



**ELABORATION D'UN PLAN D'AFFAIRE DANS LE CADRE
D'UN PROJET D'ELEVAGE DE LAPIN DANS LA VILLE DE
OUAGADOUGOU
(Burkina Faso)**

**MEMOIRE POUR L'OBTENTION DU
MASTER SPECIALISE EN
MANAGEMENT DES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS**

**OPTION :
MANAGEMENT STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL (MSO)**

Présenté par

David Télésphore OUEDRAOGO

Jury d'évaluation du stage :

Président : Prénom NOM

Membres et correcteurs : Prénom NOM
Prénom NOM
Prénom NOM

Promotion [2014/2015]



**ELABORATION D'UN PLAN D'AFFAIRE DANS LE CADRE
D'UN PROJET D'ELEVAGE DE LAPIN DANS LA VILLE DE
OUAGADOUGOU
(Burkina Faso)**

**MEMOIRE POUR L'OBTENTION DU
MASTER SPECIALISE EN
MANAGEMENT DES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS**

**OPTION :
MANAGEMENT STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL (MSO)**

Présenté par

David Télésphore OUEDRAOGO

Jury d'évaluation du stage :

Président : Prénom NOM

Membres et correcteurs : Prénom NOM
Prénom NOM
Prénom NOM

Promotion [2014/2015]

DEDICACE

*Nous dédions ce travail
À notre épouse et nos enfants ;
À notre famille et notre belle famille.*

REMERCIEMENTS

Nous exprimons tous nos sincères remerciements et gratitude à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Nos remerciements vont particulièrement à l'endroit de Monsieur YONLI Alassane, Consultant, pour son aide inestimable à la réalisation de ce document.

Nos remerciements également à monsieur KABORE Denis, Statisticien à la Direction Générale des Etudes et des Statistiques Sectorielles du Ministère des Ressources Animales et Halieutiques.

Nous ne pourrions terminer sans remercier tous les enseignants du Master management stratégique et opérationnel pour les connaissances qu'ils m'ont enseignées et le jury de soutenance qui nous a fait l'honneur de juger ce travail.

Que toutes ces personnes trouvent en ce travail le fruit de leurs efforts.

TABLE DES MATIERES

Dédicace	i
Remerciements	ii
Table des matières	iii
Sigles et abréviations utilisés	vi
Liste des tableaux	vii
Liste des figures	viii
Résumé	ix
Introduction Générale.....	1
Chapitre1 : Présentation de l'étude	2
I. Contexte de l'étude.....	2
II. Problématique	3
2. 1. Objectifs et résultats attendus.....	3
2.1.1. Objectif global.....	3
2.1.2. Objectifs spécifiques	3
2.1.3. Résultats attendus	4
III. Généralités	4
3.1 Généralités sur la commune de Ouagadougou	4
3.2. Généralités sur le lapin	5
3.3. Définition de quelques termes et concepts	6
CHAPITRE II : Plan d'affaire du projet d'élevage de lapin	8
I. Etude de marché de consommation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou	8
1.1. Méthodologie.....	8
1.2. Les résultats de l'enquête	8
1.2.1. Généralités sur les consommateurs	8

1.2.2.	Produits de même nature.....	11
1.3.	Stratégie commerciale et marketing	11
1.3.1.	politique de produits	12
1.3.2.	Politique de prix	12
1.3.3.	Politique de distribution.....	12
1.3.4.	Politique de communication	12
II.	Etude technique du projet.....	12
2.1.	La souche à utiliser	12
2.2.	Processus d’approvisionnement en reproducteurs.....	13
2.3.	Reproduction	13
2.4.	Cycle de production.....	14
2.5.	Alimentation	17
2.6.	Le logement	17
2.7.	Présentation du produit (viande de lapin).....	18
III.	Schéma organisationnel et institutionnel du projet.....	18
3.1.	Schéma organisationnel.....	18
3.2.	Schéma institutionnel	19
IV.	Etude financière du projet.....	19
4.1.	Investissements	20
4.2.	Immobilisations	20
4.3.	Evaluation du Besoin en Fonds de Roulement (BFR).....	21
4.4.	Récapitulatif des investissements	22
4.5.	Financement.....	22
4.5.1.	Besoins et modalité de financement.....	22
4.5.2.	Apport en compte courant-associé.....	23
4.5.3.	Emprunt à souscrire	23
4.5.3.1.	Garanties proposées.....	23

4.5.3.2.	Caractéristiques de l'emprunt.....	24
4.6.	L'exploitation	24
4.6.1.	Produits d'exploitation.....	24
4.6.2.	Charges d'exploitation	24
4.7.	Compte d'exploitation prévisionnel sur 4 ans	28
4.8.	Analyse de la rentabilité	29
4.8.1.	Taux de Rendement Interne (TRI).....	29
4.8.2.	Valeur Actuelle Nette (VAN)	29
4.8.3.	Délai de Récupération du Capital	30
4.8.4.	Plan de trésorerie sur 12 mois	30
4.8.5.	Plan de financement sur 4 ans.....	33
4.8.6.	Analyse de la sensibilité du projet	34
V.	Etude socio-économique du projet	34
	CONCLUSION GENERALE	35
	REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	36
	Annexe 1 : Tableau Résumé du projet	39
	Annexe 2 : Fiche d'enquête sur la consommation de viande de lapin dans la ville de Ouagadougou	40

SIGLES ET ABREVIATIONS UTILISES

BFR : Besoin en Fonds de Roulement

CAFG : Capacités d'Autofinancement Globales

CAFGA : Capacités d'Autofinancement Globales Actualisées

DRCI : Délai de Récupération du Capital Investi

HT: Hors Taxe

MRA : Ministère des Ressources Animales

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

TRI : Taux de Rendement Interne

TTC: Toute Taxe Comprise

TVA : Taxe sur la valeur ajoutée

VAN : Valeur Actuelle Nette

Liste des tableaux

Tableau 1 : facteurs influençant le prix de la viande de lapin.....	10
Tableau 2 : Schéma de production	15
Tableau 3 : Organigramme descriptif de l'entreprise.....	18
Tableau 4 : actif immobilisé.....	20
Tableau 5 : estimation des charges d'exploitation à financer en début d'exploitation	21
Tableau 6 : Récapitulatif des investissements	22
Tableau 7 : Structure du financement des investissements	23
Tableau 8 : Caractéristiques de l'emprunt.....	24
Tableau 9 : Produits d'exploitation	24
Tableau 10 : Les autres achats.....	25
Tableau 11 : La couverture sanitaire	25
Tableau 12 : Alimentation.....	25
Tableau 13 : Autres fournitures.....	26
Tableau 14 : situation des taxes pour les quatre (4) premières années	26
Tableau 15: Les charges de personnel.....	27
Tableau 16: Les charges financières	27
Tableau 17: Plan des amortissements sur 4 ans	28
Tableau 18: Compte d'exploitation prévisionnel	28
Tableau 19: Evaluation du Taux de Rendement Interne	29
Tableau 20: Evaluation de la Valeur Actuelle Nette.....	30
Tableau 21: Etapes de détermination du DRCI.....	30
Tableau 22: Plan de trésorerie sur 12 mois	32
Tableau 23: Plan de financement	33

Liste des figures

Figure 1 : Modes d'approvisionnement en lapin par les consommateurs	9
Figure 2 : Préférences pour la présentation de la viande.....	10

Résumé

Ce présent mémoire a pour objectif principal une étude de faisabilité d'un projet d'élevage du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou. Pour ce faire, il a été effectué une étude de marché de consommation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou, une étude technique du projet de production et commercialisation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou ; une proposition d'un schéma organisationnel et institutionnel du projet ; une évaluation de la rentabilité financière et socio-économique du projet.

Des enquêtes individuelles ont permis d'effectuer l'étude de marché. La population cible est constituée des habitants de Ouagadougou. Une méthode d'échantillonnage non probabiliste, la méthode des quotas a été utilisée pour collecter les informations nécessaires à l'étude.

L'unité de production cunicole permettra de produire 6754 lapins par an et pour ce qui concerne l'étude financière, le taux de rendement interne et la valeur actuelle nette affichent un niveau satisfaisant, et sont respectivement de 57,7881% et 4 024 742 F.CFA.

Mots clefs : plan d'affaire-viande de lapin-élevage urbain-élevage cunicole

INTRODUCTION GENERALE

Le Burkina Faso pays sahélien et enclavé situé en Afrique de l'Ouest est à vocation essentiellement agropastorale. L'élevage burkinabè est caractérisé par l'existence d'un cheptel numériquement important et diversifié, une faible productivité et un système d'exploitation dominé par l'élevage extensif des ruminants domestiques (bovins, ovins, caprins) et des monogastriques (volaille et porcs) (MRA, 2010).

L'élevage constitue une des principales activités économiques dont sont tributaires les populations les plus pauvres en tant que source d'aliments et de revenus monétaires (Zoundi et al., 2008). Au Burkina Faso, le secteur de l'élevage emploie plus de 80% de la population active et contribue pour 18,9% au produit intérieur brut (PIB) et 60% de la valeur ajoutée totale des exportations (PNUD, 2011).

La croissance démographique et le changement des habitudes alimentaires, liés notamment à l'urbanisation de la population, induisent une augmentation de la demande en protéines animales aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain.

Dans le contexte burkinabè, même si le lapin est produit dans presque toutes les zones, la production cunicole est essentiellement urbaine. Selon les données de la dernière Enquête Nationale sur l'Effectif du Cheptel (ENEC II, 2004), les effectifs les plus importants de lapins se rencontrent dans les provinces les plus urbanisées du pays ; soit 17,4% pour le Kadiogo et 17,2% de l'effectif national pour le Houet (ENEC II, 2004).

En effet, il a été démontré que les systèmes d'élevage urbain participent de manière significative à la satisfaction d'une demande accrue en produits d'origine animale dans les villes (Olanrewaju et al. 2004). De plus, la proximité de la demande urbaine constitue une occasion intéressante pour les producteurs de vendre des produits bruts ou transformés et de faire de la commercialisation en circuits courts (Bertrand, 2006).

