

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE AKLI MOHAND OULHADJ BOUIRA
FACULTE DE SCIENCES DE LA NATURE ET DE LA VIE ET SCIENCES DE LA TERRE
DEPARTEMENT D'AGRONOMIE



Réf :/UAMOB/FSNVST/DEP.AGRO/24

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLÔME MASTER

Domaine : SNV **Filière :** Sciences Agronomiques

Spécialité : Production et nutrition animale

Présenté par :

Yahiaoui Aghilas Mohamed Ameziane
Nouari Samia
Saheb Manel

Thème

Création d'une unité d'élevage de poule pondeuse

Soutenu le :

Mardi 9 Juillet 2024

Devant le jury composé de :

Nom et prénom

Grade

Etablissement

SALHI Omar

MCA

Univ.Blida 1

Président

KHELIL Sofiane Raouf

MCB

SNV Bouira

Promoteur

BELKACEM Mohamed

MCA

SNV Bouira

Examineur

Année Universitaire : 2023/2024

Remerciements

En terminant notre mémoire de fin d'études, nous exprimons avant tout notre profonde gratitude à Dieu, qui nous a permis de mener à bien ce projet.

Nous tenons à adresser nos remerciements les plus sincères à toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration de ce mémoire. En particulier, nous remercions chaleureusement Monsieur Khelil pour l'intérêt et le dévouement qu'il a manifestés en nous encadrant. Grâce à son soutien, ce travail a été à la fois efficace et agréable.

Nous sommes également très reconnaissants envers les agents spéciaux, Monsieur Chatouf Rachid et Monsieur Zouba Mohamed, pour leur immense soutien tout au long de notre travail.

Nous souhaitons exprimer notre gratitude aux membres du jury pour avoir accepté d'évaluer notre mémoire.

Enfin, nos remerciements les plus chaleureux vont à nos parents et à nos familles pour leur amour inconditionnel et leurs prières constantes tout au long de nos études.

Merci a tous

Dédicace

*Je dédie ce modeste travail à toute ma famille, qui a toujours cru en moi, Qui n'a jamais cessé de me soutenir, Et tout particulièrement à mon
cher père, mon précieux mentor
Qui a été mon ombre fidèle durant toutes mes années d'études.
Sans lui, je ne serais rien.
Je tiens à lui dire que je refuse le paradis s'il n'y est pas.*

Table des matières

.1	Équipe d'encadrement	vi
.2	Équipe de projet	vi
	Liste des figures	vii
	Liste des tableaux	viii
	Liste des abréviations	ix
	Introduction	1
I	Présentation du projet	
I.1	L'idée de projet	3
I.2	Les valeurs proposées	3
I.3	Equipe de travail	4
I.4	Objectifs du projet	5
I.4.1	La part du marché cible	5
I.4.1.1	Objectifs à court terme	5
I.4.1.2	Objectifs à moyen et long terme du projet	5
I.5	Calendrier de réalisation du projet	5
I.5.1	Etudes préalables et préparation des documents requis (1mois) . . .	5
I.5.1.1	Phase de planification (deux semaines)	6
I.5.1.2	Phase juridique et administrative (2 semaines)	6
I.5.1.3	Résultats clés	6
I.5.2	Commande des équipements (1 semaine)	6
I.5.3	Construction d'un siège de production (4semaines)	6
I.5.3.1	Construction de l'établissement	6
I.5.3.2	Principales conclusions	7
I.5.4	Achat de matière première (deux semaine)	7
I.5.4.1	Fourniture de matières premières	7
I.5.4.2	Principaux résultats	7

I.5.5	Réalisation du prototype.....	7
I.5.5.1	Principaux résultats	7
II Analyse stratégique du marché		
II.1	Le segment du marché.....	9
II.1.1	Marché potentiel.....	9
II.1.2	Marché cible	9
II.1.3	Choix du marché cible.....	9
II.1.4	Contrats d'achat avec des clients importants.....	9
II.2	Mesure de l'intensité de la concurrence	10
II.2.1	Le concurrent direct	10
II.2.2	Les autres offreurs.....	10
II.2.3	Les prix pratiqués.....	10
II.2.4	Le concurrent indirect	10
II.2.5	Les forces et les faiblesses des concurrents	11
II.3	La stratégie marketing.....	11
II.3.1	Stratégie Mix	12
II.3.1.1	La politique de produit.....	12
II.3.1.2	La politique de prix	13
II.3.1.3	La politique de distribution	13
II.3.1.4	La politique de communication	13
III Plan de production et d'organisation		
III.1	Le Processus de production	15
III.1.1	Achat de la matière première	15
III.1.2	Fabrication	15
III.1.3	Conditionnement du produit	15
III.1.4	Emballage.....	15
III.2	L'approvisionnement.....	16
III.3	La main d'œuvre	17
III.4	Les principaux partenaires	18
III.4.1	Fournisseurs de matières premières	18

IV Plan financier

IV.1 Les Coûts et charges.....	19
IV.1.1 Les coûts du projet.....	19
IV.1.1 Modes et sources d'obtention de financement	21
IV.1.3 Remboursement	22
IV.2 Chiffre d'affaires	22
IV.2.1 LA capacité de production.....	22
IV.2.2 Chiffre d'affaire optimiste.....	23
IV.2.3 Chiffre d'affaire pessimiste	23
IV.3 Les comptes de résultats escomptés.....	24
IV.3.1 Explication de la méthode de calcul des résultats voir Annexe 2	24
IV.3.2 Le besoin en fonds et rendements (BFR)	24
IV.4 Le Plan de trésorerie	24

V Prototype expérimental

V.1 Matériel	25
V.1.1 Infrastructure et équipement de base :	25
V.1.2 Matériel pour la santé et le bien-être des poules.....	25

Conclusion et perspectives 30**Bibliographie 38**

Carte d'information

.1 Équipe d'encadrement

Encadrant principal	Spécialité
KHELIL Sofiane Raouf	Production animale

.2 Équipe de projet

Équipe de projet	Faculté	Spécialité
Yahiaoui Aghilas mohamed ameziane	Sciences de la nature et de la vie	Production et nutrition animale
Nouari Samia	Sciences de la nature et de la vie	Production et nutrition animale
Saheb manel	Sciences de la nature et de la vie	Production et nutrition animale

Liste des figures

II.1 Schéma PULL	12
II.2 Schéma PUSH	12
III.1 Schéma du processus de production	16

Liste des tableaux

I.1	Tableau de Chronogramme (X=mois)	8
II.1	Tableau n°2 : Prix du plateau de 30 œufs (en DA)	10
II.2	Tableau n°3 : Les points forts et les points faibles des concurrents	11
III.1	Tableau n°4 : Estimation d'effectif du personnel sur cinq années	17
III.2	Postes de l'équipe et leur niveau	18
IV.1	Détails de la propriété Cosmos	19
IV.2	Tableau n°5 : Coût du matériel industriel	19
IV.3	Coût du mobilier de bureau (DA)	20
IV.4	Coûts du Matériel Informatique	20
IV.5	Récapitulation des Immobilisations (montant en DA)	20
IV.6	Services Nécessaires par An (montant en DA)	21
IV.7	Matériaux Première et Marchandises et le Coût Prévu (en DA)	21
IV.8	Détail des Salaires de Notre Personnel	21
IV.9	Structure de Financement	22
IV.0	Amortissement du Prêt	22
V.11	Récapitulation des productions prévisionnelles sur cinq années (unité en nombre de plateaux)	23
V.12	Détail de chiffre d'affaire optimiste	23
V.13	Détail de chiffre d'affaire pessimiste	23

Liste des abréviations

FAO Food and Agricultural Organisation

ORAC Office Régional d'Aviculture Centre

ONAB Office National d'aliments de Bétails

Bio Biologique

Kg kilo gramme.

