

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITE AKLI MOHAND OULHADJ – BOUIRA  
FACULTE DES SCIENCES DE LA NATURE ET DE LA VIE ET DES SCIENCES DE LA TERRE  
DEPARTEMENT DES SCIENCES AGRONOMIQUES



Réf : ...../UAMOB/F.SNV.ST/DEP.AGRO/2023

## MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME MASTER

Domaine : SNV

Filière : Sciences Agronomiques

Spécialité : Alimentation nutrition animale

Présenté par :

*Rekibi Amira & Rekibi Sara*

*Thème*

**Création d'une micro-entreprise spécialisée  
dans la production de fromage**

Soutenu le : 04 /07 /2023

Devant le jury composé de :

<i>Nom et Prénom</i>	<i>Grade</i>		
<i>M. CHEDDAD .M</i>	<i>MCB</i>	<i>Univ. de Bouira</i>	<i>Président</i>
<i>MM. YAHYAOUI. Y</i>		<i>DSA de Bouira</i>	<i>Représentante de secteur agricole</i>
<i>M. KHELIL .S</i>	<i>MCB</i>	<i>Univ. de Bouira</i>	<i>Promoteur</i>
<i>M. AITAKKACHE.S</i>		<i>Univ. de Bouira</i>	<i>Représentant de l'incubateur</i>

Année Universitaire : 2022/2023

## Remerciements

Nous remercions Allah le tout puissant et miséricordieux de nous avoir donné le courage, la volonté et la patience pour réaliser ce travail.

Nous tenons à remercier notre promoteur monsieur **Khelil, S** pour son aide précieuse et pour notre orientation tout au long de la période de réalisation de ce travail.

Nos sincères remerciements également aux membres de jury qui ont accepté d'examiner notre travail et rehausser sa qualité.

Nous tenons à exprimer notre gratitude à l'ensemble de l'équipe pédagogique qui a nous formé tout au long de notre parcours universitaire.

Nous adressons aussi nos remerciement à l'ensemble du personnel de l'incubateur de l'université de Bouira chacun en son nom, un grand merci à Pr. **Aitakkache, S**

En fin, nous remercions chaleureusement tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

**Merci à tous**

<b>Liste des tableaux :</b>	<b>Page</b>
<b>Tableau n°1 :</b> Tableau de Chronogramme	8
<b>Tableau n° 2 :</b> Prix de Camembert (en DA)	13
<b>Tableau n°3 :</b> Les points forts et les points faibles des concurrents	14
<b>Tableau n°4 :</b> Estimation d’effectif du personnel sur cinq années	20
<b>Tableau n°5 :</b> cout des Matériels industriels	24
<b>Tableau n°6 :</b> Coût des matériels et mobilier de bureau (DA)	26
<b>Tableau n°7 :</b> Coût matériel informatiques (montant en DA)	26
<b>Tableau n°8 :</b> Récapitulation des immobilisations (montant en DA)	27
<b>Tableau n°9 :</b> services nécessaire par année	27
<b>Tableau n°10 :</b> matières première et le cout prévu	27
<b>Tableau n°11 :</b> représente le détail de salaire notre personnel	28
<b>Tableau n°12 :</b> présente la structure de financement	28
<b>Tableau n°13 :</b> indique le tableau d’amortissement du prêt	29
<b>Tableau n°14 :</b> Récapitulation des productions prévisionnelles sur les cinq années (unité en Kg)	29

<b>Liste des figures :</b>	<b>page</b>
<b>Figure 1 : PULL</b>	15
<b>Figure 2 : PUSH</b>	15

# Carte d'information



## 1. Équipe d'encadrement :

Encadrant principal	Spécialité
KHELIL Sofiane Raouf	Production animale

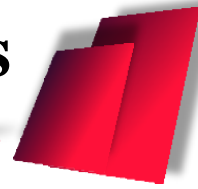


## 2. Équipe de projet

Équipe de projet	Faculté	Spécialité
REKIBI Sara	Sciences de la nature et de la vie	Production et nutrition animale
REKIBI Amira	Sciences de la nature et de la vie	Production et nutrition animale



# Table des matières



	Page
<b>Introduction</b> .....	3
<b>Premier axe : Présentation du projet</b>	
1. L'idée de projet (la solution proposée) .....	5
2. Les Valeurs suggérées.....	5
3. L'équipe .....	6
4. Les Objectifs du projet.....	6
5. Le planning de réalisation du projet.....	6
<b>Deuxième axe : Aspects innovants</b>	
1. La nature des innovations.....	10
2. Les domaines d'innovation.....	10
<b>Troisième axe : Analyse stratégique du marché</b>	
1. Le segment du marché.....	12
2. La mesure de l'intensité de la concurrence.....	13
3. La stratégie marketing.....	14
<b>Quatrième axe : Plan de production et organisation</b>	
1. Le processus de production.....	18
2. L'approvisionnement.....	19
3. La main d'œuvre.....	20
4. Les principaux partenaires.....	22
<b>Cinquième axe : Plan financier</b>	
1. Les coûts et les charges.....	24
2. Le chiffre d'affaires.....	29
3. Les comptes de résultats escomptés.....	30
4. Le plan de trésorerie.....	31
<b>Sixième axe : Prototype expérimental</b> .....	33

# Introduction



Afin de faire face à toute crise que pourrait connaître l'Algérie avec l'épuisement des réserves pétrolières et en tant que pays en voie de développement, il est essentiel de compter sur ses propres ressources pour satisfaire ses besoins. Par conséquent, il est primordial de développer notre secteur de production et de maîtriser les technologies, en formant les futurs cadres à la gestion de l'industrie en général et de l'industrie alimentaire en particulier, car l'autosuffisance alimentaire est un objectif crucial pour tout pays aspirant à une indépendance économique.

Il est également bien connu que l'Algérie est le plus grand consommateur de lait parmi les pays du Maghreb, avec une consommation d'environ 3 milliards de litres de lait par an. Les produits laitiers sont largement consommés en Algérie, sous forme de lait reconstitué ou recombinaison, de yaourt ou de fromage. (kirat, 2007)

La relance économique de l'Algérie dépendra de la collaboration entre les secteurs privé et public. Au niveau national, l'État algérien relance le secteur économique en encourageant la création d'entreprises ou d'unités de production. Toutes ces considérations nous poussent à réagir et à entreprendre des actions intéressantes pour le développement économique de notre pays. C'est pourquoi nous avons décidé de mener une recherche pertinente et bénéfique pour tous. En réalité, les produits laitiers peuvent devenir une priorité à Bouira, dans la région d'Ain Türk, car l'approvisionnement en lait n'est pas du tout un problème étant donné que la région est une importante productrice de lait de vache.

Par ailleurs, nous sommes conscients de l'augmentation du taux de chômage, notamment parmi les jeunes diplômés. C'est pour toutes ces raisons que nous avons décidé de créer notre propre micro-entreprise spécialisée dans la production de fromage, et que nous l'avons nommée "Amissar". Elle sera située à Bouira.

Dans ce mémoire, notre objectif est d'étudier toutes les étapes de création d'une micro-entreprise spécialisée dans la production de fromage et préparer un fromage à pâte molle type camembert à partir d'une matière première qui est le lait frais 100%.



# Le premier axe : Présentation du projet





# Premier axe

## Présentation du projet



### 1. L'idée de projet :

Notre domaine d'activité est représenté dans l'industrie agro-alimentaire (fromagerie)

L'idée d'implanter une fromagerie dans la zone Ain-el-Turk-Bouira est venue du constat que cette zone est essentiellement agricole et donc l'investissement animalier qui produit du bon lait, si bien qu'il est mentionné que la wilaya dans son ensemble n'a qu'une seule unité de production et qu'elle est en début de production. Cela nécessite la création d'une autre unité de production pour couvrir d'avantage les besoins du marché et faciliter le processus de distribution en raison de sa proximité avec le centre de la wilaya.