CHAPITRE1 : PRESENTATION DE L'ETUDE

I. CONTEXTE DE L'ETUDE

Au Burkina Faso, le secteur de l'élevage emploie plus de 80% de la population active et contribue pour 18,9% au produit intérieur brut (PIB) et 60% de la valeur ajoutée totale des exportations (PNUD, 2011). Outre sa place sociale et économique majeure, l'élevage contribue à la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations en leur apportant des produits à haute valeur nutritive (MRA, 2010). De plus, l'élevage est une activité pourvoyeuse d'emplois et constitue un facteur d'intensification des exploitations agricoles par la traction animale et la fertilité des sols au moyen de l'intégration agriculture-élevage. Cependant, en dépit de cette importance, l'élevage reste confronté à de nombreuses contraintes qui limitent son développement. A tous les maillons des filières d'élevage, les acteurs sont peu structurés et manquent de professionnalisme. La faible liaison production - marché est perceptible et caractérisée par l'irrégularité de l'offre et une insuffisance de communication et de marketing au profit des produits animaux. En effet, l'élevage et les produits qu'il génère manquent cruellement de publicités commerciales dans les médias (MRA, 2010). Autant de situations qui font penser que la faible planification des activités dans la plus part des systèmes de productions animales est une caractéristique commune. Des efforts importants sont nécessaires pour établir concrètement des synergies opérationnelles entre production animale et marché d'autant plus que, la croissance démographique et le changement des habitudes alimentaires, lié notamment à l'urbanisation de la population induisent une augmentation de la demande en protéines animales aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain.

Le présent projet est conçu pour la validation du master 2 management des entreprises et des organisations, option management stratégique et opérationnel. Il s'inscrit dans la lutte contre le chômage et la pauvreté à travers l'amélioration de la compétitivité de la filière cunicole au Burkina Faso.

II. PROBLEMATIQUE

La cuniculture (élevage du lapin domestique), activité essentiellement urbaine au Burkina Faso et peu exigeante en espace est susceptible de contribuer significativement à la sécurisation alimentaire et au recule de la pauvreté compte tenue des potentialités zootechniques du lapin domestique. En effet, grâce à son excellente productivité en unité de surface, et sa croissance rapide, le lapin peut fournir à la population suffisamment de viande de hautes valeurs biologiques Akouango et al.(2014). Dans les élevages spécialisés, la production d'une femelle est de l'ordre de 45 lapereaux abattus par an, soit 60 kg de viande (Ouhayoun, 1989). Cette viande possède de bonnes valeurs nutritives et diététiques, car elle est riche en protéines et pauvre en lipides (Larzul et al. 2005), elle est susceptible d'apporter des acides gras de type oméga 3 en quantités conséquentes, et de couvrir une partie importante des besoins quotidiens de l'homme, à condition que le lapin ait reçu une alimentation adaptée (Lebas, 2007). De plus, caractérisé par son comportement de caecotrophie, le lapin est un des meilleurs transformateurs d'aliments grossiers, fixant sous forme de viande comestible 20 % des protéines ingérées (Roustan, 1992).

Cependant, la filière cunicole peine à prendre son essor au Burkina Faso. Une des raisons est que l'élevage burkinabè est faiblement structuré. En effet, beaucoup d'entrepreneurs agricoles ne posent pas une réflexion sur tous les aspects de l'entreprise et n'effectuent aucune analyse sur les chances de réussite avant de s'engager, ce comportement se solde par de nombreux cas d'échecs. Or, la mise en place d'une unité de production requiert une connaissance exhaustive du marché et un outil permettant d'analyser la cohérence et la pertinence ainsi que le suivi de l'évolution du projet.

2. 1. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

2.1.1. OBJECTIF GLOBAL

Etudier la faisabilité du projet d'élevage du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou

2.1.2. OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Etudier le marché de consommation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou ;

- effectuer une étude technique du projet de production et commercialisation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou ;
- proposer un schéma organisationnel et institutionnel du projet ;
- évaluer la rentabilité financière et socio-économique du projet.

2.1.3. RESULTATS ATTENDUS

- Une étude de marché de consommation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou est effectuée ;
- une étude technique du projet de production et commercialisation du lapin domestique dans la ville de Ouagadougou est réalisée ;
- un schéma organisationnel et institutionnel du projet est élaboré ;
- la rentabilité financière et socio-économique du projet est évaluée.

III. GENERALITES

3.1 GENERALITES SUR LA COMMUNE DE OUAGADOUGOU

(Adapté de : PLAN D'OCCUPATION DES SOLS (POS) DE LA COMMUNE DE OUAGADOUGOU (2011))

La ville de Ouagadougou, capitale administrative du Burkina Faso est située au cœur de la province du Kadiogo, elle-même située au centre du pays. La capitale burkinabé est constituée de 7 communes et limitée au nord par les communes rurales de Pabré et de Loumbila, à l'Est par celle de Saaba, au Sud par celles de Koubri et de Komsilga et enfin à l'ouest par la commune rurale de Tanghin-Dassoury. La ville de Ouagadougou s'étend sur plus de 31 000 hectares environ.

En 1985, la commune comptait 459 677 habitants, alors qu'en 1996, ce chiffre s'élevait à 752 236 habitants, avant de passer la barre du million (1 181 702) en 2006. Entre 1985 et 1996, le taux annuel moyen de croissance était de 4,58 %. Il est passé à 4,62 % entre 1996 et 2006. Il y a donc une certaine accélération du rythme de croissance de la population communale.

L'agriculture se concentre beaucoup plus sur les activités de maraîchage. Cette agriculture urbaine a d'abord une fonction alimentaire car elle permet l'approvisionnement en produits frais des populations de la ville et des localités environnantes. Elle constitue par ailleurs, une

source de revenus non négligeable pour une frange de la population composée à majorité de jeunes migrants provenant du monde rural.

L'élevage est pratiqué d'une manière traditionnelle et concerne essentiellement les bovins, les caprins, les ovins et l'élevage de la volaille. L'élevage moderne en enclos des ruminants et autres animaux commence à se développer beaucoup plus en périphérie où la disponibilité fourragère et en terres sont encore observables par rapport à la ville.

Les produits d'élevage traditionnel servent beaucoup plus à l'autoconsommation des ménages et ceux d'élevage moderne servent à la vente.

En outre, on dénombre principalement cinq marchés à bétail localisés à la Patte d'oie (Ouaga-Inter), à Tampouy, à Gounghin, à Tanghin et dans l'enceinte de l'Abattoir Frigorifique de Ouagadougou (AFO).

Le climat est de type nord-soudanien et la formation végétale périurbaine dominante est de type savane arborée.

3.2. GENERALITES SUR LE LAPIN

Le lapin dont le nom spécifique est *Oryctolagus cuniculus* Linné 1758 est un mammifère placentaire, appartenant à l'ordre des Lagomorphes (Gidley, 1912). Cet ordre se différencie de celui des Rongeurs par quelques particularités anatomiques (Arnold, J. 1994).

L'ordre des Lagomorphes ou Duplicidentés est constitué de 2 grandes familles dont celle des Léporidés et celle des Ochotonidés. La famille des Léporidés se subdivise en 2 sous-familles les Palaeolagines et les Leporines ; cette dernière constitue du point de vue zoologique la vraie sous-famille des lièvres et des lapins (Sabbagh, 1983).

Le lapin domestique, utilisé généralement en élevage tant familial qu'industriel dans la quasi-totalité des pays, provient de la domestication du lapin européen *Oryctolagus cuniculus* dont il existe encore un type sauvage, le lapin de garenne (qui est différent du lièvre). En Afrique, la production rationnelle de lapins est réalisée surtout à partir de croisements d'animaux de races moyennes. En effet, leur bonne précocité sexuelle, leur bonne conformation et leur chair fine et dense en font des races qui correspondent à la demande (Djagoet Kpodekon, 1999).

3.3.DEFINITION DE QUELQUES TERMES ET CONCEPTS

Consommateur actuel et potentiel :

Selon Lagrange (1995), les consommateurs actuels sont ceux qui consomment ou ont consommé récemment le produit considéré et les consommateurs potentiels sont les non consommateurs relatifs.

Le marché (au sens commercial) :

Pour Byscayart (1967 p. 121) cité par Lagrange (1995), le marché est « le champ d'action perméable au rayonnement des produits et de la renommée de l'entreprise ». C'est donc sa zone d'influence. Il est constitué par l'ensemble des clients potentiels de l'entreprise. L'entreprise peut découper son marché en fonction des produits, ce qui donne plusieurs-couples « produits-marchés » Lagrange (1995).

Le marketing :

C'est l'ensemble des moyens dont disposent des entreprises en vue de créer, de conserver et de développer leurs marchés ; elle introduit la rationalité et les méthodes scientifiques dans les activités commerciales, considérées très souvent comme fondées exclusivement sur les dons naturels et l'expérience pratique (Lendrevie J. ; Lindon D. & Laufer R., 1979).

Le plan d'affaire ou business plan

Le business plan est « *un document qui porte à la compréhension, destiné à aider l'entrepreneur dans son analyse du marché et dans la planification d'une stratégie. Dans le cas d'une création d'entreprise, le Business Plan permettrait d'éviter à l'entrepreneur des erreurs très coûteuses. Au-delà, le business plan en tant que document de prévision est nécessaire pour obtenir des financements. Les banques et les capital-risqueurs ont besoin d'un Business Plan pour prendre leurs décisions d'investissement. Un business plan bien écrit fournit la preuve de la capacité de l'entrepreneur à planifier et à gérer une entreprise.* » (Lambing & Kuehl 2003) In. Zammar et Abdelbaki (2012).

Le projet

Le projet ou idée d'affaires est une invention à concrétiser (Bernasconi, 2000) prenant en compte l'organisation, l'activité et l'environnement et couvrant les aspects stratégiques,

administratifs, financiers, marketing et de gestion du personnel (Dokou, 2001). In. Gailly, B. (2002)

La segmentation du marché :

« Le marché est un ensemble hétérogène où les consommateurs sont en général très différents les uns des autres. La segmentation consiste à fractionner le marché en sous-ensembles, appelés segments, pour mettre en évidence des groupes de consommateurs homogènes. Les segments de marché représentent des cibles (on parle également de créneaux ou de niches de consommateurs) sur lesquelles l'entreprise applique des politiques commerciales différentes, pour cela ils doivent avoir une taille suffisante »Lagrange (1995).

L'étude de marché :

« L'étude de marché est l'observation, la collecte, l'analyse et la synthèse occasionnelle ou permanente, tant du point de vue quantitatif (motivations et freins) que du point de vue qualitatif, des éléments constitutifs du marché, pour permettre aux responsables de l'entreprise de définir les opportunités, les objectifs, les stratégies et d'évaluer les actions déjà entreprises. Toutes les collectes d'informations sur le marché est une étude de marché »Lagrange (1995).

CHAPITRE II : PLAN D’AFFAIRE DU PROJET D’ELEVAGE DE LAPIN

I. ETUDE DE MARCHE DE CONSOMMATION DU LAPIN DOMESTIQUE DANS LA VILLE DE OUAGADOUGOU

1.1.METHODOLOGIE

Il a été fait dans un premier temps une revue de la littérature, ensuite un questionnaire a été élaboré à destination des acteurs de la filière cunicole afin de collecter le maximum d’information concernant notamment la consommation de viande de lapin pour la ville de Ouagadougou. Les questions ont porté sur des opinions et sur des faits ou des modes de consommation. Les enquêteurs ont été formés à l’administration du questionnaire. L’enquête s’est déroulée de janvier 2016 à juillet 2016 dans la ville de Ouagadougou.