Q Quintal

m mètre.

S Small, petit

M Medium, moyen

J Journée

Résumé

L'objectif de ce travail est de comprendre les différentes étapes nécessaires à la création et à la réussite d'un élevage de poules pondeuses, couvrant les aspects théoriques, expérimentaux et économiques.

- **Théoriques** : Connaître les exigences biologiques des poules, les conditions garantir leur bien-être et optimiser la production.
- **Expérimentaux** : Mettre en pratique ces concepts à travers des tests et des études de cas pour déterminer les méthodes les plus efficaces et résoudre les problèmes spécifiques.
- **Économiques** : Analyser les coûts initiaux et récurrents, ainsi que les sources potentielles de revenus, afin de gérer l'élevage de manière rentable.

Mots clé : Œufs, Elevage, Poules pondeuses.

Abstract

The objective of this work is to understand the various steps necessary for the creation and success of a laying hen farm, covering :

- **Theoretical aspect**: Understanding the biological requirements of hens, optimal rearing conditions, proper nutrition, and health management to ensure their well-being and optimize production.
- **Experimental aspect**: Applying these concepts through tests and case studies to determine the most effective methods and resolve specific issues.
- **Economical aspect**: Analyzing initial and recurring costs, as well as potential revenue sources, to manage the farm profitably.

Keywords: Eggs, Farming, Laying Hens.

ملخص

هدف هذا العمل هو فهم المراحل المختلفة اللازمة لإنشاء ونجاح مزرعة دجاج بياض، مغطياً الجوانب النظرية والتجريبية والاقتصادي

معرفة المتطلبات البيولوجية للدجاج، والظروف المثلى للتربية، والتغذية المناسبة والإدارة الصحية لضمان رفايتها - وزيادة الإنتاج

- تطبيق هذه المفاهيم من خلال الاختبارات ودراسات الحالة لتحديد الأساليب الأكثر فعالية وحل المشكلات المحددة

- تحليل التكاليف الأولية والمتكررة، وكذلك مصادر الإيرادات المحتملة، لإدارة المزرعة بشكل مربح

الكلمات الرئيسية: البيض، تربية الدجاج البياض

Introduction

Les sources de protéines animales sont devenues insuffisantes, alors que l'élevage de volailles joue un rôle essentiel pour satisfaire les besoins en protéines d'origine animale, notamment grâce aux œufs de consommation (**Lederee, 1978**).

Ces derniers ont une valeur nutritionnelle élevée (deux œufs et demi équivalent à 100 g de viande ou de poisson) (**Lederee, 1978**). Les œufs peuvent être conservés crus à température ambiante pendant une période prolongée (**Nys et Sauveur, 2004**). Grâce à leurs mécanismes de défense naturels, tels que la coquille et le blanc d'œuf contenant des protéines antibactériennes comme le lysozyme et l'ovotransferrine, ils résistent bien aux invasions microbiennes (**Anton et al. 2013**).

Les œufs sont largement consommés à travers le monde, avec plus de 2 000 milliards d'œufs produits (**FAO, 2012**). Leur composition est remarquablement stable, indépendamment des conditions d'élevage et d'alimentation, en ce qui concerne leurs principaux nutriments, tels que les acides gras essentiels, les antioxydants et les vitamines, qui sont actuellement très prisés en nutrition humaine (**Nys et Sauveur, 2004**). De plus, les œufs possèdent diverses propriétés fonctionnelles qui les rendent utiles dans de nombreuses préparations alimentaires (**Xu et al, 2017**).

De plus, étant pleinement conscients de la montée du chômage, en particulier parmi les jeunes diplômés, nous avons pris la décision de lancer notre propre micro-entreprise axée sur la production d'œufs, baptisée "**Oeufrais**", établie dans la région de Bouira.

L'objectif de ce travail est d'examiner de manière approfondie toutes les étapes nécessaires à la création et à la gestion d'une micro-entreprise spécialisée dans la production d'œufs dans un élevage de poules pondeuses. Cela implique une analyse détaillée des aspects tels que la planification initiale, le financement, la sélection des équipements et des infrastructures nécessaires, la gestion des ressources humaines, les stratégies de commercialisation, ainsi que les considérations réglementaires et sanitaires.

Chapitre I

PRÉSENTATION DU PROJET

I.1 L'idée de projet

Le projet consiste à établir un poulailler à Bouira, en Algérie, afin de répondre à la demande croissante en protéines d'origine animale et plus particulièrement en œufs de consommation. L'emplacement a été choisi pour sa vocation agricole. L'infrastructure comprendra un équipement moderne garantissant des conditions optimales pour la santé et la productivité des poules pondeuses.

Des poules hautes productrices d'œufs sont sélectionnées pour assurer un rendement optimal. Des partenariats seront établis avec des fournisseurs locaux ou régionaux pour garantir un approvisionnement constant en alimentation de qualité pour les poules. Une équipe qualifiée sera en charge de la gestion quotidienne du poulailler, assurant le bien-être des animaux et la qualité des œufs produits. Une stratégie de distribution sera mise en place pour fournir les œufs produits aux marchés locaux, aux supermarchés, aux restaurants et aux autres points de vente. Le projet vise une extension et produire toujours plus, et contribuer à la sécurité alimentaire et au dynamisme économique de la région.

En résumé, le projet sera mis en œuvre avec une approche professionnelle et durable, visant à répondre aux besoins du marché tout en bénéficiant à la communauté locale.

I.2 Les valeurs proposées

Source de protéines de haute qualité et leurs capacité a se marier avec une grande variété d'ingrédients, leurs accessibilité et disponibilité comparer a d'autres sources de protéines animales font des œufs un choix populaire pour les repas a tout types de personnes. Tout d'abord, il est essentiel de soutenir les petits producteurs locaux en leur offrant des incitations financières et des programmes de formation pour améliorer leurs pratiques d'élevage et accroître leur production. En suite, l'introduction de technologies agricoles innovantes peut aider à optimiser l'efficacité de la production tout en réduisant les coûts tels qu'un substitut a l'aliment traditionnels qui est la plante AZOLLA (**Hêdji et al. J. Appl. Biosci. 2014**). De plus, des investissements dans l'infrastructure agricole et la logistique sont nécessaires pour faciliter le transport des œufs des zones de production aux marchés locaux, contribuant ainsi à réduire les coûts de distribution. En parallèle, l'instauration de subventions et d'incitations fiscales peut encourager les investissements dans l'industrie avicole locale, renforçant ainsi la capacité de production et rendant les œufs plus abordables pour les consommateurs. En combinant ces mesures, il est possible de stimuler efficacement la production locale d'œufs tout en réduisant les coûts et en favorisant l'autosuffisance ali-

mentaire dans ce secteur crucial de l'agriculture. Aussi, La valorisation des excréments de poules comme engrais naturel représente une stratégie ingénieuse et écologique dans le domaine de l'agriculture. Les fientes de poules, riches en éléments nutritifs tels que l'azote, le phosphore et le potassium, sont utilisées comme source d'engrais organique pour les cultures.

