

**BUSINESS PLAN, OUTIL DE CREATION ET DE
DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES : CAS D'UNE PME AU
CAMEROUN**

**MEMOIRE POUR L'OBTENTION DU
MASTER EN INGENIERIE DE L'EAU ET DE
L'ENVIRONNEMENT
OPTION :.....**

OU

**MASTER SPECIALISE EN INNOVATION
DEVELOPPEMENT ET SOCIETES**

Présenté et soutenu publiquement le [Date] par

Guy Bertrand KAMTE POUENE

Travaux dirigés par : Prénom NOM

Titre (Enseignant, Chercheur, Dr ...)

UTER ----

Jury d'évaluation du stage :

Président : Prénom NOM

Membres et correcteurs : Prénom NOM
Prénom NOM
Prénom NOM

Promotion [2012/2013]

REMERCIEMENTS

Je remercie chaleureusement Monsieur Jérôme DJIMPE qui m'a offert une base documentaire nécessaire à la rédaction de ce mémoire

Mes remerciements s'adressent particulièrement à ma tendre épouse, Pauline Mado qui n'a cessé de m'encourager et de m'apporter tout le soutien aussi bien logistique au moral pour la réussite de ce travail.

A tous ceux qui de près ou de loin ont contribué de quelque manière à l'élaboration de ce mémoire.

RESUME

Dans le contexte Africain, à l'issue des études menées par plusieurs auteurs, il est important pour tout entrepreneur de se doter d'un outil de gestion devant l'aider à mieux anticiper sur les différents facteurs pouvant favoriser l'échec de ses initiatives.

Selon certains auteurs, l'échec de nombreuses entreprises à leur création est fortement lié à l'insuffisance des aides pour les initiatives entrepreneuriales. La plus part des nouvelles et des petites entreprises, n'obtiennent pas des prêts lorsque les taux d'intérêts sont plafonnés ou que la possibilité de faire jouer les garanties est limitée. Fort liées, l'incompétence et l'inexpérience des dirigeants constituent la première cause d'échec des PME.

Pour apporter une réponse, nous nous sommes donné pour objectifs de montrer en quoi le business plan peut être un levier de développement des petites et moyennes entreprises dans le contexte d'un pays africain comme le Cameroun. L'atteinte de cet objectif global passe par la réussite de cinq autres objectifs plus spécifiques. Pour le faire, deux hypothèses ont été retenues.

H1 : Business Plan peut être un outil d'amoindrissement du risque d'échec des entrepreneurs pour conduire au lancement effectif et au développement de leurs entreprises.

H2 : Le business plan peut favoriser l'adhésion et l'implication de l'ensemble des potentielles parties prenantes et cerner au maximum les obstacles pour pouvoir anticiper en termes de solution.

Pour atteindre les objectifs de notre travail, nous avons réalisé une enquête auprès des institutions financières formelles ; notre méthodologie s'est basée sur une approche de proposition d'un outil managérial de création d'entreprise à travers le Business Plan. Dans l'analyse, nous avons abordé les questions générales sur l'entrepreneuriat, le contexte d'entrepreneuriat au Cameroun, le processus entrepreneurial, les définitions, valeurs et objectifs d'un business plan. De la discussion et des analyses, quelques résultats se sont dégagés. Le mémoire présente l'approche méthodologique de construction du BP du Complexe industriel et Agricole d'Awae à travers le rendu de l'enquête, l'étude de marché, l'étude technique et l'étude financière. Le résultat le plus abouti reste bien le business plan rédigé pour le compte du CI2A dont le sommaire est repris en intégralité dans ce travail.

Mots Clés :

1 – Business plan

2 - Entrepreneuriat

3 - PME

ABSTRACT

In the African context, at the conclusion of the studies conducted by several authors, it is important for any entrepreneur to obtain management tools having to help it with better pre-empting the various factors being able to support the failure of its initiatives. According to certain authors, the failure of many companies to their creation is strongly related to the insufficiency of the aid for the entrepreneurial initiatives. More the share of the news and the small companies, do not secure loans when interest rates are reached a maximum or that the possibility of making play the warranties is limited. Extremely bound, the incompetence and the inexperience of the leaders constitute the first cause of failure of SME.

To give an answer, we summons ourselves given for objectives to show in what the plane business can be a lever of development of the small and medium-size companies in the context of an African country like Cameroon. The attack of this total objective passes by the success of five other more specific objectives. To do it, two assumptions were retained. H1: Plane business can be a tool of diminution of the risk of failure of the entrepreneurs to lead to effective launching and the development of their companies. H2: The plane business can support the adhesion and the implication of the whole of the potential recipients and encircle to the maximum the obstacles to be able to anticipate in terms of solution.

To achieve the goals of our work, we conducted a survey near the formal financial institutions; our methodology was based on an approach of proposal of a managerial tool for creation of company through the Plane Business. In the analysis, we tackled the general questions about the entrepreneurship, the context of entrepreneurship in Cameroon, the entrepreneurial process, the definitions, values and objectives of a plane business. Discussion and analyses, some results emerged. The report presents the methodological approach of construction of the PB of the Industrial and Agricultural Complex of Awae (IACA) through returned investigation, the market study, the technical study and the financial study. The result more succeeded remains well the plane business written on behalf of the IACA

whose summary is taken again in integrality in this work.

Key words :

1 – SME

2 – Plane Business

3 - Entrepreneurship

LISTE DES ABREVIATIONS

BFR : Besoin en Fonds de Roulement

BICEC : Banque Internationale pour le Commerce et l'Épargne du Cameroun

BP : Business plan

CEMAC : Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale

CI2A : Complexe Industriel et Agricole d'Awae

CV : Curriculum Vitae

CV : Curriculum Vitae

DSCE : Document de Stratégie Pour la Croissance et l'EMPLOI

DSRP : Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté

EAS : Echantillonnage Aléatoire Simple

EESI : Enquête sur l'Emploi dans le Secteur Informel

EMF : Etablissement de Microfinance

GICAM : Groupement Inter Patronal du Cameroun

GIZ : *Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Coopération technique allemande au Cameroun)*

IACA: Industrial and Agricultural Complex of Awae

IDE : Investissements Directs Étrangers

INS : Institut National de la Statistique

MINEPAT : Ministère de l'Economie, de la Planification et de l'Aménagement du Territoire

MINPMEESA : Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

PPTE : Pays Pauvres et Très Endettés

RGE : Recensement Général des Entreprises

SARL : Société à Responsabilité Limitée

TRI : Taux de Rentabilité Interne

SOMMAIRE

<i>Remerciements</i>	<i>ii</i>
<i>Résumé</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>iv</i>
<i>liste des abréviations</i>	<i>vi</i>
<i>Sommaire</i>	<i>7</i>
<i>I. Introduction</i>	<i>9</i>
<i>II. Objectifs et Hypothèse d'étude</i>	<i>12</i>
<i>III. Matériels et Méthodes</i>	<i>13</i>
<i>IV. Discussion et Analyses</i>	<i>14</i>
<i>V. Résultats</i>	<i>25</i>
<i>VI. Conclusions</i>	<i>32</i>
<i>VII. Bibliographie</i>	<i>34</i>
<i>VIII. Annexes</i>	<i>36</i>

1.1.LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Eléments clés du projet.....	29
---	----

I. INTRODUCTION

Contexte

L'insuffisance des infrastructures est actuellement un facteur majeur du sous-développement de l'Afrique. Leur amélioration, par l'investissement dans les réseaux de transport, d'électricité et de communication, autant d'outils concrets qui favorisent l'intégration régionale, aidera à accélérer et à soutenir la croissance.

Entamé dans les années 1990, le processus de réforme politique, économique et réglementaire continue de transformer le continent. Des changements structurels, caractérisés par le renforcement des systèmes réglementaire et juridique, la maîtrise de l'inflation, la réduction de la dette extérieure, des déficits budgétaires et l'ouverture de nombreuses économies africaines au commerce international s'observent. Ces changements ont aidé à dynamiser les marchés et les échanges, créant un climat de plus en plus propice aux affaires et à l'investissement.

Au Cameroun, selon EESI¹, durant la période de crise économique, les camerounais se sont jetés dans la prise d'initiative qui malheureusement répondait d'avantage à une logique de débrouillardise individuelle et de revenu à usage immédiat qu'une logique de capitalisation et de développement à moyen terme. On a ainsi assisté à la montée en puissance du secteur informel qui a pour nécessité d'insérer les actifs jeunes et adultes dans l'emploi et dans l'économie de subsistance plutôt qu'à une logique de création d'activités et de richesses.

En 2009, après des résultats mitigés issus de la mise en œuvre du Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP), le Gouvernement camerounais a opté pour une réorientation de sa politique sociale et économique en rédigeant et en adoptant le Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi (DSCE). Cette nouvelle orientation met un accent particulier sur la Croissance économique et les créations d'emplois. En effet, les études ont montré que près de 90% (EESI, 2005) des revenus de ménages sont issus de leur travail. Il ressort des résultats du Recensement Général des Entreprises² (RGE) que les entreprises Camerounaises utilisent une proportion très faible de la population active (près de 400 000 emplois sur une population active estimée à près de 10 000 000).

¹ www.statistics.cameroon.org;deuxieme enquête sur l'emploi et le secteur informel au Cameroun

² www.statistics.cameroon.org recensement général des entreprises 2009 environnement des affaires et compétitivité des entreprises camerounaises.

Au Cameroun, selon le GICAM³, le secteur privé déclare faire face à un environnement des affaires qui ne lui est pas favorable dans toutes ses composantes. Cadre réglementaire, environnement institutionnel, environnement juridique, environnement fiscal, financier, technologique, infrastructurel. La qualité du capital humain, des infrastructures, des institutions est fortement corrélée à la compétitivité des entreprises. Ce constat, fait par le Groupement Inter Patronal du Cameroun (GICAM) est confirmé par les résultats du Recensement Général des entreprises. Les obstacles les plus cités par les entrepreneurs par ordre d'importance sont : la fiscalité pour 58,8%, la corruption pour 50,6%, l'accès au crédit pour 37,6%, les formalités administratives pour 35,2%, la concurrence déloyale pour 25,8%, les infrastructures pour 18,4% et enfin le coût de financement crédit pour 18%.

De ce fait, l'entrepreneur camerounais évolue dans un environnement où il y a une absence de structuration entrepreneuriale. Les mesures d'accompagnement sont presque inexistantes conduisant d'avantage à l'échec. Selon BUSINESS SORVEY, 53% des entreprises n'ont pas de plan d'affaire. La naissance des entreprises requiert la mise en place des moyens technologiques et commerciaux, des facilités juridiques et un accompagnement du renforcement des capacités managériales des promoteurs.

L'entrepreneuriat se définit comme le « processus de réalisation de projets, de perception d'opportunités et d'imagination de façon à répondre à un besoin avant que d'autres ne le fassent » ; en d'autres termes, c'est la transformation d'un problème en opportunité d'affaires selon Toulouse (1997).

Conscient du rôle joué par l'entrepreneuriat dans le développement, pour Howard (1990), trois types de soutien facilitent le démarrage : le soutien financier, le soutien stratégique, et le soutien commercial. De son côté Barrès (2004) identifie trois axes pour faciliter l'accès à la création d'entreprise : l'appui financier, le développement d'un réseau de conseil et le soutien logistique.

Dans ce contexte, nous pensons qu'il est important pour tout entrepreneur de se doter d'un outil de gestion devant l'aider à mieux anticiper sur les différents facteurs pouvant favoriser l'échec de son initiative.

Problématique

Pour bon nombre d'auteurs, l'échec de nombreuses entreprises à leur création est fortement lié à l'insuffisance des programmes d'aide pour les initiatives entrepreneuriales. Une

³ www.GICAM.org

réglementation truffée de procédures administratives inutiles, le manque d'accès aux sources de financement tant à la création qu'à l'accompagnement. La plus part des nouvelles et des petites entreprises, n'obtiennent pas des prêts lorsque les taux d'intérêts sont plafonnés ou que la possibilité de faire jouer les garanties est limitée. (Rapport Doing Business 2007 BANQUE MONDIALE⁴).

Dans les études réalisées sur l'insuffisance des mesures d'accompagnement et les facteurs pouvant expliquer l'échec entrepreneurial, il en ressort deux prédominances particulières expliquant les échecs. Celle liée au facteur financier et au manque de formation de pas mal d'entrepreneurs.

Lorsque la politique de crédit est restrictive (taux d'intérêt élevé, encadrement du crédit.), la propension des entreprises à échouer augmente considérablement (Altman, 1983) puisque les fonds supplémentaires ne sont plus disponibles ou deviennent trop coûteux. Du fait de leur sous-capitalisation, les PME seraient plus touchées par de telles conditions comparativement aux grandes entreprises. En effet plus de 80% d'entre elles dépendent totalement du système bancaire pour leur financement externe et par conséquent, une hausse des taux d'intérêt les affecte plus sévèrement.

Fort liées, l'incompétence et l'inexpérience des dirigeants constituent la première cause d'échec des PME. Elles seules représentent plus de 90% d'échec en Amérique du Nord, et ce, même en période de croissance (Stulberg, 1991; Perreault, 1992). Selon Dun et Bradstreet, l'incompétence est à l'origine de 50% de faillite (Zimmerer et Scarborough, 1998) et l'inexpérience à l'origine de 40% (Kuriloff et al. 1988 ou Haswell et Holmes, 1989, cités par Jarira, 1992).

Les auteurs s'accordent pour définir cette incompétence à travers deux de ses dimensions :

- une incompétence managériale due à une méconnaissance des principes de gestion ; nombreux sont les dirigeants qui se lancent en affaires sans développer les compétences nécessaires par des programmes de formation pour devenir de bon manager ;
- une incompétence technique due à une méconnaissance du métier ou du secteur.

Ainsi compte tenu de l'environnement incertain de l'entrepreneur, des risques auxquels il sera confronté et de son cadre de fonctionnement, la question qui se dégage est celle de savoir « ***quels sont les apports du Business Plan dans la création et le développement des entreprises ?*** »

⁴ www.doingbusiness.org doing business 2007. Comment reformer

Afin de cerner la pertinence de l'outil Business Plan dans la création et le développement des PME, le présent mémoire s'articule en six parties. Après le point introductif (i), viennent les objectifs et hypothèses (ii). L'atteinte des objectifs ne devant se faire qu'à travers une méthode et des moyens de mise en œuvre (iii), se traduit par la présentation des résultats (iv) dont les détails sont repris dans les discussion et analyses (v). Dans une conclusion (vi) qui constitue la dernière partie avant les annexes et la bibliographie, les points clés des travaux sont repris ainsi que l'analyse de quelques perspectives.

II. OBJECTIFS ET HYPOTHESE D'ETUDE

2.1.OBJECTIF GLOBAL

L'objectif global de ce travail est de montrer en quoi le business plan peut être un levier de développement des petites et moyennes entreprises dans le contexte camerounais.

2.2.OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

L'atteinte de cet objectif passe par les objectifs spécifiques suivants :

- Montrer à l'entrepreneur en quoi le BP est un outil de gestion pertinent pour une meilleure appréhension du risque entrepreneurial ;
- Permettre aux entrepreneurs de bien peaufiner l'offre et de bien cerner les besoins et caractéristiques de leurs clientèles ;
- Avoir un instrument d'accompagnement et de guide dans le processus entrepreneurial et faire reculer les blocages psychologiques qui anime pas mal de jeune entrepreneur;
- Comprendre les fondements théoriques et étapes de construction d'un Business Plan ;
- Proposer un Business Plan cohérent et pertinent aux promoteurs de la PME qui sert de référence dans cette étude.

Hypothèses d'étude

Le lancement requiert des actions opérationnelles à court terme en disposant d'une vision stratégique à long terme. Celle-ci doit être déployée dans une logique d'actions à court terme en vue de mieux scruter son environnement et percevoir dans le temps la pertinence et la viabilité de son projet. Du questionnement qui précède, nous formulons les hypothèses de recherche suivantes :

***H1** : Business Plan peut être un outil d'amoindrissement du risque d'échec des entrepreneurs pour conduire au lancement effectif et au développement de leurs entreprises.*

H2 : Le business plan peut favoriser l'adhésion et l'implication de l'ensemble des potentielles parties prenantes et cerner au maximum les obstacles pour pouvoir anticiper en termes de solution.

III. MATRIELS ET METHODES

Pour atteindre les objectifs de notre travail, nous avons réalisé une enquête auprès des institutions financières formelles à l'instar des banques et micro finance de 2ème catégorie où nous avons adopté l'échantillonnage probabiliste précisément l'échantillonnage aléatoire simple (EAS).

Rappelons qu'il existe l'échantillonnage probabiliste et l'échantillonnage non probabiliste. Le premier consiste à choisir de façon aléatoire c'est-à-dire en affectant la même pondération à toutes les unités statistiques (individu) d'une population alors que la seconde consiste à connaître préalablement la distribution de probabilité de chaque unité statistique. Dans le cadre de l'enquête nous avons utilisé des variables davantage qualitatives et moins quantitatives.

Le chercheur en sciences de gestion dispose généralement de deux grandes orientations. La première consiste à construire un nouveau cadre théorique à partir de ses observations. La seconde est de tester une théorie à savoir confronter théorie et observations empiriques (THIERTART, R-A et coll, 2003). Pour WACHEUX F. (1996), le choix du mode opératoire pour approcher le réel n'est pas neutre. En effet, le choix de telle ou telle approche méthodologique est tributaire des particularités liées à l'objet de la recherche.

Notre méthodologie s'est basée sur une approche de proposition d'un outil managérial de création d'entreprise à travers le Business Plan.

Nous avons procédé par une posture constructiviste de notre objet ou outil qui a été testé par une vérification empirique sur le terrain. Pour les tenants du paradigme constructiviste, le chercheur produit des explications qui ne sont pas la réalité mais un construit sur une réalité susceptible de l'expliquer. La réalité est donc plus méconnaissable, elle est dépendante de l'observateur, qui lui-même la construit.

IV. DISCUSSION ET ANALYSES

4.1. GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENARIAT

L'entrepreneuriat est fortement présente dans les civilisations humaines et les hommes répondant au désir d'amélioration de leur condition de vie ont toujours pris des initiatives devant les conduire au progrès.

4.1.1. L'entrepreneuriat dans l'environnement économique

L'entrepreneuriat est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur ; l'entreprise joue un rôle fondamental dans la transformation des ressources d'un pays car elle met en valeur les richesses des nations. Le rôle économique, financier et social de l'entreprise est de plus exposé dans une stratégie de lutte contre la pauvreté.

4.1.1.1. Le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique

Il convient de rappeler que le terme développement renvoie à l'action de développer, à la notion d'essor, d'expansion. Le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique ne consiste pas seulement à augmenter la production et le revenu par habitant mais aussi à déclencher et à accomplir l'évolution structurelle de l'économie et de la société. D'après le PNUD, le développement humain comporte deux volets:

La formation des potentialités de la personne à travers l'amélioration de la santé, l'accumulation des connaissances et des compétences. Le second volet se rapportant à l'exploitation par la personne des compétences acquises pour réaliser les objectifs productifs ou une activité sociale. C'est dans ce deuxième volet que le rôle de l'entrepreneuriat se trouve pertinent et nécessaire pour la croissance économique.

Il ressort donc que les entrepreneurs sont à l'origine du processus de croissance et du progrès technique; car ils influencent l'emploi de chacun des facteurs de production. Les entrepreneurs réalisent les innovations et introduisent des procédés ou les produits inédits en leur connaissance afin d'augmenter la productivité des facteurs. La fonction d'entrepreneur et les autres facteurs de production ou de la croissance économique (terre, main d'œuvre, capital physique, échelle de production, progrès technique, et institutions) ne sont ni symétriques, ni substituables car l'innovation, résultat de l'activité de l'entrepreneur effectue une

transformation entre les autres facteurs pris ensemble.