La population cible est constituée des habitants de Ouagadougou. Nous avons utilisé une méthode d’échantillonnage non probabiliste, la méthode des quotas. Le questionnaire a été administré selon des enquêtes personnelles impliquant une interview à domicile ou sur le lieu de travail de l’enquêté. A l’issue de l’enquête, 264 personnes ont répondu. Pour le dépouillement et le traitement statistique des données collectées, les logiciels Excel de Microsoft, CSPro 6.0 et le logiciel SPSS. 20 (Statistical Package for Social Science, IBM, Inc. USA, 2001) ont été utilisés.

1.2.LES RESULTATS DE L’ENQUETE

1.2.1. GENERALITES SUR LES CONSOMMATEURS

Les personnes ayant répondu ont un âge compris entre 16 et 65 ans. 58% des personnes sondées ont déclaré disposer d’un revenu conséquent pour acheter la viande de lapin. Par rapport aux habitudes de consommation, 54% des personnes sondées consomment régulièrement la viande de lapin et apprécient le goût (66%). La consommation domestique est la plus forte 69% et 30% environ en consomment au restaurant ou à l’hôtel. Seulement 37% des consommateurs savent que la viande de lapin contient plus de protéines et moins de mauvaises graisses.

Les consommateurs domestiques s’approvisionnement en viande de lapin à 23% chez les parents et 22% chez des amis (figure1). Ces statistiques nous montrent que les

consommateurs préfèrent prendre leurs lapins avec des personnes qu'ils connaissent et ils sont sous informés sur les qualités nutritionnelles de la viande de lapin.

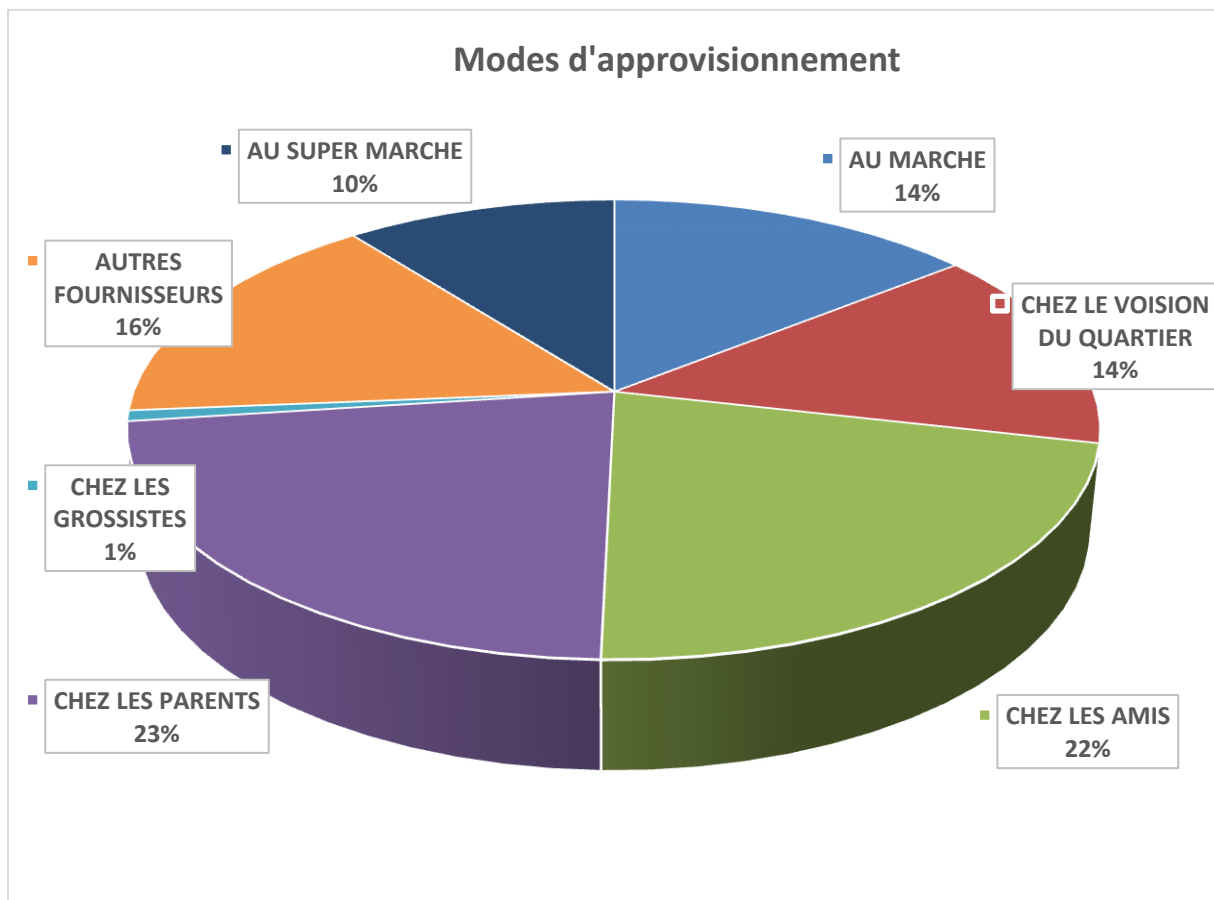


Figure 1 : Modes d'approvisionnement en lapin par les consommateurs

En outre, les consommateurs domestiques sont moins enclins à acheter la viande découpée ou vendue en vrac. La majorité préfère la carcasse entière soit 43% (figure1). Cette tendance est liée au fait que la plupart des consommateurs pensent que quant le lapin est découpé en morceau, il peu facilement se confondre au chat. Il s'agit en fait d'une crainte de fraude.

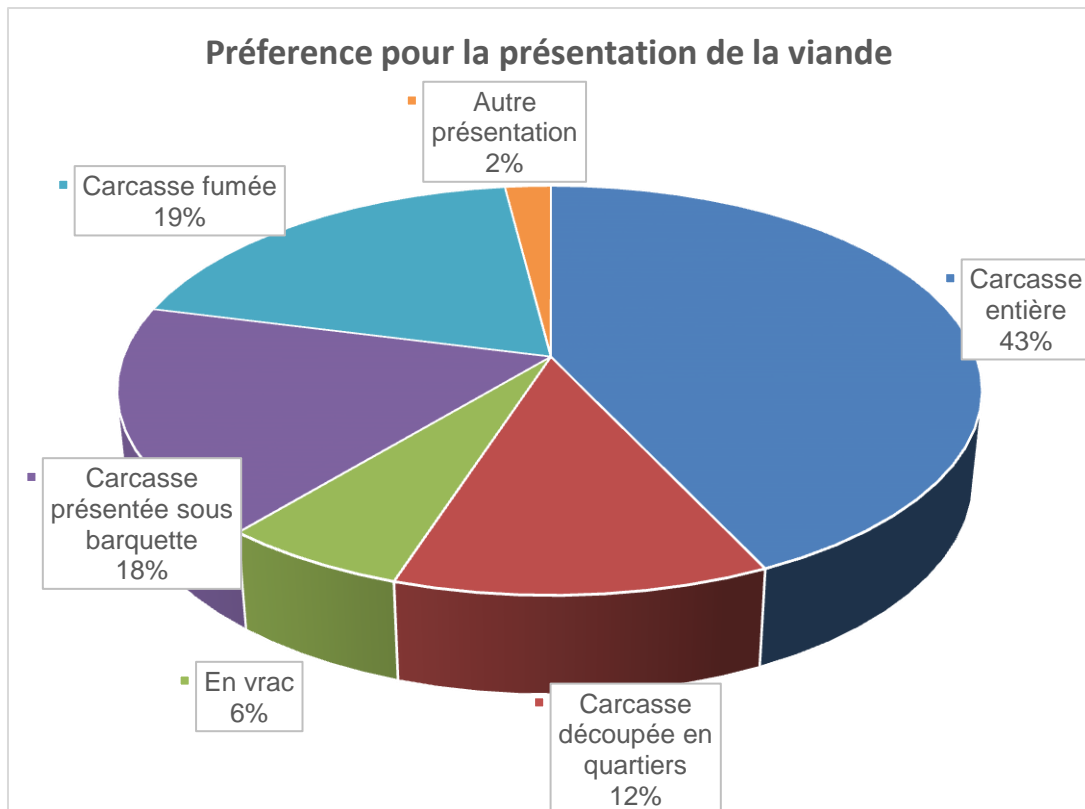


Figure 2 : Préférences pour la présentation de la viande

Selon les sondées, la qualité de la viande, la rareté ou l'abondance de la viande et la bonne négociation (Tableau1) sont les trois facteurs qui influencent le plus, le prix de la viande de lapin.

Tableau 1 : facteurs influençant le prix de la viande de lapin

Connaissance du vendeur moins cher	10%
Bonne négociation	21%
La qualité de la Viande	29%
Rareté et ou abondance	24%
Augmentation du nombre de clients	7%
connaissance du fournisseur	6%
Autres	2%

1.2.2. PRODUITS DE MEME NATURE

Les produits concurrents sont issus de trois sources à savoir les produits d'importations, les produits de l'élevage traditionnel et les produits de l'élevage moderne ou semi-moderne. L'analyse des points forts et faiblesses principales de cette offre, nous permettra de mieux positionner la nouvelle unité en création.

❖ Produits importés

Les importations sont essentiellement des produits de transformation secondaire comme les conserves et les pattés de lapin. Elles sont vendues dans quelques supers marchés des grandes villes. Ces produits d'importations restent peu importantes et hors de portée de la majorité des consommateurs de Ouagadougou.

❖ Produits issus du petit élevage traditionnel

La viande de lapin issue de l'élevage traditionnel constitue l'offre la plus importante. Ce secteur est caractérisé par un très faible taux d'incorporation d'intrants zootechnique et vétérinaire donc peu d'apport en capitaux. Ce sont les produits issus de cette catégorie que l'on retrouve le plus souvent dans les sites de vente de certains marchés dits marchés de volaille. Cependant, la productivité est faible et il est difficile d'effectuer une planification rationnelle dans un tel système.

❖ Produits issus de l'élevage moderne

L'élevage moderne ou semi moderne comporte plus d'infrastructures que le type traditionnel. Dans le contexte burkinabé, les effectifs restent tout de même assez modestes (généralement moins de 50 femelles). Certains producteurs issus de cette catégorie négocient des contrats de livraison de viande avec des supers marchés, restaurants, hôtels, particuliers ou des boucheries mais en générale ne parviennent pas à honorer le marché.