Ce projet s'inscrit également dans notre intérêt à contribuer au développement économique de cette région dans le cadre de la stratégie actuelle des dirigeants qui vise à réduire le chômage.

Encourager les éleveurs à augmenter la production de vaches laitières.

En effet, il y aura création de la valeur ajoutée pour augmenter les revenus des habitants de la région, mais aussi création d'emplois.

### 2. Les valeurs proposées :

Le camembert est un produit gastronomique renommé et apprécié dans le monde entier. En proposant du camembert de qualité fabriqué en Algérie avec de méthodes de production traditionnelles pour garantir un goût unique et authentique, nous contribuons à la diversification de l'offre alimentaire locale et à l'enrichissement de la culture culinaire du pays.

Aussi, nous pouvons également proposer du camembert algérien d'origine locale. En utilisant du lait produit localement, nous soutenons les agriculteurs et les producteurs laitiers du pays, ce qui dynamise le secteur agricole et favorise le développement rural. En privilégiant l'approvisionnement domestique, nous réduisons la dépendance aux importations et participons à la promotion de l'autosuffisance alimentaire.

Puis, fournir un camembert à un prix raisonnable au camembert du marché pour répondre aux exigences de nos clients. Nous offrons également un accès facile au produit. Enfin, les restes de camembert (lactosérum) sont également valorisés et utilisés dans l'industrie de l'alimentation animale ainsi que dans l'industrie de la boulangerie.

### 3. Equipe de travail :

L'équipe du projet est composée des membres suivants :

- Étudiante 01 : Rekibi Sara, spécialité alimentation et nutrition animale, a suivi des formations dans le domaine de comptabilité et marketing.
- Étudiante 02 : Rekibi Amira, spécialité alimentation et nutrition animale, a suivi des formations dans le domaine de comptabilité et production.
- Le rôle de l'étudiante 01 : est de diriger le projet, les études de marché et le marketing.
- Le rôle de l'étudiante 02 : est de la production et tout ce qui concerne ses étapes depuis la collecte du lait jusqu'au produit final.

### 4. Objectifs du projet

Notre objectif est essentiellement de produire un fromage à pâte molle (camembert) de meilleure qualité à la satisfaction des demandeurs.

#### ✓ Objectifs à court terme :

L'objectif de notre entreprise est de vendre le produit le plus efficacement et le plus rapidement possible, c'est-à-dire de satisfaire le marché de la zone où se situe le projet, puis la capitale et enfin le marché national.

Conclure des partenariats avec des clients partenaires pour distribuer nos fromages

#### ✓ Objectifs à moyen et long terme du projet :

Ces objectifs impliquent l'expansion de la société. C'est-à-dire développer et augmenter la production pour gagner des parts de marché intéressantes et éventuellement une présence sur les marchés internationaux.

Développer de nouveaux produits fromagers innovants.

### 5. Calendrier de réalisation du projet :

#### ✓ Etudes préalables Préparation des documents requis : (2 mois)

##### Phase de planification (deux semaines) :

Mener des études de marché approfondies pour évaluer la demande et la concurrence.

Détermination des sources de financement (subventions, prêts, investisseurs, etc.)

Préparer les documents nécessaires aux demandes de financement

Élaborer un plan d'affaires détaillé, y compris une analyse financière et une stratégie de marketing.

Identifier les fournisseurs potentiels de matières premières et d'équipements de fabrication.

**Phase juridique et administrative (4 semaines) :**

Choix de la forme juridique de la société (SARL, SAS, etc.) et réalisation de la procédure d'immatriculation.

Obtention des licences et permis nécessaires pour la fabrication et la vente de produits laitiers.

Elaboration des systèmes comptables et administratifs.

**Résultats clés :** un plan d'affaires final et une compréhension claire du marché et des fournisseurs potentiels.

L'entreprise est dûment enregistrée et dispose des licences nécessaires pour exercer ses activités

✓ **Commande des équipements (deux semaine)**

Acquisition d'équipements de fabrication nécessaires, tels que des cuves de fermentation et d'affinage, des moules à fromage, etc.

✓ **Construction d'un siège de production (usine) (1 mois)**

**Location de l'établissement**

Trouver un lieu adapté à la production du camembert, en tenant compte des exigences sanitaires.

Aménagement des bâtiments en fonction des besoins de production.

**Principales conclusions :** les installations sont prêtes

✓ **Achat de matière première (deux semaine)**

**Fourniture de matières premières**

Établir des relations avec les fournisseurs de lait et autres ingrédients nécessaires à la fabrication du camembert.

Négociation des contrats d'approvisionnement à long terme.

Développement d'un système de contrôle de la qualité des matières premières.

**Principaux résultats :** Signature de contrats d'approvisionnement et mise en place d'un système de contrôle qualité.

✓ **Réalisation du prototype :**

Réaliser des tests de production pour ajuster les opérations et s'assurer de la qualité du camembert.







Mettre en place des procédures de contrôle qualité à toutes les étapes de la production.

Commercialisation des produits auprès des distributeurs et des clients potentiels.

**Principaux résultats :** Lancement de la production de camembert avec des procédures de contrôle qualité en place.

Nous allons présenter dans le tableau suivant le calendrier de nos activités par mois

Tableau n°1 : Tableau de Chronogramme (X=mois)

			Mois						
			1	2	3	4	5	6	7
1		Études préalables : choix de l'implantation de l'unité de production, préparation des documents nécessaires	✓	✓					
2		Commande des équipements			✓				
3		Construction d'un siège de production (usine)				✓			
...		Installation des équipements					✓		
N		Achat de matières premières						✓	
...		Réalisation du prototype						✓	✓