- Enfin, les bâtiments d'élevage de poules pondeuses présentent plusieurs types de risques qu'il est important de prendre en compte pour assurer la sécurité des animaux, des travailleurs, et pour garantir une production optimale. On peut citer : les risques sanitaires tels que les maladies infectieuses ou les parasites, les risques de sécurité tels que les incendies et les dangers mécaniques des équipements. les risques chimiques du aux Désinfectants et produits de nettoyage les risques environnementaux liée aux déchets et aux Émissions de gaz. les risques liés au bien-être animal tels que la surpopulation

Pour minimiser ces risques, plusieurs mesures peuvent être mises en place :

- **Hygiène rigoureuse** : Nettoyage et désinfection régulière des installations.
- **Surveillance sanitaire** : Contrôle régulier de la santé des poules et vaccination appropriée.
- **Système de ventilation** : Installation de systèmes de ventilation efficaces pour maintenir une bonne qualité d'air.
- **Formation des travailleurs** : Formation sur les bonnes pratiques de manipulation et les protocoles de sécurité.
- **Plan de gestion des déchets** : Mise en place de systèmes efficaces pour la gestion des déjections et autres déchets.
- **Sécurité incendie** : Installation de détecteurs de fumée, extincteurs, et formation à la prévention des incendies.

I.3 Equipe de travail

- **Étudianto1** : Yahiaoui Aghilas mohamed ameziane spécialité production et nutrition animale.
- **Étudianteo2** : Nouari Samia, spécialité production et nutrition animale, a suivi des formations dans le domaine de comptabilité et production.
- **Étudianteo3** : Saheb Manel, spécialité production et nutrition animale, a suivi des formations dans le domaine de comptabilité et production.

- **Le rôle de l'étudianto1** : est de diriger le projet.
- **Le rôle de l'étudianteo2** : est de la production et tout ce qui concerne ses étapes.
- **Le rôle de l'étudianteo3** : est les études de marché et marketing.

I.4 Objectifs du projet

Le principal objectif du projet est de produire constamment des œufs de qualité pour répondre à la demande. Cela implique souvent de maximiser la productivité des poules pondeuses tout en garantissant leur bien-être et la rentabilité de l'exploitation.

I.4.1 La part du marché cible

I.4.1.1 Objectifs à court terme

À court terme, l'objectif du projet est d'établir une infrastructure solide, et surtout, de mettre en place des pratiques de gestion efficaces et de commencer à produire des œufs pour générer des revenus.

- Atteindre une production d'environ 84%, soit 4032 œufs par jour (134 plateaux)
- Établir des alliances stratégiques avec des partenaires clients en vue de la distribution de nos produits

I.4.1.2 Objectifs à moyen et long terme du projet

À long terme, l'objectif est d'atteindre une part significative du marché en augmentant la rentabilité de l'exploitation en optimisant la productivité des poules en visant (4700œufs/jr) et en assurant la qualité des œufs, en mettant en œuvre des pratiques durables en changeant la source d'alimentation des poules (introduire l'AZOLLA) et en s'adaptant aux évolutions du marché. Cela peut également inclure l'expansion de l'exploitation, la diversification des produits ou la recherche de nouvelles opportunités de marché en ciblant d'autres Wilaya. On vise les supermarchés et grandes surfaces, l'industrie Agro- alimentaire et les restaurations collective (cantines, hôtels...)

I.5 Calendrier de réalisation du projet

I.5.1 Etudes préalables et préparation des documents requis (1mois)

I.5.1.1 Phase de planification (deux semaines)

- Réaliser des analyses de marché détaillées afin d'évaluer la demande et la concurrence.

- Identification des sources de financement (subventions, prêts, investisseurs, etc).
- Élaborer les documents requis pour les demandes de financement.
- Rédiger un plan d'affaires complet, intégrant une analyse financière et une stratégie de marketing.
- Repérer et contacter les fournisseurs possibles de matières premières et d'équipements de fabrication.

I.5.1.2 Phase juridique et administrative (2 semaines)

- Sélectionner la forme juridique de l'entreprise (SARL, SAS, etc.) et effectuer la procédure d'immatriculation.
- Obtenir les licences et permis requis pour la production et la commercialisation d'œufs.
- Mettre en place les systèmes comptables et administratifs.

I.5.1.3 Résultats clés

- Un plan d'affaires finalisé et une compréhension approfondie du marché ainsi que des fournisseurs potentiels.
- L'entreprise est enregistrée conformément à la réglementation et détient toutes les licences requises pour son fonctionnement légal.

I.5.2 Commande des équipements (4 semaine)

Achat de matière première (deux semaine) Fourniture de matières premières

I.5.3 Construction d'un siège de production (4semaines)

I.5.3.1 Construction de l'établissement

Identifier un emplacement approprié pour l'élevage de poules, en prenant en considération les normes sanitaires requises. Concevoir l'aménagement des bâtiments en fonction des exigences de production.

I.5.3.2 Principales conclusions

Les installations sont prêtes

I.5.4 Achat de matière première (deux semaine)

I.5.4.1 Fourniture de matières premières

- Fournisseurs de la souche des poules pondeuses (ORAC) et centres publics d'élevage de poulettes (Tiaret, Tebessa, Sétif, etc.)
- Fournisseur d'aliments (ONAB) et les coopératives agricoles fabricants des aliments de bétail
- Fournisseur d'emballages

I.5.4.2 Principaux résultats

Signature de contrats d'approvisionnement et mise en place d'un système de contrôle qualité.

I.5.5 Réalisation du prototype

- Réaliser des tests de production pour ajuster les opérations et s'assurer de la qualité des œufs.
- Mettre en place des procédures de contrôle qualité et d'hygiène à toutes les étapes de la production.
- Commercialisation des produits auprès des distributeurs et des clients potentiels.

I.5.5.1 Principaux résultats

Lancement de la production des œufs avec des procédures de contrôle qualité en place.

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

Table I.1. Tableau de Chronogramme (X=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 (poulailler)				✓			
...		Installation des équipements					✓		
N		Achat de matières premières (Poulettes)						✓	
...		Réalisation du prototype						✓	✓

Chapitre II

ANALYSE STRATÉGIQUE DU MARCHÉ

II.1 Le segment du marché

II.1.1 Marché potentiel

Le marché des œufs cible tous consommateurs tels que les restaurants, les pâtisseries, l'industrie agro-alimentaire, hôtels et supermarchés etc. Ca peut varier en fonction de facteurs tels que la population, Les habitudes alimentaires, les réglementations et les tendances de santé. En général, c'est un marché stable avec une demande constante, mais il peut y avoir des fluctuations saisonnières ou des changements liés à des préoccupations de santé ou de durabilité.

II.1.2 Marché cible

Il inclut les détaillants alimentaires, les supermarchés, les grandes surfaces, l'industrie agro-alimentaire, les restaurations collectives (les hôtels, les épiceries, les cafés, les cantines scolaires) et parfois même les établissements de soins de santé et. L'entreprise de production d'œufs peut également cibler les consommateurs directs via des ventes en ligne ou des points de vente locaux dans le future.

II.1.3 Choix du marché cible

Le choix du marché cible pour les œufs de consommation peut dépendre de plusieurs facteurs. Tout d'abord, il est important d'analyser les préférences des consommateurs et des tailles d'emballage. Ensuite, il faut tenir compte de la capacité de production de l'entreprise et de sa capacité à répondre à la demande du marché cible choisi. Les canaux de distribution disponibles, tels que les supermarchés, les marchés fermiers, les magasins spécialisés et les plateformes en ligne, peuvent également influencer le choix du marché cible.

