.org)).

# TOMAVè

SOCIAL	TECHNOLOGIQUE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 2005 et 2017, le taux national de pauvreté du Gabon a visiblement chuté de 41,8 % à 33,4 %. Le manque de comparabilité des données provenant des enquêtes auprès des ménages empêche la réalisation d'une analyse détaillée des tendances de la pauvreté et des facteurs de changement. Le problème a été partiellement résolu en ayant recours à des méthodes d'imputation d'une enquête à une autre (la technique d'estimation pour les petites régions). Les résultats indiquent que depuis 2005, le taux de pauvreté a diminué d'environ 8 points de pourcentage. La baisse de la pauvreté a eu lieu dans toutes les régions, mais semble avoir été plus rapide dans les zones urbaines en dehors des villes principales où le taux de pauvreté est passé de 50 à 38,3 %, contre une baisse de 26 à 21,2 % à Libreville et à Port-Gentil, et de 65,7 à 59,4 % dans les zones rurales. Si la méthode d'imputation permet de réaliser une évaluation assez rigoureuse des tendances de la pauvreté en estimant la consommation imputée, elle n'est cependant pas en mesure d'identifier convenablement les facteurs à l'origine des changements (BAD, 2019).</li> <li>Selon un rapport de la Banque mondiale, le taux de chômage au Gabon était à 16% en mai 2015, soit environ 150.000 personnes. Chez les jeunes, il représente un taux de 30% de cette population. La banque mondiale rapporte que 35,7% des</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Par sa volonté croissante, le Gabon se classe premier pays connecté aux TIC en Afrique centrale et de l'Ouest grâce à des investissements judicieux. Le coût d'accès, à internet a été divisé par 10 depuis 2010, et le nombre d'abonnés a été multiplié par 7 sur la même période. Ainsi, selon l'union internationale des télécommunications (UIT), organisme spécialisé des Nations unies pour les technologies, de l'information et de la communication, en 2017, le Gabon a gagné 10 places dans le classement mondial des TIC et se positionne désormais 6<sup>e</sup> pays le plus connecté du continent africain (<a href="http://www.banquemondiale.org">www.banquemondiale.org</a>) ;</li> <li>Mise en place de la fibre optique Gabon-Congo pour favoriser l'éclosion des start-up (<a href="http://www.union.sonapresse.com">www.union.sonapresse.com</a>) ;</li> <li>Financement par la banque mondiale de trois incubateurs au Gabon afin de développer le secteur des TICs. Avec le développement de ces derniers à Libreville, Port-gentil et Franceville qui seront spécialisés dans le domaine des technologies et de l'information.</li> <li>Au Gabon, plusieurs Initiatives contribuant dans l'éclosion des nouvelles technologies numériques sont à relevées.</li> </ul>

# TOMAVè

<p>chômeurs au Gabon sont les jeunes de 15-24ans et 26% des actifs de 25-35ans.</p> <p>Aujourd'hui, le taux de chômage oscille en 20 et 30% (médias 241.com)</p>	<p>Nous pouvons citer entre autre : OGOOUE LABS, l'ONG ACTE, l'opérateur Airtel, la SING etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecllosion de plusieurs startups dans le secteur du numérique.</li> </ul>
ECOLOGIQUE/ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participation du Gabon au forum Africain des innovations technologiques pour la transition énergétique, la sauvegarde environnementale et le développement durable. Ce forum avait pour thème : « développement durable et résilience climatique : défis technologiques et opportunités sur le continent africain ».</li> </ul> <p>Aussi, les objectifs de ces échanges étaient de valoriser le potentiel technologique innovant africain, susciter des innovations technologiques dans le secteur des énergies renouvelables, de l'efficacité énergétiques et de la conservation de la biodiversité en Afrique ; favoriser l'émergence de nouvelles stratégies pour les pays africains, qui leur permettent de se hisser au niveau technologique mondiale dans les énergies renouvelables et de se positionner en modèles vertueux de mobilisation de ces énergies dans la chaîne de valeur (<a href="http://www.gabonreview.com">www.gabonreview.com</a>).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loi n°7/2014 du 1<sup>er</sup> Août 2014 relative à la protection de l'environnement au Gabon.</li> <li>• La population gabonaise est essentiellement jeune (54, 6 % ayant moins de 25 ans). Elle comporte 48,4% de femmes, avec un indice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'aide de l'OHADA. L'acte uniforme relatif au droit commercial général (AUDCG) de l'espace OHADA, dans sa version révisée de 2016 ancre la pratique commerciale dans la modernité avec un arsenal juridique reconnaissant les contrats dématérialisés (du chapitre I au chapitre V de l'AUDCG). Des études sont menées, dans l'univers B to B, des actes en cours de rédaction, mais l'effectivité n'est pas au rendez-vous, concernant la formation de ces contrats l'exécution de ces contrats, leurs preuves. <a href="http://www.uncitral.org/pdf/english/congress/Papers_for_Congress/1-ALEMDJRODO">http://www.uncitral.org/pdf/english/congress/Papers_for_Congress/1-ALEMDJRODO</a>. Les_defis_du_commerce_electroniquedans_lespace_OHADA.pdf).</li> <li>• Décret n°01494/PR/MTEPS du 29 décembre 2011 déterminant les règles générales d'hygiènes et de sécurité sur les lieux de travail ;</li> <li>• Loi n°3/94 du 21 Novembre 1994 portant code du travail, modifiée par la loi n°12/2000 du 12 Octobre 2000 ;</li> </ul>