# Deuxième axe :

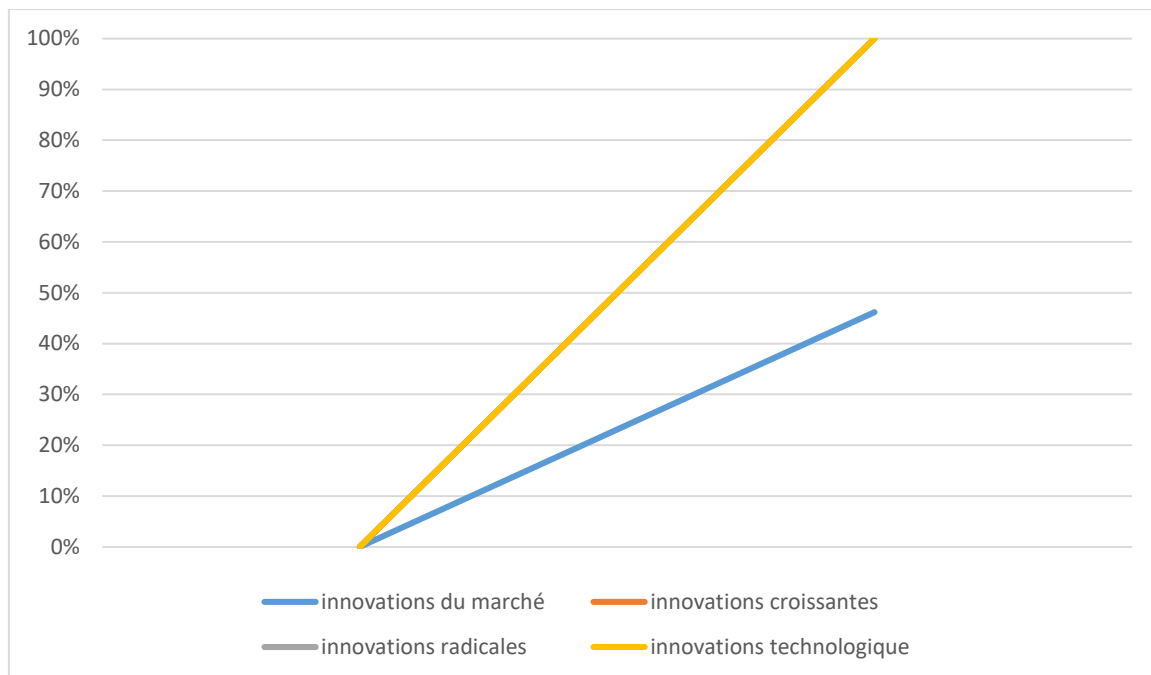
## Aspects innovants



# Deuxième axe : Aspects innovants



## 1. Nature des innovations :



## 2. Domaines d'innovation :

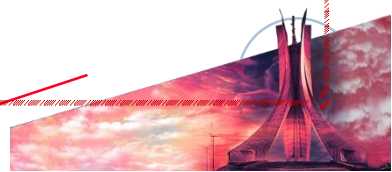
Les aspects innovants de notre projet sont :

- Notre propre recette
- Fabrication traditionnelle du camembert
- Nouvelle d'emballage pour le produit final



# Troisième axe

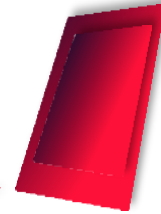
## Analyse stratégique du marché





# Troisième axe

## Analyse stratégique du marché



### 1. Le segment du marché

#### ✓ **Marché potentiel :**

Le marché potentiel du camembert comprend des individus et des groupes intéressés ou ayant besoin de consommer du camembert. Cela inclut les amateurs de fromage, les restaurants, les hôtels, les supermarchés, les épiceries fines, etc. Le marché potentiel peut être jugé en fonction de la taille de la population algérienne, des habitudes de consommation alimentaire, de la demande actuelle de produits laitiers, des tendances et des préférences des consommateurs.

#### ✓ **Marché cible :**

Le marché cible du camembert en Algérie peut être défini comme les consommateurs algériens qui apprécient les produits laitiers de haute qualité et préfèrent le goût et la texture uniques du camembert. Ce segment peut regrouper les amateurs de fromages, les chefs, la gastronomie, les épiceries fines pour clients exigeants, etc.

#### ✓ **Choix du marché cible**

Le marché cible a été choisi en fonction de plusieurs facteurs. Premièrement, l'Algérie a connu une augmentation de la consommation de fromages importés, augmentant la demande de produits laitiers. De plus, le camembert étant un fromage populaire dans de nombreux pays, nous avons l'opportunité de répondre à cette demande en proposant du camembert de haute qualité produit localement en Algérie. En se concentrant sur un marché cible spécifique, l'entreprise peut adapter ses stratégies de marketing et de vente aux besoins et aux préférences de ce segment particulier, ce qui peut entraîner une pénétration accrue du marché et la fidélisation de la clientèle.

#### ✓ **Contrats d'achat avec des clients importants :**

La possibilité de conclure des contrats d'achat avec certains clients importants dépend de plusieurs facteurs, tels que la capacité de production de l'entreprise, la qualité du produit, la compétitivité des prix et la capacité logistique à fournir les produits aux clients dans les délais. De plus, la construction de relations solides avec les clients potentiels joue un rôle essentiel. Il est bénéfique d'identifier et de cibler des clients importants, tels que les grandes chaînes de supermarchés, les restaurants ou les hôtels, qui peuvent générer un volume de ventes significatif et offrir une stabilité économique à l'entreprise. La conclusion de contrats d'achat avec ces clients importants peut contribuer à la croissance et à la viabilité à long terme de l'entreprise.



## 2. Mesure de l'intensité de la concurrence

### ✓ Le concurrent direct

La concurrence directe est constituée généralement par les sociétés qui produisent et vendent des produits identiques au nôtre sur le marché (Président, Tassili, Fermier ...). L'avantage jouera sur la qualité des produits offerts aux clients, au prix pratiqué et à la politique de fidélisation des clients, en ce qui concerne nos concurrents nous allons voir les autres offreurs et les prix pratiqués par eux.

### Les autres offreurs

Il s'avère que la concurrence est assez rude car il y a un certain nombre de fournisseurs principalement dans les trois wilayas qui nous sommes proches, mais la zone dans laquelle nous avons choisi de nous implanter ne possède pas d'outil de fabrication, ce qui est un avantage pour nous ; Mais chaque produit a sa propre marque et son propre part de marché. Ainsi, la région de Bouira n'est pas saturée, d'autant plus qu'elle est couverte par la production des wilayas voisines, mais nos produits vont inonder notre secteur, puis les grandes villes et le marché national. Nous pouvons déployer une double stratégie ; pousser le produit vers le consommateur ou bien tirer les consommateurs vers le produit.

### Les prix pratiqués

Par les concurrents nous pouvons examiner ci-dessus les différents prix pratiqués par les fabricants de fromage. On peut établir le tableau comparatif suivant :

**Tableau n° 2 : Prix de Camembert (en DA)**

Fabricants de fromage	Prix pratiqués 250/g
Famille	350
Tassili	330
Fermier	370
Sidi Saâda	355
Président	375

### ✓ Le concurrent indirect

La concurrence indirecte est constituée par la présence des produits similaires aux nôtres c'est-à-dire qu'un produit est introduit et utilisé à la place d'un autre. Alors tous les fabricants de fromages sont des concurrents potentiels même si le marché est dominé par les fromages en lait de vache, d'autres fromages en lait de chèvre s'y trouvent aussi. Donc il est très important de faire l'analyse de cette concurrence car elle pourrait être une menace pour la vente de notre produit. D'autres concurrents tels que les vendeurs dans les rues, les marchands ambulants n'ont pas de dénomination sociale mais qui choisissent les mêmes cibles que nous.

### ✓ Les forces et les faiblesses des concurrents

Connaître les points forts et les points faibles de nos concurrents représente une nécessité pour que nous puissions définir notre position sur le marché.

**Tableau n°3 : Les points forts et les points faibles des concurrents**

Concurrents	Forces	Faibles
<b>Technique industrielle</b> comme <ul style="list-style-type: none"> <li>• Président</li> <li>• Le fermier</li> </ul>	- Canaux de distribution bien maîtrisés - Outils industriels performants - Utilisation des machines modernes - contrôle assuré - Existence de publicité - Produit très connu - Moyens financiers intéressants - Parmi les meilleures qualités (goût)	- Concentration sur le marché local - couts de transport et de distribution élevés -Laboratoire de qualité à l'extérieur de l'usine - Prix élevé
<b>Technique traditionnelle</b> Tassili	- Processus de production simplifié - Prix moins cher - Attire la plupart des clients locaux	-Technique de production traditionnelle - Points de vente non identifiés - Manque de publicité - Parfois pas de marque - Machine simple

### 3. La stratégie marketing

Il y a beaucoup de stratégies possibles à adopter pour atteindre notre objectif. En analysant les ressources de l'entreprise, la tendance du marché, et la force de la concurrence, nous avons choisi ici la stratégie pull à dominant push et la stratégie mix.

#### ✓ Stratégie Pull à dominante Push

La stratégie Pull consiste à attirer les gens vers la consommation de fromage en pratiquant au niveau des grandes surfaces, la publicité sur le lieu de vente en faisant goûter aux gens les produits à promouvoir. C'est une technique permettant d'augmenter la demande. C'est un domaine privilégié pour l'application de la stratégie PULL.