II.1.4 Contrats d'achat avec des clients importants

La possibilité de signer des contrats d'achat avec des clients importants repose sur divers facteurs tels que la capacité de l'entreprise à produire, la qualité du produit, la compétitivité des prix et la logistique pour livrer à temps. Établir des relations solides avec ces clients est crucial. Cibler des acteurs majeurs comme les grandes chaînes de supermarchés, les restaurants ou les hôtels peut garantir un volume de ventes élevé et assurer la stabilité financière à long terme. Ces contrats contribuent ainsi à la croissance et à la pérennité de l'entreprise.

II.2 Mesure de l'intensité de la concurrence

II.2.1 Le concurrent direct

Les entreprises rivales sont généralement celles qui fabriquent et commercialisent des articles similaires aux nôtres sur le marché. L'élément clé réside dans la qualité des produits proposés aux consommateurs, le niveau de tarification appliqué et les stratégies de fidélisation adoptées. En ce qui concerne nos compétiteurs, nous examinerons les alternatives proposées ainsi que leurs tarifs pour faire mieux.

II.2.2 Les autres offreurs

Il est indéniable que la compétition est intense en raison du nombre considérable de fournisseurs opérant principalement dans les trois wilayas avoisinantes. Cependant, notre décision stratégique de nous implanter dans une zone dépourvue d'entreprises similaires nous confère un avantage concurrentiel significatif. Bien que chaque produit possède sa propre marque et part de marché, la région de Bouira demeure relativement sous-exploitée, notamment en comparaison avec la production des wilayas limitrophes. En capitalisant sur cette opportunité, nos produits seront en mesure de saturer d'abord notre secteur local, puis de s'étendre vers les grandes villes et le marché national. Ainsi, nous envisageons de mettre en œuvre une stratégie double : d'une part, promouvoir activement nos produits auprès des consommateurs, et d'autre part, attirer les consommateurs vers nos produits grâce à une approche ciblée et efficace.

II.2.3 Les prix pratiqués

Le prix dépend des Lobby du marché, il change le samedi, lundi, mercredi.

Table II.1. Prix du plateau de 30 œufs (en DA)

Fabricants	Prix pratiqués 30 œufs (en DA)
Fabricant 1	420
Fabricant 2	400
Fabricant 3	410

II.2.4 Le concurrent indirect

La concurrence indirecte se matérialise par la présence de substituts à nos produits, ce qui signifie qu'un produit est utilisé en lieu et place d'un autre. Ainsi, tous les producteurs d'œufs sont des concurrents potentiels, même si le marché est actuellement dominé par

les œufs à coquille brune. D'autres variétés, telles que les œufs à coquille blanche ou à double jaune, y sont également présentes. Par conséquent, il est crucial d'analyser cette concurrence, car elle pourrait représenter une menace pour la vente de notre produit. En outre, d'autres concurrents, tels que les vendeurs de rue ou les marchands ambulants, bien qu'ils n'aient pas de structure commerciale formelle, ciblent le même public que nous.

II.2.5 Les forces et les faiblesses des concurrents

On doit connaître les forces et les faiblesses de nos concurrents afin de pouvoir définir notre position sur le marché.

Table II.2. Les points forts et les points faibles des concurrents

Concurrents	Forces	Faiblesses
Elevage industrielle (Batterie automatique)	<ul style="list-style-type: none"> – Distribution bien maîtrisée – Outils industriels performants – Utilisation des machines modernes – Moyens financiers importants – Ventes directes de toute la production – Contrôle assuré 	<ul style="list-style-type: none"> – Concentration sur la quantité – Mortalité élevée – Absence de qualité – Prix instable – Vulnérabilité aux maladies
Elevage traditionnelle	<ul style="list-style-type: none"> – Qualité bio – Stabilité des prix des ventes – Contact direct avec le client 	<ul style="list-style-type: none"> – Technique de production traditionnelle – Points de vente aléatoires – Pas de publicité – Quantité de production faible

II.3 La stratégie marketing

Après avoir examiné les ressources de l'entreprise, les tendances du marché et la concurrence, nous avons opté pour une approche qui consiste à :

La stratégie Pull vise à atteindre directement le consommateur final en établissant des

points de vente directs. Ces points de vente facilitent la création d'un lien direct avec les clients, permettant une meilleure compréhension de leurs besoins et la fourniture de produits frais et de haute qualité. En éliminant les intermédiaires, nous pourrions également garantir des prix compétitifs et un meilleur contrôle sur la présentation et la promotion de nos produits. La stratégie Push Notre stratégie inclut également la distribution de nos produits via des grossistes et des détaillants. En collaborant avec ces intermédiaires, nous pouvons étendre notre portée et assurer une présence plus large sur le marché. Les grossistes nous permettent de distribuer de grandes quantités de produits rapidement, tandis que les détaillants rendent nos produits accessibles aux consommateurs dans divers points de vente. Cette approche nous aide à maximiser notre couverture de marché et à répondre à la demande de manière efficace C'est ainsi l'occasion d'appliquer les stratégies PUSH et PULL. Grâce à ces actions marketing, nous pouvons espérer améliorer significativement la demande. Pour ce projet, nous avons principalement adopté une stratégie Pull avec une composante Push, car cette combinaison est particulièrement bénéfique pour notre circuit de distribution. Schématiquement, les stratégies PUSH et PULL se traduisent comme suit

Figure II.1. Schéma PULL



Figure II.2. Schéma PUSH

II.3.1 Stratégie Mix

La stratégie Mix repose sur le système PPDC (Produit, Prix, Distribution et Communication). Les quatre sections suivantes détailleront donc la politique de produit, la politique de prix, la politique de distribution et la politique de communication.

II.3.1.1 La politique de produit

Notre produit principal : les œufs. Ce ne sont pas des produits nouveaux, ils existent déjà sur le marché ; le produit n'a pas besoin de promotion ni de publicité.

II.3.1.2 La politique de prix

Le prix est fixé par les Lobby du Marché, le prix est affiché chaque samedi, lundi et mercredi. Un plat d'œufs : 420DA

II.3.1.3 La politique de distribution

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

D'une part, nous assurons nous-mêmes la vente directe à nos clients, constituant ainsi un circuit court.

D'autre part, nous passons par des intermédiaires, tels que les grossistes, les grandes surfaces et les épiceries, pour atteindre les consommateurs finaux.

II.3.1.4 politique de communication

Pour aller au-delà des ventes spontanées, nous devons concevoir et diffuser des informations sur nos produits. Nous avons choisi la publicité comme principal moyen de communication, car c'est un vecteur essentiel aux côtés de notre force de vente. La publicité renforce notre notoriété et véhicule une image positive de notre marque. C'est le moyen le plus efficace pour faire connaître nos produits et influencer les attitudes et opinions des consommateurs, même si son impact sur les ventes est indirect. La publicité peut aussi être vue comme un indicateur du développement de l'économie de marché dans un pays.

Pour assurer notre présence sur le marché, notre entreprise doit se concentrer sur les objectifs publicitaires clés :

- Faire connaître nos produits en utilisant différents supports publicitaires et médias.
- Mettre en avant les caractéristiques objectives de nos produits pour informer les consommateurs.
- Construire une image positive de notre marque en développant une représentation favorable de nos produits.
- Soutenir d'autres initiatives telles que les promotions de vente.
- Encourager les achats immédiats.
- Nous envisageons également l'ouverture de points de vente dans le futur.