# TOMAVè

synthétique de fécondité de 4,2 enfants par femme. L'espérance de vie à la naissance est de 63, 4ans (66ans pour les femmes et 62,2ans pour les hommes).

- Décret n°855/PR/MTE du 9 novembre 2006, fixant le salaire minimum interprofessionnel garanti en République Gabonaise ;
- Décret du 16 janvier 2013 fixant la nature des pires formes et les catégories d'entreprises interdites aux enfants de moins de 18ans ;
- Décret n°728/PR/MTEFP du 29 décembre 1998 règlementant le régime des dérogations à la durée légale du travail.

## X.6. ANALYSE SWOT

FORCE	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissance du marché ;</li> <li>• Rapidité d'action (livraison) ;</li> <li>• Sérieux, pragmatisme et détermination de l'équipe ;</li> <li>• Compétences techniques du personnel</li> <li>• Fiabilité, disponibilités, fidélité ;</li> <li>• Maitrise des procédures de certification ;</li> <li>• Innovation made in Gabon ;</li> <li>• Qualité des offres de formation ;</li> <li>• Qualités des données agro-climatologies.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital inexistant ;</li> <li>• Longue durée d'acquisition des pièces maitresses pour la production des incubateurs à œufs ;</li> <li>• Productions agricoles limités ;</li> <li>• Moyens financiers très limités ;</li> </ul>
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché vierge ;</li> <li>• Réponse aux attentes du gouvernement ;</li> <li>• Quasi absence de réseau des producteurs locaux.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrence des produits importés ;</li> <li>• Développement et existence de plusieurs plates-formes de e-commerce</li> </ul>

# TOMAVè

- Instabilité du réseau ;
- Cadre juridique quasi inexistant.

## XI. PREVISION FINANCIERE



### XI.1. ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRE ET PROJECTION SUR 3 ANS.

Tableau 4. Structure de coûts

PRODUIT/SERVICE	COUT PRODUCTION	Marge	TVA/TPS	PRIX DE VENTE
Incubateur à œuf intelligent	185 466	53 000	5 035	233 431
Formation	-	100 000	9 500	90 500
Maintenance de l'application		300	-	300
Poussins d'un jour	350	300	57	593

Tableau 5. Chiffre d'affaires en quantité

		PREVISION VENTE EN QUANTITE			
PRODUIT/SERVICE	PRIX VENTE	MOIS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
% CROISSANCE				20%	25%
Incubateur à œuf intelligent	233 431	5	60	89	90
Formation	90 500	7	84	178	180
Maintenance de l'application	15 000	10	120	188	190
Poussins d'un jour	593	3 000	36 000	55 700	68 600
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRE		3 022	36 264	56 155	69 060

# TOMAVè

**Tableau 6.** Chiffre d'affaires en valeur

		PREVISION VENTE EN VALEUR			
PRODUIT/SERVICE	PRIX VENTE	MOIS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
Incubateur à œuf intelligent	233 431	1 167 155	14 005 860	20 775 359	21 008 790
Formation	90 500	633 500	7 602 000	16 109 000	16 290 000
Maintenance de l'application	15 000	150 000	1 800 000	2 820 000	2 850 000
Poussins d'un jour	593	1 779 000	21 348 000	33 030 100	40 679 800
<b>TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRE</b>		3 729 655	44 755 860	72 734 459	80 828 590

Le chiffre d'affaire du projet évolue de manière croissante. Pour la première année il est de 44 755 860F CFA ; pour la deuxième année il est de 72 734 459F CFA et pour la troisième année est de 80 828 590F CFA ce qui signifie que le chiffre d'affaire du projet suit une montée considérable au fur et à mesure que les années passent.