4.1.1.2. Entrepreneuriat social

Face aux problèmes sociaux que rencontrent aujourd'hui plusieurs pays dans le monde, notamment le système d'éducation et de santé inadapté, les menaces sur l'environnement, les pertes de crédibilité des institutions politiques, la pauvreté, la hausse de la criminalité, des innovateurs sociaux ou entrepreneurs sociaux proposent des idées novatrices pour traiter de ces problèmes majeurs; ils s'obstinent à donner corps à leur vision en bravant tous les obstacles possibles. Les entrepreneurs sociaux induisent un sentiment structurel en faisant évoluer les comportements et les mentalités. Pour Peter DRUCKER⁵ « l'entrepreneur social modifie le potentiel de performance de la société» d'où l'émergence du secteur associatif dans tous les pays du monde.

Dans les pays en développement, l'accès à l'éducation élémentaire a été étendu à des centaines de millions d'enfants dans les années 1970; entre 1970 et 1985, le taux d'alphabétisation des adultes est passé de 43% à 60 %. Dans de nombreux pays du fait de l'expansion de la classe moyenne et de la démocratisation de l'enseignement supérieur entre 1970 et 1980, le nombre d'universités a plus que doublé dans le monde, de plus en plus d'individus disposent des compétences et des moyens financiers nécessaires pour s'attaquer efficacement aux problèmes sociaux.

Dans les pays en développement, l'accès à l'éducation élémentaire a été étendu à des centaines de millions d'enfants dans les années 1970; entre 1970 et 1985, le taux d'alphabétisation des adultes est passé de 43% à 60 %. Dans de nombreux pays du fait de l'expansion de la classe moyenne et de la démocratisation de l'enseignement supérieur entre 1970 et 1980, le nombre d'universités a plus que doublé dans le monde, de plus en plus d'individus disposent des compétences et des moyens financiers nécessaires pour s'attaquer efficacement aux problèmes sociaux.

4.1.1.3. Avenir de l'entrepreneuriat

Comme le met en évidence les différentes définitions tant sur l'entrepreneuriat classique que l'entrepreneuriat social, le terme entrepreneuriat ne signifie pas la même chose pour tout le

⁵ Peter F DRUCKER, innovation and entrepreneurship, New York, Harper Business,1993 .P21

monde et peut être considéré sous des angles conceptuels différents. Il existe pourtant des aspects communs : la prise de risque, la créativité, l'indépendance et les récompenses ou reconnaissances. Une chose est claire ; l'entrepreneuriat a un bel avenir devant lui plus encore en Afrique et particulièrement au Cameroun marqué par une relance de l'économie avec les projets structurants et certaines initiatives du gouvernement pour relancer et soutenir les PME camerounaises, l'entrepreneuriat fait de plus en plus l'objet de programmes d'enseignement dans des établissements scolaires, des grands groupes et la société civile dans son ensemble. La formation des entrepreneurs prend de plus en plus de place dans les cours et programmes universitaires. La recherche universitaire, les parrainages de chaire, les options et diplômes, les centres de créations d'entreprises et technopoles se multiplient.

4.1.1.4. Définition de l'entrepreneur

Le concept d'entrepreneur apparaît plus distinctement quand on s'y intéresse sous les angles de l'activité, du management et de l'individu. La création d'entreprise a en effet été explorée au cours de ce siècle du point de vue de la psychologie et de la sociologie. Les définitions les plus récentes de l'entrepreneur en portent la trace.

La plus part des définitions de l'entrepreneuriat s'accordent pour dire qu'il s'agit d'un type de comportement englobant :

- Une prise d'initiative,
- l'organisation et la réorganisation des mécanismes économiques et sociaux dans le but d'exploiter des ressources et des situations,
- l'acceptation du risque ou de l'échec.

4.1.1.5. Formation ou compétence des entrepreneurs

Nous observons que l'entrepreneur peut appartenir à tous les secteurs de la société en termes de métiers; il peut être infirmier ou secrétaire, ouvrier spécialisé, représentant, mécanicien, maçon, cadre ou Ingénieur. Il peut être un homme ou une femme. Peu de futurs entrepreneurs s'aperçoivent au cours de leurs études de la place que l'entrepreneuriat tiendra dans leur vie. On croyait généralement que le niveau de formation des entrepreneurs était inférieur à la moyenne, chose très loin de la réalité car des études aux Etats-Unis ont montré que les entrepreneurs sont beaucoup mieux formés que la population générale. Cependant la nature et la qualité de la formation reçue n'ont peut-être pas la même importance pour la création

d'entreprise et pour le management. Toutefois au Cameroun, d'après l'institut National de la Statistique⁶, 14% des chefs d'entreprise camerounaise sont sans diplôme aucun, 44.2% ont au maximum le diplôme de l'enseignement primaire. Même parmi les quelques-uns qui s'en rendent compte, rares sont ceux qui se préparent à créer une entreprise en travaillant dans une fonction ou un secteur particuliers. Cela oblige les entrepreneurs à compléter en permanence leur formation à l'aide de livres, de journaux professionnels, de séminaires ou de cours sur les sujets qu'ils maîtrisent mal. Nous avons pour exemple le succès des premières universités du GICAM.

4.1.1.6. Qu'est-ce qu'un entrepreneur qui réussit ?

Entreprendre, bien que louable ne signifie pour autant pas réussite. Dans une conception simpliste de la réussite, selon Arnold C. COOPER, William C. DUNKELGERG et Carolyn Y. WOO (1988) réussit celui qui n'échoue pas, même si au demeurant, son entreprise reste petite et peu profitable. Il en ressort que, si on se limite à la seule notion de survie comme critère de réussite entrepreneuriale, il semble que les entrepreneurs donc les firmes survivent sont des personnes plus âgées et diplômées. Ces personnes réunissent plus de ressources à la fois du capital venant de partenaires, que du capital initial.

L'entrepreneur doit aussi avoir des bases nécessaires pour pouvoir former sa société. Ce sont des connaissances acquises au cours de ses études et son expérience professionnelle ou dans la vie associative et religieuse qui font qu'un entrepreneur potentiel se sente capable de former et de diriger une nouvelle entreprise. Les systèmes éducatifs jouant un rôle important en apportant la connaissance professionnelle nécessaire, permette de comprendre qu'on ne naît pas entrepreneur mais on le devient.

4.1.2. Contexte entrepreneurial au Cameroun

Le secteur privé en Afrique et au Cameroun ambitionne d'être plus efficace et compétitif en dépit de ses nombreuses faiblesses internes et des fragilités structurelles de son environnement. Dans le contexte actuel de la lutte pour l'émergence économique, l'attitude de la société face au monde des affaires et à l'entrepreneuriat influence de façon importante la décision d'entreprendre. Plusieurs études effectuées dans différents pays montrent que certaines cultures font preuve de plus d'esprit d'entreprise que d'autres.

⁶ www.statistics-cameroon.org

4.1.2.1. Contexte socio-économique

L'atteinte du point d'achèvement de l'initiative PPTE a permis au Cameroun de renouer avec la croissance économique depuis 2006. Cette embellie économique est en droite ligne avec le discours politique des grandes réalisations où Président de la République (du Cameroun) disait dans sa profession de foi, qu'il s'agira « d'encourager l'esprit d'entreprise pour stimuler notre économie à travers la création d'emplois et de richesse, facteur de croissance; moderniser notre administration pour plus d'efficacité et une meilleure redistribution des ressources ». Le contexte est marqué par une volonté politique visant à créer des conditions favorables à l'émergence d'un secteur privé et de renforcer la compétitivité des entreprises. Notamment par la simplification des procédures de création d'entreprises.

La création en décembre 2004 du Ministère des petites et moyennes entreprises, de l'économie sociale et de l'artisanat (MINPMEESA), a redonné aux PME, l'artisanat et à l'économie sociale une nouvelle dimension et un véritable espoir pour l'entrepreneuriat.

4.1.2.2. Obstacles et freins à l'entrepreneuriat

Malgré les efforts et la volonté du gouvernement d'améliorer le climat des affaires au Cameroun, force est de constater que les choses ne bougent pas vraiment comme le révèle le rapport DOING BUSINESS de la Banque Mondiale. Les obstacles peuvent être regroupés en trois catégories notamment: Les obstacles économiques, les obstacles philosophiques et psychologiques.

4.1.2.3. Obstacles liés à l'environnement politique et économique

L'environnement des affaires reste peu favorable au développement des industries, sa complexité, son manque de transparence, sa lenteur et les rigidités de son système financier constituent de véritables obstacles pour les investisseurs nationaux. Ceci peut être complété par l'étude réalisée par le Ministère de l'Economie de la Planification et de l'Aménagement du territoire en partenariat avec la GIZ sur le Business climat Survey qui ont porté sur 12 aspects: l'accès à l'électricité, la fiscalité, les procédures administratives, les infrastructures de transport, l'accès au service de communication, le délai de passage des marchandises au port de Douala-Cameroun, les infrastructures de transports ferroviaire, la concurrence des produits importés, le règlement des prestations, l'accès au financement, la résolution des conflits et l'accès à la propriété foncière présenté le 22 juin 2012 à Yaoundé.

Par ailleurs, elle confirme les conclusions d'une autre enquête faite par l'INS : l'accès au

financement constitue encore un obstacle au développement des entreprises car « 25% déclarent avoir bénéficié d'un crédit bancaire en 2010 et 40% d'entre elles ont réalisé leurs investissements grâce au crédit bancaire, 53% n'ont pas de plan d'affaires»

4.1.2.4. Obstacles philosophiques, éducationnels et psychologiques

En ce qui concerne le système éducatif Benoit ATANGANA ONANA⁷ trouve que « notre système éducatif qui jusqu'ici, favorise la mémoire et les répétitions, a besoin d'être repensé en faveur d'un système plus favorable au développement de la créativité, de l'imagination et d'une liberté d'esprit propice à l'éclosion des entrepreneurs ».

La faible culture entrepreneuriale se caractérisant par le manque d'initiative généralisée et une grande aversion pour le risque. Ceux qui prennent des initiatives le font par instinct de survie et perdurent souvent dans le secteur informel. Une forte pesanteur culturelle et religieuse frappée par une forte crainte de la sorcellerie, l'explication de tout succès par le mystique, découlant sur une paralysie psychologique.

Sur le plan religieux on a longtemps eu des préjugés qui ont fait croire qu'on ne peut pas être riche et intègre ou encore le royaume des Cieux est pour ceux qui sont pauvres. Ceci en prenant pour prétexte certains versets des saintes écritures complètement sortie de leur contexte. Ceci a eu pour conséquence que dans les églises chrétiennes on a associé pauvreté et piété bien qu'au fond nombre de fidèles rêvent de richesse; certaines personnes ont fait croire pendant longtemps que faire les affaires ou entreprendre était satanique et pouvait nous conduire très facilement en enfer.

4.1.2.5. Profil de l'entrepreneur camerounais

Il ressort du recensement général des entreprises faite par l'INS que les « sans diplôme » dirigent 15,5% des entreprises et emploient 6,8% des effectifs totaux; les diplômés de l'enseignement primaire dirigent 28,7% des entreprises et emploient 13,3% des travailleurs ; ceux de l'enseignement secondaire représentent 38,2% des chefs d'entreprises et emploient 24,4% des effectifs ; ceux de l'enseignement supérieur, emploient 37,1% des travailleurs alors qu'ils ne dirigent que 12,8% des entreprises.

Il ressort ainsi que l'entrepreneur camerounais qui réussit mieux dans son activité est celui qui

⁷ De la crise à la croissance économique en Afrique approche entrepreneuriale p 335

dispose d'un bagage intellectuel relativement proche du niveau secondaire. La réussite entrepreneuriale est l'aboutissement d'un processus méthodique et cohérent.

4.2.PROCESSUS ENTREPRENEURIAL

Un entrepreneur doit détecter, évaluer et exploiter des opportunités en surmontant les forces puissantes qui s'opposent à toute nouveauté.

4.2.1. Comment décide-t-on d'entreprendre

Beaucoup de gens ont du mal à donner corps à leurs idées et à prendre une initiative nouvelle. L'entreprenariat et la décision d'entreprendre se sont pourtant manifestées à travers la création de plusieurs millions d'entreprises de par le monde, y compris dans les pays à économie dirigée comme la Chine ou encore les moins avancés comme en Afrique.

De fait, la récession, l'inflation, les taux d'intérêt élevés et plus proche de nous le rationnement du crédit et l'insuffisance des infrastructures, le manque de visibilité de l'économie et la crainte de l'échec n'empêchent pas l'apparition de millions de sociétés. Chacune d'elle au terme d'un processus psychologique individuel qui, même s'il est toujours unique, comporte des caractéristiques générales.

4.2.2. Les compétences et le comportement des entrepreneurs

Les compétences et le comportement entrepreneurial renvoient à la fois aux origines de l'entrepreneur en terme de formation initial tant sur le plan académique que par l'apprentissage et les rapports entre les entrepreneurs et les organisations, ainsi que les rapports interindividuels ou intergroupes au sein des organisations.

4.2.1.1. Le comportement entrepreneurial

Trois facteurs sont supposés servir de catalyseurs dans l'identification d'opportunité d'une nouvelle entreprise :

- La vision entrepreneuriale (c'est l'image de ce que le créateur veut réaliser)
- sa personnalité (il faut avoir l'étoffe du porteur de projet)
- le contrôle souhaité (adéquation entre vision et réalité).

Ces trois facteurs agissent seuls ou ensemble pour augmenter la probabilité qu'a un individu de créer une nouvelle entreprise.

Toutes ces considérations nous montrent que le succès est influencé de façon déterminante par

le degré de congruence entre le schéma cognitif de l'entrepreneur, c'est-à-dire l'environnement tel qu'il le perçoit, et la réalité et son aptitude à tirer profit de son expérience, à réajuster ce schéma cognitif à la réalité.

4.2.1.2. L'orientation stratégique

La stratégie ici est composée de quatre éléments : un champ défini en terme de couples produit/marché, un déploiement de ressources organisationnelles comme armes concurrentielles, pour créer peut-être une compétence distinctive, un avantage concurrentiel provenant de combinaisons appropriées d'armes concurrentielles et de champ, une synergie entre activités, ressources et champ. Ainsi, se situer dans son environnement, se fixer des objectifs et voir comment articuler les moyens dont on dispose pour les atteindre constitue la démarche fondamentale de l'entrepreneur. Le maître mot de la stratégie entrepreneuriale est le terme « vision » qui fait référence au niveau ou l'entrepreneur veut conduire l'entreprise nouvelle.

4.2.1.3. L'engagement des ressources

Le contrôle des ressources pour l'entrepreneur est fondamental pour la poursuite du projet car une mauvaise gestion des ressources disponibles peut contribuer à tuer le poussin dans l'œuf. Ainsi, poussé par le caractère limité des ressources, le danger d'obsolescence, la nécessité de la flexibilité et les risques encourus, l'entrepreneur au lancement s'efforce de n'utiliser les ressources que quand ceci est véritablement nécessaire.

4.2.1.4. La structure du management

Au départ, la structure est souvent plate, compte tenu du niveau d'activité et de la volonté d'indépendance de l'entrepreneur. Il se retrouve souvent à être le maître à tout faire.

4.3. DÉFINITIONS, VALEURS ET OBJECTIFS D'UN BUSINESS PLAN

Au début de tout projet d'envergure se trouve nécessairement un bon Business Plan.

4.3.1. Définitions

Le Business Plan est un document écrit qui se propose de synthétiser tous les aspects d'un projet d'entreprise notamment les objectifs, les moyens et investissement à mettre en place pour atteindre les résultats attendus dans un horizon de temps donné. C'est un document qui va prouver la viabilité du projet et sa traduction en justification de besoins financiers. Il peut

prendre plusieurs formes, mais doit toujours expliquer d'où vient l'idée, quelle équipe porte cette idée. Détailler la stratégie qui préside la conduite du projet, planifier tous les besoins en ressources humaines et en matériels nécessaires à l'activité, énoncer clairement une estimation de la rentabilité future du projet.

Il est également un document de communication interne et externe mettant l'accent sur la valeur proposée par la nouvelle entreprise, son avantage concurrentiel décisif, durable, défendable que l'entreprise souhaite proposer à ses clients pour assurer sa rentabilité et sa pérennité.

4.3.1.1. Qui doit rédiger le BP ?

Le BP doit être réalisé en priorité par le créateur ou les créateurs, et l'équipe de direction restreinte de départ, c'est-à-dire un petit nombre de personnes, mais très impliquées dans le projet. A contrario, un BP écrit seul ne permet pas, ou rend difficile la prise de recul nécessaire.

4.3.1.2. Quand rédiger le BP ?

Le Business Plan est avant tout un document de travail. Comme nous l'avons vu, le créateur doit le considérer comme son carnet de bord. Dès que l'idée de création existe, il est intéressant de commencer à construire son BP. Il est très important de s'efforcer à écrire ses idées : Quoi vendre ? A qui ? A quel prix ? Comment se démarquer des concurrents ? Quels fonds sont nécessaires ? Et de ne pas rester sur des discours. Le BP évoluera du premier au dernier jour.

4.3.2. Objectifs du Business Plan

L'objectif implicite du Business Plan est toujours d'accroître la visibilité du projet d'entreprise qu'il présente. Son objectif explicite peut, pour sa part, prendre différentes formes. Le créateur du document, son destinataire et son axe principal de développement peuvent varier suivant les cas.

On distingue quatre principaux types d'objectifs explicites :

- l'étude de faisabilité d'un projet ;
- la recherche de partenaires pour le projet ;
- la création d'un outil d'aide à la décision de gestion ;

- l'appel public à l'épargne.

4.3.3. Conseils pratiques de rédaction

Ces conseils, s'ils sont appliqués scrupuleusement permettent de construire un BP efficace et pertinent.

Être clair, précis et concis : ne pas se perdre en généralité, ne pas délayer trop l'information importante dans un texte sans fin, ne pas utiliser un jargon trop technique et argumenter tous les éléments avancés en les justifiant par des preuves, des faits concrets, de la documentation, etc.

Être concret et rigoureux : expliquez clairement quels vont être les démarches et les objectifs. Rester objectif et humble : même si c'est votre projet et que, de ce fait, c'est le meilleur au monde, n'oubliez pas de rester objectif en prenant du recul et en vous mettant dans la peau d'une personne qui lira ce Business Plan pour la première fois.

Être convaincant : montrer à travers son Business Plan qu'on a les capacités et les ressources personnelles pour aller jusqu'au bout ... et même au-delà ! Ne pas oublier que le Business Plan n'est pas un outil jetable : il pourra servir à de nombreuses occasions, ainsi que pour la marche générale de l'entreprise ... il faut donc y apporter toute son attention.

Faire une présentation énergique : Le meilleur des Business Plans pour le meilleur des projets ne saurait intéresser un investisseur s'il était présenté sans énergie, sans volonté, sans ambitions. L'un des défis majeurs est de retranscrire cette énergie à l'écrit.

Adapter son Business Plan : Rédiger un BP structuré qui intègre la culture de son auditoire, ses critères d'évaluation et ses attentes.

Faire appel à des spécialistes : Il vaut mieux faire appel à des spécialistes sur certains points plutôt que de laisser des flous qui pourraient gâcher l'impression d'ensemble du projet.

Scruter la concurrence : il ne faut pas hésiter à fouiller tous les chiffres, statistiques, opportunités et menaces de la concurrence pour faire une analyse concrète et exhaustive de leurs forces et de leurs faiblesses. D'une part, cela rendra le Business Plan crédible aux yeux des lecteurs; d'autre part, cela permettra de mieux évaluer le chemin qu'il reste réellement à

parcourir. Le créateur pourra ainsi trouver un positionnement cohérent avec ce qu'il est et ce qu'il attend des clients potentiels.

Mentionner ses points faibles ou « risques » afin de crédibiliser son Business Plan. On montre ainsi, qu'on en a connaissance et que l'on sait comment y remédier.

Rédiger une version allégée mais il faut le préciser dès le début du Business Plan et remettre une version plus complète contre signature d'un accord de confidentialité. Cette pratique est parfaitement acceptée par les investisseurs en capital ; Business Angels, Capitaux-risqueurs.