Chapitre III

PLAN DE PRODUCTION ET D'ORGANISATION

III.1 Le Processus de production

Le processus de production d'un œuf dans un élevage de poule pondeuse peut être divisé en plusieurs étapes :

III.1.1 Achat de la matière première

- Achats de poules pondeuses de race « Isa Brown » à œufs roux, originaire de France pour l'élevage qui présente des avantages significatifs, notamment une productivité élevée, une rentabilité accrue, une robustesse et une facilité de gestion.
- Des cages superposées équipées de mangeoires et abreuvoirs avec un système de rails (convoyeur) et d'ascenseurs pour assurer la collecte et le transport des œufs, ainsi qu'un système de collecte et d'évacuation des fientes.
- Alimentation des poulettes (aliments, compléments spéciaux pour la ponte).
- Système de ventilation et de régulation de température (humidificateurs).
- Système lumineux pour la journée.
- Emballage : plateaux en carton et en plastique.
- Citernes à eau.

III.1.2 Fabrication

Une fois les poulettes sont alaise, bien nourris, bien logés, sans aucun stress, avec une bonne température, toutes les conditions sont réunies pour que la production commence. Les poulettes sont arrivées âgé de 4mois après 1mois environ elles atteignent le pique de production a l'âge de 5mois jusqu'à 18mois une durée d'un an environ ou la production est maximale d'un œuf par jour par poule avec un bon calibre.

II.1.3Conditionnement du produit

Une fois pondue l'œuf et ramasser et transporter sur une bande (un convoyeur) jusqu'à centre de tri ou la mise en plateau commence.

III.1.4 Emballage

Les œufs arrivent en grands nombres et différents calibres ces derniers sont mis dans des plateaux de 30 œufs en carton et en plastique.

Les différentes phases du processus de fabrication des œufs sont essentielles pour assurer la qualité du produit final. Chaque étape requiert une vigilance particulière, de l'acquisition des sujets à l'emballage, afin de garantir la production d'œufs frais et de haute qualité qui répondent aux attentes des consommateurs.

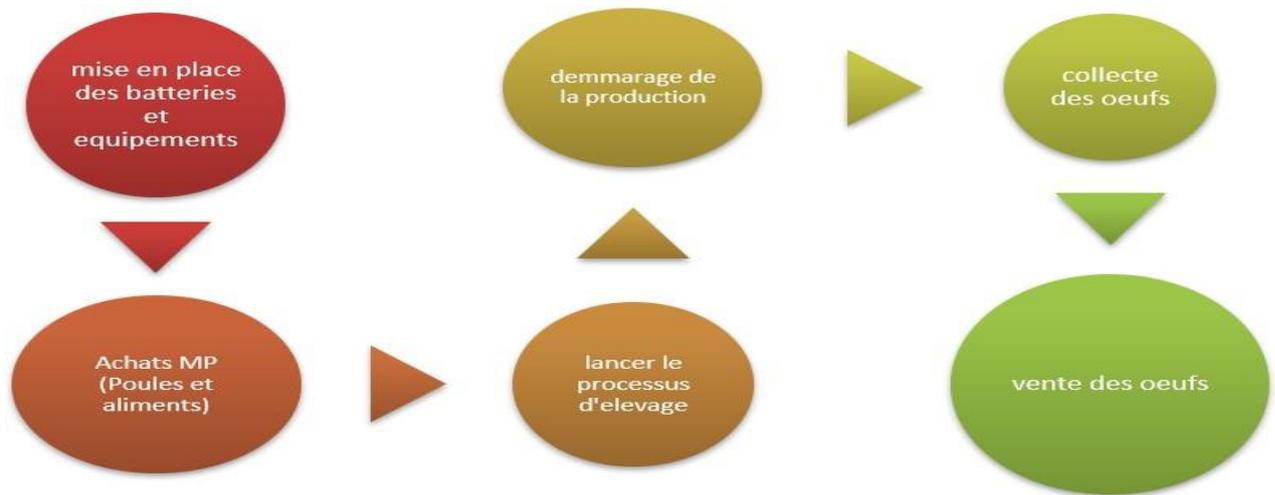


Figure III.1. Schéma du processus de production

III.2 L'approvisionnement

L'approvisionnement en races de poules pondeuses est un aspect crucial de l'industrie avicole. Les éleveurs doivent sélectionner des races adaptées aux conditions locales, telles que le climat et les ressources disponibles. Pour cela nous traitons directement avec les fournisseurs (ORAC). **Les fournisseurs les plus importants**

- Fournisseurs de la souche des poules pondeuses (ORAC) et centres publics d'élevage de poulettes (Tiaret, Tébessa, Sétif...)
- Fournisseur d'aliments (ONAB) et les coopératifs agricoles fabricants des aliments de bétails
- Fournisseur d'équipements (cages, extracteurs, ventilateurs, humidificateurs, etc.)
- Fournisseurs d'emballages
- Eau et électricité
- Fournisseurs de produits d'hygiène et de prophylaxie

Politique de paiement Pour comprendre notre processus de paiement, nous procédons comme suit :

- Nous négocions les conditions de paiement avec nos fournisseurs, en détaillant les quantités, les prix et les modalités de livraison dans les contrats.

- Nous émettons des demandes d'approvisionnement pour obtenir tous les produits nécessaires à notre entreprise.

Une fois les approvisionnements livrés, nous recevons les factures correspondantes. En ce qui concerne la politique de paiement :

- Pour nos fournisseurs, nous utilisons un système de paiement différé, réglé soit par virement bancaire soit en espèces.
- Une partie du paiement est versée à la livraison, et le solde est réglé après la vente du produit.
- Les paiements peuvent se faire par virement bancaire ou en espèces.

III.3 La main d'œuvre

L'entreprise compte au total 5 employé. L'effectif peut grandir en cas d'extension dans les années à venir. Voici le tableau récapitulatif de l'effectif du personnel :

Table III.1. Estimation d'effectif du personnel sur cinq années

Fonction	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Gérant	1	1	1	1	1
Comptable	1	1	1	1	1
Responsable de production	1	1	1	1	1
Ouvriers	2	2	2	2	2
TOTAL	5	5	5	5	5

Table III.2. Postes de l'équipe et leur niveau

Nombre	Fonctions	Niveau
Gérant	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborer la politique générale de l'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir la stratégie ▪ Coordonner et harmoniser toutes les tâches <ul style="list-style-type: none"> ▪ Superviser le travail ▪ Présider les réunions ▪ Assurer les relations publiques ▪ Gérer les aspects financiers et administratifs de l'unité de production. ▪ Maintenir les dossiers relatifs aux contrats de vente, factures, bons de livraison et bons de réception. 	Master en Production et nutrition animale
Responsable comptable	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Déterminer la comptabilité générale et le solde de trésorerie. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer le classement des dossiers ▪ Mettre à jour les informations 	Master en Comptabilité
Ouvriers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer les tâches de production <ul style="list-style-type: none"> ▪ (Maintenance, surveillance du bon fonctionnement, conditionnement, gestion de stock, nettoyage) 	expériences
Responsable de production	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en œuvre des stratégies pour maximiser la production d'œufs en maintenant des conditions optimales pour la ponte. ▪ Surveiller les performances de production et ajuster les pratiques d'élevage pour améliorer les rendements. ▪ Favoriser un environnement de travail positif et productif. 	expériences

III.1 Les principaux partenaires

III.1.1 Fournisseurs de matières premières

ORAC et ONAB pour les races de poules et leur alimentation, ainsi que les coopératifs agricoles
Fournisseur d'emballage

III.1.2 Les clients

Grossistes, gérants d'hôtels, restaurants, industries agro-alimentaires et revendeurs.