1.3.STRATEGIE COMMERCIALE ET MARKETING

La stratégie commerciale et marketing vise à donner à l'unité cunicole envisagée, le positionnement d'une entreprise offrant des produits (viande) de qualité supérieure sur le marché de Ouagadougou et extensible par la suite au Burkina Faso tout en adaptant son offre aux attentes du marché.

1.3.1. POLITIQUE DE PRODUITS

L'offre de la nouvelle unité industrielle se compose des produits suivants selon le stade de développement de l'entreprise :

- ✓ au démarrage : carcasses entières à distribuer dans des emballages courants (sac papier, plastique) tout en respectant les règles d'hygiène ;
- ✓ après stabilisation financière de l'entreprise, l'accent sera mis sur le packaging notamment des présentations sous barquette et il y aura des carcasses fumées.

1.3.2. POLITIQUE DE PRIX

Au niveau du choix du prix de vente des produits de la nouvelle unité il sera pratiqué une politique d'alignement sur la concurrence.

1.3.3. POLITIQUE DE DISTRIBUTION

Pour la distribution, l'unité traitera avec les commerces (restaurants, hôtels, supermarchés, revendeurs, etc...) ; il sera aussi possible au consommateur, d'acquérir les produits au prix consommateur final.

1.3.4. POLITIQUE DE COMMUNICATION

La stratégie de communication sera fondée sur un recours planifié aux canaux de communication suivants : les masses média, les flyers, les événements, les objets etc. et sera axée sur la qualité diététique et nutritionnelle de la viande de lapin.

II. ETUDE TECHNIQUE DU PROJET

2.1.LA SOUCHE A UTILISER

Il existe dans nos états tropicaux et sub-tropicaux de très nombreuses souches de lapins génétiquement très hétérogènes quant à leurs couleurs et à leurs rendements zootechniques mais généralement bien adaptés aux conditions locales (Sabbagh, 1983). Les races moyennes ou les produits de leurs croisements sont recommandés pour la production de lapins de chair en Afrique de l'Ouest ; en effet, leur bonne précocité sexuelle, leur bonne conformation et leur chair fine et dense en font des races qui correspondent à la demande (Djago et Kpodekon,

1999). C'est ainsi que nous allons préconiser dans notre élevage des lapins de souche Néo-zélandaise ou des hybrides issues de cette souche. Le lapin Néo-Zélandais est une race de lapins domestiques à poils courts blancs (albinos) originaires des Etats-Unis. Son Poids adulte varie de 4,5 à 5,5 kg. Avec une bonne conformation bouchère, c'est un producteur de viande idéal et prolifique (Meyer C., 2016).

2.2.PROCESSUS D'APPROVISIONNEMENT EN REPRODUCTEURS

- ❖ Les reproducteurs seront achetés au près d'éleveurs locaux, reconnus pour leurs bonnes pratiques en matière d'élevage ;
- ❖ les équipements de production seront achetés sur place à Ouagadougou et les productions locales de qualité seront priorités ;
- ❖ le fourrage de qualité sera récolté dans les espaces productifs et une partie achetée. Quant à l'aliment composé, il sera fabriqué par nos soins à base d'ingrédients localement produits et transformés ;
- ❖ les intrants vétérinaires seront fournis par les pharmacies vétérinaires de Ouagadougou.

2.3.REPRODUCTION

La lapine ne présente pas de cycle œstrien avec apparition régulière des chaleurs au cours desquelles l'ovulation a lieu spontanément. Cela signifie simplement que la lapine est susceptible d'accepter le mâle à n'importe quelle époque de l'année (Lebas, 2013).Cependant, il est de règle d'observer chez les lapines en excès d'embonpoint une détérioration de l'indice de fécondité et surtout de fertilité ou même quelquefois un comportement d'anœstrus permanent (Sabbagh, 1983).

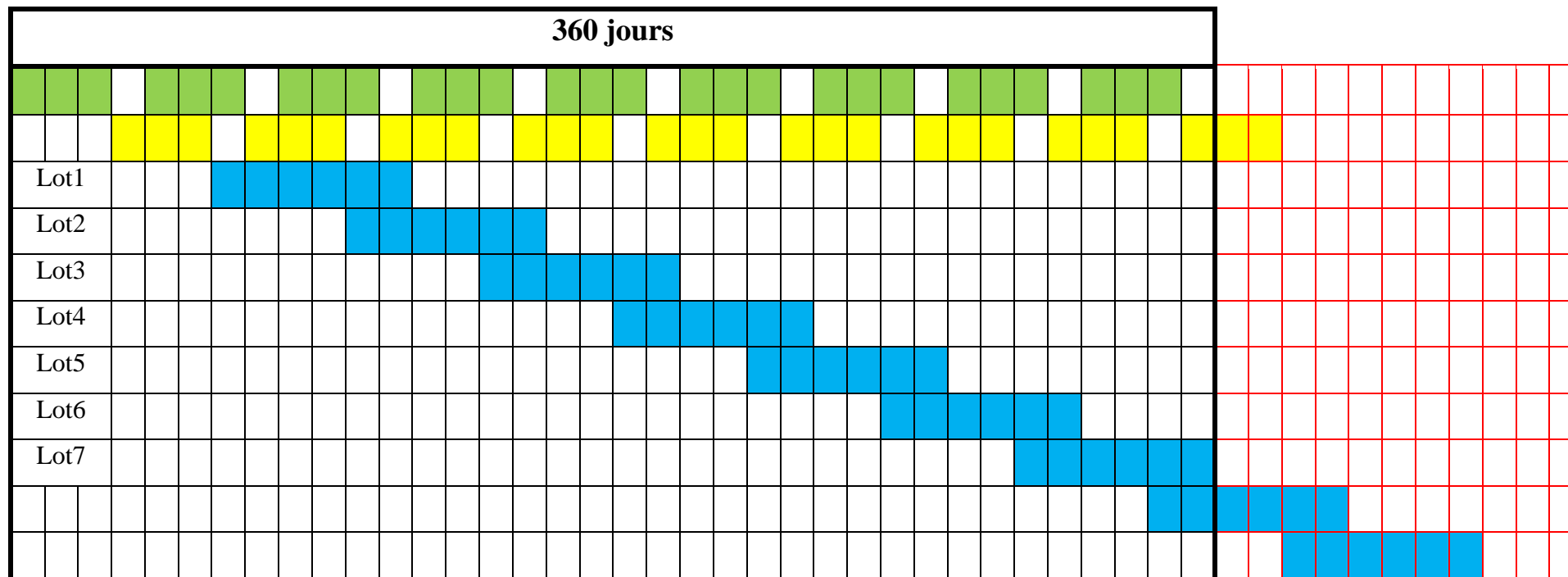
Selon Djago et *al.*(2007), en zone tropicale, l'âge de la femelle à l'accouplement est environ 5 mois et celui du mâle environ 6 mois. Le sexe ratio à la reproduction est de 8 à 9 femelles pour 1 mâle et la durée de gestation est en moyenne de 31 jours avec une variation de 30 à 32 jours. Le nombre de lapereaux à la naissance par portée varie de 1 à 12 avec une moyenne de 6. Le nombre de portées de la femelle varie selon le mode de production (5 à 7 en moyenne). Le sevrage classique des jeunes est de 35 jours après la mise bas, mais peut se faire dès 28 jours. La durée moyenne de production d'une femelle est de 1 à 2 ans mais varie fortement avec l'environnement d'élevage et la race.

2.4.CYCLE DE PRODUCTION

Dans notre projet, le système semi-intensif sera adopté. Par conséquent, les femelles seront mises à l'accouplement à 5 mois et les males à 6 mois. La seconde saillie se fera à 10 jours après la mise bas et le sevrage des lapereaux interviendra à 30 jours. Les jeunes sevrés seront mis à l'engraissement pendant 60 jours après le sevrage et le poids estimé est de l'ordre de 2,2 kg en fin de l'exercice de l'engraissement. Pour ce rythme de production, il est prévu 8 portées sevrées par femelle et 7 lots pour la vente (tableau 2).

Tableau 2 : Schéma de production

Système semi-intensif (seconde saillie à 10 jours après la mise bas - sevrage à 30 jours - engraissement pendant 60 jours)



Légende

- 10 jours (sur la même ligne)
- Durée de la gestation 30 jours
- Allaitement jusqu'au sevrage de la portée 30 jours
- Engraissement de la portée 60 jours

Au delà de 12 mois

Caractéristiques

Nombre de portées par an/lapine 09

Nombre de portées sevrées/an/lapine 08

Nombre de lots vendus par an après engraissement 07

2.5.ALIMENTATION

Quel que soit l'animal, la clé du succès est une alimentation adéquate accompagnée de mesures sanitaires rigoureuses Fielding (1993). Le lapin est un animal très actif la nuit. Le nombre de prises de repas est évalué entre 20 à 30 fois par jour et notamment la nuit. En effet, dans le cas d'un rythme de 12 heures de lumière par jour, plus de 60% de l'aliment est consommée lors de la phase obscure, le matin étant réservé au comportement de cæcotrophie (Gidenne et Lebas, 2005). En outre, selon Fielding (1993), un aspect particulièrement intéressant du système nutritif du lapin est la cæcotrophie, c'est-à-dire la réingestion des déjections provenant du cæcum. Ces crottes cæcales sont parfois appelées crottes molles parce qu'elles sont beaucoup plus souples que les déjections fécales ordinaires. En réalité, il ne s'agit pas à proprement parler de déjections, puisqu'elles sont réingérées et non évacuées. La cæcotrophie est un processus digestif très important chez le lapin. Elle permet le recyclage de certains nutriments non dégradés et la réalimentation de l'intestin grêle en bactéries riches en protéines et en vitamines B nécessaires à la digestion enzymatique. L'ajout de quantités limitées d'aliments concentrés aux moments critiques de la croissance (par exemple, le dernier tiers de la période de gestation, la lactation et la période de post-sevrage) est un bon moyen de combiner l'utilisation de fourrages et d'aliments concentrés (Fielding, 1993).

La quantité moyenne d'aliments consommés par jour (aliment distribué à volonté) est de :

- 150 à 350 g par lapine suivant son stade physiologique,
- 100 à 120 g par lapereau en engraissement.

La consommation en eau d'une femelle allaitante est de 1 litre par jour environ. Celle d'une femelle avec ses petits peut être estimée à environ 1,5 à 2 litres par jour (Djago et *al.* 2007).

La quantité de fourrage consommée par lapin par jour est en moyenne de 43,4 g (Djossa, 1995).

Dans le cadre de ce projet, il sera utilisé une combinaison du fourrage et de l'aliment fabriqué à partir des concentrés.