La stratégie Push utilise les techniques de la stimulation des vendeurs, de la promotion auprès des demandeurs qui peuvent profiter de remises, des divers cadeaux... c'est-à-dire que le produit est placé au niveau des yeux et des mains (tête de gondole, démonstration, bons de réduction, ...). Toutes ces techniques visent à mettre en avant le produit à le « pousser » vers le client.

C'est donc l'occasion de mettre en pratique la stratégie PUSH et PULL. Avec toutes ces actions marketing, nous pourrions espérer obtenir de meilleurs résultats dans l'accroissement de la demande. En effet dans ce projet nous avons adopté la stratégie Pull à dominante Push car c'est très intéressant pour le bien du circuit de distribution.

Schématiquement, les stratégies PUSH et PULL se traduisent comme suit :

Figure 1 : PULL



Figure 2 : PUSH



### ✓ **Stratégie Mix.**

La stratégie Mix est basée sur le système PPDC (Produit, Prix, Distribution et Communication). Les quatre sous sections suivantes mettra donc en évidence la politique de produit, la politique de prix, la politique de distribution et la politique de communication.

#### ➤ **La politique de produit**

En ce qui concerne nos produits, nous avons les produits principaux :

- Le fromage à pâte molle qui est le produit principal.

Ce ne sont pas des produits nouveaux, ils existent déjà sur le marché ; le lancement doit donc agir à ces différents niveaux pour être efficace dans les activités prévues en pratiquant la mise au point d'outils d'aide à la mise en place du produit dans les points de vente et le développement d'une communication publicitaire et promotionnelle.

#### ➤ **La politique de prix**

Dans notre cas la fixation du prix résulte d'abord de l'analyse de la demande, de celle des coûts et de celle de la concurrence. Nos prix sont abordables face aux autres concurrents à savoir :

1 kg de fromages a pate a molle = 1400 DA

Nous vendrons nos produits par kg et par gamme c'est-à-dire boules de 250g pour les fromages a pate a molle. Bref l'arbitrage est un choix stratégique en fonction de nos objectifs.

#### ➤ **La politique de distribution**

Pour la distribution de nos produits, nous adoptons deux circuits car

- d'une part la vente de nos produits est effectuée par nous-même, c'est à nous même d'effectuer la livraison auprès de nos clients : c'est un circuit court ;
- d'autre part nos produits passent par des intermédiaires c'est-à-dire par les revendeurs grossistes, les grandes surfaces, les épiceries afin de passer au consommateur.

#### ➤ **La politique de communication**

Pour arriver au-delà d'un courant de vente spontané, nous devons concevoir et transmettre des informations sur nos produits. Alors nous appliquons la publicité comme moyen de communication car elle est un des vecteurs importants, avec la force de vente ; la notoriété et l'image véhiculée. Elle est la meilleure façon de faire connaître et d'agir avec motivation, sur les attitudes et les opinions, et indirectement seulement, de vendre les produits aux clients. On peut penser que la publicité n'est qu'un indicateur du développement de l'économie de marché dans un pays.

Pour que notre entreprise puisse avoir une place sur le marché, elle devra suivre les grands types d'objectifs publicitaires :

- Faire connaître l'existence par le support publicitaire et les media ;
- Fournir des caractéristiques objectives : faire connaître les caractéristiques particulières du produit.
- Construire une image (représentation subjective particulière du produit)
- Soutenir d'autre action telle que la promotion de vente.
- Provoquer l'achat immédiat.

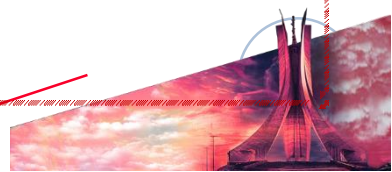
Nous effectuerons notre publicité dans, les grands medias à la Télévision algérienne deux mois par an et à la Radio Nationale un mois dans l'année.

Nous envisagerons aussi plus tard la mise en place d'un site Internet et le fait d'être sponsorisé.

.....

# Quatrième axe

## Plan de production et d'organisation



# Quatrième axes

## Plan de production d'organisation



### 1. Le Processus de production :

Le processus de production de camembert peut être décrit en plusieurs étapes essentielles. Voici une description de ces étapes :

Premièrement évaluation de la qualité physico-chimique de MP :

Les différentes analyses réalisées dans cette étude, ont été menées au niveau du laboratoire biochimique et microbiologique

- Mesure du pH
- Détermination de l'acidité titrable
- Détermination de la masse volumique
- Test d'antibiotique

#### ✓ Achat de matières premières :

La première étape du processus de production du camembert consiste à l'achat des matières premières nécessaires. Cela inclut généralement le lait de vache de qualité provenant de fermes locales. L'entreprise de production s'assure de sélectionner des fournisseurs fiables et respectant les normes sanitaires pour garantir la qualité du lait utilisé.

#### ✓ Fabrication :

Une fois les matières premières acquises, la fabrication du camembert commence. Le lait est d'abord pasteurisé pour éliminer les bactéries nocives, puis refroidi à une température spécifique. Ensuite, un ferment lactique est ajouté pour favoriser la fermentation et développer les caractéristiques spécifiques du camembert. L'enzyme coagulante est également ajoutée pour cailler le lait et former le caillé. Le caillé est ensuite découpé en petits morceaux et brassé doucement pour favoriser l'égouttage du lactosérum.

#### ✓ Conditionnement du produit :

Une fois l'égouttage terminé, le caillé est moulé dans des moules spécifiques en forme de camembert. Les moules permettent au fromage de prendre sa forme caractéristique et d'acquérir sa texture crémeuse. Le fromage est ensuite pressé légèrement pour éliminer davantage de lactosérum. Cette étape contribue à la formation de la croûte du camembert.

#### ✓ Emballage :

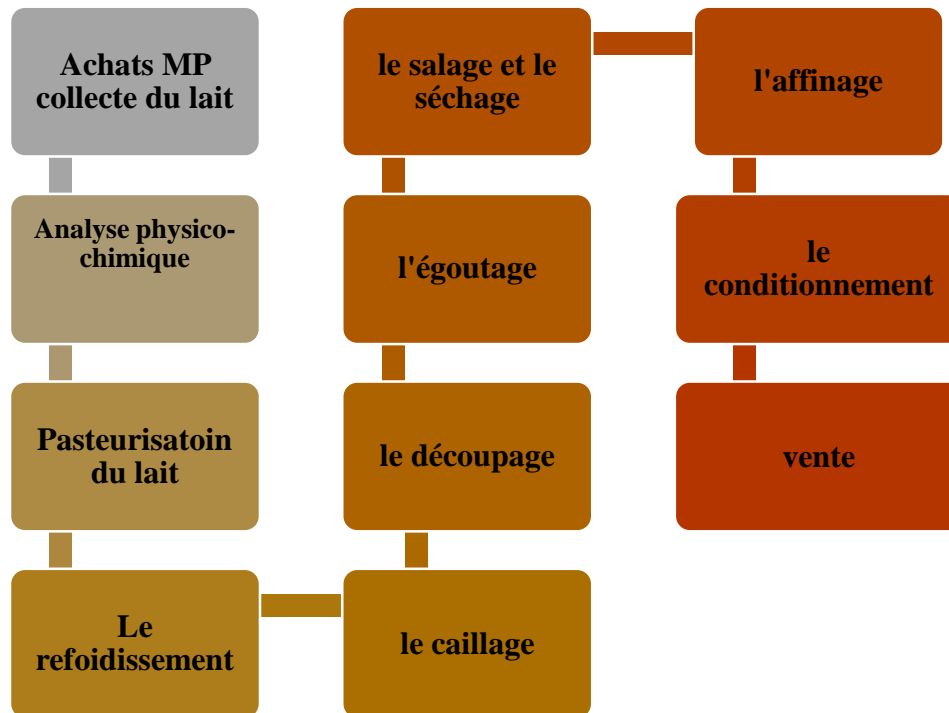
Une fois le fromage démoulé, il est prêt pour l'emballage. Le camembert est souvent enveloppé dans du papier spécial qui permet au fromage de respirer tout en le protégeant contre les contaminants externes. L'emballage est soigneusement effectué pour maintenir la fraîcheur du fromage et préserver sa saveur et sa texture. Les camemberts emballés sont ensuite stockés dans des conditions appropriées, telles que des chambres froides, pour continuer leur processus de maturation.