V. RESULTATS

5.1.L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE DE CONSTRUCTION DU BP DU COMPLEXE INDUSTRIEL ET AGRICOLE D'AWAE (CI2A)

Nous avons opté pour une approche aussi bien quantitative que qualitative.

5.1.1.La Méthodologie de l'enquête

Compte tenu de la différence dans la perception de ce que c'est que le Business Plan, nous avons procédé par interview des représentants des structures de financement. Nous nous sommes rendus auprès des établissements de crédit pour un entretien autour de trois axes principaux :

- Comment analysent-ils les Business Plan ? Les business plan sont-ils exigibles pour tout financement ?
- Quelles sont les éléments pertinents qu'ils attendent d'un business plan ?
- Quels sont les critères d'évaluation ?

Il convient de préciser que nous avons en fonction de la structuration de notre système financier effectué une enquête auprès des microfinances et une autre auprès des banques de second ordre (classiques). Comme établissements de microfinance, nous avons pu toucher le CREDIT COMMUNAUTAIRE D'AFRIQUE, EXPRESS UNION FINANCE, LA REGIONALE, FINANCIAL HOUSE, FIRST TRUST, MUPEC, COMECI, ACEP CAMEROUN et une autre enquête conduite auprès des banques notamment : AFRILAND FIRST BANK, UNION BANK OF AFRICA, OCEANIC BANK, ECO BANK, BICEC.

5.1.2.Résultat de l'enquête

Nos questions tournaient autour des hypothèses que nous avons formulées en ce qui concernent l'outil Business Plan. Nous nous sommes rendu compte d'un ensemble de décalage et de réalité notamment pour le groupe des microfinances, nous avons observé une différence fondamentale entre ce que les sciences de gestion définissent comme étant un Business Plan et les documents appelés comme tels dans ces structures. Bien que certains documents soient exigés pour l'octroi du crédit devant en principe être des Business Plan, ceux trouvés ne pouvaient être considérés comme des Business Plan à notre avis.

Pour ce groupe on ne finance pas les entreprises en création et surtout nécessitant de gros capitaux. Le Business Plan est demandé pour un client qu'on connaît déjà au niveau de la structure et qui désire changer d'activité ou s'investir dans un nouveau secteur. Toutefois, il est possible de financer une structure nouvelle au cas où il s'agit des activités commerciales se résumant en l'achat vente et surtout si le promoteur connaît une personne bien placée au niveau de la structure.

Il ressort également qu'en fonction du type d'activité le Business Plan n'est pas vraiment exigible pour les marchés publics par exemple. Pour certaines EMF, le Business Plan n'est pas exigible car le gestionnaire suit le client au quotidien et travaille sur la base des réalités.

En ce qui concerne les banques, nous nous sommes rendu compte que les documents considérés comme BUSINESS PLAN l'étaient vraiment, bien qu'en dehors d'AFRILAND FIRST BANK aucune autre banque ne finance les START UP. Ses critères d'évaluation sont notamment : la compétence et l'enthousiasme des promoteurs , leur degré d'implication et leur capacité à conduire le projet, leur solvabilité et intégrité, la bonne qualité de l'étude de marché, la structuration du marché, la lecture de la concurrence, la politique d'approvisionnement, l'étude du schéma de production suivi d'une analyse technique et des tests de véracité, le volet institutionnel en termes du respect des prescriptions légales dans le secteur d'activité.

Les autres banques bien que ne finançant pas les entreprises à la création exigent par contre un Business Plan dans le cas du lancement d'une nouvelle activité. Ici la pertinence du Business Plan est fonction du montant du crédit sollicité et la durée du crédit accordé ne peut dépasser 5 ans. La qualité de l'étude financière occupe une place prépondérante et la qualité des dépenses à effectuer par l'entrepreneur en termes de pertinence pour son investissement. Elle se rassure que les cash-flows pourront permettre de couvrir le remboursement de la dette. La BICEC mettra un accent sur le CV des porteurs, le plan de trésorerie prévisionnel, les stratégies de ventes, le compte d'exploitation prévisionnel, les connaissances des fournisseurs principaux et des partenaires extérieurs et à ceci, il faut ajouter que le financement est fortement lié au relationnel.

Les banques dans leur ensemble affirment que si les Business Plan sont mal montés, elles recommandent des cabinets de conseil en gestion aux clients. En fonction également du type

de marché comme les marchés publics, le Business Plan n'est pas exigible. Le Business Plan est exigible pour une société qui est déjà cliente de la Banque mais qui désire changer d'activité.

5.1.3. Etude de marché

Notre méthodologie s'articule autour de deux aspects : une analyse qualitative et une analyse quantitative.

L'analyse qualitative, réalisée grâce à des recherches documentaires, des entretiens, des questions ouvertes adressées au personnel de la santé vise à nous donner une définition exacte de notre domaine que sont « les maladies cardiovasculaires », ainsi que des précisions sur l'existant de l'offre de prise en charge dans ce domaine.

L'analyse quantitative quant à elle, nous aidera à comparer et à évaluer proportionnellement le marché de la demande principalement dans la ville de Yaoundé. Nous l'effectuerons sur la base d'un questionnaire, que nous adresserons indifféremment aux individus résidents dans la ville, de sexes masculins et féminins et âgés au minimum de 18 ans.

Nous nous sommes attelés à respecter autant que possible l'équilibre sociodémographique et professionnel dans l'administration de notre questionnaire. Questionnaire qui a été administré dans les rues, les bureaux et les maisons uniquement dans la ville de Yaoundé.

5.1.4. Etude Technique

Nous avons eu des entretiens avec les experts agronomes en culture d'ananas de Awae - Yaoundé et il nous a été communiqué les performances en terme de maîtrise des technique de culture des ananas et voir l'état des besoins en terme de superficie de terrain requise, du probable lieu d'implantation de l'usine de transformation des ananas dans la ville Awae - Yaoundé, du type d'équipement nécessaire et des potentiels fournisseurs, du niveau de besoin en ressources humaines. Nous avons utilisé la littérature et les travaux similaires faits pour la mise sur pied d'une unité de transformation d'ananas au Sénégal.

Nous avons rencontré les fournisseurs et ou représentants des fournisseurs étrangers des équipements de transformation des jus d'ananas présents dans la ville de Yaoundé en vue de comparer leurs offres avec celles des fournisseurs en Chine et procéder au choix de la meilleure offre sur les plans technique et financier.

Nous avons rencontré le promoteur et le personnel de terrain sur le site d'exploitation des ananas et avons effectué une visite guidée. Ce qui nous a permis d'apprécier le potentiel de production en termes de matière première pour l'unité de transformation à mettre en place.

Cette étape nous a enfin permis de déterminer le type d'investissement et le recensement des différentes charges.

5.1.5. Etude Financière

De l'analyse du marché et du dimensionnement des investissements sur le plan techniques, nous avons pu ainsi définir les hypothèses financières et conçu les différents tableaux financiers pour l'élaboration des comptes d'exploitation et la mesure de la rentabilité du projet. A l'issue de cette étude, nous avons pu proposer un dossier financier qui reprend tout le projet en termes chiffrés.

Dans la dernière partie, nous proposons le sommaire du Business plan que nous avons proposé dans le cadre de notre étude et qui en même temps a été déposé aux autorités compétentes pour le financement dudit projet dans le cadre de l'appui à la compétitivité des PME au Cameroun.

5.2.SOMMAIRE DU BUSINESS PLAN DU CI2A D'AWAE –YAOUNDÉ.

Nous avons repris la fiche synoptique et le sommaire du projet tel que proposé et donc les détails sont joints en annexe de ce mémoire.

5.2.1.Fiche Synoptique du projet.

Titre du projet : Unité de transformation d'ananas en jus de fruits d'Awae - Yaoundé

Raison sociale : Complexe Industriel et Agricole d'Awae (CI2A)

Forme juridique : Société à Responsabilité Limitée (S.A.R.L)

Promoteur : KOUAM JEAN BAPTISTE

Objet social : Entreprise agro-industrielle

Lieu d'implantation : AWAE- Yaoundé

Résumé du projet : Le présent projet a pour objet d'implanter une unité de transformation de

fruits d’ananas en jus (pur jus et nectar) à AWAE. Le tableau ci-après résume les éléments clés dudit projet.

Tableau 1: Eléments clés du projet

Matières premières	Ananas principalement et quelques fruits de saison Variété d’ananas : Cayenne lisse				
Produits finis	Pur jus de fruits (40% de la production): produit non fermenté obtenu par procédé mécanique à partir de fruits, sans ajout d’eau ni d’additifs. Nectar de fruits (60% de la production): mélange de jus ou de purée de fruits, d’eau et de sucre.				
Durée de conservation :	Six à douze mois (selon le conditionnement et la technologie)				
Sous-produits	Tourteaux (engrais verts, aliments pour bétail, ...)				
Emballages	Bouteille plastique de 350 ml, 500 ml, 1.5 litre pour le nectar et de 1 litre pour le pur jus (bouteille en verre)				
Capacité de production	500 litres/heure de jus d’ananas brut				
Rendement technique	Environ 125 kg d’ananas frais sans couronne pour 60 à 75 litres de pur jus selon les variétés et les équipements.				
Objectifs de production en volume (bouteilles)	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
	702 230	819 268	858 281	944 109	1 038 519
Clients potentiels	Marché local, sous régional CEMAC (hôtels, restaurants, supermarchés, grandes alimentations et particuliers)				
Localisation	Commune d’Awae, le site est alimenté par des plantations d’ananas environnantes sur un rayon de 50 Km				
Les installations auxiliaires	Les installations auxiliaires sont financées entièrement par notre partenaire dans le cadre de la convention signée avec le MINEPAT				
Nature des besoins	Technologies, Matériels, Equipements et ressources financières...				
Coût du Projet	99 981 800 FCFA				
Investissement	91 981 800 FCFA				
BFR (1ère année)	8 000 000 FCFA				
Fonds propres	47 574 800 FCFA				
Subventions	12 407 000 FCFA (pour assistance technique)				
Crédit-équipement	40 000 000 FCFA (pour une durée de 5 ans au taux de 8% l’an annuités constantes fin de période)				
Partenariat souhaité	Technique et Financier				

Délai de récupération	38 mois 9 jours
T.R.I	23.14%

Impact social

Notre projet s’inscrit dans une approche participative et surtout intégrée selon le principe de synergie entre le projet proprement dit et son environnement ; autrement dit, nous allons favoriser le développement local par la création de 15 emplois permanents et une vingtaine d’emplois non permanents. Outre cet apport dans la réduction du chômage des riverains, le projet va entraîner l’aménagement des infrastructures routières, énergétiques et hydrauliques. En effet, dans le cadre de l’aménagement du site, nous comptons aménager les pistes et routes environnantes à l’usine. Cet investissement desservira les populations locales aussi bien que l’usine. De même, l’installation d’une ligne électrique triphasée permettra de résoudre le déficit énergétique dans cette partie de la commune d’Awae tout en satisfaisant aux besoins de l’usine. Enfin, nous comptons participer à l’approvisionnement en eau potable de la zone en construisant un forage de grande capacité. Ce forage construit dans l’enceinte de l’usine aura deux robinets : un robinet pour servir l’usine et un autre donnant à l’extérieur de l’usine pour l’usage des populations.

5.2.2. Sommaire du Business plan de CI2A -Yaoundé

1. TITRE DU PROJET
2. FICHE SYNOPTIQUE
3. PRESENTATION DU PROMOTEUR
 - 3.1. Identité du promoteur
 - 3.2. Compétences générales et formation du promoteur
 - 3.3. Compétences spécifiques du promoteur liées au projet
 - 3.4. Expériences professionnelles générales du promoteur
4. PRESENTATION GENERALE DU PROJET
 - 4.1. Justifications du projet et raisons objectives du choix du créneau
 - 4.2. Description du lieu d’implantation de l’unité de transformation
 - 4.3. La description détaillée du projet et de ses activités
 - 4.4. L’état d’avancement du projet aux plans techniques, financiers et administratifs
5. LE MARCHE
 - 5.1. Etude du marché

- 5.1.1. Présentation des principaux produits
- 5.1.2. Demande de produits
- 5.1.3. Offre de produits
- 5.1.4. Confrontation offre/demande
- 5.1.5. Objectifs de production
- 5.2. Stratégie commerciale
 - 5.2.1. La stratégie de communication
 - 5.2.2. Stratégie des prix
 - 5.2.3. Stratégie de distribution
 - 5.2.4. Analyse des forces et faiblesses du produit
- 6. ETUDE TECHNIQUE
 - 6.1. Procédés techniques et technologies de fabrication des jus d'ananas
 - 6.1.1. Description des procédés techniques de fabrication des jus d'ananas
 - 6.1.2. Description des technologies des équipements et matériels nécessaires
 - 6.1.3. Les matières premières, emballages et leurs origines
 - 6.2. Infrastructures nécessaires
 - 6.2.1. Constructions, aménagements
 - 6.2.2. Autres infrastructures
 - 6.3. Ressources humaines
- 7. ETUDE FINANCIÈRE
 - 7.1. Les Investissements
 - 7.1.1. Coût des infrastructures
 - 7.1.2. Coût des équipements et matériels
 - 7.2. Charges d'exploitation
 - 7.2.1. Amortissements des équipements et constructions
 - 7.2.2. Coût des matières premières
 - 7.2.3. Les charges de personnel
 - 7.2.4. Autres charges
 - 7.3. Produits d'exploitation
 - 7.4. Besoin de financement
 - 7.4.1. Tableau emplois et ressources 12 premiers mois
 - 7.4.2. Coût total du projet
 - 7.4.3. Besoins en Fonds de Roulement d'Exploitation (BFRE)

- 7.4.4. Plan de financement
- 7.5. Analyse financière
 - 7.5.1. Tableau d'amortissement de l'emprunt
 - 7.5.2. Compte d'exploitation prévisionnelle
 - 7.5.3. Tableau emplois ressources sur 5 ans
 - 7.5.4. Trésorerie prévisionnelle et marge brute d'autofinancement (Cash-flow)
- 7.6. Rentabilité du projet
 - 7.6.1. Marge brute avant impôt
 - 7.6.2. Ratio Bénéfice sur Chiffre d'affaires
 - 7.6.3. Taux de Rendement interne (TRI)
 - 7.6.4. Taux de Rendement du Capital
 - 7.6.5. Taux de Rendement des investissements
 - 7.6.6. Cash-flow actualisés
 - 7.6.7. Coûts actualisés
 - 7.6.8. Bénéfice actualisé
 - 7.6.9. Délai de récupération
 - 7.6.10. Point mort

CONCLUSION GENERALE

ANNEXE

- 7.7. Annexe 1 : Questionnaire étude de marché
- 7.8. Annexe 2 : La facture pro forma des équipements
- 7.9. Annexe 3 : Schéma de la valorisation des sous-produits de l'ananas

VI. CONCLUSIONS

L'entreprenariat a toujours occupé une place importante dans la vie des sociétés car étant à la base de la création des microentreprises et des entreprises. L'entrepreneur a longtemps été perçu comme un innovateur qui impulse le changement et l'innovation dans la société. Pendant une très longue période le monde a fortement été dominé par les entrepreneurs classiques s'attendant d'avantage à la création des produits et services essentiellement

marchand basée sur des initiatives fondamentalement lucratives. L'entrepreneur a longtemps été perçu comme un innovateur qui impulse le changement et l'innovation dans la société.

Les innovations ouvrent des perspectives pour de nouvelles aventures l'entrepreneuriales. Les emplois nouveaux sont dans les entreprises nouvelles produisant des biens et services nouveaux. C'est le cas aux Etats-Unis ou depuis des décennies, la totalité des emplois créés l'ont été dans les entreprises nouvelles⁸ d'où l'impératif catégorique de l'entrepreneuriat.

Le développement d'une culture entrepreneuriale, dans un milieu donné relève autant de facteurs reliés aux personnes, c'est-à-dire, aux entrepreneurs eux-mêmes, leur famille, à leur motivation et à leur évolution dans un environnement donné. Plus un milieu se donne les éléments d'une culture entrepreneuriale riche et reconnue, plus les entrepreneurs émergent et se développent tôt dans la vie.

Les principales influences de la création d'entreprise permettent de mieux comprendre la dynamique, et surtout d'identifier des moyens d'interventions capables de stimuler une culture entrepreneuriale riche et porteuse de développement. La création d'une nouvelle entreprise représente, fondamentalement, une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Les influences qui s'exercent sur cette décision au Cameroun, peuvent se retrouver dans l'environnement des affaires et les relations entreprises pouvoirs publics. Le contexte dans lequel évolue toute entreprise productrice de biens ou de services et pourvoyeuse d'emplois est d'autant plus vital qu'il détermine sa compétitivité.

Qu'il s'agisse de l'adhésion des nouvelles personnes au projet ou de l'obtention d'un financement, le Business Plan se présente comme un outil pertinent pour aider l'entrepreneur dans son accompagnement. Pour faire une belle entreprise, il faut davantage qu'une bonne idée. Il faut aussi un bon entrepreneur, même s'il n'existe de portrait « idéal », l'entrepreneur potentiel se caractérise par certaines normes ou tendances à savoir : le sens des responsabilités, la ténacité et la capacité à garder les idées claires en période de tension, la flexibilité et la pro activité. Le montage d'un bon business plan trouve toute son importance pour aider l'entrepreneur à faire face aux différentes difficultés que lui présente l'environnement. Son importance est encore plus expressive dans un environnement caractérisé par le rationnement du crédit comme celui du Cameroun.

⁸ Tim kane(2010),the importance of Startups in job creation and job destruction , kauffman foundation

Le Business Plan aide à définir la politique générale de l'entreprise car les études préalables à sa conception aident à mieux connaître le marché pour un meilleur positionnement du produit. Son rôle et sa valeur est de plus en plus reconnu chez toutes les parties prenantes dans l'initiative de l'entrepreneur. Bien construire son BP répond à une méthodologie précise ce dernier devra répondre à certaines conditions de fond et de forme pour répondre aux attentes.

Tout au long de notre travail nous avons apportés notre modeste contribution afin de montrer la pertinence de l'outil BP dans le processus entrepreneuriale et montrer son importance dans un environnement comme le nôtre. En effet le désir de réussite qui anime l'entrepreneur et l'importance de ce succès pour la société entière en terme de création de la valeur justifie le besoin d'apporter des solutions pour la survie des entreprises créées ou en création.

VII. BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles

- ATANGANA Benoit (2012), *De la crise à la croissance économique en Afrique : approche entrepreneuriale pour une croissance forte soutenue et durable au Cameroun*, presses de l'UCAC.
- Aurier P. (1990), *Analyse de la structure des marchés et étude du concept de concurrence entre les marques : une application sur données de panel*, Thèse de doctorat, HEC, Jouy-en-Josas.
- Aurier P. et Cooper L.G. (1993), *Définir les frontières d'un marché à partir de données multicatégories : approche exploratoire*, *Actes du Séminaire International de Recherche en Marketing*, 20, La Londe les Maures, IAE d'Aix-en-Provence, 2-22.
- BORNSTEIN David (2005), *comment changer le monde : les entrepreneurs sociaux et le pouvoir des idées nouvelles* nouveaux horizons.
- DJIMPE NGONGANG Jérôme, *Business plan comme outil de réussite entrepreneuriale : Cas de l'institut de cardiologie de Douala ; Mémoire de fin d'étude en Master II Finance Université Catholique d'Afrique Centrale 2014 ; 127 pages.*
- Francoz, D et Bonneau (1994), *créations d'entreprise ; la survie à l'horizon de cinq ans ; problème économiques n°2359*
- HERNANDEZ Émile Michel (1999), *L'entrepreneuriat ; approche théorique*
- HIRICH D Robert et MICHAEL P Peters(1991), *entrepreneurship : lancer élaborer et gérer une entreprise*, Nouveaux Horizons.