2.6.LE LOGEMENT

Pour une lapine et sa portée jusqu'au sevrage, il faut 0,30 m² au minimum, la boîte à nid exclue. Pour un élevage naisseur- engraisseur, la densité ne doit pas dépasser les 18 animaux au m² de grillage (Djago, 1998).

Nous allons préconiser un bâtiment construit en briques latéritiques avec un planché cimenté, la toiture en chaume. La compartimentation sera faite par des box avec des murettes de 0,5m

de haut et des portes grillagées positionnées au dessus de chaque box. Pour les reproducteurs, il sera prévu une surface de 0,5m x 0,5m par male et par femelle suitée ou non suitée. Quant aux box d'engraissement ils seront de 1m x 1m et chaque box contiendra 16 sujets.

2.7.PRESENTATION DU PRODUIT (VIANDE DE LAPIN)

Le lapin, espèce très prolifique, est également un herbivore capable de bien valoriser les fourrages. En effet, il peut fixer au moins 20% des protéines alimentaires qu'il absorbe, sous forme de viande comestible (Lebas et *al.*, 1996). La chair du lapin est tendre et savoureuse, peu grasse et très nutritive. Elle est par ailleurs la viande des goutteux, car son taux de cholestérol (HDL cholestérol) est très faible: $0,46 \pm 0,16$ mol/L (BOUCHER, NOUAILLE, 1996), $1,93 \pm 0,34$ mmol/L (AGNIWO, 2005) *In* Fagbohoun, (2006). Une autre étude (Gigaud et Combes, 2007) a permis de mettre en évidence les atouts de cette viande, crue et cuite en se plaçant dans les conditions de production pour le marché français. En effet, c'est une viande maigre, avec un apport énergétique faible pour une teneur en protéines suffisante. La consommation de viande de lapin contribue aux recommandations des apports nutritionnels conseillés qui préconisent d'avoir un régime équilibré en acides gras et plus particulièrement pour le ratio oméga 6 sur oméga 3. Sa teneur élevée en sélénium est un atout supplémentaire puisque le sélénium couplé à la vitamine E limite le stress oxydant et les peroxydations lipidiques. De ce fait, la viande de lapin pourrait être conseillée pour les personnes carencées en sélénium, les sportifs de haut niveau et les personnes âgées. Enfin, c'est une viande pauvre en sodium, ce qui est en adéquation avec les recommandations actuelles sur la limitation du sel dans nos régimes.

III. SCHEMA ORGANISATIONNEL ET INSTITUTIONNEL DU PROJET

3.1.SCHEMA ORGANISATIONNEL

Tableau 3 : Organigramme descriptif de l'entreprise

Poste	Nombre du personnel	Type de contrat	Tâches et Responsabilités
Promoteur	01	Permanent	Chargé des affaires administratives et financières, des ressources humaines, du suivi des activités, de l'approvisionnement et le marketing ainsi que des relations extérieures avec la clientèle
Technicien d'élevage	01	Temporaire	Chargé des soins sanitaires des lapins

Bassecourrier	02	Permanent	Chargé de l'entretien de la ferme, de la gestion des intrants, de l'alimentation et de la gestion des lapins
Chauffeurs livreur	01	Permanent	Chargé d'entretenir et de conduire le taxi-moto, d'effectuer des livraisons
total	5	-	-

3.2.SCHEMA INSTITUTIONNEL

La ferme sera administrée pendant les 5 premières années en société individuelle et prendra la forme de Société à responsabilité limitée (SARL). Le grand avantage de la SARL tient au faible coût de sa constitution, au partage des responsabilités et permet plusieurs apporteurs de capitaux et un éventail de compétences.

Cependant, la rédaction des statuts mettra explicitement en exergue les aspects suivants :

- le mécanisme de résolution des conflits ;
- la précision de la contribution de chaque associé à la société ;
- la répartition des responsabilités de gestion et
- la conduite à tenir en cas de retrait de l'un des associés ou en cas de décès.

IV. ETUDE FINANCIERE DU PROJET

Au terme des analyses précédentes les différents sous-dossiers ont permis de cerner :

Le cadre juridique d'évolution de l'unité de production ; l'étude de marché a démontré l'existence d'un marché solvable ; la disponibilité de la technologie et des moyens de production nécessaires pour satisfaire ce marché.

Cependant, des interrogations demeurent, ce sont par exemple :

- Le volume de la demande solvable suffira-t-il à rentabiliser les investissements?
- De quelle façon devront être financés ces investissements en moyens de productions ?
- Quelle est le retour sur investissement raisonnable que l'investisseur sera en mesure d'attendre de son affaire ?

Ces interrogations si elles ne trouvaient pas de réponses, ne permettraient pas au promoteur de cerner les contours de son affaire et de décider en toute connaissance de cause, de la

réalisation ou non du projet. En conséquence de ce qui précède, la présente étude s'attachera à fournir des éléments d'appréciation au promoteur.

4.1.INVESTISSEMENTS

Les investissements comprennent d'une part les immobilisations et d'autre part le besoin en Fonds de Roulement.

4.2.IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont les biens durables que l'unité de production devra acquérir afin d'accomplir sa mission. Elles comportent des éléments matériels et immatériels.

Tableau 4 : Actif immobilisé

FRAIS D'ETABLISSEMENT	Prix unitaire	Quantités	Total
Elaboration du Plan d'affaires	200,000	1	200,000
Frais de constitution	100,000	1	100,000
TOTAL1			300,000
TERRAIN ET CONSTRUCTIONS	Prix unitaire	Quantités	Total
Terrain	1,500,000	1	1,500,000
Bâtiments de production	1,300,000	2	2,600,000
Bâtiments annexes	600,000	1	600,000
TOTAL 2			4,700,000
MATERIEL DE PRODUCTION	Prix unitaire	Quantités	Total
Abreuvoirs (poterie locale)	200	160	32,000
Mangeoires (poterie locale)	200	160	32,000
Boîtes à nid (poterie locale)	1,000	130	130,000
Fût de 200 litres	15,000	1	15,000
Congélateur solaire	1,100,000	1	1,100,000
Thermomètres	15,000	1	15,000
TOTAL 3			1,324,000

MOBILIER ET MATERIEL DE BUREAU	Prix unitaire	Quantités	Total
Mobilier de bureau			
Bureau des agents	75,000	1	75,000
Fauteuil agents	35,000	1	35,000
Chaises visiteurs des agents	20,000	3	60,000
TOTAL 4			170,000
MATERIEL ROULANT	Prix unitaire	Quantités	Total
Taxi moto	800,000	1	800,000
TOTAL 5			800,000
IMMOBILISATION FINANCIERE			
Dépôt et cautionnement (eau, électricité, téléphone)	177,000	1	177,000
TOTAL 6			177,000
TOTAL (TOTAL1+2+3+4+5+6)	IMMOBILISATION		7,471,000

4.3.EVALUATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT (BFR)

En début d'exercice le besoin de financement du cycle d'exploitation se pose avec acquitté et nécessite un préfinancement des charges d'exploitation. L'estimation des charges d'exploitation à financer en début d'exploitation avant que les premières ventes n'aient lieu se présente de la façon suivante :

Tableau 5 : Estimation des charges d'exploitation à financer en début d'exploitation

Elements de charge	Montant mensuel	Nombre de mois de charge	Montant
achat de femelles reproductrices	670,000	1	670,000
achat de males reproducteurs	150,000	1	150,000

Couverture sanitaire	89,058	4	356,230
Alimentation	858,895	4	3,435,578
Autres fournitures	29,400	4	117,600
Frais généraux	206,467	4	825,867
Frais de personnel	146,000	4	584,000
Total	2,149,819		6,139,275

4.4.RECAPITULATIF DES INVESTISSEMENTS

Les investissements totaux sont composés du total des immobilisations + le total BFR. Le tableau 6 en donne le récapitulatif

Tableau 6 : Récapitulatif des investissements

ACTIF IMMOBILISE	MONTANT
CHARGES IMMOBILISEES	
Frais d'établissement	300,000
IMMOBILISATION CORPORELLE	
Terrains et bâtiments	4,700,000
Matériel de production	1,324,000
Matériel et mobilier de bureau	170,000
Matériel roulant	800,000
IMMOBILISATION FINANCIERE	177,000
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	7,471,000
BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT	6,139,275
TOTAL INVESTISSEMENT	13,610,275

4.5.FINANCEMENT

Les investissements précédemment évalués ont un coût et doivent être financés suivants un schéma et sous certaines conditions.

4.5.1. BESOINS ET MODALITE DE FINANCEMENT

Le schéma de financement ci-après a été retenu :

- Un emprunt souscrit pour un montant : 10 610 275 FCFA,

En rapprochant les ressources et les emplois le bilan d'ouverture ci-après peut être proposé.

Tableau 7 : Structure du financement des investissements

ACTIF	MONTANT	PASSIF	MONTANT
ACTIF IMMOBILISE		CAPITAUX PROPRES ET RESSOURCES ASSOCIEES	
Frais d'établissement	300,000	Capital Social	1,000,000
Terrains et constructions	4,700,000	Apport en compte courant associé	2,000,000
Matériel de production	1,324,000	TOTAL CAPITAUX PROPRES	3,000,000
Matériel et mobilier de bureau	170,000	DETTES FINANCIERES ET RESSOURCES ASSIMILEES	
Matériel roulant	800,000	Emprunt bancaire	10,610,275
Immobilisation financière	177,000	TOTAL DETTES FINANCIERES ET R.A	10,610,275
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	7,471,000		
BESOIN EN FONDS DE R.	6,139,275		
TOTAL ACTIF	13,610,275	TOTAL PASSIF	13,610,275

4.5.2. APPORT EN COMPTE COURANT-ASSOCIE

Pour bousculer le financement des investissements, le concours du promoteur sera sollicité. Le poste : Associé, compte courant dont le montant total est : 2 000 000 FCFA, fera l'objet d'un accord écrit du promoteur qui s'engagera à s'abstenir de prendre possession de ladite somme avant une période de quatre (04) ans à compter de la date de création de la société. Par conséquent cette ressource pourra être assimilée à des capitaux propres de l'entreprise.

4.5.3. EMPRUNT A SOUSCRIRE**4.5.3.1. GARANTIES PROPOSEES**

L'emprunt sollicité par la société sera garanti par :

- La signature de billets à ordre représentant les échéances de crédits ;
- Le nantissement du fonds de commerce du bénéficiaire ;
- La promesse d'hypothèque ;
- La souscription d'une assurance vie individuelle du promoteur.