Ces étapes du processus de production du camembert sont cruciales pour garantir la qualité du produit final. Elles nécessitent une attention particulière à chaque étape, depuis l'achat des



matières premières jusqu'à l'emballage, afin de produire un camembert délicieux et de haute qualité qui satisfait les consommateurs algériens.

#### **Schéma du processus de production :**



## **2. L'approvisionnement :**

Dans le processus d'achat de la matière première (lait), nous traitons directement avec les éleveurs car nous sommes proches d'eux, et nous considérons la commune d'Ain El Türk comme l'une des plus grandes régions productrices du lait au niveau de la wilaya. C'est ce qui est considéré comme un avantage concurrentiel pour notre projet, et aussi parce que notre wilaya n'a pas de fromagerie.

- ✓ Les fournisseurs les plus importants.
  - Fournisseurs de matières premières (les éleveurs)
  - Fournisseurs d'ingrédients fromagers (foods mania)
  - Fournisseurs d'équipement de l'unité (Cuisinox matériel équipement, Foods mania)
  - Fournisseurs des bureaux (Le confort Vente de mobilier de bureaux)
- ✓ Politique de paiement

Afin de connaître le mécanisme de paiement, nous suivons les étapes suivantes :

- avec les fournisseurs sur les conditions de paiement, car le contrat comprend les quantités, les prix et les modes de livraison.
- Demande d'approvisionnement Fournir tout ce dont l'usine a besoin
- Livraison d'approvisionnement Factures.

A partir de là politique de paiement et :

Les fournisseurs de lait : paiement différé, sont payés par virement bancaire ou cash.

Les fournisseurs d'ingrédients : paiement échelonné et à réception. Une partie du paiement est versée à la livraison, et le reste est réglé après la vente du produit. Le paiement s'effectue de plusieurs manières, soit par virement bancaire, soit cash.

### 3. La main d'œuvre

L'entreprise compte employer au total 06 personnes à la première et à la deuxième année. Cet effectif change chaque année. On aura au total 09 personnes à la cinquième année de l'exercice. Voici le tableau récapitulatif de l'effectif du personnel :

**Tableau n°4 : Estimation d'effectif du personnel sur cinq années**

Fonction	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	1	1	1	1	1
Secrétaire comptable	1	1	1	1	1
Responsable de production	1	1	1	1	1
Responsable commercial	1	1	1	1	1
Ouvriers	1	1	2	2	3
Chauffeur	1	1	1	1	1
Gardien	0	0	0	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>06</b>	<b>06</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>09</b>



## Postes de l'équipe et leur niveau :

Nombre	Fonctions	Niveau
Gérant	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Assurer l'élaboration de la politique générale de l'entreprise</li> <li>▪ Définir la stratégie</li> <li>▪ Assurer l'harmonisation et la coordination de toutes les tâches</li> <li>▪ Superviser le travail</li> <li>▪ Présider les réunions</li> <li>▪ Assurer les relations publiques</li> <li>▪ Assurer la gestion financière et administrative de l'unité de fromagerie.</li> </ul>	Master en Production et nutrition animale
Responsable de la production	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superviser la chaine de production</li> </ul>	Master en sciences alimentaires
Responsable comptable	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déterminer la comptabilité générale et le solde de trésorerie.</li> <li>▪ Assurer le classement des dossiers</li> <li>▪ Tenir un journal des entrées et envois des courriers</li> <li>▪ Mettre à jour les informations</li> </ul>	Master en Comptabilité
1 Ouvriers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assurer les tâches de production (Maintenance, étiquetage, conditionnement, gestion de stock, nettoyage du matériel ....)</li> </ul>	Bac
Chauffeur	Distribution + ventes	Permis de conduire catégorie B
Responsable commercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diriger les actions commerciales</li> <li>▪ Définir et mettre en place la politique Marketing de la société</li> <li>▪ Représenter la société auprès des clients et des fournisseurs</li> </ul>	BEPC

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procéder au suivi de la clientèle</li> <li>▪ Négocier avec les fournisseurs pour assurer l'approvisionnement</li> <li>▪ Procéder au suivi de la clientèle</li> <li>▪ Assurer la commercialisation et la distribution des produits fabriqués.</li> <li>▪ Assurer le contrat de vente</li> <li>▪ Tenir les dossiers concernant les contrats de vente, les factures, les bons de livraison, les bons de réception</li> </ul>	
--	--	--

## 4. Les Principaux partenaires

### Fournisseurs de matières premières :

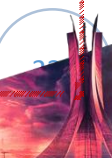
- Producteurs laitiers locaux pour l'approvisionnement en lait frais.

### Les laboratoires :

- Des services de contrôle qualité et d'analyse microbiologique pour s'assurer de conformité du produit aux normes sanitaires et de qualité.



# Cinquième axe : Plan financier



# Cinquième axes :



## Plan financier

### 1. Les Coûts et charges :

✓ les coûts du projet :

#### - Logiciels informatiques et marques

Ce sont les immobilisations incorporelles dont de **120000 DA** le logiciel informatique et assimilé et **60000 DA** les concessions et droits assimilés, brevets, licences, marques

#### - Quartier général :

Cosmos	Superficie	Nature	Position	Le cout (année)
Hongre	250 m <sup>2</sup>	Louer	Bouira « Ain turk »	<b>1200000DA</b>

#### - Installations générales, agencements et aménagements

Il s'agit du coût de l'installation des différents matériels et l'aménagement des bureaux. Ces coûts seront évalués à **500000 DA**

**Tableau n°5 : cout des Matériels industriels**

Rubrique	Quantité	Prix unitaire	Prix total	Fournisseurs
Pasteurisateur à plaque électrique 500 L heure	1	350000	350000	Cuisinox matériel équipement
Moule de camembert 250g	17	25000	375000	Food mania
Clé d'affinage	200	1500	300000	Cuisinox
Plateau d'égouttage en inox	18	2500	45000	Cuisinox matériel Equipement
Chariot	20	7200	144000	Foods mania
Répartiteur inox 250g	1	12000	12000	Cuisinox matériel équipement
Thermo lactodensimètre	1	7500	7500	Foods mania
Bassin de nettoyage	2	23000	46000	Foods mania
Cuve double paroi 230L avec un agitateur type démontable	1	100000	100000	Cuisinox matériel équipement

Table de moulage en inox (3m*1,5m)	1	34000	34000	Cuisinox matériel équipement
Bassin en inox 600L	1	100000	100000	Cuisinox matériel équipement
Chambre froid positif c avec deux portes	1	550000	550000	Zanotti Algérie
Chambre froid avec un humidificateur automatique	1	650000	650000	Zanotti Algérie
Chambre chaude (étuvage)	1	100000	100000	Zanotti Algérie
Bassin de lait de 60L	4	6000	24000	
Bidon de lait 30L	4	2000	8000	
Ph mètre	1	3500	3500	Foods mania
Cuillères de mesure	1	1500	1500	Foods mania
Densimètre	1	12000	12000	Foods mania
Marmite en fonde de 150 L	2	20000	20000	Cuisinox matériel équipement
Régulateur de température et humidité	1	4500	4500	Foods mania
Couteau	2	1500	3000	Cuisinox matériel équipement
Total			<b>2940000 DA</b>	

Et aussi un réfrigérateur de 600litres est acquis au prix de **60000 DA**

**- Moyen de transport**

Pour la distribution de nos produits, nous choisissons une camionnette d'occasion d'une valeur estimée à **2000000 DA**

**- Equipements de bureau**

Il s'agit des meubles au bureau et le coût de ces matériels se détaille dans le tableau ci-après.