- KAMAVUAKO Justin, (2009), Problématique de l'emploi immigré en *REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO* : essai de validation d'un modèle, thèse de doctorat.
- LEGER-JARMINOU Cathérine, KALOUSIS Georges (2006), Construire son Business Plan, Dunod 1ère édition. M
- LIMPALAER Hervé, (1997), Guide pratique de la gestion du cabinet médical, Les éditions d'organisation. NANA RSINKAM Samuel (1997), *le CAMEROUN* dans la globalisation condition et prémisses pour un développement durable et équitable. : éditions clé.
- MONKAM Norbert ; KAMDEM Jean pierre, AKOA Joseph « ARO-PME Fondation » ; Guide du créateur d'entreprise au Cameroun 2^{ème} édition ; collection Métier ; 132 page.
- OSHETTO Bruno ;(2002), *Le Business Plan : pratique et conception*, 2eme édition connaissance de la gestion.
- Peter F DRUCKER, (1993), *Innovation and Entrepreneurship*, News York, Harper Business.
- PIC Jean Christophe (2003), *A chaque enjeu son Business Plan*, Vuibert
- WACHEUX Frédéric (1996), *Méthodes qualitatives et recherches en gestion* ; Economica, Paris.

Sites internet

Marquer les URL et les dates de consultation des pages web.

VIII. ANNEXES

8.1. BUSINESS PLAN CI2A

ETUDE DE FAISABILITE DU PROJET : UNITE DE TRANSFORMATION D'ANANAS EN JUS D'AWAE



Etude de faisabilité réalisée avec l'accompagnement de l'Expert Agréé PACD-PME ;

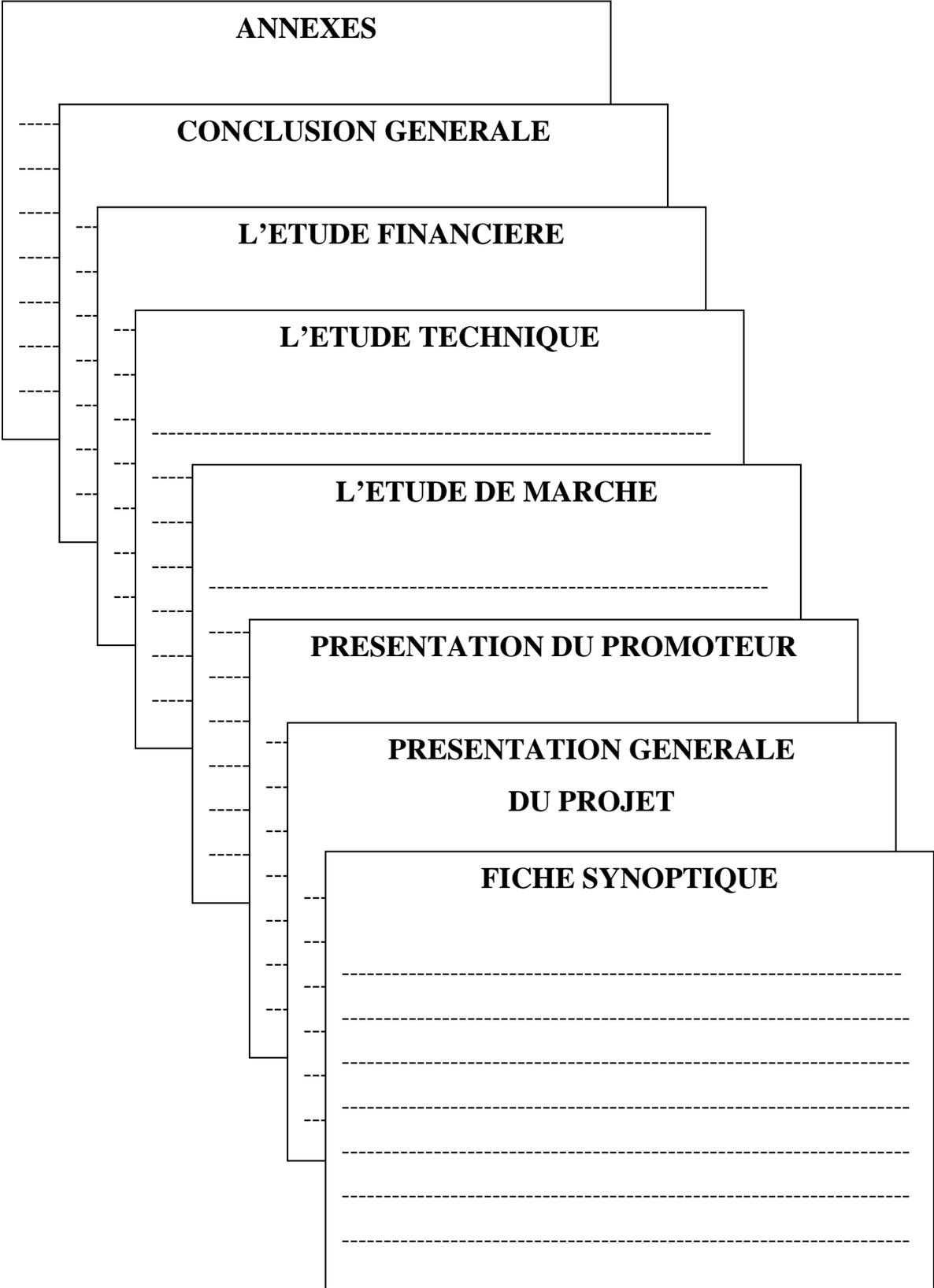
KAMTE POUENE Guy Bertrand

BP :16260

Tél : 9966 1841

E-mail : kamte@yahoo.fr

Mars 2014



IX. SOMMAIRE

SOMMAIRE 39

1.	TITRE DU PROJET	42
2.	FICHE SYNOPTIQUE	42
3.	PRESENTATION DU PROMOTEUR	44
3.1.	Identité du promoteur.....	44
3.2.	Compétences générales et formation du promoteur.....	45
3.3.	Compétences spécifiques du promoteur liées au projet.....	45
3.4.	Expériences professionnelles générales du promoteur.....	45
4.	PRESENTATION GENERALE DU PROJET	45
4.1.	Justifications du projet et raisons objectives du choix du créneau.....	45
4.2.	Description du lieu d'implantation de l'unité de transformation.....	46
4.3.	La description détaillé du projet et de ses activités.....	47
4.4.	L'état d'avancement du projet aux plans techniques, financiers et administratifs	49
5.	LE MARCHE	50
5.1.	Etude du marché.....	50
5.1.1.	Présentation des principaux produits.....	50
5.1.2.	Demande de produits.....	51
5.1.3.	Offre de produits.....	52
5.1.4.	Confrontation offre/demande.....	54
5.1.5.	Objectifs de production.....	55
5.2.	Stratégie commerciale.....	55
5.2.1.	La stratégie de communication.....	55
5.2.2.	Stratégie des prix.....	56
5.2.3.	Stratégie de distribution.....	56
5.2.4.	Analyse des forces et faiblesses du produit.....	57
6.	ETUDE TECHNIQUE	58
6.1.	Procédés techniques et technologies de fabrication des jus d'ananas.....	58
6.1.1.	Description des procédés techniques de fabrication des jus d'ananas.....	58

6.1.2.	Description des technologies des équipements et matériels nécessaires.....	60
6.1.3.	Les matières premières, emballages et leurs origines.....	62
6.2.	Infrastructures nécessaires.....	64
6.2.1.	Constructions, aménagements.....	65
6.2.2.	Autres infrastructures.....	66
6.3.	Ressources humaines.....	66
7.	<i>ETUDE FINANCIÈRE</i>	70
7.1.	Les Investissements.....	71
7.1.1.	Coût des infrastructures.....	71
7.1.2.	Coût des équipements et matériels.....	71
7.2.	Charges d'exploitation.....	72
7.2.1.	Amortissements des équipements et constructions.....	72
7.2.2.	Coût des matières première.....	74
7.2.3.	Les charges de personnel.....	74
7.2.4.	Autres charges.....	75
7.3.	Produits d'exploitation.....	77
7.4.	Besoin de financement.....	78
7.4.1.	Tableau emplois et ressources 12 premiers mois.....	78
7.4.2.	Coût total du projet.....	80
7.4.3.	Besoins en Fonds de Roulement d'Exploitation (BFRE).....	80
7.4.4.	Plan de financement.....	81
7.5.	Analyse financière.....	81
7.5.1.	Tableau d'amortissement de l'emprunt.....	81
7.5.2.	Compte d'exploitation prévisionnelle.....	82
7.5.3.	Tableau emplois ressources sur 5 ans.....	83
7.5.4.	Trésorerie prévisionnelle et marge brute d'autofinancement (Cash flow).....	84
7.6.	Rentabilité du projet.....	84
7.6.1.	Marge brute avant impôt.....	84
7.6.2.	Ratio Bénéfice sur Chiffre d'affaires.....	85
7.6.3.	Taux de Rendement interne (TRI).....	85
7.6.4.	Taux de Rendement du Capital.....	86
7.6.5.	Taux de Rendement des investissements.....	86
7.6.6.	Cash flow actualisés.....	86
7.6.7.	Coûts actualisés.....	87
7.6.8.	Bénéfice actualisé.....	87

7.6.9.	Délai de récupération	87
7.6.10.	Point mort	88

Conclusion générale 88

ANNEXE 1

7.7.	Annexe 1 : QUESTIONNAIRE ETUDE DE MARCHÉ	1
7.8.	Annexe 2 : La facture proforma des équipements	2
7.9.	Annexe 3 : Schéma de la valorisation des sous-produits de l’ananas.....	4

LISTE DES TABLEAUX

Aucune entrée de table des matières n'a été trouvée.

1. TITRE DU PROJET

Unité de transformation d'ananas en jus de fruits d'Awae - Yaoundé

2. FICHE SYNOPTIQUE

🚧 **Raison sociale** : Complexe Industriel et Agricole d'Awae (CI2A)

🚧 **Forme juridique** : Société à Responsabilité Limitée (S.A.R.L)

🚧 **Promoteur** : KOUAM JEAN BAPTISTE

🚧 **Objet social** : Entreprise agro-industrielle

🚧 **Lieu d'implantation** : AWAE- Yaoundé

🚧 **Résumé du projet** : Le présent projet a pour objet d'implanter une unité de transformation de fruits d'ananas en jus (pur jus et nectar) à AWAE. Le tableau ci-après résume les éléments clés dudit projet.

Matières premières	Ananas principalement et quelques fruits de saison Variété d'ananas : Cayenne lisse				
Produits finis	- Pur jus de fruits (40% de la production): produit non fermenté obtenu par procédé mécanique à partir de fruits, sans ajout d'eau ni d'additifs. - Nectar de fruits (60% de la production): mélange de jus ou de purée de fruits, d'eau et de sucre.				
Durée de conservation :	Six à douze mois (selon le conditionnement et la technologie)				
Sous-produits	Tourteaux (engrais verts, aliments pour bétail, ...)				
Emballages	Bouteille plastique de 350 ml, 500 ml, 1.5 litre pour le nectar et de 1 litre pour le pur jus (bouteille en verre)				
Capacité de production	500 litres/heure de jus d'ananas brut				
Rendement technique	Environ 125 kg d'ananas frais sans couronne pour 60 à 75 litres de pur jus selon les variétés et les équipements.				
Objectifs de	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
	702 230	819 268	858 281	944 109	1 038 519

production en volume (bouteilles)	
Clients potentiels	Marché local, sous régional CEMAC (hôtels, restaurants, supermarchés, grandes alimentations et particuliers)
Localisation	Commune d'Awae, le site est alimenté par des plantations d'ananas environnantes sur un rayon de 50 Km
Les installations auxiliaires	Les installations auxiliaires sont financées entièrement par notre partenaire dans le cadre de la convention signée avec le MINEPAT
Nature des besoins	Technologies, Matériels, Equipements et ressources financières...
Coût du Projet	99 981 800 FCFA
Investissement	91 981 800 FCFA
BFR (1^{ère} année)	8 000 000 FCFA
Fonds propres	47 574 800 FCFA
Subventions	12 407 000 FCFA (pour assistance technique)
Crédit-équipement	40 000 000 FCFA (pour une durée de 5 ans au taux de 8% l'an annuités constantes fin de période)
Partenariat souhaité	Technique et Financier
Délai de récupération	38 mois 9 jours
T.R.I	23.14%

Impact social

Notre projet s'inscrit dans une approche participative et surtout intégrée selon le principe de synergie entre le projet proprement dit et son environnement ; autrement dit, nous allons favoriser le développement local par :

- a) la création de 15 emplois permanents
- b) et une vingtaine d'emplois non permanents

Outre cet apport dans la réduction du chômage des riverains, le projet va entraîner **l'aménagement des infrastructures routières, énergétiques et hydrauliques**. En effet, dans le cadre de l'aménagement du site, nous

comptons **aménager les pistes et routes** environnantes à l'usine. Cet investissement desservira les populations locales aussi bien que l'usine. De même, **l'installation d'une ligne électrique triphasée** permettra de résoudre le déficit énergétique dans cette partie de la commune d'Awae tout en satisfaisant aux besoins de l'usine. Enfin, nous comptons participer à l'approvisionnement en eau potable de la zone en construisant un **forage** de grande capacité. Ce forage construit dans l'enceinte de l'usine aura deux robinets : un robinet pour servir l'usine et un autre donnant à l'extérieur de l'usine pour l'usage des populations.

3. PRESENTATION DU PROMOTEUR

La présentation du promoteur se décline à travers son identité, ses compétences générales et spécifiques ainsi que les expériences engendrées au fil des temps.

3.1. IDENTITÉ DU PROMOTEUR

Parti de sa terre natale depuis 2000, un jeune camerounais nommé KOUAM Jean Baptiste s'est installé dans la commune d'Awae pour y pratiquer la culture des ananas. Malgré les difficiles conditions d'adaptation culturelle, il a pu s'intégrer dans cette localité. Au début de ses activités, il ne possédait que 5 hectares, sa témérité et son amour pour son travail, lui a permis de gravir des marches, et d'être à ce jour propriétaire de plus d'une centaine d'hectares de terres cultivables et en jachère.

Monsieur KOUAM Jean Baptiste est marié et père de six enfants. Il est le président de l'association des ressortissants de l'ouest à AWAE. Travailleur acharné, il reçoit tour à tour les médailles de chevalier de l'ordre national, de travail en merveilles, en argent et en or.

3.2. COMPÉTENCES GÉNÉRALES ET FORMATION DU PROMOTEUR

Monsieur KOUAM Jean Baptiste est titulaire d'un B.E.P.C de l'enseignement général. Il a subi avec succès une formation sur l'usage sécurisé des pesticides et sur la protection des plantes et semences du **PIP à DOUALA**.

3.3. COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES DU PROMOTEUR LIÉES AU PROJET

Il est titulaire d'un certificat dans les techniques artisanales de transformation des fruits en jus naturels.

3.4. EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES GÉNÉRALES DU PROMOTEUR

Monsieur KOUAM Jean Baptiste est le délégué coopérative agropastorale d'AWAE (SOCAPA). Il est le porteur principal de l'**Agropole** de production, de transformation et de commercialisation des ananas d'AWAE financé par le MINEPAT.

Il a reçu le premier prix-ananas à la foire agropastorale du centre à **MBALMAYO en 2005** et à **ESEKA en 2006**.

4. PRESENTATION GENERALE DU PROJET

Elle passe par la justification même du projet et la définition des raisons objectives du choix du créneau.

4.1. JUSTIFICATIONS DU PROJET ET RAISONS OBJECTIVES DU CHOIX DU CRÉNEAU

Le groupe d'initiative commune des producteurs d'ananas d'Awae (GIC PAA) créé en 2005, devenu en janvier 2014 la Société Coopérative Agropastorale d'Awae (SOCAPA) envisage de donner plus de valeur à sa production en intégrant le volet transformation à sa stratégie. La société coopérative par la

voix de son promoteur le sieur KOUAM Jean Baptiste opte pour la création d'une unité d'extraction de jus de fruits

La ville d'AWAE et ses environs produisent majoritairement l'ananas. Cette culture a une période de conservation très courte, sa commercialisation sur le marché national et l'exportation n'absorbent pas toute la production. Conséquence, les producteurs sont obligés de vendre à très bas prix. Une étude menée par les producteurs d'ananas d'AWAE montre que les exigences de qualité imposées par le commerce de l'ananas notamment le tri font perdre plus de 60% de la production. Parfois les producteurs bazzardent les ananas aux petits revendeurs dans la ville de Yaoundé et ses environs. Toute chose qui ne permet pas de couvrir les coûts de production. D'où la nécessité de mettre sur pied une unité de transformation qui permettra de résorber toute cette production perdue et bien plus.

4.2.DESCRPTION DU LIEU D'IMPLANTATION DE L'UNITÉ DE TRANSFORMATION

Le site de l'unité de transformation d'ananas en jus d'Awae est idéal pour plusieurs raisons.

- Retiré du centre-ville donc non nuisible aux paisibles citoyens de la commune d'Awae.
- les voies d'accès à l'unité (située à moins d'un km de la nationale) sont viabilisées même si pour le moment elles sont non bitumées
- La plupart des gros producteurs (fournisseurs) d'ananas sont maximum à 50 km aux environs. Ceci réduit significativement le prix du kilogramme d'ananas (matière première).
- La main d'œuvre non qualifiée est abondante et moins chère. Toute raison de penser que la gestion optimale du coût du personnel est possible.

- Le promoteur bénéficie d'un financement du MINEPAT pour l'installation d'un transformateur moyenne tension avec une ligne électrique triphasée sur le site. Cependant, la ville connaît de temps en temps des coupures brusques d'électricité. C'est cela qui justifie le besoin de mobiliser une énergie alternative à l'instar du groupe électrogène d'une puissance d'environ 80 KVA .
- Il est prévu dans la convention qui lie le promoteur au MINEPAT d'installer un forage à grande capacité sur le site pour d'une part garder l'autonomie du projet mais aussi desservir les populations environnantes.
- La proximité de la capitale permet d'importer facilement la main d'œuvre qualifiée et l'évacuation des produits vers les grandes villes du Cameroun.
- Le prix moyen du m² terrain est peu élevé.
- Possibilité de recycler les déchets sous forme d'engrais organique sans incidence sur le coût des investissements.

4.3.LA DESCRIPTION DÉTAILLÉ DU PROJET ET DE SES ACTIVITÉS

L'ananas est connu comme un fruit amaigrissant à cause de la présence de la broméline dans son rachis central et de son faible pouvoir calorifique. C'est un délicieux digestif, peu énergétique (50 à 60 Kcal /100 g de pulpe), riche en magnésium, en potassium, en beta-carotène et en vitamines du groupe B.

L'objet principal de cette ligne vise à transformer 1000 kg d'ananas par heure en entrée pour 500 litres de jus par heure en sortie issus de la fédération de nos plantations (dont la capacité de production actuelle est de 3200 tonnes par an) et éventuellement de celles des autres producteurs d'ananas dans un rayon de 50 km autour d'Awae. Afin d'optimiser le rendement de notre future ligne de production multiple-fruits, nous pensons élargir notre offre à plusieurs autres fruits de saison. Voir en annexe le cycle de production des fruits au

Cameroun.

Les hypothèses de production sont les suivantes :

Tableau 1 : Hypothèses de production

Rubriques	Bases	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Productions L/heure	500					
Efficience	75%					
Nb jours travaillés/mois	21					
Nb heures /jour travaillé	6					
Nb de jours par an	252					
Equipe de travail		1	1	1	1	1
Nb de mois de production/an		11	11	11	11	11
Production annuelle en litre		540 540	567 567	594 594	654 053	719 459

Nous avons ainsi 252 jours de travail effectif par an qui correspondent à une capacité annuelle de broyage de 1000 tonnes de fruits en moyenne.

La réserve de capacité d'environ 3 tonnes par an sera utilisée pour assurer la diversification gage de la pérennité.