Chapitre IV

PLAN FINANCIER

IV.1 Les Coûts et charges

IV.1.1 Les coûts du projet

- **Poules et aliments** Environs 4800 poules pondeuses de race « isa brown » 900DA l'unité soit 4320000DA. Une quantité de 5.76q/jour d'aliment 5620 DA l'unité soit 3237120DA.
- **Quartier général**

Table IV.1. Détails de la propriété Cosmos

Cosmos	Superficie	Nature	Position	Le coût
Hongre	480m ²	Location	Bouira	600,000 DA

- **Installations générales, agencements et aménagements** Il s'agit du coût de l'installation des différents matériels. Ces coûts seront évalués à 500000DA

Table IV.2. Coût du matériel industriel

Rubrique	Quantité	Prix unitaire (DA)	Prix total (DA)	Fournisseurs
Batterie semi-automatique en superposition équipée de mangeoire et abreuvoir 50mx5m	1	3,500,000.00	3,500,000.00	Sarl HK Cooling
Système d'évacuation des fientes	120m	750	90,000.00	-
Citernes à eau	2	10,000	20,000.00	Quincaillerie
Ventilateur	2	-	144,000.00	Sarl HK Cooling
Système d'éclairage lampe LED intégrée au pondoir	30	-	40,000.00	-
Modificateurs	16m	10,000	160,000.00	-
Equipements de nettoyage	1	10,000	10,000.00	Fredette-équipements de nettoyage
Trappes de ventilation	20	5,000	100,000.00	Sarl HK Cooling
Silo de stockage (15T)	1	370,000	370,000.00	-
Bloc automate	1	200,000	200,000.00	-

- **Moyen de transport** Pour la distribution de notre produit, les clients et les fournisseurs qui assurent le transport. Le détail de ces matériels est illustré par le tableau suivant

Table IV.3 – Coût du mobilier de bureau (DA)

Rubrique	Nombre	Prix unitaire (DA)	Total (DA)	Fournisseurs
Chaise	2	5,000	10,000	Bekkaie Halima
Table de Bureau	1	15,000	15,000	-
Armoire	1	11,300	11,300	-
		Total	36,300.00	-

- **Matériels informatiques** Le matériel informatique s'évalue à 112550.00DA, le détail de ce matériel est illustré par le tableau suivant :

Table IV.4. Coûts du Matériel Informatique

Rubrique	Nombre	Prix unitaire (DA)	Total (DA)	Fournisseurs
Ordinateurs	1	45,000 DA	45,000.00 DA	Privé
Imprimante	1	40,000 DA	40,000.00 DA	-
Flash disk	2	1,500 DA	3,000.00 DA	-
Modem 4G	1	4,550 DA	4,550.00 DA	-
Caméra	2	10,000 DA	20,000.00 DA	- Algérie télécom
Total			112,550.00 DA	-

Table IV.5. Récapitulation des Immobilisations (montant en DA)

Rubrique	Montant (DA)
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	-
Concessions et Droits, licence, Brevet, marques	-
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	
Matériel et Outillage	4,634,000.00 DA
Matériel et mobilier de bureau	36,300.00 DA
Matériel informatique	112,550.00 DA
Total	4,782,850.00 DA

Table IV.6 – Services Nécessaires par An (montant en DA)

Déclaration	Services requis pour le projet (DA)
Electricité	50,000 DA
Eau	30,000 DA
Extincteur	10,000 DA
Produits d'hygiène	90,000 DA
Téléphone	12,000 DA
Assurance	180,000.00 DA
Vétérinaire	120,000.00 DA
Location hangar	600,000.00 DA
Total	1,092,000.00 DA

– **Besoins en matières première**

Table IV.7. Matériaux Première et Marchandises et le Coût Prévu (en DA)

Matériaux	Le Coût Annuel (DA)
L'aliment	11,653,632.00 DA
Poules	4,320,000.00 DA
Emballage	241,200.00 DA
Total	16,214,832.00 DA

– **Salaire**

Table IV.8. Détail des Salaires de Notre Personnel

Postes	Effectifs	Salaire net	Salaire Net annuel	Cotisation sociale	Salaires bruts annuel
Ouvriers polyvalents	1	30,000.00 DA	360,000.00 DA	1,260,00.00 DA	486000
Responsable commercial	1	30,000.00 DA	360,000.00 DA	1,260,00.00 DA	486000
Total	-	-	-	-	972,000.00 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.

IV.1.2 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 le prêt de NESDA C'est-à-dire les financements dits bilatéraux et le tableau suivant Explique cela.

Table IV.9. Structure de Financement

Le sujet	Le rapport	Le prix (DA)
Contribution personnelle NESDA	4,76%	500,000.00 DA
Total	100%	10,500,000.00 DA

NESDA a été choisie pour financer le projet en raison des privilèges et subventions qu'elle accorde.

IV.1.3 Remboursement

L'apport de NESDA est estimé à 10 000 000.00 DA, ainsi que la durée de remboursement. Au moyen de 4 versements fixes pour une période de 5 ans, le premier versement commence 13 mois après le début de l'activité, comme :

Table IV.10. Amortissement du Prêt

Les An- nées	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Montant Du prêt (DA)	10,000,000.00	7,500,000.00	5,000,000.00	2,500,000.00	0
Montant payé (DA)	0	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00
Dette Restante (DA)	10,000,000.00	7,500,000.00	5,000,000.00	2,500,000.00	0

IV.2 Chiffre d'affaires

IV.2.1 LA capacité de production

4800 poules consomment environ 5 quintaux d'aliments par jour avec toutes les conditions réunies on peut atteindre une production d'environ 84% soit 4032 œufs par jour (134 plateaux), la production annuelle est d'environ 48240 plateaux en comptant 360 jours (1447200 œufs)

- Pour la phase de lancement : la quantité de production pendant la première année et la deuxième année.
- Pour la phase de maîtrise : Au cours des troisièmes et quatrièmes années, nous anticipons une croissance de 25 % par rapport à la période de lancement.

- Pour la phase de croisière : cette dernière étape nous montrera la quantité produite pendant la cinquième année. Notre société prévoit encore une augmentation de 25 % par rapport à la phase de maîtrise.