**Tableau n°6 : Coût des matériels et mobilier de bureau (DA)**

Rubrique	Nombre	Prix unitaire	Total (DA)	Fournisseurs
<ul style="list-style-type: none"> <li>Chaise capitonnée</li> <li>Table de bureau moyenne</li> <li>Armoire</li> <li>Table en bois</li> </ul>	1 1 2 1	23500 49800 20500 11300	23500 49800 41000 11300	Le confort Vente de mobilier de bureaux
<ul style="list-style-type: none"> <li>Table de réunir</li> <li>Chaises en bois</li> </ul>	1 6	 5800	75000 34800	//
<b>Total</b>			<b>235400DA</b>	

**- Matériel informatiques**

Les matériels informatiques s'évaluent à **302000 DA** Le détail de ces matériels est illustré par le tableau suivant.

**Tableau n°7 : Coût matériel informatiques (montant en DA)**

Rubrique	Nombre	Prix unitaire	Total	Fournisseurs
Ordinateurs complets	1	65500 DA		Algérie télécom
Imprimante	1	40000 DA	40000 DA	//
Flash disk	2	2250 DA	4500 DA	//
<b>Total</b>			<b>302000 DA</b>	

Rubrique	Nombre	Prix unitaire	Total	Fournisseurs
Modem 4G	1	4550	4550 DA	Algérie télécom
Caméra	2	10000	20000DA	//
<b>Total</b>			<b>24550 DA</b>	

**- Matériel de communication :**

Pour la communication nous utilisons deux (2) postes fixes 20000 DA l'unité dont le coût total est de **40000 DA**.

**Tableau n°8 : Récapitulation des immobilisations (montant en DA)**

Rubrique	Montant
<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	
Logiciels informatiques	120000 DA
Concessions et Droits, licence, Brevet, marques	60000 DA
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	
Terrain	0
Construction	0
Matériel et Outillage	3000000 DA
Agencement, Aménagement, Installation	500000 DA
Matériel de transport	2000000 DA
Matériel et mobilier de bureau	235400 DA
Matériel informatique	302000 DA
Matériel de communication	40000 DA
<b>Total</b>	<b>6257400 DA</b>

**Tableau n°9 : services nécessaire par année**

Déclaration	Services requis pour le projet
Electricité	150000 DA
L'eau	50000 DA
Le téléphone	40000 DA
L'internet	20000 DA
Carbonate	100000 DA
Le total	<b>360000 DA</b>

- **Besoins en matières première :**

**Tableau n°10 : matières première et le cout prévu**

Matériaux	Le cout annuel est de DA
Le lait	4860000 DA
Les ingrédients	1134000 DA
Emballage	980000 DA
Total	<b>6974000 DA</b>

- **Salaire :**

**Tableau n°11 :** représente le détail de salaire notre personnel

Postes	Effectifs	Salaire net	Salaire net annuel	Salaire brut	Salaire bruts annuel
Secrétaire Comptable	1	25900	310800	35000	420000
Ouvriers	1	18500	222000	25000	300000
Chauffeurs	1	16280	195360	22000	264000
Responsable commerciale	1	22200	266400	30000	360000
<b>Total</b>	4	82880 DA	994560 DA	112000 DA	1344000 DA

Le salaire sera augmenté de 10% à partir de la troisième année. Les propriétaires de projet (gérant + responsable de la production) prennent une part des bénéfices. Nous transférons un montant de 26% du salaire des travailleurs à la sécurité sociale.

✓ **Modes et sources d'obtention de financement :**

Pour financer notre projet, nous nous appuyerons sur des sources internes, représentées par des fonds privés, et des sources externes, représentées par dans le prêt de l'ANADE

C'est-à-dire les financements dits bilatéraux et le tableau suivant Explique cela.

**Tableau n°12 :** présente la structure de financement

Le sujet	Le rapport	Le prix (DA)
<b>Contribution personnelle</b>	57	7610498 DA
<b>L'ANADE</b>	43	5689502 DA
<b>Total</b>	100	<b>13300000DA</b>

L'ANADE a été choisie pour finances le projet en raison des privilèges et subventions qu'elle accorde.

✓ **Remboursement :**

L'apport personnel est estimé à **7610498 DA**, ainsi que la durée de remboursement.

Au moyen de six versements fixes pour une période de 5 ans, le premier versement commence 13 mois après le début de l'activité, comme :



**Tableau n°13 : indique le tableau d'amortissement du prêt**

Les années	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6
Montant du prêt	5689502	5689502	4551601,6	3413701,2	2275800,8	1137900,4
Le montant payé	-----	1137900 ,4	1137900,4	1137900,4	1137900,4	1137900,4
Dettes restantes	5689502	4551601,6	3413701,2	2275800,8	1137900,4	00

## 2. Chiffre d'affaire :

### - LA CAPACITE DE PRODUCTION

Les produits principaux On obtient 1kg de fromage pour 08 litres de lait de vache. La collecte quotidienne pourra nous fournir les 250 litres de lait frais dont nous avons besoin pour notre fabrication de fromage. Notre production quotidienne de fromage sera donc de (pendant la première année d'exploitation) : 250 divisé par 08 est égal à 31.25 kg Ce qui fait annuellement  $31.25 * 324 = 10125$  kg en comptant 324 jours de travail.

**Pour la phase de lancement :** c'est-à-dire la quantité de production pendant la première année et la deuxième année.

**Pour la phase de maîtrise :** dans cette phase nous montrerons la capacité de production durant la troisième et la quatrième année. Nous envisageons une augmentation de 10% par rapport à la phase de lancement.

**Pour la phase de croisière :** cette dernière phase nous présentera la quantité produite de la cinquième année. Notre société envisage encore une hausse de 10% de la phase de maîtrise.

**Tableau n°14 : Récapitulation des productions prévisionnelles sur les cinq années (unité en Kg)**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année5
Produits	10125	10125	11137.5	11137.5	12251.25

## Chiffre d'affaire Optimiste

DETAIL CHIFFRE D'AFFAIRE								
	REALISATION			PREVISION				
Produit A destiné client	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit	-	-	-	10125kg	10125	11137.5	11137.5	12251.25
Prix HT produit	-	-	-	1400 DA	1428 DA	1480 DA	1500 DA	1580 DA
Ventre produit A				14175000 DA	14458000DA	16483500DA	16706250DA	19356975 DA
Chiffre d'affaires global				14175000 DA	14458000DA	16483500DA	16706250DA	19356975 DA

## Chiffre d'affaire pessimiste

DETAIL CHIFFRE D'AFFAIRE								
	REALISATION			PREVISION				
Produit A destiné client	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit	-	-	-	10125	10125	10007.5	9000.5	8001.25
Prix HT produit	-	-	-	1300 DA	1200 DA	1300 DA	1300 DA	1200 DA
Ventre produit A				13162500 DA	12150000	13009750 DA		
Chiffre d'affaires global				13162500DA	12150000 DA	13009750 DA	11700000 DA	9601500 DA

### 3. Les comptes de résultats escomptés :

#### ✓ Explication de la méthode de calcul des résultats voir Annexe 2

- Consommation de l'exercice = achats consommé +services extérieurs et autre consommations
- La valeur ajoutée d'exploitation = production de l'exercice – consommation de l'exercice
- Résultat ordinaire avant impôt = excédent brut d'exploitation – dotation aux amortissements

#### ✓ Le besoin en fonds et rendements (BFR)

#### La notion de besoin en fonds de roulement :

Les besoins en fonds de roulement sont les sommes que l'entreprise doit dépenser pour couvrir le besoin résultant des décalages de trésorerie entre les encaissements et les décaissements.