Le tableau suivant représente la phase préopératoire de l'installation de l'usine

Tableau 2 : Planification de la phase préopératoire de l'usine

N°	Activités	Intervenant	Durée (mois)
1	Création de la société et recrutement du gérant	Promoteur/ consultant	1
2	Elaboration d'un manuel des procédures comptables et financières, administratives, et de passation des marchés	Consultant	2
3	Montage des requêtes d'appui et de financement	Le gérant et Consultant	1
4	Travaux de viabilisation et d'aménagement du site	Promoteur	3
5	Obtention du financement	Le gérant et Banques	2
6	Commande et réception des équipements et accessoires	Le gérant	3
7	Démarches de certification bio de l'unité	Le gérant	3
8	Préparation, lancement et recrutement du personnel permanent	Le gérant et Consultants	2
9	Installation des équipements et formation du personnel	Le gérant et Consultants	2
10	Prospection commerciale et recherche des partenariats commerciaux	Commerciaux	3
11	Lancement de la production	Personnel recruté et formé	Juillet 2014

4.4.L'ÉTAT D'AVANCEMENT DU PROJET AUX PLANS TECHNIQUES, FINANCIERS ET ADMINISTRATIFS

Au plan financier

- Le promoteur dispose d'une réserve de fonds importante dans les établissements financiers.
- Par ailleurs il a entrepris des démarches de mobilisation des fonds qui ont porté des fruits avec la signature de la convention financement d'une bonne partie des investissements par le MINEPAT.

Au plan technique :

- Le promoteur dispose d'une plantation sur une superficie de 80 ha répartie sur deux sites avec un rendement de 40 000 pieds d'ananas à l'hectare.
- Il a une capacité de production actuelle des fruits d'ananas de 3200 tonnes par an.
- Les études géotechniques (levées topographiques, la production des plans de masse) sont terminées
- Le promoteur a déjà trouvé le partenaire qui s'occupera de la commercialisation des jus fruits.
- Un mémorandum d'entente a déjà été signé par les producteurs d'ananas d'Awae pour un approvisionnement privilégié de l'unité de transformation des fruits à un bas coût 100 FCFA le kilogramme d'ananas.
- Le site de montage de l'usine est déjà terrassé à ce jour.

Au plan administratif

Le promoteur a déjà engagé le dossier de création de l'unité de transformation de fruits en jus. Il est accompagné dans le secteur de la production des ananas par une équipe composée d'un chef de personnel, un comptable, un secrétaire une vingtaine d'ouvriers permanents et environ 50 ouvriers qui travaillent de manière saisonnière.

5. LE MARCHE

5.1. ETUDE DU MARCHÉ

5.1.1. Présentation des principaux produits

L'unité de production mettra sur le marché deux principaux produits : le pur jus de fruits et le nectar.

Le pur jus d'ananas : Produit non fermenté obtenu par procédé mécanique à partir de fruits, sans ajout d'eau ni d'additifs. Le jus naturel d'ananas est le liquide extrait du broyage et du pressage de la pulpe d'ananas. Le jus naturel d'ananas est riche en vitamines C, B1, B2. Le jus constitue une excellente boisson pour les personnes de tout âge et peut se consommer à tout moment de la journée. Le jus est conditionné dans des emballages en carton en verre. **Le pur jus d'ananas** est obtenu directement à partir des fruits par des procédés mécaniques, fermentescible mais non fermenté possédant la couleur de l'arôme et le goût du fruit dont il est issu. Le jus se présentera sous forme d'un liquide contenant en suspension une partie de la pulpe finement divisée. Il ne devra pas contenir des particules noires ; exempt d'écorce ou de fragment grossier ou dur

Nectar de fruits : mélange de jus ou de purée de fruits, d'eau et de sucre. Les additifs sont autorisés : acide ascorbique (moins de 300 mg/l) ; acide citrique (moins de 3 g/l), sucre (moins de 15 g/l). **Le nectar**, outre le jus d'ananas, l'unité produira du nectar par addition d'eau, de sucre et éventuellement d'acide à un jus d'ananas. Le nectar obtenu se présentera sous forme d'un liquide de même couleur que le jus pulpeux dont il est issu contenant en suspension une partie de la pulpe de fruit finement divisée. **La formulation qui sera adoptée dans le cadre de ce projet est : 60 litres de jus, 5 kg de sucre, 35 litres d'eau.**

➤ Prévisions d'activités

Une unité de valorisation⁹ des déchets issus de la transformation des

⁹Cette valorisation vise au moins deux axes :

- Donner une vie aux déchets sans dégrader l'environnement
- Générer du cash flow devant permettre de rembourser au plutôt les emprunts

fruits à travers l'élevage des porcs : la production de jus d'ananas produit de nombreux déchets, plus de la moitié du poids des fruits traités (55 %). Pour améliorer la rentabilité économique de l'activité et répondre aux soucis environnementaux concernant la valorisation de sous-produits, il est souhaitable de les valoriser. Différentes possibilités s'offrent à l'entreprise : engrais vert, aliments pour bétail, biogaz, compost, papier, médecine traditionnelle... Cette unité d'élevage de porc permettra donc d'absorber une partie des déchets valorisés et les rejets des porcs permettront de fertiliser les sols en réduisant le pourcentage des fertilisants chimiques. L'objectif étant à terme de pratiquer une agriculture à 99% écologique et respectueuse de l'environnement. **Voir en annexe le schéma de la valorisation des sous-produits de l'ananas.**

5.1.2. Demande de produits

La demande de nos produits est essentiellement urbaine (65 % de la consommation globale) ; notamment Douala (50 % du marché national) et Yaoundé (15 %). La classe moyenne (cadres moyens et supérieurs) et les expatriés sont les principaux consommateurs. Les fruits transformés sont perçus comme des produits de luxe.

Si les exigences liées à la qualité, aux conditions d'hygiène et accessoirement aux conditionnements des cibles privilégiées (hôtels, restaurants et supermarchés) sont respectées, le nouveau produit aura un accueil auprès de ceux-ci. Les hôtels principalement, et dans la moindre mesure les restaurants sont intéressés par les produits haut de gamme. De plus, si le produit est bien connu au cas où la consommation de masse est prise en compte, les grandes surfaces seraient intéressées à sa distribution, les supermarchés étant des lieux ouverts de distribution.

Les produits les plus demandés sont cités selon l'ordre de préférence sont

- Le pur jus de fruits de courte conservation est utilisé exclusivement dans les hôtels et restaurants. Dans les pourcentages suivants, 63% dans les hôtels et 37% dans les restaurants.
- Le nectar, quelle que soit sa nature (à base de concentré ou non, de concentration relativement forte ou légère) est largement commercialisé

par les supermarchés et les milieux universitaires. Le taux de vente est de 99,30% pour des nectars légers (pop, frutas) et de 56% pour des nectars légèrement onctueux.

➤ Les hôtels et restaurants ont la particularité d'utiliser des nectars à la fois à base de concentré de fruits et le nectar à base de jus de fruits. Le second est le plus utilisé par ce qu'il est extrait sur place.

5.1.3. Offre de produits

L'offre en fruits transformés est assurée par une production locale en pleine expansion, et par l'importation de fruits transformés des pays tempérés. La gamme des produits locaux est constituée de boissons (purs jus, nectars, boissons à base de fruits, cocktail), confitures, gelées, fruits séchés et chips. Elle comprend une dizaine de saveurs : goyave, ananas, fruit de la passion, mangue, pamplemousse, banane, corossol, orange, cocktail. En termes de saveurs, les produits majeurs sont : l'ananas, la goyave et l'orange. La consommation varie au cours de l'année ; les pics sont la saison sèche et les périodes de fête.

La concurrence directe et indirecte : La libéralisation des secteurs de l'économie impose aux entreprises, un espace économique fortement concurrentiel, c'est pourquoi nos entreprises sont appelées à être compétitives sur leur marché notamment les entreprises de la filière jus de fruits. Le marché des jus de fruits est devenu plus que jamais concurrentiel et nos entreprises ont des difficultés d'image de marque, de notoriété, de satisfaction et de fidélisation. Cette concurrence est plus vive sur certains segments de marché, notamment ceux du cat ring pour les compagnies aériennes, des services d'hôtellerie des compagnies de transport par bus entre Douala et Yaoundé, et des hôtels. Le fait que les hôtels de luxe fabriquent eux-mêmes leurs jus traduirait l'existence d'un besoin non satisfait par les professionnels industriels.

Il existe des concurrents selon le type d'entreprises :

- Les producteurs industriels (investissement total supérieur à 100 millions de FCFA) SOTICAM avec ses yaourts dolait, ses Extra Fresco, Savana et Tampa (nectar) ; SICALIA qui produit le Pop (nectar) ; SOFAVINC avec Fruitas (nectar) ; CAMLAIT qui se distingue avec sa boisson fruitée River ; FRUITSCAM dont le produit est Adi (nectar) et enfin FRESHCO qui produit le jus Freshco (nectar).

- En plus de ses concurrents de l'entreprise, l'on relève aussi la présence des petits producteurs semi-industriels. On dénombre dans ce groupe une dizaine d'entreprises.

- Les micro-entreprises : de loin les plus nombreuses. Elles sont sous-équipées, utilisent des ustensiles de cuisine et des emballages de récupération. La transformation effective de fruits naturels est encore vraiment demandée. Car seuls FRUISCAM, et qui au demeurant est encore au niveau artisanal et dans une certaine mesure FRESHCO et SOTICAM essaient de rester absolument naturels. Les grandes productions industrielles observées sur le marché local utilisent les intrants importés (jus de fruits concentrés), notamment SICALIA, SOFAVINC, ET SIGALLI.

Le tableau ci-après présente quelques entreprises opérant dans la transformation des fruits.

Tableau 3 : Quelques entreprises de transformation des fruits au Cameroun

Entreprise	Produits	Type d'entreprise	Contenance	Prix unitaire	Marché
SOTICAM	Nectar : Goyave, Ananas, mangue,.	Industrielle	200 ml 310 ml 500 ml	150F 380F 425F	Marché local et international
SICALIA	Nectar : Orange, Pomme, Raisin, Ananas	Industrielle	200 ml, 250 ml 1 l	190F 290F 750F	Marché local et international
SOFAVINC	Nectar : Orange, Pomme, Raisin,	Industrielle	1 l	700F	Marché local et international

	Ananas				
CAMLAIT	Boisson fruitée Parfum : Orange, Pomme, Raisin, Ananas,.	Industrielle	250 ml 500 ml 1 l	250F 450F 950F	Marché local et international
FRUISCAM	Nectar : Goyave, Ananas, Passion, Gingembre,...	Semi- industrielle	33 cl 5 l	450F 5 000F	Marché local
FRESHCO	Nectar : Goyave, Ananas, Passion, Gingembre,...	Semi- industrielle	33 cl	450F	Marché local
Artisans	Pur jus : Citron Mangue, Papaye, Goyave, Ananas	Micro- entreprises	1 l	1000F	Ménages et services traiteurs, hôtels sur commande

Outre ces concurrents, l'unité de transformation devra faire face aux entreprises étrangères. En effet, les importations proviennent d'Asie du Sud Est (Thaïlande, Indonésie), d'Europe (France, Italie, Belgique), du Moyen-Orient (Israël) et d'Amérique du Nord (Etats Unis). Les produits importés sont de deux catégories : jus de nectar et boissons aux fruits. Les produits locaux sont, à quelques rares exceptions, des nectars ou des boissons aux fruits, sans distinction d'étiquetage. Concernant les fruits transformés importés, une douzaine de produits composent la gamme. La pomme et les agrumes sont les plus représentés.

5.1.4. Confrontation offre/demande

De l'enquête de terrain que nous avons menée, il en ressort que la part de marché à conquérir par les nouveaux produits est de 50% pour le nectar et de 60% pour le pur jus d'ananas. Ces pourcentages sont dus au fait que la plupart des entreprises pour minimiser leurs coûts et maximiser leurs profits préfèrent s'aligner sur le nectar qui est plus facile à rentabiliser plutôt que sur le pur jus dont les quantités limitées rendent difficile la rentabilité.

Ainsi dans les 50% de part de marché du nectar, les supermarchés représentent 40%, les hôtels représentent 20 %, les restaurants représentent

20%, les alimentations et les particuliers représentent 20%.

Concernant les 60% de part marché non conquis de pur jus, les hôtels représentent 30%, les restaurants représentent 30%, les supermarchés représentent 20%, les alimentations et les particuliers représentent 20%.

5.1.5. Objectifs de production

L'unité se donne comme objectif de produire le pur jus à 18% et le nectar à 82%. Le nectar est conditionné dans les bouteilles de 1,5 litres à 30% ; 500 ml à 30% et 350 ml à 30%. Nous prévoyons un accroissement de la production de l'ordre de 90% pour la 2^{ème} et de 100% pour les autres années.

Le tableau suivant présente les prévisions de production sur cinq ans.

Tableau 4 : Objectifs de production en volume (bouteilles)

Hypothèses retenues	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Pur jus 1 Litre	207 900	218 295	228 690	251 559	276 715
Nectar 1,5 Litre	86 625	90 956	95 288	104 816	115 298
Nectar 500 ml	249 480	261 954	274 428	301 871	332 058
Nectar 300 ml	236 250	248 063	259 875	285 863	314 449
Total jus en bouteilles	780 255	819 268	858 281	944 109	1 038 519

Ce tableau présente le volume de produits en bouteilles à mettre sur le marché.

5.2. STRATÉGIE COMMERCIALE

Les facteurs-clé de succès d'un produit sont : le Prix, la Place, la Promotion et la distribution.

5.2.1. La stratégie de communication

La communication se fera au moyen de la publicité dans les journaux d'annonces légales, à la télévision et la radio selon une fréquence trimestrielle. Les plages de publicités seront choisies selon les émissions, séries et documentaires de grande audience. Concrètement, l'on fera des campagnes publicitaires rédigées par le responsable commercial de l'entreprise ainsi qu'il suit :

- Des tracts pour informer au maximum les populations des villes précitées et concernées par notre produit
- Des affiches et panneaux publicitaires pour fixer le produit dans l'esprit du plus grand nombre de personnes
- Des interventions dans des tranches d'antennes radiophoniques et télévisées les plus courues
- Des descentes sur le terrain pour prospecter et faire déguster nos produits à notre clientèle cible (hôtels, restaurants et supermarchés) et accessoirement à des clients tirés au volet. L'objectif est de susciter l'envie de goûter et d'acheter chez les clients.

Ici, l'approche promotionnelle choisie est la prospection de proximité des différentes cibles précitées.

5.2.2. Stratégie des prix

La détermination du prix prend en compte deux principaux éléments : **le prix de la concurrence et les marges des distributeurs**. Ces derniers ajoutent généralement une marge qui varie entre 15 et 20 %. Ainsi, si nous voulons avoir un prix compétitif sur le marché, nous allons vendre nos produits au prix de :

- **1 000 F CFA pour le pur jus d'un litre** pour un prix de vente 1 200 F CFA au consommateur final.
- **400 F CFA pour le Nectar de 500 ml** pour un prix de vente 600 F CFA au consommateur final.
- **275 F CFA pour le Nectar de 350 ml** pour un prix de vente 400 F CFA au consommateur final.
- **200 F CFA pour le Nectar de 250 ml** pour un prix de vente 250 F CFA au consommateur final.

5.2.3. Stratégie de distribution

La viabilité du projet dépend au préalable de son positionnement sur le

marché dans les grands centres urbains (en priorité, Yaoundé, Douala, Bafoussam et N’Gaoundéré) ; le marché des communautés hôtelières et restauratrices et les ménages des classes supérieures et moyennes qui font fréquemment leur course dans les supermarchés et boulangeries. La distribution sera assurée par des réseaux des intermédiaires de la grande distribution, par des petits distributeurs (marchés central, Mokolo et autres) afin de rendre les produits accessibles à toutes les couches de la population. Par ailleurs, l’entreprise a un partenaire qui se chargera de la commercialisation des jus de fruits.

5.2.4. Analyse des forces et faiblesses du produit

Forces et opportunités : organisation intégrée, compétente pour l’ensemble de la chaîne alimentaire. Usine qui prend en compte les besoins des consommateurs tout en alliant protection de l’environnement et maximisation de la rentabilité de l’entreprise. Par ailleurs, nous bénéficions de l’appui du Gouvernement et d’un régime fiscal allégé qui exonère l’entreprise nouvellement créée des impôts et taxes sur une période de 5 ans. De même, la stabilité politique du Cameroun est un gage pour la continuité et sécurité des investissements. En outre, les grands projets structurants et la vision d’émergence 2035 du pays confère à l’entreprise un accroissement certain de la demande. L’unité a des techniciens avertis (les chefs de production ont des compétences en dépannage d’outillage industriel, en électricité industrielle, des techniciens en agroalimentaire.

Faiblesses et menaces : la menace peut résider dans la cohésion au sein de l’organisation ; de la conjoncture économique, le mimétisme des populations qui se tournent généralement vers les produits importés. La dégradation de l’environnement peut entraîner une baisse de la production en fruits et donc une baisse de l’approvisionnement de la matière première.

6.

ETUDE TECHNIQUE

6.1. PROCÉDÉS TECHNIQUES ET TECHNOLOGIES DE FABRICATION DES JUS D'ANANAS

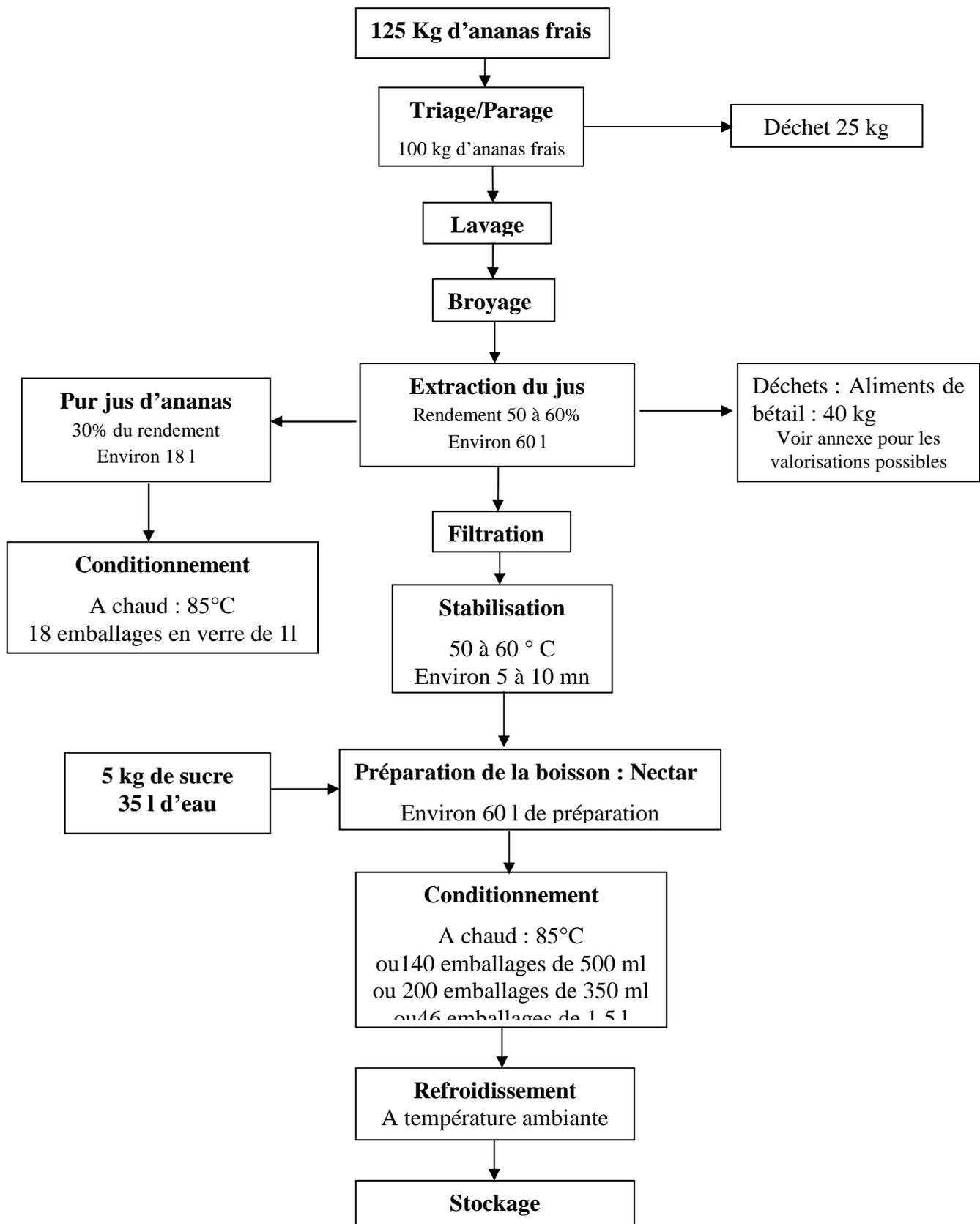
6.1.1. Description des procédés techniques de fabrication des jus d'ananas

La qualité d'un produit transformé repose en priorité sur celle de la matière première utilisée. Le fruit destiné à la transformation est un produit frais et exempt de toutes altérations et ne doit être privé d'aucune de ces composantes essentielles pour la fabrication des produits (Pur jus, nectar). Les fruits collectés seront stockés à température ambiante. La qualité du produit étant sensible à la durée de stockage avant traitement des fruits, le stock de sécurité n'excèdera pas 5 jours de production. Les ananas seront stockés sur des claies ou caisses gerbables.