**Tableau 7.** Besoins en fond de roulement

CAPITAL DEMARRAGE NECESSAIRE: AFFECTION DES RESSOURCES			
INVESTISSEMENT		FONDS ROULEMENT (pour les 3 premiers mois)	
Libellé	Montant	Libellé	Montant
INVESTISSEMENT AMORTISSABLE	3 079 482	Matière première	5 931 990
INVEST. NON AMORTISSABLE	11 821 250	Charges salariales	2 020 050
		Charges diverses	5 560 500
		Charges sociales	496 932
		Charges financières	90 000
<b>TOTAL INVESTISSEMENT</b>	<b>14 900 732</b>	<b>TOTAL FONDS ROULEMENT</b>	<b>14 099 472</b>
<b>CAPITAL DEMARRAGE NECESSAIRE</b>		<b>29 000 204</b>	

# TOMAVè

SOURCES DU CAPITAL DEMARRAGE	
Libellé	Montant
Apport en numéraire	13 000 000
Apport en nature	
Apport en industrie	
Prêt auprès des amis/parents	6 000 204
Emprunt bancaires	
Subvention Moov africa	10 000 00
<b>TOTAL SOURCE DU CAPITAL</b>	<b>29 000 204</b>

## XI.2. BILAN D'OUVERTURE

Tableau 8. Bilan

BILAN D'OUVERTURE			
ACTIF		PASSIF	
<b>Immobilisations incorporelles</b>	<b>11 821 250</b>	<b>Capital</b>	<b>10 000 000</b>
Recherche et développement	5 459 250	Apport en numéraire	13 000 000
Box internet canal +	30 000	Apport en nature	0
Hébergement du site	300 000	Apport en industrie	0
Reproducteurs	5 500 000		
Campagne de lancement	1 000 000	<b>Réserves</b>	<b>0</b>
Développement de l'application	3 000 000		
Ouverture Compte (orabank)	250 000		
Aménagement du local	1 000 000		
Scie à bois	30 000		
Tournevis manuelle	10 000		
Scie à métaux manuelle	27 000		
Rallonges (multiprises)	15 000		
Divers et imprévus	700 000		
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>3 079 482</b>		
		<b>Report à nouveau</b>	<b>0</b>



# TOMAVè

Ordinateur portable	500 000		
Imprimante	59 000	Résultat de l'exercice	0
Mobilier de bureau	279 990		
Chaises	20 000	Subventions d'investissement	10 000 000
Climatiseur	179 500	Moov africa	10 000 000
Ecran plasma	100 000		
Mobilier de bureau (armoire)	205 000		
Vidéo projecteur	300 000		
Visseuse électrique	500 000		
Ecran de projection (2m/1,5m)	136 000		
Rabot en bois	406 992		
Scie à métaux électrique	393 000		
Immobilisations financières	0		
Immobilisation financière	0		
Total de l'actif immobilisé (I)	14 900 732	Total des capitaux propres (III)	23 000 000
Stocks	0	Emprunts	6 000 204
	0	Prêts sans intérêt	6 000 204
	0	Comptes courants d'associés	0
Autres créances (crédit TVA)	0	Dettes fournisseurs	0
Trésorerie	14 099 472	Dettes fiscales et sociales	0
Banque	14 099 472		
Total de l'actif circulant (II)	14 099 472	Total des dettes (IV)	6 000 204
TOTAL GENERAL (I) + (II)	29 000 204	TOTAL GENERAL (III) + (IV)	29 000 204