Le compte de fonds de roulement nous prenons des données de annexe 1

**BFR= Actifs circulants – Passifs circulants**

Année	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
BFR	1554374 DA	10808225 ,6DA	6469340 DA	5359393 DA	6693169 DA

#### 4. Le Plan de trésorerie :

Le fonds de roulement nous prenons des données de annexe 1

**FR= capitaux permanents –actif immobilisé**

Année	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
FR	5579894 DA	7256624DA	11695904 DA	10396507,7DA	13256203,7DA

**TRE= FR –BFR**

Année	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
TRE	4025520 DA	4430520 DA	5226564 DA	5037114 DA	6563034 DA

#### ▪ Déterminer le seuil de rendement :

Les coûts fixes	Les coûts variables	Marge sur coûts variables	Marge en % sur le chiffre d'affaires
<b>2584000 DA</b>	<b>7274000 DA</b>	=CA – CV = 14175000-7274000 <b>=6901000 DA</b>	Marge = marge sur CV / CA *100 =6901000/1417500*100 <b>=48,68 %</b>

#### ▪ Seuil de rendement :

$$SR = \frac{CA*CF}{\frac{M}{CV}} = \frac{14175000*2584000}{6901000} = \mathbf{5307665,56 \text{ DA}}$$

**SR** : le seuil de rentabilité, **CA** : chiffre d'affaire , **CF** : Coûts fixes , **CV** : Coûts variables

$$PR = \frac{VAA}{FTA} = \frac{5689502}{4025520} = 1,41$$

PR : Période de remboursement

VII : valeur de l'investissement initial

FTA : flux de trésorerie annuel

**Ainsi, la période de récupération est estimée à : un an, 4 mois et 1 jour**

# Sixième axe

## Prototype expérimental



# Sixième axe

## Prototype expérimental











### ✓ Matériel :

- Cocotte
- Thermomètre
- Moule de camembert
- Couteau
- Clé d'affinage
- Cuillères de mesure
- Réfrigérateur


### ✓ Ingrédients :

- 10 litres lait de vache frais
- Ferment mésophile
- Ferment thermophile
- Penicilium camemberti
- Geotricum candidum
- Présure
- Chlorure de calcium
- Sel

Les étapes	Les photos	L'explication	La durée
Pasteurisation		Le lait a été chauffé à une température de 78°C pendant 3 min afin de détruire la grande partie des germes pathogènes, suivi directement d'un refroidissement à 37°C pour avoir un choc thermique qui détruit les spores	4min
Ensemencement		Ensemencement direct avec des ferments lyophilisés + CaCl <sub>2</sub>	1h30 min
Emprésurage		Cette étape correspond à l'addition de la présure dans des cuves caillage à 30 °C. La coagulation de lait est observée par l'apparition des grimauds .A partir de ce moment, on prend le temps de l' emprésurage	45min
Tranchage		Après le raffermissement, Le tranchage de caillé à l'aide d'une tranche caillée (1,5*1,5cm) afin de séparer le lactosérum qui va être éliminé	

Brassage		C'est une étape préparatrice du moulage. Elle permet de présenter le lactosérum comme un surnageant	15min
Moulage		Le caillé est soigneusement moulé à la louche	
Egouttage		Les blocs moles sont placées sur des tables d'égouttage afin d'éliminer le lactosérum, 03 retournements (M+1, M+3, M+9)	J
Démoulage		A la fin d'égouttage, la pâte fromagère est récupérée avec la même forme que celle des molles	
Salage		Par saupoudrage équitable du sel (NaCl) à la surface de la pâte fromagère	J



Affinage		c'est la pulvérisation de camembert par un pénicillium d'affinage dans cuve d'affinage par une température de 15 °C et une humidité de 90%.	1 mois
Emballage			



# Liste des annexes



# Annexel



## BILANS DE LA STARTUP.....

### ACTIF

En DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
<b>Immobilisation Incorporelles</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Immobilisation Corporelles</b>	-	-	-	6 257 400,00	5 005 920,00	3 754 440,00	2 502 960,00	1245480,00
Terrain								
Bâtiment								
Autres Immobilisations Corporelles				6 257 400,00	5 005 920,00	3 754 440,00	2 502 960,00	1245480,00
Immobilisations en concession								
<b>Immobilisation en cours</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Immobilisations Financières</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Titres mis en équivalence								
Autres participations et créances rattachées								
Autres Titres immobilisés								
Prets et autres titres financiers non courants								
Impôts différés actif								
<b>ACTIF NON COURANT</b>	-	-	-	6 257 400,00	5 005 920,00	3 754 440,00	2 502 960,00	1245480,00
<b>Stocks et encours</b>	-	-	-	100 000,00	110 000,00	111 000,00	100 000,00	100 000,00
<b>Créances et emplois assimilés</b>	-	-	-	4 973 400,00	5 222 070,00	5 744 277,00	5 457 063,15	6002769,46
Clients				1 281 776,00	1 394 205,60	3 076 938,60	2 352 108,70	2300000,00
Autres débiteurs								
Impôts et assimilés								
Autres créances et emplois assimilés								
<b>Disponibilités et assimilés</b>	-	-	-	4 025 520,00	4 430 520,00	6 503 502,60	5 037 114,00	6125147,34
Placements et autres actifs financiers courants								
Trésorerie				4 025 520,00	4 430 520,00	6 503 502,60	5 037 114,00	6125147,34
<b>ACTIF COURANT</b>	-	-	-	10 380 696,00	11 156 795,60	15 435 718,20	12 946 285,85	14527916,80
<b>TOTAL ACTIF</b>	-	-	-	16 638 096	16 162 716	19 190 158	15 449 246	15 773 397

### PASSIF

En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5

<b><u>CAPITAUX PROPRES</u></b>						
Capital émis		7 610 498,00	7 610 498,00	7 610 498,00	7 610 498,00	7 610 498,00
Capital non appelé						
Ecart de réévaluation						
Primes et réserves- Réserves Consolidées		201 276,00	221 526,00	2613282,00	251 855,70	328 151,70
Résultat net- RN part du groupe		4 025 520,00	4 430 520,00	5 226 564,00	5 037 114,00	6 563 034,00
Autres capitaux propres- report à nouveau						
Part de la société consolidante (1)						
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	- - -	<b>11 837 294,00</b>	<b>12 262 544,00</b>	<b>15 450 344,00</b>	<b>12 899 467,70</b>	<b>14501683,70</b>
<b><u>PASSIFS NON-COURANTS</u></b>						
Emprunts et dettes financières		4 689 502,00	3 551 601,60	3 413 701,20	2 275 800,80	1137900,40
impôt différé passif						
Autres dettes non courantes						
Provisions et produits constatés d'avance						
<b>PASSIFS NON-COURANTS</b>	- - -	<b>4 689 502,00</b>	<b>3 551 601,60</b>	<b>3 413 701,20</b>	<b>2 275 800,80</b>	<b>1 137 900,40</b>
<b><u>PASSIFS COURANTS</u></b>						
Fournisseurs et comptes rattachés		111 300,00	348 570,00	326 113,00	273 977,35	133 812,70
Impôts						
Autres dettes						
Trésorerie passif						
<b>PASSIFS COURANTS</b>	- - -	<b>111 300,00</b>	<b>348 570,00</b>	<b>326 113,00</b>	<b>273 977,35</b>	<b>133 812,70</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	- - -	<b>16 638 096</b>	<b>16 162 716</b>	<b>19 190 158</b>	<b>15 449 246</b>	<b>15 773 397</b>
Verification de l'équilibre Actif/Passif	- - -	-	-	-	-	-