Table IV.11 — Récapitulation des productions prévisionnelles sur cinq années (unité en nombre de plateaux)

Désignation	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Produits	48240	48240	60300	60300	75375

IV.2.2 Chiffre d'affaire optimiste

Table IV.12. Détail de chiffre d'affaire optimiste

DETAIL CHIFFRE D'AFFAIRE								
Produit A destiné client	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A	-	-	48240	48240	48240	48240	48240	48240
Prix HT produit A	-	-	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
Vente produit A DA			20260800.00	20260800.00	20260800.00	20260800.00	20260800.00	20260800.00
Chiffre d'affaires global			20260800.00	20260800.00	20260800.00	20260800.00	20260800.00	20260800.00

IV.2.3 Chiffre d'affaire pessimiste

Table IV.13. Détail de chiffre d'affaire pessimiste

DETAIL CHIFFRE D'AFFAIRE								
Produit A destiné client	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A	-	-	48240	48140	47000	45000	41000	39000
Prix HT produit A	-	-	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
Vente produit A DA			20260800.00	2 021 880.00	1 974 000.00	1 890 000.00	1 722 000.00	1 638 000.00
Chiffre d'affaires global			20260800.00	2 021 880.00	1 974 000.00	1 890 000.00	1 722 000.00	1 638 000.00

IV.3 Les comptes de résultats escomptés

IV.3.1 Explication de la méthode de calcul des résultats voir Annexe 2

- Consommation de l'exercice = achats consommés + services extérieurs et autres 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

IV.3.2 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. $BFR = \text{Actifs circulants} - \text{Passifs circulants}$

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
BFR	0	0	0	0	0

IV.4 Le Plan de trésorerie

Le fonds de roulement nous prenons des données de annexe1 $FR = \text{capitaux permanents} - \text{actif immobilisé}$

Année	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
FR	7 699 118.00	7 443 922.00	7 428 726.00	7 653 530.00	11 718 334.00

$$TRE = FR - BFR$$

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
TRE	7 699 118.00	7 443 922.00	7 428 726.00	7 653 530.00	11 718 334.00

Chapitre V

PROTOTYPE EXPÉRIMENTAL

V.1 Matériel

V.1.1 Infrastructure et équipement de base :

- Batteries : Système de cages multi-niveaux pour héberger les poules.
- Alimentation automatique : Distributeurs d'aliments automatiques pour assurer une alimentation régulière.
- Éclairage contrôlé : Lampes LED avec minuteurs pour réguler les cycles lumineux.
- Systèmes de ventilation : Ventilateurs et extracteurs pour maintenir une bonne circulation de l'air et contrôler la température.
- Tapis de déjection : Systèmes pour la collecte et l'évacuation des déjections.
- Système d'évacuation des fientes.
- Citernes à eau (2000L).
- Humidificateurs.
- Équipement de nettoyage.
- Silo de stockage (15 T).
- Bloc automate.

V.1.2 Matériel pour la santé et le bien-être des poules

- Aliment enrichi : Nourriture spécialement formulée pour poules pondeuses.
- Suppléments vitaminiques et minéraux : Pour prévenir les carences nutritionnelles.

Les étapes	Les photos	L'explication	La durée
Transfert des poules		<p>À l'âge de 4 mois, les poules achetées sont transférées de chez les fournisseurs vers un bâtiment de 480 m² dédié à la ponte.</p>	1 journée
Période de production		<p>Les poules passeront les 14 mois suivants dans une batterie, produisant environ 1 œuf chacune par 24h en consommant 120g d'aliment.</p>	

Les étapes	Les photos	L'explication	La durée
Système automatisé		<ul style="list-style-type: none"> — Les cages automatisées distribuent la nourriture 4 fois par jour et fournissent de l'eau en continu. — Les œufs sont ramassés automatiquement par un système de bande. — Les fientes sont également enlevées automatiquement. 	
Contrôle de l'environnement		<p>La température est régulée pour garantir un environnement sain et favorable à une production optimale, grâce à l'utilisation de ventilateurs et d'humidificateurs.</p>	
Programme lumineux		<p>Un programme lumineux avec des lampes LED expose les poules à la lumière de 7h du matin à 23h le soir pour leur bien-être.</p>	

Les étapes	Les photos	L'explication	La durée
Collecte des œufs		<p>Une fois la ponte commence, les œufs tombent sur une bande blanche. Ils sont ensuite acheminés par un système de rails et d'ascenseurs jusqu'à un convoyeur, qui les transporte vers le centre de conditionnement.</p>	
Tri et conditionnement des œufs		<p>Au centre de conditionnement, les œufs sont triés par taille et mis en plateaux de 30 œufs.</p>	J
Stockage et vente		<p>Les œufs sont stockés dans un endroit sec et frais pour garantir leur fraîcheur jusqu'à leur vente.</p>	
Valorisation des excréments		<p>Collecte des fientes de poules pour les utiliser comme fertilisant naturel dans l'agriculture.</p>	J

<p>Emballage</p>	
<p>Logo</p>	 <p>www.oeufraisdz10.com</p>
<p>Logo</p>	 <p>ŒuFrais Farme fresh egg's 026.**.**.* 026.**.**.* OeufraisDZ10@gmail.com www.oeufraisdz10.com 123 *****, boulra, Algérie</p>
<p>La carte visite</p>	<p>OEUFRAIS</p> <p>30ŒUFS 30 بيضة</p> <p>منتوج جزائري PRODUIT ALGÉRIEN البريد الإلكتروني: .OEUFRAISDZ10@GMAIL.COM رقم الهاتف: TÉLÉPHONE: 026***** العنوان: ADRESSE : يحفظ في مكان بارد بعيد عن أشعة الشمس CONSERVER DANS UN ENDROIT FRAIS À L'ABRI DU SOLEIL</p>

Liste des annexes

Annexe 1

BILANS DELA STARTUP.....

ACTIF								
En DZD	REALISATION			PREVISION				
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisation Corporelles	-	-	4 289 680.00	3 796 510.00	3 303 340.00	2 810 170.00	2 317 000.00	-
Terrain								
Bâtiment								
Autres Immobilisations Corporelles								
Immobilisations en concession								
Immobilisation en cours	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisations Financières	-	-	-	-	-	-	-	-
Titres mis en équivalence								
Autres participations et Créances rattachées								
Autres Titres immobilisés								
Prêts et autres titres financiers Non courants								
Impôts différés actif								
ACTIF NON COURANT	-	-	4 289 680.00	3 796 510.00	3 303 340.00	2 810 170.00	2 317 000.00	-
Stocks et en cours	-	-	-	-	-	-	-	-
Créances et emplois assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Clients								
Autres débiteurs								
Impôts et assimilés								
Autres créances et emplois assimilés								
Disponibilités et assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Placements et autres actifs Financiers courants								
Trésorerie			7 699 118.00	7 443 922.00	7 428 726.00	7 653 530.00	11 718 334.00	-
ACTIF COURANT	-	-	7 699 118.00	7 443 922.00	7 428 726.00	7 653 530.00	11 718 334.00	-
TOTAL ACTIF	-	-	11 988 798.00	11 240 432.00	10 732 066.00	10 463 700.00	14 035 334.00	-

PASSIF

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

<u>CAPITAUX PROPRES</u>					
Capital émis	500 000.00	500 000.00	500 000.00	500 000.00	500 000.00
Capital non appelé					
Ecart de réévaluation					
Primes et réserves-Réserves Consolidées					
Résultat net-RN part du groupe	1 488 798.00	1 751 634.00	1 991 634.00	2 231 634.00	6 071 634.00
Autres capitaux propres-Report à nouveau		1 488 798.00	3 240 432.00	5 232 066.00	7 463 700.00
Part de la société consolidant (1)					
CAPITAUX PROPRES	- 1 988 798.00	3 740 432.00	5 732 066	7 963 700.00	14 035 334.00
<u>PASSIFS NON-COURANTS</u>					
Emprunts et dettes financières	10 000 000.00	7 500 000.00	5 000 000.00	2 500 000.00	
Impôt différé passif					
Autres dettes non courantes					
Provisions et produits					
Constatés d'avance					
PASSIFS NON-COURANTS	-				
<u>PASSIFS COURANTS</u>					
Fournisseurs et comptes rattachés					
Impôts					
Autres dettes					
Trésorerie passif					
PASSIFS COURANTS	-				
TOTAL PASSIF	- 11 988 798.00	11 240 432.00	10 732 066.00	10 463 700.00	14 035 334.00
Vérification de l'équilibre Actif/Passif	-	-	-	-	-