4.5.3.2. CARACTERISTIQUES DE L'EMPRUNT

Le tableau ci-après indique les conditions de banque appliquées dans le calcul de l'amortissement de l'emprunt bancaire

Tableau 8 : Caractéristiques de l'emprunt

Montant de l'emprunt	10 610 275
Taux	12% (hors TVA)
Modalité	Annuité constante
Durée	4 ans avec un différé négocié
Garantie apportée	Hypothèque (et/ou un deposit) et nantissement

4.6. L'EXPLOITATION

Le cycle des activités débouche sur deux types de flux financier à savoir les produits et les charges dont la confrontation permettra de conclure sur la capacité bénéficiaire de l'unité de production.

4.6.1. PRODUITS D'EXPLOITATION

Les ventes de lapins produits finis constituent les produits d'exploitation de l'entreprise. Le tableau ci-après donne le détail des prestations vendues par année.

Tableau 9 : Produits d'exploitation

Libellés	AN1	AN2	AN3	AN4
Lapins réformés		0	535,800	0
Lapins produits	24,893,770	24,893,770	24,893,770	24,893,770
TOTAL HT	24,893,770	24,893,770	25,429,570	24,893,770
TOTAL TTC	29,374,648	29,374,648	30,006,892	29,374,648

4.6.2. CHARGES D'EXPLOITATION

Différentes charges sont supportées par l'unité de production dans le cadre de ses activités d'exploitation. Ces charges se décomposent comme suit :

❖ *Les achats de matières premières*

Les matières premières comprennent les achats de lapines et lapins reproducteurs. Le tableau 10 présente leur évolution sur les 4 premiers exercices.

Tableau 10 : Les autres achats

Libelles	Quantités	Prix unitaire	AN1	AN2	AN3	AN4
achat de lapines de production	134	5000	670,000	0	0	670,000
achat de lapins de production	25	6000	150,000	0	0	150,000
Total			820,000	0	0	820,000

❖ *La couverture sanitaire*

L'évolution du coût des soins nécessaires à la croissance et la production optimale de lapins se présente comme suit :

Tableau 11 : La couverture sanitaire

Années	Quantité	Prix Unitaire	AN1	AN2	AN3	AN4
Lapins de production femelles	134	350	46,900	46,900	46,900	46,900
Lapins de production males	25	350	8,750	8,750	8,750	8,750
Lapins destine a la vente	6,754	150	1,013,040	1,013,040	1,013,040	1,013,040
Total			1,068,690	1,068,690	1,068,690	1,068,690

❖ *L'alimentation*

L'évolution des besoins alimentaires nécessaires au développement des lapins aux différentes phases d'évolution est consignée dans le tableau 12.

Tableau 12 : Alimentation

Aliments	Nombre de lapins	Quantité aliment / lapin	Prix Unitaire	AN1	AN2	AN3	AN4
----------	------------------	--------------------------	---------------	-----	-----	-----	-----

Provende pour les Lapins producteurs	159	14,310	110	1,574,100	1,574,100	1,574,100	1,574,100
Fourrage pour les lapins producteurs	159	45,792	25	1,144,800	1,144,800	1,144,800	1,144,800
Provende pour les Lapereaux	6,754	24,314	110	2,674,584	2,674,584	2,674,584	2,674,584
Fourrage pour les Lapereaux	6,551	196,530	25	4,913,250	4,913,250	4,913,250	4,913,250
Totaux				10,306,734	10,306,734	10,306,734	10,306,734

❖ *Les autres fournitures*

Différentes fournitures rentrent dans l'entretien des lapins et concourent à l'optimisation de la production des lapins produits finis.

Tableau 13 : Autres fournitures

Années	Quantité	Prix unitaire	AN1	AN2	AN3	AN4
Javel la croix (carton de 6 bouteilles)	2	14,400	28,800	28,800	33,120	33,120
Détergent (carton de 5 sachets d'un Kg)	5	14,400	72,000	72,000	82,800	82,800
Litière	10	25,200	252,000	252,000	289,800	289,800
Total			352,800	352,800	405,720	405,720

❖ *Les impôts et taxes*

La situation des taxes prises en compte dans ledit projet est la suivante pour les quatre (4) premières années d'exercice.

Tableau 14 : situation des taxes pour les quatre (4) premières années

Années	AN1	AN2	AN3	AN4	TOTAL
TPA	36,000	36,000	36,000	36,000	144,000
-Droit fixe	400,000	400,000	400,000	400,000	1,600,000

Total	436,000	436,000	436,000	436,000	1,744,000
-------	---------	---------	---------	---------	-----------

❖ *Les charges de personnel*

L'effectif salarié sera à terme de 4 employés dont 3 permanents. Les charges de personnels sont récapitulées comme suit :

Tableau 15: Les charges de personnel

INTITULE	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Observations
Cadre (sous total1)	360,000	367,200	374,544	382,035	Nous prévoyons une augmentation de 2% de la masse salariale par an.
Technicien d'élevage	360,000	367,200	374,544	382,035	
Autres agents (sous total2)	1,392,000	1,419,840	1,448,237	1,477,202	
Chauffeurs	556,800	567,936	579,295	590,881	
Bascouriers	835,200	851,904	868,942	886,321	
TOTAL GENERAL	1,752,000	1,787,040	1,822,781	1,859,236	

Nous aurons comme personnel permanent, un chauffeur et deux bassecouriers. Le technicien d'élevage est un temporaire dont les interventions seront fonction des besoins.

❖ *Intérêts de l'emprunt bancaire*

Les charges financières relatives au paiement des charges d'intérêt de l'emprunt bancaire évoluent de la façon suivante :

Tableau 16: Les charges financières

Capital initial	Périodicité	Durée			Taux annuel	IRC
10,610,275	Annuelle	4			12%	8%
Numéro de période	Capital restant du	INTERETS ET TAXES			Capital amorti	Annuité
		Interêts au taux de 12%	IRC 8% sur intérêt	Total (inérêt+taxes)		
001	10,610,275	1,273,233	101,859	1,375,092	2,746,964	4,122,056
002	7,863,310	943,597	75,488	1,019,085	3,102,971	4,122,056

003	4,760,339	571,241	45,699	616,940	3,505,116	4,122,056
004	1,255,223	150,627	12,050	162,677	3,959,379	4,122,056
Totaux		2,938,698	235,096	3,173,794	13,314,431	16,488,224

❖ *La dotation aux amortissements et aux provisions*

L'amortissement des infrastructures et équipements est l'usure due à l'utilisation des biens acquis dans le cadre du projet.

Tableau 17: Plan des amortissements sur 4 ans

Immobilisations	TAUX	AN1	AN2	AN3	AN4
Frais d'établissement	33,33%	99,990	99,990	99,990	
Batiments	5%	235,000	235,000	235,000	235,000
Matériel de production	7%	92,680	92,680	92,680	92,680
Mobilier et matériel de bureau	20%	34,000	34,000	34,000	34,000
Matériel roulant	20%	160,000	160,000	160,000	160,000
Total		621,670	621,670	621,670	521,680

4.7.COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL SUR 4 ANS

La synthèse des charges et produits d'exploitation permettent de construire le compte d'exploitation prévisionnel pour les quatre(4) années :

Tableau 18: Compte d'exploitation prévisionnel

ELEMENTS DE L'EXPLOITATION	AN1	AN2	AN3	AN4	Totaux
PRODUITS D'EXPLOITATION					
Ventes de lapins réformés	0	0	535,800	0	535,800
Ventes de lapins produits	24,893,770	24,893,770	24,893,770	24,893,770	99,575,078
SOUS TOTAL PRODUITS	24,893,770	24,893,770	25,429,570	24,893,770	100,110,878
CHARGES D'EXPLOITATION					
MATIERES PREMIERES					
Achat de femelles	670,000	0	0	670,000	1,340,000
Achat de males	150,000	0	0	150,000	300,000
Couverture sanitaire des femelles	46,900	46,900	46,900	46,900	187,600

Couverture sanitaire des males	8,750	8,750	8,750	8,750	35,000
Couverture sanitaire de lapins produits	1,068,690	1,068,690	1,068,690	1,068,690	4,274,760
Alimentation des lapins	10,306,734	10,306,734	10,306,734	10,306,734	41,226,936
Autres fournitures	352,800	352,800	405,720	405,720	1,517,040
Frais généraux	2,477,600	2,277,600	1,477,600	1,477,600	7,710,400
Frais de personnel	1,752,000	1,787,040	1,822,781	1,859,236	7,221,057
Frais financiers	1,375,092	1,019,085	616,940	162,677	3,173,794
Impôts et taxes	436,000	436,000	436,000	436,000	1,744,000
Amortissements	621,670	621,670	621,670	521,680	2,386,690
SOUS TOTAL CHARGES	19,266,236	17,925,269	16,811,785	17,113,987	71,117,277
BENEFICE BRUT	5,627,534	6,968,501	8,617,785	7,779,782	
IMPOT (27%)	1,519,434	1,881,495	2,326,802	2,100,541	
RESULTAT NET	4,108,100	5,087,005	6,290,983	5,679,241	
CAFG	4,729,770	5,708,675	6,912,653	6,200,921	

Le compte d'exploitation laisse apparaître un résultat net bénéficiaire en hausse constante sur les trois (3) premières années et une légère baisse à la 4ème année. De même la CAFG suit la même tendance.

4.8.ANALYSE DE LA RENTABILITE

4.8.1. TAUX DE RENDEMENT INTERNE (TRI)

Le Taux de Rendement Interne (TRI) pour le projet envisagé est 57,7881%. En comparant ce taux à celui du coût de l'emprunt (57,7881%- 12%) on note un différentiel favorable de 45,7881%. L'investissement envisagé est donc véritablement très rentable.

Tableau 19: Evaluation du Taux de Rendement Interne

Capital Investi	CAFA1	CAFA2	CAFA3	CAFA4
13,610,275	4,729,770	5,708,675	6,912,653	6,200,921
TRI	57,7881%			

4.8.2. VALEUR ACTUELLE NETTE (VAN)

La Valeur Actuelle Nette (VAN) est positive et est de 4 024 742 F.CFA, ce qui confirme les

conclusions précédentes par le TRI. La rentabilité du projet est donc confirmée, l'investissement envisagé est faisable.