## COMPTE DE RESULTAT SUR 3 ANS

Tableau 9. Compte de résultat prévisionnel

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
<b>Chiffre d'affaire (Vtes produits/Services)</b>	44 755 860	72 734 459	80 828 590
<b>Subvention d'exploitation/BFR</b>	14 099 472		
<b>Augmentation en %</b>			
<b>Coûts d'achats de produits/Services</b>	17 795 970	28 473 552	35 591 940
<b>Augmentation en %</b>			
<b>Marge brute commerciale</b>	<b>41 059 362</b>	<b>44 260 907</b>	<b>45 236 650</b>
<b>Charges externes</b>	<b>20 442 000</b>	<b>20 442 000</b>	<b>20 442 000</b>
Loyer et charges locatives	3 000 000	3 000 000	3 000 000
Fournitures entretien et bureau	816 000	816 000	816 000
Consommation eau	480 000	480 000	480 000
Consommation Electricité	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Entretien et réparation	1 200 000	1 200 000	1 200 000
Abonnement CANAL+	246 000	246 000	246 000
Carburant	1 200 000	1 200 000	1 200 000
COMMUNICATION	2 400 000	2 400 000	2 400 000
CONNEXION INTERNET	540 000	540 000	540 000
Crédit de communication	360 000	360 000	360 000
Hébergement site internet	3 600 000	3 600 000	3 600 000
Remboursement emprunt sans intérêt	3 000 000	3 000 000	3 000 000
Divers et imprévus	1 800 000	1 800 000	1 800 000
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>20 617 362</b>	<b>23 818 907</b>	<b>24 794 650</b>
Impôts et taxes	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Charges salariales	8 080 200	8 080 200	8 080 200
Charges sociales	1 987 729	1 987 729	1 987 729
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>8 749 433</b>	<b>11 950 978</b>	<b>12 926 721</b>
Frais bancaires, Rembourse. Emprunts	360 000	360 000	360 000
Dotations aux amortissements	747 618	747 618	747 618
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>7 641 815</b>	<b>10 843 359</b>	<b>11 819 102</b>
Impôts sur les sociétés	2 674 635	3 795 176	4 136 686
<b>Résultat Net</b>	<b>4 967 180</b>	<b>7 048 184</b>	<b>7 682 417</b>
CAF	5 714 798	7 795 802	8 430 035

# TOMAVè

**Tableau 10.** Compte de trésorerie première année en millier de franc cfa

## PLAN DE TRESORERIE SUR 12 MOIS EN FCFA

RECETTES	Total	Montant	Total		Début	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
	HT	TVA	TTC		exercice												
				REPORT SOLDE			9 429 949	4 760 426	90 902	1 090 209	2 089 515	1 149 647	277 778	-594 090	-1 465 958	-2 337 827	-3 209 695
				Capital	13 000 000												
				Autres Apport	6 000 204												
				Moov africa	10 000 000												
	14 099 472	0	14 099 472	BFR		14 099 472											
	10 504 395	0	10 504 395	Incubateur à œuf intelligent					1 167 155	1 167 155	1 167 155	1 167 155	1 167 155	1 167 155	1 167 155	1 167 155	1 167 155
	5 701 500	0	5 701 500	Formation					633 500	633 500	633 500	633 500	633 500	633 500	633 500	633 500	633 500
				Maintenance de l'application					150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
				Poussins d'un jour					1 779 000	1 779 000	1 779 000	1 779 000	1 779 000	1 779 000	1 779 000	1 779 000	1 779 000
	0	0	0														
	30 305 367	0	30 305 367	TOTAL RECETTES	29 000 204	14 099 472	9 429 949	4 760 426	3 820 557	4 819 864	5 819 170	4 879 302	4 007 433	3 135 565	2 263 697	1 391 828	519 960
	14 900 732	0	14 900 732	INVESTISSEMENT	14 900 732												
	11 127 960	0	11 127 960	Incubateur à œuf intelligent		927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330	927 330
	12 600 000	0	12 600 000	0 €		1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000
	3 000 000	0	3 000 000	Loyer et charges locatives		250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000

# TOMAVè

408 000	0	408 000	Fournitures entretien et bureau		68 000	68 000	68 000	68 000	68 000	68 000	S	S	S	S	S	S
480 000	0	480 000	Consommation eau		40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
1 800 000	0	1 800 000	Consommation Electricité		150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
1 200 000	0	1 200 000	Entretien et réparation		100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
246 000	0	246 000	Abonnement CANAL+		20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500	20 500
			Carburant		100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
2 400 000		2 400 000	COMMUNICATION		200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
540 000		540 000	CONNEXION INTERNET		45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000
360 000		360 000	Crédit de communication		30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
3 600 000		3 600 000	Herbergement site internet		300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
3 000 000	0	3 000 000	Remboursement emprunt sans intérêt		250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
			Taxes		150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
1 800 000	0	1 800 000	Divers et imprévus		150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
2 037 015	0	2 037 015	Manager		169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751	169 751
1 352 280	0	1 352 280	Gérant		112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690	112 690
1 081 824	0	1 081 824	Livreur 1		90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152
1 081 824	0	1 081 824	Livreur 2		90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152
1 081 824	0	1 081 824	Livreur 3		90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152
1 081 824	0	1 081 824	Aide dans l'atelier à incubateur		90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152	90 152
202 005	0	202 005	CNSS SALARIALE (2,5)		16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834	16 834
1 292 832	0	1 292 832	CNSS PATRONALE (16%)		107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736	107 736