Annexe 2

En DZD	REALISATION		PREVISION				
	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes		20 260 800.00	18 572 400.00	18 572 400.00	18 572 400.00	18 572 400.00	
Variation des stocks produits finis Et en cours							
Production immobilisée							
Subvention d'exploitation							
Production de l'exercice		20 260 800.00	18 572 400.00	18 572 400.00	18 572 400.00	18 572 400.00	
Achats consommés		16 214 832.00	15 223 596.00	15 223 596.00	15 223 596.00	10 903 596.00	
Services Extérieurs et autres consommations		1 092 000.00	1 092 000.00	1 092 000.00	1 092 000.00	1 092 000.00	
Consommation de l'exercice		17 306 832.00	16 315 596.00	16 315 596.00	16 315 596.00		
Valeur ajoutée d'exploitation		2 953 968.00	2 256 804.00	2 256 804.00	2 256 804.00		
Charges de personnel		972 000.00	972 000.00	972 000.00	972 000.00		
Impôts et taxes et Versement assimilés							

Excédent Brut d'Exploitation	-	1 981 968.00	1 284 804.00	1 284 804.00	1 284 804.00		
Autres produits opérationnels			960 000.00	1 200 000.00	1 440 000.00		
Autres charges opérationnelles Dotations aux amortissements, Provisions			493 170.00	493 170.00	493 170.00		
Reprise sur pertes de valeurs et provisions							
Résultat opérationnel	-	1 488 798.00	1 751 634.00	1 991 634.00	2 231 634.00		
Produits Financiers Charges financières							
Résultat financier	-	-	-	-	-	-	-

Résultat Ordinaire avant impôt	1 488 798.00	1 751 634.00	1 991 634.00	2 231 634.00	6 071 634.00
Impôt exigible sur Résultat ordinaire	-				
Impôt différé (variation) sur Résultat ordinaire	-				
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	20 260 800.00	19 532 400.00	19 772 400.00	20 012 400.00	19 532 400.00
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	18 772 002.00	17 780 766.00	17 780 766.00	17 780 766.00	13 460 766.00
RESULTATS NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	1 488 798.00	1 751 634.00	1 991 634.00	2 231 634.00	6 071 634.00
Eléments extraordinaire (produits)					
Eléments extraordinaire (charges)					
Résultat extraordinaire	- - -				
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	1 488 798.00	1 751 634.00	1 991 634.00	2 231 634.00	6 071 634.00

Annexe 3

FLUX DE TRESORERIE STARTUP.....
--

Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Encaissement reçus des client	20 260 800.00	18 572 400.00	18 572 400.00	18 572 400.00	18 572 400.00
Somme verse aux fournisseurs et aux personnel	18 278 832.00	17 287 596.00	17 287 596.00	17 287 596.00	12 967 596.00
Intérêt et autre frais financiers payés					
Impôts sur le résultat payé					
Flux de trésorerie avant éléments extra ordinaires	1 981 968.00	1 284 804.00	1 284 804.00	1 284 804.00	5 604 804.00
Flux de trésorerie lié à des élément extra ordinaires		960 000.00	1 200 000.00	1 440 000.00	960 000.00
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles A	1 981 968.00	2 244 804.00	2 484 804.00	2 724 804.00	6 564 804.00
Flux de trésorerie net provenant des activités investissement					
Décaissement sur acquisitions d'immobilisation corporelles ou incorporelles	4 782 850.00				
Encaissement sur cession d'immobilisation corporelles ou incorporelles					
Décaissement sur acquisitions d'immobilisation financières					
Encaissement sur cession d'immobilisation financières					
Intérêt sur placements financière					
Dividendes et quote-part de résultat reçus					
Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement B	4 782 850.00	-	-	-	-
Flux de trésorerie provenant des activités de financements					

Encaissements suite a l'émission d'actions					
Dividendes et autre distributions effectuées					
Encaissement provenant d'emprunt	10 500 000.00				
Remboursement d'emprunt ou d'autre dettes assimilées		2 500 000.00	2 500 000.00	2 500 000.00	2 500 000.00
Flux de trésorerie provenant des activités de financements	10 500 000.00	2 500 000.00	2 500 000.00	2 500 000.00	2 500 000.00
Incidence des variations des taux de change sur liquidités qualités					
Variation de trésorerie de la période A+B+C	7 699 118.00	- 255 196.00	- 15 196.00	224 804.00	4 064 804.00
Trésorerie ou équivalent de trésorerie au début de la période		7 699 118.00	7 443 922.00	7 428 726.00	7 653 530.00
Trésorerie ou équivalent de trésorerie à la fin de la période	7 699 118.00	7 443 922.00	7 428 726.00	7 653 530.00	11 718 334.00
Variation de la trésorerie de la période	7 699 118.00	- 255 196.00	- 15 196.00	224 804.00	4 064 804.00

Annexe 4

Modèle d'affaire

Partenaires clés	Activités clés	Propositions de valeur	Relation clients	Segments client
Fournisseurs de matières premières (ORAC/ONAB) Coopératives agricoles Fournisseur d'emballage	l'approvisionnement : Production d'œufs	Production d'œuf de consommation en essayant de maximiser la production tout en respectant le bien être animal Le prix: accessible a tout le monde	Vente via grossiste ou point de vente dans <u>le future</u>	toutes les catégories Consommateurs locaux industrie agro alimentaires hôtels restaurants
	Ressources clés Financières; crédit bancaire moyens propres Humaines: gérant, ouvriers Matériels: Batterie, ventilateurs humidificateur, camionnette de transport, matières premières		Canaux de distribution Vente directe Distribution en gros	
Structure de coûts coût fixes : salaires des travailleurs outils et équipement camion frigorifique coût variables: coûts des matières premières (aliments et emballage) cout marketing cout de distribution			Source de Revenu Prix variable Paiements via ccp ou banque ou par paiement direct	

Références bibliographiques :

1. Fao (2017). OECD-FAO Agricultural Outlook 2017-2026. OECD Publishing, Paris.
2. FAO, 2018. Base des données statistiques sur les élevages primaires [En ligne].
3. FAO. «Comment nourrir le monde en 2050». Forum d'experts, Rome, 12 et 13 octobre, 2009, p.2
4. Lederer J ., (1978) .Encyclopédie moderne de l'hygiène alimentaire. Paris : Maloine .P 870
5. Nys .Y, Sauveur .B. (2004). Valeur nutritionnelle des œufs .INRA Prod .Anim , 17 (5) , p 358-393 85.
6. Nys Y., Saveur B., 2004. Valeur nutritionnelle des oeufs. INRA Production animale. Station de Recherches Avicoles F-37380 Nouzilly, Paris, 10p. 87.
7. Nys, y. 2010. Structure et formation de l'œuf. In : F. Nau, C. Guérin-Dubiard, F. Baron, J
8. Dorothée Vimeux, 2012. Livre : «Poules pondeuses : guide de l'installation en système alternatif », Editions France Agricole
9. Réussir aviculture, 2009 » julien pouvreau se lance dans l'œuf plein air a la néerlandaise »,
Reussire aviculture n°147, p146, 2009.
10. Hêdji et al. J. Appl. Biosci. 2014. Valorisation de Azolla spp, Moringa oleifera , son de riz et de coproduits de volaille et de poisson en alimentation animale