Les variétés adaptées à la consommation en frais ne conviennent pas forcément à la transformation. La variété brazza est par exemple très appréciée pour la consommation en frais du fait de son taux de sucre élevé, mais reste inappropriée pour la transformation à cause de sa pulpe trop peu colorée. Par contre, la Cayenne lisse est très adaptée pour la fabrication des jus grâce à la couleur jaune or de sa pulpe.

Le diagramme ci-dessous présente en détail un procédé de fabrication de pur jus d'ananas et de nectar pour une quantité de 125 kg d'ananas frais en entrée et 75 litres de jus en sortie.

Schéma 1 : Fabrication de pur jus d'ananas et de nectar



6.1.2. Description des technologies des équipements et matériels nécessaires



➤ **La réception et la sélection des fruits** sont un point essentiel du processus de fabrication de jus. Suivi d'un **lavage à l'eau chlorée et un rinçage par spray**. Ceci est très important pour l'ananas qui pousse près du sol et peut être contaminé par des moisissures thermorésistantes.

Matériels : tables, bassines, bacs, arrivée d'eau ou rampe de lavage sous pression.

➤ Les fruits sont sélectionnés (**triage**), ceux qui sont abîmés sont mis de côté. On passe par un **calibrage** pour extraire au mieux la peau et ses résidus afin d'éviter les défauts de goût. Les ananas conservés pour la fabrication doivent avoir un arôme puissant et une saveur acide.

Matériels : bacs, couteaux, brosses.

➤ **Cheminement des fruits** : Il se fait à partir d'un **Tapis roulant en spirale** capable de cheminer de 2 à 3 tonnes de fruits par heure. Une partie est centrifugée pour réguler la teneur en pulpe selon la qualité du jus et, selon les besoins de l'usine, une autre partie est concentrée à 60°brix avec un évaporateur classique.

➤ **Broyage des fruits** : le broyage et récupération du produit sur les claies de la vis de presse. Le réglage du broyeur doit être optimum pour obtenir une purée homogène, grossière mais sans morceaux. Les paramètres à régler sont la vitesse de rotation, l'écartement des meules, le diamètre des tamis, etc.



Matériel : couteaux, broyeur à marteaux ou à meules.

➤ **Extraction de la pulpe :** Le jus est extrait par pressurage mécanique des fruits : la peau est écartée de la pulpe. A cette étape, le jus extrait est consommable mais pour une commercialisation, il est indispensable de le stériliser.

Matériels : Presse à vis horizontale, Presse à paquet.

➤ **Premier réservoir de stockage :** La pulpe des fruits se retrouve dans des réservoirs d'une contenance de 1000 litres.

➤ **Filtration :** La filtration permet d'éliminer les particules diverses en suspension dans le liquide. Le jus pulpeux est passé dans le filtre. L'étape de filtration ne doit pas durer plus d'une heure. La plupart des jus de fruits tropicaux sont très fragiles et fermentent quelques heures. Le jus prend ensuite un goût de vin qui oblige à jeter tout le lot contaminé. Pour éviter ce genre de problème, il faut rapidement pasteuriser les jus après le pressurage.



Matériels : Cuve de clarification munie d'un filtre à plaque avec pompe électrique, filtre à poche

➤ **Cheminement de la pulpe**

Un système de rotation de vis laisse passer la pulpe contenue dans le réservoir vers le réservoir de mixage et de rectification du taux d'acidité. Avec la rotation continue, la pulpe sera pressée d'une cavité hermétique à l'autre pour être finalement expulsée dans le réservoir suivant. **Cheminement de la pulpe :** Du premier réservoir → second réservoir mixeur → pasteurisation → réservoir de collection de pulpe. **Réservoir**



de mixage : Il mélange et rectifie le taux d'acidité

- **Pasteurisation** : Le jus est traité thermiquement afin de détruire sa flore microbienne et d'inactiver les enzymes du fruit. Il est ensuite immédiatement refroidi pour préserver ses qualités gustatives et nutritives. Le jus pasteurisé et refroidi est conditionné en emballage individuel.
- **Conditionnement** : Pour garantir la bonne pasteurisation du produit et éviter de nouvelles contaminations : conditionner le jus encore très chaud (80 à 85 °C). **Matériels : remplisseuse à becs (quatre, six ou huit becs), capsuleurs, étiqueteuse.**
- **Refroidissement** : Après conditionnement, les produits sont refroidis par immersion dans une cuve d'eau froide. Le refroidissement évite la surcuisson des jus, à l'origine d'un brunissement et d'un goût de brûlé (réaction de Maillard).

Matériels : cuve d'eau froide.

De toutes les offres reçues des fournisseurs, une analyse nous permet de croire que celle d'ALVANBLANCH est la plus appropriée.

En réalité, ce constructeur bénéficie d'une grande renommée en matière de fabrication des équipements de transformation des fruits tropicaux

Dans l'optique de vouloir alléger le coût des investissements. Nous avons suggéré au constructeur le fait que certaines opérations se feront à la main. Et, il nous a proposé ces équipements suivants :

- Un extracteur de jus ou Broyeur humide
- Un système de traitement du jus
- Un système de traitement de l'eau des procédés

6.1.3. Les matières premières, emballages et leurs origines

L'approvisionnement en matières premières : Cet approvisionnement sera fait prioritairement par l'unité de production qui existe déjà et qui dispose

d'une capacité de 3200 tonnes par an, donc largement au dessus de la demande annuelle de l'usine. Afin de mieux contrôler la qualité, nous avons opté de confier le transport de la matière première à des professionnels. C'est pourquoi, l'unité a prévu pour son fonctionnement avec ses fournisseurs et sous-traitants (les agropoleurs d'ananas d'Awae) l'élaboration des mémorandums d'entente pour éviter toutes ruptures éventuelles d'approvisionnement en fruits. Le stock de sécurité sera d'1 tonne. Selon cet accord, l'ananas sera livré en bordure des champs au prix préférentiel de 100 F le Kg pour une quantité de 15 tonnes la semaine. Cet approvisionnement est largement suffisant pour l'unité de transformation. Au point où la différence entre la quantité commandée par l'unité de transformation et la quantité produite est reversée en partie au marché local et européen des ananas et en partie à la diversification à partir de la 2^{ème} année.

Pour maximiser le fonctionnement et le rendement des machines et équipements de production, certains fruits de saisons tels que : les goyaves, les oranges, les gingembres, lescasse-manga selon le besoin et la période seront transformés à partir de la fin de la deuxième année. Car il faut du temps à l'équipe managériale pour bien cerner l'intégration des autres fruits de saison dans le processus de transformation (les lieux d'approvisionnement, les quantités de fruits disponibles, les prix des fruits et les saisons des différents types de fruits)

Tableau 5 : Demande d'approvisionnement en matières premières

Hypothèses retenues	Année 1		Année 2		Année 3		Année 4		Année 5	
	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total
Coût d'achat des ananas	900.9	103 603 500	9945.9	108 783 675	9990.9	113 963 850	1090	125 360 235	1199	137 896 259
Sucre et autres intrants, 5% du prix des ananas		5 180 175		5 439 184		5 698 193		6 268 012		6 894 813
Coût des matières premières	900.9	108 783 675	9945.9	114 222 859	9990.9	119 662 043	1090	131 628 247	1199	144 791 071

Distribution des produits 15% PA	16 317 551	17 133 429	17 949 306	19 744 237	21 718 661
----------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

L’approvisionnement en emballages et suremballages : Les besoins en emballages sont fonction du type de conditionnements retenus. Ainsi, l’on aura deux lignes de conditionnement opérationnelles notamment la ligne de conditionnement en bouteille de verre et la ligne de conditionnement en bouteille de plastique.

- Le pur jus sera conditionné dans des bouteilles en verre d’un litre. Il sera emballé dans des cartons avec feuille de séparation pour protection contre les chocs, chaque carton contiendra 12 bouteilles.
- Le nectar sera conditionné dans bouteilles en plastique de 35 cl et 50 cl et de 1,5 litres. Ils seront emballés dans des palettes contenant respectivement 12, 12 et 6 bouteilles chacune.
- Ces bouteilles en plastique seront biodégradables conformément à la réglementation en vigueur au Cameroun.
- De plus les calculs tiennent compte d’un taux de perte de 5% sur tout le circuit

Au regard de l’objectif de production, le tableau ci-après est produit

Tableau6 : Récapitulatif des besoins en emballages

Hypothèses retenues	Coût	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Pur jus 1 Litre	112	207 900	218 295	228 690	251 559	276 715
Nectar 1,5 Litre	112	86 625	90 956	95 288	104 816	115 298
Nectar 500 ml	88	249 480	261 954	274 428	301 871	332 058
Nectar 300 ml	88	236 250	248 063	259 875	285 863	314 449
Total bouteilles		780 255	819 268	858 281	944 109	1 038 519

L’entreprise sera approvisionnée en emballage par PLASTICAM (Douala) et METROPOLITAN PLASTIC LTD S.A.

6.2. INFRASTRUCTURES NÉCESSAIRES

6.2.1. Constructions, aménagements

✚ **Terrain : 3 000 m²** dont 500 m² pour le bâtiment industriel, 500 pour les aires de réception des produits, les aires de circulation et d'extension et 2 000 m² pour l'usine. Le logement du personnel est prévu et sera construit plus tard.

✚ **Bâtiment industriel** : 800 m² pour l'usine de transformation, avec une hauteur d'au moins 4,8 m; une bonne ventilation doit être disponible. Le drainage des eaux usées industrielles doivent être en conformité avec l'environnement national.

Ce bâtiment comprendra :

- Un local de stockage et de mûrissement des fruits,
- Une pièce de préparation (lavage, triage, découpe, pressurage),
- Une pièce de pasteurisation et de conditionnement,
- Une pièce de stockage des produits finis,
- Une pièce de stockage des emballages vides et des intrants (sucre).

✚ **Bâtiments annexes** :

- 300 m² pour l'administration ;
- 100 m² pour l'aire de réception des fruits avec une balance de 250 kg à l'entrée du magasin de stockage des fruits ;
- 50 m² pour les vestiaires comprenant des lavabos et des toilettes de 4 m x 5 m en deux compartiments.
- Un poste de sécurité et une clôture pour tout le site.

✚ **Parking et Espaces verts pour le reste.**

Toutes les zones et l'organisation du travail sont conçues dans le sens d'une progression de la qualité bactériologique depuis le produit brut (le fruit non lavé) jusqu'au produit fini propre (le jus emballé). Le flux de produit est

organisé en sens unique dans l'atelier, sans aucun croisement des flux au cours des étapes de transformation.

Le jus d'ananas étant sucré, toutes les ouvertures sont protégées par des moustiquaires contre les invasions d'insectes.

Nous prévoyons un investissement de 15 000 000F CFA pour toutes les constructions clés en main.

6.2.2. Autres infrastructures

Forage : Le fonctionnement de l'usine nécessite une grande quantité d'eau. Le site du projet ne pourra pas être connecté au réseau public d'eau potable. Par ailleurs, la ville de Yaoundé et ses environs connaissent des difficultés d'approvisionnement en eau potable. Ainsi, la construction d'un forage s'impose. Vu les quantités d'eau nécessaires pour le fonctionnement de l'usine, soit 5000 litres. Nous avons déjà mobilisé les fonds (convention avec le programme agropole) pour la construction d'un forage. Les travaux vont commencer incessamment.

6.3. RESSOURCES HUMAINES

Pour le fonctionnement de l'usine, nous avons besoin **d'un personnel permanent** constitué de :

- Un gérant
- Un responsable de production
- Un comptable
- Un caissier
- Une secrétaire
- Un technicien de maintenance
- Un technicien de laboratoire
- Un responsable du personnel et des affaires générales
- Un responsable commercial et un agent commercial
- Des chauffeurs,

- Des agents de sécurité
- Cinq ouvriers spécialisés dont un ouvrier pour le broyage des fruits et l'extraction du jus, un ouvrier pour la préparation des boissons, un ouvrier pour le traitement du jus, un autre pour le conditionnement et le refroidissement.

Le personnel non permanent car pouvant être changé à tout moment est constitué de :

- Dix ouvriers manutentionnaires pour la préparation des fruits et le nettoyage de l'usine.

Les principaux responsables (personnel clé) auront pour **le profil** :

➤ **Le gérant de la SARL**

Le gérant doit avoir une formation d'ingénieur des industries agroalimentaires doublée d'une formation en gestion des industries alimentaires. Il a la charge de traduire au quotidien les orientations arrêtées par l'assemblée des associés.

Les missions assignées au Directeur sont :

- Animer et diriger une équipe pluridisciplinaire (Production, Qualité, Maintenance, R&D, Energies, ...)
- Mobiliser toutes les ressources nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise et d'assurer leur allocation judicieuse pour un rendement optimal de l'entreprise
 - Rédiger les cahiers des charges
 - Réaliser et/ou suivre les études (avant-projet, dimensionnement, ...)
 - Consulter les fournisseurs
 - Analyser les offres, négocier et choisir
 - Planifier et contrôler l'ensemble des activités de l'entreprise et en particulier, il élaborera en début de chaque année un budget dont il suivra au quotidien l'exécution
 - Coordonner les intervenants (équipe interne, entreprises extérieures)
 - Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité dans l'usine

- Orienter stratégiquement les activités de l'entreprise afin de l'adapter à son environnement
- Représenter l'entreprise en toute circonstance et de veiller à faire de celle-ci une entreprise citoyenne
- Gérer financièrement le projet (passer les commandes, négocier les conditions de paiement et les pénalités de retard, déclencher les paiements)

NB : Pour des raisons budgétaires, le chef service de la production va assurer l'administration générale lors du premier exercice. A partir de la deuxième année, le directeur général va entrer en scène. Car l'entreprise entrera dans sa phase de croisière.

➤ **Le chef service de la production**

Le chef service de la production doit être titulaire d'un BTS en agroalimentaire ou d'un diplôme jugé équivalent + 2 ans d'expérience professionnelle. Il est responsable :

- de la conception et de l'exécution du planning de production
- de la préparation et de la conduite matérielle de la production
- de l'élaboration et de la diffusion à qui de droit du rapport de la production
- de la conception et de l'implémentation du système d'assurance qualité de l'entreprise
- du contrôle de la qualité sur toute la ligne de production : prélèvement des échantillons pour analyse et interprétation des résultats
- de l'analyse et du traitement de l'eau
- du contrôle de la qualité des matières premières avant leur introduction dans la chaîne de production
- du contrôle de la qualité des produits finis avant leur expédition et du traitement des plaintes des clients
- de la mise sur plan de nettoyage et du suivi de son application

- de la formation et de l'information des opérateurs à travers la formalisation des procédures
- de la description et de l'affichage de toutes les consignes de sécurité à tous les points sensibles de l'usine
- de la préservation de l'environnement à travers le traitement approprié des déchets et des effluents de l'entreprise
- d'établir les besoins en consommables de laboratoire

➤ **Le service du personnel et des affaires générales**

Le responsable doit être titulaire d'une licence en ressources humaines ou droit Il a pour charge de :

- La préparation des appels à candidature
- Tenue à jour du dossier du personnel
- La gestion opérationnel du personnel
- Préparation de la paie mensuellement
- Déclaration du personnel à la CNPS et suivi des charges fiscales et sociales
- Veille à la ponctualité du personnel
- la passation des commandes et leur relance
- l'obtention des livraisons
- le contrôle quantitatif et qualitatif des livraisons
- la vérification des entrées et des sorties de stock
- la saisie des bons d'entrée et des bons de sortie.

➤ **Le service technique et maintenance**

Il doit être titulaire d'un BTS en maintenance industrielle ou en électromécanique +2 ans d'expérience professionnelle. Il sera chargé de :

- La maintenance préventive et curative de toutes les installations,
- L'application du plan de nettoyage des équipements, la révision des équipements et la commande des pièces de rechange

Il assiste le responsable de la production dans ses tâches de suivi quotidien de la production. Il joue ainsi le rôle de contremaître de production.

➤ **Le service comptable**

Le comptable doit être titulaire d'au moins du BTS en comptabilité-finance. Il assure une bonne organisation de l'information financière pour garantir la qualité et la compréhension de la comptabilité. Toute comptabilité implique le respect des principes comptables et une organisation répondant aux exigences de contrôle et de vérification. Ainsi, le comptable a pour rôle essentiel :

- Le traitement complet des factures d'achat et de vente
- le classement des pièces comptables
- l'enregistrement et la saisie des informations comptables
- la conservation des données de base
- l'établissement des états financiers et des travaux de fin d'exercice en vue de la prise des décisions stratégiques de l'entreprise.

➤ **Les autres personnels de la production**

- Le magasinier
- Les gardiens
- Le caissier

7. **ETUDE FINANCIÈRE**

Le programme prévisionnel d'exploitation est établi à partir d'hypothèses et des besoins de la clientèle pour une période de cinq (5) ans.

Rappel des Hypothèses :

Rubriques	Bases	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Productions L/heure	500					
Efficience	75%					
Nb jours travaillés/mois	21					
Nb heures /jour travaillé	6					
Nb de jours par an	252					
Equipe de travail		1	1	1	1	1
Nb de mois de production/an		11	11	11	11	11
Production annuelle en		540 540	567 567	594 594	654 053	719 459

litre						
-------	--	--	--	--	--	--

Evolution de la production : La production croît de 5% en 2^{ème} année et de 10% à partir de la troisième année.

7.1.LES INVESTISSEMENTS

7.1.1. Coût des infrastructures

Cette rubrique inclut les bâtiments et les espaces aménagés.