# TOMAVè

	161 604	0	161 604	CNAMGS SALARIALE (2%)		13 467	13 467	13 467	13 467	13 467	13 467	13 467	13 467	13 467	13 467	13 467
	331 288	0	331 288	CNAMGS PATRONALE (4,1%)		27 607	27 607	27 607	27 607	27 607	27 607	27 607	27 607	27 607	27 607	27 607
	360 000	0	360 000	AGIOS		30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
	0	0	0	Autres charges financières		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	<b>67 527 012</b>	<b>0</b>	<b>67 527 012</b>	<b>TOTAL DEPENSES</b>	<b>14 900 732</b>	<b>4 669 523</b>	<b>4 669 523</b>	<b>4 669 523</b>	<b>4 669 523</b>	<b>4 669 523</b>	<b>4 669 523</b>	<b>4 601 523</b>	<b>4 601 523</b>	<b>4 601 523</b>	<b>4 601 523</b>	<b>4 601 523</b>

<b>TRESORERIE MENSUELLE</b>	<b>14 099 472</b>	<b>9 429 949</b>	<b>4 760 426</b>	<b>90 902</b>	<b>-848 966</b>	<b>150 341</b>	<b>1 149 647</b>	<b>277 778</b>	<b>-594 090</b>	<b>-1 465 958</b>	<b>-2 337 827</b>	<b>-3 209 695</b>	<b>-4 081 563</b>
---------------------------------	-------------------	------------------	------------------	---------------	-----------------	----------------	------------------	----------------	-----------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

# TOMAVè Agritech

**Tableau 11.** Charges d'exploitation

## TABLEAU DE CHARGES FIXES

CHARGES DIVERSES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
Loyer et charges locatives	250 000	12	3 000 000
Fournitures entretien et bureau	68 000	12	816 000
Consommation eau	40 000	12	480 000
Consommation Electricité	150 000	12	1 800 000
Entretien et réparation	100 000	12	1 200 000
Abonnement CANAL+	20 500	12	246 000
Carburant	100 000	12	1 200 000
COMMUNICATION	200 000	12	2 400 000
CONNEXION INTERNET	45 000	12	540 000
Crédit de communication	30 000	12	360 000
Hébergement site internet	300 000	12	3 600 000
Remboursement emprunt sans intérêt	250 000	12	3 000 000
Taxes	150 000	12	1 800 000
Divers et imprévus	150 000	12	1 800 000
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1 853 500</b>	<b>12</b>	<b>22 242 000</b>

CHARGES SALARIALES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
Manager	177 750	12	2 133 000
Gérant	118 000	12	1 416 000
Livreur 1	94 400	12	1 132 800
Livreur 2	94 400	12	1 132 800
Livreur 3	94 400	12	1 132 800
Aide dans l'atelier à incubateur	94 400	12	1 132 800
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>673 350</b>	<b>12</b>	<b>8 080 200</b>

CHARGES SOCIALES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
CNSS SALARIALE (2,5)	16 834	12	202 005

# TOMAVè Agritech

CNSS PATRONALE (16%)	107 736	12	1 292 832
CNAMGS SALARIALE (2%)	13 467	12	161 604
CNAMGS PATRONALE (4,1%)	27 607	12	331 288
<b>TOTAL GENERAL (22,6%)</b>	<b>165 644</b>	<b>12</b>	<b>1 987 729</b>

CHARGES FINANCIERES			
LIBELLE	MOIS	DUREE	ANNEE
AGIOS	30 000	12	360 000
INTERET EMPRUNT	-	12	-
Autres charges financières		12	-
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>30 000</b>	<b>12</b>	<b>360 000</b>

<b>TOTAL CHARGES FIXES</b>	<b>2 722 494</b>		<b>32 669 929</b>
----------------------------	------------------	--	-------------------