# Annexe2



## TABLEAU DES COMPTES DE RESULTATS

En DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes				14 175 000	14 580 000	16 483 500	16 706 250	19 356 975
Variation des stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation								
<b>Production de l'exercice</b>	-	-	-	<b>14 175 000,00</b>	<b>14 580 000,00</b>	<b>16 483 500,00</b>	<b>16 706 250,00</b>	<b>19 356 975,00</b>
Achats consommés				5 994 000	5 994 000	6 606 000	6 936 300	7 283 115
Services Extérieurs et autres consommations				1 560 000	1 560 000	1 638 000	1 719 900	1 891 890
<b>Consommation de l'exercice</b>	-	-	-	<b>7 554 000,00</b>	<b>7 554 000,00</b>	<b>8 244 000,00</b>	<b>8 656 200,00</b>	<b>9 175 005,00</b>
<b>Valeur ajoutée d'exploitation</b>	-	-	-	<b>6 621 000,00</b>	<b>7 026 000,00</b>	<b>8 239 500,00</b>	<b>8 050 050,00</b>	<b>10 181 970,00</b>
Charges de personnel				994 560	994 560	1 334 016	1 334 016	1 793 376
Impôts et taxes et versement assimilés				349 440	349 440	427 440	427 440	574 080
<b>Excédent Brut d'Exploitation</b>	-	-	-	<b>5 277 000,00</b>	<b>5 682 000,00</b>	<b>6 478 044,00</b>	<b>6 288 594,00</b>	<b>7 814 514,00</b>
Autres produits opérationnels								
Autres charges opérationnelles								
Dotations aux amortissements, Provisions				1 251 480	1 251 480	1 251 480	1 251 480	1 251 480
Reprise sur pertes de valeurs et provisions								
<b>Résultat opérationnel</b>	-	-	-	<b>4 025 520,00</b>	<b>4 430 520,00</b>	<b>6 503 502,66</b>	<b>5 037 114,00</b>	<b>6 125 147,34</b>
Produits Financiers								
Charges financières								
<b>Résultat financier</b>	-	-	-	-	-	-	-	-

<b>Résultat Ordinaire avant impôt</b>	-	-	-	4 025 520,00	4 430 520,00	6 503 502,66	5 037 114,00	6 125 147,34
Impôt exigible sur résultat ordinaire								
Impôt différé (variation) sur résultat ordinaire								
<b>TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	-	-	-	14 175 000	14 580 000	16 483 500	16 706 250	19 356 975
<b>TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	-	-	-	10 149 480	10 149 480	11 256 936	11 669 136	12 793 941
<b>RESULTA NET DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	-	-	-	4 025 520	4 430 520	5 226 564	5 037 114	6 563 034
Eléments extraordinaire (produits)								
Eléments extraordinaire (charges)								
<b>Résultat extraordinaire</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>RESULTAT NET DE L'EXERCICE</b>	-	-	-	4 025 520	4 430 520	5 226 564	5 037 114	6 563 034

# Annexe3



## FLUX DE TRESORERIE STARTUP.....

En DZD	REALISATION			PREVISION				
RUBRIQUES	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles</b>								
Résultat net de l'exercice				4025520,00	4 430 520,00	65 035 502,60	5 037 114,00	6 125 147,34
Ajustements pour :								
- Amortissements et provisions				1251480,00	1 251 480,00	1 251 480,00	1 251 480,00	1 251 480,00
- Variation des impôts différés								
- Variation des stocks				- 100000,00	- 10 000,00	- 1 000,00	- 11 000,00	-
- Variation des clients et autres créances				-1281776,00	- 1 394205,60	- 3 076938,60	- 2 352108,70	- 2 300 000,00
- Variation des fournisseurs et autres dettes				111 300,00	348 570,00	326 113,00	273 977,35	133 812,70
- Plus ou moins values de cession, nettes d'impôts								
<b>Flux de trésorerie générés par l'activité (A)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4006524</b>	<b>4626364,4</b>	<b>63535157</b>	<b>4199462,65</b>	<b>5210440,04</b>
<b>Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissement</b>								
Décassements sur acquisition d'immobilisations								
Encaissements sur cessions d'immobilisations								
Incidence des variations de périmètre de consolidation (1)								
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement (B)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flux de trésorerie provenant des</b>								

<b>opérations de financement</b>								
Dividendes versés aux actionnaires				-3824244,00	- 4 208 994,00	- 2 613282,00	- 4 785 258,30	- 6 234 882,30
Augmentation de capital/ Part ASF								
Augmentation de capital/ Part startupeur								
injection en compte courant associé ASF								
Remboursements capital ASF (en valeur nominale)								
Remboursements compte courant associé ASF								
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)</b>	-	-	-	3824244,00	4 208 994,00	2 613 282,00	4 785 258,30	6 234 882,30
<b>Variation de trésorerie de la période (A+B+C)</b>	0	0	0	7830768	8835358,4	66148439	8984720,95	11445322,34
Trésorerie d'ouverture (Début de la période)								
Trésorerie de clôture (Fin de la période)								
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

# Annexe 4



## Modèle d'affaire

Partenaires clés	Activités clés	Propositions de valeur	Relation clients	Segments client
<p>Fournisseurs de matière première (le lait)</p> <p><b>Entités gouvernementales :</b></p> <p>Laboratoire de contrôle de qualité</p>	<p><b>l'approvisionnement :</b></p> <p>Production de fromages</p> <p>Affinage des fromages</p> <p>Emballage et étiquetage des produits</p> <p>Marketing et promotion de la marque</p> <p>vente</p>	<p><b>Propositions de valeur</b></p> <p>Production de fromages de qualité supérieure à partir de lait frais de vaches locales</p> <p>Utilisation de méthodes de production traditionnelles pour garantir un goût unique et authentique</p> <p>Innovation en proposant des saveurs locales et des fromages affinés de manière artisanale</p> <p><b>le prix:</b> raisonnable</p>	<p>Communicatoin personnelle en leur vendant directement</p> <p>Relatoin électronique</p>	<p>tous les catégories sont amateurs de fromage</p> <p>Consommateur s locaux à la recherche de fromages de qualité</p> <p>Restaurants et hôtels haut de gamme et supermarket</p> <p><b>sex:</b> femme et homme</p>
<p><b>Ressources clés</b></p> <p><b>Financières;</b></p> <p>Appui aux institutions financières (ANADE) moyens propres</p> <p><b>Humaines:</b></p> <p>gérante, responsable de comptale , ouvriers chauffeur , responsable commercial</p> <p><b>Matérielles:</b></p> <p>des bureaux, des meubles, camoinnete de transport, machine , metiers premières</p>		<p><b>Canaux d distributi</b></p> <p>Vente directe</p> <p>Distributoin en gros</p> <p>Réseaux sociaux</p>		
<p><b>Structeure de couts</b></p> <p><b>coût fixes :</b> salaires des travailleurs</p> <p>outils et équipement</p> <p>camion frigorifique</p> <p><b>coût variables:</b> coûts des matières premières (lait, présure, sel, etc)</p> <p>cout marketing et promotion</p> <p>cout de distribution</p>			<p><b>Source de Revenue</b></p> <p>prix variable</p> <p>paiement se fait via ccp ou banque ou par paiement direct</p>	