Tableau 7 : infrastructures

Désignation	Début Année 1
CONSTRUCTIONS et AMENAGEMENTS	20 000 000
CO-01: Aménagement du site	1 000 000
CO-02: Construction bâtiment industriel et hangar	15 000 000
CO-03: Bâtiment administratif	4 000 000
CO-04: Construction d'un forage et château (Auxiliaire)	
Constructions et aménagements	20 000 000

La construction du forage est prise en charge par le programme agropoles financé par le MINEPAT

7.1.2. Coût des équipements et matériels

Tableau 8 : Equipement et matériels

Désignation	Valeur
ACTIONS IMMATERIELLES	21 000 000
VOLET 1: Organisation, Administration	15 200 000
AI-01: Elaboration de l'étude de faisabilité	2 300 000
AI-01: Frais de R&D de la technologie	500 000
AI-02: Frais de constitution de la SARL (formalisation)	400 000
AI-03 : Acquisition d'un logiciel de comptabilité générale et paramétrage	2 000 000
AI-04: Formation des gestionnaires	
AI-05: Dédouanement des équipements	7 000 000
AI-06: Transport des équipements sur le site	1 500 000

AI-07: Manuel de procédures admin, comptables et financières	1 500 000
VOLET 2: Marketing	
AI-01 : Formation des agents commerciaux	
AI-02: Conception site internet	
VOLTET 3: Technique et qualité	5 800 000
AI-01 : Etude et plan technique de construction	500 000
AI-02: Montage et test des équipements	2 300 000
AI-03: Formation des techniciens	
AI-04: Test et suivi de la production	
AI-05: Manuel de procédures techniques	1 500 000
AI-06: manuel de sécurité sanitaire et incendie	1 500 000
ACTIONS MATERIELLES	41 981 800
VOLET 1: Organisation, Administration	3 000 000
IM-01 : Matériel informatique et nouvelle technologie	3 000 000
IM-02: Matériels et mobiliers de bureau	2 400 000
IM-03: Véhicule admin de liaisons (occasion)	2 500 000
VOLET 2: Marketing	
IM-01 : Véhicule de livraison (occasion)	
VOLTET 3: Technique et qualité	38 981 800
IM-01 : Transformateur moyenne tension (Auxiliaires)	
IM-02 : Groupe électrogène 80 KVA (Auxiliaire)	13 550 975
IM-03 : Equipement Module HEAT TREATMENT (2.0)	25 430 825
TOTAL équipements et matériels	62 981 800

7.2. CHARGES D'EXPLOITATION

7.2.1. Amortissements des équipements et constructions

Tableau 9 : Amortissements des investissements

Désignation	TAUX	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
ACTIONS IMMATERIELLES		5 250 000	5 250 000	5 250 000	5 250 000	5 250 000
VOLET 1: Organisation, Administration	25%	3 800 000	3 800 000	3 800 000	3 800 000	3 800 000
AI-01: Elaboration de l'étude de faisabilité	25%	575 000	575 000	575 000	575 000	575 000

AI-01: Frais de R&D de la technologie	25%	125 000	125 000	125 000	125 000	125 000
AI-02: Frais de constitution de la SARL (formalisation)	25%	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
AI-03 : Acquisition d'un logiciel de comptabilité générale et paramétrage	25%	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
AI-04: Formation des gestionnaires	25%					
AI-05: Dédouanement des équipements	25%	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000	1 750 000
AI-06: Transport des équipements sur le site	25%	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000
AI-07: Manuel de procédures admin, comptables et financières	25%	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000
VOLET 2: Marketing	25%					
AI-01 : Formation des agents commerciaux	25%					
AI-02: conception site internet	25%					
VOLTET 3: Technique et qualité	25%	1 450 000				
AI-01 : Etude et plan technique de construction	25%	125 000	125 000	125 000	125 000	125 000
AI-02: Montage et test des équipements	25%	575 000	575 000	575 000	575 000	575 000
AI-03: Formation des techniciens	25%					
AI-04: Test de la production	25%					
AI-05: Manuel de procédures techniques	25%	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000
AI-06: manuel de sécurité sanitaire et incendie	25%	375 000	375 000	375 000	375 000	375 000
ACTIONS MATERIELLES		5 388 181				
VOLET 1: Organisation, Administration		1 490 000				
IM-01 : Matériel informatique et nouvelle technologie	25%	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000
IM-02: Matériels et mobiliers de bureau	10%	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
IM-03: Véhicule administratif de liaisons	20%	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
VOLET 2: Marketing						
IM-01 : Véhicule de livraison	20%					
VOLTET 3: Technique et qualité		3 898 181				
IM-01 : Transformateur moyenne tension (Auxiliaire)	10%					
IM-02 : Groupe électrogène 40 KVA (Auxiliaire)	10%	1 355 098	1 355 098	1 355 098	1 355 098	1 355 098
IM-03 : Equipements de production (FOB)	10%	2 543 083	2 543 083	2 543 083	2 543 083	2 543 083
TOTAL Amortissements		10 638 181				

Amortissements des constructions

Désignation	TAUX	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
-------------	------	---------	---------	---------	---------	---------

Constructions et aménagements		800 000				
CO-01: Aménagement du site	4%	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
CO-02: Construction bâtiment industriel et hangar	4%	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
CO-03: Bâtiment administratif	4%	160 000	160 000	160 000	160 000	160 000
CO-04: Construction d'un forage et château (Auxiliaire)	4%					
Amort constructions		800 000				

L'amortissement pratiqué est un amortissement linéaire à taux constant.

7.2.2. Coût des matières première

Tableau 10 : Matières premières

Hypothèses retenues	Année 1		Année 2		Année 3		Année 4		Année 5	
	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total	Tonne	Coût total
Coût d'achat des ananas	900.9	103 603 500	9945.9	108 783 675	9990.9	113 963 850	1090	125 360 235	1199	137 896 259
Sucre et autres intrants, 5% du prix des ananas		5 180 175		5 439 184		5 698 193		6 268 012		6 894 813
Coût des matières premières	900.9	108 783 675	9945.9	114 222 859	9990.9	119 662 043	1090	131 628 247	1199	144 791 071
Distribution des produits 15% PA		16 317 551		17 133 429		17 949 306		19 744 237		21 718 661

7.2.3. Les charges de personnel

Seul le personnel de direction est pris en compte dans le cadre de cette demande de financement. Pendant la phase d'installation et de lancement (5 ans), les salaires seront stables.

Tableau 11 : Charges de personnel

Désignation	Effectif	Sal mensuel	Total mensuel	Annuel
Salaires nets	13	2 385 000	2 815 000	33 780 000
EXPLOITATION USINE	8	725 000	1 025 000	12 300 000

Responsable de production	1	250 000	250 000	3 000 000
Technicien de maintenance	1	200 000	200 000	2 400 000
Technicien de laboratoire	1	200 000	200 000	2 400 000
Ouvriers spécialisés	5	75 000	375 000	4 500 000
ADMINISTRATION ET GESTION	5	1 210 000	1 340 000	16 080 000
Gérant	1	400 000	400 000	4 800 000
Responsable du personnel et des affaires générales	1	250 000	250 000	3 000 000
Comptable	1	200 000	200 000	2 400 000
Secrtaire	1	130 000	130 000	1 560 000
Caissier	1	100 000	100 000	1 200 000
Chauffeurs	2	70 000	140 000	1 680 000
Agent de sécurité	2	60 000	120 000	1 440 000
DISTRIBUTION ET MARKETING	2	450 000	450 000	5 400 000
Responsable commercial	1	250 000	250 000	3 000 000
Commercial	1	200 000	200 000	2 400 000
Charges patronales 15% salaire	2	357 750	422 250	5 067 000
TOTAL Charges personnel	13	2 742 750	3 237 250	38 847 000

Les charges patronales sur salaire sont évaluées à environ 15%

7.2.4. Autres charges

Tableau 12 : Fournitures non stockable et services extérieurs

Rubriques	Base mensuelle	Annuel
Eau et électricité Usine et direction	600 000	7 200 000
Fournitures bureau, informatiques et petits outillages	200 000	2 400 000
Carburant et lubrifiants	450 000	5 400 000
Produits d'entretien	150 000	1 800 000
Entretien, réparation et maintenance	200 000	2 400 000
Primes d'assurances	200 000	2 400 000
Publicité, et promotion des produits	800 000	9 600 000
Transport et missions	170 000	2 040 000
Achat des pièces machines usine	200 000	2 400 000
Télécommunications et internet	250 000	3 000 000
Frais bancaires	100 000	1 200 000
Honoraires comptables	100 000	1 200 000
Honoraires juridiques	100 000	1 200 000
Honoraires experts techniques	100 000	1 200 000
Jétons de présence	300 000	3 600 000
Main d'œuvres temporaires	600 000	7 200 000
Expédition des documents	42 708	512 500

Fête de travail et participation foires	150 000	1 800 000
Impôts,taxes et droit de douane	200 000	2 400 000
Rémunération de l'exploitant promoteur	2 000 000	24 000 000
Autres charges	150 000	1 800 000
TOTAL		84 752 500

Les autres charges sont constituées des achats de fournitures non stockables des services extérieurs, impôts, taxes et diverses charges. Ces charges sont évaluées à 84 752 500 Fcfa

7.3.PRODUITS D'EXPLOITATION

Tableau 13 : Répartition du CA

REPARTITION DU CA										
Produits	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%	Année 4	%	Année 5	%
Pur jus 1 Litre	187 110 000	45,88%	196 465 500	45,88%	205 821 000	45,88%	226 403 100	45,88%	249 043 410	45,88%
Nectar 1,5 Litre	73 631 250	18,06%	77 312 813	18,06%	80 994 375	18,06%	89 093 813	18,06%	98 003 194	18,06%
Nectar 500 ml	99 792 000	24,47%	104 781 600	24,47%	109 771 200	24,47%	120 748 320	24,47%	132 823 152	24,47%
Nectar 300 ml	47 250 000	11,59%	49 612 500	11,59%	51 975 000	11,59%	57 172 500	11,59%	62 889 750	11,59%
CA	407 783 250	100%	428 172 413	100%	448 561 575	100%	493 417 733	100%	542 759 506	100%
Taux de croissance du CA			5,00%		4,76%		10,00%		10,00%	

Le Chiffre d'affaires est constitué par les produits composés du jus d'ananas pur conditionné dans les bouteilles en verre d'1 litre, et du nectar conditionné dans les emballages en plastiques de 1.5 litre ; 500 ml et 300ml. Le pur jus représente 45,88% des ventes, le nectar de 500ml 24,47%, le nectar de 1.5litre 18.06% et le nectar de 300ml 11,59%.

7.4.BESOIN DE FINANCEMENT

7.4.1. Tableau emplois et ressources 12 premiers mois

Tableau 14 : Emplois – Ressources sur 12 mois

ANNEES	TOTAL	juin-14	juil-14	août-14	sept-14	oct-14	nov-14	déc-14	janv-15	févr-15	mars-15	avr-15	mai-15
EMPLOIS													
Acquisition d'immobilisations	82 981 800	15 700 000	20 000 000	13 550 975	10 986 165	5 686 165	5 686 165	5 686 165	5 686 165	0	0	0	0
Immobilisations incorporelles	21 000 000	15 700 000			5 300 000								
Immobilisations corporelles	41 981 800			13 550 975	5 686 165	5 686 165	5 686 165	5 686 165	5 686 165				
Constructions	20 000 000		20 000 000										
Augmentation du BFR	16 990 969	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914	1 415 914
Remboursements des emprunts	6 818 258	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188	568 188
Total Emplois (I)	106 791 027	17 684 102	21 984 102	15 535 077	12 970 267	7 670 267	7 670 267	7 670 267	7 670 267	1 984 102	1 984 102	1 984 102	1 984 102
RESSOURCES													
Capacité d'Autofinancement	31 545 420	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785	2 628 785
Augmentation du capital	10 000 000	10 000 000											
Subvention PACD	12 407 000	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917	1 033 917
Emprunts nouveaux	40 000 000		40 000 000										
Compte courant associés	37 565 769	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481	3 130 481
Total Ressources (II)	131 518 189	16 793 182	46 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182	6 793 182
Ecart annuel (II - I)	24 727 162	-890 920	24 809 080	-8 741 895	-6 177 085	-877 085	-877 085	-877 085	-877 085	4 809 080	4 809 080	4 809 080	4 809 080
Trésorerie initiale		24 727 162	23 836 243	48 645 323	39 903 428	33 726 343	32 849 258	31 972 174	31 095 089	30 218 004	35 027 084	39 836 164	44 645 245
Trésorerie finale	24 727 162	23 836 243	48 645 323	39 903 428	33 726 343	32 849 258	31 972 174	31 095 089	30 218 004	35 027 084	39 836 164	44 645 245	49 454 325
TRESORERIE CUMULEE	24 727 162	48 563 405	97 208 728	137 112 156	170 838 499	203 687 757	31 972 174	63 067 262	93 285 266	128 312 350	168 148 515	212 793 759	49 454 325

Ce tableau dégage une trésorerie cumulée positive. Ce qui justifie un équilibre entre les ressources et les emplois du projet.

7.4.2. Coût total du projet

Tableau 15 : Coût des investissements

Rubriques	Total
Equipements et matériels	62 981 800
Constructions et aménagements	20 000 000
Fonds de roulement	16 990 969
Total des investissements	99 972 769

Les équipements d'une valeur de 62 981 800 Fcfa, ne

comprennent pas les équipements auxiliaires tels le transformateur pour la moyenne tension, la construction du forage. Ces équipements sont pris en charge par le MINEPAT à travers la convention qui a été signée dans la cadre d'un appui au projet agropole. La chaîne de production quant à elle est d'une valeur de 112 799 850 Fcfa suivant pro forma en annexe. Nous prévoyons que le projet PACD finance une partie (module 2) de ces équipements d'une valeur 25 430 825 Fcfa. L'autre partie sera financée par le promoteur et d'autres partenaires que le promoteur a déjà identifié.

Le groupe électrogène capable de faire fonctionner les équipements qui est d'une puissance de 80 KVA et d'un montant de 13 550 975 fcfa fait partie intégrante de ce projet.

7.4.3. Besoins en Fonds de Roulement d'Exploitation (BFRE)

Tableau 16 : Besoin en fonds de roulement normatif

Délais (en jours)	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Moyenne	BFR Normatif en jours de CA
Durée moyenne des crédits clients	30	30	30	30	30	30	15 Jours CA
Durée moyenne des crédits fournisseurs	20	20	20	20	20	20	
Durée moyenne de stockage MP	5	5	5	5	5	5	
BFRE	16 990 969	17 840 517	18 690 066	20 559 072	22 614 979		
Variation BFR		849 548	849 548	1 869 007	2 055 907		

Estimé à 15 jours de Chiffre d’Affaires, il suppose que soit accordé un délai de crédit moyen aux clients sur 30 jours. Les délais à obtenir des fournisseurs devraient être au moins de 20 jours. La rotation du stock des matière première se situerait à environ 5 jours.

7.4.4. Plan de financement

Tableau 17 : Sources de financement

Rubriques	Total	Fonds propres	Emprunt	Subvention
Equipements et matériels	62 981 800			
Constructions et aménagements	20 000 000	47 565 769	40 000 000	12 407 000
Fonds de roulement	16 990 969			
Total des financements	99 972 769	47 565 769	40 000 000	12 407 000

Les investissements constitués des équipements, constructions et fonds de roulement sont évalués à 99 972 669 Fcfa. Ces investissements sont financés par apport des fonds propres d’une valeur de 47 565 769 Fcfa, 40 000 000 d’emprunt remboursable sur 5 ans au taux de 8% et d’une subvention attendue du PACD d’un montant de 12 407 000 Fcfa.

7.5. ANALYSE FINANCIÈRE

7.5.1. Tableau d’amortissement de l’emprunt

Tableau 18 : Remboursement des emprunts

TAUX	8,00%					
PERIODE	5					
Tableau de remboursement des emprunts						
Annuités constantes fin de période						
Désignation	début A1	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Emprunts		40 000 000				
Remboursements annuels		10 018 258	10 018 258	10 018 258	10 018 258	10 018 258
Capital Remboursé		6 818 258	7 363 719	7 952 816	8 589 042	9 276 165

Charges d'intérêts	3 200 000	2 654 539	2 065 442	1 429 217	742 093
---------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	---------

Nous avons opté pour un emprunt à Annuités constantes, remboursement fin de période au taux de 8% sur une durée de 5 ans sans différé.

7.5.2. Compte d'exploitation prévisionnelle

Tableau 19 : Compte d'exploitation prévisionnelle

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Produits d'exploitation	407 783 250	428 172 413	448 561 575	493 417 733	542 759 506
Ventes locales	407 783 250	428 172 413	448 561 575	493 417 733	542 759 506
Pur jus 1 Litre	187 110 000	196 465 500	205 821 000	226 403 100	249 043 410
Nectar 1,5 Litre	73 631 250	77 312 813	80 994 375	89 093 813	98 003 194
Nectar 500 ml	99 792 000	104 781 600	109 771 200	120 748 320	132 823 152
Nectar 300 ml	47 250 000	49 612 500	51 975 000	57 172 500	62 889 750
Achats consommés de matières premières	196 533 320	206 359 986	216 186 652	237 805 317	261 585 848
Matière première Ananas et intrants	108 783 675	114 222 859	119 662 043	131 628 247	144 791 071
Emballages Jus 1 Litre	23 381 012	24 550 062	25 719 113	28 291 024	31 120 126
Emballages Nectar 1,5 Litre	9 742 088	10 229 193	10 716 297	11 787 927	12 966 719
Emballages Nectar 500 ml	28 057 214	29 460 074	30 862 935	33 949 229	37 344 152
Emballages Nectar 300ml	26 569 331	27 897 798	29 226 264	32 148 891	35 363 780
Frais de distribution des produits	16 317 551	17 133 429	17 949 306	19 744 237	21 718 661
MARGE SUR MATIERES	194 932 379	204 678 998	214 425 617	235 868 179	259 454 997
Subvention d'exploitation PACD	12 407 000				
Autres produits					
Consommations intermédiaires	60 752 500	61 967 550	63 206 901	64 471 039	65 760 460
Fournitures consommables	16 800 000	17 136 000	17 478 720	17 828 294	18 184 860
Eau et électricité Usine et direction	7 200 000	7 344 000	7 490 880	7 640 698	7 793 512
Fournitures bureau, informatiques et petits outillages	2 400 000	2 448 000	2 496 960	2 546 899	2 597 837
Carburant et lubrifiants	5 400 000	5 508 000	5 618 160	5 730 523	5 845 134
Produits d'entretien	1 800 000	1 836 000	1 872 720	1 910 174	1 948 378
Services extérieurs	39 752 500	40 547 550	41 358 501	42 185 671	43 029 384
Entretien, réparation et maintenance	2 400 000	2 448 000	2 496 960	2 546 899	2 597 837
Primes d'assurances	2 400 000	2 448 000	2 496 960	2 546 899	2 597 837
Publicité, et promotion des produits	9 600 000	9 792 000	9 987 840	10 187 597	10 391 349
Transport et missions	2 040 000	2 080 800	2 122 416	2 164 864	2 208 162
Achat des pièces machines usine	2 400 000	2 448 000	2 496 960	2 546 899	2 597 837
Télécommunications	3 000 000	3 060 000	3 121 200	3 183 624	3 247 296
Frais bancaires	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919

Honoraires comptables	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Honoraires juridiques	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Honoraires experts technique	1 200 000	1 224 000	1 248 480	1 273 450	1 298 919
Jétons de présence	3 600 000	3 672 000	3 745 440	3 820 349	3 896 756
Main d'œuvres temporaires	7 200 000	7 344 000	7 490 880	7 640 698	7 793 512
Expédition des documents	512 500	522 750	533 205	543 869	554 746
Fêtes de travail, foires et exposition	1 800 000	1 836 000	1 872 720	1 910 174	1 948 378
Impôts, taxes et droits de douane	2 400 000	2 448 000	2 496 960	2 546 899	2 597 837
Autres charges	1 800 000	1 836 000	1 872 720	1 910 174	1 948 378
VALEUR AJOUTEE	146 586 879	142 711 448	151 218 716	171 397 140	193 694 537
Charges de personnel	86 847 000	88 583 940	90 355 619	92 162 731	94 005 986
Salaires bruts et charges patronales	62 847 000	64 103 940	65 386 019	66 693 739	68 027 614
Salaires admin et usine	38 847 000	39 623 940	40 416 419	41 224 747	42 049 242
Indemnités PDG (promoteur)	24 000 000	24 480 000	24 969 600	25 468 992	25 978 372
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	59 739 879	54 127 508	60 863 097	79 234 408	99 688 551
Reprises sur provisions et transfert de charges					
Dotations aux amortissements	11 438 181	11 438 181	11 438 181	11 438 181	11 438 181
RESULTAT D'EXPLOITATION	48 301 698	42 689 327	49 424 916	67 796 227	88 250 370
Intérêts sur emprunts	3 200 000	2 654 539	2 065 442	1 429 217	742 093
Frais financiers CT					
RESULTAT ACTIVITES ORDINAIRES	45 101 698	40 034 788	47 359 474	66 367 011	87 508 277
Impôt sur les sociétés (IS: 38,5%)	17 364 154	15 413 393	18 233 398	25 551 299	33 690 687
RESULTAT NET	27 737 544	24 621 394	29 126 077	40 815 712	53 817 590
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	39 175 725	36 059 575	40 564 258	52 253 893	65 255 771

7.5.3. Tableau emplois ressources sur 5 ans

Tableau 20 : Plan de financement sur 5 ans

ANNEES	Début A1	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
EMPLOIS						
Acquisition d'immobilisations	82 981 800	0	0	0	0	0
Immobilisations incorporelles	21 000 000	0	0	0	0	0
Immobilisations corporelles	41 981 800	0	0	0	0	0
Constructions	20 000 000	0	0	0	0	0
Augmentation du BFR		16 990 969	849 548	849 548	1 869 007	2 055 907
Remboursements des emprunts		6 818 258	7 363 719	7 952 816	8 589 042	9 276 165
Total Emplois (I)	82 981 800	23 809 227	8 213 267	8 802 365	10 458 048	11 332 072
RESSOURCES						
Capacité d'Autofinancement		39 175 725	36 059 575	40 564 258	52 253 893	65 255 771

Augmentation du capital		10 000 000				
Subvention PACD		12 407 000				
Emprunts nouveaux		40 000 000	0	0	0	0
Compte courant associés		37 565 769	0	0	0	0
Total Ressources (II)	0	139 148 494	36 059 575	40 564 258	52 253 893	65 255 771
Ecart annuel (II - I)	-82 981 800	115 339 267	27 846 308	31 761 893	41 795 845	53 923 699
Trésorerie initiale		-82 981 800	32 357 467	60 203 776	91 965 668	133 761 513
Trésorerie finale	-82 981 800	32 357 467	60 203 776	91 965 668	133 761 513	187 685 212
TRESORERIE CUMULEE	-82 981 800	-50 624 333	9 579 443	101 545 111	235 306 624	422 991 836

7.5.4. Trésorerie prévisionnelle et marge brute d'autofinancement (Cash flow)

Tableau 21 : Cash flow

Désignations	Début Année 1	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Capacité d'Autofinancement		39 175 725	36 059 575	40 564 258	52 253 893	65 255 771
Variation BFR		16 990 969	849 548	849 548	1 869 007	2 055 907
Récupération BFR						5 624 011
Remboursement Emprunts		6 818 258	7 363 719	7 952 816	8 589 042	9 276 165
Récupération VNC						42 781 864
Investissements	-82 981 800					
FLUX de trésorerie		15 366 498	27 846 308	31 761 893	41 795 845	102 329 573

Les flux de trésorerie sont positifs sur toute la période. Ce qui montre une bonne rentabilité du projet.