## XI.3. TABLEAU DE SYNTHÈSE D'INDICES DE RENTABILITE

**Tableau 12.** Indices de rentabilité

Libellé	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
<b>CAF</b>	5 714 798	7 795 802	8 430 035
Investissement	29.000.204		
Cash-flow	13.548.965	15.743.956	16.378.189
<b>Cash-flow actualisés</b>	14.903.862	19.050.187	21.782.991
Taux d'actualisation	10%	10%	10%
VAN	26.736.836		
Cash-flow cumulés croissant	14.903.862	33.954.049	55.737.040
<b>Delai de récupération</b>	1an 8mois 45semaines 277jours		
<b>Indice de sécurité</b>	50%	54%	55%
<b>Indice de profitabilités</b>	1,92 cela signifie que pour 1f investi dans le projet génère 0,92 f de bénéfice		

## XI.4. CALENDRIER DE REALISATION DU PROJET

ETAPE DE REALISATION	PERIODE
Achat du matériel pour conception d'incubateurs à œufs	Entre Juillet et août 2021
Tests des nouveaux incubateurs conçus	Septembre 2021
Lancement de la commande des pièces maitresses	A partir d'octobre 2021
Campagne publicitaire	De Novembre à décembre 2021

# TOMAVè Agritech

## CONCLUSION

L'énorme potentiel du secteur agricole gabonais n'est plus à démontrer. Face aux défis liés au développement de l'Agriculture dans notre pays, aux difficultés rencontrées au quotidien par les producteurs des produits agricoles du terroir et celles vécues par les consommateurs, nous avons le devoir d'apporter notre pierre à l'édifice afin de contribuer à l'amélioration des conditions de vie de nos compatriotes à travers des solutions réalisables et innovantes. En effet, par rapport à la problématique centrale en rapport avec la gestion, la commercialisation, la distribution des produits et services agricoles gabonais, le projet e-commerce, agritech est la solution idéale à cela.

Pratique et innovateur par ses produits et services proposés, la solution apportée par notre entreprise contribuera à la stabilité financière des employés, partenaires et celle des promoteurs. Sur le plan national, nous comptons nous affirmer dans l'optique d'obtenir une plus grande part des marchés. Au-delà de nos frontières, nous souhaitons nous étendre dans l'espoir de satisfaire une plus grande clientèle.

## COORDONNEES

**Siège social : Libreville (Bizango rail)**

**Tél : 077039399/066593616**

**Mail : [sylverluciano@gmail.com](mailto:sylverluciano@gmail.com)**



## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. BAD. (2013). Rapport des conseils d'administrations de la Banque Africaine de développement et du fond Africain de Développement de la période du 1<sup>er</sup> Janvier au 31 Décembre 2013, 308p.
2. BAD. (2017). Gabon : Projet d'Appui au Programme Graine phase 1(PAPG1), Rapport d'évaluation, 6p.
3. BAD. (2019). Gabon : rapport sur l'évaluation de la pauvreté au Gabon, 60p.
4. BAD. (2013). Rapport sur la croissance et l'emploi en république gabonaise, 111p.
5. Commission économique pour l'Afrique. (2019). Le commerce numérique en Afrique : Implications en termes d'inclusion et de droits de l'homme, 170p.
6. Direction Générale de la Statistique (DGS). (2015). Résultats Globaux du Recensement Général de la Population et des Logements de 2013 du Gabon (RGPL-2013), 22-45p.
7. FAO. (2003). Garantir la sécurité sanitaire et la qualité des aliments : directives pour le renforcement des systèmes nationaux de contrôle alimentaire. Document de formation, FAO, Rome 84p.
8. FAO. (2019). Technologies numériques dans le secteur agricole et dans les zones rurales, 26p.
9. Journal hebdomadaire d'informations et d'annonces légales. (2014). N°624.
10. Ministère de l'agriculture, de l'élevage, chargé de la mise en œuvre du programme graine (MAEPG). (2017). Politique Nationale de Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (PNSAN), 15-16p.
11. PNUD. (2020). Impact socio-économique de la Covid-19 au Gabon, 52p.
12. Union Africaine. (2019). Dynamique de développement en Afrique : Réussir la transformation productive, 278p.
13. [www.banquemonddiale.org](http://www.banquemonddiale.org), Consulté le 28 Février 2021.
14. [www.union.sonapresse.com](http://www.union.sonapresse.com)), Consulté le 28 Février 2021.
15. [www.gabonreview.com](http://www.gabonreview.com)), Consulté le 28 Février 2021.