Tableau 20: Evaluation de la Valeur Actuelle Nette

Capital Investi	CAFA1	CAFA2	CAFA3	CAFA4	Totaux
13,610,275	4,729,770	5,708,675	6,912,653	6,200,921	23,552,019
(1+i) ⁻ⁿ	0.892857	0.797194	0.711780	0.635518	
CAF actualisées	4,223,009	4,550,921	4,920,290	3,940,797	17,635,017
VAN= (Total des actualisations - capital initial investi)				4,024,742	

4.8.3. DELAI DE RECUPERATION DU CAPITAL

Le délai de Récupération du Capital (DRCI) mesure le temps au bout duquel l'entreprise aura remboursé intégralement le capital investi. Il est déterminé grâce au tableau ci-dessous :

Tableau 21: Etapes de détermination du DRCI

Io	CAFA1	CAFA2	CAFA3	CAFA4
13,610,275	4,729,770	5,708,675	6,912,653	6,200,921
Détermination des Capacités d'Autofinancement Globales Actualisées CAFGA par année				
Io	CAFGA1	CAFGA2	CAFGA3	CAFGA4
13,610,275	4,223,009	4,550,921	4,920,290	3,940,797
Détermination des Capacités d'Autofinancement Globales Actualisées CAFGA cumulée CAFGAC par année				
Io	CAFGA1	CAFGA2	CAFGA3	CAFGA4
13,610,275	4,223,009	8,773,930	13,694,220	17,635,017

A la fin de la troisième année on aura récupéré 13 694 220 FCFA, c'est-à-dire une somme supérieure au capital investi de 13 610 275 FCFA. Le délai de récupération du capital est donc situé entre la deuxième et la troisième année, soit 2 ans 11 mois et 23 jours.

4.8.4. PLAN DE TRESORERIE SUR 12 MOIS

Le plan de trésorerie établi sur les 12 premiers mois après le démarrage de la production au

sein de l'unité présente des soldes finaux positifs sur chacun des 12 premiers mois d'exercice. De ce fait, l'unité parviendra à faire face à ses engagements (Fournisseurs, administration, salaires,) en cours d'année. Le risque de défaut de paiement à court termes est donc faible.

Tableau 22: Plan de trésorerie sur 12 mois

DESIGNATION	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
SOLDE INITIAL	0	3,989,457	2,659,639	1,329,821	0	1,470,851	2,941,702	4,412,553	5,883,404	7,354,255	8,825,106	10,295,957
ENCAISSEMENTS	13,610,275	0	0	0	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721
ENCAISSEMENTS LIES AU FINANCEMENT	13,610,275	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ENCAISSEMENTS LIE A L'EXPLOITATION	0	0	0	0	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721	3,111,721
DECAISSEMENTS	9,620,818	1,329,818	1,329,818	1,329,821	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,871
DECAISSEMENT LIES AU FINANCEMENT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DEPENSES INVESTISSEMENTS	7,471,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DECAISSEMENTS LIES A L'EXPLOITATION	2,149,818	1,329,818	1,329,818	1,329,821	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,870	1,640,871
SOLDE DE LA PERIODE	3,989,457	- 1,329,818	- 1,329,818	- 1,329,821	1,470,851	1,470,851	1,470,851	1,470,851	1,470,851	1,470,851	1,470,851	1,470,850
SOLDE FINAL	3,989,457	2,659,639	1,329,821	0	1,470,851	2,941,702	4,412,553	5,883,404	7,354,255	8,825,106	10,295,957	11,766,807

4.8.5. PLAN DE FINANCEMENT SUR 4 ANS

Les données du plan de financement consignées dans le tableau 23 indiquent des soldes finaux croissants sur les 4 premières années d'exercice. Pour la première année (solde négatif), la société devra faire recourt à des crédits de trésorerie à court terme pour pallier aux difficultés, mais à partir de la deuxième année la trésorerie monte en piqué sur le reste de la durée du projet. Cette situation permet de déduire que le projet ne connaîtra pas de problème majeur de financement sur les 4 années à venir.

Tableau 23: Plan de financement

DESIGNATION	1	2	3	4
TI	0	-392,286	1,194,333	3,984,930
RESSOURCES				
CAFG	4,729,770	5,708,675	6,912,653	6,200,921
CESSION D'IMMOB	0	0	0	0
AUGMENTATION DE CAPITAL	0	0	0	0
APPORT CPTÉ COUR; ASSOCIES	2,000,000	0	0	0
EMPRUNTS B.	10,610,275	0	0	0
DIMINUTION DE LA BFR	0	0	0	0
TOTAL DES RESSOURCES	17,340,044	5,708,675	6,912,653	6,200,921
EMPLOIS DE LA PERIODE				
DISTRIBUTION DE DIVIDENDES	0	0	0	0
CHARGES IMMOBILISEES	300,000	0	0	0
ACQUISITIONS D'IMMOB	7,171,000	0	0	0
PRELEVEMENT DE	0	0	0	0
REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT	4,122,056	4,122,056	4,122,056	4,122,056
AUGMENTATION DU BFG	6,139,275	0	0	0
TOTAL DES EMPLOIS	17,732,331	4,122,056	4,122,056	4,122,056
VARIATION (R-E)	-392,286	1,586,619	2,790,597	2,078,865
TF	-392,286	1,194,333	3,984,930	6,063,795

4.8.6. ANALYSE DE LA SENSIBILITE DU PROJET

Nous avons procédé au test de sensibilité en réduisant la production totale des lapins destinés à la vente sur les cinq années du projet en simulant une baisse de la production à différents taux et les résultats sont les suivants :

- Réduction de 10% de la production totale : VAN positif de 750 239 F.CFA
- Réduction de 12% de la production totale : VAN positif de 95 132 F.CFA
- Réduction de 13% de la production totale : VAN négatif de 231 960 F.CFA

Nous pouvons à travers ces différents résultats en déduire qu'une baisse de la production totale jusqu'à concurrence de 12% maintient toujours le projet au rang des projets rentables. Mais qu'une diminution de la production à partir de 13% rend le projet non rentable avec une VAN négative.

V. ETUDE SOCIO-ECONOMIQUE DU PROJET

L'étude financière du projet a démontré que sa rentabilité était satisfaisante pour son promoteur-investisseur. Cela va en droite ligne du principe de recherche du profit légitime de tout investisseur. Au-delà du bénéfice financier qui revient de plein droit à l'investisseur, certains investisseurs attachent du prix aux externalités induites par leur investissement, à travers l'atteinte d'un certain nombre d'objectifs au plan socio-économiques représentant leur contribution au développement de leur pays.

Parmi ces objectifs on peut citer :

- La distribution au salarié d'un revenu moyen acceptable (7 221 057 F.CFA) ;
- la création d'emploi ou de revenus dans des secteurs connexes (exemple: achat d'aliments de lapins pour 41 226 936 F.CFA) ;
- une contribution à l'amélioration des conditions de vie alimentaire des ménages (6 551 lapins à mettre sur le marché) ;
- la contribution à la création de la richesse nationale à travers la Valeur Ajoutée (41 775 142 F.CFA) ;
- le paiement d'intérêts et taxes à l'Etat (1 979 096 F.CFA).

CONCLUSION GENERALE

Au final, le présent projet dont les investissements qui se chiffrent à un montant de 13 610 275 F.CFA, comprenant 7 648 000 F.CFA d'actif immobilisé et 6 139 275 F.CFA de besoin en fonds de roulement est un projet que nous pouvons qualifier de rentable. En effet les indicateurs phares faisant autorité pour répondre à cette question du caractère rentable ou non rentable d'un projet que sont le TRI et la VAN affichent un niveau satisfaisant, et sont respectivement de 57,7881% et de 4 024 742 F.CFA.

De plus, le plan de trésorerie indique que le projet a une solvabilité solide au cours des 12 premiers mois d'exercice permettant d'affirmer que le risque de cessation d'activité est très faible.

Enfin, la conclusion issue de l'appréciation de cette solvabilité à court terme peut être élargie à celle à long terme du projet d'investissement quand on prend en compte les données du plan de financement.

Le projet est donc rentable et ne présente pas de risque de cessation d'activité à court et moyen terme.

L'unité de production permettra de produire 6754 lapins par an. Les analyses financières montrent que cette unité est rentable.

Les retombés socio-économiques contribueront véritablement à l'amélioration du bien-être de nombreux burkinabés qui accèderont par son biais à des revenus supplémentaires.

Les éléments de ce plan d'affaires ou business plan sont rassurant aussi bien pour le promoteur que les investisseurs, et même les bénéficiaires de la rentabilité de l'unité de production.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Akouango P., Opoye I., Ngokaka C., Akouango F. (2014). Contribution à la réduction des périodes improductives du cycle de reproduction des lapines (*Oryctolagus cuniculus*) dans un élevage fermier. *Afrique Science: Revue Internationale des Sciences et Technologie*, 10(2).

Arnold, J. (1994) *Parcours animalier, escapades zootechniques, cheminement cuniculicole*. Paris: Éditions ICI. 370 p.

A. Roustan (1992) : L'amélioration génétique en France : le contexte et les acteurs. Le lapin. INRA. Prod . Anim., hors série « éléments de génétique quantitative et application aux populations animales ».45-47.

Commune de Ouagadougou (2011) : plan d'occupation des sols (pos) de la commune de Ouagadougou. Rapport de présentation préalable.82p

Djago Yaou A, Kpodekon M. et Lebas F (2007) : Méthodes et techniques d'élevage en milieu tropical, Guide pratique de l'éleveur de lapins en Afrique de l'Ouest. Cuniculture, 87A Chemin de Lassère, 31450 Corronsac – France. 2^{ème} édition révisée. 71pp. <http://www.cuniculture.info/Docs/Elevage/Tropic-01.htm>

Djago A. & Kpodekon M. (1999) : Le guide pratique de l'éleveur de lapins en Afrique de l'Ouest. CECURI Cotonou 1ère édition. Bénin. 106 pages.

Fagbohoun, A. A. S. (2006) : Etude de l'effet de l'incorporation du tourteau de tournesol dans l'alimentation sur les performances zootechniques du lapin au Bénin, Veterinary Medicine Thesis, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Ecole inter Etat des Sciences et Médecine Vétérinaire, Dakar.66p.

Fielding Denis (1993) : Le lapin. Agence de Coopération Culturelle et Technique. Centre technique de Coopération agricole et rurale (C.T.A.). Edité par Maisonneuve et Larose, coll. « le technicien d'agriculture tropicale », n° 24. ISBN: 2-7068-1091-2 et 92-9028-207-X. 143p.

Filion, L. J. (1997) : Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. *Revue internationale PME: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 10(2), 129-172.

François Lebas (2013) : Estimation de la digestibilité des protéines et de la teneur en énergie digestible des matières premières pour le lapin, avec un système d'équations. 15èmes Journées de la Recherche Cunicole, 19-20 novembre 2013, Le Mans, France.

François Lebas (2007) : Acides gras en Oméga 3 dans la viande de lapin Effets de l'alimentation CUNICULTURE Magazine Volume 34 pages 15-20.

François Lebas (2004) :L'élevage du lapin en zone tropicale. CUNICULTURE Magazine Volume 31, pages 3 à 10.