7.6. RENTABILITÉ DU PROJET

7.6.1. Marge brute avant impôt

Tableau 22 : Marge brute

MARGE BRUTE SUR MATIERE					
	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Produits d'exploitation	407 783 250	428 172 413	448 561 575	493 417 733	542 759 506

Achats consommés	196 533 320	206 359 986	216 186 652	237 805 317	261 585 848
Marge Brute sur Matière	211 249 930	221 812 427	232 374 923	255 612 416	281 173 657
soit en % du CA	51,80%	51,80%	51,80%	51,80%	51,80%

La marge brute globale représente environ 52% du CA

7.6.2. Ratio Bénéfice sur Chiffre d'affaires

Tableau 23 : Ratios d'exploitation

TYPE	Formule Ratio	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Rentabilité d'exploitation	$\frac{\text{Résultat NET}}{\text{CA}}$	4,37%	5,21%	5,85%	7,56%	9,14%

Le résultat net prévisionnelle est croissant sur les cinq années. Il représente 4.37% du CA la première année et évolue à la hausse pour atteindre 9.14% en année 5.

7.6.3. Taux de Rendement interne (TRI)

Tableau 24 : TRI

Désignations	Début Année 1	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Capacité d'Autofinancement		39 175 725	36 059 575	40 564 258	52 253 893	65 255 771
Variation BFR		16 990 969	849 548	849 548	1 869 007	2 055 907
Récupération BFR						5 624 011
Remboursement Emprunts		6 818 258	7 363 719	7 952 816	8 589 042	9 276 165
Récupération VNC						42 781 864
Investissements	-82 981 800					
FLUX de trésorerie		15 366 498	27 846 308	31 761 893	41 795 845	102 329 573

TRI	23,14%
------------	---------------

Le taux de rentabilité interne du projet est égal à 23.14%, taux largement au dessus non seulement du taux de l'emprunt bonifié par le projet PACD mais

aussi un taux supérieur au taux d'octroi des crédits par les établissements financiers sur le marché national. Le projet est rentable du point de vue du TRI

7.6.4. Taux de Rendement du Capital

Tableau 25 : Rendement du Capital

TYPE	Formule Ratio	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Rentabilité Financière	<u>Résultat NET</u> Capitaux propres	46,25%	46,14%	53,20%	57,53%	56,27%

Le projet rémunère les actionnaires à un taux intéressant (taux supérieur aux taux pratiqués sur le marché bancaire national). Ce taux qui est de 46,25% la première année évolue rapidement et atteint les 56,27% à la fin de la cinquième année.

7.6.5. Taux de Rendement des investissements

Tableau 26 : Rendement des investissements

TYPE	Formule Ratio	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Rentabilité économique	<u>EBE</u> Actif d'Exploitation brut	59,76%	54,14%	60,88%	79,26%	99,72%

La rentabilité des investissements est assez intéressante. L'entreprise pourra envisager une extension à partir de la cinquième année par exemple en créant une unité de production de ses emballages.

7.6.6. Cash flow actualisés

Tableau 27 : Cash flow actualisés

Désignations	Début Année 1	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Capacité d'Autofinancement		39 175 725	36 059 575	40 564 258	52 253 893	65 255 771
Variation BFR		16 990 969	849 548	849 548	1 869 007	2 055 907
Récupération BFR						5 624 011

Remboursement Emprunts		6 818 258	7 363 719	7 952 816	8 589 042	9 276 165
Récupération VNC						42 781 864
Investissements	-82 981 800					
FLUX de trésorerie		15 366 498	27 846 308	31 761 893	41 795 845	102 329 573
CAH FLOW actualisés		14 228 239	23 873 721	25 213 615	30 721 193	69 643 788

Les cash flow actualisés au taux de 8% sont positifs et restent à un niveau très appréciable. Ce qui augure la viabilité du projet.

7.6.7. Coûts actualisés

Tableau 28 : coût des investissements actualisé

Années	Début Année 1	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
TOTAL DES INVESTISSEMENTS	82 981 800					
INVESTISSEMENTS ACTUALISES	82 981 800					

Les investissements se faisant en début de l'année 1, la valeur actualisée des dépenses d'investissement est bien égale à la valeur initiale de ceux-ci.

7.6.8. Bénéfice actualisé

Tableau 30 : Bénéfices actualisés

RESULTAT NET	27 737 544	24 621 394	29 126 077	40 815 712	53 817 590
RESULTAT NET ACTUALISE	25 682 911	21 108 877	23 121 219	30 000 767	36 627 348

Le résultat net est actualisé au taux de 8%.

7.6.9. Délai de récupération

Tableau 31 : Délai de récupération

DELAI DE RECUPERATION DU CAPITAL INVESTI						
Investissement total	82 981 800					
Flux de trésorerie	15 366 498	27 846 308	31 761 893	41 795 845	102 329 573	
Comparaison flux-Investissements	-67 615 302	-39 768 993	-8 007 101	33 788 744	136 118 317	
Délai de récupération en mois	12,00	12,00	12,00	2,30		
					38	Mois
					9	Jours

Le délai de récupération des investissements est estimé à 38 mois 9 jours. Le coût des investissements engagé est entièrement couvert dès la fin de la troisième année.

7.6.10. Point mort

Tableau 32 : Seuil de rentabilité

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires	407 783 250	428 172 413	448 561 575	493 417 733	542 759 506
Charges variables	196 533 320	206 359 986	216 186 652	237 805 317	261 585 848
MARGE SUR COUTS VARIABLES	194 932 379	204 678 998	214 425 617	235 868 179	259 454 997
TAUX DE MARGE SUR COUT VAR	47,80%	47,80%	47,80%	47,80%	47,80%
Charges fixes ou de structure	179 601 835	180 057 604	185 299 540	195 052 467	205 637 406
RESULTAT NET	15 330 544	24 621 394	29 126 077	40 815 712	53 817 590
SEUIL DE RENTABILITE	375 712 954	376 666 386	387 632 107	408 034 464	430 177 328
<i>Point mort en jour de CA</i>	332	317	311	298	285
<i>Marge de sécurité</i>	32 070 296	51 506 026	60 929 468	85 383 268	112 582 178
INDICE DE PROFITABILITE	7,86%	12,03%	13,58%	17,30%	20,74%

Évalué en jours de Chiffre d’Affaires, Le seuil de rentabilité évolue de façon croissante. Il représente 332 jours de Chiffres d’Affaires la première année, croît de façon exponentielle pour atteindre 285 jours seulement en année 5 malgré l’évolution croissante du Chiffres d’Affaires.

X. CONCLUSION GENERALE

Le présent projet se propose de créer une unité de transformation de fruits en jus (pur jus et nectar) à AWAE. L’on ad’abord présenté le projet dans sa genèse, son historique ses structures. L’on a aussi présenté son promoteur et son parcours dans le monde de l’entrepreneuriat. C’est le lieu de rappeler que l’unité de transformation de fruits en jus n’est pas faite seulement pour produire des jus purs et nectar pour le marché local ou sous régional mais aussi pour réduire les pertes des producteurs d’ananas d’AWAE liées aux exigences de qualité imposées par le commerce des ananas. De plus, la mise en place de cette unité favorise le développement économique et social de la

commune rurale d'AWAE. Notamment, avec la création des dizaines d'emplois permanents ou non, l'approvisionnement en électricité aux populations environnantes, la construction de la route qui dessert l'unité de transformation.

Ensuite, nous avons effectué l'étude de marché. La conjoncture du marché des jus de fruits naturels et nectar au Cameroun et dans la ville d'AWAE, offre une perspective favorable pour la création et la promotion de notre unité de transformation de fruits. En effet, la réussite de ce projet est possible grâce à l'accroissement plus que proportionnel de la demande en jus de fruits par rapport à l'offre. Ce qui a exigé à l'unité d'établir un plan d'affaires agressif. En ce qui concerne le prix qui est un autre élément déterminant du marché, l'unité pratique des prix à un niveau accessible aux clients moyens (ménages, clients de restaurants, d'hôtels et de supermarchés) pour assurer des ventes en quantité afin de récupérer le plus rapidement possible l'investissement. C'est pour cette raison que l'on a mené une étude financière très rigoureuse se rapprochant au maximum de la réalité.

Enfin, nous avons traité l'étude de faisabilité proprement dite. Elle consistait dans les recherches devant aboutir à la prise de décision. En premier lieu, ont été étudiés les coûts des investissements à réaliser et le besoin en fond de roulement à constituer. En second lieu, ont été établis tous les documents financiers prévisionnels, notamment : les comptes de résultats prévisionnels et le plan de remboursement. Il en ressort que le projet est viable car le niveau de bénéfice sur plusieurs années est acceptable. L'évaluation financière du projet se déduit des critères de rentabilité : V.A.N. et T. R. I.

En somme, le projet est rentable, acceptable c'est-à-dire faisable.

XI. ANNEXE

7.7.ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE ETUDE DE MARCHÉ

I. La concurrence

- 1) Quelles sont les entreprises de transformation de fruits en jus au Cameroun ?
- 2) Ces entreprises sont nationales ou étrangères ?
- 3) Quel est leur statut juridique : S.A ou S.A.R.L, entreprise semi-industrielle ou industrielle ?
- 4) Ont-elles une notoriété internationale ? Quelle part de marché nationale détiennent-elles environ parlant des plus importantes?
- 5) Quels sont les types de jus qu'elles produisent ? (Pur jus, nectar ?)
- 6) Si c'est du pur jus, quels sont les fruits utilisés ? Quels sont les segments ciblés ? Quels sont les conditionnements utilisés ? Quel est le mode de distribution choisi ? Quels sont les canaux publicitaires retenus ?
- 7) Si c'est du nectar, quels sont les fruits utilisés ? Quels sont les segments ciblés ? Quels sont les conditionnements adoptés ? Quel est le mode de distribution choisi ? Quels sont les canaux publicitaires retenus ?

II. Les clients

- 8) Quelles sont leurs préférences par rapport aux différents produits (pur jus ou nectar)?
- 9) Quelles sont les attentes exprimées par les clients par rapport au type d'emballages ?
- 10) Quel est leur ordre de préférence par rapport aux différents fruits ou parfums (goyave, ananas, mangue, passion, papaye, casse manga...)?

- 11) Quel est le pouvoir d'achat des clients du marché des jus de fruits ?
- 12) A quel prix sont-ils prêts à acheter les jus de fruits (pur jus et nectar) ?

III. La technologie

- 13) Quelles sont les technologies utilisées par la grande majorité d'entreprises ? Sont-elles éprouvées ou innovantes ?
- 14) Quelles sont les entreprises à la pointe en termes de procédés techniques ?
- 15) Quels sont les équipements régulièrement utilisés ? Sont-ils disponibles au Cameroun ou nécessairement à importer de l'étranger ? Si à l'étranger, en Afrique, en Europe, en Amérique ou en Asie ?
- 16) Quels sont leurs coûts moyens ? Quel est le délai de livraison en cas d'achat ? Quels sont les frais supplémentaires à prévoir lors de leur acquisition ?
- 17) Quels sont les fabricants d'équipements les plus recommandés ?

7.8.ANNEXE 2 : LA FACTURE PROFORMA DES ÉQUIPEMENTS

Fournisseur : ALVAN BLANCH *Processing the World's Crops*

Contact : +44 (0) 1666 577 333

✓ **Extracteur de jus**

Pour l'extraction de la pulpe, l'extracteur haute définition avec grande capacité de broyage 53kg/heure

✓ **Traitement de l'eau**

Pour traiter l'eau entrante pour une utilisation sur le lavage des fruits, de refroidissement et de lavage à grande eau de la plante. 15l/ Min

Principales caractéristiques

- Filtres en cascade progressifs : 316 cuves en acier inoxydable primaires avec des sacs filtrants amovibles / lavables et système de filtration à cartouche.
- 4 x tanks 400litres
- Piéger et de pression auto-amorçage des pompes avec contrôle de niveau
- UV chambre de stérilisation de la lampe avec un système de commande.
- Cadre en acier galvanisé.

✓ **Système de traitement des jus : le Pasteurisateur**

Le processus de pasteurisation est utilisé pour stériliser et purifier toute une gamme de liquides, y compris les jus de fruits. La pasteurisation désactive les enzymes gâtées présentes dans les liquides et peut augmenter la durée de conservation des boissons non réfrigérées. Nos systèmes avec deux plaques et des échangeurs de chaleur tubulaires sont adaptés pour les jus et pulpes avec une large gamme de viscosités. L'utilisation de l'eau chaude comme un média de chauffage par la vapeur ou de chauffage électrique évite de brûler le produit. Tous les systèmes sont conçus de sorte qu'ils peuvent être facilement nettoyés en place et sont livrés avec contrôle de la température complète et le contrôle de flux pour assurer la pasteurisation optimale.

Construction

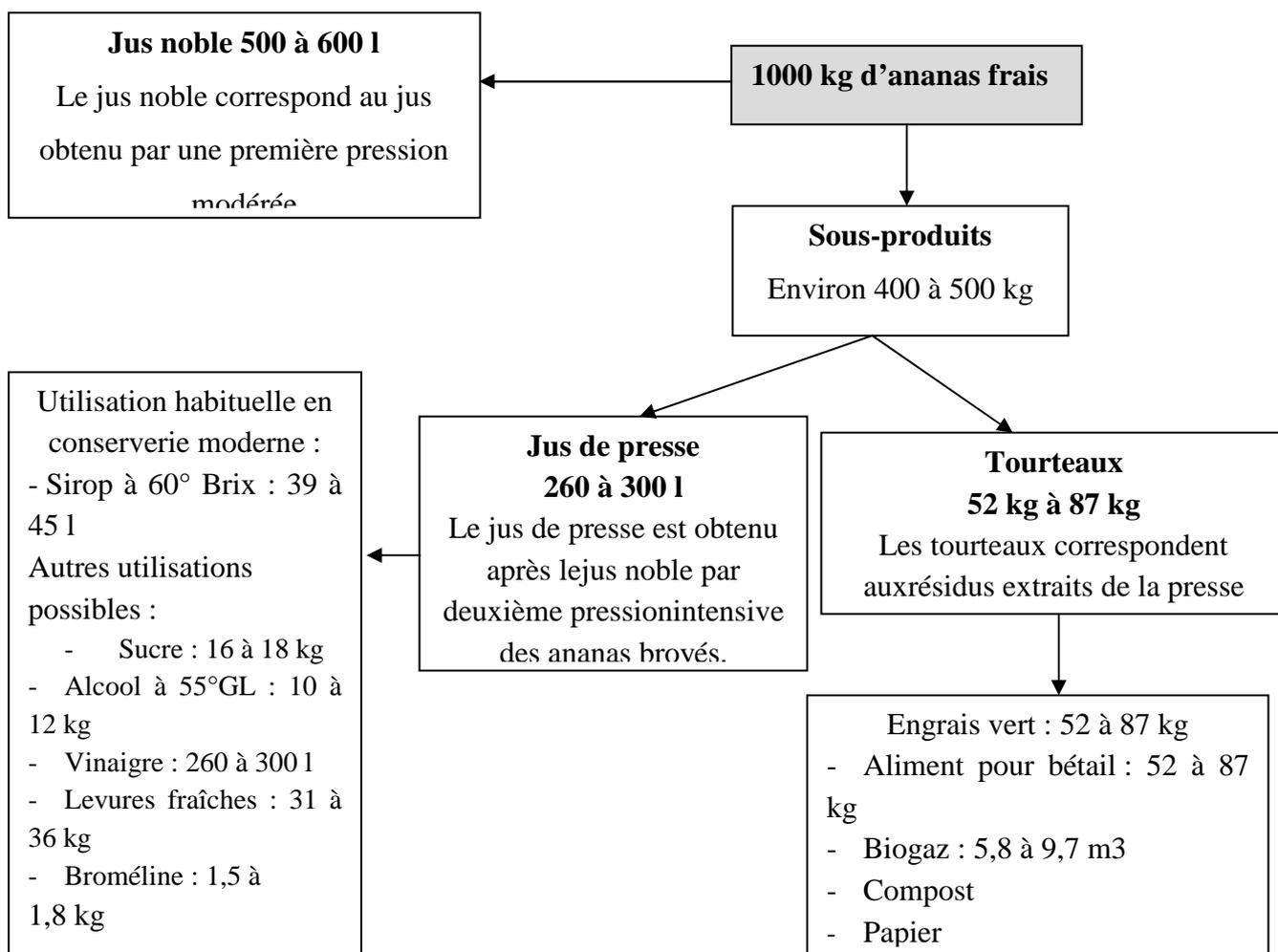
Le système de pasteurisation est formé entièrement en acier inoxydable avec toutes les pièces de contact dans 316s / s. Hygiéniques raccords en acier inoxydable et les raccords. Réservoir d'eau chaude et d'un système de recirculation complet avec chauffage électrique intégré. Inoxydable pompe centrifuge haute capacité en acier de l'eau chaude. Lobes rotatives vitesse pompe d'alimentation en jus variable. Acier inoxydable tuyauterie d'interconnexion et du système de contrôle complet et le câblage électrique

pour la commande de processus précis. Le système de pasteurisation complet est monté sur un facile à nettoyer, dérapage réglable.

Devis estimatif des équipements de production

Éléments	Montants en F CFA
Equipements de production	35 000 000
Transport maritime et assurance	10 000 000
Dédouanement et taxes	7 000 000
Transport terrestre rendu à l'usine	500 000
Total	52 500 000

7.9.ANNEXE 3 : SCHEMA DE LA VALORISATION DES SOUS-PRODUITS DE



L'ANANAS