François Lebas (1996) : Le lapin : élevage et pathologie (nouvelle version révisée). Collection FAO: Production et santé animales, N° 19. 219p. ISBN 92-5-203441-2

Gailly, B. (2002) : Les projets d'affaires en phase de pré-démarrage: étude empirique et implications pour les structures d'appui (No. IAG-LSM Working Papers (02/48)). Louvain School of Management.

Gidenne T., Lebas F.(2005) : Le comportement naturel du lapin. 11èmes journées de la Recherche Cunicole (Paris), 29-30 novembre. 183-196.

Gigaud et Combes (2007) : Les atouts nutritionnels de la viande de lapin : comparaison avec les autres produits carnés. 12èmes Journées de la Recherche Cunicole, 27-28 novembre 2007, Le Mans, France.187-190.

J. Lendrevie, D. Lindon & R. Laufer. (1979) : Mercator. *Théorie et pratique du marketing*. Paris, Dalloz.

Lagrange, L. (1995) : La commercialisation des produits agricoles & alimentaires (No. Ed. 2). Technique et Documentation Lavoisier.448p.

Larzul, C., & Gondret, F. (2005) : Aspects génétiques de la croissance et de la qualité de la viande chez le lapin. *INRA, Prod. Anim*, 18(2), 119-129.

Michel Sabbagh (1983) : Etude de la sexualité et de la reproduction du lapin domestique *Oryctolagus cuniculus* a des températures élevées en corrélation avec la régulation thermique, le comportement alimentaire et le fonctionnement thyroïdien et surrénalien en période

d'adaptation au stress thermique. THESE pour obtenir le grade de Docteur Vétérinaire (Diplôme d'Etat) Ecole inter - Etats des sciences et Médecine Vétérinaires. Université de Dakar.113p.

Meyer C., ed. sc., 2016, Dictionnaire des Sciences Animales. [On line]. Montpellier, France, Cirad. [29/08/2016]. <URL : <http://dico-sciences-animales.cirad.fr/> >

MRA (2010) : Politique Nationale de Développement Durable de l'Élevage au Burkina Faso. 54 p+annexes.

MRA (2000) : Plan d'Actions et Programme d'Investissements du Secteur de l'Élevage au Burkina Faso. Diagnostic, axes d'intervention et programmes prioritaires. Version finale. Ouagadougou, Ministère des Ressources Animales. 140 p.

Ouhayoun, J. (1989) : La composition corporelle du lapin. Facteurs de variation. *INRA Prod. Anim*, 2(3), 215-226.

PNUD (2011) : Document de plaidoyer du sous secteur de l'élevage. PNUD/Burkina Faso, version finale. 32 p.

Zammar, R., & Abdelbaki, N. (2012) : L'université marocaine et la problématique de l'entrepreneuriat innovant. Article 10p.

Zoundi J. S., Hitimana L. , Kamuanga M. J., Somda J., Sanon Y., & Kagoné, H. (2008) : Élevage et marché régional au Sahel et en Afrique de l'Ouest. *Potentialités et défis*, (Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest/OCDE, Issy les Moulineaux, France).

ANNEXE 1 : TABLEAU RESUME DU PROJET

Objectifs du projet : produire et vendre 6754 lapins par an				
Motivations : rentabilité du projet et existence de la demande nationale				
Site : Ouagadougou / Capitale du Burkina Faso				
Secteur d'activité : élevage/cuniculture (élevage de lapin domestique)				
Promoteur : OUEDRAOGO David Téléphore				
Produits : viande de lapin				
Procédé : naisseur-engraissage				
Atouts du promoteur : qualification et savoir faire du promoteur				
Faiblesses de l'entreprise : insuffisance des moyens financiers ; faible connaissance du produit par les consommateurs potentielles				
Opportunités : qualité diététique et nutritionnelle du produit				
Menaces : variabilité temporaire de la disponibilité des ressources alimentaires ;				
Caractère innovant du projet : production moderne et vente de viande de lapins				
Environnement général du projet				
Règlementation : activité entrant dans le cadre du renforcement de la sécurité alimentaire et nutritionnelle et de la lutte contre la pauvreté donc fortement encouragée par les autorités publiques du Burkina Faso				
Principaux clients : particuliers ; super marchés ; hôtels ; restaurants				
Concurrence : petits élevages non structurés				
Fournisseurs : vendeurs de fourrage ; vendeurs d'intrants zootechniques et vétérinaires				
Employés : 04 personnes				
Date de démarrage du projet : janvier 2017				
Coût du projet (FCFA)	Apport personnel (FCFA)	Emprunt sollicité (FCFA)	VAN	TRI
13610275	3 000 000	10610275	4 024 742	57,7881%

ANNEXE 2 : FICHE D'ENQUETE SUR LA CONSOMMATION DE VIANDE DE LAPIN DANS LA VILLE DE OUAGADOUGOU

ENQUÊTE individuelle sur la consommation de viande de lapin

Date de l'enquête : _____

Nom de l'enquêteur : _____

I. LOCALISATION

1- N° de l'enquêté /_____/ 3- Zone /_____/
2- Arrondissement /_____/ 4- Quartier et adresse _____

II. IDENTIFICATION

Genre : 1- M /____/ 2- F /____/ 3- Age /____/
Nationalité : 1-Burkinabé /____/ 2- Africain /____/ 3-Européen
/____/ 4- Autre /____/

Niveau d'instruction

1-Aucun /____/ 2- Primaire /____/ 3- Secondaire 1 /____/ 4- Secondaire 2
/____/ 5- Supérieure /____/

Situation matrimoniale

1- Marié /____/ 2- Célibataire /____/ 3- Autre statut /____/

III. CARACTERISTIQUES DU MENAGE

Disposez – vous de revenus ? Oui /____/ 2- Non /____/

IV. CONSOMMATION DE VIANDE DE LAPIN

Consommez – vous souvent la viande de lapin?

1- Oui /____/ 2- Non /____/

Si non, pourquoi ?

1- Je n'aime pas le goût /____/ 2- C'est trop cher /____/ 3- C'est difficile d'en
trouver /____/ 4- Risque pour la santé /____/ 5- Interdit par la coutume /____/
6- Interdit religieux /____/ 7-autre raison /____/

Si oui, pourquoi ?

1- Pour le goût, la saveur /___/ 2- C'est plus nourrissant /___/ 3- C'est moins cher /___/ 4- Par habitude prise /___/

5- C'est une tradition /___/ 6- Autres raisons /___/

.....

Vous en consommez dans quel endroit ?

1- A la maison /___/ 2- Au restaurant /___/ 3- Au restaurant à l'hôtel /___/

4- Autres endroits /___/

A quelle occasion consommez – vous le

lapin ? _____/

Combien de fois consommez – vous cette viande par année ? /___/

Votre consommation de lapin a-t-elle évolué ces dernières années ?

1- A la hausse /___/ 2- A la baisse /___/ 3- Stable /___/

A quand remonte votre dernier repas de viande de

lapin ? _____

Classez les viandes ci-après selon votre préférence, en allant simplement de 1 celle que vous aimez le plus à 11 celle que vous aimez le moins.

Chèvre /___/ Mouton /___/ Porc /___/ Bœuf

/___/ Poulet /___/ Canard /___/ Pigeon /___/ Gibier /___/

Lapin /___/ Poisson /___/ Autres /___/

Si vous le pouviez, souhaiteriez-vous augmenter votre consommation de viandes de lapin? 1- Oui /___/ 2- Non /___/

Pensez-vous que la viande de lapin soit plus nutritive que les autres ? 1-

Oui /___/ 2-Non /___/

Est-ce que cet aspect nutritif est important pour vous ? 1-

Oui /___/ 2-Non /___/

Savez vous que la viande de lapin contient plus de protéines et moins de mauvaises graisses que la plus part des viandes ?

1- Oui / ___/ 2- Non / ___/

Quelles sont les évènements et les périodes pendant lesquelles vous consommez le plus de viande de lapin ?

V. ACHAT DE LAPIN

Comment vous approvisionnez-vous en viande de lapin ?

1- Au marché / ___/ 2- voisin du quartier / ___/ 3- Amis / ___/
4- Parents / ___/
5- Grossistes / ___/ 6- Directement avec l'éleveur / ___/ 7-
super marché / ___/

Recevez-vous des dons de viande de lapin ? 1- Oui / ___/
2- Non / ___/

De qui recevez – vous ces dons de viande?

En termes de présentation de la viande laquelle allez-vous préférer ?

1- carcasse entière / ___/ 2- carcasse découpée / ___/ 3- lapins abattus sans
aucune présentation / ___/ 4- Carcasse en présentation sous barquette / ___/
5- carcasse de lapin fumé / ___/ 6- lapin vivant que
vous abattriez vous-même / ___/ 7- Autres / ___

Est-il facile de trouver de la viande de lapin en vente ? Oui / ___/ 2- Non / ___/

Existe-t-il des périodes de l'année où vous trouvez de la viande de lapin plus facilement, ici en ville ?

1- Oui / ___/ 2- Non / ___/

Si oui lesquelles ?

A quel prix allez-vous consentir à acheter la viande de lapin?

1- carcasse entière /___/___/ /___//___/ 2- lapins abattus sans aucune présentation /___/___/ /___//___/

3- Carcasse en présentation sous barquette /___/___/ /___//___/ 4- carcasse fumée de lapin /___/___/ /___//___/

5- lapin vivant que vous abattiez vous-même /___/___/ /___//___/

A votre avis, de quoi dépend le prix que vous payez pour la viande de lapin?

1- Bien connaître les vendeurs moins chers /___/ 2- Bien savoir négocier le prix /___/

3- De la qualité de l'animal /___/ 4- De la rareté de l'animal, ou son abondance /___/

De l'augmentation du nombre de clients /___/ Connaître les fournisseurs de viande

/___/ Autres (à préciser) /___/

Qu'est ce qui principalement limite votre consommation de viande de lapin?

1- Rien, ma demande est en général satisfaite /___/ 2- Je n'aime pas /___/ 3- Le prix est trop élevé /___/

4- Il n'y en a pas assez souvent sur les points de vente /___/ 5- Les points de vente changent trop souvent /___/ 6- Les points de vente sont trop loin de chez moi /___/

7- Je ne connais pas de vendeurs /___/ 8- Elle n'est pas souvent bien

préparée dans les restaurants /___/ 9- Il y a un risque d'attraper des maladies /___/

10- Autre raison (préciser) /___/

Concernant la qualité de la viande de lapin que vous consommez, qu'est – ce qui vous satisfait ?

1- Le goût /___/ 2- La fraîcheur /___/ 3- Le mode de préparation /___/

4- L'hygiène /___/ 5- Autre (Précisez) _____/___/

Pensez-vous qu'il soit possible d'attraper des maladies en consommant du lapin ?

1- Oui /____/ 2- Non /____/

Si oui lesquelles ? (au moins une maladie)
